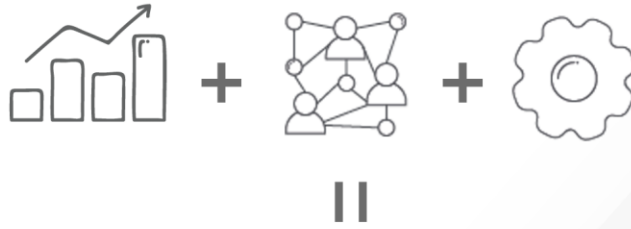


FREE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF MOLDOVA



# EcoSoEn

ECONOMICS, SOCIAL AND ENGINEERING SCIENCES

SCIENTIFIC JOURNAL

YEAR 1, NR. 3/2018

CHISINAU, 2018



||

# ECOSOEN

ȘTIINȚE ECONOMICE, SOCIALE ȘI INGINEREȘTI

## REVISTA ȘTIINȚIFICĂ

ANUL 1, NR. 3/2018

Printed version / Versiunea tipărită ISSN 2587-344X  
Scientific Journal / Revistă științifică  
Free International University of Moldova / Universitatea Liberă Internațională din Moldova

**EDITORIAL COMMITTEE / COMITETUL DE REDACȚIE**

**Editor publisher / Director publicație:**  
**GALBEN Ilian, dr., conf. univ., Rector ULIM**

**Executive Editors / Redactori executivi:**

**RUSNAC Svetlana, dr., conf. univ., Decan Facultatea Științe Sociale și ale Educației, ULIM, BALAN Igor, dr., conf. univ., ULIM, BLAGORAZUMNAIA Olga, dr., conf. univ., ULIM, ROBU Elena, dr., conf. univ., ULIM, Director Școala Doctorală Științe Economice, Sociale și Tehnologii Informaționale.**

**Editorial Board / Colegiul de redacție:**

**AMANZHOLOVA Bibigul, PhD, Novosibirsk State Technical University (Russia), ARMITAGE Jack, PhD, Professor Department of Accounting, University of Nebraska (USA), BĂLINT Ágnes, PhD, University of Pécs, (Hungary), BURLACU Natalia, dr. hab., prof. univ., ULIM, BYCHKOVA Svetlana, PhD, FSBEI HE St. Petersburg State Agrarian University (Russia), CAUNENCO Irina, dr., conf. univ., Institutul Patrimoniului Cultural, AȘM, CIOBANU Ceslav, PhD, ex-Ambassador of Moldova to the USA, Coordinator of Economic Programs, Virginia State University (USA), DUBCOVEȚCHI Iuri, dr., conf. univ., ULIM, EVSIUKOVA Raisa, dr., conf. univ., ULIM, GRIBINCEA Alexandru, dr. hab., prof. univ., ULIM, IONIȚĂ Veaceslav, dr., conf. univ., ULIM, KAVUN Sergii, PhD, dr. hab., prof., Kharkiv University of Technology "STEP"(Ukraine), KLIMENKO Irina, PhD, Academician of the International Academy of Informatization, FSAEI of HPE "North Caucasus Federal University" (Russia), KREINDLER Michael I., PhD, Karmiel College (Israel), KRZYSZKOWSKI Jerzy, PhD, Nicolaus Copernicus University of Torun (Poland), LEAHU Tudor, dr., conf. univ., ULIM, MIȘCOI Gheorghe, Academician AȘM, dr. hab., prof. univ., ULIM, MOLDOVAN Vadim, PhD, York College of the City University of New York (USA), MURPHY Frances L., PhD, Eastern Illinois University (USA), OHRIMENCO Serghei, dr. hab., prof. univ., ASEM, PIVORIENE Jolanta, PhD, Mykolas Romeris University, (Lithuania), PUGACHEVA Olga, PhD, Francisk Skorina Gomel State University (Belarus), RASA Subačienė, PhD, Vilnius University (Lithuania), REDLICH Alexander, PhD, University of Hamburg, Institute for Psychology (Germany), ROȘCA Petru, dr. hab., prof. univ., ULIM, RUF Alexandru, PhD, Chairman of the Council of Auditors of Russia (Russia), SANDU Antonio, dr., Universitatea "Ștefan cel Mare" din Suceava, președinte Asociația LUMEN, (România), SPÎNU Ana, dr., conf. univ., ULIM, STEPANOVA Galina, dr., conf. univ., Voronezh Universitatea Pedagogică de Stat (Russia), STEVENS Kevin, PhD, Director of the School of Accountancy and Management Information Systems, DePaul University (USA), STRATAN Alexandru, dr. hab., prof. univ., Director IEFS, TOBĂ Alexandru, dr., prof. univ. (România), VASYUTINSKY Vadim, PhD, National Academy of Educational Sciences of Ukraine (Ukraine), VEGERA Svetlana, PhD, Polotsk State University (Belarus).**

**Editors / Redactori:**

**GRAUR Elena, magistru în științe umanistice, doctorand, ULIM**  
**ZMUNCILA Ludmila, magistru în științe sociale, doctorand, ULIM**

*The volume was recommended for publishing by the Senate of Free International University of Moldova  
(Verbal process No2, October 31, 2018)*

*The scientific articles are reviewed*

*Volumul a fost recomandat spre publicare de Senatul ULIM (Proces-verbal nr.2 din 31 octombrie 2018)*

*Articolele științifice sunt recenzate*

ULIM, EcoSoEn, An.1, Nr.3/2018 / Year 1, Nr.3/2018

Tiraj 200 ex. / Edition 200 copies

© ICFI, 2018

**ADDRESS OF REDACTION / ADRESA REDACȚIEI:**

**52 Vlaicu Parcalab street, Chisinau, MD-2012, Republic of Moldova, ULIM**

**E-mail: [ecosoen.ulim@gmail.com](mailto:ecosoen.ulim@gmail.com)**

**CONTENT  
CUPRINS**

<i>RUSNAC Svetlana</i> <b>IN MEMORIAM FONDATORULUI ŞI RECTORULUI UNIVERSITĂȚII LIBERE INTERNAȚIONALE DIN MOLDOVA ANDREI GALBEN</b>	<b>8</b>
<b>I. ECONOMIC AND SOCIAL SCIENCES I. ŞTIINȚE ECONOMICE ŞI SOCIALE</b>	
<b>1.1. ECONOMICS SCIENCES 1.1. ŞTIINȚE ECONOMICE</b>	
<i>BURLACU Natalia, RUSU Vasilica</i> <b>ECONOMIC-MANAGERIAL ESSENTIAL OF OPERATIONAL STRATEGIES IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISE</b> <b>ESENȚA ECONOMICO-MANAGERIALĂ STRATEGIILOR OPERAȚIONALE ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII INDUSTRIALE</b>	<b>11</b>
<i>BYCHKOVA S.M., KHUSEYN ABDURAHMONOV A./ БЫЧКОВА С.М., ХУСЕЙН АБДУРАХМОНОВ А.</i> <b>BUSINESS ANALYSIS AS A NEW DIRECTION OF ECONOMIC ANALYSIS</b> <b>БИЗНЕС-АНАЛИЗ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА</b>	<b>19</b>
<i>CROTENCO Iurii, CROTENCO Irina, ZHIGHAREVA Elena / КРОТЕНКО Юрий, КРОТЕНКО Ирина, ЖИГАРЕВА Елена</i> <b>MODERN THEORETICAL VIEWS ON THE CONCEPTS POLICY, STRATEGY AND TACTICS IN TOURISM</b> <b>СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОЗЗРЕНИЯ НА ПОНЯТИЯ ПОЛИТИКА, СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА В ТУРИЗМЕ</b>	<b>25</b>
<i>FREĂUȚEANU Alexandru, CHIŞLARU Angela</i> <b>THE ACCOUNTING OF BIOLOGICAL ASSETS FIXED</b> <b>CONTABILITATEA ACTIVELOR BIOLOGICE IMOBILIZATE</b>	<b>34</b>
<i>GRIBINCEA Alexandru, FORNA Doriana</i> <b>EFFECTIVE MOTIVATION OF MEDICAL STAFF</b> <b>MOTIVAREA EFICIENTĂ A PERSONALULUI MEDICAL</b>	<b>43</b>
<i>ROŞCA Petru</i> <b>COHESION POLICY IN THE EUROPEAN UNION</b> <b>POLITICA DE COEZIUNE IN UNIUNEA EUROPEANĂ</b>	<b>48</b>
<i>ROSCA Petru, ROSCA Leonid, RUSU Vasilica</i> <b>FOREIGN INVESTMENTS AND THEIR EFFECTS ON THE ROMANIAN ECONOMY</b> <b>INVESTIȚIILE EXTERNE ŞI EFECTELE ACESTORA ASUPRA ECONOMIEI ROMÂNEŞTI</b>	<b>54</b>
<i>SIRBU Ion, CROTENCO Irina, ZHIGHAREVA Elena/ СЫРБУ Ион, КРОТЕНКО Ирина, ЖИГАРЕВА Елена</i> <b>ANALYSIS OF THE TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE GLOBAL</b>	<b>66</b>

<b>ECONOMY</b>	
<b>АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ</b>	
<i>TAU Nicolae, CROTENCO Irina/ ЦЫУ Николай, КРОТЕНКО Ирина</i>	77
<b>STATE OF THE TOURISM INDUSTRY IN MOLDOVA UNDER THE CONDITIONS OF MODERN MECHANISMS OF STRATEGIC MANAGEMENT</b>	
<b>СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ МОЛДОВЫ В УСЛОВИЯХ ДЕЙСТВИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕХАНИЗМОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ</b>	
<i>BLAGORAZUMNAIA Olga, PESTUSCO Nina</i>	93
<b>THE PARTICULARITIES OF MANAGERIAL FUNCTIONS IN VIRTUAL ORGANIZATIONS</b>	
<b>PARTICULARITĂȚILE DE REALIZARE A FUNCȚIILOR MANAGERIALE ÎN ORGANIZAȚIILE VIRTUALE</b>	
<i>BULGARU Veronica, ȘEVCIUC Tatiana</i>	98
<b>ASPECTS ON THE ACCOUNTING TREATMENT OF STOCKS IN THE WORLD PRACTICE</b>	
<b>ASPECTE PRIVIND TRATAMENTUL CONTABIL AL STOCURILOR ÎN PRACTICA MONDIALĂ</b>	
<i>BUZDUGAN Adriana</i>	103
<b>THE STATE BRANDING: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS</b>	
<b>BRANDINGUL DE ȚARĂ: ASPECTE TEORETICE SI PRACTICE</b>	
<i>KAMENSKIH Nadezhda/ КАМЕНСКИХ Надежда</i>	108
<b>PRESENTATION OF THE PROJECT "YOUTH PROJECT OFFICE»</b>	
<b>ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА «МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТНЫЙ ОФИС»</b>	
<i>PUGACHEVA Olga / ПУГАЧЕВА Ольга</i>	115
<b>SELECTING A DISTRIBUTION CHANNEL FOR THE PRODUCTS ON THE EXTERNAL MARKET</b>	
<b>ВЫБОР КАНАЛА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ</b>	
<i>SIROTA Julia, ZEADI Hanni</i>	126
<b>DRUZE COMMUNITY IN ISRAEL - ECONOMIC AND EDUCATIONAL DEVELOPMENT BETWEEN PAST AND PRESENT</b>	
<b>COMUNITATEA DRUZE ÎN ISRAEL - DEZVOLTARE ECONOMICĂ ȘI EDUCAȚIONALĂ ÎNTRE TRECUT ȘI PREZENT</b>	
<i>ȘEVCIUC Tatiana</i>	134
<b>IMPACT OF THE AUDIT OF THE SUBSEQUENT EVENTS ON THE FINANCIAL STATEMENTS</b>	
<b>IMPACTUL AUDITULUI EVENIMENTELOR ULTERIOARE ASUPRA SITUAȚIILOR FINANCIARE</b>	
<i>TARANENCO Lilia</i>	140
<b>THE MODEL OF CRISIS MANAGEMENT IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES</b>	
<b>MODEL MANAGERIAL ANTICRIZĂ ÎN DEZVOLTAREA DURABILĂ A ÎNTRERINDERILOR MICI ȘI MIJLOCI</b>	

<i>VEGERA Svetlana, SUSHKO Olga/ ВЕГЕРА Светлана, СУШКО Ольга</i>	148
ACCOUNTING OF CONSTRUCTION WASTE AT TECHNOLOGICAL CYCLE STAGES IN THE CONTEXT OF THE GREEN ECONOMY УЧЕТ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОТХОДОВ НА ЭТАПАХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ЦИКЛА В КОНТЕКСТЕ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	
<i>VENCKEVICIUTE Gerda, SUBACIENE Rasa, BYCHKOVA S.M./ VENCKEVICIUTE Gerda, SUBACIENE Rasa, БЫЧКОВА С.М.</i>	156
EVALUATION OF ECONOMIC INDICATORS OF ROAD FREIGHT TRANSPORT SECTOR IN THE REPUBLIC OF LITHUANIA AND RUSSIAN FEDERATION ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ГРУЗОВОГО ТРАНСПОРТНОГО СЕКТОРА В ЛИТОВСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
<i>CHASHCHINA Svetlana/ ЧАЩИНА Светлана</i>	167
IMPROVEMENT THE METHODS OF PROVIDING THE ASSESSMENT AT THE LEVEL OF LOCALIZING THE PRODUCTION IN THE CONDITIONS OF IMPORT SUBSTITUTION СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЛОКАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ	
<b>1.2. SOCIAL SCIENCES</b> <b>1.2. ȘTIINȚE SOCIALE</b>	
<i>GRIBINCEA Alexandru, ABU-RABIA HANI</i>	173
IMPROVING THE EFFICIENCY OF USING INTELLECTUAL RESOURCES IN ISRAEL EFICIENTIZAREA UTILIZĂRII RESURSELOR INTELECTUALE ÎN ISRAEL	
<i>ROȘCA Petru, ROȘCA Leonid, SĂLĂVĂSTRU Valerian</i>	179
PROMOTING AND FINANCING THE INVESTMENT PROJECTS FROM FOREIGN NON-REIMBURSABLE FUNDS PROMOVAREA ȘI FINANȚAREA PROIECTELOR DE INVESTIȚII DIN FONDURI EXTERNE NERAMBURSABILE	
<i>CAUNENCO Irina / КАУНЕНКО Ирина</i>	188
PERCEPTION OF RUSSIA BY DIFFERENT GENERATIONS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: SOCIAL-PSYCHOLOGICALASPECT ВОСПРИЯТИЕ РОССИИ РАЗНЫМИ ПОКОЛЕНИЯМИ РЕСПУБЛИКИ МОЛОДОВА: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	
<i>CAUNOVA Natalia, IVANOVA Nina/ КАУНОВА Наталья, ИВАНОВА Нина</i>	203
STUDYING THE IMAGE OF RUSSIA IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА	
<i>GALBEN Ilian, ROSCA Petru</i>	210
METHODS OF REASONING THE DECISIONS IN THE CORPORATE MANAGEMENT METODE DE ARGUMENTARE A DECIZIILOR ÎN MANAGEMENTUL CORPORATIV	

<i>RUSNAC Svetlana, DREGLEA Filip</i> PROFESSIONAL VALUE - CONDITION OF PROFESSIONAL SATISFACTION OF MEDICAL WORKERS VALOAREA PROFESIEI – CONDIȚIE A SATISFACȚIEI PROFESIONALE A LUCRATORILOR MEDICALI	218
<i>STEPANOVA Galina/ СТЕПАНОВА Галина</i> HISTORICAL-PSYCHOLOGICAL CONTEXT OF THE STUDY OF ETHNIC IDENTITY ИСТОРИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ	229
<i>ȘEVCIUC Tatiana, BULGARU Veronica</i> SOME ASPECTS RELATED TO ETHICS LEGISLATIVE REGULATION IN ACCOUNTING PROFESSION UNELE ASPECTE PRIVIND REGLEMENTAREA LEGISLATIVĂ A ETICII ÎN PROFESIA CONTABILĂ	237
<i>TURCU Constantin</i> PEDAGOGICAL MANAGEMENT OF CONFLICTS IN AN EDUCATION INSTITUTION GESTIONAREA PEDAGOGICĂ A CONFLICTELOR ÎNTR-O INSTITUȚIE DE ÎNVĂȚĂMÎNT	242
<i>ZMUNCILA Ludmila, RUSNAC Svetlana</i> THE LEVEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE - ONE OF THE CONDITIONS OF THE PROFESSIONAL SATISFACTION OF THE ACADEMIC PERSONNEL NIVELUL CULTURII ORGANIZAȚIONALE – UNA DIN CONDIȚIILE A STĂRII DE SATISFACȚIE PROFESIONALĂ A CADRELOR UNIVERSITARE	246

## II. ENGINEERING SCIENCES AND TECHNOLOGIES II. ȘTIINȚE INGINEREȘTI ȘI TEHNOLOGII

<i>KLIMENKO Irina/ КЛИМЕНКО Ирина</i> OPPORTUNITIES AND CONDITIONS OF APPLYING THE GAME SOCIAL IMITATION MODELING IN PROBLEM-ORIENTED MANAGEMENT ВОЗМОЖНОСТИ И УСЛОВИЯ ПРИМЕНИМОСТИ ИГРОВОГО СОЦИАЛЬНОГО ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ПРОБЛЕМНО- ОРИЕНТИРОВАННОМ УПРАВЛЕНИИ	252
<i>DUMBRAVEANU Roza</i> EDUCATIONAL SOFTWARE SOFTURI EDUCAȚIONALE	260
<i>AWADA Saleh, SHIHADI Nizar</i> FORESIGHT TECHNOLOGY TO SOLVE MODERN CHALLENGES AND ACHIEVE A BETTER FUTURE PREVIZIUNEA TEHNOLOGICĂ ÎN REZOLVAREA PROBLEMELOR MODERNE ȘI OBTINEREA UNUI VIITOR MAI BUN	270



**IN MEMORIAM FONDATORULUI ȘI RECTORULUI  
UNIVERSITĂȚII LIBERE INTERNAȚIONALE DIN MOLDOVA  
ANDREI GALBEN**

La 2 septembrie 2018 fondatorul și rectorul Universității Libere Internaționale din Moldova, Academicianul Andrei Galben, ar fi împlinit 70 de ani. Pentru prima dată din cei 26 de ani ai activității celei mai distinse universități private din Republica Moldova, renumită și apreciată înalt în spațiul academic național și internațional pentru performanțe realizate în formarea specialiștilor și cercetare științifică, implicare activă în viața social-economică și culturală, am marcat această zi fără prezența celui care și-a dedicat plener capacitățile de cercetător, manager, profesor evoluției și consolidării ULIM-ului.

Astăzi, analizând activitatea Rectorului Andrei Galben, putem aprecia amploarea personalității și creației Dumnealui. Planurile și ideile îndrăznețe pe care le-a lansat, deși sunt în mare măsură puse în aplicare, mai continuă să ghideze activitatea universității și să conducă la schimbări solicitate de noile realități social-economice în întregul sistem educațional din țară. Vom încerca să facem un răboj al moștenirii pe care a lăsat-o Rectorul Andrei Galben, să evaluăm importanța pentru dezvoltarea sistemului academic și țara noastră, să înțelegem cât de relevantă și actuală este aceasta.

Familiarizarea cu biografia Rectorului Andrei Galben ne-a provocat o întrebare: cum i-a reușit să facă lucruri care păreau imposibile? De exemplu, să fondeze o universitate, care în scurt timp, după spusele lui Dragoș Vicol, ”va desființa preceptele inoperante ale sistemului de învățământ universitar, propunând un veritabil model „oxfordian”. Trecând prin încercările lansate de cei care au ezitat să creadă în viitorul tânărului membru al comunității universitare din Republica Moldova, prin verificări, nu atât ale timpului, căci acesta e mai puțin nemilos decât firea omului care ezită în fața inovației și curajului de a propune modele inedite, dar viabile și de viitor, Rectorul Andrei Galben a consolidat un model nou de universitate care, după cum a afirmat chiar D-lui, ”nu este un simplu consumator de valori, ci un generator, creator și producător de criterii și forme novatoare în educația universitară internațională”. Parcursul ULIM-ului a culminat în timpul rectoratului Dumnealui cu consolidarea unei echipe de cadre didactice și alte categorii de angajați centrați pe valorile educației și cercetării ancorate în realitățile erei cunoașterii, completate de profesori cu renume din centre universitare de peste hotare; cu crearea extensiunilor ULIM-ului în alte țări și găzduirea/colaborarea cu Centre Internaționale de limbă și cultură chineză, coreeană, britanică, francofonă; crearea unei concepții educaționale care a devenit model pentru mediul universitar din țară și chiar de peste hotare; dezvoltarea culturii calității educației universitare până la cel mai înalt nivel și cu scopuri inedite de atingere a performanțelor în predare-învățare-evaluare-cercetare-dezvoltare printr-un sistem unic de management în care sunt implicate toate structurile instituției; lansarea unei viziuni noi asupra internaționalizării prin realizarea relațiilor cu mai multe de 100 de centre universitare prestigioase de pe toate continentele, instituții și organisme internaționale, deținerea calității de membru cu drepturi depline a asociațiilor/rețelelor academice internaționale - Agenția Universitară a Francofoniei, Asociația Internațională a Universităților,



Asociația Europeană a Universităților, Asociația Președinților de Universități ș.a., promovarea mobilității academice etc.; crearea unui campus universitar modern cu aule spațioasă și amenagate, biblioteci dotate cu fonduri de carte/literatură relevante realizării studiilor la cele trei cicluri – licență-masterat-doctorat și cercetării, pe suport tradițional și achiziționate on-line din baze de date internaționale, naționale, instituționale, echipamente moderne, un centru sportiv impresionant, cămin studentesc; multe alte realizări pe care le recunosc și le apreciază colegii din mediul academic și comunitatea. Care este secretul succesului Rectorului Andrei Galben?

Am încercat să găsesc răspunsul, dar încercarea a fost dificilă. Dificultatea vine din amploarea activității desfășurate de Dumnealui. Prea multilateral și divers este acest răspuns, căci incomensurabilă a fost dedicația și virtutea Omului Andrei Galben. Plecat în veșnicie, el ne-a lăsat drept moștenire creația întruchipată într-o universitate care, după cum a menționat ”promovează consecvent idealurile democrației și progresului educațional-științific ce se încadrează armonios în sistemul de relații internaționale universitare, deoarece o universitate modernă nu poate pretinde la topul calității fără componenta internațională prin care trebuie să-și promoveze genofondul intelectual”, dar și o multitudine de idei și începuturi care nu lasă să i se simtă lipsa, căci Rectorul Andrei Galben a construit o viziune strategică asupra rolului universității contemporane prin care a depășit cu mult timpul.

Previțiunea științifică și managerială a Rectorului Andrei Galben este uimitoare. Încă în 2003, în volumul ”Învățământul universitar din Moldova: abordări și experiențe” (în care au fost înserate articole publicat la hotarul dintre milenii), Dumnealui lansează un șir de propuneri, căror le-a fost hărăzită implementarea doar peste mai mulți ani: (1) privind autonomia financiară corelată ”cu principiile responsabilității publice pentru calitatea întregii activități de formare profesională, de cercetare științifică și de prestare a serviciilor pe care le desfășoară instituția”, cum se menționează în documentul adoptat doar în 2012; (2) cu referință la elaborarea unei strategii naționale care va prioritiza domeniul educației ca pe unul important pentru securitatea țării; (3) asupra creării unui sistem de acreditare a serviciilor educaționale care ar promova modelele de înaltă calitate, în general despre instituirea unor standarde de calitate în sistemul educațional; (4) despre europenizarea și internaționalizarea învățământului superior din Republica Moldova, altele. Este demn de remarcat faptul că aceste idei sunt folosite în mod activ în scopuri practice până în prezent.

Chiar din primii ani ai existenței ULIM-ului Rectorul Andrei Galben a fost preocupat de crearea unui concept educațional universitar. În prima jumătate a deceniului trecut a propus o structură inedită a conceptului universitar, în conformitate cu care au fost redactate și strategiile educaționale ale facultăților. Curios lucru, dar am surprins în timpul autoevaluării programelor de licență de la facultate în vederea evaluării externe că structura conceptului educațional și strategia de dezvoltare conținută în acesta au condiționat realizarea solicitărilor standardelor de evaluare.

Rectorul Andrei Galben, în calitate de cercetător și manager vizionar, întotdeauna a înțeles că dezvoltarea economiei și a sferei sociale este imposibilă fără cadre. Această preocupare a devenit cea mai importantă direcție a activității sale, realizând-o atât prin susținerea tinerilor de perspectivă în căpătarea studiilor universitare, cât și printr-un sistem eficient de management al cadrelor

universitare. Grație acestei preocupări ULIM oferă posibilitatea pregătirii profesionale la toate trei cicluri de studii universitare – licență-masterat-doctorat, fiind orientat și spre explorarea programelor de formare continuă. Sute de tineri cu capacități deosebite au fost susținuți din bugetul ULIM. Mulți din aceștia ocupă astăzi funcții importante în stat, s-au realizat în profesie sau cercetare peste hotare, promovează idealul ULIM-ului formulat de Rectorul Andrei Galben: ”de a activa în condițiile concurenței dure a lumii fără hotare, a societății umane în care frontierele de altă dată își pierd importanța, iar integrarea regională domină”.

Încă în timpul vieții, dar îndeosebi după plecarea în nemurire, am întâlnit cercetători și universitari, care mi-au vorbit despre excepționalitatea Rectorului Andrei Galben, unii chiar numind-o ”fenomenul Andrei Galben”, menționând că el nu numai că a creat Universitatea Liberă Internațională din Moldova, dar a adus, de asemenea, o contribuție serioasă la dezvoltarea educației universitare din țara noastră. S-a menționat că activitatea Rectorului Andrei Galben și spiritul de competitivitate și creativitate al ULIM-ului, pe care Dumnezeu l-a impulsionat, a fost unul decisiv pentru reformele din sistemul universitar național. Rămăși cu un sentiment de mândrie că l-am avut alături, l-am susținut în inițiative, continuăm să păstrăm și să multiplicăm moștenirea pe care ne-a lăsat-o Rectorul Andrei Galben. Amintirea despre efortul și energia pe care Dumnezeu le-a investit în această operă a vieții sale ne conferă responsabilitatea și obligația de a o continua. Și aceasta este cea mai demnă manifestare a memoriei și respectului pe care îl purtăm Fondatorului și Rectorului Universității Libere Internaționale din Moldova Andrei Galben.

RUSNAC Svetlana,  
*Decan Facultatea Științe Sociale și ale Educației*

## I. ECONOMIC AND SOCIAL SCIENCES

### I. ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI SOCIALE

#### 1.1. ECONOMICS SCIENCES

##### 1.1. ȘTIINȚE ECONOMICE

UDC: 338.4

### ECONOMIC-MANAGERIAL ESSENTIAL OF OPERATIONAL STRATEGIES IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

#### ESENȚA ECONOMICO-MANAGERIALĂ STRATEGIILOR OPERAȚIONALE ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII INDUSTRIALE

*BURLACU Natalia, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
RUSU Vasilica, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*BURLACU Natalia, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
RUSU Vasilica, doctorand,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *One of the most important conditions for the prosperity of the national economy is the high efficiency of production processes, which implies rational use of resources, improvement of operational processes, strategic planning, operations, considering uncertainties, improving the quality and competitiveness of products.*

**Adnotare:** *Una dintre cele mai importante condiții pentru prosperitatea economiei naționale este eficiența ridicată a proceselor de producție, ceea ce implică utilizarea rațională a resurselor, îmbunătățirea proceselor operaționale, planificare strategică, operațiuni, cu considerarea incertitudinilor, îmbunătățirii calității și competitivității produselor.*

**Keywords:** *operational processes, survival, production management, operational management.*

**Cuvinte-cheie:** *procesele operaționale, supraviețuirea, management de producție, management operational.*

#### Întroducere

Eficiența gestionării unei întreprinderi industriale depinde într-o mare măsură de realizarea obiectivelor de producție. Prin urmare, problemele de analiză și optimizare a procesului operațional, identificarea rezervelor pentru creșterea productivității și găsirea modalităților de reducere a intensității resurselor programelor de producție rămân relevante. În epoca post-industrială, atunci

când serviciile se împletesc cu producția industrială, atât la nivel macro cât și micro, când principalele avantaje competitive sunt stabilite în produsul nu numai în proces, dar, de asemenea, în cooperare cu toți membrii lanțului de aprovizionare, noi credem că este mai oportun să vorbim despre strategia operațională a unei întreprinderi industriale, nu de cea de producere.

Schimbările globale și locale asociate cu orientarea economiei privind modernizarea și dezvoltarea inovatoare, cu o creștere a imprevizibilității proceselor de piață, cu creșterea numărului de rețele de afaceri și întrepătrundere a economiilor, odată cu intrarea României în OMC, provoacă o serie de probleme în managementul activităților operaționale ale întreprinderilor industriale. Una dintre cele mai importante condiții pentru prosperitatea economiei naționale este eficiența ridicată a proceselor de producție, ceea ce implică utilizarea rațională a resurselor, îmbunătățirea proceselor operaționale, planificare strategică, operațiuni, cu considerarea incertitudinilor, îmbunătățirii calității și competitivității produselor. Producția și aspectul tehnologic al dezvoltării este adesea pus în umbră pe nedrept de noile tendințe științifice, însă anume activitățile operaționale sunt fundamentul fără de care este imposibil de a raționaliza și construi o structură eficientă a economiei post-industriale. Și aici este nu numai nevoia de reînnoire a capitalului fix al industriei, pentru a ridica nivelul tehnic al producției, implicarea angajaților în procesul de îmbunătățire a calității și conștientizarea necesității unei restructurări radicale a producției, dar, de asemenea, este nevoie de noi abordări în managementul întreprinderii industriale și a operațiunilor sale. Întrucât gestionarea operațională este legată de procesele ce formează costul de consum al producției, și exprimă principala competență a întreprinderii industriale, anume aceasta trebuie să ia în considerare un astfel de factor ca incertitudinea. Sub influența transformărilor dinamice care au loc în economia post-industrială, proprietățile incertitudinii mediului extern s-au modificat, și anume, au avut loc modificări discrete și nu interconectate, ceea ce a început să apeleze la sistem atunci când ritmul upgrade-urilor de produs a fost accelerat, apar descoperiri tehnologice, se schimbă granițele tradiționale ale industriilor, concurența se transformă în una hiper.

### Material și metodă

Aparatul instrumental-metodologic al cercetării este bazat pe utilizarea metodelor științificogenerale, economico-generale și speciale: abstracto-logice, economico-statistice, structurofuncționale, constructive. În procesul cercetării au fost utilizate metodele analizei sistemice, modelării economico-matematice, statisticii matematice, precum și metodele analizei economice.

Baza informațional-empirică a cercetării au format-o materialele monografiilor, articolelor în publicații periodice și speciale, publicațiilor științifice, precum și materialele conferințelor științifico-practice. Au fost folosite acte normative, rapoarte ale întreprinderilor de transport, date statistice, articole și rapoarte științifice, expuse pe paginile Web ale centrelor științifice din lume.

### Rezultate și discuții

În procesul de cercetare, am identificat câteva definiții ale conceptului de "strategie operațională (de producție)" (Tabelul 1).

Tabelul 1. Definiții ale conceptului de "strategie operațională (de producție)"  
[elaborat de autori în baza materialului studiat]

Autorul	Definiția
Malyuk A.M. Nemchin V.I.	Strategia de producție reprezintă un plan pe termen lung de atingere a obiectivelor operaționale ale organizației, care integrează strategia produsului,

	procesului, strategia de poziționare, strategia de dezvoltare a resurselor umane, strategia asigurării material-tehnice.
Markov V.K.	Strategia de producție este un vector de calitate pe termen lung, definit de dezvoltarea întreprinderii, care vizează utilizarea rațională și dezvoltarea instalațiilor de producție, în scopul de a menține și extinde avantajul competitiv prin creșterea eficienței tuturor elementelor procesului de producție.
Stevenson V.J.	Strategia de producție este o abordare derivată dintr-o strategie comună; sarcina acesteia este de a ghida activitățile de producție a strategiei de producție a companiei; are un spectru de acțiune mai mic decât strategia generală a companiei, și privește în primul rând aspectele de producție ale companiei legate de produse, procese, metode și resurse de producție, de calitate și prețuri, termene de producție și orare de lucru.
Chase R.B.	Strategia operațională ( <i>operations strategy</i> ) determină metoda și nivelul de utilizare a capacității de producție a companiei și contribuie la punerea în aplicare a strategiei corporative (în același mod strategia de marketing a companiei determină care sunt metodele specifice care vor fi aplicate la vânzarea de bunuri și servicii, precum strategia financiară prezintă cele mai eficiente modalități de utilizare a resurselor financiare).

După cum se vede, definițiile cercetătorilor reprezintă puncte de vedere asupra strategiei, de la cele concrete la cele practice. Din definițiile prezentate mai sus, suntem mai aproape de punctul de vedere al V.K. Markov. Un număr de autori dau definiții generale ale termenului în cauză, ceea ce nu ne permite să dezvăluim specificitatea sa funcțională.

O serie de caracteristici concentrate pot fi derivate din definițiile prezentate (Figura 1).

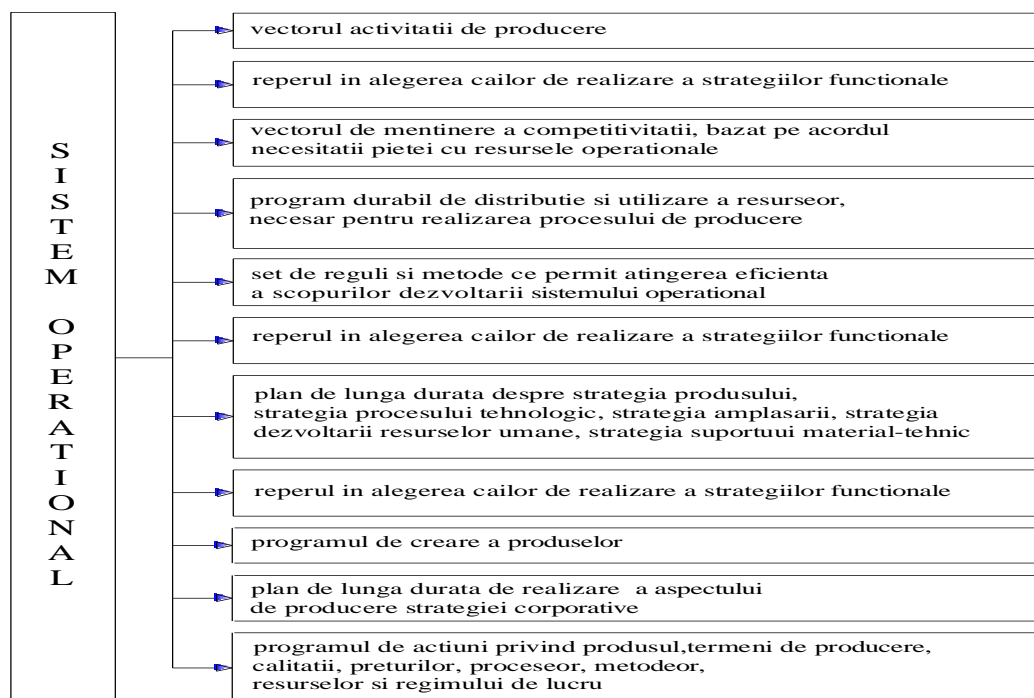


Figura 1. Generalizarea abordărilor de interpretare a strategiei operaționale [elaborat de autori]

Partea rațională a definițiilor prezentate, în opinia noastră, constă în faptul că strategia de producție este ca un program de acțiuni concrete pentru crearea produselor care vizează utilizarea rațională și dezvoltarea capacităților de producție, în scopul de a obține un avantaj competitiv și a satisface mai bine nevoile pieței.

Cu toate acestea, este incontestabil faptul că strategia de operare este responsabilă de legătura logică dintre strategiile funcționale individuale, care vizează aplicarea eficientă a numeroaselor activități necesare pentru crearea și livrarea produsului. Prin urmare, trebuie de remarcat faptul că există opinii care pun accentul pe o anumită prioritate a strategiilor operaționale asupra celorlalte.

Având în vedere faptul că principalele funcții de operare, după cum s-a menționat mai devreme, noi credem că sunt producția, dezvoltarea produselor, marketing și vânzări, este necesar de a lua în considerare faptul că strategia operațională a întreprinderii moderne trebuie să includă blocu de marketing, de produs și de vânzare.

Să ne referim la faptul că termenul de "strategie operațională" pare contrar în sine, deoarece sarcinile operaționale sunt de obicei în contrast cu cele strategice. Cu toate acestea, în acest caz înțelegem activitatea operațională (de producție) a unei întreprinderi, ale cărei aspecte strategice nu sunt deloc triviale. Funcțiile funcționale în industrie sunt orice funcții legate de transformarea resurselor inițiale în componentele produsului final. În cadrul managementului operațional, am fost de acord să înțelegem activitățile de gestionare a resurselor care sunt implicate în producția și livrarea de produse și servicii pe piață. Importanța deciziilor în domeniul activităților operaționale este asociată cu costul ridicat al implementării acestora și, prin urmare, erorile în planificarea producției au un preț ridicat. În această privință, menționăm aspectele care au legătură directă cu construirea unei strategii operaționale:

1. Producere sau cumpărare?
2. Ce proces de ales (proiect, procese în serie, procese de masă)?
3. Care este cel mai bun mod de a localiza o întreprindere (în ceea ce privește clienții, politica de muncă, politicile de gestionare a materialelor, riscurile și climatul politic)?

4. De ales automatizarea sau munca?

5. În ce măsură și în ce domenii de realizat planificarea și controlul?

În plus, strategia operațională organizațională este asociată cu trei etape importante:

- 1) crearea și implementarea unei strategii;
- 2) sprijinirea unei strategii sau dezvoltarea unor oportunități care permit ca organizațiile să își îmbunătățească activitățile;
- 3) asigurarea viabilității strategiei prin oferirea unicității avantajelor pe termen lung ale companiei.

Nu se poate de opus afirmației că, chiar și cea mai de succes strategie de operare nu asigură succesul de la sine, și, deoarece punerea în aplicare a oricărei strategii de sprijinire a activităților întreprinderii la nivel operațional, după schimbarea de strategie ar trebui să urmeze modificările corespunzătoare în activitatea operațională.

Deci, *strategia operațională* este un plan de acțiune a întreprinderii pe termen lung, care descrie aspectul de producție al activității și specifică transformarea resurselor de bază în propunerea întreprinderilor de mărfuri, volumul puterilor implicate, produsele dezvoltate și modul în care acestea se adaptează pe piață, în scopul de a consolida competitivitatea.

Strategia operațională impune toate măsurile planificate de a crea, construi și elimina facilități de producție. Strategia operațională a întreprinderilor industriale moderne este în concordanță cu capacitățile și interesele lanțului valoric.



Strategia operațională cuprinde principiile de bază ale creării de valoare și servește ca un standard față de care se iau multe decizii pentru a înlocui echipamentul în construcția sistemului logistic, reabilitarea activelor fizice, modificări ale proceselor de producție, metodele de planificare și control al producției [2]. Principalele priorități operaționale ale unor autori sunt: durata muncii și momentul realizării comenzilor; calitatea produselor și a lucrărilor; reducerea costurilor; oportunitatea serviciului pentru clienți; reglementarea liniilor de produse; capacitatea companiei de a răspunde cererii în schimbare; flexibilitatea și viteza de a stăpâni un produs nou. Aceste priorități sunt, în general, corecte. În același timp, considerăm necesar să ținem seama de faptul că din a doua jumătate a secolului al XX-lea, accentul strategiei operaționale a fost centrul de operațiuni și procese, care necesită prioritizarea dezvoltării și apoi concentrarea eforturilor de management asupra resurselor productive ale întreprinderii.

Oamenii de știință străini au dezvoltat un model în patru etape, care permite evaluarea rolului strategiei operaționale și contribuția acesteia la dezvoltarea organizației. Esența modelului este că, pe măsură ce capacitățile operaționale cresc și poziția strategică pe piață se consolidează, strategiile operaționale ale companiei se modifică în următoarea ordine:

1. Corectarea problemelor.
2. Utilizarea celor mai bune practici.
3. Leadership în capacitățile operaționale.
4. Prioritate inovatoare și creativă.

La oricare dintre aceste niveluri, strategia operațională trebuie să ia seama de nevoile afacerilor, dictate de sus (venitul pentru investiții, rentabilitatea, creșterea costurilor etc.), precum și cerințele pieței, activitățile curente și oportunitățile de producție. Cea mai semnificativă legătură este, după părerea noastră, între strategia operațională și obiectivele pieței companiei, deoarece practic toți factorii de competitivitate se bazează pe indicatorii activității de producție. Astfel, prețurile scăzute se bazează pe costurile de producție, calitatea înaltă este rezultatul controlului producției și tehnologiei adecvate, livrarea rapidă este determinată de raționalitatea organizării producției, noutatea și gama de produse depind de flexibilitatea activităților de exploatare.

Prin urmare, ei văd activitățile de operare ca un sistem de procese de afaceri, prin care percep un set conex de acțiuni repetate pentru a crea un rezultat final, valabil pentru clienții externi ai întreprinderii sau pentru întreprinderea în sine (Figura 2).

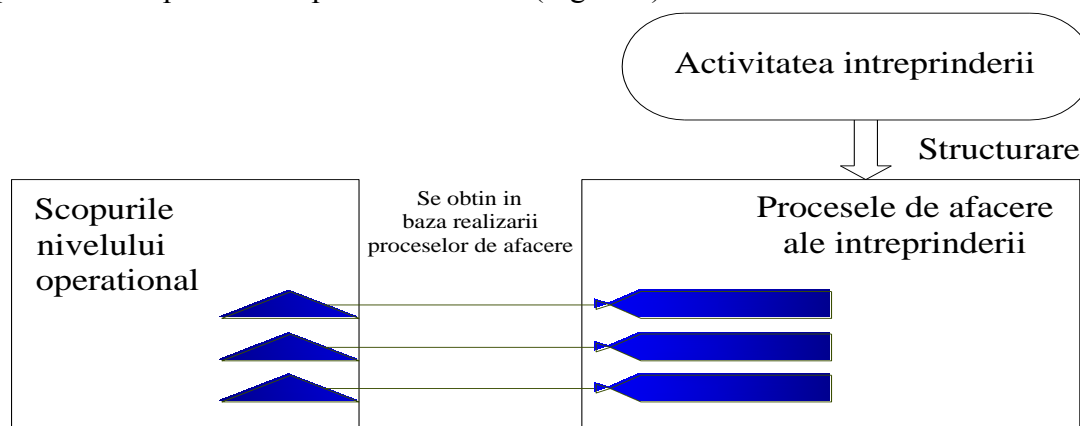


Figura 2. Structurarea obiectivelor nivelului operațional [elaborat de autori]

Când strategia operațională a unei întreprinderi se schimbă, se ajustează arborele obiectivelor sale strategice. Suntem de acord că pentru implementarea adaptivă a proceselor de afaceri, este necesar să se efectueze o analiză a corespondenței obiectivelor operaționale cu



obiectivele strategice, cu fiecare schimbare a strategiei de dezvoltare a companiei. Aceasta permite identificarea atât a proceselor de afaceri, ale căror scopuri nu susțin realizarea obiectivelor strategice, cât și a obiectivelor strategice, realizarea cărora nu este asigurată de procesele de afaceri existente. În procesul acestei analize, se poate baza, de asemenea, pe următoarele principii:

- dacă obiectivul care rezultă din implementarea unui anumit proces de afaceri nu vizează atingerea vreunui obiectiv strategic, atunci implementarea unui astfel de proces trebuie oprită;
- dacă nici unul dintre scopurile proceselor de afaceri existente nu suportă un nou obiectiv strategic, atunci este necesară proiectarea unui nou proces de afaceri;
- dacă ansamblul obiectivelor proceselor de afaceri care vizează implementarea unui obiectiv strategic nu asigură atingerea integrală a unui obiectiv strategic în noile condiții, este necesară realizarea unui nou proces de afaceri;
- dacă scopul procesului de afaceri asigură atingerea unui obiectiv strategic, atunci este necesară diagnosticarea procesului de afaceri pentru eficacitatea realizării obiectivului și, dacă este necesar, să se optimizeze procesul de afaceri specificat [3].

În opinia noastră, atunci când se construiește o strategie operațională, este de asemenea necesar să se ia în considerare relația sa cu ciclul de viață al produsului. Cu alte cuvinte, parametrii diverși ai activității operaționale joacă un rol-cheie în fiecare etapă a ciclului de viață.

Noi am completat lista parametrilor întâlniți în literatură:

- flexibilitate - abilitatea de a se adapta în timp util nevoilor clienților în schimbare. Ea determină nivelul stocurilor, cazurile de lipsă de materii prime sau produse finite; viteza - durata de deplasare a mărfurilor de la producător la consumator;
- costurile de producție și de vânzare;
- calitatea produsului;
- fiabilitate - gradul de aderență la timpul de livrare (exprimat în ceea ce privește frecvența și amplexarea abaterilor de la un program de livrare stabil).

Astfel, abordările la dezvoltarea strategiilor de operare a întreprinderilor sunt diferite, dar ele se bazează pe orientările generale:

- 1) asigurarea unei legături formale între obiectivele strategice globale și resursele disponibile;
- 2) utilizarea factorilor de competitivitate, semnificativi pentru consumatori;
- 3) asigurarea nivelului de performanță nu mai mic de cel al concurenților;
- 4) luarea în considerare a "decalajului" dintre starea dorită și cea reală.

Trebuie de remarcat faptul că gama de probleme acoperite de strategia de operare a întreprinderii, este destul de largă. Aceasta include domeniile de bază: dezvoltarea de noi produse, construirea unui lanț de aprovizionare, organizarea producției și alegerea tehnologiei. Pe lângă acestea, este posibilă distingerea ariilor de infrastructură: planificarea funcțiilor operaționale și legăturile cu diviziile de producție, determinarea numărului și structurii echipamentului, evaluarea și îmbunătățirea activităților de exploatare, dezvoltarea relațiilor cu furnizorii. În cele din urmă, strategia operațională ar trebui să contribuie la îmbunătățirea eficienței producției, mai ales când întreprinderile de producție, care sunt sisteme complexe cu multe variabile de diferite tipuri, funcționează în condiții de incertitudine.

### Concluzii

Caracteristicile specifice ale managementului operațional în raport cu producția sunt: concentrarea pe gestionarea nu numai a proceselor legate de producția de materiale, dar, de asemenea, procesul de creare de valoare suplimentară pentru consumator; accentul pe sprijinirea

fezabilității întregii afaceri, nu doar a proceselor de producție; necesitatea de evaluare a eficacității nu numai a indicatorilor performanței procesului de producție, ci și a indicatorilor care caracterizează schimbarea valorii afacerii, a pozițiilor pe piață, a satisfacției. Caracteristicile distinctive ale gestionării operaționale a întreprinderilor industriale în comparație cu zona de serviciu pot fi reduse la: operațiunile și eficiența lor în industrie pot fi măsurate într-o manieră simplă, deoarece rezultatul lor este o cantitate specifică de produse materiale; în industrie este mai ușor să se introducă standarde de calitate pentru produse și procese; în industrie, există posibilitatea de a acumula rezerve.

Locul managementului operațional în sistemul modern de management al întreprinderii este condiționat de faptul că procesul operațional este principalul proces de creare de valoare în cadrul întreprinderii. Prin urmare, ar trebui să fie considerat o definiție a sarcinilor de gestionare a altor sfere ale managementului întreprinderii. Exprimând competența principală a unei întreprinderi industriale, managementul operațional, într-un plan tactic, asigură continuitatea procesului de producție și furnizarea de produse pe piață.

Strategiile operaționale ale întreprinderilor se schimbă în fiecare deceniu, în conformitate cu schimbarea de abordare a managementului producției, concentrându-se în primul rând asupra productivității și economiei de scară, la calitatea economiei, pentru a asigura flexibilitatea producției din contul planificării producției, orientate spre client, și apoi - la economia de viteză, privind inovarea și cunoștințele, competența și cooperarea.

Definiții ale strategiei de operare, găsite în literatura contemporană, ea reprezintă un program de acțiuni concrete pentru a crea produse care vizează utilizarea rațională și dezvoltarea capacităților de producție, în scopul de a obține un avantaj competitiv și satisface mai bine nevoile pieței. Strategia de exploatare prezentată în teză este un plan de acțiune al întreprinderii pe termen lung, care descrie aspectul de producție al tehnologiei utilizate și specifică transformarea resurselor de bază în oferta de mărfuri a întreprinderii, volumul capacităților implicate să dezvolte produsul și modul în care acestea se adaptează la piață, cu scopul de a consolida competitivitatea. Parametrii strategiei operaționale (flexibilitatea, calitatea produselor în înțelegerea extinsă, fiabilitatea, costurile, viteza) variază în funcție de stadiul ciclului de viață al produselor.

Cunoașterea naturii incertitudinii mediului permite detectarea instrumentelor analitice care sunt cele mai potrivite pentru utilizare. În acest sens, se evidențiază caracteristicile cheie ale strategiei de operare în fața incertitudinii: pe baza competențelor distinctive ale întreprinderii; cerințele de înregistrare ale pieței și dinamica schimbărilor care au loc în piață; disponibilitatea de programe pentru a răspunde la acțiunile concurenților și a partenerilor; elaborarea programului de măsuri anticriză, în cazul unor situații nefavorabile în mediul intern și extern; având în vedere acțiunile anticipate ale concurenților.

Toate acestea evidențiază necesitatea unui studiu mai profund a precondițiilor și tipurilor de incertitudine, precum și metodele de evaluare a riscului în punerea în aplicare a strategiei de operare. De asemenea, este necesar de a fi analiate și elaborate dispoziții metodologice referitoare la componentele cheie ale activităților de exploatare - evaluarea capacității de producție, definirea gamei de ieșire, echipamente de planificare a capacității. Se pare că în urma acestei cercetări poate fi dezvoltat algoritmul de selectare a strategiei de funcționare a unei întreprinderi industriale în condițiile de incertitudine.

### **Bibliografia**

1. Hill A. V. The encyclopedia of operations management: a field manual and glossary of operations management terms and concepts. USA: Pearson Education, 2012. 400 p.
2. Slack N., Chambers S., Johnston R. Operations management. Italy: Printed and bound by Rotolito Lombarda, 2010. 686 p.
3. Richard B. Chase. Production and Operations Management. USA: Eighth Edition University of Southern California, 2004. 267 p.

UDC: 338.24

## BUSINESS ANALYSIS AS A NEW DIRECTION OF ECONOMIC ANALYSIS

## БИЗНЕС-АНАЛИЗ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*BYCHKOVA S.M., PhD in Economics, University Professor,  
Saint Petersburg State Agrarian University, Saint-Petersburg, Russia*  
*KHUSEYN ABDURAHMONOV. A., Postgraduate  
Saint Petersburg State Agrarian University, Saint-Petersburg, Russia*

*БЫЧКОВА С.М., доктор экономических наук, профессор,  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский Государственный Agrарный университет»,  
Санкт-Петербург, Россия*  
*ХУСЕЙН АБДУРАХМОНОВ. А., аспирант,  
ФГБОУ ВО ВО «Санкт-Петербургский Государственный Agrарный  
университет», Санкт-Петербург, Россия*

**Annotation:** *This article identifies the essence of business analysis as a new analytical direction in the economy, the key features of business analysis, its role in ensuring the successful functioning of the organization in the changing business environment and background. A new type of economic analysis — business analysis — should be considered in its broadest sense as further development of integrated economic analysis related to the study of business processes, business units and business models of commercial organizations.*

**Аннотация:** *в данной статье определена сущность бизнес-анализа как нового аналитического направления в экономике, охарактеризованы ключевые особенности бизнес-анализа, его роль в обеспечении успешного функционирования деятельности организации в постоянно меняющейся деловой и фоновой среде. Новое направление экономического анализа – бизнес-анализ следует рассматривать в самом смысле как этап закономерного развития комплексного экономического анализа, связанный с изучением бизнес-процессов, бизнес-единиц и бизнес-моделей коммерческих организаций.*

**Keywords:** *business analysis, stakeholder, requirements, efficiency of the company, business needs.*

**Ключевые слова:** *бизнес-анализ, стейкхолдеры, требования, эффективность, предприятие, потребности бизнеса.*

### Введение

Не только успех, но и само выживание коммерческих организаций в условиях рыночной экономики во многом зависят от мотивации и качества аналитического обоснования оперативных, тактических и стратегических управленческих решений.

Потребности развития рыночной экономики объективно требуют формирования методологии учетно-аналитического и контрольного обеспечения управления современным бизнесом.

Анализ призван создать условия не для запаздывающих реакций, а для четкого определения направлений и масштабов упреждающих воздействий на бизнес. Действенным инструментом для выполнения этой задачи способен выступить бизнес-анализ, как сравнительно новое направление экономической работы.

Бизнес-анализ - это новое направление экономического анализа. Область бизнес-анализа традиционно связывают с решением задач по построению системы информационного обеспечения принятия бизнес-решений

### **Материалы и методы исследования**

В современной литературе можно обнаружить различные взгляды на определение бизнес-анализа например: Горшкова Л.А. считает, что под бизнес анализом понимается необходимый компонент реализаций основных функций управления (планирования контроля и т.д). Процесс и инструментарий оценки в прошлом, настоящем и будущем, бизнес-отношений самостоятельного субъекта хозяйствования: операционных, финансовых, маркетинговых, организационных, инвестиционных [5, с.18].

По информации Бариленко В.И., бизнес анализ следует понимать как этап закономерного развития комплексного экономического анализа, изучающий бизнес-процессы, бизнес единицы и бизнес модели коммерческих организаций. Показатели деятельности анализируют в сопоставлении с требованиями заинтересованных сторон (стейкхолдеров), а так же с лучшей практикой в сфере бизнеса, к которой относится деятельность организации [4, с.17].

Еще одна трактовка понятия «бизнес-анализа» представлена позицией Зайцевой О.П., «бизнес-анализ» – это познавательная деятельность, направленная на всестороннее изучение бизнеса как самостоятельной социально-экономической системы. На практике бизнес-анализ часто сконцентрирован на разработке и решении конкретной проблемы, т.е. носит проблемно-ориентированный характер [6, с.35].

Пашков М.П. считает что бизнес-анализ это дисциплина, связанная с выявлением бизнес-потребностей организации и решением ее бизнес проблем, как организационными методами, так и путем внедрения информационных систем [8, с.91].

Наиболее авторитетным можно считать мнение Международного института бизнес-анализа (International Institute of Business Analysis-ИВА), которое было разработано и опубликовано как свод знаний по бизнес-анализу где сказано что бизнес-анализ это набор задач и техник (методов), используемых для работы в качестве связующего звена между заинтересованными сторонами для того, чтобы понять структуру, политики и операции организации, а также рекомендовать решения, которые позволят организации достичь своих целей [7].

Бизнес-анализ позволяет предприятию сформулировать потребности с обоснованием изменения, разработать и описать решения которые могут обеспечить качество.

Учитывая данные в ходе анализа определения, можно согласиться с данными авторами, и в дальнейшем учитывать то, что бизнес-анализ это деятельность по выявлению потребностей заинтересованных сторон в изменениях, направленных на принесение ценности заинтересованным сторонам в определенном контексте, и донесению до заинтересованных лиц обоснований решений, описывающих возможные пути реализации этих изменений. По нашему мнению в такой формулировке определения кажется более точным.

Как и вся научная дисциплина, бизнес анализ имеет объект и предмет изучения.

Таблица 1. Определение объекта и предмета бизнес-анализа [4; 5; 6]

Объект и предмет	Содержание	Авторы
Объект	бизнес-процессы, бизнес единицы, бизнес модели коммерческих организаций, показатели их деятельности, требования их стейкхолдеров и внешняя среда.	Бариленко В.И.
	бизнес как предпринимательская деятельность, совокупность бизнес процессов и социально экономических отношений.	Горшкова Л.А., Зайцева О.П.
Предмет	экономические явления, происходящие в результате осуществления как отдельных бизнес-процессов, так и всей деятельности бизнес-единиц и коммерческих предприятий в целом, причинно-следственные связи этих явлений и процессов, а так же их соответствие требованиям стейкхолдеров организации.	Бариленко В.И.
	бизнес деятельность, ее комплексное изучение с целью объективной оценки эффективности и выявления резервов ее повышения, а также обеспечения устойчивости функционирования самостоятельных хозяйствующих субъектов.	Горшкова Л.А.
	конкретный аспект объекта, на котором сконцентрировано внимание дисциплины.	Зайцева О.П.

В целом такое разнообразие в терминах, как показывает анализ литературных источников, объясняется желанием авторов подчеркнуть важность какого-либо из вопросов в рамках бизнес-анализа. Каждое из этих определений по-своему правомерно, но в целом отвечает лишь отдельным задачам в каждом конкретном случае.

Согласно суждением В.И. Бариленко, целевая направленность бизнес-анализа заключается в информационном обеспечении эффективного корпоративного управления, которое понимается как система взаимодействия между акционерами и менеджментом организации, а также с другими заинтересованными сторонами с целью реализации интересов собственников и законных прав остальных стейкхолдеров.

Другие авторы (Зайцева О.П., Горшкова Л.А., Пашков. М.П.) тоже разделяют эти понятия.

Таким образом, можно считать, что главная цель бизнес-анализа заключается в выявлении и устранении неопределенности относительно организационных изменений, результатом которых будет являться создание моделей, которые обеспечивают понимание. Следует заметить, что выбор цели бизнес-анализа во многом определяет бизнес-модель экономического субъекта в целом.

Основную задачу бизнес-анализа Уэйн У. Эккерсон видит в улучшении информации для ускорения корпоративных процессов и обеспечения максимальной эффективности в достижение стратегических целей [9].

По мнению Горшковой Л.А., над задачей понимается сложный вопрос, проблема, требующие исследования и разрешения. Бизнес-анализ может выполняться, как в рамках



проекта, так и в ходе эволюции экономического субъекта и его непрерывного развития для определения текущего и будущего состояния, а также для разработки действий, которые необходимы для перехода от текущего состояния к будущему.

Одним из ключевых понятий бизнес-анализа является «требование» (requirement). В соответствии с Руководством ПВА, этот термин может употребляться в трех значениях:

- как условие или возможность, которые необходимы заинтересованному лицу для решения проблемы или достижения поставленной цели;
- как условие или возможность, которые должны обеспечиваться применяемым решением или его компонентой для соответствия контрактным обязательствам, стандартам, спецификациям и другим документам нормативного характера;
- как формализованное (в виде документа) описание условия или возможности, описанных выше.

Требования можно сформулировать либо до начала решения проблемы, либо позже, в процесс решения проблемы. Также отметим, что требования могут формироваться как следствие анализ других требований.

Согласно руководством ВАВОК v3, можно выделить следующие группы требований:

1. Бизнес-требования: высказывание целей, задач и результатов, которые описывают почему было инициировано изменение. Они могут применяться для всего предприятия, бизнес-области или для конкретной инициативы.
2. Требования заинтересованных сторон: описывают потребности заинтересованных сторон, которые должны быть выполнены для удовлетворения бизнес-требований. Они могут служить в качестве моста между бизнес-требованиями и требованиями к Решению.
3. Требования к Решению: описывают возможности и качества Решения, которые удовлетворяют требования заинтересованных сторон. Они обеспечивают соответствующий уровень детализации, позволяющий вести разработку и внедрение Решения. Требования к Решению можно разделить на две подкатегории:
4. Функциональные требования: описывают возможности, которые Решение должно иметь в терминах поведения и информации, которой Решение будет управлять;
5. Нефункциональные требования или требования к качеству обслуживания: не относятся непосредственно к поведению функциональности Решения, а скорее описывают условия, при которых Решение должно оставаться эффективным, или качества, которым Решение должно удовлетворять.
6. Переходные требования: описывают возможности, которые Решение должно иметь и условия, которым Решение должно удовлетворять, чтобы обеспечить переход от текущего состояния к будущему состоянию, но которые будут не нужны после того, как изменения будут осуществлены. Эти требования отличаются от других типов требований, поскольку они носят временный характер. Переходные требования относятся к таким темам как — преобразование данных, обучение и обеспечение непрерывности бизнеса [1].

### Результаты и обсуждения

Бизнес-анализ позволяет осуществить переход от линейного процесса выработки инновационных решений (внедрение нововведений в директивном порядке по линейной траектории от нового знания к новому продукту) к системному процессу самостоятельного



выбора направлений инновационного развития на основе анализа деятельности организации, конъюнктуры рынка и состояния внешней среды, имеющегося инновационного потенциала и требований ключевых заинтересованных сторон [2, с. 36].

Бизнес-аналитик выполняет роль 360 градусов в проекте, начиная с бизнес технологий (ИТ).

На практике, бизнес-аналитик несет очень большая ответственность которое представлено на Рисунке 1.

Сфера активности бизнес-аналитика лежит в области экономического анализа, управленческого консультирования и организационного развития, моделирования и реинжиниринга бизнес-процессов, аналитического обоснования построения эффективных бизнес-моделей.

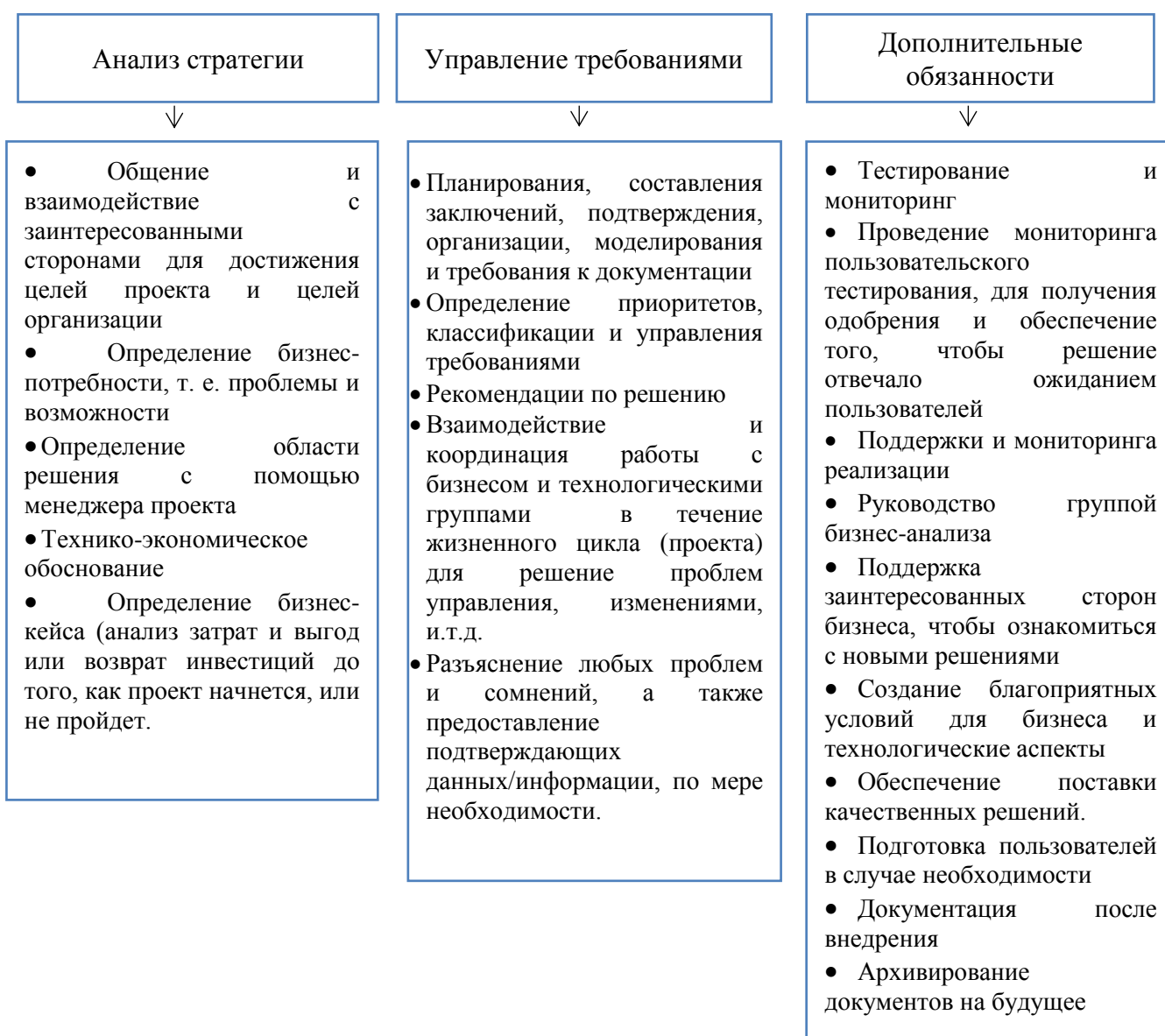


Рисунок 1. Основные обязанности бизнес-анализа и бизнес-аналитика [3, с.519]

### **Выводы**

Выводы и рекомендации по результатам проведенного бизнес-анализа содержат не только конкретную цепочку действий по разрешению обнаруженной проблемы и повышению качества функционирования организации, но и подробные оценки эффективности внедрения предложенных действий (решений). Решения, предложенные бизнес-аналитиками, включают внедрение программного продукта, сетевого сервиса (область IT-бизнес-анализа), реинжиниринг бизнес процессов, пересмотр организационной структуры, инсорсинг (передачу продукта другому исполнителю) и др.

Оценка эффективности внедрения предложений включает оценку ограничений бизнеса, например по времени, бюджету, нормативно правовому регулированию.

Процедуры бизнес-анализа направлены на повышение качества деятельности организации, заинтересованных сторон и качества жизни населения.

### **Библиография**

1. A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge (BABOK). Version 3. Toronto: International Institute of Business Analysis, 2015. 50 p.
2. Freeman R. Edward Strategic Management: a stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984. 287 p.
3. Sandhya Jane Business Analysis: the question and answer book. ANISAN Technologies Inc. 2016. 289 p.
4. Бариленко В.И. Основы бизнес-анализа. М.: Кнорус, 2014. 272 с.
5. Горшкова Л.А. Теория бизнес-анализа. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета, 2011. 354 с.
6. Зайцева О. П. Бизнес-анализ. Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2013. 106 с.
7. Официальный сайт Международного института бизнес-анализа. <https://iiba.ru/>
8. Пашков М.П. Методология бизнес-анализа. Новосибирск: НГУЭУ, 2015. 211с.
9. Эккерсон У.У. Панели индикаторов как инструмент управления: ключевые показатели эффективности, мониторинг деятельности, оценка результатов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 396 с.

UDC: 338.48

**MODERN THEORETICAL VIEWS ON THE CONCEPTS POLICY, STRATEGY  
AND TACTICS IN TOURISM**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОЗЗРЕНИЯ НА ПОНЯТИЯ  
ПОЛИТИКА, СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА В ТУРИЗМЕ**

*CROTENCO Iurii, PhD in Economics, University Professor,  
Institute of International Relations of Moldova, Chisinau*

*CROTENCO Irina, PhD student,  
Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau*

*ZHIGHAREVA Elena, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*КРОТЕНКО Юрий, доктор хабилитат, профессор,  
Институт Международных Отношений Молдовы, Кишинэу*

*КРОТЕНКО Ирина, докторант,  
Молдавская Экономическая Академия, Кишинэу*

*ЖИГАРЕВА Елена, докторант,  
Международный Независимый Университет Молдовы, Кишинэу*

***Annotation:** Are explored the essence and content of the terms “policy”, “strategy” and “tactics” in strategic management. Are revealed theoretical approaches to the concepts of policy, strategy and tactics in tourism. Are formulated conclusions on the problem of the formation of the conceptual apparatus of strategic management in tourism.*

***Аннотация.** Исследуются сущность и содержание терминов «политика», «стратегия» и «тактика» в стратегическом менеджменте. Раскрываются теоретические подходы к понятиям политика, стратегия и тактика в туризме. Сформулированы выводы по проблеме формирования понятийного аппарата стратегического менеджмента в туризме.*

***Keywords:** strategic management, policy, strategy, tactics, tourism.*

***Ключевые слова:** стратегический менеджмент, политика, стратегия, тактика, туризм.*

**Введение**

На современном этапе экономического развития одной из предпосылок успешной реализации поставленных целей и задач на всех уровнях хозяйствования является формулирование и развитие теоретических основ управленческой науки (менеджмента). Значительную роль в этих процессах занимает реализация стратегического подхода к управлению, формированию системы стратегического менеджмента. Важными компонентами системы стратегического менеджмента и его функции стратегического планирования являются политика, стратегия и тактика. Исследование их сущности, содержания, особенностей, механизмов формирования и применения приобретает в

современной экономике все более важную роль как на национальном, региональном, так и на отраслевом уровне.

Одной из наиболее значимых отраслей современной глобальной экономики является туризм. Именно его место и роль в мировой экономике (10% глобального ВВП и лидерство в мировой торговле услугами) предопределяют необходимость внедрения в систему менеджмента отрасли самых передовых и прогрессивных концепций современной экономической науки. Особенно важным представляется изучение сущности и содержания теоретических подходов к определению понятий политика, стратегия и тактика, что позволит обеспечить комплексный стратегический подход к управлению отраслью туризма в Молдове.

### Материалы и методы исследования

Основу современной теории управления (менеджмента) составляет глубоко научное формулирование теоретических подходов к разработке современного понятийного аппарата для всех компонентов науки менеджмент: предмет, объект, принципы, функции, методы и т.д., в том числе в сфере стратегического менеджмента. Понятийному аппарату уделяется важной место в большом массиве научных трудов по менеджменту. В частности, Майкл Мескон, Майкл Альберт и Франклин Хедоури в своем произведении выделяют такие понятия как политика, тактика, процедура и правила, которые, по их мнению, являются основными компонентами формального планирования и способствуют процессу реализации стратегии [12], как элемента системы стратегического менеджмента. Этот понятийный аппарат может применяться не только на уровне стратегического менеджмента предприятия, но также для населенного пункта, территории, отрасли, государства, интеграционной группы стран или глобальной экономики в целом.

Рассмотрим каждое понятие в отдельности. Так, политика, например, представляет собой многофункциональное и многогранное понятие, которое обладает сложной структурой, своим субъектом, объектом, функциями и т.п. Термин «политика» (греч. *πολιτική*) в античной культурной обозначал традиции, искусство управления государством. Сегодня существуют различные определения политики:

- политика — совокупность концепций, идей, теорий, взглядов, используемых в управлении государством [6].
- политика — область взаимоотношений и различных видов деятельности между социальными общностями людей по осуществлению общих интересов с помощью разнообразных средств, основным из которых выступает политическая власть [7].
- политика — это деятельность государственной власти в области управления и международных отношений; деятельность той или иной общественной группировки, партии, класса, определяемая их целями и интересами [15] и др.

В широком смысле слова политику можно рассматривать и как сферу общественной деятельности, связанную с проблемой завоевания, удержания и использования власти, и как своеобразную форму взаимоотношений, взаимодействия, коммуникации между людьми. Однако в современном обществе значение термина политика становится все более расширенным, охватывая не только собственно политическую (политологическую) терминологическую составляющую, но и распространяющееся на другие науки и виды деятельности (экономическую, отраслевую, социальную, научную, образовательную и т.д.).

Так, термин политика все больше используется в экономической науке, где он также является важным понятием, связанным как в целом с менеджментом, так и с его

стратегической компонентой. По мнению Мескона М. и др., политика представляет собой общее руководство для действий и принятия решений, которое облегчает достижение целей. Она должна формироваться на длительный период времени на основе и в дополнение к долгосрочным и тактическим планам. Политика направляет действие на достижение цели или выполнение задачи. Она объясняет, каким образом должны быть достигнуты цели, устанавливая вехи, которым нужно следовать. Она предназначена для сохранения постоянства целей, а также для того, чтобы избежать принятия близоруких решений, основанных на требованиях данного момента [12, с. 205].

Макс Вебер указывал, что политика — это общее управленческое понятие, уточняя при этом, что второе его значение связано с функционированием государства [3].

Толкотт Парсонс, развивая понятие социального действия, введенное Вебером, отождествлял политику с функцией целедостижения в системе социальных действий [11, с. 27], чем, по нашему мнению, серьезно сужал сферу применения термина политика, удаляя из него внесоциальный компонент.

### Результаты и обсуждения

Рассматривая политику на макроуровне выделяют такие ее виды как внешняя и внутренняя, экономическая и внешнеэкономическая, инновационная, отраслевая (промышленная, аграрная, торговая, финансовая, кредитно-денежная, в области туризма, здравоохранения, образования и т.п.), фискальная, антикризисная, социальная, в том числе политика в сфере занятости и многие другие. Многообразие политик позволяет группировать их по сферам жизни общества, уровням управления, объему и сложности решаемых задач, направлениям воздействия и др. В пределах направлений просматриваются подвиды политик. В частности, в рамках экономической политики государства можно выделять миграционную, инвестиционную, инновационную, маркетинговую политику и др. В свою очередь на микроуровне (в рамках предприятия) политика может быть кадровой, производственной, учетной, финансовой и т.д. Некоторые политики могут формироваться и реализовываться одновременно на нескольких уровнях хозяйствования, обладая при этом определенной самостоятельностью, специфичностью и индивидуальностью.

Одно из наиболее часто используемых определений термина «экономическая политика» раскрывает его как деятельность правительства в экономической сфере или система экономических мероприятий, осуществляемых государством [7].

Экономическая политика может быть определена как совокупность мер и действий правительства по выбору и осуществлению экономических решений на макроэкономическом уровне. Реализация экономической политики предполагает достижение общественно значимых целей. Цели экономической политики определяются состоянием экономики страны в данный момент [5], динамикой развития, влиянием факторов внешней среды и т.д.

Ряд авторов конкретизируют термин «экономическая политика» до более конкретного «государственная экономическая политика». Так, А.Б. Борисов в Большом экономическом словаре дает следующее определение государственной экономической политике: это генеральная линия действий и совокупность мер, проводимых правительством от лица государства в области производства, распределения, обмена, потребления, накопления, экспорта, импорта экономического продукта в стране. При этом, по мнению А.Б. Борисова, государственная экономическая политика складывается из структурной, инвестиционной, ценовой, финансово-кредитной, внешнеэкономической, социальной политики, а также политики в области труда и занятости [2].

Аналогичное толкование термину государственная экономическая политика дается Б.А. Райзбергом и др. в современном экономическом словаре. Однако авторы несколько расширяют перечень политик, составляющих государственную экономическую политику, включая в нее, в частности, дополнительно еще бюджетную и институциональную [13].

Большинство исследователей сходятся во мнении, что на том или ином этапе развития страны целями экономической политики могут быть:

- 1) Рост благосостояния населения и сокращение доли малообеспеченных и социально слабо защищенных его групп;
- 2) Обеспечение устойчивого роста национальной экономики;
- 3) Поддержание эффективного размера занятости;
- 4) Стабилизация уровня цен, борьба с инфляцией;
- 5) Обеспечение сбалансированного внешнеторгового баланса;
- 6) Активизация инновационного развития страны и др.

И хотя эти цели не равнозначны, они в той или иной мере отражают сущность национальной экономической политики.

Существуют различные подходы и критерии классификации в сфере экономической политики. При подходе на основе отраслевых, институциональных критериев принято выделять следующие направления: промышленное, аграрное, социальное, транспортное, внешнеэкономическое и другие. Основываясь на функционально ориентированном подходе, выделяют: финансовое, структурное, конъюнктурное, ценовое, валютное и другие направления экономической политики [5].

В целом, по нашему мнению, экономическая политика представляет собой совокупность различных направлений и элементов, среди которых как отраслевые, так и функциональные компоненты: денежно-кредитная политика; бюджетная политика; налоговая (фискальная) политика; инвестиционная политика; политика в области труда и занятости, рынка рабочей силы, регулирования доходов; внешнеэкономическая политика и др.

По мнению В.Д. Камаева субъектами экономической политики могут выступать как государство, включая региональные и местные институциональные образования, так и негосударственные союзы и объединения. Государство, являясь главным субъектом экономической политики, обладает властными полномочиями, используя которые оно связывает интересы различных социальных групп и побуждает их действовать в направлении определенных целей. На уровне законодательной власти происходит обсуждение и законодательное оформление основных направлений экономической политики. Отвечает за ее реализацию исполнительная власть — правительство. Правительство, в свою очередь, ставит задачи и передает права по реализации экономической политики конкретным органам исполнительной власти. [5]. Это серьезно отличает подход В.Д. Камаева от традиционной государственной экономической политики. Однако такой прогрессивный подход, по нашему мнению, все-таки еще не в полной мере соответствует экономической ситуации в условиях глобализации, ограничивая ареал термина политика.

Как представляется, в современной экономической науке понятие политика (и в частности, экономическая политика) должно распространяться на все уровни хозяйственной иерархии от предприятия до глобальной экономики, а не замыкаться на рамках государства. В результате резко расширяется круг субъектов экономической политики, но при этом все уровни хозяйствования реально привлекаются к разработке и решению сформулированных в



рамках экономической политики стратегических целях, задачах, принципах и методах реализации экономической политики.

По мнению авторов, с конкретно-исторической экономической точки зрения на современном этапе глобализации понятие политика в контексте стратегического менеджмента определяет приоритетные черты целевого комплексного механизма стратегического управления экономической системой любого уровня иерархии. Это позволяет увязать всю систему экономической иерархии в единый комплекс, оптимизировав его и направив на достижение максимальной экономической эффективности.

Наряду с политикой, еще одним ключевым элементом теории и практики стратегического менеджмента является стратегия. Первоначально термин «стратегия» (др.-греч. Стратηγία) означал искусство полководца, но сегодня он также широко используется в экономике. В современной экономической науке встречается немало различных определений понятия «стратегия». Рассмотрим некоторые из них.

Так, по мнению М. Мескона и др., стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей [12, с. 161].

А. Чандлер считал, что стратегия – есть определение основных долгосрочных целей и задач организации, принятие курса действий и размещение ресурсов, необходимых для выполнения этих целей [9, с. 17].

А.А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд определяли стратегию как выбор компанией пути развития, рынков, методов конкуренции и ведения бизнеса. [14, с.19]

Виханский О.С. и Наумов А.И. дают следующее определение стратегии: это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям [4, с. 220].

М. Портер определял стратегию как способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны, а Г. Минцберг – как последовательную, согласованную и интегрированную структуру управленческих решений [16].

Все многообразие определений стратегии нередко сводят к следующему – это установленная на достаточно длительный период совокупность норм, ориентиров, направлений, сфер, способов и правил деятельности, обеспечивающих рост и высокую конкурентную способность организации, укрепляющих позиции на рынке, повышающих способность к выживанию в конкретной ситуации [16]. Данное определение представляется нам достаточно успешным как базовое. Однако, по нашему мнению, стратегия представляет собой установленную на сравнительно длительный период совокупность ориентиров, направлений, норм, процедур и правил деятельности, обеспечивающих устойчивый рост и растущую конкурентоспособность экономической системы, укрепляющих ее позиции на рынке, повышающих способность к реализации возможностей и противостоянию угрозам внешней среды. Стратегия тесно связана с политикой и конкретизирует реализацию сформулированных в политике целей, задач, принципов и методов. Стратегия также, как и политика разрабатывается и реализуется на всех уровнях экономической иерархии.

Использование стратегических подходов в менеджменте, в том числе формулирование и реализация стратегий, проявляется не только в стратегических планах и программах развития, но также в особом качестве функций менеджмента, механизмах разработки и принятия управленческих решений персоналом высшего уровня и



специфической организации менеджмента и др. Стратегия в менеджменте находит реальное воплощение в реализации цели и задач политики, миссии, долгосрочных планах и программах развития, принципах практического управления, требованиях к персоналу, в методиках разработки управленческих решений и др.

Стратегия менеджмента вбирает в себя совокупность ориентиров и ограничений, которые определяют направление развития экономической системы (страны, региона, отрасли и т.д.) в соответствии со сформулированными в политике целями и задачами, тогда как тактика, являясь инструментом реализации стратегии, описывает пути и этапы движения в рамках очерченных стратегией направлений и подчинена цели реализации основных замыслов стратегии.

Понятие тактика (греч. *taktika* – искусство ведения боя, от *tasso* - строю, выстраиваю) представляет собой совокупность методов и приемов, применяемых для достижения намеченной цели [15].

Также как политика не может быть реализована без стратегии, без тактики и ее механизмов стратегия остается благими пожеланиями. Тактика – является одним из элементов стратегического менеджмента, она связана со стратегией и является ее необходимым дополнением. Однако, в отличие от стратегии, тактика формируется на менее продолжительный временной период. Тактика предполагает учет обстоятельств, связанных с конкретными условиями управления, внезапными случайностями, неожиданными противоречиями, которые невозможно было учесть при разработке стратегии. В тактике находят свое выражение реальная траектория движения к цели, внезапные удачи и неминуемые потери. Тактика – это искусство возможного в текущей реализации стратегического замысла. [10, с.71]

По нашему мнению, в общем виде тактика представляет собой среднесрочные и краткосрочные планы и решения в рамках реализации стратегии. Она подразумевает конкретные действия, направленные на достижения быстрых результатов.

Как отмечалось выше политики, стратегии и тактики являются неотъемлемой частью управления не только предприятием (организацией), но и отраслью экономики. В рамках нашего исследования, рассмотрим теоретические подходы к основным понятиям стратегического менеджмента в туризме.

Туристическая политика является одним из видов (компонентов) социально-экономической (в более узком смысле отраслевой) политики государства. Ее обычно определяют, как деятельность по развитию туристической индустрии и субъектов туристического рынка (туроператоров и турагентов), совершенствованию форм туристического обслуживания граждан и укреплению на их основе своего политического, экономического и социального потенциала. Туристическая политика государства представляет собой совокупность форм, методов и направлений воздействия государства на функционирование сферы туризма для достижения конкретных целей сохранения и развития народнохозяйственного комплекса [1].

Туристическая политика государства может быть текущей (которая заключается в оперативном регулировании туристического рынка), и долговременной (которая направлена на решение крупномасштабных задач по развитию туристической индустрии). Долговременная политика часто затрагивает структурные изменения сферы туризма и его хозяйственного механизма в перспективе, так как охватывает достаточно продолжительный период времени. В конечном итоге туристическая политика государства направлена на

укрепление экономики туризма [8], а, следовательно, и национальной экономической системы.

Механизм реализации туристической политики государства включает: государственное регулирование сферы туризма, разработку концепций, законов и целевых программ по развитию сферы туризма, а также составление конкретных мер достижения поставленных целей разного уровня иерархии и компонентов туристической индустрии.

Основные направления туристической политики соответствуют приоритетным элементам целевого комплексного механизма стратегического управления объектами туристической инфраструктуры всех уровней иерархии. Среди них можно выделить повышение роли и значения национальной туристической сферы в экономическом комплексе (страны, региона, населенного пункта), обеспечение реальной приоритетности туристической индустрии страны в совокупности отраслей, защита прав путешественников, интересов производителей отечественного туристического продукта, продвижение национального туризма на международные рынки и др. Формы государственного регулирования и поддержки туристической политики страны в рамках национальной системы стратегического менеджмента могут быть разнообразны. Они варьируются от формирования механизма адаптации национальной туристической сферы (внутреннего и международного туризма) к международным нормам; государственной научной, инвестиционной, кадровой, маркетинговой и инновационной политики, позволяющих формировать современную туристическую индустрию, включая ее инфраструктуру; разработки и реализации эффективного рекламного-информационного обеспечения продвижения национального туристического продукта на мировой и региональный рынок до обеспечения инновационного развития национальной туристической индустрии, конкретных налоговых и таможенных льгот, стимулирующих создание системы устойчивого роста внутреннего и въездного туризма и др.

Туристическая политика государства формирует отраслевую стратегию и тактику. Под стратегией понимаются общее направление и способ использования средств для достижения поставленной цели. Она позволяет сконцентрировать усилия на путях решения, не противоречащих принятой туристической политике, отбросив в сторону все другие концептуальные варианты. Туристическая стратегия определяет действия всех иерархических уровней стратегического менеджмента в области реорганизации и развития туризма. Она направлена прежде всего на реализацию общей концепции (политики) развития отрасли, создание и осуществление целевых стратегических планов и программ, для воплощения которых требуются время и большие финансовые ресурсы.

В свою очередь, туристическая тактика – это конкретные меры и приемы достижения поставленных целей и задач в конкретных условиях (например, порядок лицензирования международной туристической деятельности, ценообразования в туризме, налогообложения и др.). Задача туристической тактики заключается в выборе наиболее оптимального решения в данной хозяйственной ситуации [1].

Таким образом, в туризме политика, стратегия и тактика представляют собой тесно взаимосвязанные и взаимообуславливающие друг друга элементы механизма стратегического менеджмента. Они взаимодействуют, дополняют и последовательно конкретизируют друг друга. Их формирование и реализация позволяют создать комплекс эффективного стратегического менеджмента, не только в долгосрочной (для политики и стратегии), но также в среднесрочной и в краткосрочной (для тактики) перспективе.

### Выводы

В рамках современного стратегического менеджмента термины политика, стратегия и тактика являются важными концептуальными понятиями. Понимание их сущности, особенностей, форм и механизмов проявления важны для осуществления эффективного управления не только предприятием или отраслью, но всеми уровнями хозяйствования вплоть до глобальной экономики. В экономической теории в настоящее время существует большое число различных трактовок данных понятий.

По нашему мнению, в современных конкретно-исторических условиях с экономической точки зрения политика представляет собой систему приоритетных черт целевого комплексного механизма стратегического управления, определяющего принципы, методы, функции, направления деятельности, стиль и поведение этого механизма, сосредоточенного на достижении целей и задач долгосрочного характера. Стратегия является комплексным планом реализации политики, разрабатываемым на долгосрочную перспективу, реализующим обозначенные политикой основные цели и отражающим направления развития. Тактика — это более детализированное, специальное планирование развития конкретной ситуации в течение ограниченного, как правило, более короткого (среднесрочного и краткосрочного) периода времени. Система управления, основанная на взаимосвязанных и взаимодополняющих политике, стратегии и тактике, обеспечит своевременную реализацию запланированных целей и задач вместе со своевременной реакцией на непредвиденные изменения.

Стратегия является комплексным планом реализации политики, установленной на сравнительно длительный период совокупности ориентиров, направлений, норм, процедур и правил деятельности, обеспечивающих устойчивый рост и повышающуюся конкурентоспособность экономической системы, укрепляющих ее позиции на рынке, повышающих способность к реализации возможностей и противостоянию угрозам внешней среды. Стратегия тесно связана с политикой и конкретизирует реализацию сформулированных в политике целей, задач, принципов и методов.

Понятие политика (и в частности, экономическая политика) в современной экономической науке не должно замыкаться на рамках государства, а охватывать все уровни экономической иерархии от предприятия до глобальной экономики. Это ведет к расширению круга субъектов экономической политики, но при этом все уровни хозяйствования реально привлекаются к разработке и решению поставленных стратегических целей и задач. Это же относится и к терминам стратегия и тактика.

В Молдове методы современного стратегического менеджмента не нашли своего всестороннего и повседневного применения в целом в сфере туризма страны, в отдельных регионах (районах), населенных пунктах и отдельных предприятиях индустрии туризма. Недостаточно проработанным с научной точки зрения представляется законодательная и нормативно-регламентирующая база туризма в целом и компонентов национальной туристической индустрии на национальном и региональном (Юг, Центр и Север) уровне. Осознанное и продуманное формулирование политики, стратегии и тактики в сфере национального туризма на всех уровнях его управления позволит повысить эффективность стратегического менеджмента и планирования в отрасли, ее конкурентоспособность, привлекательность и др.

Теоретическая проработка терминологического инструментария стратегического менеджмента на уровне туристической сферы (политика, стратегия и тактика) позволит обеспечить конкретизацию и оптимизацию управления отраслью в Молдове. В частности,

среди основных направлений совершенствования туристического комплекса Молдовы нам видятся такие рекомендации как совершенствование законодательной и нормативно-регламентирующей базы туризма. В частности, принятие национальной концепции и политики в туризме, законов о сельском, экологическом и социальном туризме, новая редакция закона о туризме, регламентирование инновационной политики в туристической индустрии и т.д., что будет способствовать улучшению экономической ситуации в Молдове.

### Библиография

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. М.: Финансы и статистика. 2003. 176 с.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир. 2003. 895 с.
3. Вебер М. Политика как призвание и профессия. Избранные произведения. М.: Прогресс. 1990. С. 644-706.
4. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: учебник. М.: Экономистъ. 2006. 526 с.
5. Камаев В.Д. Экономическая теория. 8-е изд., перераб. и доп. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС. 2002. 640 с.
6. Кикель, П. В., Сороко, Э. М. Краткий энциклопедический словарь философских терминов. 2-е изд. Минск: БГПУ. 2008. 266 с.
7. Коновалов В.Н. Словарь по политологии. Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ. 2001. 285 с.
8. Кучеренко К.Ю., Иванова Е.В. Приоритетные направления туристской политики государства. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Волгодонской институт сервиса «ЮРГУЭС». Волгодонск, Россия. <https://www.rae.ru/forum2012/180/328>.
9. Кэмпбел Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент. М.: ООО «Издательство Проспект». 2003. 337 с.
10. Лялин А.М. Теория менеджмента. СПб: Питер. 2009. 464 с.
11. Мельвиль А. Ю. Политология. МГИМО: Проспект. 2008. 618 с.
12. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва. Издательство «ДЕЛО». 1997. 493 с.
13. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2007. 495 с.
14. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. 576 с.
15. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. М.: Изд-во «Хранитель». 2007. 912 с.
16. Чернышев М.А. и др. Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления. Ростов-на-Дону: Феникс. 2009. 506 с.

UDC: 658.7.035

**THE ACCOUNTING OF BIOLOGICAL ASSETS FIXED**  
**CONTABILITATEA ACTIVELOR BIOLOGICE IMOBILIZATE**

*FRECAUTEANU Alexandru, PhD, University Professor,  
State Agrarian University of Moldova, Chisinau*  
*CHISLARU Angela, PhD,  
State Agrarian University of Moldova, Chisinau*

*FRECĂUȚEANU Alexandru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova, Chișinău*  
*CHIȘLARU Angela, doctor în științe economice, conferențiar universitar,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *This article deals with the composition and peculiarities of the biological fixed assets of plant and animal origin, the time limits for recognition and the peculiarities of the assessment of biological fixed assets, preparing the documentary of the movement of biological assets, accounting issues and methodological approaches related to the accounting of biological fixed assets.*

**Adnotare:** *Acest articol tratează componența și particularitățile activelor biologice imobilizate de origine vegetală și animalieră, termenele de recunoaștere și particularitățile evaluării activelor biologice imobilizate, perfectarea documentară a mișcării activelor biologice imobilizate, aspecte contabile și abordări metodologice aferente evidenței activelor biologice imobilizate.*

**Keywords:** *biological active fixed, agricultural products, biological active additional agricultural products coupled or secondary, the cost of entry, the costs of production the current sector fitotehnic, adult animals rejected etc.*

**Cuvinte-cheie:** *active biologice imobilizate, produse agricole, active biologice adiționale, produse agricole cuplate sau secundare, cost de intrare, costurile de producție curente ale sectorului fitotehnic, animalele adulte rebutate etc.*

### **Introducere**

Cunoașterea componenței și particularităților specifice activelor biologice imobilizate de origine vegetală și animalieră, a termenelor de recunoaștere, evaluare și reflectare în documentele primare a activelor biologice imobilizate reprezintă unul din sectoarele responsabile ale contabilității financiare din domeniul agriculturii.

### **Material și metodă**

Studiul tematicii abordate a necesitat aplicarea metodelor de cercetare științifică în scopul raționalizării sectorului concret al contabilității. Astfel au fost utilizate metode de nivel empiric, care cuprind observarea, descrierea, calculul, măsurarea, compararea, experimentul, modelarea.



### Rezultate și discuții

Conform punctului 13 din SNC „**Particularitățile contabilității în agricultură**” [5] prin active biologice imobilizate se subînțeleg activele biologice mature (adică animalele și plantele vii de o anumită vârstă minimă) care pe parcursul unei perioade mai îndelungate de un an asigură obținerea multiplă:

- sau numai a produselor agricole;
- sau concomitent a produselor agricole și activelor biologice adiționale;
- sau numai a activelor biologice adiționale.

Totodată în componența activelor biologice imobilizate nu se includ activele biologice circulante sub formă de iepuri de casă, animale cu blană scumpă și păsări (toate, bineînțeles, făcând parte din componența capetelor mature), precum și animalele adulte rebutate din cireada (turma) de bază cu scopul punerii la îngrășat și atingerii unor condiții optime de sacrificare sau vânzare pentru carne (este vorba, în special, despre un anumit plafon al masei vii și o anumită stare de îngrășare a exemplarelor în cauză). Excepția dată se explică prin relevanța practică, tradiții multianuale și necesitatea de a simplifica ținerea evidenței.

La primul grup de active biologice imobilizate de la care se obțin în mod regulat (sistematic) doar produse agricole (indiferent de tipul acestora – de bază, cuplate sau secundare) se referă viile, livezile și spațiile de culturi bacifere pe rod, plantațiile-mamă de portaitoi viticol și pomicol date în exploatare, semănăturile de culturi furajere multianuale (lucernă, trifoi, sparceță etc.) utilizate după destinație și alte specii de plante perene mature al căror cost de intrare se raportează periodic (lunar) la costurile de producție curente ale sectorului fitotehnic prin intermediul calculării amortizării. În afară de aceasta, în unele gospodării țărănești (de fermier) cu specializare îngustă din apropierea municipiilor sau orașelor la grupul dat de active biologice imobilizate se referă de asemenea spațiile cu plante multianuale ornamentale (crizantemă, bujor, trandafir, lelea ș. a.) și legumicole (leuștean, hrean, măcriș, pătrunjel etc.) care în întreprinderile agricole corporative nu se cultivă din cauza insuficienței brațelor de muncă, lipsei piețelor de desfacere proxime și a unor cumpărători angro stabili, caracterului imprevizibil al prețurilor de comercializare etc.

La cel de-al doilea grup de active biologice imobilizate care asigură obținerea multiplă atât a produselor agricole, cât și a activelor biologice adiționale se referă animalele adulte productive de specii copitate și paricopitate. Din componența acestora fac parte bovinele (acestea, la rîndul său, includ vacile mulgătoare, vacile aflate în repaus mamar, vacile cu sterpăciune temporară și taurii reproducători), ovinele și caprinele. Produsele agricole care se obțin de la aceste specii de animale sînt reprezentate de lapte, lînă, pielicele și gunoiul de grajd (sau de stîină), iar activele biologice adiționale – de viței, miei și iezi [2, p. 573].

La cel de-al treilea grup de active biologice imobilizate de la care se obțin, de regulă, numai active biologice adiționale se referă porcinele și cabalinele. Astfel, de la scroafele de bază se obțin porci, iar de la iepurile gestante – mînji. Apele reziduale și excrementele rezultate din întreținerea porcinelor sînt nocive și în scopuri agricole nu se utilizează, iar gunoiul de grajd (în special, băligarul) la intrări nu se mai trece (după cum se proceda pe timpuri cînd acesta servea ca combustibil organic pentru cultivarea plantelor în răsadnițe), fiind considerat un deșeu inutil. Totodată este necesar de menționat că în cazul sacrificării pe teren a porcinelor din turma de bază (indiferent de faptul dacă acestea au fost puse sau nu la îngrășat) se obțin carcase (vezi tabelul 1 din standardul contabil ramural) sau carne (vezi punctul 37 din același act normativ), ceea ce, în fond, este una și aceeași. Ambele tipuri de bunuri (cu denumiri diferite, dar conținut economic și substanțial asemănător) sînt calificate oficial drept produse agricole de bază rezultate din încetarea proceselor vitale ale activelor biologice din regnul animal. Însă, în opinia persoanelor inițiate,

tentativa de atribuire a carcaselor (sau cărnii) la categoria produselor agricole obținute de la efectivul de porcine din turma de bază pare a fi dubioasă și nu are suficiente argumente. Asemenea afirmație se bazează pe următoarele raționamente profesionale și discrepanțe de ordin metodologic sau tehnologic:

- în primul rând, pînă la trecerea la noile reglementări contabile naționale carnea obținută din sacrificarea animalelor era considerată produs agricol doar în cazul în care aceste animale au fost crescute în gospodăria proprie (vezi paragraful 6 din S.N.C. 6 „Particularitățile contabilității la întreprinderile agricole”). În toate celelalte cazuri (cînd, de exemplu, capetele sacrificate au fost achiziționate contra plată, procurate pe bază de barter, primite ca aport în capitalul social sau cu titlu gratuit etc.) carnea (deopotrivă cu carcasele) era calificată drept un produs de fabricație industrială. Ce-i drept, nu era clar ce trebuia de subînțeles prin noțiunea de animale crescute în gospodăria proprie (sau pe teren) – numai exemplarele fătate la fața locului sau și cele parvenite de la terți prin diferite moduri, cu sau fără stabilirea unei durate minime de întreținere la întreprindere. Această lacună inevitabil genera incertitudini și conducea la tratamente contabile diferite ale unor evenimente identice.

În noul standard contabil ramural restricția în cauză (de creștere a animalelor sacrificate numai în gospodăria proprie) a fost abrogată, considerîndu-se că prin asemenea modificare radicală (dar destul de simplă) problema delimitării produselor obținute pe sfere de activitate va fi soluționată definitiv. În realitate decizia adoptată de elaboratorii noului act juridic a avut un efect contradictoriu: pe de o parte, ea a înlăturat o confuzie vădită (ceea ce poate fi apreciat ca o realizare a bunului simț), iar pe de altă parte, a generat o nouă discordanță dintre efortul depus de întreprinderile agricole și efectul respectiv obținut de acestea. Astfel, potrivit modificării operate de acum înainte se consideră produs agricol chiar și acea carne care a fost obținută din sacrificarea imediată (în aceeași zi) sau subită (în decursul cîtorva zile) a animalelor parvenite din afară (indiferent de modalitatea intrării și înregistrării efectivului în cauză). Este evident că în situația descrisă gospodăriile practic nu desfășoară activitate agricolă și nici nu suportă (sau suportă în proporții extrem de reduse) costuri de producție legate de întreținerea șeptelului sacrificat (inclusiv sub formă de active biologice imobilizate). De aceea ar fi logic ca și carnea (sau carcasele) obținută să fie calificată în așa caz drept produs agricol doar într-un quantum minim sau nesemnificativ (compatibil, de exemplu, cu valoarea contabilă a furajelor consumate sau cu costul planificat al zilelor de furajare), dar nicidecum în întregime (după cum se prevede oficial începînd cu 1 ianuarie 2014);

- în al doilea rând, carnea (sau carcasele) obținută din sacrificarea scoafelor de bază sau vierilor reproducători are un șir de particularități după cum urmează [2, p. 589]:

- a) ea se obține nu multiplu (de mai multe ori) în decursul unei perioade de cîțiva ani, ci doar o singură dată;

- b) obținerea ei are loc nu pe parcursul duratei de utilizare după destinație a efectivului matur, ci după încheierea acestei durate în legătură cu rebutarea animalelor din turma de bază și punerea la îngrășat sau în consecința unei sacrificări directe (planificată sau forțată);

- c) în aspect calitativ și cantitativ carnea în cauză reprezintă o parte componentă indisolubilă a activului biologic imobilizat care însă s-a format preponderent cu mult mai înainte de încetarea proceselor vitale ale organismului respectiv (mai exact, la etapa de creare a activului biologic în cauză, dar nu în perioada de utilizare a acestuia după destinație);

- d) după proveniență (sau în plan causal) carnea examinată nu diferă cu nimic de materialul lemnos rezultat din defrișarea plantațiilor perene pe rod care, de regulă, servește ca combustibil solid pentru populația rurală. Ambele tipuri de bunuri (adică carnea și materialul lemnos) provin din



una și aceeași operațiune economică – încetarea (sau curmarea) forțată a activității vitale a unor animale sau plante mature vii. Diferă doar modul de efectuare (sau tehnologia) a acestei încetări. Într-un caz ea are loc prin sacrificare manuală, iar în alt caz – prin defrișare mecanizată. Dar nici sacrificarea animalelor mature și nici defrișarea plantațiilor perene pe rod nu se înscriu în cercul lucrărilor inerente activității agricole care potrivit punctului 5 din SNC „**Particularitățile contabilității în agricultură**” [5] trebuie să fie legate sau de transformarea biologică a animalelor și plantelor vii, sau de procesul recoltării. Este evident că în cazul sacrificării sau defrișării nu poate fi vorba nici despre un fel de transformare biologică care se manifestă în practică prin procese de creștere, producere, reproducere și degenerare. La sacrificare sau defrișare nici unul din aceste patru procese nu e de față, întrucât fiecare din ele în parte sau toate împreună se asociază doar cu utilizarea animalelor și plantelor vii. Recoltarea de asemenea, în opinia noastră, nu poate fi echivalată cu sacrificarea și defrișarea, deși în standardul contabil ramural se afirmă contrariul, subînțelegându-se prin recoltare atât separarea produselor agricole de plantele sau animalele respective, cât și încetarea proceselor vitale ale activelor biologice imobilizate. Considerăm că abordarea oficială a acestei probleme contravine nu numai experienței multianuale de ținere a evidenței contabile în sectorul agrar, dar și mecanismului de generalizare în ansamblu pe economie a datelor aferente activității întreprinderilor agricole, prevederilor **Clasificatorului activităților din economia Moldovei**, aprobat prin Hotărârea Colegiului Național de Statistică nr. 20 din 29 decembrie 2009 [1], publicațiilor unor savanți notorii din domeniul contabilității ramurale etc. Astfel, nici în unul din agenții de informație prezentați trimestrial sau anual Direcției raionale statistică de către gospodării (inclusiv raportul statistic nr. 24 – agr „Starea sectorului zootehnic”) sacrificarea șeptelului (indiferent de vârsta acestuia și grupul tehnologic de apartenență) nu este considerată parte componentă a sectorului zootehnic. Respectiv nici carnea obținută din sacrificare nu se atribuie la totalitatea produselor agricole.

Actualmente **recunoașterea activelor biologice imobilizate** (adică trecerea acestora la intrări într-un cont sintetic omonim, cu reflectarea ulterioară în rîndul 060 din bilanțul anual sau semianual) are loc la darea lor în exploatare (punere în funcțiune), cu întocmirea concomitentă a unui document primar tipizat sau de formă liberă care să ateste începerea utilizării după destinație. Aceasta se întâmplă în următoarele termene sau după derularea următoarelor evenimente:

- în cazul plantațiilor de măr în proces de intrare pe rod termenul minim de transferare a livezilor în categoria plantațiilor pe rod îl constituie sfîrșitul anului 3 (sau începutul anului 4) de vegetație, iar termenul maxim – sfîrșitul anului 8 (sau începutul anului 9) de vegetație. Termenul concret de transferare depinde de mai mulți factori (gradul de creștere a portaltoiului, forma coroanei, condițiile de dezvoltare și întreținere a plantației etc.) și se stabilește de o comisie specială constituită de organul reprezentativ al administrației publice locale sau de o comisie de stat formată în conformitate cu modul prevăzut de Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare (în cazul unor arii extinse care depășesc 100 hectare);

- în cazul plantațiilor de piersic și gutui – termenul de transferare este unic, nu depinde de starea pomilor și se asociază cu al cincilea an de vegetație. În practică aceasta înseamnă că transferarea urmează să fie efectuată sau la finele celui de-al patrulea an de vegetație, sau la începutul celui de-al cincilea;

- în cazul plantațiilor de cais – termenul de transferare de asemenea este unic și survine după expirarea celui de-al cincilea an de vegetație;

- în cazul plantațiilor de zmeur și frag - termenul în cauză survine după primul an de vegetație;

• în cazul plantațiilor de viță de vie – transferarea are loc după finalizarea celui de-al patrulea an de vegetație și se efectuează în conformitate cu prevederile **Regulamentului privind evidența contabilă a plantațiilor viticole în procesul plantării, exploatării și defrișării acestora** care a fost aprobat prin ordinul Ministerului Finanțelor nr. 21 din 24 februarie 2014 [3]. Totodată transferarea poate fi amânată cu un an în cazul în care gradul de dezvoltare a plantației viticole este nesatisfăcător;

• în cazul perdelelor forestiere de protecție a câmpurilor și a spațiilor cu copaci și/sau arbuști decorativi de ocrotire a mediului ambiant – termenul de transferare nu este reglementat printr-un act normativ de uz național și de cele mai multe ori se asociază cu împreunarea coroanelor sau atingerea unor anumiți parametri de dezvoltare (înălțime, grosimea tulpinii la suprafața solului, circumferința coroanei ș. a.);

• în cazul juncilor în vîrstă de peste doi ani (junincilor sau mînzatelor) – în ziua fătării sau după încheierea perioadei de testare a productivității lactate efective care nu trebuie să depășească trei luni. Prima variantă se aplică atunci cînd la întreprindere evidența zootehnică ca o varietate a evidenței tehnico-operative se află la un nivel înalt, cînd calitățile de prăsilă ale efectivului de bovine sînt monitorizate în mod regulat (inclusiv prin deschiderea și completarea unor fișe pe fiecare cap în parte, cu indicarea multor date amănunțite privind trăsăturile individuale ale strămoșilor pe ambele linii parentale din trei generații precedente) și corespund cerințelor în vigoare, iar componența cirezii se ameliorează permanent. În așa caz productivitatea vacilor primipare (sau a mînzatelor la prima fătare) practic nu poate fi mai mică decît cea pronosticată, iar includerea lor în cireada de bază nu generează nici un fel de dubii.

**Evaluarea activelor biologice imobilizate** la fel este o problemă actuală și abordată de către specialiști.

Animalele adulte productive și/sau de lucru, precum și plantațiile (sau semănăturile) perene pe rod care au fost recunoscute în calitate de active biologice imobilizate se estimează la costul de intrare. La rîndul său, acest cost (mai exact, mărimea și elementele lui constitutive) depinde de sursa de proveniență (sau direcția de intrare) a valorilor patrimoniale în cauză și este egal:

• în cazul achiziționării contra plată, cu achitarea în mod tradițional (în prealabil, imediat sau într-un termen redus negociat de părți) – cu valoarea de cumpărare suplimentată cu costurile de achiziție. Ultimele, în particular, sînt reprezentate de taxele vamale și plățile pentru procedurile vamale (în cazul efectuării operațiunilor de import), impozitele nerecuperabile prevăzute de legislația în vigoare, costurile de transport - aprovizionare și unele costuri legate de aducerea activelor biologice în stare aptă pentru utilizare (de exemplu, costurile de marcare și identificare a animalelor). Totodată potrivit punctului 8 din SNC „**Imobilizări necorporale și corporale**” [4] din prețul (sau valoarea) de cumpărare se scad toate reducerile, rabaturile și sconturile comerciale acordate de furnizor în momentul procurării (perfectării documentare a cedării dreptului de proprietate).

• în cazul achiziționării contra plată de la terți, cu amînarea achitării unei părți sau a întregii datorii peste termenul obișnuit de creditare comercială – cu valoarea de cumpărare suplimentată cu costurile de achiziție (în cazul în care politicile contabile ale entității nu conțin prevederi speciale privind recunoașterea separată a cotei-părți a costului de intrare al activelor imobilizate achiziționate cu condiția achitării amînate a acesteia peste termenul obișnuit de plată) sau cu valoarea actualizată a plății nominale suplimentată de asemenea cu costurile de achiziție (în cazul în care entitatea a decis să se abată de la dispozițiile actului normativ național și să aplice prevederile punctului 23 din IAS 16, cu includerea acestor prevederi în politicile sale contabile). Prima variantă este simplă, grăitoare și rezultă organic din dispozițiile noului SNC „**Imobilizări necorporale și**

**corporale**” [4]. În cazul aplicării acestei variante costul de intrare al activului procurat nu diferă de valoarea de cumpărare sau suma contractuală (fără T.V.A.) indicată în factura fiscală a furnizorului și, ca urmare, neglijează faptul că achitarea plății a fost amînată (parțial sau integral) peste termenul obișnuit de decontări;

• în cazul parvenirii de la terți pe calea schimbului, adică pe bază de barter sau de vânzare reconvențională a altor active nemonetare sau a unei combinații de active nemonetare și monetare – cu valoarea de cumpărare sau suma contractuală (fără T.V.A.) indicată în factura fiscală a expeditorului activelor biologice imobilizate. Asemenea abordare este prevăzută de punctul 12 din **SNC „Imobilizări necorporale și corporale”** [4] care stabilește expres că orice tranzacție de barter se tratează de acum înainte ca două operațiuni economice autonome: prima – înstrăinarea activului (grupului de active) transmis în schimb, iar a doua – preluarea activului (sau grupului de active) primit în schimb. În aspect metodologic și aplicativ prima operațiune se asociază cu vânzarea, iar cea de-a doua – cu cumpărarea.

Mișcarea activelor biologice imobilizate și modificarea costului de intrare al acestora în caz de depreciere sau reevaluare se perfectează cu următoarele **documente primare**: act de transferare a animalelor dintr-un grup în alt grup; act de rebutare a animalului din cireada de bază; act de achiziție a mărfurilor; factură și/sau factură fiscală; act de ieșire a animalelor și păsărilor (sacrificare, tăiere forțată și pieire); act de dare în exploatare a plantațiilor perene; act de trecere a plantației viticole tinere în categoria de plantație viticolă pe rod; act de casare a plantațiilor perene; act de defrișare a plantațiilor perene; act de casare a plantației viticole; act de defrișare a plantației viticole; act de dare în exploatare a culturilor multianuale de câmp; act de casare a culturilor multianuale de câmp; act de reevaluare a activelor biologice imobilizate; notă contabilă etc.

Generalizarea informație privind existența și mișcarea animalelor adulte productive și de lucru, plantațiilor perene pe rod și a semănăturilor de culturi multianuale de câmp se efectuează cu ajutorul contului de activ **132 „Active biologice imobilizate”**. În debit se reflectă intrarea activelor în cauză și majorarea valorii acestora în urma diferitor evenimente (ajustarea costului planificat la cel efectiv, corectarea erorilor comise în anii precedenți etc.), iar în credit – ieșirea activelor examinate, diminuarea valorii acestora și alte operațiuni mai puțin frecvente (de exemplu, înregistrarea stocurilor obținute din lichidarea activelor biologice imobilizate în limitele valorice reziduale preconizate inițial). Soldul contului este debitor și reprezintă valoarea activelor biologice imobilizate existente la întreprindere la finele lunii, trimestrului sau anului. De menționat că, de regulă, acest sold nu coincide cu suma înscrisă în rîndul *060 „Active biologice imobilizate”* din bilanțul anual (sau semianual) al entității. Diferența este condiționată de faptul că potrivit punctului 35 din **SNC „Prezentarea situațiilor financiare”** [3] de acum înainte în bilanț nu se mai reflectă costul de intrare al activelor imobilizate, ci doar valoarea lor contabilă. Iar această valoare este mai mică decît costul de intrare cu suma cumulată a amortizării și deprecierei.

**Planul general de conturi contabile** nu prevede deschiderea subconturilor la contul sus-menționat. Totuși la latitudinea întreprinderii (mai cu seamă, în cazurile cînd numărul activelor în cauză este semnificativ, componența lor – variată, iar condițiile juridice de utilizare – diverse) pot fi deschise anumite subconturi în dependență de particularitățile acestor active (de exemplu, *1321 „Animale adulte productive”, 1322 „Animale adulte de lucru”, 1323 „Plantații perene pe rod”, 1324 „Semănături de culturi multianuale de câmp”, 1325 „Alte active biologice imobilizate”, 1326 „Active biologice imobilizate transmise în gaj”, 1327 „Active biologice imobilizate sechestrate conform deciziei organelor autorizate”* etc.).

Evidența analitică a activelor biologice imobilizate se ține pe tipuri ale acestora, obiecte (elemente) de evidență a imobilizărilor, gestionari și alte direcții prevăzute în politicile contabile ale entității.

În continuare sînt prezentate cele mai frecvente formule contabile care țin de mișcarea activelor biologice imobilizate la întreprinderile agricole.

1. Transferarea tineretului de reproducție în cireada (turma) de bază:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **131 „Active biologice imobilizate în curs de execuție”**.

**Notă.** Printr-o formulă contabilă similară se reflectă intrarea plantațiilor perene pe rod și darea în exploatare a semănturilor de culturi multianuale de cîmp.

În afară de aceasta, trebuie de menționat că transferarea tineretului de reproducție în componența animalelor adulte poate fi reflectată și în alt mod – prin creditarea contului **212 „Active biologice circulante”**. Totul depinde de condițiile concrete de gestionare a procesului de creștere a capetelor tinere la o întreprindere sau alta (vezi punctul 14 din **SNC „Particularitățile contabilității în agricultură”** [5]).

2. Permutarea animalelor adulte productive sau de lucru de la un gestionar la alt gestionar (de exemplu, de la un cioban la alt cioban sau de la un căruțaș la alt căruțaș), cu sau fără modificarea locului de utilizare:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **132 „Active biologice imobilizate”**.

**Notă.** Printr-o formulă contabilă similară se reflectă sechestrarea activelor biologice imobilizate conform deciziei organelor autorizate, transmiterea acestora în gaj sau în leasing operațional, precum și operațiunile economice cu sens opus (ridicarea sechestrului, anularea gajului, expirarea termenului contractului de leasing etc.).

3. Reflectarea costului de intrare (fără T.V.A. și reducerile, rabaturile sau sconturile comerciale acordate în momentul procurării) al activelor biologice imobilizate achiziționate de la terți (alte gospodării agricole, stațiuni tehnologico-experimentale de stat, persoane fizice cetățeni etc.) contra plată sau pe calea schimbului cu alte active (adică prin așa-numitul barter):

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit conturile **421 „Datorii comerciale pe termen lung”, 521 „Datorii comerciale curente”, 544 „Alte datorii curente”** etc.

4. Înregistrarea activelor biologice imobilizate parvenite de la fondatori sub formă de aport în capitalul social al întreprinderii nou-înființate, cu estimarea acestora la valoarea prevăzută în actele de constituire ale entității sau la valoarea de piață a unor active similare:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **313 „Capital nevărsat”**.

5. Înregistrarea activelor biologice imobilizate parvenite de la proprietarii întreprinderii în funcțiune cu scopul majorării capitalului social al acesteia:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **314 „Capital neînregistrat”**.

**Notă.** Estimarea acestor active are loc în același mod ca și în cazul creării unei întreprinderi noi (vezi operațiunea economică 4).

6. Reflectarea sumei T.V.A. aferentă valorii de cumpărare a activelor biologice imobilizate procurate contra plată (sau pe bază de barter) de la agenți economici autohtoni (adică de la

întreprinderi rezidente ale Republicii Moldova) în cazul în care beneficiarul nu este înregistrat ca plătitor de T.V.A. și sînt respectate toate condițiile de recunoaștere a activelor în cauză:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit conturile **421 „Datorii comerciale pe termen lung”, 521 „Datorii comerciale curente”** etc.

**Notă.** Cu alte cuvinte, în cazul dat suma T.V.A. se include în costul de intrare, ceea ce se conformează dispozițiilor punctului 8 din SNC **„Imobilizări necorporale și corporale”**.

7. Înregistrarea animalelor adulte productive sau de lucru parvenite de la persoanele culpabile în contul recuperării prejudiciului material cu bunuri echivalente:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **532 „Datorii față de personal privind alte operații”**.

8. Reflectarea valorii de piață a plusurilor de active biologice imobilizate constatate cu ocazia inventarierii:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **612 „Alte venituri din activitatea operațională”**.

9. Reflectarea sumei majorării (ajustării) costului de intrare al activelor biologice imobilizate (de exemplu, berbeci reproducători) procurate în anii precedenți în legătură cu faptul că costurile de transport-aprovizionare la acel moment au fost raportate în mod eronat la cheltuielile administrative:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **331 „Corecții ale rezultatelor anilor precedenți”**.

10. Înregistrarea activelor biologice imobilizate primite cu titlu gratuit (ca donație):

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **622 „Venituri financiare”**.

11. Reincluderea în componența plantațiilor perene pe rod a livezilor și viilor casate care n-au fost defrișate în termenul cuvenit:

- debit contul **132 „Active biologice imobilizate”**;
- credit contul **621 „Venituri din operațiuni cu active imobilizate”**.

12. Decontarea sumei amortizării cumulate a activelor biologice imobilizate care au fost casate din cauza uzurii fizice și/sau învechirii morale, au fost înstrăinate prin vânzare, aportare sau donare, au fost distruse în urma calamităților naturale sau au ieșit din patrimoniul întreprinderii prin orice alt mod:

- debit contul **133 „Amortizarea și deprecierea activelor biologice imobilizate”**;
- credit contul **132 „Active biologice imobilizate”**.

13. Decontarea unei părți din costul de intrare al activelor biologice imobilizate casate sau lichidate prematur (adică pînă la expirarea duratei de utilizare) care este egală cu diferența dintre valoarea amortizabilă și suma amortizării cumulate:

- debit contul **721 „Cheltuieli cu active imobilizate”**;
- credit contul **132 „Active biologice imobilizate”**.

14. Reflectarea valorii realizabile nete a bunurilor utilizabile obținute din casarea (lichidarea) activelor biologice imobilizate (de exemplu, buturugi, tulpini, crengi etc.) în cazul în care această valoare este mai mică sau egală cu valoarea reziduală stabilită din timp:

- debit contul **211 „Materiale”**;
- credit contul **132 „Active biologice imobilizate”**.

### Concluzii

Cercetarea a urmărit din punct de vedere teoretic tratamentele contabile și abordările metodologice aferente **activelor biologice imobilizate**. Din cele relatate mai sus rezultă că **recunoașterea activelor biologice imobilizate** are loc la darea lor în exploatare, cu întocmirea concomitentă a unui document primar tipizat sau de formă liberă care să ateste începerea utilizării după destinație. **Planul general de conturi contabile** nu prevede deschiderea subconturilor la contul **132 „Active biologice imobilizate”**. Totuși la latitudinea întreprinderii (mai cu seamă, în cazurile când numărul activelor în cauză este semnificativ, componența lor – variată, iar condițiile juridice de utilizare – diverse) pot fi deschise anumite subconturi în dependență de particularitățile acestor active. Evidența analitică a activelor biologice imobilizate se ține pe tipuri ale acestora, obiecte (elemente) de evidență a imobilizărilor, gestionari și alte direcții prevăzute în politicile contabile ale entității.

### Bibliografie

1. Clasificatorul activităților din economia Moldovei: aprobat prin Hotărârea Colegiului Național de Statistică nr. 20 din 29 decembrie 2009.
2. Frecăuțeanu, A. Contabilitate pentru profesioniști. Volumul I. Chișinău: Editura „Print-Caro”, 2015. 734 p.
3. Regulamentul privind evidența contabilă a plantațiilor viticole în procesul plantării, exploatării și defrișării acestora: aprobat prin ordinul Ministerului Finanțelor nr. 21 din 24 februarie 2014.
4. Standardul Național de Contabilitate „Imobilizări necorporale și corporale”. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2013, nr. 233-237.
5. Standardul Național de Contabilitate „Particularitățile contabilității în agricultură”. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2013, nr. 233-237.
6. Standardul Național de Contabilitate „Prezentarea situațiilor financiare”. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2013, nr. 233-237.



UDC: 331.1

## EFFECTIVE MOTIVATION OF MEDICAL STAFF

### MOTIVAREA EFICIENTĂ A PERSONALULUI MEDICAL

**GRIBINCEA Alexandru, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
FORNA Doriana, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau**

**GRIBINCEA Alexandru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
FORNA Doriana, doctorand,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău**

**Annotation:** Human resources management is a set of operational activities (planning, recruitment, staff services) and of energy field (creating an appropriate organizational climate) that enable the organization to provide the necessary human resources and effectively use them. Human resources, as a rule, represent a management subsystem, consisting of all the processes of forecasting, training, selection, formation, communication, evaluation, motivation, improvement and protection of personnel, and modeling organizational culture within the organization. These processes organically interact with other management processes, relationships and elements that make up other management subsystems, significantly affecting the functionality, efficiency and overall performance of the organization. The main goal of human resources management in the health system is mobilization, motivation and development of human resources. In this respect, the issues faced by health management today are: lack of staff motivation, inefficient use of staff, low staff productivity, inadequate staff training, poor staff distribution both within the organization and within the health system.

**Adnotare:** Managementul resurselor umane reprezintă ansamblul activităților de ordin operațional (planificarea, recrutarea, menținerea personalului) și de ordin energetic (crearea unui climat organizațional corespunzător), care permit asigurarea organizației cu resursele umane necesare și utilizarea eficientă a acestora. Resursele umane, în ansamblul lor, tind să reprezinte un subsistem managerial care constă în ansamblul proceselor de previzionare, formare, selecție, încadrare, comunicare, evaluare, motivare, perfecționare și protecție a personalului, precum și de modelare a culturii organizaționale ce se desfășoară în cadrul organizației. Aceste procese interferează organic cu alte procese și relații manageriale și cu elementele ce compun celelalte subsisteme manageriale, influențând substanțial funcționalitatea, eficacitatea și performanțele de ansamblu ale organizației. Principalul scop al managementului resurselor umane din sistemul sanitar constă în mobilizarea, motivarea și dezvoltarea capacităților personalului. În acest sens, la ora actuală, provocările ce apar în fața managementului resurselor umane din sănătate (probleme care se regăsesc practic în toate sistemele sanitare din lume) sunt: lipsa de motivare a personalului, utilizarea ineficientă a personalului, productivitatea scăzută a personalului, pregătirea inadecvată a personalului, proasta distribuție a personalului atât în interiorul organizației, cât și în cadrul sistemului de sănătate.

**Keywords:** *human resources, stimulation, efficiency, professionalism, training, improvement, staff opportunities.*

**Cuvinte-cheie:** *resurse umane, stimulare, eficiență, profesionalism, antrenare, perfecționare, capacități ale personalului.*

„Asistența medicală primară este asistența medicală esențială, care este universal accesibilă pentru indivizii și familiile din comunitate, se acordă prin metode acceptate de ei, cu participarea lor deplină, la un cost pe care comunitatea și țara poate să și-l permită”.

(Alma-Ata, 1978)

### Introducere

Implementarea strategiei de dezvoltare continuă a calității serviciilor medicale este o componentă importantă a proceselor de renovare a sistemului de sănătate. Aplicarea în practică a asigurărilor obligatorii de asistență medicală produce schimbări esențiale în gestionarea instituțiilor medico-sanitare publice și private. Valoarea și complexitatea problemelor de creștere a motivației personalului organizațiilor medicale a sporit, având în vedere specificitatea activității lor [3; 5]. În procesul de gestiune a organizației medicale este important să se ia în considerare faptul că comportamentul organizațional al angajaților polimotivat [1; 7], precum și realizarea obiectivelor organizaționale este posibil doar dacă este coordonat cu activitățile comune ale personalului. Studiul bibliografic al autorului remarcă semnificația structurilor de guvernare, a serviciilor medicale și asistenței medicale [3; 4], iar personalului medical este acordată o atenție modestă.

### Material și metodă

**Scopul studiului** constă în investigarea gradului și factorilor determinanți ai manifestării motivației activității (muncii) în cadrul grupurilor profesionale de medici și personal medical din cadrul unei organizații medicale.

**Metodele utilizate** apelează la sondaje, utilizarea chestionarului, propus pentru evaluarea componentelor-cheie ale lui R. Hackman și a lui G. Oldham, comparație, previziune, extrapolare, inducție, deducție, metode motivaționale, statistica etc. Un chestionar anonim a fost răspândit printre 387 de persoane – angajați în șase spitale, reprezentanți ai grupurilor profesionale „Medium Medical Personnel” și „Junior Medical Personnel”, utilizând chestionarul dezvoltat pentru a evalua componentele-cheie ale lui R. Hackman și ale lui G. Oldham, vizând motivarea în profunzime a activităților și a componentelor-cheie (CC).

### Material și metodă

Exponentul calității sănătății – durata medie de speranță a vieții la naștere – continuă să se reducă substanțial. Comparativ cu anul 1990, durata medie de speranță a vieții la naștere s-a micșorat cu 1,1 ani, reprezentând, în 1999, pentru femei 71,0 ani, pentru bărbați 63,7 ani și cea medie 67,4 ani. Dacă ne referim la bărbați, această reducere s-a dovedit a fi mai semnificativă – circa 1,3 ani. Astfel, durata speranței de viață în Republica Moldova este una din cele mai scurte din Europa, fiind într-un proces continuu de agravare. Una din cele mai îngrijorătoare manifestări în dezvoltarea demografică nefavorabilă din țară este creșterea mortalității populației. În anul 2000 au decedat 41,2 mii de persoane, rata mortalității fiind de 11,3 la 1000 populație. În 2016, Republica Moldova se clasează pe poziția 107 din 188 de țări și teritorii, conform Indicelui Dezvoltării Umane (IDU). Valoarea de 0,699 plasează Republica Moldova în topul categoriei de dezvoltare umană medie. În clasamentul IDU, pentru 2016, din țările din Europa și Asia Centrală, Turkmenistanul și

Uzbekistanul, care s-au clasat pe locul 111 și respectiv 105, sunt cele mai apropiate de Republica Moldova, inclusiv și după mărimea populației. România se plasează pe poziția 50 cu 0.802 puncte. În spitalele private din țară au fost internați, anul trecut, 160.000 de pacienți, adică doar 4% din numărul total de pacienți internați în țară, date relatate de Institutul Național de Statistică (INS).

În România, sunt 187 de spitale private, respectiv o treime din numărul total, însă capacitatea lor este de numai 6.600 de paturi, față de 125.000 de locuri în cele 367 de spitale publice [9]. Nu contează dacă pacientul se adresează la o clinică comercială sau alege servicii publice: este necesar ca medicul să fie competent și diagnosticele sale să fie justificate. Dar cum să înțelegi dacă în fața ta este un specialist bun?

**Încredere.** Un medic bun arată îngrijit și curat: totul trebuie să fie în ordine. Este important ca, din primul minut al întâlnirii, medicul să însuflească pacientului un sentiment de încredere și securitate. Aceasta este o condiție indispensabilă, fără de care nici un tratament nu este posibil. Potrivit cercetărilor autorului, pacienții care au încredere în medicii lor, le este mai ușor să schimbe stilul de viață, de exemplu, pentru a pierde în greutate sau a renunța la alimentele sărate cu risc crescut de hipertensiune arterială. Unul dintre factorii importanți de încredere între medic și pacient este asistența participativă cu pacientul în procesul de tratament.

**Atenție.** Medicul este obligat să intervieveze pacientul și să afle care este motivul vizitei și care este scopul pacientului. Medicul va pune întrebări despre bunăstare, obiceiuri și stilul de viață, istoricul evoluției simptomelor, bolile concomitente și medicamentele pe care le ia. Se asigură cu întrebări despre cazurile de boală printre rudele apropiate – părinți, bunici, frați.

**Sinceritate.** Medicul trebuie să răspundă calm și cu răbdare la toate întrebările pacientului și să comenteze – în limite – fiecare decizie. Un doctor bun va explica mereu ce se întâmplă, va dezvălui pacientului termenii incompreensibili, va oferi pacientului posibilitatea de a lua decizia. Dacă este vorba despre scopul analizei, medicul explică ce informații va oferi studiul și de ce ar trebui să se facă. Orice analiză nu are niciun rol până când nu este interpretată de un specialist. La cererea pacientului, medicul trebuie să fie pregătit să comenteze fiecare indicator al analizei și să evalueze contribuția sa la diagnosticare.

**Profesionalism.** Fiecare medic are o instruire și educație medicală, însă știința modernă se dezvoltă într-un ritm rapid: se îmbunătățesc metodele de diagnosticare, baza de cunoștințe privind bolile este actualizată în mod constant și apar noi rezultate ale studiilor clinice. Prin urmare, pentru un medic, nevoia de cunoaștere a limbilor străine: majoritatea articolelor sunt publicate în limba engleză. Medicul prescrie medicamente cu eficacitate dovedită – cu excepția cazului în care pacientul sănătos este sigur că este bolnav. În acest caz, aceste numiri lucrează pe principiul placebo și pacientul se simte mai bine. În paralel cu aceasta, de regulă, este recomandată o consultare cu un terapeut – astfel de simptome pot fi asociate cu depresia sau nevroza.

**Lucrul în echipă.** Nu este suficient întotdeauna ca pacientul să facă față eforturilor unui specialist – uneori este necesar lucrul în echipă. În astfel de cazuri, recomandările adreselor nu funcționează: adesea unui doctor recunoscut (recomandat de cineva). Asistența medicală de calitate necesită o abordare integrată. În spatele medicului trebuie să existe o clinică verificată sau o rețea proprie de contacte. Apoi, medicul colectează cu ușurință o consultație multidisciplinară sau poate transfera pacientul la o altă clinică. La transferul pacientului este necesară continuitatea îngrijirii – pentru a transfera informațiile descrise și continua conceptul de diagnostic sau regimul de tratament. Acest lucru oferă nu numai o îngrijire rapidă și de înaltă calitate, dar, de asemenea, păstrează încrederea pacientului. În mod ideal, dacă fiecare pacient are un medic de familie (personal), care urmează istoricul tratamentului pacientului, este foarte bine. Împreună cu cartea medicală (cardul electronic al pacientului), el oferă colegilor săi o istorie medicală și toate informațiile despre pacient

într-o clinică, iar când este transferat la o altă instituție, el pregătește un extras detaliat și continuă să observe tratamentul pacientului. Fiecare medic care urmează completează rezultatele tratamentului și permite să determinați cu precizie diagnosticul și să alegeți tratamentul adecvat.

Pentru o muncă eficientă, medicul trebuie să aibă la dispoziție toate instrumentele de diagnosticare în laborator și posibilitatea de a trimite pacientul la o altă instituție sau, dacă este necesar, să fie spitalizat urgent. În activitățile zilnice, conform fișei de post oficiale, etica profesională a unei asistente medicale se află în fruntea măiestriei. În respectarea principiilor etice în orice situație, asistentul medical demonstrează înaltul său profesionalism. Potrivit Codului de etică, a documentelor pe care se bazează și a stării actuale a lucrurilor în medicină, sora medicală nu este doar executantul prescrierilor medicului. Asistenta este o profesie independentă, are atât competențe de îngrijire cuprinzătoare pentru pacienți, cât și un nivel suficient de cunoștințe în domeniul psihologiei comunicării și pedagogiei. Etica medicală reprezintă un set de standarde de conduită și standarde morale ale lucrătorului medical, inclusiv un sentiment de datorie, onoare, conștiință și demnitate. Etica medicală presupune o cultură înaltă, o filantropie, o curățenie morală și fizică [5]. Aceste calități pot fi stimulate prin diferite pârghii morale și materiale.

Răspunsurile la întrebările chestionarului au fost estimate pe baza unei scale de 7 puncte. A fost calculat „indicatorul potențialului de motivație” al activității ca o magnitudine generalizată a manifestării motivației profunde a muncii angajatului. În prelucrarea statistică a datelor a fost utilizat pachetul de programe aplicate "Statistica-10", comparativ pe perechi, cu criteriul nonparametric Kolmogorov-Smirnov.

### Rezultate și discuții

Datele obținute sunt prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 1. Indicatori de evaluare integrată a motivației muncii și a componentelor-cheie ale acesteia în reprezentanții grupurilor profesionale [elaborat de autor]

Componentele-cheie ale activității	Indicatorii	Grupuri de respondenți (n=378)	
		Personalul de asistență medicală (n=257)	Infirmiere, îngrijitoare, Brancardieri (n=121)
Varietate de cunoștințe și abilități	Me	5,50	4,00
	(Q25; Q75)	(4,50; 6,50)	(3,00; 5,00)
	Semnificație	***	p>0,05
Completitudinea misiunilor	Me	4,00	3,00
	(Q25; Q75)	(3,00; 6,00)	(1,00; 4,00)
	Semnificație	***	p>0,05
Relevanța activităților	Me	5,67	4,67
	(Q25; Q75)	(5,00; 6,67)	(4,00; 5,67)
	Semnificație	***	p>0,05
Autonomie	Me	4,00	4,00
	(Q25; Q75)	(1,00; 6,00)	(1,00; 5,00)
	Semnificație	p>0,05	p>0,05
Feedback-ul	Me	7,00	7,00
	(Q25; Q75)	(6,00; 7,00)	(6,00; 7,00)
	Semnificație	p>0,05	p>0,05
Indicator al potențialului de motivație	Me	108,50	64,00
	(Q25; Q75)	(40,44; 182,78)	(29,94; 112,00)
	Semnificație	**	p>0,05

Notă: Me – mediana; (Q25, Q75) - (25% și, respectiv, 75% quartile); \*\*, \*\*\* – fiabilitatea diferențelor. Calitatea serviciului medical este prioritară în livrarea serviciilor de sănătate, raportul cost-eficiență și satisfacția pacientului contează în funcționarea unui sistem de sănătate care se dorește a fi prietenos pacientului. Lucrul cu pacienții se bazează, în primul rând, pe atitudine binevoitoare. Asistentele întotdeauna întâlnesc pacienții cu un zâmbet, încercând să găsească o abordare individuală pentru fiecare dintre ei. Și, bineînțeles, sarcina prioritară este asigurarea regimului sanitar și antiepidemic în instituție. Aplicarea strictă a normelor sanitare și monitorizarea regulată permit pacienților să se simtă în siguranță.

### Concluzii

Gradul de atractivitate a activității (cele mai mari manifestări reflectă indicii de motivație) pentru personalul medical al organizației este determinat de nivelul de manifestare în activitatea lor de MPA „modelul de performanță a activității“, elaborat de R. G. Hackman și Oldham. Odată cu creșterea satisfacției și stimulentele, crește nivelul de motivație. Nivelul scăzut de atractivitate al activităților profesionale de asistentele medicale, precum și al personalului auxiliar special evidențiază importanța de a lua în considerare acest aspect, ca factor care determină calitatea și eficacitatea activităților. Motivarea și satisfacția din activitatea acestor categorii de personal medical în instituțiile medicale sporește calitatea serviciilor prestate și nivelul de sănătate al cetățenilor, dar și securitatea țării. Componentele-cheie ale manifestării unei motivații profunde permit să determinăm domeniile de activitate pentru a spori atractivitatea profesională.

### Bibliografie

1. Almazov A.A. Criterii de evaluare a motivației personalului. Crearea și dezvoltarea valorilor organizării medicale. În: Asistență medicală. 2014, nr.5:94, p.101.
2. Bochkarev N. Starea funcțională a sistemului nervos central pentru stagiarii cu niveluri diferite de succes în formarea la o școală medicală. 2009. T. 5. № 2. p. 169-172.
3. Fisn A. Asistența medicală a Forțelor Armate: rezultatele activităților și sarcinile principale pentru anul 2016. Miere de război. Zh. 2016, 1: 4-21.
4. George G. M., Jones, G. R. Comportamentul organizațional. Essentials of Management. Prentice Hall Upper Saddle River, New Jersey. 2003, pp.115-138.
5. Matvienko V. Perfecționarea fundamentării normativ-juridice, organizaționale și științifico-metodologice a orientării medicale-profesionale/ Raport final privind cercetarea și dezvoltarea. Chișinău: UMF, 2000.
6. Timofeev D. Influența factorilor socio-psihologici ai activității profesionale a ofițerilor serviciului medical asupra evaluării condițiilor serviciului medical. În: Sociologia medicinei. 2016, nr. 1, p. 34-38.
7. Timofeev D. Studiul stării funcționale a corpului și eficiența în unitatea medicală. Iași: PIF. 2002. 54 p.
8. Yerugin M. Probleme actuale ale medicilor de formare în elementele de bază ale managementului. In: Jurnalul Saratov de Cercetare Științifică Medicală. 2014. 10. 10. № 4. S. 591-595.
9. <http://www.zf.ro/companii/radiografia-spitalelor-367-publice-187-private-125-000-de-paturi-la-public-6-600-paturi-la-privat-doar-4-din-cei-4-24-mil-pacienti-internati-la-privat-15557013>



UDC: 338.2

## COHESION POLICY IN THE EUROPEAN UNION

### POLITICA DE COEZIUNE IN UNIUNEA EUROPEANĂ

*ROSCA Petru, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*ROȘCA Petru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *The article reveals different aspects of cohesion policy which the European Union is promoting, being considered the main investment policy and it is addressed to all regions, towns, villages of EU, by supporting the employment, competitiveness, economic growth, sustainable development and improvement of the quality of life.*

**Adnotare:** *În articol sunt redată diverse aspecte ale politicii de coeziune care se promovează în Uniunea Europeană, fiind considerată ca principala politică de investiții și este adresată tuturor regiunilor, orașelor, localităților din UE, sprijinând crearea de locuri de muncă, competitivitatea firmelor, creșterea economică, dezvoltare durabilă și îmbunătățirea calității vieții.*

**Keywords:** *cohesion, solidarity, budget, strategy, research and innovation, investment, economic growth, sustainable development, competitiveness, education, environment, quality of the life.*

**Cuvinte-cheie:** *coeziune, solidaritate, buget, strategie, cercetare-inovare, investiții, creștere economică, dezvoltare durabilă, competitivitate, educație, mediul înconjurător, calitatea vieții.*

#### Introducere

Conform dicționarului explicativ enciclopedic al limbii române (DEX), termenul *coeziune* înseamnă: 1) proprietate a elementelor constitutive ale substanțelor solide și gazoase de a se menține unite, datorită forțelor care se exercită între atomii sau între moleculele lor. 2) Fig. Legătura internă strânsă (Prizis. u. Din franceză – cohesion). În cazul dat am putea spune solidaritatea economică a țărilor-membre ale Uniunii Europene.

Politica de coeziune poate fi considerată ca principala politică de investiții în Uniunea Europeană. Această politică este adresată tuturor regiunilor, orașelor, localităților din Uniunea Europeană, sprijinând crearea de locuri de muncă, competitivitatea firmelor, creșterea economică, dezvoltare durabilă și îmbunătățirea calității vieții populației.

#### Material și metodă

Politica de coeziune stă la baza solidarității europene, având un un impact puternic în diverse domenii ale economiei. Conform datelor statistice europene, cea mai mare parte a fondurilor de care dispune politica de coeziune sunt orientate către țările și regiunile europene mai slab dezvoltate, în scopul spriginirii acestora în vederea recuperării și reducerii decalajelor economice, sociale și teritoriale existente în continuare la nivelul Uniunii Europene.

Politica de coeziune are un impact financiar general, fiind un catalizator pentru finanțări suplimentare din fonduri publice și private, deoarece aceasta impune statelor-membre cofinanțarea din bugetul național și generează totodată încredere în rândul investitorilor. În total, luându-se în



calcul contribuțiile naționale și alte investiții private impactul politicii de coeziune pentru perioada anilor 2014-2020 este estimat la aproximativ 450 de miliarde de euro.

Politica de coeziune vine în completarea altor politici ale Uniunii Europene, precum cele din domeniul educației, ocupării forței de muncă, energiei, mediului, pieței unice, cercetării și inovării ș.a. Ea asigură, în special, cadrul și strategia de investiții necesare îndeplinirii obiectivelor de creștere convenite, prevăzute de Strategia Europa 2020. Până în anul 2020, Uniunea Europeană urmărește îndeplinirea a cinci obiective concrete – referitoare la ocuparea forței de muncă, inovare, educație, incluziune socială și climă/energie [1].

### Rezultate și discuții

La etapa actuală Europa trece printr-o perioadă de transformare. Criza a anulat ani de progrese economice și sociale și a pus în evidență deficiențele structurale ale economiei Europei. Între timp, lumea evoluează rapid, iar provocările pe termen lung (globalizarea, presiunea exercitată asupra resurselor, îmbătrânirea) se intensifică. Structurile europene, toate țările membre ale UE în ultimii ani sunt preocupate de propriul viitor.

Europa va putea reuși dacă va acționa în mod colectiv, ca Uniune. În acest scop a fost elaborată și se realizează cu succes Strategia – Europa 2020, având ca scop realizarea unui șir de măsuri radicale care iar permite să iasă din criză mai puternici și care să transforme UE într-o economie inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii, caracterizată prin niveluri ridicate de ocupare a forței de muncă, productivitate și coeziune socială. Europa 2020 oferă o imagine de ansamblu a economiei sociale de piață a Europei pentru secolul al XXI-lea.

Europa 2020 propune trei priorități care se susțin reciproc:

- creștere inteligentă: dezvoltarea unei economii bazate pe cunoaștere și inovare;
- creștere durabilă: promovarea unei economii mai eficiente din punctul de vedere al utilizării resurselor, mai ecologice și mai competitive;
- creștere favorabilă incluziunii: promovarea unei economii cu o rată ridicată a ocupării forței de muncă, care să asigure coeziunea socială și teritorială.

UE și-a definit direcția în care vrea să evolueze până în anul 2020. În acest scop au fost stabilite următoarele obiective principale pentru Uniunea Europeană:

- 75% din populația cu vârsta cuprinsă între 20 și 64 de ani ar trebui să aibă un loc de muncă;
- 3% din PIB-ul UE ar trebui investit în cercetare-dezvoltare (C-D);
- obiectivele „20/20/20” în materie de climă/energie ar trebui îndeplinite (inclusiv o reducere a emisiilor majorată la 30%, dacă există condiții favorabile în acest sens);
- rata abandonului școlar timpuriu ar trebui redusă sub nivelul de 10% și cel puțin 40% din generația tânără ar trebui să aibă studii superioare;
- numărul persoanelor amenințate de sărăcie ar trebui redus cu 20 de milioane [1].

Aceste obiective sunt interconectate și sunt cruciale pentru reușita generală. Pentru a garanta că fiecare stat-membru adaptează strategia Europa 2020 la situația sa specifică, Comisia a propus ca aceste obiective ale UE să fie transpuse în obiective și traiectorii naționale. Fiecare stat-membru a adoptat obiective naționale în aceste domenii.

E de menționat, că pentru perioada anilor 2014-2020 sunt alocate 351,8 miliarde de euro – aproximativ o treime din bugetul Uniunii Europene – pentru politica de coeziune, în vederea atingerii acestor obiective și a îndeplinirii diverselor necesități existente la nivelul tuturor regiunilor din Uniunea Europeană.

Politica de coeziune în Uniunea Europeană este promovată consecvent de-a lungul timpului, care se confirmă prin următoarele:

- în **1957** în Tratatul de la Roma se menționează pentru prima dată existența unor diferențe regionale;
- în **1958** a fost instituit Fondul social european;
- **1975** – a fost creat Fondul european de dezvoltare regională;
- **1986** – în Actul Unic European s-a stabilit termenul juridic al „politicii regionale“;
- **1988** – în vederea adaptării la aderarea Greciei (1981), Spaniei și Portugaliei (1986), fondurile structurale au fost integrate într-o „politică de coeziune“ generală. Buget: 64 miliarde ECU;
- în **1993** – Tratatul de la Maastricht introduce Fondul de coeziune, Comitetul Regiunilor și principiul subsidiarității;
- **1994-1999** – dublarea resurselor alocate fondurilor, acestea atingând o treime din bugetul Uniunii Europene;
- **1995** – a fost adoptat un obiectiv special pentru sprijinirea regiunilor slab populate din Finlanda și Suedia;
- **2000** – „Strategia de la Lisabona“ redirecționează prioritățile UE către creștere, locuri de muncă și inovare;
- **2000-2006** – prioritățile oferite acestei perioade au fost orientate astfel încât să reflecte obiectivele Strategiei de la Lisabona. Instrumentele de preaderare au pus la dispoziția țărilor aflate în curs de aderare la Uniunea Europeană fonduri și know-how;
- **2004** – Aderarea a zece noi state-membre, populația UE, crescând cu 20%, în timp ce PIB-ul acesteia doar cu 5%. Buget specific alocat pentru noile stat-membre (2004-2006);
- **2007-2013** – 30% din bugetul alocat pentru infrastructura de mediu și pentru măsuri de combatere a schimbărilor climatice, iar 25% pentru cercetare și inovare;
- **2014-2020** – noua perioadă de programe introduce norme comune simplificate și un accent sporit pe realizări și rezultate. Bugetul de 351,8 miliarde de euro este orientat în special către 11 obiective tematice în sprijinul realizării țintelor Strategiei Europa 2020.

Coeziunea economică, socială și teritorială se află în centrul strategiei Europa 2020 pentru a asigura că toate energiile și capacitățile sunt mobilizate și orientate către urmărirea priorităților strategiei. Politica de coeziune și fondurile structurale, care își păstrează importanța ca elemente de sine stătătoare, reprezintă totodată mecanisme-cheie de execuție pentru realizarea priorităților de creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii în statele membre și în regiunile acestora.

Se prevăd acțiuni concrete de dezvoltare a unor soluții de finanțare inovatoare care să sprijine obiectivele strategiei Europa 2020 prin precum: valorificarea pe deplin a posibilităților de sporire a eficienței și a eficacității bugetului de care dispune în prezent UE, printr-o ierarhizare mai bună a priorităților și printr-o corelare mai bună a cheltuielilor UE cu obiectivele strategiei Europa 2020, în vederea eliminării fragmentării actuale a instrumentelor de finanțare ale UE (de exemplu, cercetare, dezvoltare și inovare, investiții în infrastructurile-cheie de rețele transfrontaliere de energie și transporturi, precum și tehnologii cu emisii reduse de carbon). Revizuirea cadrului financiar reprezintă o oportunitate care va fi exploatată pe deplin pentru a dezvolta potențialul instrumentelor financiare inovatoare, asigurându-se în același timp buna gestiune financiară.

E de menționat, că din volumul cheltuielilor totale prevăzute în bugetul Uniunii Europene pentru perioada anilor 2014-2020 în sumă de 1082 miliarde euro, 32,5% se prevede finanțare din

politica de coeziune (351,8 mld. €) și 67,5% pentru finanțarea altor politici ale UE: agricultura, cercetare, politica externă etc. (730,2 mld €) (figura 1).

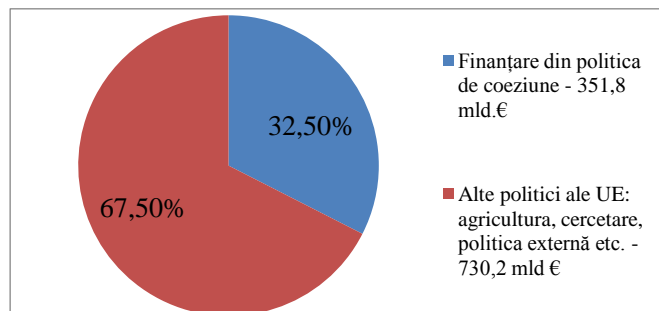


Figura 1. Bugetul general al Uniunii Europene pentru anii 2014-2020 (în total 1082 miliarde euro) [1]

În figura 2 sunt prezentate principalele direcții de finanțare din politica de coeziune pentru anii 2014-2020 (351,8 miliarde €).

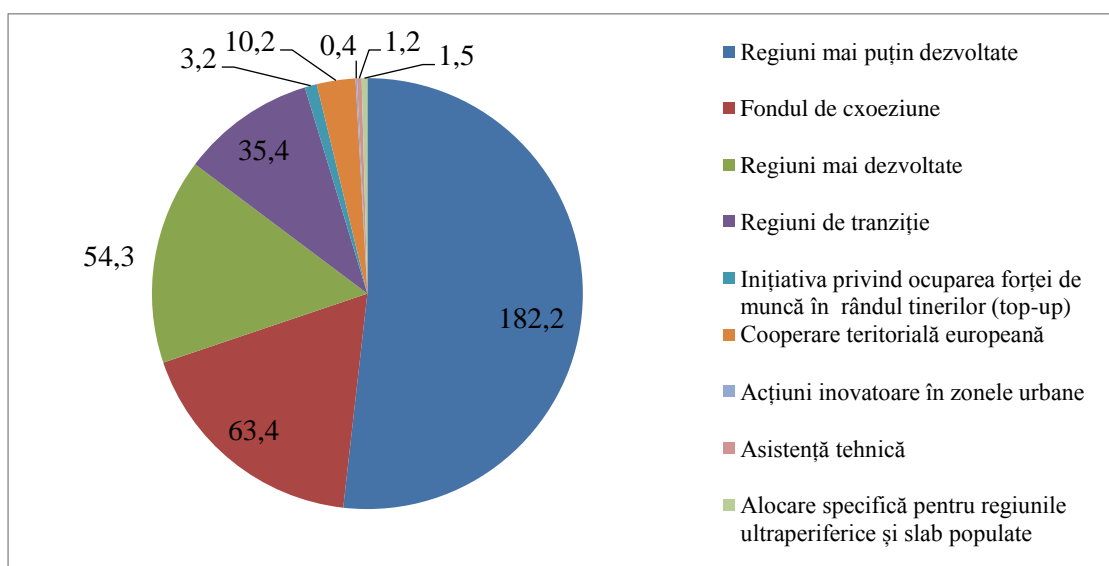


Figura 2. Finanțare din politica de coeziune a UE pentru perioada 2014-2020 (351,8 miliarde €) [1]

Prioritățile realizării politicii de coeziune în UE sunt: crearea de locuri de muncă și creșterea economică; investiții în oameni; sprijinul întreprinderilor; consolidarea cercetării și inovării; îmbunătățirea mediului înconjurător; modernizarea transporturilor ș.a.

Conform estimărilor numai în perioada anilor 2007-2012 în țările-membre ale UE au fost create 594000 locuri de muncă. A crescut venitul în cele mai sărace regiuni ale UE, PIB-ul pe cap de locuitor înregistrând aici un salt de la 60,5% din media UE în 2007 la 62,7% în anul 2010.

Se fac enorme investiții în oameni:

- în fiecare an, aproximativ 15 milioane de persoane se implică în mii de proiecte cofinanțate din Fondul social european (FSE):

- în total pe UE 2,4 milioane de participanți la acțiunile FSE destinate sprijinirii accesului la ocuparea forței de muncă și au găsit un loc de muncă în termen de 6 luni (în 2007-2010);
- Un sprijin financiar deosebit se acordă întreprinderilor:
- 198000 de întreprinderi mici și mijlocii (ÎMM-uri) au beneficiat de ajutor direct pentru investiții:
- 77800 de întreprinderi nou înființate au beneficia de sprijin;
- 262000 de locuri de muncă au fost create în cadrul ÎMM-urilor.

Consolidarea cercetării și inovării:

- 63000 de proiecte de cercetare au beneficiat de sprijin financiar;
- au fost create 21000 locuri de muncă de lungă durată în domeniul cercetării.
- Îmbunătățirea mediului înconjurător:
- au fost modernizate sistemele de alimentare cu apă, în beneficiu a 3,2 milioane de cetățeni;
- 9400 de proiecte au îmbunătățit durabilitatea și atractivitatea orașelor.
- Modernizarea transporturilor:
- 1200 km de drum rutier și 1500 km de cale ferată au contribuit la crearea unei rețele transeuropene de transport (TEN-T) eficiente.

Datele se referă la perioada 2007-2012, cu excepția cazului în care se reprezintă altfel.

Finanțarea obiectivelor politicii de coeziune în UE sunt realizate prin intermediul a trei fonduri principale:

1. *Fondul European de dezvoltare regională* (FEDR) urmărește să consolideze coeziunea economică și socială la nivel regional prin investirea în sectoarele care sporesc creșterea în vederea generării unui grad mai ridicat de competitivitate și a creării de locuri de muncă. Totodată, FEDR finanțează proiectele de cooperare transfrontalieră;
2. *Fondul Social European* (FSE), investește în oameni, punând accentul pe îmbunătățirea oportunităților în materie de ocupare a forței de muncă și educație. Aceasta vizează, de asemenea, sprijinirea persoanelor defavorizate care se confruntă cu riscul de sărăcie sau de excluziune socială;
3. *Fondul de coeziune*: investește în creștere ecologică și dezvoltare durabilă și îmbunătățește interconectarea în statele-membre cu un PIB sub 90% din media UE.

Acestea constituie, împreună cu Fondul european agricol pentru dezvoltarea rurală (FEADR) și Fondul european pentru pescuit și afaceri maritime (EMFF), Fondurile structurale și de investiții europene (ESI).

E de menționat că Comisia Europeană colaborează cu statele-membre și regiunile în vederea elaborării de acorduri de parteneriat și programe operaționale care să prezinte în linii mari prioritățile de investiții și necesitățile de dezvoltare. Autoritățile de management din statele-membre gestionează programele și selectează proiectele individuale.

Politica de coeziune are 11 obiective tematice destinate creșterii pentru perioada 2014-2020:

- 1) Consolidarea cercetării, dezvoltării tehnologice și inovării;
- 2) Îmbunătățirea accesului la tehnologiile informației și comunicațiilor, precum și îmbunătățirea utilizării și calității acestora;
- 3) Sporirea competitivității ÎMM-urilor;
- 4) Sprijinirea trecerii la o economie cu emisii reduse de carbon;
- 5) Promovarea adaptării la schimbările climatice, precum și a prevenirii și gestionării riscurilor;

- 6) Conservarea și protecția mediului și promovarea eficienței resurselor;
- 7) Promovarea unui transport durabil și îmbunătățirea infrastructurilor rețelilor;
- 8) Promovarea sustenabilității și calității locurilor de muncă și sprijinirea mobilității lucrătorilor;
- 9) Promovarea incluziunii sociale, combaterea sărăciei și a oricărei forme de discriminare;
- 10) Efectuarea de investiții în domeniul educației, al instruirii și al învățării pe tot parcursul vieții;
- 11) Îmbunătățirea eficienței administrației publice.

Conform politicii de coeziune a UE se prevede că:

- investițiile din fondul FEDR vor sprijini toate cele 11 obiective, însă obiectivele 1 - 4 sunt principalele priorități de investiții;
- principalele priorități ale FSE sunt obiectivele 8 - 11, cu toate că fondul sprijină, de asemenea, obiectivele 1 - 4;
- Fondul de coeziune sprijină obiectivele 4 - 7 și 11.

### Concluzii

**Politica de coeziune generează avantaje pentru toate regiunile Uniunii Europene.**

Nivelul investițiilor reflectă necesitățile de dezvoltare ale statelor –membre. Regiunile sunt clasificate în funcție de nivelul produsului intern brut (PIB) în **regiuni mai dezvoltate, de tranziție sau mai puțin dezvoltate**. Potrivit acestei clasificări, fondurile europene asigură între 50% și 85% din totalul finanțării unui proiect. Necesarul de finanțare rămas poate proveni din surse publice (naționale sau regionale) ori private. Obiectivul principal al politicii de coeziune este acela de a sprijini competitivitatea regiunilor și orașelor Europei, încurajând creșterea de locuri de muncă. Printre posibili beneficiari se numără organismele publice, întreprinderile (în special IMM-urile), universitățile, asociațiile, ONG-urile și organizațiile de voluntari.

Politica de coeziune încurajează regiunile și orașele din diferite state-membre ale UE să colaboreze și să înețe unele de la celelalte prin programe, proiecte și rețele comune cu efecte concrete asupra fiecărui aspect al vieții economice, printre care: inovarea, accesibilitatea, educația, întreprinderile, ocuparea forței de muncă sau mediul. Programele transfrontaliere, transnaționale și internaționale beneficiază de finanțare din *Fondul european de dezvoltare regională*. Persoanele care locuiesc în afara granițelor UE beneficiază, la rândul lor, de programe de cooperare transfrontalieră de preaderare.

### Bibliografie

1. Strategia Uniunii Europene – Europa 2020  
[https://www.mae.ro/sites/default/files/file/Europa2021/Strategia\\_Europa\\_2020.pdf](https://www.mae.ro/sites/default/files/file/Europa2021/Strategia_Europa_2020.pdf)
2. Dicționarul explicativ al limbii române DEX. Ediția a II-a. București, 1998. 1192 p.

UDC: 338.2, 339.9

**FOREIGN INVESTMENTS AND THEIR EFFECTS ON THE  
ROMANIAN ECONOMY**

**INVESTIȚIILE EXTERNE ȘI EFECTELE ACESTORA ASUPRA  
ECONOMIEI ROMÂNEȘTI**

*ROȘCA Petru, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
ROSCA Leonid, PhD, Chisinau  
RUSU Vasilica, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*ROSCA Petru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
ROSCA Leonid, doctor t în științe economice, conferențiar universitar, Chișinău  
RUSU Vasilica, doctorand,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *The paper aimed at studying the various aspects of FDI, their influence on the economic development of Romania, FDI developments in 2007-2013, areas and ways of attracting FDI into the country, their efficiency, investment balance structure, the top 10 investment partner countries, the impact of FDI on the balance of payments of the country, etc.*

**Adnotare:** *În lucrare s-a studiat diferite aspecte ale ISD, influența acestora asupra dezvoltării economice a României, evoluțiile ISD în perioada 2007-2013, zonele și căile de atragere a ISD în țară, eficiența acestora, structura balanței de investiții, primele 10 țări partenere de investiții, din ISD pe balanța de plăți a țării etc.*

**Keywords:** *FDI, legislation, investment environment, investment partners, the areas of interest, investment risks, balance of payments, economic development, efficiency.*

**Cuvinte-cheie:** *ISD, legislația, mediul investițional, partenerii de investiții, zonele de interes, riscurile investiționale, balanța de plăți, dezvoltarea economică, eficiența.*

### **Introduction**

Romania has serious backlogs compared to surrounding states regarding the economic situation in general, and more so in terms of attracted foreign direct investments.

Elaboration of strategies of attraction of foreign investments is designed selecting various factors of influence: fiscal facilitations and stimulus; development of the business environment at European and global levels; incentives that proved to be highly efficient in attracting foreign investments; application of a method of permanent improvement and promotion of foreign investments.

This strategy assumes: elimination of administrative and bureaucratic obstacles that determine additional costs at creation and during operation of an enterprise; ensuring a stable framework of regulating the business environment; introduction of on-line services in order to meet



the demands of an enterprise, to facilitate access of a company to public information related to business development and relationship with public administration; enhancing the competitiveness of the manufacturing sector and services; orientation towards requirements of the manufacturing sector, the research and development field; promotion of financial instruments for small enterprises.

### **Materials and methods of research**

Incentives play an important role in many countries, both developed and in development process. In a brief definition, investment incentives take the form of any economic advantage commensurably granted to certain categories of companies or, specifically, some firms with the aim of encouraging induction to their level of a particular conduct, desirable from the perspective of the host country [7, p. 118].

Incentives can be grouped into three categories: fiscal, financial and otherwise. Fiscal category includes tax incentives or tax exemptions on turnover, profits, VAT, in taxation of imports or exports, reducing contributions on labor. Financial incentives are primarily related to direct subventions, soft loans (with an interest rate lower than those prevailing on the market). The last category of incentives includes subsidized services provided by investment promotion agencies, advantages in access to the market and protection of the market share through preferential or guaranteed access to public markets and protection of the investor market by restricting imports of competing products; grants for buildings, land, electricity and telecommunications services; existence of a regime on foreign exchanges.

Empirical data shows that incentives to attract foreign direct investment is increasing worldwide, the most widespread being fiscal and financial incentives. Fiscal incentives are preferred by developing countries while developed countries generally offer financial incentives as they have necessary resources required for granting direct incentives.

### **Results and considerations**

Existence of a stable and transparent regulatory framework is essential to attract FDI in the country. Since 1989, the possibility of making foreign direct investment in Romania has been regulated by the Decree-Law no.96 / 1990 regarding some measures to attract investment of foreign capital in Romania. In accordance with this law, it became possible establishment of companies with foreign capital, both by association with Romanian legal or natural persons, as well as by participating 100% foreign capital.

Foreign investment became essential engine of Romania's development strategy, in which the objectives and challenges have taken a completely different dimension once the prospect of EU integration.

European integration was the main political objective of all ruling parties, which was confirmed by the conclusion of accession negotiations with Romania and Bulgaria's EU summit in Brussels on 16-17 December 2004.

With the conclusion of accession negotiations, Romania has entered a new phase, in which the Romanian economy had to reaffirm its potential for active participation to achieve economic convergence with the European Union in relation to the development strategies adopted by its decisionmaking structures.

Romania's preparation for accession to the European Union and attracting foreign direct investment has enabled a positive economic development. Investments showed steady growth especially in the pre-accesion stage, in 2005 remaining at a high 6.6% of GDP.

By joining the EU, Romania has increased the attractiveness as a destination country for foreign direct investments, especially to investors coming from EU countries.

Table 1. Evolution of foreign direct investments [own processing after arisinvest]

Indicatori/ Indicators	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2013
Modificarea investițiilor străine (%) / Modification of foreign investments	12,81	-6,33	60.56	166,34	0,57	73,77	-19,96	30,97	-63.26	-23,73
Investiții străine -Mii Euro / Foreign investments -Thous. Euro	1294	1212	1946	5183	5213	9059	7250	9496	3488	2596

Foreign direct investments in Romania have progressively grown. Thus, if in 2003 foreign direct investments made only 1294 thous.Euro, in 2008 it made already 9050 thous.Euro. In the early 2000s Romania passed through economic and political transformations aimed at establishing a free market economy through privatization of state-owned enterprises and deregulation of the economy. The results were not slow to appear: domestic demand has started to recover, inflation decreased, market confidence has improved, and the external position was further strengthened.

FDIs started to grow in 2002 from 1.2 billion reaching a maximum of 9.4 billion in 2010, and in 2013 decreased to 2.6 billion Euro (figure 1). In 2004 FDIs raised due to Romania's accession to NATO, thus increasing the confidence of investors over the country. Increased investments in areas such as manufacturing, trade and services. In 2005 was adopted a flat tax, which has attracted foreign direct investment, seeing a significant increase in 2006. This increase was due to the privatization of Romania's largest bank BCR, when state obtained 2.2 billion Euro for 37% of shares.

In the period 2005-2013, due to the intensification of privatization, foreign direct investments increased, with unprecedented levels.

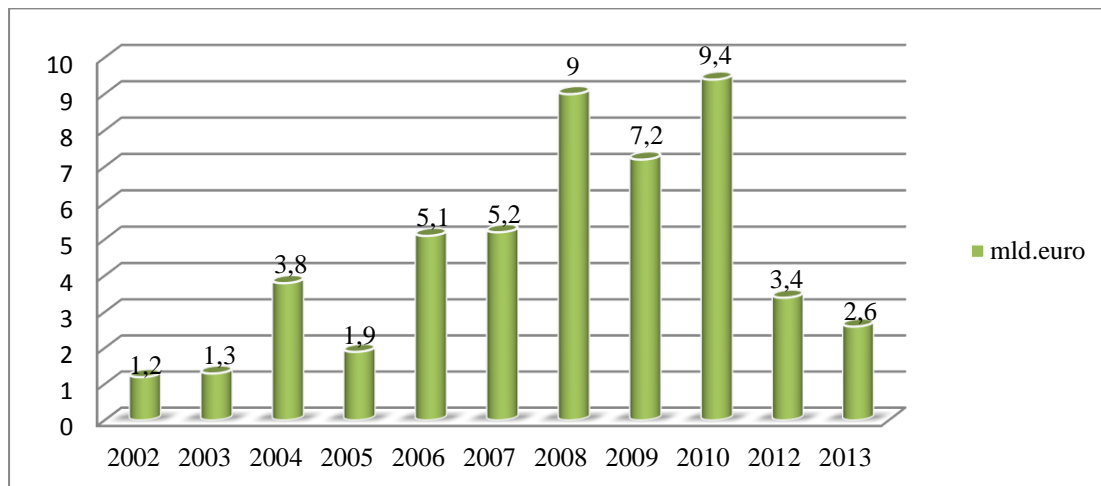


Figura 1. Evolution of FDI attracted by Romania in 2002-2013 (net flow of FDI in billions of Euros) [Arisinvest]

Approaching the moment of accession to the European Union has increased foreign investors confidence and economic growth that led to an even more attractiveness for foreign investors [8, p.67].

Net equity share of foreign direct investors in the capital of enterprises in Romania began to increase reaching a value of 4,873 billion Euros (51.3% of net FDI flows) to 2,220 billion Euros in 2007. But five years of sustained growth of FDI have ended in 2010. Causes of decrease are:

- increase in risk premiums in the context of weak prospects for economic growth;
- concentration of FDI in sectors affected by the economic crisis - real estate, automotive, steel processing;
- strong upward trend in labor costs prior to 2013 (Figure 2).
- 

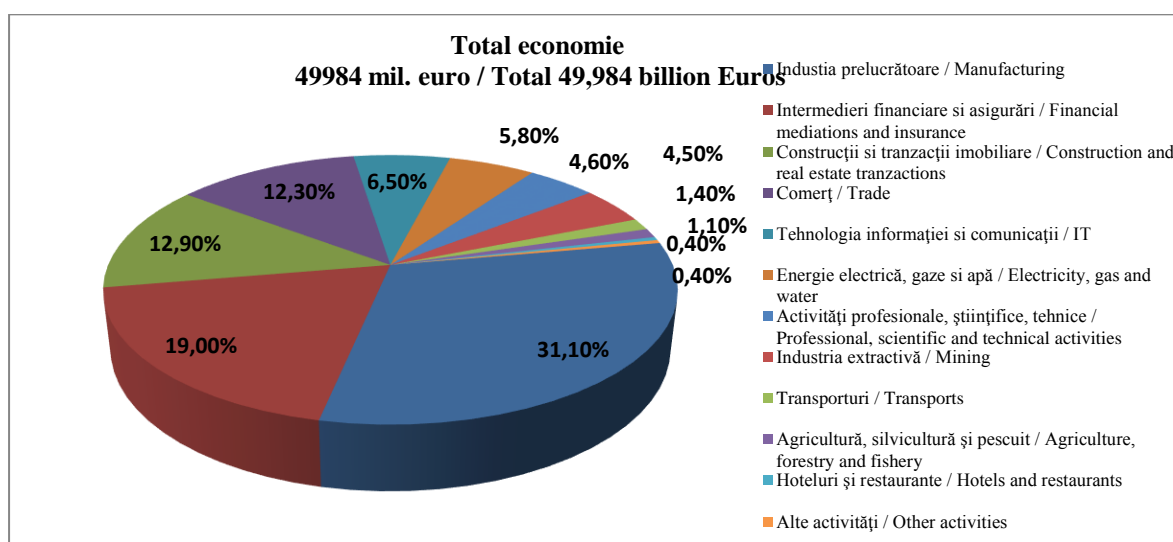


Figura 2. The structure of FDI balance as of Dec. 31st, 2013. Distribution by main economic activities [National Bank of Romania - own processing]

In Romania, the contribution of foreign investment to economic growth, particularly of multinationals, was highlighted on three main segments: the balance of payments, employment and economic growth [12, p.118].

"The importance of investment in the economy results also from the actual content of the investment effort. Investment involves mobilization and circulation of important productive resources in a structure very different by nature and volume as well as capital, techniques and high technologies, organizational and managerial skills." For countries with developing economies or in transition, these resources can not be secured in the domestic economy, and therefore these states develop policies for attracting foreign investors able to provide a better investment structure. In this respect there is an increase in the share of companies with external participation in creation of value added in the national economies and an increase in employment, and domestic revenue. Their predominantly positive economic outlook makes their presence most beneficial for majority of population of host countries [1, p.90].

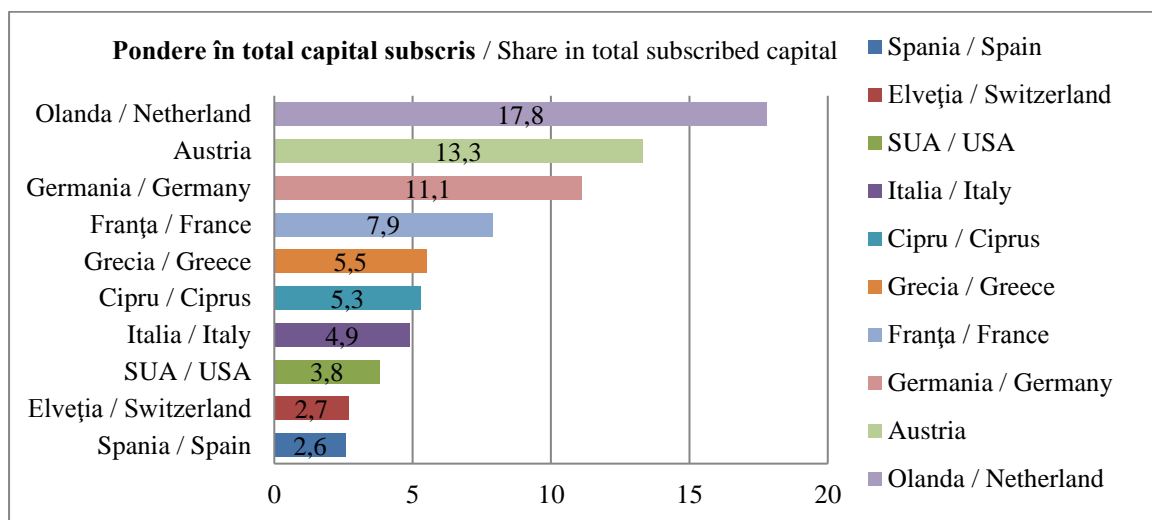


Figura 3. Top ten countries by participation in the subscribed capital to Romanian commercial companies - Existing balance as of Jan.31st, 2013 [National Office of Trade Registry]

Examples of companies that invested in Romania (Figure 3):

a) Netherlands: ING Bank, ABN Amro, Shell, Unilever, Damen Shipyards:

- nr. companies: 2,021;

- areas of interest: real estate, metallurgy, jewelry trade, export-import.

b) Austria: BCR, Erste, Petrom, OMV, Raiffeisen Bank, Brau Union:

- nr. companies: 3,300;

- areas of interest: wood, food, construction, infrastructure, automotive, environmental protection.

c) Germany: the most important direct investors in the German industrial sector in Romania include automotive parts manufacturers Draxlmaier, INA Schaeffler, ThyssenKrupp, Leoni Wiring Systems, Continental. But most preferred locations west of the country, the primary motivation is close proximity to the border with the EU.

From a conceptual standpoint, positive macroeconomic implications relate mainly to the following aspects [10, p.115]:

*Support economic growth*, which is performed differently depending on the form taken by foreign direct investment. In case of an investment in "empty place" (greenfield), economic growth is due to the creation of new production capacity, additional jobs, the emergence of new consumer and taxpayer. In case of participating in privatization, the positive effects occur when economic activity of the enterprise becomes more efficient and its competitiveness is strengthened, allowing long-term survival of the privatized enterprise.

*Stimulate domestic investments*, as local producers will be interested in increasing the efficiency and improving the quality of outputs or to face competition due to the presence of foreign investors in the sector in question, or to act as suppliers to the foreign investor. In addition, local businesses can gain access to the distribution channels of the foreign investor, in which case they will be interested in increasing production and quality of supplied goods.

*Support the restructuring and privatization*, something which is of particular importance in the case of Central and Eastern Europe, especially for companies that require a large amount of capital and the ability to reorganize and streamline operations. Thus, foreign investors can contribute not only with financial resources needed for privatization, to the extent that investments are made subsequently in order to improve rapid business activity.

*Support increased capital investment* due to foreign investors' access to external sources of capital. Where local capital markets lack the financial resources to fund important projects, foreign investments can cover this deficit because they represent a direct source of foreign capital. So, they can have positive effects on the balance of payments by financing the current account deficit.

*Generate positive effects on the balance of trade*, if the direct investor produces primarily for export or for the imports-substitution production on the domestic market.

*Support increased revenue to the state budget* due to the emergence of new taxpayers in the host country's economy. Even if they are granted certain tax incentives, increase budget revenues due to higher receipts from payroll taxes.

Although foreign direct investment can generate a number of positive effects at the level of implanting country, it is not excluded the possibility of a negative impact both at macroeconomic and sectoral levels.

Some of these effects are inherent and are manifested generally in a short term. Their emergence is closely linked to the implementation of the investment and / or making it more efficient, for example:

*The increase in imports*, reflected negatively on the trade balance, due to the import of machinery and equipment financed by foreign investors, without which implementation of the investments would not be possible. In the long term, to the extent that refurbishment of the activity translates into increased productivity and competitiveness, we can witness a drop in the trade deficit, mainly when the foreign investor is driven primarily towards export or import substitution.

*Rising unemployment* due to restructuring of privatized enterprises to rapidly streamline the business. It is obvious that in this case, it can decrease the number of jobs in privatized enterprises. In our view, in a long term, this disadvantage is insignificant if the restructured enterprises benefit from increased efficiency and competitiveness of the business, in which case, the effects of training can generate new jobs (through the development of activities upstream or downstream).

*Negative impact on the budget due*, on the one hand, to tax incentives granted to foreign investors (political incentives) that immediately effect in reducing budget revenues. On the other hand, increasing the number of unemployed as a result of privatization and restructuring of state enterprises generate additional costs to the budget as unemployed labor force of the restructured sectors is not immediately absorbed by activities in development. In the long term, as the

investments mature, it can record an increase in revenues to the state budget due to new taxes and fees paid by taxpayers (companies and employees).

Thus, the impact of FDI on the host economy is different from country to country, depending on the existing concrete economic, social and political conditions, and the degree of penetration of foreign capital.

Bidirectional relationship between FDI and economic growth is due, on one hand, to their impact on the economic environment in each country and, on the other hand, to the positive influences that sustained economic growth and sustainable development have on perceived foreign capital flows. According to specialists in this subject, for a given country, periods of intense economic growth are characterized by attraction of significant flows of foreign direct investments [11, p. 113].

Although Romania experienced high rates of growth, it was not supported as much by foreign direct investments. In the year 2012 the share of FDI stock in GDP represented 24.2%, which is below the European average EU-25 (31.7%).

Accordingly, in the context of globalization and economic integration materialized mainly in the internationalization of production, foreign investments support growth in greater or lesser extent, depending on the specific conditions in each country.

The effects of FDI on the balance of payments are numerous and sometimes contradictory, being determined by several factors, of which the most important are: type of investment, economic efficiency, field of activity, access to resources, classical transaction costs and interventions of the host country.

Analysis of the impact of FDI on the balance of payments should take into account both trade flows (the trade balance), as well as "possible significant outflow of capital or diversion of flows from other potential investors." In this respect, the best example is the case of fixed (ground) telephone company Romtelecom, at the privatization of which, the foreign investor was guaranteed monopoly in the market for a period of five years, during which prices have increased significantly. These higher profits obtained as a result of anti-competitive techniques can turn into outflows in the form of excessive salaries of expatriates and high royalty fees, negatively affecting the balance of payments. For countries in transition to a market economy, situations like this are not unique, if we consider FDI focus on oligopolistic markets [9, p. 103].

Another issue raised by analyzing the impact of FDI is the modality of financing, which directly affect the level of external private debt. Negative effects on the balance of payments occur when foreign companies borrow abroad and then focuses on the rapid recovery of investment through the use of fiscal evasion techniques (higher transfer prices or fees).

Another aspect of analyzing the impact of FDI on the balance of payments is related to tracking the effects generated by investment projects, so that: in the first phase (the investment phase), capital inflows are recorded in the financial account as a tool to balance the balance of payments by financing the current account deficit; in the second phase (implementation of the investment) due to massive imports made by foreign companies (equipment, machinery, raw materials, etc.) there is a negative effect on the trade balance;

In the third phase (maturity of investment) effects on the balance of payments, and respectively on the trade balance are diversified. Positive effects on the current account occur when profits are reinvested in the host country and capital outflows in the form of interest, fees and prices generated by the system of administrative transfer are not significant [4, p.118].

So, there is a multitude of channels through which FDI can positively or negatively affect the balance of payments of the recipient country.



Another aggregate effect of FDI is on the budget, the impact that can manifest itself in the form of both positive and negative contributions. In essence, experts consider that in a first phase the impact on the budget is negative and later with the development of activities and creation of new jobs, it becomes positive.

Positive and negative contributions to the budget:

Negative contributions:

a) *the initial phase (implantation of investment):*

- reduction in budget revenues due to tax incentives granted to foreign investors (tax incentive policy);

- additional costs to the budget, of social nature, due to increased unemployment as a result of privatization and restructuring of state enterprises.

b) *subsequent phase (maturity of investment):*

- can reduce taxes paid to the host country using transfer pricing and other mechanisms. positive contributions (occurring only in the mature stage):

- additional revenues to the state budget consisting from taxes paid by new taxpayers (employees and businesses).

The quantity of the capital contribution of foreign direct investment inflows is given to the ratio of FDI flows received and gross fixed capital formation (GFCF). Foreign investment supplement the internal capital either when done "on the empty spot" leading to the development of a new activity or in case of change of ownership (privatizations or takeovers of firms) if the company so acquired would be closed or whether through the foreign investment, are improved its performances. Obviously, from this point of view, the impact of foreign capital inflows is stronger in case of "greenfield" investment.

One of the most important effects of FDI, felt directly by local consumers, is *the reduction in prices of goods and services with a positive impact on the living standards of the local population*. By entering into the local economy, foreign companies drop prices as a result of accentuated competition.

Of course, if the foreign investor manages to capture the market and hold a monopoly, social and economic effects are negative due to increased costs of the good or service in order to obtain additional earnings.

Consequently, the net impact of FDI on local living standards for the population is difficult to quantify. If we consider only the issue of reducing prices it is evident that the standard of living is improving as local consumers will benefit from the new prices lower and a greater diversity of products.

If we, however, regard the more complex aspects, namely direct and indirect effects in the long term, the situation changes as undesirable phenomena may occur economically and socially. In other words, higher living standards as a result of foreign direct investment aimed at the local market (market-seeking) has a price consisted essentially in widening disparities between members of society.

The effects of FDI on local labor force depend substantially on the following factors: the size and type of investment; the mode of entry of the foreign investor; relevant field; the strategy of investing companies; specific conditions in the host country.

*The size of the investment* (of the company) affects the local workforce both in terms of quantity and quality. Quantitatively, transnational companies, though small in number (about 2% of the number of companies with foreign capital) attract most of the workforce (60% of employees of companies with foreign capital) compared to small and medium investors that prevail in number,

but attract only a small fraction of local employees (about 35%). In terms of quality, size and financial strength of the company determines the extent to which it is involved in the preparation and training of its employees. This is the main reason that the activities of "training" are much higher in case of large transnational companies (such as the mobile communication, financial companies etc.), than in case of small and medium firms. At the same time, transnational companies, due to competitive behavior and technologies owned, most often generate fewer jobs than local firms of the same size [6, p. 116].

*Type of investment, ie its motivation*, is another major determinant of FDI impact on human resources. Thus, if foreign investment is motivated by the low cost of labor (the labor-intensive branches) and/or quality of the workforce, the local human resource characteristics significantly influence the decision to invest, being the main advantage in locating the host country.

*The mode of entry* of foreign investor quantitatively influences the structure of the active population. Thus, investment of "greenfield" type create new jobs with positive effects on the employment. The situation is completely different in the case of FDI attracted in the privatization process, since acquired businesses face, in general, dramatic reductions in staffing as a result of restructuring activity, with negative impact on the labor market. However, given that the foreign manages, by streamlining business, to bail out the company concerned, the recorded long-term effect is beneficial due to preservation of jobs.

The field of activity of the company has both quantitative and qualitative affects on the local workforce. Thus, depending on the type of products manufactured (intensive in labor, capital or knowledge), there can dominate one of the factors of production. Where the predominant factor is labor, foreign direct investments have a significant quantitative impact on employment.

*The strategy* of investing firm has direct effects on the local labor, quantitatively. Thus, when the multinational company produces directly in the host country, the impact is much more significant than if they just set up branches (networks) of distribution. To be noted that in Romania, as in other Central and Eastern European countries were adopted both strategies - direct production or distribution networks.

Transnational companies support the economic restructuring of the host country both directly and indirectly. Direct effects are due to: introduction of new technologies and/or upgrading existing ones, in their own interest; development of new activities; stimulating local suppliers to vertical integration in the corporate system. The indirect impact is generated by increased competition between foreign and domestic firms. Thus, in order to compete with foreign manufacturers, local companies are interested to restructure and modernize operations.

Depending on the level at which the restructuring, the professional literature identifies following types:

- intersectoral restructuring: partly reflects the informational revolution and consists of restructuring of all sectors of the economy, the tendency being to increase the share of services at the expense of agriculture;
- intra-sector restructuring: involves passing within each sector, from activities characterized by low productivity (labor intensive) to highly productive activities, generating high added value, knowledge- and technology intensive;
- restructuring of the company: by using new modern technology and development of activities generating high added value [3, p.117].

Experts consider that one of the most important contributions of FDI is the technology transfer, a special role in this sense being played by transnational corporations.

From the point of view of the recipient country, the technological transfer through FDI, presents many advantages, among which the most important are:

- use of new technologies, the implementation of which involves improving the knowledge and skills of workers;
- diffusion of technology, knowledge and capabilities that positively influence the economic agents who enter into business relationships with ST (suppliers, subcontractors, competitors), reflected on the cost and quality of provided goods and services;
- development of relations between ST and local institutions (research institutes, universities, standardization and quality control agencies, training centers);
- stimulating competition and urging domestic companies to focus their efforts on making their activity more technological;
- local firms attracting st employees leads to a phenomenon of dispersion of technological developments over the past decade have shown that, following the increasing competitive pressures internationally and rapid technological development, more and more transnational companies increase their permanent expenditure on research and development to maintain its competitive advantages arising from technological innovation [2, p.101].

### **Conclusions**

#### **Ways of attracting foreign direct investments in Romania**

Romania has serious backlogs to surrounding states regarding the economic situation in general, and more so in terms of attracted foreign direct investments.

Development of strategies for attracting foreign investment is designed selecting different influence factors: tax breaks and incentives; business development at European and global level; incentives that have proven highly effective in attracting foreign investments; applying a method of continuous improvement and promotion of foreign investments.

This strategy involves: removing administrative barriers which entail extra costs during establishment and operation of an enterprise; providing a stable framework for regulating business; introducing online services to meet the needs of the enterprise to facilitate access to public information related to the company's business development and relationship with public administration; enhancing the competitiveness of the productive sector and services; orientation towards requirements of the productive sector, the research and development field; promotion of financial instruments for smaller scale business.

Incentives play an important role in many countries, both developed and developing. In a brief definition, investment incentives take the form of any measurable economic advantage granted to certain categories of companies or, specifically, of inducing firms to encourage their level of a particular conduct that is desirable from the perspective of the host country.

Incentives can be grouped into three categories: fiscal, financial and otherwise. Category of tax incentives includes reductions or exemptions from tax on turnover, profits, added value, tax on imports or exports, reducing fixed contributions on labor. Financial incentives primarily concern direct grants, preferential loans (with an interest rate lower than those prevailing on the market). The last category of incentives includes subsidized services provided by investment promotion agencies, advantages in access to the market and protected market share held by preferential access or guaranteed access to public markets and protection of the investor market by restricting imports of competing products; grants for buildings, land, electricity and telecommunications services; the existence of a regime on foreign exchanges.

Empirical data shows that incentives to attract foreign direct investment is increasing worldwide, the most widespread being tax and financial incentives. Tax incentives are preferred by developing countries while developed countries generally offer financial incentives as they have the resources required for granting direct incentives.

The existence of a transparent and stable regulatory framework is essential to attract FDI in the country. Since 1989, the possibility of making foreign direct investment in Romania has been regulated by the Decree-Law no.96 / 1990 on measures to attract investment of foreign capital into Romania. In accordance with this law, it became possible the establishment of companies with foreign capital, both by association with Romanian legal or natural persons, as well as by participating 100% with foreign capital.

Incentives offered by Romania concern:

1. New investments. Government decision number 1165/2007 on stimulating economic growth through foreign investment establishes: minimum initial investment of Euro 30 million to create at least 300 new jobs in all sectors; allocation of grants; Order number 296/2007 establishes incentives to support investment in industrial parks: the tax exemption on buildings and land, ability to change the destination of an industrial park land, tax exemption on withdrawing land from agricultural use toward its integration into industrial park.
2. Creating new jobs. Law number 76/2002 about the insurance system for the unemployed and stimulate the employment establishes:
  - offering up to 50% share of training costs for up to 20% of staff;
  - encouraging employers is done by: subsidizing jobs; offering loans on favorable terms to create new jobs;
  - providing grants;
  - exceptions to contributions to the unemployment insurance budget;
  - reduction of 2.5% for the employee contribution rate due to the unemployment insurance budget.

Law number 72/2007 on stimulating employment of students and pupils with financial incentives amounting to 50% of the minimum wage, guaranteed to be paid for each pupil and student. Duration of the financial incentive is a maximum of 60 days.

3. Environment. Emergency Ordinance number 196/2005 from the Environment Fund applies to: pollution prevention, reducing the impact on the atmosphere, water and soil, noise reduction, use of green technologies, waste management (including hazardous waste), protection of water resources, plants that purify water for the local community, seafront management, biodiversity conservation, management of protected areas, environmental protection, public education, the reduction of greenhouse gas emissions; ecological restoration and sustainable management of forests, afforestation impaired in areas where the forest is rare; closing pools for mining mud. This relates to financial or cofinancial allocations or grants; total or partial support for involved interest on bank borrowing, cofinancing projects supported by the EU and / or other international funds.
4. Manufacturing sector. Decision no. 479/2008 of the Ministry of Economy and Finance on the allocation of state aid to support the consolidation and growth of the manufacturing sector through Investments in major Romanian companies, applied for: mining, water supply, sanitation, waste management, remediation, construction. This refers to non-reimbursable financial allocations, with a maximum amount of 5 million Euros and has the final term 31.12.2013.

Decision no. 477/2008 granting state aid to support the consolidation and growth through investment of Romanian production of medium and small enterprises, Applied to: mining, manufacturing, water distribution, sanitation, waste management and remediation. This relates to non-reimbursable financial allocations, with a maximum level of 1.5 Billion euros.

Government decision number 1164/2007 for state aid for the development and modernization of enterprises, applied to: processing, retail, wholesale, repair of cars, motorcycles and personal and household goods, hotels and restaurants; real estate transactions; rents and services provided mainly for businesses; education and other social collective and personal activities. The decision concerns the allocation of reimbursable financial aid, with maximum of 200 thousand Euro by 2011.

5. Consultancy and training. Decision nr. 478/2008 granting state aid to support consulting and training offered to small and medium enterprises to implement and realize investment projects, applied for: mining, manufacturing, water supply, waste management, remediation, construction. This decision concerns the non-reimbursable financial allocations, the maximum aid being 150 thousand Euro before 31.12.2013. Decision nr. 480/2008 granting state aid to support the increased competitiveness of SMEs through consulting services. Applies in all fields and relates to the non-reimbursable financial allocations, the maximum aid being 10 thousand euros.
6. Promoting exports. Decision number 1609/2007 for granting state aid to organize trade missions and promotional activities abroad, applied for export promotion in all fields.
7. Tourism. Decision number 261/2008 for regional development through supporting investments in tourism in line with the Regional Operational Programme 2007-2013, applied for investments in tourism.

### **Bibliography**

1. Anghel R. G., Horvath I. Sociologia migrației. București: Polirom, 2009. 265 p.
2. Anghelache G. Piețe de capital și tranzacții bursiere. București: Didactică și Pedagogică, 2007. 292 p.
3. Bădulescu A. Economia turismului. Oradea: Universitatea din Oradea, 2004. 235 p.
4. Bucur S. M. Marketing turistic. București: Irecson, 2006. 296 p.
5. Bușu D.A. Investițiile externe – nevoie reală și obiectivă pentru economiile în tranziție. În: revista „Studii Economice”. Chișinău: ULIM. 2013, nr. 1/2, p.59-64.
6. Cătoiu I. (coord). Cercetări de marketing. București: Uranus, 2002. 303 p.
7. Demirbec M. R. Perspective de dezvoltare ale turismului dobrogean. București: Matrix Rom, 2003. 291 p.
8. Firoiu D. Turism - reglementarea activității. București: Best Publishing, 2008. 278p.
9. Popescu I. C. Comunicarea în marketing, ediția a II-a revăzută și adăugită. București: Uranus, 2003. 274 p.
10. Stănciulescu G., State O. Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional. București: CH Beck, 2013. 440 p.
11. Stăncioiu A. F. Strategii de marketing în turism. București: Economică, 2004. 286 p.
12. Stoica M. Conceperea, managementul și auditul performanței proiectelor de investiții. București: CH Beck, 2011. 320 p.



UDC: 338.48

**ANALYSIS OF THE TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE GLOBAL ECONOMY**

**АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

*SIRBU Ion, PhD, University Professor,  
Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau  
CROTENCO Irina, PhD student,  
Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau  
ZHIGHAREVA Elena, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*СЫРБУ Ион, доктор хабилитат, профессор,  
Молдавская Экономическая Академия, Кишинэу  
КРОТЕНКО Ирина, докторант,  
Молдавская Экономическая Академия, Кишинэу  
ЖИГАРЕВА Елена, докторант,  
Международный Независимый Университет Молдовы, Кишинэу*

***Annotation:** It is studied the modern state of tourism in the world. There are analyzed the level, structure and dynamics of the international tourism industry development. There are proposed conclusions and recommendations on the topic.*

***Аннотация:** Исследуется современное состояние туризма в мире. Анализируется уровень, структура и динамика развития международной туристической сферы. Предлагаются выводы и рекомендации по рассматриваемой теме.*

***Keywords:** world economy, international economic relations, international tourism.*

***Ключевые слова:** мировая экономика, международные экономические отношения, международный туризм.*

**Введение**

Среди сегментов региональной экономики, предопределяющих ускоренный рост национальной экономики, международные организации всё чаще называют туристическую сферу. Согласно данным Всемирной туристической организации (ЮНВТО), в 2016 г. число международных туристических прибытий возросло на 3,9% и достигло 1,235 млрд. человек, что на 46 миллионов больше, чем в предыдущем году. В глобальной экономической системе второго десятилетия XXI века туризм, как вид международной торговли, занимает третье место после экспорта топлива и химикатов, опережая автомобильную продукцию и продукты питания, а в мировом экспорте услуг туризм находится на первом месте. На долю туризма приходится 10% глобального ВВП, каждое десятое рабочее место, 30% мирового экспорта услуг и 7% мирового экспорта товаров и услуг. Мировые доходы от международного туризма в 2016 г. составили US\$ 1260 млрд. По прогнозам международных организаций, в 2020 году доходы от всемирного туризма достигнут US\$ 2 трлн.



Международные туристические прибытия стабильно растут – с 25 млн. в 1950 г. до 1,235 млрд. в 2016 г. и, по прогнозам ЮНВТО, продолжают расти, достигнув 1,8 млрд. к 2030 г. [2].

### **Материалы и методы исследования**

В современных условиях сфера туризма концентрирует в себе огромные организационные, научно-исследовательские, материальные, трудовые и финансовые ресурсы, формирующие принципиально новый облик традиционных видов туристической деятельности. Отрасли туризма (размещение, транспорт, питание, развлечения) и сопутствующие им виды деятельности (финансово-банковское обслуживание, безопасность, здравоохранение, страхование, образование и др.) стали заказчиками инновационных решений. Среди экзотических проектов в туризме космические путешествия и космические гостиницы, ресторанное обслуживание роботами и дронами, высокоскоростные транспортные системы любого уровня комфорта, в том числе, основанные на новых технических принципах и без оператора (водителя), развлечения на основе виртуальной реальности и т.д.

Эти факты вызывают обоснованный интерес у большинства стран, регионов, сообществ и предпринимателей к использованию потенциала сферы туризма и путешествий. Государственная финансовая поддержка туризма, разработка и реализация систем мер государственного организационного обеспечения отрасли, научная, образовательная и иная централизованная деятельность в данном направлении стали неременной составляющей политики продвижения национальных туристических продуктов в большинстве стран мира.

Особое значение в продвижении национального туристического продукта на мировой рынок имеет использование накопленного регионального опыта в данной сфере. Европа является главным международным центром туризма. В 2016 г. на ее долю пришлось 50,2% международных туристических прибытий, и в первой десятке стран-лидеров здесь такие европейские страны, как Франция (1-е место), Испания (3-е), Италия (5-е), Великобритания (6-е), Германия (7-е), Турция (10-е) [2]. Столь высокая плотность европейского присутствия на мировом туристическом рынке предоставляет широкие возможности для исследования передового европейского опыта и его адаптированного применения в конкретных условиях формирования, реализации и корректирования стратегического менеджмента развитием регионального туристического комплекса в Республике Молдова.

### **Результаты и обсуждения**

В современных условиях индустрия туризма является одной из наиболее значимых и быстро развивающихся сфер мировой экономики. За устойчивое и динамичное развитие туризм и его международная составляющая были признаны феноменом XX века, удерживая и в новом тысячелетии свои передовые позиции. Даже во времена мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 годов туризм продолжал развиваться, хотя темпы его роста несколько снизились. В мировом экспорте туризм занимает третье место после экспорта топлива и химикатов, опережая такие категории как продукты питания и автомобильную продукцию [3].

Туризм – это комплексный вид экономической деятельности, который способствует экономическому росту общества посредством развития 12 составляющих его отраслей (размещение, питание, транспорт, развлечения и др.), привлекая в свою деятельность около 20 смежных отраслей, предоставляющих примерно 140 видов услуг [8]. Развитие внутреннего и международного туризма, особенно, въездного международного туризма

занимает в последние годы ведущее место среди национальных приоритетов все большего числа стран. Практически все значимые мировые экономики борются за развитие туризма и повышение конкурентоспособности национальной туристической сферы. Туризм также оказывает немалое социальное воздействие на общество. Благодаря туризму появляются новые рабочие места в сопутствующих отраслях экономики (сельское хозяйство, строительство, связь, финансово-банковская сфера, торговля, производство товаров народного потребления, образование, здравоохранение, безопасность и др.), развиваются коммуникационные системы, повышается грамотность населения, его общая культура, профессиональное образование и т.п.

Согласно данным Всемирной Туристической Организации, в 2016 году число международных туристических прибытий возросло на 3,9% и достигло 1,235 млрд. человек, что на 46 миллиона больше, чем в предыдущем году. Индустрия туризма внесла в мировую экономику US\$ 7,6 трлн. (10,2% мирового ВВП) и создала в 2016 г. 292 млн. рабочих мест (каждое 10 рабочее место на планете) [7]. На данный момент туризм представляет собой 7% мирового экспорта товаров и услуг (US\$ 1,4 трлн.) и 30% экспорта услуг. На протяжении последних шести десятилетий туризм неизменно расширялся и диверсифицировался, вдобавок к традиционным туристическим направлениям (Европа, Северная Америка) появилось множество новых привлекательных мест. Мировые доходы от международного туризма возросли с US\$ 2 млрд. в 1950 году до US\$ 104 млрд. в 1980, US\$ 495 млрд. в 2000 и US\$ 1220 млрд. в 2016. Соответственно, число международных туристов также систематически возрастало – с 25 млн. в 1950 г. до 278 млн. в 1980, 674 млн. в 2000, и 1,235 млрд. в 2016 и, по прогнозам ЮНВТО, продолжит расти, достигнув 1,8 млрд. к 2030 г. [2].

Фактически, наблюдается практически полная реализация ожидавшегося развития международного туризма в мире, приведенного в долгосрочном прогнозе ЮНВТО: Туризм – 2030 год (Рисунок 1).

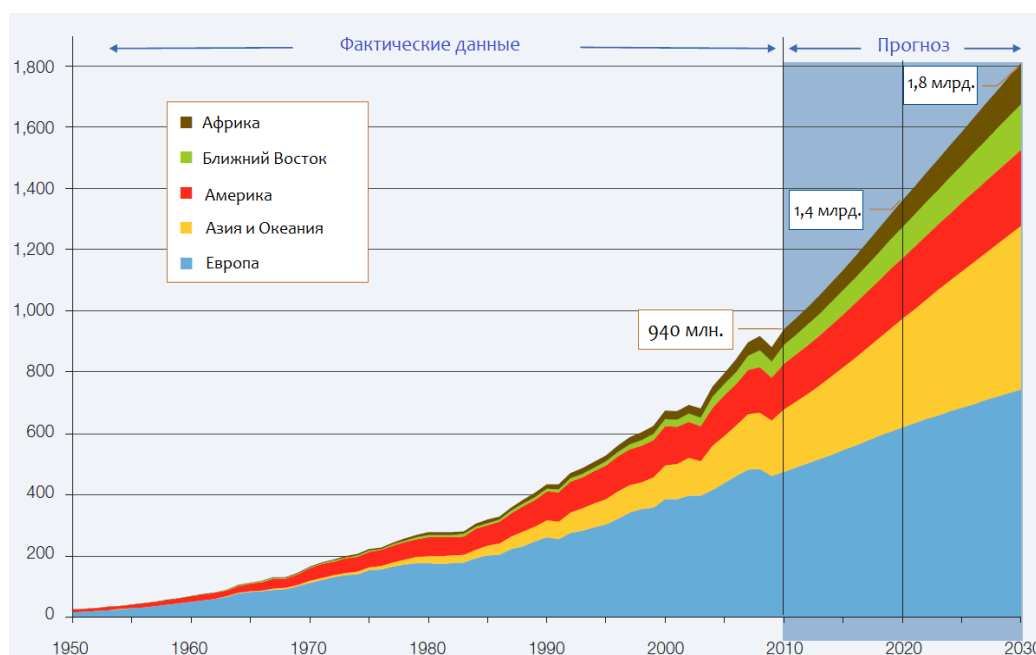


Рисунок 1. ЮНВТО: Туризм – 2030 год. Фактические данные и прогноз (1950-2030гг.)  
Международные туристические прибытия (млн. человек) [2]

Вместе с тем, международный туризм, по-прежнему, развивается неравномерно. В отдельных регионах темпы его развития выше среднемировых, в других местах туристическая деятельность затухает. В результате, например, доля Европы на мировом рынке стабильно снижается, при росте роли и значения Азиатского направления. Так, в 1970 году доля Европы в общей численности международных туристических прибытиях составляла 68%, в 1990 году – 60%, а в 2016 году – 50% (см. рис.2). Однако Европа все же остается ведущим участником глобального туристического рынка, обладает огромным опытом эффективного управления международным туризмом и конкурентоспособной хозяйственной системой туристической деятельности.

В 2016 г. все регионы мирового туристического рынка нарастили свое количество международных туристических прибытий. Самым быстрорастущим регионом в абсолютном выражении оказалась Азия и Океания, на 29 млн. или 10,4% (с 279 до 308 млн. туристов) превысив число международных туристов 2015 года. Европа приняла 616,2 млн. туристов, что представляет собой половину всех туристических прибытий в мире, и получила доход в сумме US\$ 447 млрд. (см. рис. 3).

По регионам Европы наблюдались смешанные результаты. В частности, в Северной Европе отмечен наибольший рост международных туристических прибытий – на 6% (на 5 млн. больше, чем в 2015 г.). Значительно увеличили свои показатели Исландия (+39%), Норвегия (+12%) и Ирландия (+11%). Крупнейшее туристическое направление данного региона, Великобритания, зафиксировала довольно скромный рост числа туристов (+4%), несмотря на ослабление фунта, что делает Соединенное Королевство дешевле для рынков зоны евро.

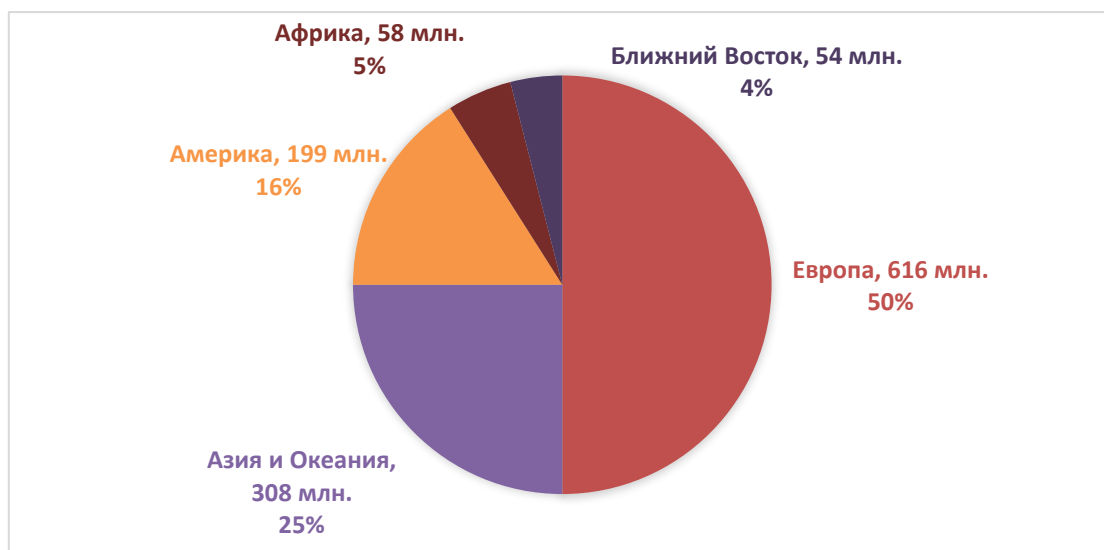


Рисунок 2. Международные туристические прибытия, 2016 год (млн. человек) [2]

В Центральной и Восточной Европе туристические прибытия увеличились в 2016 г. на 4%. Среди стран с наилучшими результатами Грузия (+19%), Словакия (+17%), Болгария (+16%), Румыния и Литва (по 11%), Украина и Венгрия (по 7%). В отличие от них, в России, которая является ведущим направлением региона, был отмечен спад на 9%, который снизил общий показатель.

Незначительным в 2016 г. был рост международных прибытий в Южной и Средиземноморской части Европы – всего на 1%, несмотря на значительное улучшение показателя в таких направлениях как Кипр (+20%), Португалия и Сербия (по 13%), Словения (+12%), Испания и Мальта (по 10%). Показатель по региону был снижен в результате очень значительного спада числа туристов в Турции, в связи с террористическими атаками и проблемами в стране.

Результаты по странам Западной Европы за 2016 г., где общий показатель международных туристических прибытий остался неизменным, весьма разнятся. Нидерланды и Австрия отметили 5%-ный рост, а число прибытий в Германию возросло на 2%. Тогда как лидирующее туристическое направление в мире – Франция отметилась снижением числа туристов на 2%, как и Бельгия (-10%) [2].

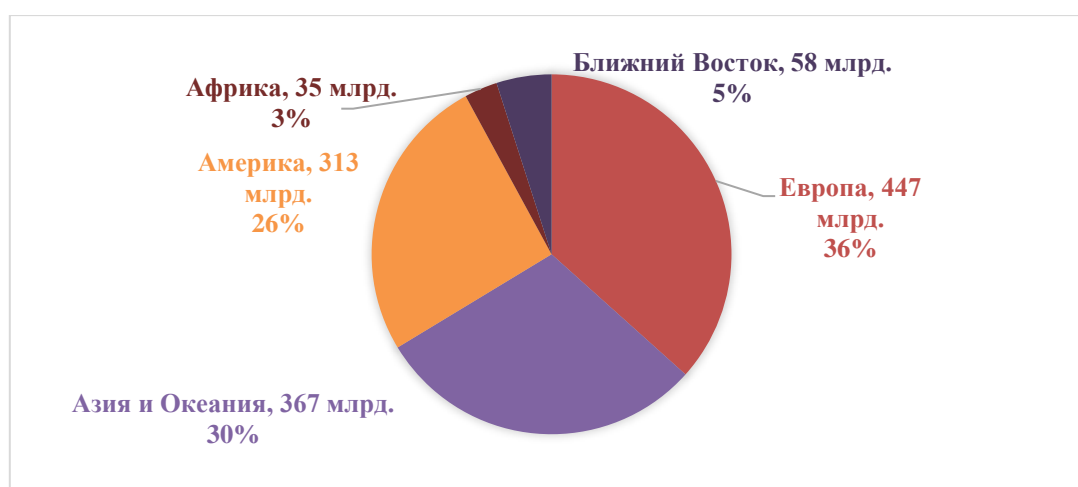


Рисунок 3. Доходы от международного туризма, 2016 год (млрд. US\$) [2]

В настоящее время Европа по-прежнему остается мировым лидером по числу международных туристических прибытий (50% глобального рынка). Однако средний рост за 2016 г. по Европе (+2%) был ниже, чем по Азиатско-тихоокеанскому региону (+9%), Африке (+8%) и Американскому континенту (+3%). Более того за 10-ти летний период среднегодовые темпы роста международных туристических прибытий составили по Европе 2,7% против 3,8% по миру в целом, в том числе Азиатско-тихоокеанский регион – 6,1%, Африка – 5,4%, Ближний Восток – 4,7%, Америка – 3,5%. В результате доля Европы и Америки в общей численности международных туристических прибытий уменьшается, а доля Азиатско-тихоокеанского региона, Африки и Ближнего Востока растет. По прогнозу ЮНВТО к 2030 г. доля Европы снизится до 41%, а Америки – до 14%. При этом прогнозы по Европе предполагают падение доли всех субрегионов (Северная, Западная, Центральная и Восточная, Южная/Средиземноморская Европа) в мировом туристическом рынке. В то же время в Америке предвидится рост доли и значения Центральной и Южной Америки, и уменьшение доли Северной Америки и Карибского бассейна.

Таблица 1. Международные туристические прибытия в 2015-2016 гг. по странам лидерам [2]

Международные туристические прибытия						
№	Страна	Серия	Млн.		Темпы роста (%)	
			2015	2016	2015/14	2016/15
1	Франция	TF	84,5	82,6	0,9	-2,2
2	США	TF	77,5	75,6	3,3	-2,4
3	Испания	TF	68,5	75,6	5,5	10,3
4	Китай	TF	56,9	59,3	2,3	4,2
5	Италия	TF	50,7	52,4	4,4	3,2
6	Великобритания	TF	34,4	35,8	5,6	4,0
7	Германия	TCE	35,0	35,6	6,0	1,7
8	Мексика	TF	32,1	35,0	9,4	8,9
9	Тайланд	TF	29,9	32,6	20,6	8,9
10	Турция	TF	39,5	..	-0,8	..

Для осуществления подсчетов в международной отчетности туристов, ЮНВТО рекомендует подразделение на следующие группы (серии):

TF – Международные туристические прибытия на границу (за исключением однодневных посетителей);

VF – Международные прибывающие на границу (туристы и посетители на один день);

TNS – Международные туристические прибытия в гостиницы и аналогичные учреждения;

TCE – Международные туристические прибытия в коллективные туристические учреждения [1].

На международном уровне серию TF используют США, Китай, Индия, Бразилия, Канада, Мексика и многие другие страны. В Европе серию TF применяют 31 из 54 стран, в том числе Великобритания, Франция, Испания, Италия и др. страны. Методологию TCE в международной отчетности используют 19 европейских стран, в том числе Лихтенштейн, Босния и Герцеговина, Македония, Люксембург, Черногория, Словения и др. Из 16 европейских стран с численностью более 10 млн. международных туристических посещений в год, лишь четыре (Австрия, Нидерланды, Германия и Хорватия) применяют в международной отчетности серию TCE. В эту же группу входит и Молдова.

Среди глобальных лидеров мирового туристического рынка в 2016 г. по-прежнему Франция, США, Испания, Китай и Италия (см. табл. 1).

Однако среди стран-лидеров по числу международных туристических прибытий наблюдается значительная нестабильность в темпах роста. В среднем в мире за 2010-2016 гг. количество международных туристических прибытий выросло с 949 до 1235 млн. человек, или на 30%. При этом во Франции, которая уже не первый год является лидером по данному показателю, накопленный прирост за 2010-2016 гг составил 6%, а в Китае число прибывших туристов за этот же период возросло лишь на 7 %. Ниже среднемирового рост показателя туристических прибытий в Италии – 21%, Великобритания – 25% и США – 25%. Остальные страны-лидеры туристического рынка показали за этот период прирост количества международных туристических прибытий выше среднемирового. В частности, в Германии число туристов выросло на 34%, в Испании – на 44%, в Мексике – на 47%, а в Тайланде – на рекордные 113%.

Таблица 2. Доходы от международного туризма в 2015-2016 гг. по странам лидерам [2]

№	Страна	US\$				Местная валюта	
		Млрд.		Темпы роста (%)		Темпы роста (%)	
		2015	2016	2015/14	2016/15	2015/14	2016/15
1	США	205,4	205,9	7,0	0,3	7,0	0,3
2	Испания	56,5	60,3	-13,3	6,9	3,8	7,1
3	Тайланд	44,9	49,9	16,9	11,0	23,0	14,7
4	Китай	45,0	44,4	2,1	-1,2	3,6	5,3
5	Франция	44,9	42,5	-22,9	-5,3	-7,6	-5,1
6	Италия	39,4	40,2	-13,3	2,0	3,8	2,3
7	Великобритания	45,5	39,6	-2,3	-12,9	5,2	-1,4
8	Германия	36,9	37,4	-14,8	1,4	2,0	1,7
9	Гонконг (Китай)	36,2	32,9	-5,8	-9,1	-5,8	-9,0
10	Австралия	28,9	32,4	-8,2	12,3	10,2	13,5

По показателю доходов от туризма абсолютным мировым лидером остаются США, которые почти в 4 раза опережают вторую страну по доходам – Испанию (табл. 2). Из Топ 10 лидеров по доходам от туризма пять стран представляют Европу, а три – Азию (Тайланд, Китай и Гонконг).

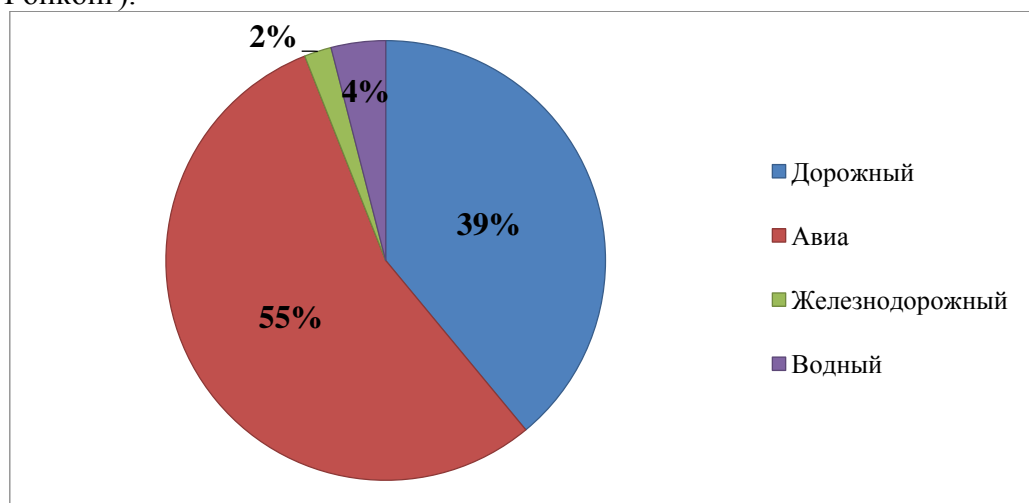


Рисунок 4. Въездной туризм по видам транспорта в мире, 2016 год (доля) [2]

Из общей суммы доходов от туризма (US\$ 1260 млрд.) на долю стран с развитой экономикой приходится US\$ 774 млрд. (61,5%), а стран с развивающейся и переходной экономикой – US\$ 486 млрд. (38,5%). Для сравнения отметим что в структуре международных туристических прибытий доли этих групп стран несколько отличаются – 55% и 45% соответственно.

В мире в среднем турист за путешествие тратит US\$ 1060, в том числе в развитых странах – US\$ 1190, а в развивающихся странах и странах с переходной экономикой – US\$ 910. В перспективе доля развитых стран будет снижаться, и к 2030 г. ожидается, что их удельный вес в международных туристических прибытиях сократится до 43%.



Основным видом транспорта для международных туристов по данным ЮНВТО является авиатранспорт (Рис. 4). На автодорожный транспорт приходится около 40% путешествий. При этом более половины туристов отправляются в путешествие в целях отдыха, досуга или на праздники (Рис. 5). Значимыми причинами путешествий в мире являются бизнес, посещение родственников, лечебно-оздоровительные поездки, религиозные путешествия и др.

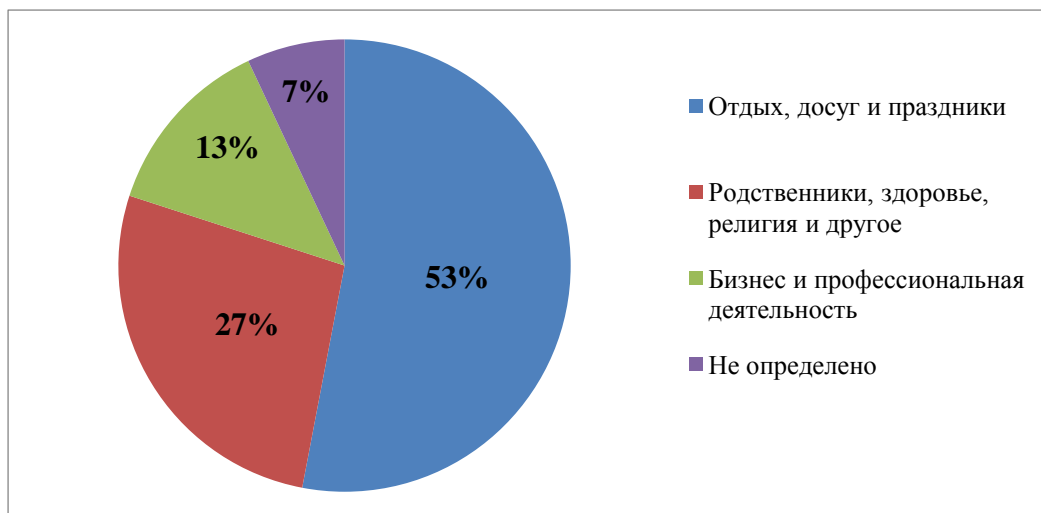


Рисунок 5. Въездной туризм по целям посещения в мире, 2016 год (доля) [2]

Помимо данных ЮНВТО, сформулировать наиболее полную картину развития туристической индустрии в мировой экономике помогают исследования, проводимые Всемирным экономическим форумом (ВЭФ).

ВЭФ был основан в 1971 г., когда группа европейских бизнес-лидеров собралась под патронажем Европейской комиссии и Европейских промышленных ассоциаций для обсуждения наиболее важных экономических проблем в мире. По своей природе ВЭФ – это неправительственная организация, под предводительством Клауса Шваба, которая с момента своего создания проводит ежегодные встречи в Давосе, Швейцария. Форум имеет значительное влияние на разработку глобальных и национальных рекомендаций по улучшению политической, экономической и социальной ситуации, действуя в качестве катализатора для улучшения сотрудничества в глобальных масштабах.

В 1979 г. деятельность организации расширилась. С публикацией отчёта о Глобальной конкурентоспособности ВЭФ становится, кроме всего прочего, ещё и центром знаний и исследований. В этом отчёте были измерены и сравнены основные компоненты экономического роста стран по всему миру. Отчёт о Глобальной конкурентоспособности позволил обеспечить политиков и бизнес-лидеров инструментарием для формулирования усовершенствованных экономических стратегий и институциональных реформ [4].

Наряду с отчётом о Глобальной конкурентоспособности и рейтингами отдельных регионов и секторов экономики, с 2007 г. специалисты Всемирного Экономического Форума занялись комплексным исследованием конкурентоспособности стран в туристической сфере. 1 марта 2007 г. был опубликован первый Отчёт о конкурентоспособности в области путешествий и туризма (Travel and Tourism Competitiveness Report 2007) [5]. Результаты исследования туристических сфер по всему миру публикуются раз в 2 года и содержат

рейтинг стран, ранжированных согласно уровню привлекательности туризма. Анализ факторов конкурентоспособности секторов туризма и путешествий дает полезную информацию, которую можно использовать для усиления конкурентных преимуществ стран и совершенствования условий для развития сектора путешествий и туризма. В исследовании конкурентоспособности национальных секторов путешествий и туризма используется Индекс конкурентоспособности секторов путешествий и туризма (Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI).

Данный индекс составляется на основе комбинации данных из различных общедоступных источников и информации от международных организаций, а также экспертов и бизнес лидеров, которых ежегодно опрашивают специалисты ВЭФ совместно с сетью партнёрских организаций. В Отчете о конкурентоспособности в области путешествий и туризма 2007 г. при помощи этого индекса был составлен рейтинг, в который входило 124 страны. С каждым годом это количество изменялось, так, в 2009 г. в отчет вошло уже 133 страны, в 2011 – 139, в 2013 – 140, в 2015 – 141 и, наконец, в 2017 году состояние туристической индустрии было исследовано в 136 странах.

В отчёте содержится детальный профиль каждой из 136 стран, расшифровывающий их итоговое положение в рейтинге, и описывающий основные конкурентные преимущества и недостатки, а также в отчёте можно найти доклады различных экспертов в сфере туризма. Отдельные главы посвящены актуальным вопросам отрасли:

- взаимосвязи упрощения визового режима и экономического роста стран;
- важности проведения политики использования локальных конкурентных преимуществ в изменяющейся среде;
- влиянию сектора путешествий и туризма на создание рабочих мест;
- влиянию развития авиации на экономическое развитие и др.
- При составлении рейтингов конкурентоспособности, специалисты ВЭФ анализируют данные и исследования различных международных организаций. В их числе:
- Международной ассоциации воздушного транспорта;
- Международной организации гражданской авиации;
- Всемирной туристической организации;
- Всемирного совета по путешествиям и туризму;
- Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры.

Таблица 3. Топ-10 стран в Рейтинге конкурентоспособности путешествий и туризма ВЭФ в 2017 году [6]

Место	Страна	Баллы
1	Испания	5.43
2	Франция	5.32
3	Германия	5.28
4	Япония	5.26
5	Великобритания	5.20
6	США	5.12
7	Австралия	5.10
8	Италия	4.99
9	Канада	4.97
10	Швейцария	4.94

Кроме того, было опрошено около 15000 руководителей предприятий и бизнес лидеров из 125 стран. Перед респондентами была поставлена задача поставить оценку от 1 (худший) до 7 (лучший) баллов таким факторам конкурентоспособности, как приоритетность сектора туризма и путешествий для правительства, качество маркетинга регионов, государственные и общественные институты, инфраструктура, макроэкономика, здравоохранение, образование, эффективность рынка и перспективы развития туристического бизнеса и многое другое. По результатам такого опроса составляется комплексная картина состояния конкурентоспособности индустрии туризма.

В Отчете ВЭФ о конкурентоспособности путешествий и туризма за 2017 г. содержится актуальная версия Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКТ). ИКТ исследует свод факторов и политик, которые позволяют устойчиво развиваться сектору туризма и путешествий, который, в свою очередь, способствует развитию и повышению конкурентоспособности стран. Он включает 4 субиндекса, 14 показателей и 90 индивидуальных индикаторов, распределенных между различными показателями.

Субиндексы конкурентоспособности секторов путешествий и туризма: благоприятная окружающая среда; политика в области туризма; инфраструктура; природные и культурные ресурсы.

По данным Отчёта о конкурентоспособности в области путешествий и туризма 2016 года наилучшими конкурентными преимуществами обладает Испания, набравшая 5,43 балла из 7. За ней следуют Франция и Германия с 5,32 и 5,28 балла, соответственно (см. табл. 3).

Подробные оценки ВЭФ секторов путешествий и туризма стран всего мира могут быть использованы всеми заинтересованными сторонами для совместной работы, в целях повышения конкурентоспособности отрасли в их национальной экономике, тем самым способствуя национальному росту и процветанию. Это также позволяет странам отслеживать свой прогресс с течением времени во всех исследованных областях.

### **Выводы**

В современных условиях индустрия туризма является одной из наиболее значимых сфер мировой экономики. На данный момент туризм представляет собой 10% мирового ВВП, 7% мирового экспорта товаров и услуг, 30% экспорта услуг и обеспечивает каждое 11 рабочее место. Развитие внутреннего и международного туризма, особенно въездного международного туризма, занимает в последние годы ведущее место среди национальных приоритетов все большего числа стран.

1. Мировым лидером по числу международных туристических прибытий остается Европа, хотя ее доля на мировом рынке стабильно снижается, при росте роли и значения Азиатского направления. Среди глобальных лидеров мирового туристического рынка в последние годы Франция, США и Испания. Основным видом транспорта для международных туристов в мире является авиатранспорт, при этом более половины туристов отправляются в путешествие в целях отдыха, досуга или на праздники.
2. В 2014 г. Правительством РМ была утверждена новая, усовершенствованная Стратегия развития туризма до 2020 г. «Туризм - 2020». Миссией данной стратегии провозглашено стимулирование туристической деятельности в Молдове путем развития внутреннего и въездного туризма. Среди мероприятий в рамках ее реализации был сформулирован девиз продвижения туризма в Республике Молдова, создан международный туристический логотип страны, туристическое приложение о

Молдове для мобильных устройств и др. Однако к моменту своего принятия данная стратегия уже устарела по сравнению с аналогичными международными документами, например, принятым в рамках ООН проектом ЮНВТО: «Туризм: перспектива 2030» (2011 г.).

3. Туристическая сфера Молдовы в целом и отдельные ее компоненты в настоящее время слабо обеспечены регламентирующими их нормативными документами, основанными на принципах и рекомендациях мировых (ЮНВТО, WTTC, IH&RA) и региональных (ЕС) структур. Это относится к сельскому, социальному и виноградо-винодельческому туризму, деятельности средств размещения, объектов питания, развлечения и др.).
4. Результаты проведенного анализа выявили необходимость коренного изменения сложившегося положения вещей в сфере стратегического управления развитием регионального туристического комплекса Молдовы. В частности, требуется разработка на принципах мирового сообщества (ООН) и Европейского Союза современной концепции развития туристической сферы Республики Молдова; новой редакции Закона о туризме, реально способного реализовать провозглашенную приоритетность отрасли в национальной экономике; законов о сельском, социальном и экологическом туризме; Стратегии развития отрасли на перспективу до 2030 года; стратегических нормативных документов функционирования отраслей размещения, транспорта, питания, развлечений, гармонизировав их с международными и европейскими нормами, рекомендациями и правилами. Больше внимания следует уделять стратегии продвижения таких объектов как Геодезическая дуга Струве, которая включена в список всемирного наследия ЮНЕСКО, винные подвалы Crîcova и Mileștii Mici, включенных в книгу рекордов Гиннеса и другим уникальным туристическим объектам Молдовы.

#### Библиография

1. UNWTO. Statistics and Tourism Satellite Account. <http://statistics.unwto.org/content/faqs>.
2. UNWTO. Tourism Highlights, 2017 Edition. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>.
3. UNWTO. World Tourism Barometer May 2016. [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom\\_16\\_03\\_may\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom_16_03_may_excerpt.pdf).
4. World Economic Forum. History. <http://www.weforum.org/history>.
5. World Economic Forum. Reports. <https://www.weforum.org/reports>.
6. World Economic Forum. Reports. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.
7. World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 World Report, 2017. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>.
8. Организация Объединенных Наций. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. Мадрид и Нью-Йорк, 2010. 179 с. [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1r.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1r.pdf).

UDC: 338.48

**STATE OF THE TOURISM INDUSTRY IN MOLDOVA UNDER THE CONDITIONS OF  
MODERN MECHANISMS OF STRATEGIC MANAGEMENT**

**СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ МОЛДОВЫ В УСЛОВИЯХ  
ДЕЙСТВИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕХАНИЗМОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО  
УПРАВЛЕНИЯ**

*TAU Nicolae, PhD in Economics, University Professor,  
Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau  
CROTENCO Irina, PhD student,  
Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau*

*ЦЫУ Николай, доктор хабилитат, профессор,  
Молдавская Экономическая Академия, Кишинэу  
КРОТЕНКО Ирина, докторант,  
Молдавская Экономическая Академия, Кишинэу*

**Annotation:** *It is studied the modern state of the tourism industry in the Republic of Moldova. It is analyzed the level, structure and dynamics of the international tourism in the country. There are presented conclusions and recommendations on improving the management of tourism in Moldova.*

**Аннотация:** *Исследуется современное состояние туристической сферы в Республике Молдова. Проведен анализ уровня, структуры и динамики развития международного туризма в стране. Изложены выводы и рекомендации по совершенствованию управления туризмом Молдовы.*

**Keywords:** *management in tourism, international tourism, tourism of the Republic of Moldova.*

**Ключевые слова:** *менеджмент в туризме, международный туризм, туризм Республики Молдова.*

**Введение**

Республика Молдова на современном этапе своего развития находится на одном из последних мест в европейском регионе по показателям валового внутреннего продукта на душу населения, доходам, качеству. Трансформация экономики Республики Молдова в рыночном направлении требует более глубокой разработки и применения механизмов стратегического менеджмента. Страна должна учитывать, что выбор путей совершенствования стратегического управления на региональном (в том числе национальном) уровне экономики и отдельных сфер экономической деятельности становится приоритетной целью национального менеджмента развитых стран. Острота накопившихся в Молдове проблем выдвигает перед страной необходимость поиска комплексных стратегических механизмов экономического роста, учитывающих парадигму развития мирового и европейского хозяйства.

Среди сегментов региональной экономики, предопределяющих ускоренный рост национальной экономики, международные организации всё чаще называют туристическую сферу. В 2016 г. число международных туристических прибытий возросло на 3,9% и достигло 1,235 млрд. человек, что на 46 миллионов больше, чем в предыдущем году. На долю туризма приходится 10% глобального ВВП, каждое десятое рабочее место, 30% мирового экспорта услуг и 7% мирового экспорта товаров и услуг. Мировые доходы от международного туризма в 2016 г. составили US\$ 1260 млрд. [9].

Это привлекает в сферу туризма огромные организационные, научно-исследовательские, материальные, трудовые и финансовые ресурсы, формирующие принципиально новый облик традиционных видов туристической деятельности. Отрасли туризма (размещение, транспорт, питание, развлечения) и сопутствующие им виды деятельности (финансово-банковское обслуживание, безопасность, здравоохранение, страхование, образование и др.) стали заказчиками инновационных решений. Среди экзотических проектов в туризме космические путешествия и космические гостиницы, ресторанное обслуживание роботами и дронами, высокоскоростные транспортные системы любого уровня комфорта, в том числе, основанные на новых технических принципах и без оператора (водителя), развлечения на основе виртуальной реальности и т.д.

Эти факты вызывают обоснованный интерес у большинства стран, регионов, сообществ и предпринимателей к использованию потенциала сферы туризма и путешествий. Государственная финансовая поддержка туризма, разработка и реализация систем мер государственного организационного обеспечения отрасли, научная, образовательная и иная централизованная деятельность в данном направлении стали неременной составляющей политики продвижения национальных туристических продуктов в большинстве стран мира. В Молдове, в частности, туризм законодательно признан одной из приоритетных областей национальной экономики [13].

### **Материалы и методы исследования**

Закон Республики Молдова «об организации и осуществлении туристической деятельности» определяет, что индустрия туризма – это совокупность видов экономической и коммерческой деятельности, направленной на оказание туристических услуг, соответствующих классификационным стандартам, осуществляемой структурами по размещению и питанию, предоставлению транспортных услуг, проведению конгрессов и конференций, санаторно-курортного лечения и спортивного назначения, развлекательными комплексами, справочными туристическими бюро, туроператорами и туристическими агентствами [13]. В условиях углубления глобализации столь многофункциональная сфера как туризм требует постоянного наращивания инвестиций, базирующихся на инновационных проектных решениях, что проявляется сегодня во всех отраслях туризма.

При общем стабильном росте туризма в мире, в Молдове отрасль развивается крайне неравномерно. Это касается всех составляющих туризма – въездного, выездного и внутреннего. Так, в 2016 г. численность официально зарегистрированных международных туристов в стране составила около 60% от уровня 2004 г. [3].

Несмотря на очень незначительные достижения в национальной экономике, за годы независимости в Молдове были осуществлены глубокие организационно-административные преобразования. Расширены права предприятий, в значительной мере проведена приватизация, осуществлена либерализация цен, проводится аграрная реформа, разрешен свободный обмен валюты и др. Все это не оставило неизменным и сферу международных



экономических отношений, в которой постоянно реформируется место туристической отрасли.

Таблица 1. Туризм, организованный туристическими агентствами и туроператорами в РМ за 1992-2016 годы, на 31 декабря

	1992	1995	2000	2005	2010	2016
Всего туристов	341069	104119	78121	143110	161754	234217
в том числе						
Численность иностранных посетителей, прибывших в страну – всего [1]	292220	32821	18964	25073	8956	15668
Численность молдавских посетителей, выехавших за границу – всего [1]	48849	71298	32452	57231	117204	177252
Число туристов и экскурсионистов <sup>1</sup> , участвующих во внутреннем туризме – всего [4]	-	-	26705	60806	35594	41297

<sup>1</sup> граждане Республики Молдова

Стратегия Туризм-2020 отмечает следующие тенденции развития туристической индустрии Молдовы:

- количество иностранных туристов в Молдове и число молдавских туристов за рубежом в последние годы растет;
- по количеству туристов во въездном туризме тенденция положительная, а по внутреннему – отрицательная;
- наблюдается отрицательный платежный баланс по статье «международный туризм»;
- в объеме продаж от международного туризма преобладает выездной туризм;
- доля валовой добавленной стоимости в ВВП в 2009 году составила 0,55%, в 2010 году - 0,53%, в 2011 году - 0,32% и в 2012 году - 0,36%;
- объем продаж от туристической деятельности возрос почти в 1,8 раза, с 546,5 млн. леев в 2009 г. до 972,6 млн. леев в 2012 г. [14].

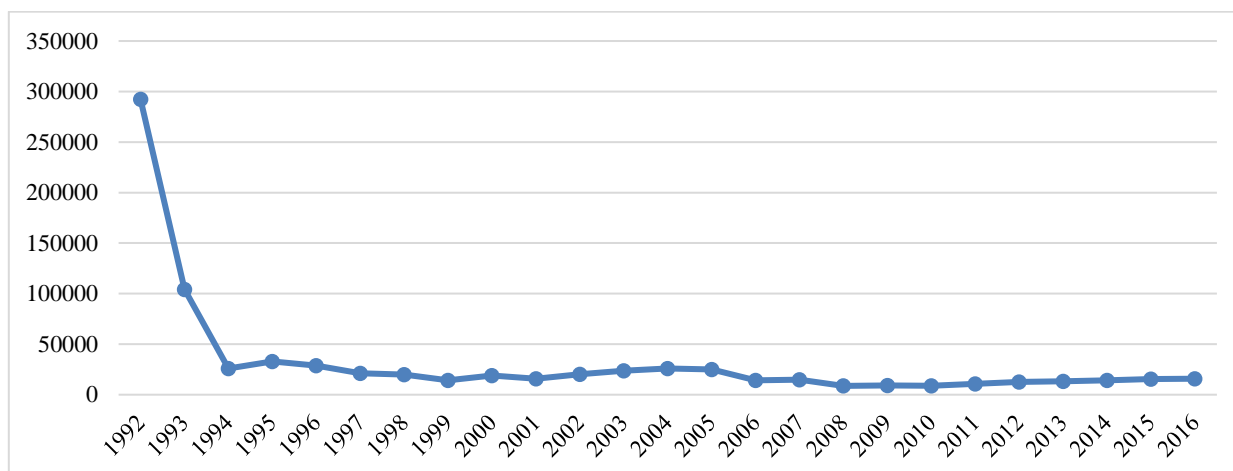


Рисунок 1. Динамика въездного туризма в РМ за 1992-2016 гг. [составлено автором по данным 1]

### Результаты и обсуждения

В целом, в Республике Молдова въездной и выездной международный туризм за длительный период времени характеризуются разнонаправленной динамикой. Начало 90-х годов явилось одним из наиболее продуктивных периодов въездного туризма для Молдовы. В 1992 г. страну посетило 292 тыс. человек (см. табл. 1). Въездной туризм (туристический экспорт, формирующий доходы страны) рухнул в 1992-1994 гг. с 292 до 26 тыс. чел. (рис. 1). В последствии численность иностранных туристов в Молдове колебалась от 9 до 33 тыс. чел. С 2000 г. наилучший результат был достигнут в 2004 г., когда в страну с туристическим визитом прибыло 26 тыс. человек. Как видно из Таблицы 1, численность иностранных посетителей, прибывающих в последние годы в нашу страну невелико. В частности, в 2016 г. количество иностранных посетителей составило всего 15,7 тыс. человек, тогда как в 1992 г. эта цифра превышала 292 тыс., что почти в 19 раз больше. Эти числа наглядно демонстрируют необходимость коренного реформирования системы государственного управления отраслью.

Выездной туризм Молдовы (туристический импорт, сопровождающийся вывозом валюты из своей страны и финансированием развития экономики страны въезда туриста) напротив имел нестабильную тенденцию в течение 1992-2006 гг. Однако, достигнув в 2006 г. уровня 1995 г., потоки выездного туризма в Молдове впоследствии росли, насчитывая в 2015 г. почти 190 тыс. туристов. В 2016 г. наблюдался спад до 177 тыс. человек (рис. 2).

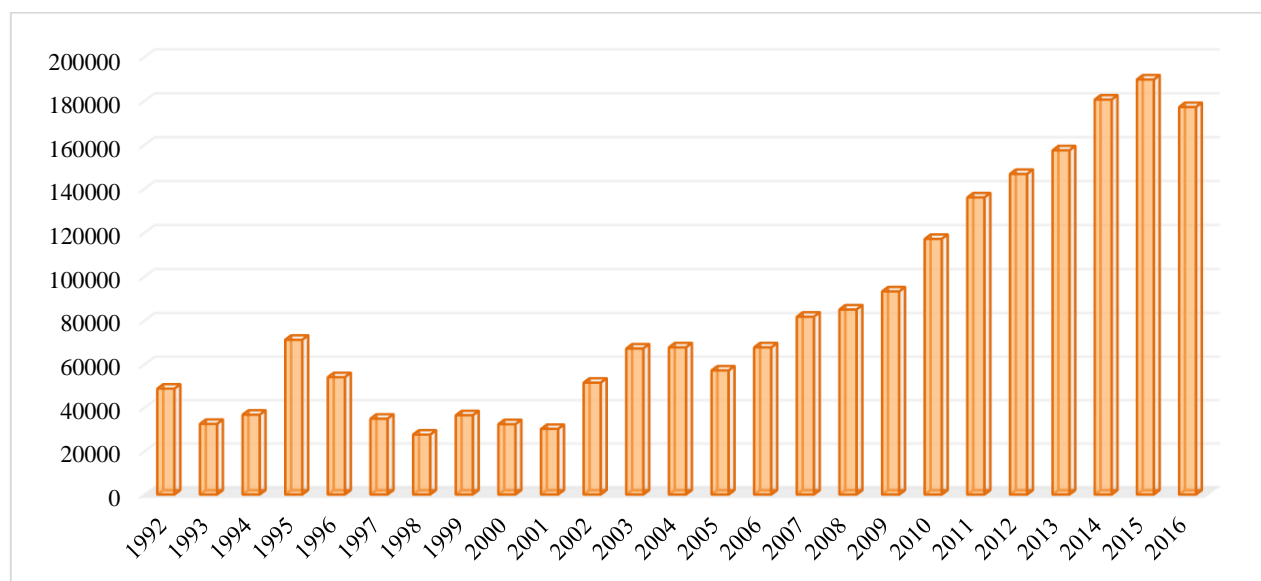


Рисунок 2. Динамика выездного туризма из РМ за 1992-2016 гг. [составлено автором по данным [1]]

Таким образом, в целом по Молдове разрыв между выезжающими молдавскими туристами и приезжающими в Молдову иностранными туристами растет. Импорт постоянно превышает экспорт, формируя дефицит платежного баланса страны по статье «путешествия». В результате увеличивается отрицательная нагрузка туризма на платежный баланс и национальный бюджет.

Так, в структуре туристов в 2007 г. доля въезжавших из-за рубежа составила 10%, выезжавших из Молдовы – 55%, а внутренних – 35%. В 2010 г. въезжавших из-за рубежа

было 6%, выезжавших – 73%, а внутренних туристов – 21%. В 2016 г. въезжавших из-за рубежа – 6,7%, выезжавших – 75,7%, а внутренних туристов – 17,6%. Наглядно видно, что возрастает лишь доля выездного туризма. Изучение динамики туристических потоков с учетом продолжительности поездок в разрезе туристо-дней дает несколько иные результаты: в 2007 году 4%, 55% и 41% соответственно, в 2010 году – 2%, 76% и 22%, в 2016 г. – 3%, 79% и 18%. Фактически доля международных туристических прибытий в общей структуре национального туристического потока за последние годы сведена на нет (до 3% общего числа туристо-дней).

Анализируя количество размещенных туристов за 2016 г., видим, что наибольшая доля посетителей приходится на гостиницы и мотели – 159 тыс. человек, что представляет собой 52% от общего числа. В свою очередь, число ночевоч туристов в коллективных структурах по приему туристов с функциями размещения значительно отличается – здесь наибольшие показатели по оздоровительным структурам и детским лагерям (32% и 29%, соответственно). При этом, тенденция изменения как численности иностранцев в структурах размещения, так и в общем числа размещенных туристов в последние годы нестабильна.

Наблюдаются значительные колебания в структуре международных туристов по цели путешествий. В частности, доля делового туризма значительно разнится в последние годы. В 2007 году основной поток иностранных туристов прибывал в Молдову по деловой и профессиональной причине (58%). В 2010 году основной целью приезда иностранных туристов в Молдову являлись отдых, рекреация и досуг (61%). В 2016 г. на отдых Молдову приехало 73% иностранных посетителей, тогда как доля бизнес визитов всего 19% [2]. Однако, несмотря на такую большую разницу в этих числах, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), суммы, которые поступают в бюджет Молдовы от затрат туристов на отдых (56%) и на бизнес (44%), разнятся не столь значительно [12].

Для молдавских туристов, выезжающих за границу, главной целью туристических поездок были и остаются отдых и досуг (90% в 2007 г., 98% - 2010 и 99% - в 2016). Некоторые молдавские граждане выезжают за рубеж на лечение, но их доля незначительна (0,6%) [2].

Изучая состояние туристической индустрии Молдовы за последние 10 лет, отметим, что въездной и выездной международный туризм за длительный период времени характеризуются разнонаправленной динамикой. Проанализировав эти данные, как временные ряды, можно определить тенденцию в их динамике. Прогнозирование на основе анализа временных рядов предполагает, что происходившие изменения численности туристов могут быть использованы для определения этого показателя в последующие периоды времени. Для прогнозирования тенденции в динамике показателей туристической деятельности нами был выбран краткосрочный период с горизонтом в 3 года, как наиболее достоверный для временных рядов с нестабильной разнонаправленной динамикой.

Так мы выявили тенденцию роста выездного туризма из РМ, как на протяжении исследуемого периода (2006-2016 гг.), так и прогнозируемый рост в дальнейшем до 2019 года, при помощи полиномиальной линии тренда, описываемой уравнением:

$$y = -0,2372x^2 + 15,789x + 46,477 \quad (1)$$

В таком случае, коэффициент достоверности аппроксимации  $R^2 = 0,9641$ . Это свидетельствует о том, что полиномиальная линия тренда очень точно отражает тенденцию роста в динамике туристических убытий, несмотря на некоторый спад показателя в 2016 г., а также о большой степени достоверности представленного прогноза.

Анализируя динамику численности международных туристических прибытий в Молдову за 2006-2016 гг., мы видим, что в 2008-2010 гг. наблюдался спад в категории въездного туризма, однако, полиномиальная линия тренда выявляет, что в последние годы установилась тенденция роста туристических прибытий, что позволяет прогнозировать дальнейшее их увеличение и превышение предыдущих показателей в 2017-2019 гг. Уравнение линии тренда туристических прибытий:

$$y = 0,1977x^2 - 2,0157x + 15,538 \quad (2)$$

при этом  $R^2 = 0,6612$ .

Вследствие значительных колебаний и нестабильной динамики численности въезжающих в Молдову туристов, коэффициент достоверности аппроксимации в данном случае ниже, чем по параметру туристических убытий. Таким образом, мы, скорее всего, получили завышенный прогноз.

По показателю численности размещенных в Молдове туристов наблюдался спад к 2009 г., но затем количество туристов в коллективных структурах по размещению практически постоянно росло. Методом полиномиальной аппроксимации мы выявили тенденцию роста по данному показателю, которая распространится и на 2017-2019 гг. Линия тренда численности размещенных туристов описывается следующим уравнением:

$$y = 2,6909x^2 - 32,633x + 346,64 \quad (3)$$

Коэффициент достоверности аппроксимации  $R^2 = 0,6879$  невысок из-за спада показателя в 2015 г., что снижает достоверность прогнозирования, однако, несмотря на это, общая тенденция роста сохраняется.

Динамика численности иностранцев, размещенных в коллективных структурах по приему туристов с 2006 по 2016 год нестабильна, однако общая тенденция является положительной и позволяет прогнозировать дальнейший рост количества размещенных в Молдове иностранных туристов. Уравнение полиномиальной линии тренда в данном случае выглядит так:

$$y = 0,6146x^2 - 2,3885x + 67,752 \quad (4)$$

Коэффициент достоверности аппроксимации составил  $R^2 = 0,8627$ , что позволяет прогнозировать с достаточной степенью вероятности рост исследуемого показателя на 2017-2019 гг.

В разрезе отдельных стран численность въездных туристов очень нестабильна (см. табл. 2). Так количество туристов из России колеблется от 5145 чел. в 2000 г. до 1327 в 2010 г. Число туристов из Украины колеблется от 3406 чел. в 2005 г. до 730 чел. в 2010 г. Численность въездных туристов из Белоруссии изменялось с 1161 чел. в 2005 г. до 44 чел. в 2011 г. При этом доля России, Украины и Белоруссии в общем числе въездных туристов в Молдову снижалась с 40% в 2000 г. до 22% в 2016 г.

Крайне нестабильна численность туристов, прибывающих в Молдову из США. В 2000-2005 гг. наблюдался активный рост числа американских туристов в нашей стране. Если в 2000 г. Молдову посетило 1030 американских туристов, то в 2003 г. – 2494, в 2004 г. – 2504, а в 2005 г. 3088 чел. Однако уже в 2006 г. число американских туристов в Молдову уменьшилось в три раза – до 1066 чел. и продолжало неуклонно снижаться в период 2006-2009 гг. до 194 чел. В последующие годы (2010-2014) число американских туристов в Молдове стабилизировалось на уровне примерно 500 чел. в год (от 451 в 2010 г., до 579 чел. в 2013 г.) и стало расти лишь в последние годы, достигнув в 2016г. 775 чел.

Таблица 2. Численность иностранных посетителей, прибывших в Республику Молдова посредством туристических агентств и туроператоров, по странам происхождения, за 2000-2016 годы [1]

	2000	2005	2010	2014	2016
Всего	18964	25073	8956	14362	15668
в том числе из:					
Румынии	2341	3496	1698	3046	3563
Российской Федерации	5146	3294	1327	1999	1871
Украины	1969	3406	730	1537	1560
Германии	537	703	482	708	1363
США	1030	3088	451	564	775
Польши	358	443	204	430	572
Израиля	228	296	225	531	554
Италии	594	1141	474	575	463
Турции	2548	3038	526	692	455
Японии	79	82	93	68	436

Аналогично, необычная тенденция просматривается и по туристам из Румынии. В течение 2000-2007 гг. рост туристического потока румынских туристов в Молдове был достаточно стабильным (1929 чел. в 2002 г. и 3496 чел. в 2005 г.). Однако в 2008 г. число румынских туристов в Молдове уменьшилось в три раза до 1070 чел., а в 2009 г. еще снизилось – до 765 чел. Наблюдающийся в течение 2010-2016 гг. рост численности румынских туристов в Молдову только в 2016 г. достиг и превысил показатель 2005 г. (3496 чел.), составив 3563 чел.

Таким образом можно сделать вывод, что численности въездных туристов в разрезе отдельных стран крайне нестабильна. Это видно не только на примере России, Украины и Белоруссии, но также и по туристам из Румынии, США, Германии, Японии, Китая и других стран.

Количество молдавских граждан, выезжающих за рубеж в туристических целях как видно из данных табл. 3 почти неизменно растет. Если в 2000 г. выехало 32 тыс. туристов, то в 2016 г. – 177,2 тыс.

Таблица 3. Численность молдавских туристов, выехавших за границу посредством туристических агентств и туроператоров, по странам назначения, за 2000-2016 гг. [3]

	2000	2005	2010	2014	2016
Всего	32452	57231	117204	180646	177252
в том числе в:					
Турцию	652	12526	50305	63513	56561
Болгарию	3329	10079	31303	60289	47289
Румынию	7975	8413	7938	18437	24905
Грецию	134	414	2023	15358	23428
Украину	4878	14807	11201	2921	4897
Египет	60	257	6468	3786	2800
Испанию	130	53	93	1591	2320
Италию	1853	249	494	2079	2013
Чешскую Республику	1891	92	769	1186	1455

	2000	2005	2010	2014	2016
Австрию	1656	72	931	906	1139
Венгрию	2359	1802	600	1059	998

Среди стран, наиболее крупных потребителей молдавских туристов в последние годы, отметим Турцию, Болгарию, Румынию и Грецию, которые сегодня составляют первую четверку лидеров среди молдавских туристов. На долю этих четырех стран в 2016 г. пришлось 85% всех организованных туристических выездов. Украина резко утратила свои позиции на рынке молдавского выездного туризма в 2014 г. Число молдавских туристов на Украине снизилось с 14,8 тыс. чел. в 2005 г. (доля рынка - 26%) до чуть более 3-х тыс. в 2015, что составило менее 2% от молдавского выездного туристического рынка. Однако в 2016 г. этот показатель вновь достиг уровня 2000 г. Доля Германии в молдавском выездном туризме (в 2000 г. – 9,7%, в 2015 г. – 0,3%) снизилась настолько, что в 2016 г. она уже не входит в десятку стран лидеров по приему молдавских туристов.

Не первый год лидером на выездном туристическом рынке Молдовы является Турция, хотя в 2016 г. число молдавских туристов там снизилось, по сравнению с 2014 и 2015 годами. Несмотря на проблемы в стране и общее снижение численности туристов, выбирающих Турцию направлением своей туристической поездки, в Молдове она все также популярна, благодаря привлекательным ценам и широкому спектру предлагаемых услуг.

Также велик в Молдове интерес к Болгарии. Учитывая активную позицию правительства Болгарии по продвижению туристического направления своей страны можно предположить, что число молдавских туристов в этой стране продолжит расти и превысит уровень 2016 г. (56,5 тыс. чел.).

Румынское туристическое направление в молдавском выездном туризме вновь занимает 3 место. Учитывая рост почти на 20% за год (с 20,8 до 24,9 тыс. чел.), можно ожидать дальнейшее увеличение числа граждан Молдовы среди туристов, посещающих Румынию.

Интересным для молдавских граждан в низком ценовом сегменте остается греческое направление в туризме, которое в условиях непростой экономической ситуации в стране, активно поддерживается греческим правительством. В 2010 г. количество молдавских туристов в Греции составляло 2,0 тыс. чел., но ежегодно росло от 40% до 100%. В результате, в 2016 г. число молдавских туристов в Греции достигло 23,4 тыс. чел. (превысив 13% выездных туристов) и, очевидно, продолжит расти.

По-прежнему немного туристических поездок на Украину, которая когда-то входила в 10-ку наиболее посещаемых стран мира. События 2014 года не остались незамеченными туристами. В результате, если в 2007 г. на Украину из Молдовы выехало 17,4 тыс. чел., в 2010 – 11,2 тыс., а в 2015 – 3,2 тыс. чел. Однако в 2016 г. этот показатель вновь стал расти, Украину посетило 4,9 тыс. молдавских туристов [3].

Определяющим критерием для массового молдавского туриста была, остается и будет таковой в среднесрочной перспективе стоимость туристической поездки. Главная цель молдавских туристов за рубежом – летний отдых на море, редко в горах [7].

Еще одним важным показателем, характеризующим ситуацию в туристической сфере Молдовы, является позиция страны в Рейтинге конкурентоспособности туризма Всемирного Экономического Форума. Исследованием вопросов конкурентоспособности в Молдове уже многие годы занимается Академик Белостечник Г. [5]. В своих работах он отмечает, что повышение конкурентоспособности в современных условиях глобализации является



стратегическим приоритетом для Республики Молдова [6]. С этим нельзя не согласиться, создание и удержание конкурентных преимуществ перед соперником, как стратегическое направление деятельности должно реализовываться на всех уровнях хозяйственной иерархии от первичного хозяйственного звена до национального (регионального) уровня.

Место Молдовы в глобальном рейтинге конкурентоспособности секторов путешествий и туризма колебалось от 95 места в 2007 г., до 93 – в 2009 г., 99 – в 2011 [19] и 102 места в 2013 г. [18]. В 2015 году Молдова оказалась на 111 месте, а в 2017 г. – на 117. Однако в 2007 г. учитывались 124 страны, а в 2017 г. – 136 стран. Несмотря на перемещение с 95 на 117 место, Молдова в 2007 г. была 29-ой страной с конца, а в 2017 г. оказалась на 20-ом месте с конца списка. Согласно рейтингу ВЭФ, Молдова с 3,09 балла расположилась на 117 месте между Эфиопией (116 место и 3,10 балла) и Алжиром (118 место и 3,07 балла).

Таблица 4. Субиндексы конкурентоспособности туризма в некоторых странах (2009-2013 гг.) [10]

Страна	Субиндексы								
	Нормативная база			Деловой климат и инфраструктура			Человеческие, культурные и природные ресурсы		
	2009	2011	2013	2009	2011	2013	2009	2011	2013
Швейцария	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Австрия	4	3	2	6	12	11	7	10	9
Германия	13	12	8	3	2	6	9	5	7
Исландия	3	2	3	17	6	13	39	41	36
США	57	44	44	2	3	2	1	1	1
Румыния	61	51	66	64	66	68	77	66	73
Украина	62	64	60	72	76	71	103	118	99
<b>Молдова</b>	<b>67</b>	<b>68</b>	<b>65</b>	<b>95</b>	<b>98</b>	<b>97</b>	<b>110</b>	<b>129</b>	<b>133</b>
Чад	133	139	139	133	139	140	132	137	136

С 2015 г. ВЭФ была изменена методология расчета Индекса конкурентоспособности секторов путешествий и туризма. Ранее используемые субиндексы нормативная база, деловой климат и инфраструктура и человеческие, культурные и природные ресурсы (см. табл. 4) были изменены на благоприятная окружающая среда, политика в области туризма и путешествий, инфраструктура и природные и культурные ресурсы (см. Таблицу 5).

Рассматривая привлекательность Молдовы для туризма по отдельным показателям конкурентоспособности в 2017 г., отметим значительный разброс рейтинговых мест от 32-го – по показателю конкурентоспособность цен, который в этом году стал наилучшим для Молдовы, до наихудшего – 136-го, для показателя природные ресурсы.

Из таблицы видно, что из 14 основных слагаемых конкурентоспособности также высокие показатели Молдове выставлены в сфере здоровья и гигиены (34), а также по безопасности (69 место). По показателю готовности информационно-коммуникационных технологий у Молдовы 74 место, экологическая обстановка заняла 79 место, а человеческие ресурсы и рынок труда – 90-ое. Самые низкие места, наряду с природными ресурсами, Молдове эксперты ВЭФ присвоили таким показателям, как культурное наследие и деловой туризм (129), бизнес среда (123) и приоритетность секторов путешествий и туризма (120), несмотря на то, что туризм в Молдове законодательно обозначен одной из приоритетных областей национальной экономики.

Рассматривая транспортную составляющую, которая является одной из наиболее важных отраслей туризма, так как все компоненты транспортной сферы оказывают влияние на туризм и путешествия и непосредственно участвуют в процессе формирования туристического продукта, отметим, что она в Молдове традиционно занимает низкие позиции в рейтинге конкурентоспособности. В целом, транспортная составляющая туристической индустрии Молдовы характеризуется наличием определенной инфраструктурой и рядом видов транспорта. Молдова является доступным для соседних стран пунктом назначения. Доступ в нашу страну облегчен наличием большого числа пунктов перехода государственной границы с Украиной и Румынией. Международное железнодорожное и авиасообщение позволяет расширить круг потенциальных транспортных связей, однако авиаперевозки ограничены возможностями принимать определенные типы самолетом малой с средней грузоподъемности.

Таблица 5. Рейтинг сферы путешествий и туризма Молдовы за 2017 год по индексу и показателям конкурентоспособности, в сравнении с рейтингом за 2015 г. [11]

	Позиция/136 (2017)	Баллы (1- 7)	Позиция/141 (2015)
Индекс конкурентоспособности секторов путешествий и туризма	117	3,1	111
Благоприятная окружающая среда			61
<i>Бизнес среда</i>	123	3,8	115
<i>Безопасность</i>	69	5,4	64
<i>Здоровье и гигиена</i>	34	6,1	22
<i>Человеческие ресурсы и рынок труда</i>	90	4,3	68
<i>Готовность информационно-коммуникационных технологий</i>	74	4,3	63
Политика в области туризма и путешествий			116
<i>Приоритетность секторов путешествий и туризма</i>	120	3,4	114
<i>Международная открытость</i>	119	2,1	123
<i>Конкурентоспособность цен</i>	32	5,4	64
<i>Экологическая обстановка</i>	79	4,1	60
Инфраструктура			106
<i>Инфраструктура воздушного транспорта</i>	110	2,0	119
<i>Наземная и водная инфраструктура</i>	103	2,5	109
<i>Туристическая инфраструктура</i>	105	2,8	95
Природные и культурные ресурсы			140
<i>Природные ресурсы</i>	136	1,6	139
<i>Культурное наследие и деловой туризм</i>	129	1,2	135

Отметим, что в состоянии инфраструктурных объектов транспортного комплекса Молдовы за последние 10-15 лет не произошло коренных, качественных изменений. Таким образом, портовая, дорожная и авиатранспортная инфраструктура Молдовы в основном неконкурентоспособна на мировом и, особенно, на европейском туристическом рынке. Необходимо предпринять комплекс мер по совершенствованию транспортной

инфраструктуры Молдовы. Важнейшим направлением здесь, по нашему мнению, является железнодорожная система [20].

В рейтинге ВЭФ 2017 г. также отмечено, что Молдова по объему туристической индустрии в ВВП страны находится на уровне US\$ 60 млн. Численность занятых в туризме граждан Молдовы составляет 9,5 тыс. работающих. Доля туризма в ВВП у Молдовы чрезвычайно мала по сравнению со среднемировым уровнем и составляет 1,0%. Доля туризма в общей численности занятых в Молдове составляет 0,8%, что также является незначительным.

По нашему мнению, для интерпретации результатов важнее не место в рейтинге, а сравнение со средними значениями по европейскому региону. При сравнении Молдовы со средними показателями по балканскому и восточноевропейскому региону, страна уступает по 12 из 14 основных показателей конкурентоспособности. В Молдове выше регионального только показатель конкурентоспособности цен. Однако цены на размещение в гостиницах при исследовании конкурентоспособности туризма Молдовы не анализировались в отчете ВЭФ. Это при том, что в Париже, например, можно найти гостиницы по цене ниже, чем аналогичное размещение в Кишиневе. По основному показателю конкурентоспособности «здоровье и гигиена» Молдова также находится на среднем по региону уровне. Однако по остальным 12 основным группам показателей конкурентоспособности туризма Молдова уступает.

На современном этапе в туристической сфере Молдовы существует немало нерешенных проблем, что приводит к ее низкой конкурентоспособности и выражается в слабых экономических показателях. Молдова располагает выходом к морю, но нет самого моря, как нет и гор. Это серьезные проблемы для продвижения национального туристического продукта. Их отсутствие снижает конкурентоспособность Молдовы на региональном туристическом рынке. Среди причин, тормозящих коренной качественный рост региональной системы туризма в Молдове также следует отметить слабую адаптацию национальной законодательной и исполнительной системы страны (на национальном и местном уровне) к международным и европейским нормам и правилам. Кроме того, показатели, достигнутые транспортной составляющей обеспечения туристов и путешественников в Молдове, признаются на международной арене недостаточными по сравнению с другими странами. По данным Всемирного экономического форума в Давосе, портовая, дорожная и авиатранспортная инфраструктура Молдовы недостаточно конкурентоспособна на мировом и, особенно, на европейском туристическом рынке [21]. В то же время, по-прежнему не решена проблема учета на границе количества въезжающих и выезжающих граждан по целям поездок. А также не начата работа по освоению методологии сателлитных счетов туризма [15], и, в частности, молдавская система статистического учета не адаптирована согласно созданному ООН документу «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа».

Государство должно принимать конструктивное участие в решении совокупности этих проблем. В том числе в сфере отраслевого регулирования и государственной политики в секторе путешествий и туризма, в направлении становления приоритетности данного сектора для национальной экономики. По нашему мнению, чтобы повысить конкурентоспособность регионального туристического продукта органам государственного управления Молдовы следует исследовать сильные и слабые стороны национальной туристической индустрии и Молдовы в целом [17].

Несмотря на столь неудовлетворительные оценки конкурентоспособности туризма Молдовы мировым экспертным сообществом, страна располагает уникальными природными и антропогенными объектами туристической индустрии. Объектами уникальными с точки зрения мирового сообщества. В рейтинге Всемирного экономического форума Молдова отнесена к сравнительно небольшой группе стран, обладающих на своей территории объектами всемирного культурно-исторического наследия, включенными в список ЮНЕСКО. В него включены, например, берега Сены в Париже (с Лувром, Эйфелевой башней и садом Тюильри); Кафедральный собор Нотр-Дам (Франция); Лондонский Тауэр; Вестминстерский дворец, Вестминстерское аббатство и церковь Святой Маргариты (Лондон, Великобритания); Нью-йоркская Статуя Свободы; Йеллоустонский национальный парк (США); Московский Кремль и Красная площадь; Великая Китайская Стена; египетские пирамиды и другие объекты.

С 2005 г. в списке всемирного наследия ЮНЕСКО фигурирует и Молдова. Этим объектом является Геодезическая дуга Струве, элементы которой найдены и на территории нашей страны. Одна из 27 стояночных точек восстановлена в районе села Рудь Сорокского района. Известны фотографии еще одной раскопанной стояночной точки в Чимишлийском районе, но она не восстановлена. Но в нашей стране знают об этом национальном достоянии лишь единицы и государство практически не пропагандирует этот уникальный туристический ресурс мирового значения.

Из других объектов, уникальных для иностранных туристов, можно отметить молдавских обладателей рекордов из книги Гиннеса. Это винные подвалы Cricova и Mileștii Mici. А также кандидатов на включение в Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО от Молдовы – Старый Орхей, Чернозёмные почвы Бельцкой степи [8]. Причем Старый Орхей включают в заявочный лист уже не первый раз. В 2007 г. подавалась заявка на «историко-археологический комплекс Старый Орхей», а в 2014 г. – на «археологический ландшафт Старый Орхей» (Orheiul Vechi Archaeological Landscape). Ведутся разговоры о заявке на археологические объекты «Пещера», «Бутучень» и «Машкэуць» [16], но на официальном сайте ЮНЕСКО этой заявки на сегодня нет.

Также в Молдове известно немало объектов сельского туризма, которые занимаются оказанием услуг по традиционному размещению посетителей в сельских условиях; предоставлением посетителям возможности участвовать в сельских работах и увлечениях; ознакомлением с местным фольклором, местными развлечениями и традициями; представлением народных ремесел с возможностью участвовать в процессе этих работ; предоставлением возможности приобрести предметы, изготовленные народными мастерами. Среди них можно отметить Туристический комплекс Vila ETNICA, Satul Moldovenesc, Hanul lui Hanganu, La Horești, Загородный туристический комплекс «Fenix club», Туристический гостиничный комплекс “Poiana Bradului” и др. [22].

В то же время, следует отметить, что многообразные виды деятельности, охватываемые сельским туризмом, по нашему мнению, недостаточно обеспечены нормативной базой управления, регулирования и развития в Молдове. Эта проблема нередко отмечается различными авторами, которые предлагают отдельные меры по совершенствованию в данном направлении. Мы считаем, центральным звеном стратегического менеджмента сельского туризма должна стать разработка и принятие национального закона о сельском туризме. При этом, данный закон ни в коей мере не должен оставаться единственным документом административного стратегического менеджмента региональной сферы сельского туризма. Следует разработать комплексный, системный

подход реализации данной проблемы, предусматривающий использование механизмов национальных, территориальных и прочих стратегий, планов и программ, базирующихся на элементах стратегического менеджмента, в том числе, например, на SWOT-анализе.

Располагает Молдова и иными значимыми туристическими ресурсами – как природными, так и антропогенными (созданными человеком). Конкурентные преимущества страны в туристической сфере следует развивать и продвигать на рынке. В рыночной экономике недостаточно обладать чем-либо (каким-либо преимуществом), надо еще довести этот продукт или информацию о продукте до потребителя. Это забота органов государственного и местного управления.

Возможно реанимировать для туризма Вадул-луй-Воды, Гидигич, сформировать кагульский и каларашский центры лечебно-оздоровительного туризма на базе санаториев Нуфэрул Алб (Nufarul Alb) и Кодру (Codru), объекты отдыха в населенных пунктах и т.д. Вместе с тем, необходима системная работа по всем направлениям туристической деятельности. Страна должна стать привлекательной для туристов. Страна в целом и вся совокупность параметров качества туристического продукта должна стать приемлемой для туриста. Сюда относятся транспорт с дорогами, объекты размещения, питания и развлечений, памятники, безопасность и многое другое.

Однако, учитывая отношение властей к 27 основным триангуляционным пунктам Геодезической дуги Струве на территории нашей страны, внесенным в список всемирного наследия ЮНЕСКО, развитие туристических ресурсов страны и туризма Молдовы, в частности, будут и дальше формально считаться приоритетными без реальных коренных качественных изменений.

### **Выводы**

В Республике Молдова туризм не является устойчивым. Так, стабильно растет число туристов, въезжавших в Молдову на протяжении 2010-2016 гг. Однако в сравнении с 1990-ми и 2000-ми годами число въезжающих сегодня в Молдову туристов ниже в 3-5 и более раз. Численность въездных туристов в разрезе отдельных стран крайне нестабильна. Это наблюдается как по странам СНГ (Россия, Украина, Белоруссия и др.), так и по туристам из Румынии, США, Германии, Китая и других стран. В то же время, в последнее десятилетие выездной туризм растет устойчиво и высокими темпами, а число выезжающих туристов в 10 и более раз выше числа прибывающих в страну в туристических целях. Нестабильна и динамика внутренних туристов в Молдове.

1. Сложившееся состояние в динамике развития показателей туристической индустрии (международный и внутренний туризм, численность туристов в коллективных структурах размещения, в том числе иностранцев и др.) может быть описано математически, позволяя с высокой вероятностью прогнозировать тенденции дальнейшего роста. При этом применяемые математические методы свидетельствуют, что показатели въездного туризма (при сложившемся отношении государства к отрасли) не смогут в среднесрочной перспективе достичь уровня начала 2000-х гг. Основная причина слабо оптимистичного прогноза коренится в недостатках применения органами государственной власти и местного управления в Молдове современных механизмов стратегического менеджмента.
2. Нестабильность количественных характеристик отрасли сопровождается невысокой оценкой качества молдавских туристических услуг. Так, в глобальном рейтинге конкурентоспособности секторов путешествий и туризма Молдова находилась на 95



месте в 2007 г., 93 - в 2009, 99 - в 2011, 102 - в 2013 и 111 месте из 141 страны в 2015 г. Само включение Молдовы в глобальный рейтинг конкурентоспособности – это свидетельство определенных заслуг страны в сфере туризма, однако 111-е место Молдовы последнее среди европейских стран. По показателям конкурентоспособности туризма Молдовы в 2015 г. самые высокие баллы присуждены стране по показателям здоровье и гигиена, экологическая обстановка, конкурентоспособность цен и общая безопасность. При этом хуже всего были оценены природные и культурные ресурсы страны, международная открытость, инфраструктура воздушно транспорта, бизнес среда и приоритетность туристического сектора.

3. В рамках стратегического управления развитием регионального туристического комплекса Молдовы, значительными событиями в регулировании туризма стали законы «О туризме» (2000 г.) и «Об организации и осуществлении туристической деятельности» (2006 г.), провозглашающие туристическую отрасль приоритетной сферой экономики. Были разработаны и внедрены такие документы, как Стратегии устойчивого развития туризма на 2003-2015 годы, Концепция развития туризма в Республике Молдова до 2005 года, Национальная программа в области туризма «Винный путь в Молдове», раздел сельского туризма в Национальной программе "Satul Moldovenesc" и др.
4. В 2014 г. Правительством РМ была утверждена новая, усовершенствованная Стратегия развития туризма до 2020 г. «Туризм - 2020». Миссией данной стратегии провозглашено стимулирование туристической деятельности в Молдове путем развития внутреннего и въездного туризма. Среди мероприятий в рамках ее реализации был сформулирован девиз продвижения туризма в Республике Молдова, создан международный туристический логотип страны, туристическое приложение о Молдове для мобильных устройств и др. Однако к моменту своего принятия данная стратегия уже устарела по сравнению с аналогичными международными документами, например, принятым в рамках ООН проектом ЮНВТО: «Туризм: перспектива 2030» (2011 г.).
5. Туристическая сфера Молдовы в целом и отдельные ее компоненты в настоящее время слабо обеспечены регламентирующими их нормативными документами, основанными на принципах и рекомендациях мировых (ЮНВТО, WTTC, IN&RA) и региональных (ЕС) структур. Это относится к сельскому, социальному и виноградо-винодельческому туризму, деятельности средств размещения, объектов питания, развлечения и др.).
6. Результаты проведенного анализа выявили необходимость коренного изменения сложившегося положения вещей в сфере стратегического управления развитием регионального туристического комплекса Молдовы. В частности, требуется разработка на принципах мирового сообщества (ООН) и Европейского Союза современной концепции развития туристической сферы Республики Молдова; новой редакции Закона о туризме, реально способного реализовать провозглашенную приоритетность отрасли в национальной экономике; законов о сельском, социальном и экологическом туризме; Стратегии развития отрасли на перспективу до 2030 года; стратегических нормативных документов функционирования отраслей размещения, транспорта, питания, развлечений, гармонизировав их с международными и европейскими нормами, рекомендациями и правилами. Больше внимания следует



уделять стратегии продвижения таких объектов как Геодезическая дуга Струве, которая включена в список всемирного наследия ЮНЕСКО, винные подвалы Cricova и Mileștii Mici, включенных в книгу рекордов Гиннеса и другим уникальным туристическим объектам Молдовы.

### Библиография

1. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Banca de date statistice Moldova. Statistica economica. Turism. Activitatea agențiilor de turism și turoperatorilor. Turismul emitator organizat de titularii de licențe de turism, pe țări de destinație, 1992-2016. <http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/>
2. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Statistici pe domenii. Turism. Numărul de sosiri ale vizitatorilor străini în Republica Moldova, pe țări de origine (2000-2016). <http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=293#idc=34&>
3. Biroul Național de Statistică. Statistici pe domenii. Turism. Activitatea turistică a agențiilor de turism și turoperatorilor din Republica Moldova în anul 2016. <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=5534>.
4. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Turismul organizat de agențiile de turism și turooperatori, la 31 decembrie (2000-2016). <http://www.statistica.md/category.php?l=ru&idc=293>.
5. Belostecinic G. Competitivitatea economică – obiectiv strategic al Republicii Moldova. În: Revista "Economică", Nr.1 (57), Martie 2007. Chișinău: ASEM, 2007. 111 p.
6. Belostecinic G. Creșterea competitivității economice ca prioritate națională în condițiile globalizării. În: Culegere de articole științifice și teze ale comunicărilor științifice prezentate în cadrul Conferinței Internaționale „Creșterea economică sustenabilă în condițiile contemporane”, 8-9 noiembrie 2016. Chișinău: ASEM, 2017. 359 p.
7. Crotenco I. Starea industriei turismului în Republica Moldova în condițiile activării mecanismelor moderne ale managementului strategic. În: Revista "Economică", nr.1 (99), Martie 2017. Chișinău: ASEM, 2017. 152 p.
8. UNESCO World Heritage Centre. Properties submitted on the Tentative List. <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=md>.
9. UNWTO. Tourism Highlights, 2017 Edition. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>.
10. World Economic Forum. Reports. <https://www.weforum.org/reports>.
11. World Economic Forum. Travel and Tourism Competitiveness Report 2015. <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/>.
12. World travel & tourism council. Travel & tourism economic impact 2017. Moldova. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/moldova2017.pdf>.
13. Закон Республики Молдова об организации и осуществлении туристической деятельности. № 352 от 24.11.2006. В: Monitorul Oficial, 02.02.2007, № 14-17.
14. Постановление Правительства РМ об утверждении Стратегии туризма «Туризм 2020» и Плана действий по внедрению Стратегии развития туризма «Туризм 2020» на 2014-2016 гг. № 338 от 19.05.2014. В: Monitorul Oficial, 23.05.2014, № 127-133.
15. Агентство по Туризму Республики Молдова. <http://www.turism.gov.md>.
16. Заповедник «Орхеюл Векь» может войти в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. 28 января 2015. [http://www.noi.md/ru/news\\_id/55284#close](http://www.noi.md/ru/news_id/55284#close)

17. Кротенко И.Ю. Менеджмент конкурентоспособности туристического продукта Республики Молдова. In: International Conference of Young Researchers, nov. 11, 2011 Chişinău, Moldova, 9 ed. Chişinău: Nova-Imprim, 2011. 128 p.
18. Кротенко И.Ю. Национальная индустрия туризма и управление её конкурентоспособностью. În: Simpozionul științific al tinerilor cercetători, Ed. a 11-a (25-26 apr. 2013), Vol. 2. Chişinău: ASEM, 2013. 261 p.
19. Кротенко И.Ю. Управление конкурентоспособностью регионального туристического продукта. În: Simpozionul științific al tinerilor cercetători, Ed. a 9-a, (14-15 apr. 2011). Chişinău: ASEM, 2011. 368 p.
20. Кротенко И., Жигарева Е., Хынку Н. Международный туризм и его транспортная составляющая с позиции национальных интересов Республики Молдова. În: Materialele Conferinței științifico-practice internaționale “Impactul politicii externe asupra interesului național”, 15 mai 2015. Chişinău: IRIM, 2015. 576 p.
21. Кротенко И., Хынку Н. Организация транспортной составляющей региональной системы международного туризма Молдовы. În: Materialele Conferinței științifico-practice internaționale „Particularitățile dezvoltării economiei mondiale în condițiile globalizării”, 15 aprilie 2016. Chişinău: IRIM, 2016. 570 p.
22. Туристический портал Молдовы. Сельский туризм. <http://mold.su/selskiy-turizm/selkiy-turuzim/>

UDC: 330.1

**THE PARTICULARITIES OF MANAGERIAL FUNCTIONS IN VIRTUAL ORGANIZATIONS**

**PARTICULARITĂȚILE DE REALIZARE A FUNCȚIILOR MANAGERIALE ÎN ORGANIZAȚIILE VIRTUALE**

*BLAGORAZUMNAIA Olga, PhD,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
PESTUȘCO Nina, PhD,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*BLAGORAZUMNAIA Olga, doctor în științe economice, conferențiar universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
PESTUSCO Nina, doctor în științe economice, conferențiar universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *The increased complexity of virtual enterprise management requires a number of new functions in addition to those in the primary model. The traditional management model may be adapted and expanded to form the basis of virtual management. US researchers complete the list with the following new features: communication; assessment; training; cost estimation.*

**Adnotare:** *Complexitatea sporită a managementului întreprinderilor virtuale necesită un șir de funcții noi în plus la cele din modelul primar. Modelul tradițional de gestionare poate fi adaptat și extins pentru a constitui baza managementului virtual. Cercetătorii americani completează lista cu următoarele noi funcții: de comunicare; de evaluare; de instruire; de estimare a costului.*

**Keywords:** *managerial functions, virtual organization, management.*

**Cuvinte-cheie:** *funcțiile manageriale, organizația virtuală, management.*

**Introducere**

Managementul întreprinderii virtuale se poate baza pe modelele de management general existente care au un șir de puncte forte. Cu toate acestea pentru conducerea întreprinderilor virtuale e nevoie și de unele competențe noi în plus față de cele existente, și în niciun caz pentru a le substitui.

Administrarea companiei virtuale este focalizată pe organizarea ca un întreg. Fayol atribuie managementului șapte funcții valabile pentru toate tipurile de organizații [2, p.43]:

1. Planificarea;
2. Organizarea;
3. Selectarea personalului;
4. Gestionarea;
5. Coordonarea;
6. Raportarea;
7. Finanțarea.

### **Materiale și metode de cercetare**

Complexitatea sporită a managementului întreprinderilor virtuale necesită un șir de sarcini noi în plus la cele din modelul primar. Modelul tradițional de gestionare poate fi adaptat și extins pentru a constitui baza managementului virtual. Următoarele patru sarcini sunt tangențiale cu cele enumerate mai sus, dar reclamă noi competențe de gestionare și vor solicita o anumită parte din timpul de lucru al managerului.

Cercetătorii americani M. Warner și M. Witzel [3, p. 257] completează lista cu următoarele noi funcții:

- 1) de comunicare;
- 2) de evaluare;
- 3) de instruire;
- 4) de estimare a costului.

### **Rezultate și discuții**

Managementul tradițional și cel virtual au o mulțime de subiecte conexe, inclusiv cerințele generale față de volumul mare de capital intangibil. Să examinăm fiecare funcție managerială și particularitățile ei de realizare în cadrul întreprinderii virtuale:

1. Planificarea este considerată în organizațiile tradiționale o funcție centrală, primordială. În organizațiile în rețea nucleul este mic, iar în cazul unor modele chiar lipsește. În orice organizație cineva are responsabilitatea de a soluționa problemele de planificare. În organizația virtuală această sarcină îi revine liderului. Dacă nu există un lider atunci problemele de planificare revin câtorva angajați. Ei trebuie să aibă același nivel de calificare, influență și responsabilitate. Este destul de răspândită luarea deciziilor în grup, când membrii rețelei adoptă un plan de compromis care nu totdeauna este unul optim. Adoptarea deciziilor în grup reprezintă un real pericol. Planurile elaborate și aprobate de grup pot conflicta cu interesele și planurile membrilor organizației. Reconcilierea lor nu este totdeauna ușoară, pentru că membrii mai puternici ai organizației mereu tind să influențeze pentru a obține ceea ce-și doresc și în procesului de planificare își pun propriile scopuri mai presus. Din fericire, problemele de acest gen pot fi depășite cu ușurință, stabilind de la bun început o responsabilitate clară, riguroasă pentru planificare și pentru implementarea celor planificate.

2. Organizațiile virtuale de obicei, se creează pe bază de rețea și nu au o structură rigidă. Este important ca în asemenea companii membrii să-și cunoască foarte bine rolurile lor și să se racordeze la ierarhia organizației. La baza formării organizației virtuale se află scopul acesteia. Scopul este cea mai clară realitate din lumea virtuală. Toți membrii organizației trebuie să cunoască distinct obiectivul, să conștientizeze rolul pe care îl au în atingerea scopului respectiv. În același timp, toți membrii trebuie să-și cunoască obligațiunile și responsabilitățile. O atenție deosebită se acordă brokerului sau liderului organizației virtuale, dacă acesta există. Pe de o parte, instalarea centrului și punctului de fixare (ancorare) în rețea aduce o claritate în structura și activitatea organizației și-i garantează că fluxurile de informații vor fi accesibile tuturor membrilor. Pe de altă parte, există riscul anumitor locuri slabe și restricții care ar fi cauzate de lipsa competenței la anumiți lideri. Procesele de organizare și de formare a structurilor în spațiul virtual au menirea de a construi o companie capabilă să implementeze sarcinile propuse și să se adapteze atunci când se modifică obiectivele.

3. Formarea statelor de personal în organizația virtuală deseori îi revine liderului. Recrutarea personalului este o sarcină responsabilă, a cărei soluționare garantează găsirea unor

angajați calificați și respectiv atingerea scopurilor stabilite datorită potențialului de care dispune organizația. În căutarea angajaților sunt de real folos firmele specializate, agențiile forței de muncă și cele de angajare, inclusiv virtuale. Oamenii sunt în mod inerent de natură socială și nu toți dispun de abilitățile și de dorința de a activa virtual. Puțini sunt dornici de a practica o astfel de muncă. Intervin probleme de ordin psihologic și social cauzate de lipsa contactului direct între colegi. Managerii ar trebui să țină cont de acești factori și cu ajutorul tehnologiilor moderne să compenseze lipsa contactului fizic. O atenție deosebită ar trebui să se acorde training-urilor, cursurilor de instruire și de reciclare (recalificare), precum și schimbului de experiență între colegi. Soluțiile posibile ar fi organizarea periodică a întâlnirilor directe sau a contactelor video prin Internet ori desfășurarea conferințelor video, organizarea unor cluburi electronice de discuție, a unor forumuri și buletine de știri.

4. Conducerea organizației virtuale îi revine, de regulă, liderul și are un caracter ambiguu. Pe de o parte, managerul poate da subalternilor indicații de a realiza sarcinile prevăzute. Pe de altă parte, el poate însuși, participa activ în soluționarea sarcinilor și prin propriul exemplu să demonstreze colaboratorilor ce vrea compania de la ei. În acest caz, o mare parte din responsabilități este transmisă angajaților, echipelor și grupurilor ce fac parte din cadrul organizației virtuale.

Transmiterea responsabilităților înseamnă încredere ceea ce ar trebui să aibă un impact pozitiv asupra activității salariaților. Aceasta reprezintă o motivație suplimentară, care stimulează angajații nu doar la recompense ci și la munca eficientă în interesul companiei. Pierderea încrederii, conflictele din cadrul companiei, eșecurile sistemului cauzează daune organizației virtuale și chiar pot duce la falimentarea, distrugerea ei. Din pricina competitivității intragrup și a conflictelor de interese membrii companiei virtuale nu se mai identifică cu obiectivele organizației și, drept urmare, depun mai puține eforturi pentru colaborare. Managerii ar trebui să evite probleme de acest fel și să le soluționeze la timp, minimizând efectul negativ și prevenind moartea companiei virtuale.

5. În orice organizație pentru a realiza o activitate de succes este nevoie în permanență de monitorizare și de atenție corespunzătoare din partea managerilor. Coordonarea este unica și cea mai eficace metodă de control. Aceasta garantează că informația va fi furnizată ușor și repede, iar compania va activa și se va dezvolta armonios. Având în vedere specificul organizațiilor virtuale remarcăm că e destul de anevoios să coordonezi de la distanță. Posibilele întârzieri în transmiterea datelor, eșecurile software sau hardware împiedică desfășurarea eficientă a activității. Managerii trebuie să fie capabili și competenți să facă față situațiilor imprevizibile de la distanță și să utilizeze abil mijloacele tehnice. O soluție alternativă ar fi angajarea unui colaborator ce ar avea o singură funcție și responsabilitate - aceea de coordonare.

6. Raportarea sau prezentarea datelor este privită ca un factor critic în organizarea virtuală. Vorbind despre raportare, se are în vedere nu doar controlul. Mesajele și rapoartele conțin informații nespuse de importante pentru funcționarea organizației virtuale. Deficiențele sau lipsa rapoartelor sunt periculoase. De aici rezultă că într-o companie virtuală informația nu doar trebuie să circule liber, dar pentru raportare e nevoie circuitul ei obligatoriu. Managerii trebuie să aibă grijă ca să creeze sisteme de transmitere și de stocare a datelor de seamă. Raportarea contribuie la creșterea eficacității controlului și a întregului sistem managerial. Sarcina de prezentare a rapoartelor și datelor constă în colectarea și transmiterea informațiilor și cunoștințelor managerilor din veriga superioară, ceea ce permite acestora să ia decizii fondate pe informații și să asigure controlul asupra companiei.

7. Managerii mai au și obligația să asigure profit companiei virtuale. De asemenea, este obligat să realizeze activități contabile și financiare, să distribuie fonduri și mijloace, să gestioneze

veniturile și cheltuielile pentru implementarea proiectului. Managerul trebuie să posedă cunoștințe în domeniul financiar și juridic, să fie competent, flexibil și receptiv la inovări. O atenție aparte trebuie să acorde chestiunilor legate de impozitare, precum și interacțiunii cu instituțiile de stat și cu organizațiile internaționale. Compania virtuală ca o rețea de parteneri independenți, de obicei, nu dispune de înregistrare juridică. Instituțiile fiscale sunt în dificultate atunci când e vorba să le facă anumite controluri. Managerii trebuie să asigure transparența companiilor virtuale pentru ca să nu intervină observații, obiecții din partea organelor statale de control.

8. Comunicarea asigură un flux permanent și eficient de cunoștințe ce unește între ele toate elementele organizației, cu furnizorii și chiar cu clienții. Comunicarea este importantă pentru procesul de transmitere a cunoștințelor și are un rol deosebit în procesul de transformare a cunoștințelor în bunuri. În plus, permite comasarea (reunirea) într-un tot întreg a părților dispersate a organizației, îi ajută pe angajați să rămână motivați și implicați în proces. Aici e nevoie de abilități de conducere, constituite din procedeele indispensabile administrării, coordonării și prezentării de date. Am putea spune că managementul fluxurilor comunicaționale este, de fapt, o combinație a celor trei dexterități. Managerii organizațiilor virtuale sunt nevoiți să-și rezerveze o anumită perioadă de timp sarcinilor de comunicare.

9. Evaluarea înseamnă compararea obiectivelor organizației cu forma și structura în dinamică, precum și modificarea sau îmbunătățirea structurii date atunci când există o asemenea posibilitate. Pentru soluționarea acestei sarcini e nevoie de abilități de planificare, organizare și formare a personalului. Transformarea accelerată a mediului în care operează organizația virtuală, precum și flexibilitatea înaltă reclamă coordonarea permanentă a celor trei elemente. Deprinderile de evaluare presupun planificare, inclusiv, planificarea procesului de cunoaștere – analizarea, prognozarea, designul, configurația organizației, precum și conducerea în echipă sau grup.

10. Instruirea înseamnă completarea stocului, capitalului de cunoștințe din cadrul organizației prin activități de tipul: training și instruire, cercetări, dezvoltare științifică. Obiectivele de învățare sunt parte componentă a procesului de transformare a cunoștințelor. Competențele educaționale reprezintă elementul-cheie în orice management modern și, mai ales, în cel virtual. Cunoștințele constituie forța vitală a organizației virtuale, de aceea, una din obligațiunile primordiale ale managerului este de a asigura circulația continuă a cunoștințelor [1, p. 216]. Cunoștințele în sine sunt inerente, prin urmare, pentru ca ele să aducă venit ele trebuie aplicate și gestionate.

11. Estimarea profitului este o reevaluare continuă și dinamică a activelor de cunoștințe în raport cu valoarea lor actuală și viitoare pentru companie. Este vorba nu doar de valoarea financiară, dar și de alte estimări mai subiective privind valoarea potențială în viitor a activelor intangibile. În acest sens, se impun noi competențe care vor fi parte a instrumentariului fiecărui manager din orice organizație virtuală.

Conceptul de bază al organizației de afaceri de tip nou constă în recunoașterea faptului că și cunoștințele sunt principalele active capabile să capitalizeze și să creeze avantaje (beneficii) competitive. Organizații care sunt legate doar de fluxurile de cunoștințe pot fi considerate virtuale în exhaustivitate. De facto, în activitatea întreprinderilor virtuale este inevitabilă intruziunea lumii reale. Interferența dintre spațiul real și cel virtual este la fel de importantă ca și înseși spațiile. Ideile managementului virtual și ale managementului activelor corporale pot fi examinate ca niște elemente constitutive ce se completează, dar nu se exclus reciproc.

O astfel de abordare a managementului rezultă din faptul că organizația dispune concomitent atât de forme materiale, cât și virtuale.



### **Concluzii**

În întreprinderea virtuală responsabilitatea managerilor, în mare parte, se transmite altor persoane. fiecare angajat al companiei virtuale își asumă partea de responsabilitate pentru propria activitate. Odată cu creșterea numărului de angajați implicați în activitatea managerială, sporește necesitatea eficientizării managementului. Se cere monitorizarea continuă a formelor și structurilor organizației în conformitate cu obiectivele și nevoile clienților. Noile rețele de întreprinderi virtuale ignoră unele probleme cauzate de timp, distanță și barierele dintre organizații. Totuși ele pot da naștere altor probleme, cum ar fi: eludarea controlului, supravegherea și monitorizarea necorespunzătoare, pierderi de informații.

### **Bibliografia**

1. Davidow W., Malone M. The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century. New York: Harper Collins, 1992. 276 p.
2. Travica B. Organizational design: Information Aspects. Ablex Publishing, 1999. 381 p.
3. Warner M., Witzel M. Managing in virtual organizations. London: Thomson Learning. 2004. 295 p.

UDC: 338.5, 658.7.035

**ASPECTS ON THE ACCOUNTING TREATMENT OF STOCKS  
IN THE WORLD PRACTICE**

**ASPECTE PRIVIND TRATAMENTUL CONTABIL AL STOCURILOR  
ÎN PRACTICA MONDIALĂ**

*BULGARU Veronica, PhD,  
State Agrarian University of Moldova  
SEVCIUC Tatiana, PhD*

*State Agrarian University of Moldova, Chisinau*

*BULGARU Veronica, doctor în științe economice,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova  
ȘEVCIUC Tatiana, doctor în științe economice,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova*

**Annotation:** *To determine the cost of acquisition of stocks and their level required by the objectives of management structures, cost accounting is needed. Unlike local practice in foreign companies, there are allowed various synthetic methods of record keeping and analysis of stocks of material, the selection is carried out in accordance with specific business and information needs.*

**Adnotare:** *Pentru determinarea costului de intrare al stocurilor și nivelului acestora pe structurile impuse de obiectivele de gestiune, este necesară organizarea contabilității analitice. Spre deosebire de practica autohtonă, în întreprinderile din străinătate sunt acceptate diverse metode de ținere a evidenței sintetice și analitice a stocurilor de bunuri materiale, selectarea căreia se efectuează în corespundere cu specificul activității și necesitățile informaționale.*

**Keywords:** *cost, methods, evidence, stocks, evaluation.*

**Cuvinte - cheie:** *contabilitate, cost, evaluare, metode, stocuri.*

### **Introducere**

Recunoașterea, modul de evaluare și ținere a evidenței sintetice și analitice a stocurilor sunt reglementate de prevederile SNC „Stocuri”, SNC „Particularitățile contabilității în agricultură” și Planul general de conturi contabile. Deși la baza actelor normative respective stau exigențele mondiale de colectare și prelucrare a informației, oricum metodele de ținere a evidenței analitice a stocurilor de către entitățile internaționale sunt mult mai diversificate și avansate, fapt ce impune necesitatea studierii și ajustării acestora la cerințele practicii naționale.

### **Material și metodă**

Pentru studierea problemei în cauză au fost utilizate două metode de evaluare și contabilizare a stocurilor aplicate în practica țărilor cu o economie de piață bine dezvoltată. Totodată, investigațiile se bazează pe diferite metode de cercetare, preferință acordându-se următoarelor metode: monografică, analiză și sinteză, comparație și generalizare.

### Rezultate și discuții

Desfășurarea activității oricărei entități impune necesitatea utilizării unei diversități mari de stocuri. În corespundere cu prevederile **Standardului Național de Contabilitate „Stocuri”** [2, p. 62] stocurile reprezintă active circulante:

- destinate pentru a fi vândute pe parcursul desfășurării normale a activității;
- în curs de execuție în procesul desfășurării normale a activității; sau
- sub formă de materii prime, materiale de bază și alte materiale consumabile, care urmează a fi folosite în procesul de producție, pentru prestarea serviciilor și/sau în alte scopuri gospodărești.

Actualmente stocurile includ: materiile prime și materialele de bază; materialele consumabile; obiectele de mică valoare și scurtă durată; producția în curs de execuție; produsele; mărfurile; ambalajele; activele cu ciclul lung de producție destinate vânzării; bunurile de natura stocurilor care din diferite cauze sau în anumite scopuri se află temporar la terți. În afară de elementele enumerate, în componența stocurilor se includ de asemenea și activele biologice circulante, al căror mod de contabilizare este reglementat de **Standardul Național de Contabilitate „Particularitățile contabilității în agricultură”**.

Spre deosebire de celelalte categorii de bunuri, stocurile se caracterizează prin faptul că se consumă la prima lor utilizare în procesul de producție și trebuie înlocuite cu exemplare noi.

În corespundere cu prevederile articolului 17 din **Legea contabilității** [1], contabilitatea stocurilor se ține în expresie cantitativă și valorică sau numai în expresie valorică, în conformitate cu standardele de contabilitate. Aceiași abordare se găsește și în **Standardul Național de Contabilitate „Stocuri”**, potrivit căruia, evidența stocurilor se organizează în expresie cantitativă și valorică sau numai în expresie valorică pe unități de evidență cum ar fi: tipul (sortimentul), lotul, grupa omogenă de stocuri etc. Totodată, în punctul 8 din standardul invocat se menționează că deținerea de către întreprindere a stocurilor cu orice titlu, înregistrarea surselor de proveniență a acestora și a operațiunilor economice fără documente corespunzătoare și reflectarea lor în evidență sunt interzise. De aceea conducerea întreprinderii este obligată să asigure:

- înregistrarea tuturor stocurilor intrate și contabilizarea acestora la locurile de depozitare. În cazul când unele loturi de stocuri se transmit nemijlocit în exploatare, atunci acestea se reflectă în contabilitate ca intrate la depozit și transmitere în folosință. În asemenea situație, în documentele primare de intrare și de ieșire a bunurilor se face mențiunea precum că stocurile au fost primite de la terți și transmise în exploatare fără depozitare, adică în tranzit. De aceea, nomenclatorul bunurilor materiale circulante care pot fi achiziționate în tranzit se determină și se aprobă prin ordinul conducătorului întreprinderii;
- reflectarea distinctă în evidență a stocurilor transmise temporar terților;
- corelația dintre datele evidenței cantitative la depozite și datele evidenței cantitativ-valorice a stocurilor în contabilitate pe locuri de păstrare;
- reflectarea cantitativă și valorică a stocurilor primite de la terți pentru prelucrare, în custodie sau în comision, în conturi extrabilanțiere corespunzătoare.

Spre deosebire de practica autohtonă, pentru organizarea evidenței sintetice și analitice a stocurilor prin vizorul cerințelor informațional – decizionale, în practica internațională se acceptă una din metodele de mai jos:

- metoda inventarului permanent;
- metoda inventarului intermitent [4, p.78; 5, p.126].

Metoda inventarului permanent presupune determinarea și urmărirea circulației stocurilor scriptice pe fiecare operațiune de intrare sau ieșire a acestora, asigurând astfel identificarea și

cunoașterea permanentă a stocurilor de bunuri în expresie naturală și valorică. Relația de deducere a stocului final se bazează în acest caz pe formula bilanțieră:

$$S_i + I = E + S_f, \quad (1)$$

Prin urmare, relația în cauză va fi următoarea:

$$S_f = S_i + I - E, \quad (2)$$

unde  $S_f$  – stocul final în expresie cantitativă și valorică;

$S_i$  – stocul inițial în expresie cantitativă și valorică;

$I$  – intrările de stocuri în cursul perioadei de gestiune în expresie cantitativă și valorică;

$E$  - ieșirile de stocuri în cursul perioadei de gestiune în expresie cantitativă și valorică.

În cazul aplicării metodei inventarului permanent drept regulă generală de estimare a stocurilor servește evaluarea în sistemul costului istoric care poate constitui:

- pentru bunurile cumpărate de la furnizori – costul efectiv;
- pentru produsele și materialele obținute pe teren – costul planificat (normat) sau valoarea justă pe parcursul anului care se ajustează până la cost efectiv la finele anului;
- pentru stocurile primite ca aport în capitalul social, obținute cu titlu gratuit sau prin donație - valoarea justă;
- în cazul schimbului de bunuri materiale în tranzacțiile dintre părțile independente - valoarea justă a bunurilor preluate sau transmise în procesul schimbului;
- pentru plusurile de stocuri identificate cu ocazia inventarierii – valoarea justă.

Specificul metodei inventarului permanent constă în următoarele:

- stocul final de la sfârșitul lunii precedente devine stoc inițial la începutul lunii curente;
- pe parcursul perioadei curente conturile pentru evidența stocurilor se debitează cu toate intrările acestora evaluate la costul efectiv, planificat (normat) sau la valoarea justă, după caz, în corespondență cu conturile care indică sursa de proveniență a bunurilor materiale și se creditează cu ieșirile de bunuri din gestiune evaluate conform uneia din metodele cunoscute: costului mediu, FIFO sau costului planificat (normat). În cazul ieșirilor de stocuri drept conturi corespondente servesc conturile de costuri și cheltuieli;
- la finele perioadei curente soldurile conturilor de stocuri, deschise în contabilitate se compară cu existența efectivă a acestora la depozite. Divergențele constatate se decontează după destinație, asigurându-se astfel concordanța dintre datele contabile și cele de pe teren.

În funcție de specificul activității și necesitățile informaționale ale fiecărei întreprinderi evidența analitică a stocurilor în cazul aplicării metodei inventarului permanent poate fi organizată prin unul din următoarele trei procedee:

1. Procedeele evidenței operative – contabile (pe solduri) care se bazează pe urmărirea cantitativă a bunurilor materiale păstrate de întreprinderi la depozite și respectiv pe exprimarea valorică a acestora în contabilitate. Aplicarea acestui procedeu prevede:

- înregistrarea documentelor de intrare și ieșire a activelor materiale circulante în fișe de magazie, determinându-se astfel în mod tradițional stocul final după fiecare operațiune economică;
- perfectarea borderourilor de solduri conform datelor din fișele de magazie.

2. Procedeele evidenței cantitativ – valorice care presupune că la locurile de păstrare a stocurilor (adică la depozite) se ține evidența cantitativă pe tipuri de bunuri, iar în contabilitate – evidența atât cantitativă, cât și valorică. Esența acestui procedeu rezidă în următoarele:

- transcrierea datelor din documentele primare privind circulația stocurilor în fișele de magazie;
- transmiterea zilnică a documentelor respective din depozite în contabilitate;

- deschiderea fișelor de conturi analitice pe tipuri de bunuri materiale și locuri de depozitare.

Verificarea concordanței informației la gestionari și în contabilitate se efectuează la finele lunii prin compararea datelor din fișele de magazie cu cele din fișele de conturi analitice, precum și cu balanțele de verificare a conturilor analitice.

3. Procedeu de evidență global – valorice care presupune că evidența se ține numai în expresie valorică atât la locurile de depozitare, cât și în contabilitate. Acest procedeu, de regulă, se aplică pentru evidența mărfurilor și ambalajelor în unitățile de comerț cu amănuntul.

Din cele expuse mai sus rezultă că în cazul aplicării metodei inventarului permanent sporește vădit manopera de înregistrare a operațiunilor economice în conturile contabile. În pofida acestui fapt metoda în cauză reprezintă un instrument de bază al contabilității stocurilor, deoarece asigură identificarea permanentă a existenței și circulației stocurilor la întreprinderi.

Metoda inventarului intermitent presupune stabilirea ieșirilor și înregistrarea lor în contabilitate în conformitate cu rezultatele inventarierii stocurilor la finele lunii. Conceptul de bază al metodei respective se bazează pe faptul că bunurile materiale sunt procurate nu în scopul stocării, ci al consumului. Totodată și recunoașterea inițială a stocurilor nu se efectuează în conturile respective pentru evidența acestora (ca în cazul metodei inventarului permanent), ci nemijlocit în conturile distincte evidenței costurilor și cheltuielilor. Prin urmare, metodei inventarului intermitent îi sunt caracteristice următoarele trăsături:

- stocul la începutul lunii curente reprezintă stocul stabilit prin inventariere la finele lunii precedente;

- pe parcursul lunii nu se înregistrează intrări de bunuri materiale. Stocurile cumpărate se califică drept utilizate și se contabilizează nemijlocit în conturile pentru evidența costurilor sau cheltuielilor în corespondență cu conturile care indică sursa de proveniență a bunurilor materiale corespunzătoare;

- stocurile casate nu se reflectă în calitate de ieșiri în creditul conturilor pentru evidența acestora;

- la sfârșitul fiecărei luni se stabilesc soldurile finale prin intermediul inventarierii care, de fapt, reprezintă soldurile inițiale pentru luna ulterioară. Soldurile în cauză se evaluează în funcție de proveniența stocurilor (cumpărate, obținute pe teren, primite cu titlu gratuit etc.) și se înregistrează în debitul conturilor pentru evidența activelor circulante în corespondență cu conturile pentru evidența datoriilor, creanțelor etc. Totodată bunurile calificate drept stocuri inițiale se anulează la începutul aceleiași luni prin debitarea conturilor de costuri sau cheltuieli și creditarea conturilor de evidență a bunurilor materiale.

Prin urmare, ieșirile de stocuri în cazul aplicării metodei inventarului intermitent se determină cu ajutorul relației:

$$E = S_i + I - S_f \quad (3)$$

Metoda inventarului permanent se recomandă pentru aplicare entităților de proporții mai mari, iar metoda inventarului intermitent – întreprinderilor mici, cu un nomenclator redus de bunuri materiale. Acesta se explică prin faptul că metoda inventarului intermitent are un șir de neajunsuri și anume:

- este imposibil de a exercita un control riguros asupra existenței și circulației stocurilor prin intermediul datelor contabile;

- orice eroare sau omitere care a fost comisă în procesul înregistrării stocurilor intrate sau ieșite conduce la denaturarea datelor din situațiile financiare. În consecință, se încalcă principiul imaginii fidele;

• orice pierdere sau sustragere din gestiune se califică drept o ieșire din stoc, fiind astfel contabilizată în componența costurilor sau cheltuielilor.

#### **Concluzii**

În funcție de specificul activității și necesitățile informaționale ale fiecărei întreprinderi evidența sintetică și analitică a stocurilor poate fi organizată în baza metodei inventarului permanent sau metodei inventarului intermitent.

Metoda inventarului permanent presupune determinarea și urmărirea circulației stocurilor scriptice pe fiecare operațiune de intrare sau ieșire a acestora, asigurând astfel identificarea și cunoașterea permanentă a stocurilor de bunuri în expresie naturală și valorică.

În condițiile metodei inventarului intermitent stocurile procurate sunt calificate drept consumate sau cheltuite, iar soldul final se constată în baza rezultatelor inventarierii bunurilor materiale de la sfârșitul lunii.

#### **Bibliografie**

1. Legea contabilității nr.113-XVI din 27 aprilie 2007. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2007, nr. 90-93/399.
2. Standardul Național de Contabilitate „Stocuri”. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2013, nr. 233-237.
3. Standardul Național de Contabilitate „Particularitățile contabilității în agricultură”. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2013, nr. 233-237.
4. Tabără, N.; Briciu C. Actualități și perspective în contabilitate și control de gestiune Iași: Editura Tipo Moldova, 2012. 617 p.
5. Paraschivescu D. și alții. Contabilitate financiară. Aplicații și studii de caz. Iași: Tehnopress, 2007. 646 p.
6. Țurcanu V., Golocealova, I., Ștahovschi, A. Contabilitatea internațională. Chișinău: ASEM, 2008. 274 p.



UDC: 339.13; 658.8

## THE STATE BRANDING: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

### BRANDINGUL DE ȚARĂ: ASPECTE TEORETICE SI PRACTICE

*BUZDUGAN Adriana, Phd,  
State University of Moldova, Chisinau*

*BUZDUGAN Adriana, doctor în științe economice,  
Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *This article examines the phenomenon of state branding from the point of view of political science, marketing and research in international relations. It reveals the essence of the state brand and state branding; the importance of a strong brand for the state, for its national interests; the technologies and features of state branding campaigns have been researched; the experience of branding campaigns in the UK and Germany has been analyzed as the most interesting and effective.*

**Adnotare:** *În acest articol este de examinat fenomenul brandingului de stat din punct de vedere al științei politice, marketingului și cercetării în relațiile internaționale. A fost dezvăluită esența brandului de stat și branding-ului de stat; a fost determinată importanța unui brand puternic pentru stat, pentru interesele sale naționale; au fost cercetate tehnologiile și particularitățile campaniilor de branding de stat; s-a analizat experiența desfășurării campaniilor de branding din Marea Britanie și Germania ca fiind cele mai interesante și eficiente.*

**Keywords:** *brand, branding, country brand, campaign.*

**Cuvinte cheie:** *brand, branding, brand de țară, campanie.*

#### Introducere

Astăzi, noțiunea de branding național, de stat sau țară, al cărui scop este construirea și gestionarea reputației țării pe scena mondială, este ferm înrădăcinată în lexicul politic al multor state. În multe privințe, acest lucru reunește brandingul național cu politica culturală externă, deoarece obiectivul final în ambele cazuri este formarea unei percepții favorabile a statului în lume.

Scopul acestui articol este de a examina fenomenul brandingului de stat din punct de vedere al științei politice, marketingului și cercetării în relațiile internaționale. Pentru a atinge acest obiectiv este necesar pentru s-au stabilit sarcinile: de a dezvălui esența brandului de stat și branding-ului de stat; de a determina importanța unui brand puternic pentru stat, pentru interesele sale naționale; de a cerceta tehnologiile și particularitățile campaniilor de branding de stat; de a analiza experiența desfășurării campaniilor de branding din Marea Britanie și Germania ca fiind cele mai interesante și eficiente.

#### Material și metodă

Există multe definiții date noțiunii de *brand*, dar multe dintre ele ori sunt incomplete, ori se adresează persoanelor cu cunoștințe serioase de branding. O definiție foarte întâlnită este: „Un brand este un nume, semn sau simbol folosit în identificarea produselor sau serviciilor unui producător și utilizate pentru a-l diferenția de competiție” [4].

Această definiție semnaleză *diferențierea* ca o caracteristică esențială a brandului. Există două abordări ale definirii unui brand:

- sarcină și, de asemenea, atributele individuale: numele, logo-ul și alte elemente vizuale (fonturi, design, scheme de culori și simboluri), permițând distincția între o companie sau un produs în comparație cu concurenții;
- imaginea, reputația companiei, a produsului sau a serviciului în ochii clienților, partenerilor, publicului.

Brandul de stat poate fi caracterizat ca procesul de formare și poziționare la nivel intern și extern al brandului de stat. Brandul de stat este un semn simbolic specific care include un set de reprezentări care reflectă caracteristicile cele mai bune și unice ale acestei stări în mediul extern și contribuie la percepția sa favorabilă în lume. Ca și politica culturală externă, brandingul național are scopul de a crea o imagine pozitivă a țării, însă acest obiectiv se realizează în primul rând prin metode de marketing, nu prin metode diplomatice.

Conceptul de brand al statului este o temă cu interes intens de cercetare. A servit inițial o categorie economică, în anii 90 al secolului trecut, a fost folosit în mod activ în diverse domenii: țări, regiuni, orașe, dând naștere la întreaga direcție în marketingul politic – branding teritorial (brandingul locului). Conceptul de brand de stat a fost dezvoltat de mai mulți experți străini și naționali: Van Ham P. [8], Hildreth J. [6], Anholt S. [1], Olins W. [7], Dinnie K. [3], Moldovan-Bătrînac V. [7], Стась А. [11], Панкрухин А. П. [10].

### Rezultate și discuții

Astăzi, pregătirea campaniilor de branding se desfășoară atât la nivel de stat, cât și la nivel internațional. De regulă, aceste campanii au o strânsă legătură cu un eveniment internațional important pentru a reflecta schimbarea în cursul politic al țării, succesele în domeniul economic și cultural. Organizarea summit-elor politice, economice, conferințelor, jocuri sportive importante și evenimente culturale, ce devin bază de dezvoltare a unei campanii de branding. Astfel de evenimente asigură promovarea internațională a brandurilor actualizate ale statelor moderne și aprobarea acestora în cadrul unui public cât mai larg posibil. Adesea, brandurile reflectă aspirațiile țării de a schimba stereotipurile negative din străinătate. Forma excepțională, prezentarea emoțională a materialului promovează difuzarea informațiilor pozitive actualizate unui public larg.

Conținutul și imaginea mărcii statului sunt destul de diverse. O atenție deosebită este acordată practicii profesionale a componentei artistice, a graficii, a logo-ului, toate elementele având o anumită valoare simbolică. Brandurile pot fi obiecte culturale, simboluri economice (branduri notorii, corporații recunoscute în lume). Adesea, politicienii, oamenii de știință, sportivii, reprezentanții profesiilor creative, artiștii renumiți de comunitatea internațională, iau parte la campaniile de branding ale statelor. În ultima perioadă, o atenție deosebită se acordă prioritate avantajelor competitive ale țărilor din perspectiva dezvoltării durabile a mediului și a întreg ecosistemului.

La etapa actuală este evident că, în relațiile internaționale și politica externă, brandul, ca imagine, devine o resursă importantă nematerială a statului, fiind percepută ca un avantaj competitiv propriu. Managementul de brand performant creează un set de emoții pozitive, încredere în țară, formează loialitate față de alți actori ai relațiilor internaționale. Marca reflectă autoritatea politică internațională a statului, creează condiții pentru atragerea țărilor partenere, reflectă un climat investițional favorabil, atrage investitori străini, profesioniști, studenți, turiști. Brandul ajută la transmiterea elementelor de cultură și tradiție națională, a valorilor și a realizărilor țării, contribuie la consolidarea succeselor politice pe plan mondial.

Primele campanii de branding ale statelor datează din anii 1990. Este demn de remarcat faptul că, în majoritatea cazurilor, motivele pentru desfășurarea unor astfel de campanii au fost de natură politică. Una din prima campanie de branding „Made in Great Britain”, implementat de către Marea Britanie în anii 1997-2005. A fost desfășurată după schimbarea cabinetului de guvernământ și venirea la putere a Partidului Muncii, condus de primul ministru de atunci Tony Blair. Dezvoltatorul proiectului a fost un expert bine cunoscut în domeniul brandingului și publicității Wally Olins, care a lucrat apoi la brandingul și logo-ul Jocurilor Olimpice de la Londra 2012. Campania a avut ca scop distrugerea stereotipurilor vechi, aducerea de noi valori în mediul tradițional cultural și promovarea imaginii moderne a țării, bazată pe noile realizări ale culturii britanice. Ca slogan, dezvoltatorii au ales expresia „Cool Britannia”. Ca un element important al campaniei a fost de a promova artiștii contemporani britanici creativi („brit-arta”), muzicieni („brit pop”), designeri de moda. Susținerea campaniei oferite de Ministerul Afacerilor Externe, Biroul de Turism britanic, British Council și o serie de alte organizații de renume.

Campania de branding „Cool Britannia” trebuia să devină, în opinia autorilor, „un simbol al reînnoirii, creativității și viitorului”. „Dacă perioada guvernării conservatoare a fost percepută ca o epocă de nostalgie pentru imperiu, atunci noul motto era să simbolizeze o tânără post-imperialistă elegantă, cu o prioritate de dezvoltare în domeniul creativității”, menționa analistul britanic Eugene McLaughlin. Din acest punct de vedere, în opinia noastră, campania și-a demonstrat eficacitatea, deoarece a permis Marii Britanii să formeze imaginea centrului culturii moderne.

În 2002, branding-ul activ a început în Estonia, principalul motiv fiind aderarea țării la Uniunea Europeană. Acest lucru a impus guvernului estonian să ia măsuri serioase pentru a crea o nouă imagine a țării, pentru localnici, cât și pentru cetățenii Uniunii Europene. Dezvoltarea unui proiect în valoare de aproximativ 1 milion de dolari a fost încredințată companiei renumite Interbrand. Ca urmare, sloganul „Bine ați venit în ESTonia”, „Go to EST!” („Mergem spre est”) și a fost creat logo-ul țării pe baza conturilor geografice ale Estoniei pe harta lumii. Cu toate acestea, în ciuda fondurilor investite, Estonia nu a reușit să formeze un brand puternic, iar efectul campaniei a avut impact la nivel regional, deoarece a contribuit în mod semnificativ la creșterea numărului de turiști, în special din Rusia.

O varietate semnificativă de campanii de branding în Germania modernă. La începutul secolelor XX-XXI. În politica internă și externă a țării s-au produs schimbări cardinale, care se reflectă în pregătirea campaniilor de branding. Prima dintre ele a fost realizată în perioada 1998-1999 cu sprijinul liderilor politici ai țării. Autorul său a fost specialistul principal Wally Olins. Scopul campaniei „DEbate: Germany as a Global Brand” a fost de a crea o imagine nouă a unei țări unificate deschise lumii. Această sarcină a fost, de asemenea, îndeplinită de sloganul „Diversitate prin unitate”. În cadrul campaniei a fost aplicată o mișcare creativă – pe steagul național pentru a schimba banda neagră în albastru. Potrivit experților, culoarea albastră semnifică deschiderea, prietenia, aderarea țării la Uniunea Europeană și negrul a fost asociat cu laturile întunecate din istoria Germaniei. Campaniile au fost precedate de sondajele populației, analiza experienței altor țări. Cu toate acestea, ideile noului brand nu au fost susținute de publicul larg.

În 2002, în Germania a fost organizată o campanie pentru a crea un brand actualizat al țării sub numele de „Brand Manifesto for Germany”. La aceasta a participat firma de PR ECC Kohtes Klewes și Institutul Goethe. Dezvoltarea brandului a fost din nou încredințată lui Wally Olins. Specialiștii s-au confruntat cu o sarcină destul de dificilă - de a distruge stereotipurile negative create despre Germania în întreaga lume. Accentul a fost pus din nou pe reproducerea culorilor mărcii. Culorile roșu, galben, albastru au înregistrat o schimbare radicală în cursul țării. În plus, marca a fost decorată cu litere DE (*Deutschland*), care corespundea numelui Germaniei pe

Internet. Potrivit organizatorilor campaniei, Germania trebuia să se bazeze, în primul rând, pe realizările din domeniul culturii și artei, care ar trebui să devină cunoscute pe scară largă în lume. Un mare efect asupra publicului a fost provocat de campania de branding a Germaniei, programată pentru desfășurarea Cupei Mondiale în 2006. Pentru Germania, acesta a fost un eveniment de reper care a făcut posibil să se facă cunoscută pe scena internațională. Mega-evenimentele de această magnitudine au oferit o oportunitate unică de a spune despre realizările Germaniei moderne unui public cât mai larg posibil, pentru a-și ridica statutul în lume. În legătură cu desfășurarea campionatului mondial de fotbal, au fost lansate mai multe campanii de branding care au vizat publicul intern și extern. Cea mai interesantă a fost campania „Land of Ideas”, susținută de guvernul Germaniei [11]. Numele său este un citat direct din discursul inaugural al fostului președinte german, Horst Koehler, în 2004. Campania „Țara ideilor” a avut ca scop rezolvarea unor sarcini importante pentru țara care au vizat chestiuni legate de actualizarea imaginii politice, economice și culturale a țării. Campania „Land of Ideas” a pus accentul pe componentele economice și culturale ale țării. Brandul a reprezentat Germania ca o țară cu succes în continuă dezvoltare, un lider indiscutabil în diferite sectoare ale economiei: inginerie, farmacie, cosmetologie, această poziție fiind confirmată de branduri de renume mondial din Germania: BMW, Audi, Mercedes, Porsche, Bayer, Nivea, Boss etc.

Fiecare detaliu al noului brand a fost bine gândit. Designul grafic, conceptul artistic au fost studiate în detaliu profund. Pentru a promova brand-ul au fost atrași oameni cu renume din Germania pe arena mondială. Fața campaniei a fost faimosul model german, Claudia Schiffer. În orașele Tokyo, New York, Londra, erau afișate postere cu Schiffer, înfășurată într-un steag german [2].

În capitala germană a fost creat un proiect artistic „Procession of Ideas”, care a reunit marii reprezentanți ai științei, culturii și industriei germane. Locuitorii capitalei și numeroși invitați din Berlin au reușit să sărbătorească realizările țării legate de marea moștenire a lui Albert Einstein, Ludwig van Beethoven, Immanuel Kant, fondatorul celebrului brand sportiv „Adidas” Adolf Dassler.

Campania a avut o mare rezonanță atât în țară, cât și în străinătate. După finalizarea Cupei Mondiale, campania a continuat în diverse proiecte de burse și educație, concursuri de cercetare. Datorită unei campanii bine gândite de branding, Germania a reușit să extindă contactele economice și politice, să stabilească parteneriate cu țările cu dezvoltare rapidă, China și India. Un rezultat important a fost creșterea poziției țării în indicii celor mai populare branduri naționale. Recunoașterea eficienței activității specialiștilor germani poate fi numită dezvoltarea turismului receptor. Trebuie de menționat că aproximativ 90% dintre oaspeții străini care au venit la Cupa Mondială au declarat că vor recomanda vizitarea Germaniei conașionalilor lor.

Campaniile de branding din Germania demonstrează că o brand eficient este un instrument puternic care contribuie la soluționarea sarcinilor politice, economice, culturale, formarea unei imagini pozitive a țării nu numai în străinătate, ci și în interiorul țării.

Astăzi, problemele de creare și promovare a unui brand național au atras atenția aproape a tuturor statelor. Există o instituționalizare a acestei activități, fiind dezvoltate abordări originale și metode practice pentru promovarea unor mărci actualizate.

### Concluzii

Brandul de țară, care vizează îmbunătățirea caracteristicilor imaginii țării, este, desigur, o resursă economică puternică. Cu toate acestea, ca fenomen politic, branding-ul de stat este într-o dezvoltare continuă. O atenție sporită la astfel de activități din partea politicianilor, instituțiilor

publice, centrelor culturale, diplomați permite de a considera această direcție ca parte a politicii culturale externe, având drept scop formarea unei imagini pozitive a țării în străinătate, pentru a crea o reputație politică, economică și socio-culturală favorabilă pe plan extern și creșterea competitivității statului.

### **Bibliografie**

1. Anholt S. *Brand New Justice: The Upside of Global Branding*. Oxford: Butterworth Heinemann, 2006.
2. Breitenbach P. Werbung Mit Der Go-Go-Stange. *Werbeblogger*. 2006. № 6. June.
3. Dinnie K. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Oxford: Butterworth Heinemann, 2008.
4. Dru J.-M.. *Disruption: Overturning Conventions and Shaking Up the Marketplace*. 1996 <http://www.mindlens.ro/article/view/1>
5. Germany – Land of Ideas. <http://www.land-der-ideen.de/en>
6. Hildreth J. Place Branding: a View at Arm's Length. In: *Place Branding and Public Diplomacy*. 2010. № 6. p. 27-35.
7. Moldovan-Bătrînac Viorelia. Particularitățile dezvoltării brandului național și promovării imaginii țării în curs de dezvoltare. În: *Analele științifice ale UCCM*, 2010, p. 147-151.
8. Olins W. Branding the Nation – the Historical Context. In: *Journal of Brand Management*. 2005. Vol. 9. p. 241-248.
9. Van Ham P. Place Branding: The State of the Art. In: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. p. 126-149.
10. Панкрухин А. П. *Маркетинг территорий*. СПб.: Питер, 2006. 416 с.
11. Стась А. Новая геральдика. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М.: Группа ИДТ, 2009. 280 с.
12. Тюкаркина О. М. Роль национального брендинга при формировании внешнеполитического имиджа современной России. М.: Власть, 2012. с. 111-114.

UDC: 338.2

**PRESENTATION OF THE PROJECT "YOUTH PROJECT OFFICE»**

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА «МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТНЫЙ ОФИС»**

*KAMENSKIH Nadezhda, PhD,  
State University of Humanities and Technology, Russia, Orekhovo-Zuyevo*

*КАМЕНСКИХ Надежда, кандидат экономических наук,  
ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-технологический университет»,  
Орехово-Зуево*

**Annotation:** *The article presents the project "Youth project office". It is developed the project goal, which is to organize the innovation platform for students and pupils on the basis of State University of Humanities and Technology, in which are formed entrepreneurial skills and soft competencies. The model of interests of stakeholders of the "Youth project office", the mechanism of the project and the management scheme. There are analyzed the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the University.*

**Аннотация:** *в статье презентован проект «Молодежный проектный офис». Разработана цель проекта, которая заключается в организации инновационной площадки для студентов и школьников на базе ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-технологический университет», в рамках которой формируются предпринимательские способности и мягкие компетенции. Разработана модель интересов стейкхолдеров «Молодежного проектного офиса», механизм реализации проекта и схема управления. Проведен анализ сильных, слабых сторон, возможностей и угроз университета.*

**Keywords:** *strategic partnership, «Project office», socio-economic development, project, stakeholders.*

**Ключевые слова:** *стратегическое партнерство, «Проектный офис», социально-экономическое развитие, проект, стейкхолдеры.*

**Введение**

Высокая степень проникновения инструментов проектного менеджмента как в государственные и муниципальные структуры, так и на уровень бизнес-единиц и сферы образования актуализировано вступлением в силу постановления Правительства РФ от 15.10.2016г. № 1050 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» [2], положения которого усилило методологическую платформу и определило «правила игры» для разработки и внедрения «портфелей проектов» как системы взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение уникальных результатов в условиях ограниченных ресурсов. Данные обстоятельства выдвигают четкие требования со стороны рынка труда к компетенциям современного работника: повышение финансовой грамотности, развитие предпринимательских способностей, проектных компетенций молодежи является закономерным процессом. Более того данные компетенции востребованы всеми категориями граждан:



- детям они дают представление о ценности денег, закладывают базу для дальнейшего формирования навыков планирования бюджета и сбережений;

- молодёжи помогут в решении вопросов финансирования образования или решения жилищной проблемы через финансовое планирование, в привлечении и эффективном управлении кредитными ресурсами, для самозанятости - открытия собственного бизнеса.

Вместе с тем для большего охвата молодёжи в части доступности необходимого контента, а также реализации креативных стратегических коммуникаций в рамках вовлечения в программы развития Московской области требуется внедрение новых форм активизации, информирования и обучения. Одним из направлений такой работы является организация платформы «Молодежный проектный офис»

### **Материалы и методы исследования**

Целью проекта «Молодежный проектный офис» является организация работы инновационной платформы для студентов и школьников на базе ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-технологический университет», в рамках которой формируются предпринимательские способности и мягкие компетенции.

Отметим задачи проекта:

1. Внедрение инновационных образовательных технологий.
2. Формирование активной жизненной позиции, мягких компетенций, лидерских качеств и поддержка креативных идей и творческая самореализация участников проекта.
3. Популяризация социального предпринимательства, формирование мягких и предпринимательских компетенций, значимых для стратегического развития экономики Московской области.

Проект может быть реализован на основе комплекса мероприятий, декомпозиция которых представлена ниже.

#### **Задача 1. Внедрение инновационных образовательных технологий.**

##### **Мероприятия:**

1. Ядром проекта является реализация авторского модуля «Социальный вектор в предпринимательстве». Применяются методики мозгового штурма, аджайл-методика, работа в малых группах, виртуальное путешествие (анализ сайтов социальных проектов), тренинги.

Представим структуру модуля.

**Цель модуля:** формирование у слушателей теоретических знаний и практических навыков по разработке проектов и бизнес-планов, которые носят социально-ориентированный характер.

##### **Задачами модуля являются:**

- 1) провести анализ опыта и направлений развития социального предпринимательства в России;
- 2) рассмотреть особенности деятельности социальных предприятий;
- 3) изучить основы формирования социально-экономической политики территорий с позиции взаимодействия стейкхолдеров;
- 4) усвоить логику ключевых разделов типового бизнес-плана;
- 5) рассмотреть особенности структуры социального проекта;
- 6) разработать социально-ориентированный бизнес-план.

В результате изучения курса обучающийся должен:

*знать:*

- особенности бизнес-планирования как одного из видов планирования;
- цели, задачи, функции и основные этапы бизнес-планирования;
- виды бизнес-проектов и особенности социальных бизнес-планов;
- основные требования к разработке и структуру типичного бизнес-плана;
- необходимое информационное поле разработки бизнес-плана и его источники;
- методики анализа, контроля и оценки эффективности проектов;

*уметь:*

- формулировать бизнес-идею;
- выбирать оптимальную структуру бизнес-плана/проекта в зависимости от его

назначения;

- описывать социальную цель проекта и бизнес-модель;
- проводить анализ дополнительных социальных особенностей проекта и социального

эффекта;

- обосновать с позиции маркетинга, организации, финансов целесообразность (реализуемость) конкретного проекта;

- оценивать экономическую эффективность предполагаемого бизнес-проекта;

*владеть:*

- основными методиками разработки отдельных разделов бизнес-плана;

- современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных

данных.

### **Тема 1. Обзор направлений развития социального предпринимательства: опыт в России**

1.1 Развитие социального предпринимательства в России.

1.2 Классификация социальных предприятий в России.

1.3 Характеристика модели социального предпринимательства в России.

1.4 Социально-ответственный бизнес: примеры Московской области.

### **Тема 2. Социальные предприятия: характеристика и реализация стратегии развития**

2.1 Некоммерческие организации и их функциональная направленность.

2.2 Организационно-правовые формы социальных предприятий и их особенности.

2.3 Особенности создания и ликвидации социальных предприятий.

### **Тема 3. Формирование социально-экономической политики с позиции некоммерческих организаций: поиск стейкхолдеров**

3.1 Инструменты управления экономикой муниципального образования на основе механизмов социального партнерства.

3.2 Социальное партнёрство в форме института общественного взаимодействия.

3.3 Формы государственно-частного партнерства

### **Тема 4. Ключевые разделы типового бизнес-плана**

4.1 Организационный план. Разработка организационной структуры фирмы.

4.2 Маркетинговый план. Структура и содержание. Определение спроса и возможностей рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинг-микс. Определение ценовой стратегии.

4.3 Операционный план. Производство. Закупки и дистрибуция.

4.4 Производственный план. Производственная программа предприятия. Планируемый объем продаж. Потребности в основных фондах. Расчет потребности в персонале и заработной плате. Потребность в инвестициях.

4.5 Финансовый план.

4.6 Оценка и страхование риска. Анализ риска. Основы финансового риска.

### **Тема 5. Особенности структуры социального проекта**

5.1 Социальная цель проекта и бизнес-модель.

5.2 Дополнительные социальные особенности проекта и социальный эффект.

5.3 Материальная база, объемы и источники финансирования (современные инструменты: фандрайзинг, гранты, социальный заказ).

5.4 Источники и сроки окупаемости проекта.

5.5 Маркетинговые инструменты в социальном предпринимательстве.

Для модуля разработан фонд оценочных средств (кейсы, практические аналитические задания, рабочая тетрадь). Итоговая аттестация предусмотрена в виде защиты индивидуального проекта, в т.ч. представление проекта на «Молодёжном конкурсе бизнес-планов, направленных на развитие туристской деятельности Восточного Подмосковья».

2. Организация бесплатного обучения студентов на основе контента СКБ Контур.

3. Организация онлайн-трансляции Открытой дискуссии Ассоциации российских банков.

4. Реализация краудсорсинга. Участие студентов во Всероссийском открытом чемпионате по стратегии и управлению бизнесом.

5. Создание электронного финансового событийного календаря России.

**Задача 2. Формирование активной жизненной позиции, мягких компетенций, лидерских качеств и поддержка креативных идей и творческая самореализация участников проекта.**

#### **Мероприятия:**

1. Проведение акции «Лучший управленец: день в галстуке».

2. Тренинг «Командообразование как инновационный инструмент управления образовательной организацией».

3. Бизнес-театр (работа в формате edutainment - формате, который совмещает обучение с самоопределением отдельного человека и сплоченных групп с развлечением). Практикум, коучинг, режиссур, психологические и бизнес навыки и др. «Актёрское мастерство». Развитие личности молодого человека, в том числе развитие таких качеств как очарование и харизма, эмоциональная зрелость и хорошая память. Умение свободно общаться с людьми, как со сверстниками, так и с взрослыми людьми.

4. Включение участников в проект «Стратегический контент: «СБЕРБАНК & УНИВЕРСИТЕТ».

**Задача 3. Популяризация социального предпринимательства, формирование мягких и предпринимательских компетенций, значимых для стратегического развития экономики Московской области.**

#### **Мероприятия:**

1. Круглый стол «С.Т. Морозов: взгляд из прошлого в будущее».

2. Мастер-класс «Оценка экономической эффективности бизнес-плана».

3. Участие в работе школы руководителей при Областном центре дошкольного образования.

4. На примере г. Орехово-Зуево проведение мониторинга молодежного сегмента рынка труда, содержащего информацию о профессиональных намерениях и предпочтениях молодежи в сфере занятости.

5. Организация Harvest. Инновационная форма организации молодежной предпринимательской среды Московской области - взаимодействие предпринимателей для поиска стейкхолдеров.

«Молодежный проектный офис» вбирает в себя практику взаимодействия с потенциальными стейкхолдерами (Рисунок 1).

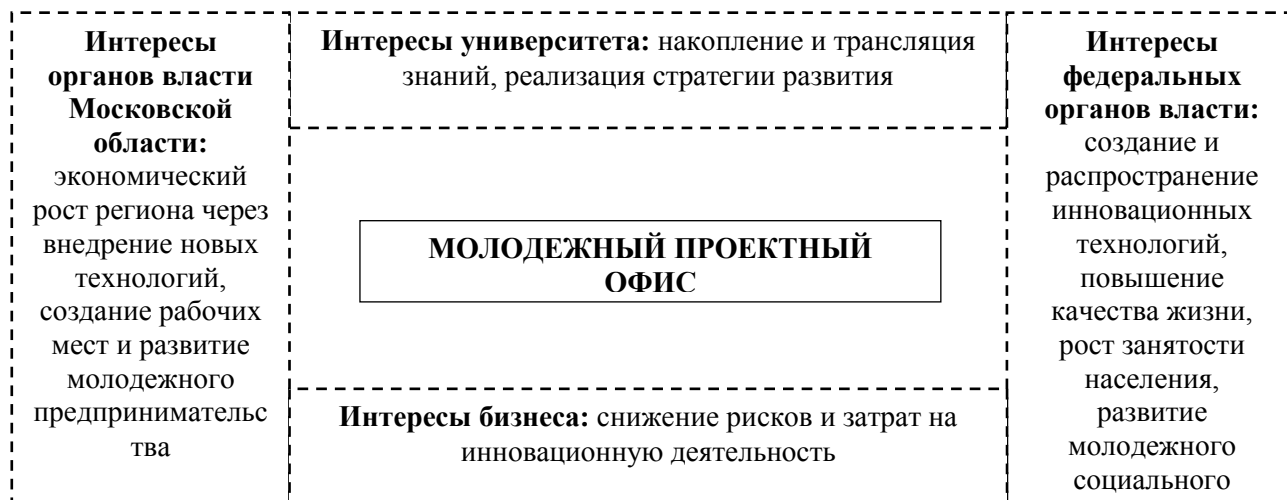


Рисунок 1. Интересы стейкхолдеров «Молодежного проектного офиса»  
[разработано автором]

Механизм реализации проекта и схема управления представлены на Рисунке 2.



Рисунок 2. Механизм реализации проекта и схема управления [разработано автором]

Проведем анализ сильных, слабых сторон, возможностей и угроз ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-технологический университет» (Таблица 1).

Таблица 1. SWOT-анализ ГГТУ [1]

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Высокая доля кандидатов наук (100%)</li><li>2. Высококвалифицированный и опытный профессорско-преподавательский состав (ППС)</li><li>3. Большой стаж работы ППС</li><li>4. Высокая культура поведения</li><li>5. Репутация преподавателей</li><li>6. Высокое лекторское мастерство</li><li>7. Наставничество</li><li>8. Благоприятный психологический климат</li><li>9. Демократический стиль управления</li><li>10. Система стимулирования ППС</li><li>11. Стабильный коллектив. Креативность ППС</li><li>12. Высокое методическое обеспечение образовательных программ</li><li>13. Разработанные учебные пособия</li><li>14. Смещение акцента на индивидуальную работу со студентом</li><li>15. Наличие кафедральной электронной библиотеки</li><li>16. Активное участие ППС в НИД</li><li>17. Опыт работы по грантам</li><li>18. Использование «облачных технологий»</li><li>19. Сотрудничество с Администрацией г. Орехово-Зуево, Ассоциацией Российских Банков, Российским философским обществом, ОНКО «Морозовский Клуб», Вольным экономическим обществом России, Сбербанком и др.</li><li>20. Опыт проведения тренингов, мастер-классов</li><li>21. Разработка проектов</li><li>22. Высокий уровень воспитательной работы на базе доверительных отношений со студентами и благоприятного психологического климата на факультете</li><li>23. Бесплатная лекционная просветительская работа, реализуемая ППС кафедры</li><li>24. Активная реализация проектов и грантов</li><li>25. Участие в ежегодной премии губернатора Московской области «Наше Подмосковье»</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Отсутствует система повышения квалификации и переподготовки ППС</li><li>2. Мало привлекаются ученые из ведущих ВУЗов для обмена опытом</li><li>3. Отсутствует обмен студентами на международном уровне</li><li>4. Разбалансированность возрастного состава ППС</li></ol>

<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
1. Межкультурное и профессиональное сотрудничество с ведущими ВУЗами 2. Привлечение ППС из за рубежа 3. Формирование кадрового потенциала из числа молодых, перспективных выпускников 4. Формирование международных связей	1. Снижение авторитета и доступности платного обучения (причины: рост цен, невысокий уровень технологической базы) 2. Высокая межвузовская конкуренция 3. Переход ППС в другие ВУЗы с более привлекательными условиями работы 4. Снижение спроса на обучение по направлениям подготовки кафедры

### Результаты и обсуждения

Внедрение структурного элемента «Молодежный проектный офис» в образовательной организации является ключевым условием качественной разработки и реализации проектов, что позволяет корректировать внутреннюю среду, внедрять принципы партисипативного управления, осуществлять инновации, встраивать этот процесс в стратегические концепции сферы образования и молодежной политики. Помимо разработки и реализации проектов для «Молодежного проектного офиса», важны и такие аспекты деятельности, как:

- возможность прохождения практики студентами;
- развитие идей студенческого предпринимательства;
- создание благоприятного климата для привлечения инвесторов, получение грантов в рамках научно-исследовательской работы и т. д.

### Выводы

Итак, на современном этапе формирование структуры синергии стратегического партнёрства в контексте инфраструктуры «Молодежного проектного офиса» образовательной организации вбирает в себя всю совокупность инструментов и технологий, существующих в инновационном стратегическом менеджменте, базируется не только на доминирующей компетенции университета, но и включает в этот процесс все заинтересованные стороны. На основе проведенного анализа, можем сделать вывод, что создание «Молодежного проектного офиса» на базе ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-технологический университет» необходимо для инновационного развития Восточного Подмосковья.

### Библиография

1. Каменских Н.А. «Проектный офис» образовательной организации Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: Материалы V международной научно-практической конференции. Орехово-Зуево 25 мая 2017 г. Научное издание. Орехово-Зуево, ГГТУ, 2017. с. 83-88.
2. Постановления Правительства РФ от 15.10.2016г. № 1050 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации». В: Собрание законодательства РФ. 24.10.2016, № 43, ст. 6028.



UDC: 658.8:339.13

## SELECTING A DISTRIBUTION CHANNEL FOR THE PRODUCTS ON THE EXTERNAL MARKET

### ВЫБОР КАНАЛА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

*PUGACHEVA Olga, PhD,  
Gomel State University named after Francisk Skorina, Republic of Belarus*

*ПУГАЧЕВА Ольга, кандидат экономических наук,  
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Гомель,  
Республика Беларусь*

**Annotation:** *The paper considers the approaches to selecting the subjects of the distribution network: a trading house, a dealer or a distributor, based on the comparison of costs across different distribution channels, the calculation of losses from working with uneconomic distribution channels and the choice of such intermediary for whom the costs of supporting its operation are the smallest for the enterprise.*

**Аннотация:** *В работе рассмотрены подходы к выбору субъектов товаропроводящей сети: торгового дома, дилера или дистрибьютора, основанные на сопоставлении затрат по различным каналам сбыта, расчете потерь от работы с неэкономичными каналами сбыта и выбора такого посредника, для которого расходы на поддержку его функционирования для предприятия наименьшие.*

**Keywords:** *commodity distribution network, commodity circulation system, distribution channel, trading house, dealer, distributor.*

**Ключевые слова:** *товаропроводящая сеть, система товародвижения, канал распределения, торговый дом, дилер, дистрибьютор.*

#### Введение

В условиях постоянно меняющейся внешней среды для успешной адаптации предприятиям необходимо ориентироваться на собственную сбытовую политику в зависимости от регионов сотрудничества, создавая эффективные системы поставки продукции.

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающим влиянием результатов деятельности субъектов товаропроводящей сети и их взаимодействия с предприятием на ключевые показатели эффективности функционирования предприятия в целом. Поэтому для обеспечения эффективной работы всего предприятия необходимо уделять должное внимание управлению товародвижения продукции от производителя к конечному потребителю. Организация и управление товаропроводящей сетью предприятия является одной из важнейших форм связи с потенциальными партнерами и потребителями, а также значимым звеном в маркетинговой политике предприятия.

Рассматриваемая проблематика актуальна для многих промышленных предприятий Республики Беларусь. С целью совершенствования организации и управления товаропроводящей сетью белорусских предприятий утверждена новая редакция Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, которая в результате разрешения ряда проблемных вопросов позволит повысить эффективность координации работы такой сети со стороны соответствующих органов государственного управления и МИД [1]. Совет Министров Республики Беларусь также утвердил Национальную программу поддержки и развития экспорта Беларуси на 2016-2020 годы и дорожную карту мероприятий по ее реализации. Дорожной картой мероприятий по реализации программы предусмотрено дальнейшее «развитие товаропроводящей сети на рынке ЕС» (п.84), а также «развитие и оптимизация товаропроводящей сети и сборочных производств на региональных рынках, включая организацию демонстрационных салонов, консигнационных складов, центров гарантийного, сервисного и послегарантийного обслуживания» (п.92) [2]. Создание и развитие собственных ТПС способствует закреплению белорусских предприятий-экспортеров на высоко насыщенных конкурентных рынках.

Целью исследования является установление предельного процента дилерского вознаграждения при организации товаропроводящей сети (ТПС) предприятия позволяющего выбрать наилучший канал распределения продукции предприятия на внешнем рынке.

В качестве объекта исследования рассматривается ТПС ОАО «Гомсельмаш», которое является основным поставщиком зерноуборочных и кормоуборочных комбайнов на рынке стран ЕАЭС. Основными потребителями продукции организации являются сельскохозяйственные предприятия Беларуси, России, Казахстана, Украины, Китая. Стратегическим направлением деятельности ОАО «Гомсельмаш» на внешних рынках является повышение конкурентоспособности и увеличение объемов экспортных поставок продукции.

С целью расширения рынков сбыта сельскохозяйственной техники ОАО «Гомсельмаш» постоянно проводит работу по созданию собственных субъектов ТПС с белорусскими инвестициями, расположенных за рубежом. Так, в 2005 году было создано совместное белорусско-российское общество «Брянксельмаш» (г. Брянск, Российская Федерация), в 2009 году – совместное белорусско-китайское общество «Харбин Дон Цзин Гомель общество сельскохозяйственного машиностроения» (провинция Хэйлуцзян, г. Харбин, Китай), в 2011 году – белорусско-казахстанское совместное сборочное производство зерноуборочных комбайнов на базе АО "Агромашхолдинг (г. Костанай, Казахстан), филиалы в Аргентине и Чехии.

За последние годы разработан модельный ряд сельскохозяйственных машин (комбайнов) с техническими характеристиками, которые учитывают специфические условия уборки в различных регионах, отвечают современным аграрным технологиям и сегодняшним требованиям потребителей. Именно поэтому многие регионы Российской Федерации, Украины, Казахстана использование техники «Палессе» неразрывно связывают с применяемыми технологиями эффективного сельскохозяйственного производства.

Стратегия продвижения продукции ОАО «Гомсельмаш» на период до 2020 года – диверсификация рынков сбыта, рост конкурентоспособности продукции, повышение качества продукции и наращивание ее экспортного потенциала.

Основной целью диверсификации рынков сбыта является расширение географии поставок продукции ОАО «Гомсельмаш», а также внедрение новой техники на традиционных рынках сбыта.

### Материалы и методы исследования

Исследованию различных аспектов организации и управления ТПС в Республике Беларусь посвящены многочисленные публикации. Так, в [3] рассматриваются правовые вопросы разрешения ряда проблемных аспектов, позволяющих, повысить эффективность координации работы ТПС белорусских организаций за рубежом. В [4] представлены тенденции и анализ мирового и российского рынков сельхозтехники и перспективы сотрудничества предприятий сельхозмашиностроения Республики Беларусь на этих рынках.

В книге [5] представлен обзор стратегий, стилей и приемов сбытовых переговоров при заключении договоров купли-продажи, поставки, возмездного оказания маркетинговых, информационных услуг, а также срочных контрактов. В ней приводятся методики обоснования маркетинговых позиций, фигурирующих в ходе торгов между поставщиком продукции и потенциальным покупателем, заказчиком, клиентом, в качестве которых могут выступать, в том числе, и посреднические структуры, различные каналы сбыта и системы цепей поставок.

В [6] описываются методы создания и менеджмента ТПС предприятия в виде прямых, дилерских, дистрибьюторских и других структур; рассматриваются технологии формирования собственных каналов сбыта и внедрения в действующие сбытовые системы; предлагаются методики оптимизации основных параметров ТПС и эффективные решения по организационной, рекламно-информационной и финансово-ценовой поддержке сбыта.

В [7] дается качественное и количественное обоснование сбыта через посредников.

Товаропроводящая сеть – совокупность юридических лиц и (или) обособленных подразделений производителя (филиалов, представительств), осуществляющих реализацию (сервисное обслуживание) товара производителя. Собственная товаропроводящая сеть предприятия может включать:

- собственные подразделения за рубежом с соответствующим персоналом;
- группу зависимых посредников;
- торговые дома;
- фирменные центры послепродажного обслуживания;
- совместные предприятия по сборке и др. [7].

Товаропроводящую сеть можно представить как структуру, с помощью которой предприятие продвигает и реализует свою продукцию за рубежом посредством объектов ТПС (торговых домов, торговых представительств, фирменных магазинов, сервисных центров, совместных предприятий, дистрибьюторов, официальных дилеров, консигнационных складов).

Наряду с этим понятием рассмотрим несколько определений различных объектов ТПС, которые будут рассматриваться в последующем для анализа и выбора наилучшего канала распределения продукции предприятия за рубежом. Во многом они отражают лишь поверхностную, техническую сторону дела.

Дистрибьютор – субъект товаропроводящей сети, приобретающий у производителя и реализующий его продукцию от имени производителя товара за свой счет в оговоренном регионе деятельности на условиях, определенных соответствующим соглашением между ними.

Дистрибьюторы являются также крупными оптовыми покупателями, имеют свои склады и транспорт. Однако чаще всего они не покупают товар в полную собственность. Они имеют различного рода скидки и льготные условия закупки от поставщика – товарный кредит, условия поставки товара на консигнацию, большую отсрочку платежа, право первой

отгрузки и т.п. Для получения всех вышеперечисленных льгот при закупке товара обязательным условием может быть невозможность приобретения и реализации для дистрибьютора аналогичной продукции у фирм-конкурентов основного поставщика. Чаще всего дистрибьюторы обслуживают определенные географические территории – регионы. В каждом конкретном случае возможности и обязанности дистрибьютора оговорены в специальных контрактах с производителем или поставщиком товара.

Дилер – субъект товаропроводящей сети, осуществляющий реализацию (сервисное обслуживание) товара производителя от своего имени за свой счет на условиях, определенных соответствующим соглашением между ними.

Дилеры в отличие от дистрибьюторов являются мелкими оптовыми покупателями, все остальные обязанности и права их схожи с дистрибьюторами. Чаще всего дилеры создаются дистрибьюторами для охвата других регионов и сегментов рынка и находятся в их непосредственном подчинении. При увеличении объемов реализации дилер может получить статус дистрибьютора, и наоборот.

Торговый дом – крупное торговое предприятие, занимающееся масштабными торговыми сделками по широкой номенклатуре товаров, использующее как собственный, так и привлеченный капитал. В международной практике торговый дом – это организационная форма ассоциации различного рода внешнеторговых, производственных, транспортных, складских, научно-исследовательских, информационных, а также банковских и страховых организаций. Участники торговых домов входят в их состав на добровольной основе и осуществляющих свою деятельность как у себя в стране, так и за рубежом. Торговый дом может выступать как в качестве элемента собственной товаропроводящей сети предприятия, так и независимого внешнеторгового посредника.

В настоящее время торговые дома становятся универсальным элементом товаропроводящих сетей белорусских экспортеров на основе делегирования торговым домам посреднических торговых функций. Как крупная закупочная организация, торговый дом способен приобретать продукцию большими партиями со значительной скидкой. Клиенты торговых домов могут воспользоваться самым широким спектром услуг: финансированием перевозки продукции, страхованием, сервисным обслуживанием и т.д. Торговые дома могут оказывать предприятиям-экспортерам также квалифицированные услуги по продвижению и позиционированию продукции в достаточно обширной зоне обслуживания. Это позволяет предприятиям-экспортерам сокращать издержки, предотвратить валютные потери и в итоге получать эффект от внешнеэкономической деятельности.

Торгово-посреднические фирмы на рынке сельскохозяйственной техники действуют в целях извлечения прибыли, получаемой:

- либо в виде специально перечисляемого вознаграждения за предоставляемые услуги по продвижению продукции на рынок;
- либо как разница между ценами закупки продукции у принципала и ценами, по которым эта продукция продается последующим посредникам и (или) конечным покупателям.

Если дилер работает как агент-поверенный, то применяется вторая форма вознаграждения, и в тексте договора необходимо указать момент, с которого у посредника наступает право на его приобретение. Это может быть и дата заключения сделки, и дата его подтверждения (если такое подтверждение предусматривалось соглашением), и дата перечисления на банковский счет принципала денежных сумм по сделкам, совершенным с третьими лицами. Периодичность вознаграждения также должна быть определена

договором. Проблема установления оптимального дилерского процента остается актуальной при оформлении отношений с посредником в любом виде – договор ли поставки либо договор купли-продажи.

Одним из важных вопросов при заключении дилерских соглашений является обсуждение и установление величины дилерского вознаграждения и суммы расходов на поддержку работы дилера в регионе. Эта сумма может включать в себя затраты на содержание дилерских центров, если их создание инициирует ОАО «Гомсельмаш», или, по крайней мере, расходы на рекламу и маркетинговые услуги в регионе.

Для ОАО «Гомсельмаш» данная постановка проблемы является актуальной, так как при работе на различных рынках и сотрудничестве с большим количеством различных субъектов товаропроводящей сети, важно выбрать тех из них, которые наиболее эффективно осуществляют реализацию продукции и являются экономически выгодными для предприятия с точки зрения затрат на их поддержку.

Для анализа и выбора, через какого посредника либо собственного участника товаропроводящей сети предприятию ОАО «Гомсельмаш» выгоднее работать, рассматривается рынок России. Своей стратегической целью ОАО «Гомсельмаш» определяет для рынка России удержание существующей доли на рынке. Для реализации данной цели предприятию необходимо оценить эффективность продаж товаров на рынке, оценить затраты и возможность работы через различные субъекты товаропроводящей сети. На данном рынке существуют собственные субъекты товаропроводящей сети ОАО «Гомсельмаш», что дает возможность оценить размеры постоянных расходов на содержание торгового дома и сравнить их с расходами для дилера и дистрибьютора. В качестве методики исследования используется подход к установлению предельного процента дилерского вознаграждения, рассмотренный в [5].

### Результаты и обсуждения

Предположим, что потенциальный дилер на российском рынке требует вознаграждения на уровне 14,5%. Это характерная ситуация, если дилер чувствует себя на рынке достаточно уверенно.

Что касается ОАО «Гомсельмаш», то, выступая в качестве изготовителя, максимальную выгоду он получит при установлении для дилера 5-6% скидки. Но маркетологи предприятия должны понимать: необходимо позиционировать себя установлением достаточно высокой и взаимовыгодной ставки дилерского вознаграждения, тем самым привлекая дилеров к сотрудничеству. Следует определить, до какой величины можно вести торги, чтобы дилер оставался выгоднее дистрибьютора или собственного торгового дома.

Процент дилерского вознаграждения (предельно допустимый для изготовителя) вычисляется по следующей формуле:

$$d_{\text{дц}} = \frac{C_{\text{пост.альт.}} - C_{\text{пост.дц}}}{V} + d_{\text{альт.}}, \quad (1)$$

где  $C_{\text{пост.альт.}}$  и  $d_{\text{альт.}}$  – соответственно сумма предполагаемых постоянных расходов и процент оптовой скидки по альтернативному каналу сбыта изготовителя (для торгового дома  $d_{\text{альт.}} = 0$ );

$C_{\text{пост.дц}}$  – сумма предполагаемых расходов на поддержку дилерского центра;

$V$  – объем продаж в регионе, который будет обслуживаться дилером.



Если в качестве альтернативных каналов сбыта рассматривать дистрибьютора и торговый дом, то за  $V$  можно принять «точку безразличия» между ними, поскольку при ставке дилерского вознаграждения 14,5% дилер оказывается невыгодным для предприятия ОАО «Гомсельмаш». Это доказывают данные, приведенные в таблице 1. Из таблицы видно, что потери от работы с неэкономичным каналом, в данном случае дилером, есть во всем диапазоне рассматриваемых объемах продаж. Поэтому, чтобы составить конкуренцию альтернативным каналам сбыта, дилеру следует согласиться на меньший процент вознаграждения.

«Точка безразличия» – размер объемов продаж, при котором затраты по двум или более каналам сбыта равны, и поэтому с экономической точки зрения безразлично, какой из них выбрать, поскольку экономический эффект для предприятия будет один и тот же. Устанавливается путем приравнивания формул, которые описывают соответствующих посредников, и решения полученного уравнения, где неизвестным является именно объем продаж.

Для расчета «точки безразличия» между двумя альтернативными каналами сбыта можно использовать выражение 2:

$$V = \frac{C_{\text{пост.1}} - C_{\text{пост.2}}}{d_2 - d_1}, \quad (2)$$

где  $C_{\text{пост.1}}$  и  $C_{\text{пост.2}}$  – постоянные затраты по 1-му и 2-му каналам сбыта соответственно;  $d_2$  и  $d_1$  – процент посреднического вознаграждения или оптовой скидки соответственно по 2-му и 1-му каналам сбыта изготовителя в десятичном виде.

В рассматриваемом случае необходимо установить «точку безразличия» между дистрибьютором и торговым домом. Для торгового дома  $d_2=0$ , а действующую в регионе торговую розничную наценку - она же оптовая скидка – примем равной 20%.

Для анализа постоянных расходов по торговому дому была проанализирована деятельность собственного предприятия ОАО «Гомсельмаш» на рынке России. В результате анализа издержек обращения и затрат на реализацию товаров и услуг, выяснилось, что постоянные расходы на поддержку функционирования данного торгового дома составляют 1002000 евро в год. Следовательно,  $C_{\text{пост.ТД}} = 1002000$  евро в год. Стоимость данного канала сбыта описывается для ОАО «Гомсельмаш» выражением  $C_{\text{ТД}} = C_{\text{пост.ТД}} = 1002000$  евро, так как торговый дом, независимо от объема продаж через него, требует постоянных расходов на его содержание.

По экспертной оценке экономистов и маркетологов отдела планирования, экономического анализа и конъюнктуры рынка ОАО «Гомсельмаш» постоянные расходы на поддержку дилера на рынке России (расходы по командировкам, содержание и аренда автотранспорта, представительские расходы, аренда помещений и инвентаря для продвижения продукции, расходы на рекламу и демонстрацию продукции, на проведение маркетинговых исследований рынка, финансирование клиента и т.д.) могут составить 488000 евро в год, а постоянные расходы для дистрибьютора (складские расходы, расходы на рекламу и демонстрацию товаров, расходы по предоставлению рекламных и подарочных материалов, фиксированные бонусы дистрибьютор и т.д.) составляют 220000 евро в год.

Стоимость дистрибьютора для ОАО «Гомсельмаш» будет описываться выражением, состоящим из двух составляющих: постоянной и переменной. Постоянная составляющая – затраты на поддержку дистрибьютора, равные в данном случае 220000 евро в год,



переменная составляющая – торговая скидка дистрибьютору, равная в нашем случае 20%. Следовательно, стоимость этой ветви системы товародвижения равна:

$$C_{ди} = 220000 + 0,2 * V, \quad (3)$$

где  $C_{пост.ди}=220000$  – постоянные расходы по данному каналу сбыта, евро;  
 $d_{ди}=0,2$  – процент вознаграждения (оптовой скидки) дистрибьютору;  
 $V$  – предполагаемый объем продаж комбайнов через дистрибьютора в регионе, евро.

Однако что касается дилера, то, кроме процента оптовой скидки, в качестве вознаграждения и мотивации этого типа посредника может применяться финансовое участие ОАО «Гомсельмаш» в его рыночной деятельности. В таких случаях маркетологи совместно с экономистами предприятия оценивают возможные суммы расходов на поддержку работы дилера в регионе. Данная мотивация положительно действует на потенциальных дилеров и выгодно позиционирует ОАО «Гомсельмаш» на рынке b2b.

Итак,  $C_{пост.дц}=488000$  евро в год. Возможно, что такую величину может выдвинуть в качестве встречного предложения и сам дилер, который лучше знает расценки на рекламу и маркетинговые услуги в данном регионе. Хотя, впоследствии она тоже может стать предметом обсуждения сторон: в первую очередь ведутся переговоры о величине дилерского процента. Этот показатель зависит от рыночной ситуации, традиций, сложившихся в данном секторе рынка, и альтернативных вариантов сбыта.

Стоимость работы дилера на рынке России для ОАО «Гомсельмаш» можно представить в виде выражения:

$$C_{дц} = 488000 + d_{дц} * V, \quad (4)$$

где  $C_{пост.дц}= 488000$  – постоянные расходы по данному каналу сбыта, евро;  
 $d_{дц}$  – принятый процент вознаграждения дилера;  
 $V$  – предполагаемый объем продаж через дилера в регионе, евро.

«Точка безразличия» между дистрибьютором и торговым домом согласно формуле 2 составит:

$$V_{ди/тд} = \frac{220000 - 1002000}{0 - 0,2} = 3910000 \text{ евро.}$$

Для анализа выбрана экспортная модель зерноуборочного комбайна КЗС-1218 «Палессе GS12», которая реализовывалась ООО ТД "Гомсельмаш-Сибирь" по цене 55820 евро за единицу в 2017 году.

При цене 55820 евро за единицу товара годовая поставка составит 70 комбайнов. Величину полученной «точки безразличия» в 3910000 евро можно включать в текст договора с дилером, в качестве наименьшего объема сделки. В таблице 1 приведены плановые объемы продаж с шагом 5 комбайнов, которые не составляют точную прогнозную оценку реализации, а показывают возможные объемы продаж на рассматриваемом рынке эмпирически. Чем меньше выбранный шаг для объемов продаж, тем более точны диапазоны предпочтения того или иного канала сбыта.

При этом для каждого уровня объемов продаж в таблице рассчитаны затраты по всем каналам сбыта согласно выражениям 3 и 4, описывающим стоимость того или иного канала распределения, и потери от работы с неэкономичными каналами сбыта.

Стоимость работы через дилера для ОАО «Гомсельмаш» будет описываться в данном случае выражением:

$$C_{дц} = 488\,000 + 0,145 * V$$

Таблица 1. Сравнительная оценка затрат по сбыту и потерь от работы с неэкономичными каналами (дилерское вознаграждение 14,5%, скидка дистрибьютору 20%)  
[разработано автором]

Плановые объемы продаж в год, евро		Затраты по каналу сбыта, евро в год			Потери от работы с неэкономичными каналами сбыта, евро в год		
ед.	евро	ТД	ДЦ	ДИ	ТД	ДЦ	ДИ
50	2791000	1002000	892695	778200	223800	-	-
55	3070100	1002000	933165	834020	167980	-	-
60	3349200	1002000	973634	889840	112160	-	-
65	3628300	1002000	1014104	945660	56340	12104	-
70	3907400	1002000	1054573	1001480	520	52573	-
75	4186500	1002000	1095043	1057300	-	93043	55300
80	4465600	1002000	1135512	1113120	-	133512	111120

Так, для объема продаж 50 комбайнов или 2791000 евро в денежном выражении, стоимость дилера будет равна:

$$C_{дц} = 488000 + 0,145 * 2791000 = 892695 \text{ евро}$$

Стоимость работы через дистрибьютора для предприятия описывается выражением (3) и составит при реализации 40 комбайнов или 3 267 500 евро в денежном выражении:

$$C_{ди} = 220000 + 0,2 * 2791000 = 778200 \text{ евро}$$

Затраты на содержание торгового дома во всем диапазоне рассматриваемых продаж остаются неизменными, так как они не зависят от объемов реализации продукции.

Потери от работы с неэкономичными каналами сбыта составляют разницу между затратами по рассматриваемому каналу распределения и затратами по каналу, которые являются наименьшими при данном уровне продаж. Так, например, при плановых объемах продаж 70 комбайнов, дилер оказываются не предпочтительным каналом сбыта, так как затраты по ним наибольшие среди субъектов ТПС. Тогда потери от работы с торговым домом в данном случае составят 520 евро.

Следует отметить, что величина «точки безразличия» показывает область действия формулы расчета предельного дилерского процента и критической суммы расходов на поддержку дилера. Если прогноз по возможным объемам реализации менее оптимистичен и в договоре поставки будет указан меньший объем сделки, то маркетологи ОАО «Гомсельмаш» должны пользоваться вариантом этих формул, модифицированными для дистрибьютора. Если же прогноз более оптимистичен и дилер согласится на увеличение объема поставок - пользоваться вариантом формулы для торгового дома. Если же попадаем

точно в «точку безразличия», то на самом деле безразлично, по какому варианту формулы считать, результат будет одинаковый.

В рассматриваемом случае предельно допустимая для ОАО «Гомсельмаш» величина дилерского вознаграждения при постоянных затратах по дилерскому центру  $C_{\text{пост.ДЦ}} = 488\,000$  евро согласно формуле 1 будет рассчитываться следующим образом:

$$d_{\text{пред.ДЦ}} = \frac{C_{\text{пост.альт.}} - C_{\text{пост.ДЦ}}}{V_{\text{без}}} + d_{\text{альт.}}$$

Модифицируем эту формулу, рассматривая в качестве альтернативного канала сбыта дистрибьютора с постоянными затратами  $C_{\text{пост.ДИ}} = 220\,000$  евро в год и 20%-ной скидкой получим:

$$d_{\text{ДЦ}} = \frac{C_{\text{пост.ДИ}} - C_{\text{пост.ДЦ}}}{V_{\text{без}}} + d_{\text{ДИ}} = \frac{220000 - 488000}{3910000} + 0,2 = 0,1315$$

Скидка 13,15% – это верхний предел торгов с дилером, выше которого подниматься предприятию ОАО «Гомсельмаш» экономически нецелесообразно. Для полученного процента дилерского вознаграждения рассчитаем новую конкурентоспособность каналов сбыта (таблица 2).

Таблица 2. Сравнительная оценка затрат по сбыту и потерь от работы с неэкономичными каналами (дилерское вознаграждение 13,15%, скидка дистрибьютору 20%)  
[разработано автором]

Плановые объемы продаж в год, евро		Затраты по каналу сбыта, евро в год			Потери от работы с неэкономичными каналами сбыта, евро в год		
ед.	евро	ТД	ДЦ	ДИ	ТД	ДЦ	ДИ
1	2	3	4	5	6	7	8
50	2791000	1002000	855017	778200	223800	76817	-
55	3070100	1002000	891718	834020	167980	57698	-
60	3349200	1002000	928420	889840	112160	38580	-
65	3628300	1002000	965121	945660	56340	19461	-
70	3907400	1002000	1001823	1001480	520	343	-
75	4186500	1002000	1038525	1057300	-	-18775	55300
80	4465600	1002000	1075226	1113120	-	-37894	111120

Из данных таблицы видно, что в данном случае работа с дилером является по-прежнему экономически нецелесообразной, однако потери от работы с дилером значительно снизились и при объеме реализации 125 комбайнов составляют 44038 евро, что в 2 раза меньше, чем в предыдущем варианте.

Следовательно, при объеме поставок более 70 комбайнов и дилерском вознаграждении 13,15%, дилер является эффективным каналом распределения. Задачей является поиск оптимального значения дилерского вознаграждения, при котором работа с дилером будет выгодна для ОАО «Гомсельмаш».

Однако необходимо рассмотреть случаи увеличения возможных объемов реализации на рынке России. В этом случае прогноз будет более оптимистичен, и, предположим, может составить 75 комбайнов или 4186500 евро. Модифицируем формулу 1 для торгового дома и получаем значительно меньший верхний предел торгов с дилером, равный 12,2%:

$$d_{\text{предел.ДЦ2}} = \frac{1002000 - 488000}{4186500} + 0 = 0,122$$

Это означает, что при такой ситуации на рынке ОАО «Гомсельмаш» выгодно работать через существующий торговый дом, и только если дилер согласится на величину своего вознаграждения до 12,2%, тогда имеет смысл реализовывать комбайны через дилера. При этом будет существовать значительный диапазон дилерского предпочтения, когда дилер окажется наиболее экономичным каналом сбыта и затраты на его поддержку для ОАО «Гомсельмаш» будут наименьшими в данном диапазоне. Затраты и потери по сбыту для данной ситуации представлены в таблице 3.

Таблица 3. Сравнительная оценка затрат по сбыту и потерь от работы с неэкономичными каналами (дилерское вознаграждение 12,2%, скидка дистрибьютору 20%)  
[разработано автором]

Плановые объемы продаж в год, евро		Затраты по каналу сбыта, евро в год			Потери от работы с неэкономичными каналами сбыта, евро в год		
ед.	евро	ТД	ДЦ	ДИ	ТД	ДЦ	ДИ
1	2	3	4	5	6	7	8
50	2791000	1002000	828502	778200	223800	50302	-
55	3070100	1002000	862552	834020	167980	28532	-
60	3349200	1002000	896602	889840	112160	6762	-
65	3628300	1002000	930653	945660	56340	-15007	-
70	3907400	1002000	964703	1001480	520	-36777	-
75	4186500	1002000	998753	1057300	-	-58547	55300
80	4465600	1002000	1032803	1113120	-	-80317	111120

В данном случае дилер становится самым эффективным каналом распределения, опережая торговый дом и дистрибьюторов, при объемах реализации от 3435897 до 4213114 евро.

$$V_1 = \frac{220000 - 488000}{0,122 - 0,2} = 3435897 \text{ евро};$$

$$V_2 = \frac{1002000 - 488000}{0,122 - 0} = 4213114 \text{ евро}.$$

Данные значения дилерского предпочтения получаются путем расчета «точек безразличия» между двумя альтернативными каналами сбыта согласно формуле 1 поочередно с дистрибьютором и торговым домом.

Таким образом, при объеме продаж 70 комбайнов через торговый дом ОАО «Гомсельмаш» понесет убыток, в размере 36257 евро. В результате расчетов, в вопросе о выборе более эффективного канала сбыта следует отдать предпочтение дилеру.

### Выводы

Таким образом, рассмотрены подходы к выбору субъектов товаропроводящей сети: торгового дома, дилера или дистрибьютора, основанные на сопоставлении затрат по различным каналам сбыта, расчете потерь от работы с неэкономичными каналами сбыта и выбора такого посредника, для которого расходы на поддержку его функционирования для предприятия наименьшие. Используемая методика также позволяет определить диапазон приоритета посредника, в данном случае дилера, в котором тот остается наиболее выгодным каналом сбыта для предприятия, несмотря на высокое заявленное дилерское вознаграждение. Такой методический подход позволяет стимулировать субъекты товаропроводящей сети, поскольку производитель может согласиться на высокое дилерское вознаграждение, повышая заинтересованность посредника и не неся при этом дополнительных затрат на сбыт продукции через данного посредника. Это возможно в результате незначительного снижения величины постоянных расходов на поддержку субъекта товаропроводящей сети и расчета соответствующего диапазона продаж, в котором посредник остается выгодным каналом сбыта.

Следуя предложенной стратегии выбора и используя указанную методику оценки потенциальных субъектов товаропроводящей сети, можно снизить риски сбытовой деятельности и повысить эффективность создаваемой системы цепей поставок.

### Библиография

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26.12.2017 № 1000 «О внесении изменений в постановление от 24 февраля 2012 г. № 183 «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь» // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь.
2. Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016-2020 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 1 августа 2016 г., № 604 // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь.
3. Линиченко, И. 1 000 мелочей о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом // Валютное регулирование и ВЭД. №4.- 2018. – с.12-14.
4. Луцевич А., Казаков П. Перспективы развития товаропроводящих сетей «МТЗ-Холдинг» на российском рынке // Наука и инновации. № 9. - 2017. - с. 50-53.
5. Глубокий, С. В. Сбытовые переговоры: стратегии, приемы, методики обоснования предмета торгов менеджменту / Сергей Глубокий. – Минск: Изд-во Гревцова, - 2007. - 304 с.
6. Глубокий, С. В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / Сергей Глубокий. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. - 376 с.
7. Глубокий, С. Качественное и количественное обоснование сбыта через посредников, или в борьбе против досадных стереотипов.// Маркетинг, реклама и сбыт. №1. – 2010. – с.63-76.

Pugacheva Olga, PhD, Gomel State University named after Francisk Skorina, Republic of Belarus, Associate Professor of the Department of Economic Informatics, Accounting and Commerce. [OPugacheva@gsu.by](mailto:OPugacheva@gsu.by), [posey9on@mail.ru](mailto:posey9on@mail.ru)

UDC: 37.07

**DRUZE COMMUNITY IN ISRAEL - ECONOMIC AND EDUCATIONAL  
DEVELOPMENT BETWEEN PAST AND PRESENT**

**COMUNITATEA DRUZE ÎN ISRAEL - DEZVOLTARE ECONOMICĂ ȘI  
EDUCAȚIONALĂ ÎNTRE TRECUT ȘI PREZENT**

*SIROTA Julia, PhD,  
Ort Braude College, Israel  
ZEADI Hanni, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*SIROTA Julia, PhD,  
Ort Braude College, Israel  
ZEADI Hanni, Manager, doctorand,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

***Annotation:** Israel is considered a strong economically developed country in the Middle East. This article is dedicated to the examination the economics and especially educational changes that took place in the Druze minority of Israel, considered a traditional and patriarchal society. The sociological study revealed that more Druze today are interested in higher education and the society helps both men and women, the inequality between the genders is decreasing.*

***Adnotare:** Israelul este considerat o țară puternic dezvoltată din punct de vedere economic în Orientul Mijlociu. Acest articol este dedicat examinării schimbărilor economice și mai ales educaționale care au avut loc în minoritatea Druze a Israelului, considerată o societate tradițională și patriarhală. Studiul sociologic a arătat că mai multe reprezentanți Druze astăzi sunt interesate de învățământul superior, iar societatea ajută atât bărbații, cât și femeile, inegalitatea dintre sexe scade.*

***Keywords:** Druze sector, higher education, army service*

***Cuvinte-cheie:** sectorul druzelor, învățământul superior, serviciul military.*

### **Introduction**

Israel since its establishment in 1948 had witnessed economic growth despite some periods the country had went through economical crisis, which might be due to the world economic and security situation, which had become a tide process. In additional to other reasons that is connected to industrial and technological development. However, it is vital to argue that Israel is considered one among countries of strong economy in the Middle East [4].

The Druze sector consists of 130 thousand citizens of Israel, which means 7% of the total Arab population in Israel and about 1.8% of the total citizens of the country. In 2003 the percentage of Druze students had reached 41% compare to the Jewish sector which reached 51% [3; 4].

For centuries, Druze were traditional society lining from agriculture. Most of its population were peasants and quite poor, there were some rich leaders. The women were not supposed to study or work, they were mostly home keepers. The state of Israel was established in 1948, and since the month of May in 1956 the Druze young men joined the Israeli army as compulsory service. A huge



number of men still take part in army service and had reached very important positions in the system. Because of the army service, the Druze had many more jobs and could make a better living than they did before. Especially in the nineties of the 20th century, many lived on military salary. The percentage of the Druze serving in the military had decreased for different reasons that included Jewish newcomers from outside Israel and other reasons. When the Druze community saw that the country secure the members of the community and provide them with respect strengthen the relationship between the community and the country and between the two civilizations - the Jewish and the Druze [2; 5]. When integration and cooperation was taking place between the two civilizations, this opened the doors for Druze men to open different fields like factories, or in the government institutions like social security ,banks, and transportation which led them to receive high positions within these institutions [4; 5].

In addition, people within the community became more educated, they started working in the education department, and engineering factories, law firms other fields, on the other hand the agriculture and herd raising started slowly decreasing.

### **Materials and methods of research**

The main research methods for writing the article were: a correlation approach, namely, obtaining data on independent and dependent variables, analysis of scientific and information materials in print and electronic media on the topic of the study.

### **Results and considerations**

We should not forget that in the beginnings of the 80s of the 20-th century, in most Druze villages clothes factories were opened, Like Delta clothes factory that opened in Beit Jan and Horfeish and Sharlina factory in Yanoh. In most of these factories the workers were Druze females, thus the unemployment rate for Druze girls decreased and increased the living status. Since the Druze community considered a conservative one , so, having the factories inside the villages had encouraged girls to go to work. However, in the beginning of the 21<sup>st</sup> century many of these factories were shut down because the investors started moving it to Jordan and Egypt because of low salary for workers, and low taxes. But the Druze women because of modernism started going outside the country to work and study, therefore, one can see the increase of educated Druze women which included lawyers, teachers, engineers and other fields. This of course was happening side by side with men, which added knowledge and higher living status. Another increase within the community was huge-sized stores that brought additional work places for men and women in the community [1; 2; 3].

There is no doubt that the economic level increased in the last three centuries and the unemployment rate had decreased. If we take for example the town of Yarka which is considered one of the pioneer places not only on the community level, but on the state level. A huge industrial factory was opened in Yarka and absorbed workers from villages around like Yanoh, Jolis, Gath and other Druze villages, in addition to women that are not considered Druze, Jewish and Arabs from other villages [5].

**The authors hypothesized** that the level of high education in the Druze sector is still quite low, but the motivation to get a higher education is high, especially in younger and non-religious part of the society. Also, it was assumed that women are less supported by their parents when they plan studying than men, since the society still encourages women to be more involved with the family.

The authors of this paper asked a sample of 108 Druze citizens of Israel to describe their education, their motivation to get a higher education and the canals helping them in the process. There are 31% males, the rest are females. 99% of the subjects were born in Israel. The age range is wide, between 18 to 60, average age is 32. 49% state that there was a change in their education status, 46% report change in social status, 47% live with parents, 14.4% see themselves as religious, 29% state there was a change in the religion, 14.4% a single family. Figure 1 presents the age frequency of the sample: most of the respondents are younger than 20, the rest are equally distributed.

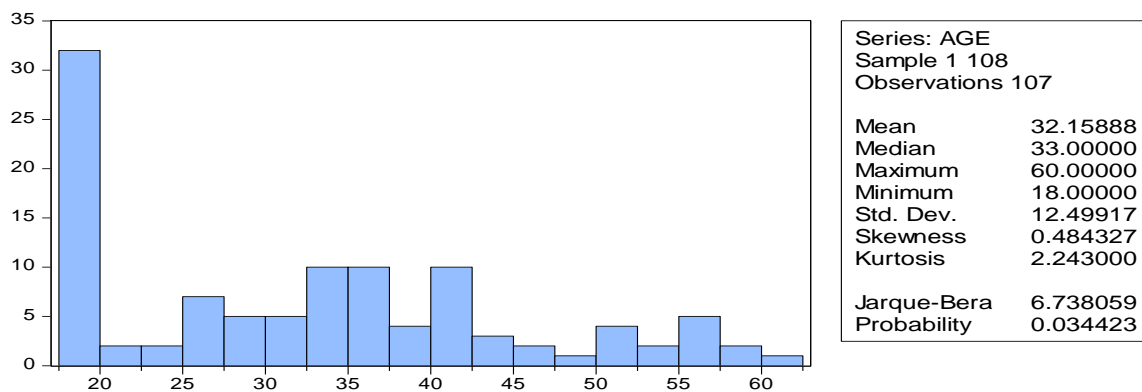


Figure 1. Frequency chart of age [elaborated by the author]

Figure 2 presents the answer to the question: “Does learning matter?” It is not surprising that most of the respondents strongly agree, which makes sense since most of them are very young, and this is exactly what the authors hypothesized.

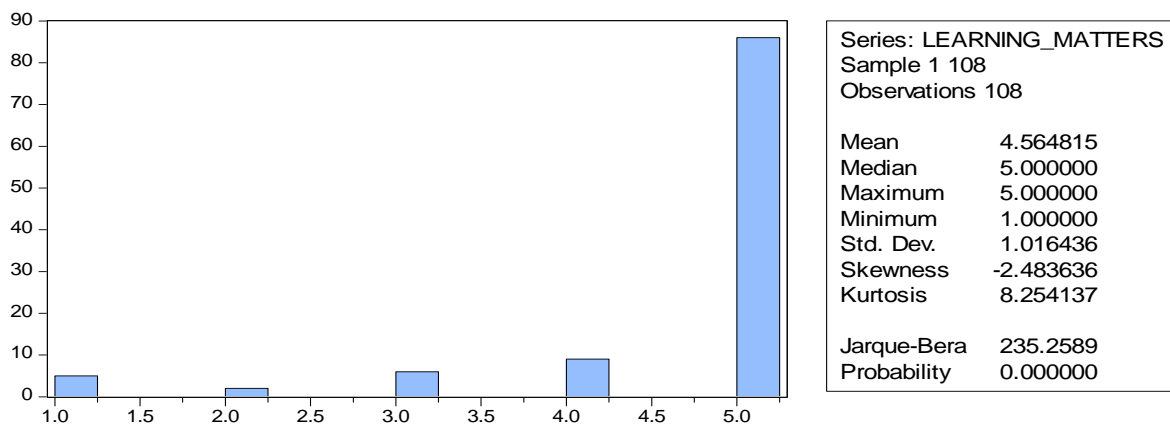


Figure 2. Frequency of answer to question: does learning matter?\* [elaborated by the author]

\*From 1 – strongly disagree to 5- strongly agree

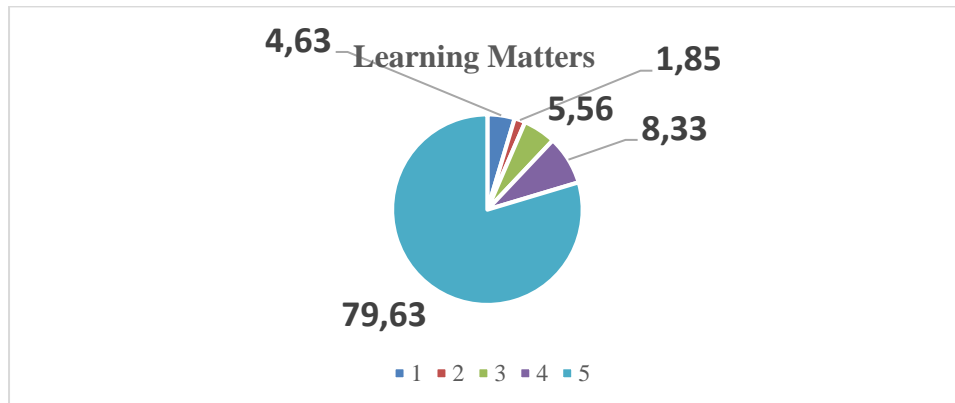


Figure 3. The pie chart describes the distribution of the respondents in answering the question: Does learning matter?\*[elaborated by the author]

\*1- not at all, 5 – matters very highly

79.6% percent of the respondents highly agree that it is important to study, as presented in figure 3. The areas of the different colors are proportional to the proportion of respondents who gave the answers of the according color. The absolute majority of the respondents report that learning matters. What about the education?

Education pie chart (Figure 4) presents the proportion of education: The biggest proportion- first degree (38.8%), about the same – matriculation and second degree (17.59% each), 25% -only graduated high school, 0.93% have a higher education. We can witness that the situation in reality is quite different from the wanted one, but it could be because most of the respondents are very young and have a change to get a higher education in the future.

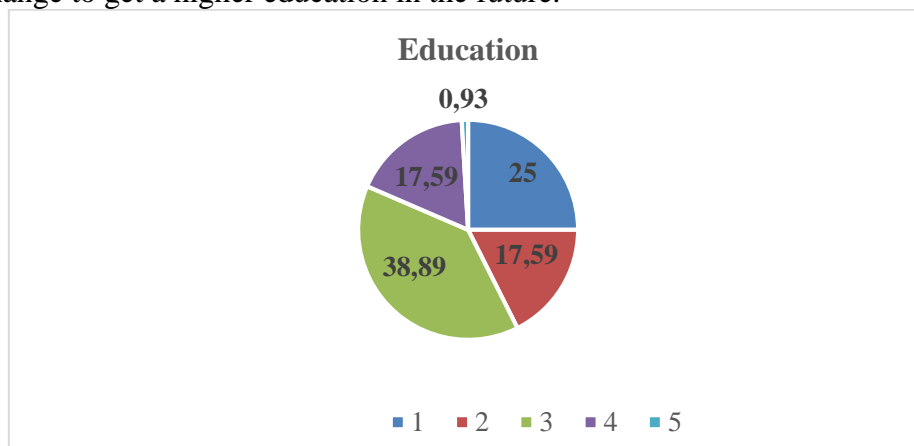


Figure 4. Pie chart for education level\*[elaborated by the author]

\*1- high school, 2- matriculation diploma, 3- first degree, 4- second degree, 5- higher education. The areas of the different colors are proportional to the proportion of respondents who gave the answers of the according color

Are there gender differences in educations? T-test for equality of means of education between the genders does not validate this hypothesis- the education of women is not lower nor

higher than the one of men. Also, no significant differences were revealed between religious and unreligious respondents- both groups are educated in the same level on average.

There is a positive significant correlation of 0.776 ( $p\_value=0$ ) between the education and the age variable: the older the respondent, the higher is the education.

So, the hypotheses of inequality of genders and different attitudes by different religious groups were not validated. In this sample, the women are educated in the same manner as men, and religion does not seem to influence the education level.

The following box-plots (Figure 5) describe the level of helping by Amuta (non-profitable organization) for the genders and ages.

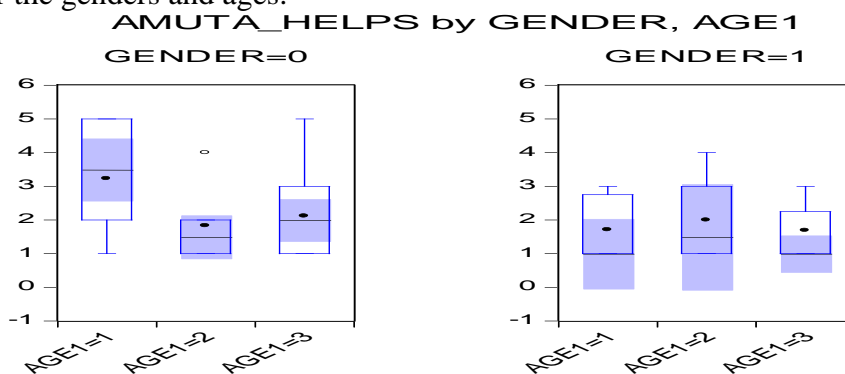


Figure 5. Box-plot of amuta helping to get education, by gender and age group\* [elaborated by the author]

\* gender=1 for males, gender=0 for females, age1 is a young group (before 21), age 2- ages of 21 till 29, age 3 is the oldest group of 30 and more.

In the female sample, the mostly helped is the youngest group (before the age of 21), whereas in the male sample the more helped is the second group (ages of 21-29).

The following box-plots (Figure 6) describe the level of helping by Army for the genders and ages.

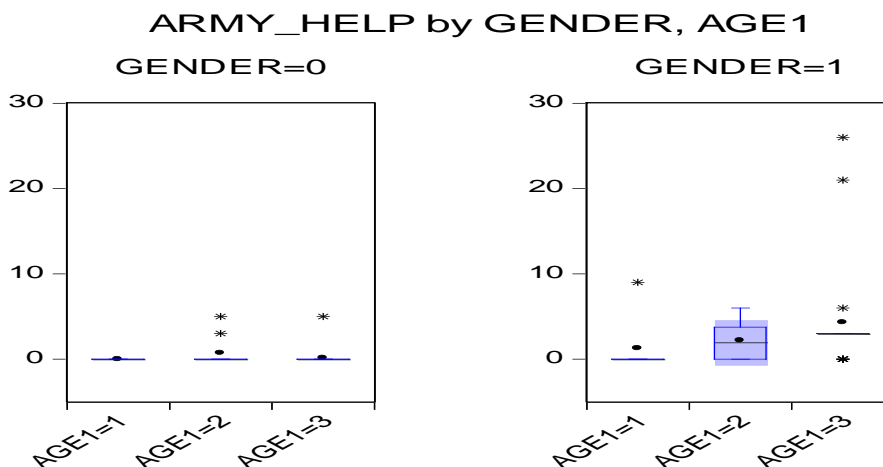


Figure 6: box-plot of army helping to get education, by gender and age group\* [elaborated by the author]

\* gender=1 for males, gender=0 for females, age1 is a young group (before 21), age 2- ages of 21 till 29, age 3 is the oldest group of 30 and more.

Army helps mostly to males in the oldest group of age (from 30 to 60), which is reasonable since Druze women do not serve in the Army (unlike Jewish women, who are equal to the men in the issue of the army service).

The following box plots (Figure 7) demonstrate how the economic situation can prevent a respondent's studying. As could be concluded from the answer, it could be a powerful reason for the females in the ages of 21-29, and males aged from 18 to 29. The older respondent do not think that economic situation prevents from studying.

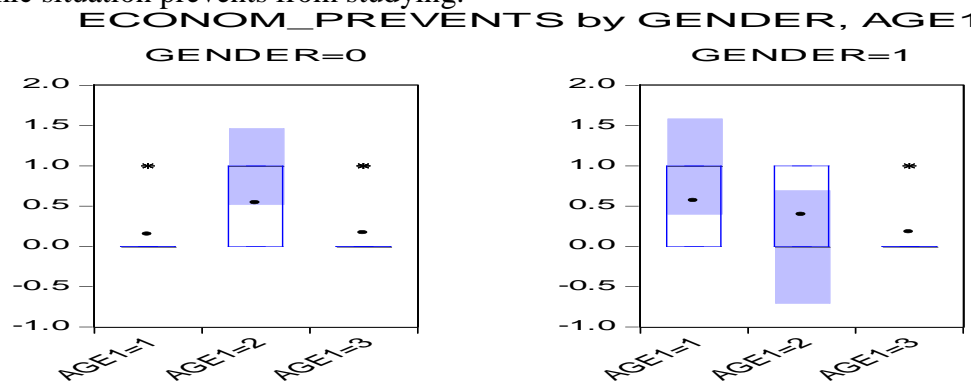


Figure 7. Box-plot of economic situation as a factor preventing getting education, by gender and age group\* [elaborated by the author]

\* gender=1 for males, gender=0 for females, age1 is a young group (before 21), age 2- ages of 21 till 29, age 3 is the oldest group of 30 and more.

The following box-plots (Figure 8) show that friends help more for young people, but their influence reduces for older people.

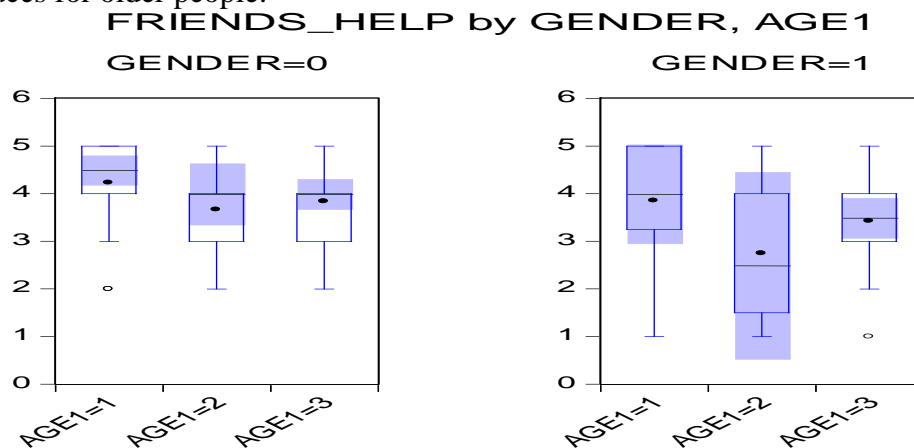


Figure 8. Box-plot of friends as a factor helping to get education, by gender and age group\* [elaborated by the author]

\* gender=1 for males, gender=0 for females, age1 is a young group (before 21), age 2- ages of 21 till 29, age 3 is the oldest group of 30 and more.

The following box-plots (Figure 9) show that the funds help more females, especially younger ones, but not help males so much:

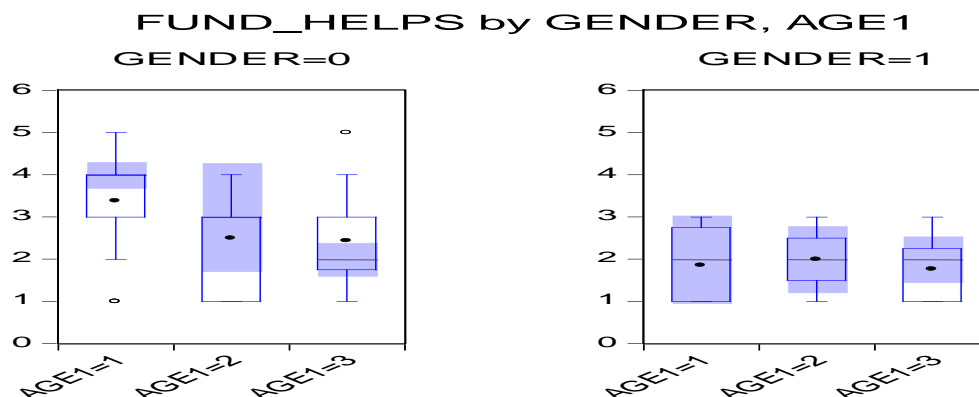


Figure 9. Box-plot of funds as a factor helping to get education, by gender and age group  
 [elaborated by the author]

\* gender=1 for males, gender=0 for females, age1 is a young group (before 21), age 2- ages of 21 till 29, age 3 is the oldest group of 30 and more.

The following box-plots (figure 10) show that parents help in getting education for both young females and males, but in older ages males get less help from parents.

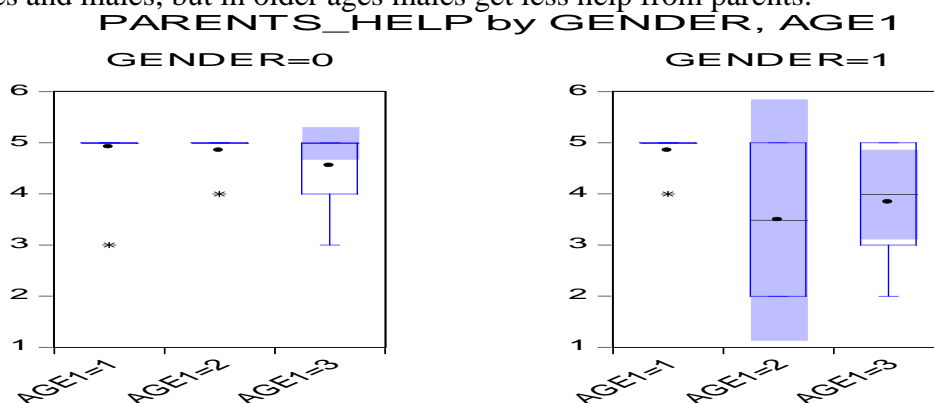


Figure 10. Box-plot of parent as a factor helping to get education, by gender and age group\*  
 [elaborated by the author]

\* gender=1 for males, gender=0 for females, age1 is a young group (before 21), age 2- ages of 21 till 29, age 3 is the oldest group of 30 and more.

### Conclusions

The hypothesis of the society that tends to discriminate women is then not validated: there are funds who finance, friends and parents who support women no less than men. Only the army supports older men, presumably those who have been working for the army.

Most of the respondents do not agree that the religion prevents them from studying.

To conclude, the research examined the assumption about the tradition views in Druze society: the men are more encouraged to study and work, the religious sector does not tent to get a formal education. A sample of mostly young Druze citizens of Israel, which was conducted, did not validate most of the hypothesis: most of the young people do think education is very important, and try hard to get education. Sometimes, an economic situation prevents them from studying. But there



are funds helping young people, especially women, there are also friend who support the will to study (also among young people), and parents who support men and women at the same level.

#### **Bibliography**

1. Wiener - Levy. Higher Education as a Meeting with the knowledge, society and culture. Changes the identity of the Druze women pioneers in acquiring higher education. In: Social issues in Israel - issues of a magazine, Issue 1 Tevet, 2005, p.5-30.
2. Wiener - Levy. To be 'The First: aspects of foreign and marginal Druze women who applied for higher education. In: Encounter, a journal educational work - social, issue 22 Dec., 2005, p. 144-117.
3. Wiener - Levy . Actions of modern Druze teachers first - to promote education, and changing gender roles of Tlmidothn, Research Report submitted to the Institute funded edited masterpiece.2006.
4. Гилады Д. Становление финансово-экономической системы. В: Общество, экономика и культура Израиля. Первое десятилетие. Израиль: Открытый университет Израиля, 2003, Т. 3, с. 10-12.

UDC: 657.63

## IMPACT OF THE AUDIT OF THE SUBSEQUENT EVENTS ON THE FINANCIAL STATEMENTS

### IMPACTUL AUDITULUI EVENIMENTELOR ULTERIOARE ASUPRA SITUAȚIILOR FINANCIARE

*SEVCIUC Tatiana, PhD,  
State Agrarian University of Moldova, Chisinau*

*ȘEVCIUC Tatiana, doctor în științe economice,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *The purpose of this research is to examine the impact of events on the financial statements of the audited entities. In this context, focusing on the assumptions specified in the International Standards on Auditing, we will highlight the effects of the subsequent events on the audit report. The research results have indicated that the subsequent events can significantly influence both the financial statements and the audit report. In other words, the auditor should perform audit procedures designed to obtain sufficient and appropriate audit evidence showing that all the events occurring between the date of the financial statements and the date of the auditor's report have been identified, the evidence should also involve the adjustment of the financial statements or a presentation in the financial statements.*

**Adnotare:** *Scopul acestei cercetări este de a examina impactul evenimentelor asupra situațiilor financiare a entităților auditate. În această ordine de idei, axându-ne pe ipotezele specificate în Standardele Internaționale de Audit, vom scoate în relief efectele evenimentelor ulterioare și asupra raportului de audit. Rezultatele cercetării au indicat faptul ca evenimentele ulterioare pot influența în mod semnificativ atât situațiile financiare cât și raportul de audit. Cu alte cuvinte, auditorul trebuie să efectueze proceduri de audit, concepute pentru a obține probe de audit suficiente și adecvate, cu privire la faptul că au fost identificate toate evenimentele care au loc între data situațiilor financiare și data raportului auditorului și care implică ajustarea situațiilor financiare sau o prezentare în acestea.*

**Keywords:** *subsequent events, financial statements, balance sheet date, audit report.*

**Cuvinte-cheie:** *evenimente ulterioare, situații financiare, data bilanțului, raport de audit.*

#### Introducere

Prezenta lucrare își propun să prezinte care sunt riscurile ce se întâlnesc într-o misiune de audit în condițiile în care evenimentele ulterioare nu vor fi luate în considerație sau vor fi omise. Problemele asupra cărora se oprește autorul se referă la impactul evenimentele ulterioare care apar în perioada de la sfârșitul exercițiului financiar auditat și până la data emiterii raportului de audit și desigur după data emiterii raportului de audit și până la data emiterii situațiilor financiare, fără a exclude evenimentele care apar după data emiterii situațiilor financiare.

### Material și metodă

Realizarea articolului are la bază o cercetare descriptivă, calitativă, prin apelarea la un proces interpretativ al subiectului supus atenției. Lucrarea ține cont de viziunea literaturii de specialitate privind accepțiunile atribuite impactului evenimentelor ulterioare asupra situațiilor financiare, a căror interconținere se dorește a fi scoasă în relief. Metodele de investigare utilizate: studiul monografic, analiza, sinteza, generalizarea, concretizarea etc.

### Rezultate și discuții

Auditorul trebuie să ia în considerare efectul evenimentelor ulterioare asupra situațiilor financiare, precum și asupra raportului auditorului.

Termenul de „*evenimente ulterioare*” este utilizat pentru referire la evenimentele care apar între data situațiilor financiare (dată de raportare; 31 decembrie) și data raportului auditorului (data la care auditorul datează raportul cu privire la situațiile financiare), și faptele de care auditorul ia cunoștință după data raportului auditorului [5, p. 553].

**I.A.S. 10 „Evenimente ulterioare datei bilanțului”** se referă la acele evenimente favorabile, cât și nefavorabile care au loc între data situațiilor financiare și data la care acestea sunt autorizate pentru emiteră. Pot fi identificate două tipuri de astfel de evenimente:

1. Acele care furnizează dovada condițiilor care au existat la sfârșitul perioadei de raportare (evenimente care conduc la ajustarea situațiilor financiare după perioada de raportare).
2. Acele evenimente care indică condițiile care au apărut după perioada de raportare (evenimente care nu conduc la ajustarea situațiilor financiare după perioada de raportare) [6, p. 214].

Răspunderea auditorului în ceea ce privește verificarea evenimentelor ulterioare se limitează la perioada care începe cu data situațiilor financiare și se încheie cu data raportului auditorului.

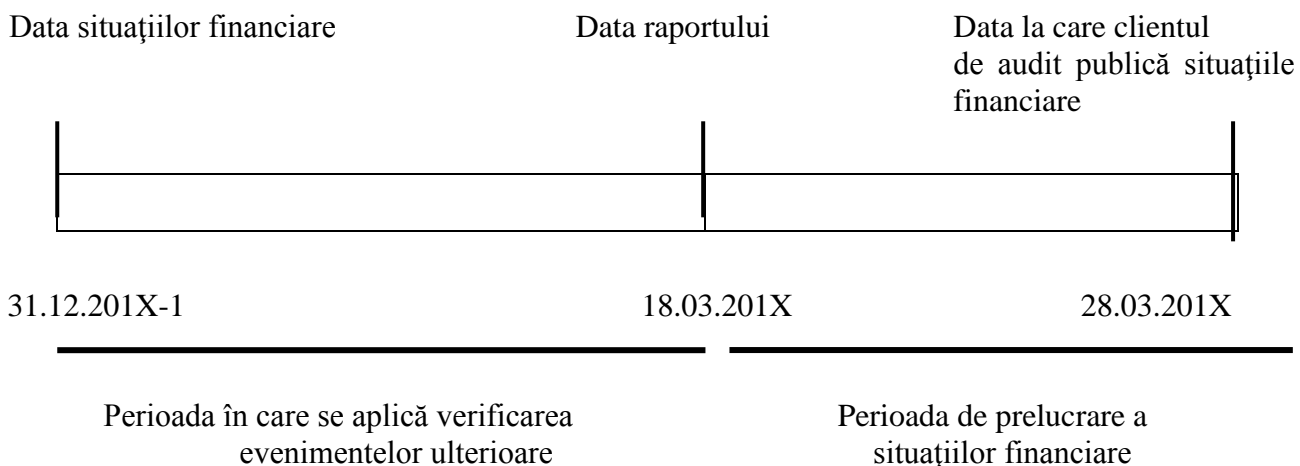


Figura 1. Perioada de referință pentru verificarea evenimentelor ulterioare [elaborat de autor]

Exemple de evenimente ulterioare datei de raportare care conduc la ajustarea situațiilor financiare și care impun ajustarea de către entitate a valorilor recunoscute în situațiile sale financiare sau recunoașterea de elemente ce nu au fost anterior recunoscute:

- soluționarea ulterioară datei de raportare a unui litigiu care confirmă că o entitate are o obligație prezentă la data de raportare. Acest fapt determină entitatea să ajusteze orice provizion recunoscut anterior, legat de acest litigiu, sau recunoașterea unui nou provizion;

- obținerea unei informații, ulterior datei de raportare care indică că un activ era deja depreciat la data de raportare sau că pierderea pentru deprecierea acestui activ recunoscută anterior ar trebui să fie ajustată. De exemplu: falimentul unui client survenit ulterior perioadei de raportare confirmă, de obicei, că la finalul perioadei de raportare exista deja o pierdere aferentă unui cont de creanțe comerciale și că entitatea trebuie să ajusteze valoarea contabilă a contului de creanțe comerciale;
- determinarea după perioada de raportare a costului activelor cumpărate sau a încasărilor din activele vândute înainte de finalul perioadei de raportare;
- determinarea ulterioară perioadei de raportare a valorii rezultate din repartizarea profitului sau din plata primelor, (dacă entitatea are o obligație prezentă legală sau implicită la finalul perioadei de raportare de a efectua astfel de plăți) ca rezultat al unor evenimente care au avut loc înainte de data respective.
- descoperirea de fraude sau erori ce arată că situațiile financiare anuale sunt incorecte.

Exemple de evenimente ulterioare datei de raportare *care nu conduc la ajustarea situațiilor financiare anuale*, cele care au apărut efectiv ulterior datei de raportare și pentru care nu au existat condiții anterior acestei date:

- combinare de întreprinderi, realizată ulterior datei de raportare;
- anunțarea unui program de întrerupere a activității;
- achiziția majoră de active, calificate ca active deținute în scopul vânzării, cedarea activului sau exproprierea unui activ semnificativ de către stat;
- distrugerea unei fabrici (spațiu de activitate) ca urmare a unui incendiu, ulterior datei de raportare;
- anunțarea sau inițierea implementării unei restructurări majore, după data de raportare;
- cesiunea unui pachet substanțial de acțiuni sau posibilitatea unei astfel de cesiuni, ulterior datei de raportare;
- schimbări neobișnuite, ulterior datei de raportare, în prețul activelor sau în rata de schimb valutar;
- schimbări semnificative ale normei fiscale, anunțate ulterior datei de raportare, care au un efect major asupra impozitelor curente sau a celor amânate și asupra obligațiilor;
- înregistrarea unei obligații semnificative sau a unei datorii contingente, ulterior datei de raportare, cum ar fi emiterea unei garanții semnificative;
- inițierea unui litigiu major care a apărut ca urmare a unor evenimente survenite ulterior datei de raportare;
- declinul valorii de piață a investițiilor apărut între data de raportare și data la care situațiile financiare sunt aprobate spre publicare [4, p.161].

Atunci când evenimentele ulterioare datei bilanțului care nu conduc la ajustarea situațiilor financiare anuale sunt semnificative, neprezentarea lor ar putea influența deciziile economice ale utilizatorilor. În consecință entitate trebuie să prezinte următoarele informații pentru fiecare categorie semnificativă de astfel de evenimente ulterioare datei bilanțului: natura evenimentului și estimare a efectului financiar sau o mențiune conform căreia o astfel de estimare nu poate să fie făcută.

Auditorul are responsabilitatea de a descoperi și de a evalua toate evenimentele ulterioare care ar putea avea efect semnificativ asupra situațiilor financiare. Auditorul poate să emită raportul său doar dacă situațiile financiare au fost finalizate (întocmite), inclusiv notele aferente și conducerea și-a asumat responsabilitatea pentru acestea. Pentru a evita orice confuzii referitoare la

responsabilitatea auditorului pentru evenimentele ce au loc între emiterea situațiilor financiare și semnarea raportului auditorului, raportul auditorului ar trebui semnat cel mai târziu în aceeași zi.

Răspunderea auditorului se extinde și asupra evenimentelor care apar ulterior datei raportului de audit, dar nu mai târziu de data aprobării situațiilor financiare spre publicare de către conducere, cu condiția ca aceste evenimente să fie dezvăluite auditorului. Privită din punct de vedere al auditorului, analiza evenimentelor ulterioare presupune aplicarea unor proceduri specifice de audit pentru a obține probe suficiente și adecvate că managementul entității a tratat și prezentat în mod corespunzător evenimentele ulterioare datei de raportare. Acestea se referă la:- analiza evenimentelor ulterioare;- analiza minutelor, proceselor-verbale ale ședințelor sau întâlnirilor conducerii;- analiza activelor și pasivelor contingente;- analiza continuității activității;- obținerea scrisorilor, dovezilor de reprezentare;- analiza situațiilor financiare.

Pornind de la aspectele privitoare la responsabilitatea auditorului aferentă evenimentelor ulterioare, standardele de audit au clasificat analiza acestora, cronologic, după cum urmează:

1. Evenimente care au loc între data situațiilor financiare (data încheierii celei mai recente perioade acoperite de situațiile financiare) și data raportului auditorului.
2. Fapte de care auditorul ia cunoștință după data raportului auditorului, dar înainte de data la care sunt publicate situațiile financiare (data la care raportul auditorului și situațiile financiare auditate sunt puse la dispoziția părților terțe).
3. Fapte de care auditorul ia cunoștință după ce situațiile financiare au fost publicate [7, p.178-182].

Evenimente care au loc între data situațiilor financiare și data raportului auditorului. Auditorul trebuie să efectueze proceduri menite să furnizeze probe de audit suficiente, adecvate asupra faptului că au fost identificate toate evenimentele care apar pînă la data raportului auditorului și care pot necesita ajustarea sau prezentarea în situațiile financiare. Procedurile pentru identificarea evenimentelor care pot necesita ajustări sau prezentări în situațiile financiare vor fi efectuate cît mai aproape posibil de data raportului auditorului și, de obicei, includ următoarele:

- citirea proceselor-verbale ale A.G.A., ale C.A., ale consiliului director, ale comitetelor de audit și ale comitetelor executive, ținute după sfîrșitul perioadei și investigarea aspectelor discutate la întruniri pentru care procesele-verbale nu sunt încă disponibile;
- citirea celor mai recente situații financiare interimare disponibile ale entității și, dacă se consideră necesar și adecvat, a bugetelor, a prognozelor fluxurilor de numerar și a altor rapoarte conexe ale conducerii;
- discuții, sau extinderea unor anchete orale sau scrise anterioare, cu consilierii juridici și avocații firmei despre litigii;
- consultarea conducerii asupra faptului dacă au apărut evenimente ulterioare care ar putea afecta situațiile financiare. Exemple de investigații ale conducerii asupra acestor aspecte specifice sunt:
  - 1) statutul curent al elementelor care au fost contabilizate pe baza unor date preliminare sau neconcludente;
  - 2) dacă s-au contractat noi angajamente, împrumuturi sau garanții;
  - 3) dacă au avut loc vânzări de active sau sunt planificate astfel de vânzări;
  - 4) dacă au fost emise noi acțiuni sau obligațiuni sau a fost realizat un contract de fuziune sau de lichidare sau este planificat un astfel de contract;
  - 5) dacă există active achiziționate de guvern sau dacă au fost distruse, de exemplu, de inundații sau incendii;
  - 6) dacă au apărut condiții noi în ceea ce privește ariile de risc;

- 7) dacă au fost efectuate ajustări contabile neobișnuite sau se au în vedere astfel de ajustări;
- 8) dacă au apărut evenimente sau este posibil să apară astfel de evenimente care ar aduce în discuție gradul de adecvare a politicilor contabile utilizate în situațiile financiare. Atunci când auditorul descoperă evenimente care afectează în mod semnificativ situațiile financiare, acesta va evalua dacă evenimentele sunt contabilizate corespunzător și prezentate adecvat în situațiile financiare [2, p.309].

Auditorul trebuie să solicite conducerii și, după caz, persoanelor însărcinate cu guvernanta, să furnizeze o declarație scrisă în conformitate cu **I.S.A. 580 „Declarații scrise”** conform căreia toate evenimentele care au loc ulterior datei situațiilor financiare și pentru care cadrul general de raportare financiară aplicabil prevede ajustarea sau prezentarea, au fost ajustate sau prezentate [5, p. 583].

Fapte de care auditorul ia cunoștință după data raportului auditorului, dar înainte de data la care sunt publicate situațiile financiare. Auditorul nu are nici o responsabilitate pentru efectuarea de proceduri sau anchete în ceea ce privește situațiile financiare după data raportului de audit. Pe durata perioadei de la data raportului auditorului și până la data publicării situațiilor financiare, responsabilitatea de a informa auditorul despre faptele care pot afecta situațiile financiare aparține conducerii entității. Atunci când după data raportului de audit dar înaintea publicării situațiilor financiare, auditorul descoperă fapte ce pot afecta semnificativ situațiile financiare, acesta va evalua dacă situațiile financiare necesită a fi modificate, va discuta problema cu conducerea și va acționa adecvat circumstanțelor:

- când conducerea modifică situațiile financiare, auditorul va efectua procedurile necesare în circumstanțele respective și va furniza conducerii un nou raport asupra situațiilor financiare modificate sau un raport modificat al auditorului, care să includă o declarație într-un Paragraf de observații sau într-un Paragraf explicativ, care să indice că procedurile auditorului asupra evenimentelor ulterioare sunt restricționate doar la modificarea situațiilor financiare după cum se descrie în nota relevantă la situațiile financiare;
- când conducerea nu modifică situațiile financiare în circumstanțele în care auditorul consideră că acestea necesită a fi modificate, iar raportul auditorului nu a fost transmis către entitate, auditorul trebuie să exprime o opinie calificată (cu rezerve) sau una contrară (defavorabilă).

Fapte de care auditorul ia cunoștință după ce situațiile financiare au fost publicate. După ce situațiile financiare au fost publicate, auditorul nu are nici o obligație de a efectua nici un tip de proceduri de audit cu privire la aceste situații financiare. Totuși, dacă după publicarea situațiilor financiare, auditorul ia la cunoștință un fapt care a existat la data raportului auditorului și care dacă era cunoscut la acea dată, putea determina auditorul să-și modifice raportul de audit, acesta va hotărî dacă situațiile financiare necesită a fi revizuite, va discuta problema cu conducerea entității și va lua măsurile adecvate în circumstanțele respective. Noul raport va conține un *paragraf de observații sau explicativ* în care se va face referire la o *notă* la situațiile financiare în care se discută pe larg motivele revizuirii situațiilor financiare anterior publicate și ale raportului de audit emis anterior.

Atunci când conducerea nu ia măsurile necesare pentru a se asigura că cei care au primit situațiile financiare emise anterior împreună cu raportul auditorului sunt în continuare informați asupra situației și nu revizuiesc situațiile financiare în condițiile în care auditorul consideră necesar ca acestea să fie revizuite, auditorul va notifica (înștiința) persoanele responsabile în ultimă instanță de întreaga evoluție a entității și va lua măsuri pentru a preveni terțele părți să nu se bazeze pe raportul de audit. Măsura luată depinde de drepturile legale și de obligațiile auditorului, precum



și de recomandările avocaților acestuia. Poate să nu fie necesară revizuirea situațiilor financiare și emiterea unui nou raport al auditorului atunci când emiterea de situații financiare pentru perioada următoare este inevitabilă, caz în care vor fi făcute prezentări adecvate în acest sens.

### **Concluzii**

În final putem conchide că este atât în interesul auditorului, cât și în interesul clientului să se finalizeze lucrările necesare pentru emiterea raportului auditorului în timp util. Aceasta va reduce amploarea lucrărilor necesare pentru identificarea, evaluarea și eventuala prezentare a evenimentelor ulterioare în situațiile financiare. Trebuie de menționat că evenimentele ulterioare descoperite după data raportului auditorului au adeseori ca rezultat necesitatea unor lucrări suplimentare, care afectează soldurile contabile, estimările contabile, provizioanele și alte prezentări de informații din situațiile financiare.

### **Bibliografie**

1. Arens A., Loebbecke J. O abordare integrată. Chișinău: ARC, 2003. 922 p.
2. Dănescu T. Proceduri și tehnici de audit financiar. București: Irecson, 2007. 394 p.
3. Florea I., Macovei, I. etc. Introducere în expertiza contabilă și în auditul financiar. București: Editura CECCAR, 2008.
4. Ghid de utilizare a ISA-urilor în auditarea întreprinderilor mici și mijlocii. Ed. a 3-a. București: Editura CECCAR, 2012. 562 p.
5. Manual de standarde internaționale de audit și control de calitate. Codul etic al profesioniștilor contabili/Federația Intern. A Contabililor (IFAC). Ch.: Moldpres, (Combinatul poligrafic). In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova (ediție specială). 2012. 996 p.
6. Standarde Internaționale de Raportare Financiară. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2008, ediție specială. 736 p.
7. Toma M. Inițiere în auditul situațiilor financiare ale unei entități. București: Editura CECCAR, 2012. 459 p.

UDC: 338.1

**THE MODEL OF CRISIS MANAGEMENT IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF  
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES**

**MODEL MANAGERIAL ANTICRIZĂ ÎN DEZVOLTAREA DURABILĂ A  
ÎNTRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII**

*TARANENCO Lilia, Phd,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*TARANENCO Lilia, doctor în științe economice,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *National and international experience shows that SMEs have become an important part of the economy and plays a decisive role in all socio-economic areas of the world states. SMEs fulfill important functions in a state, they help create a competitive environment and the emergence of new markets, supporting innovative activity, attenuate social inequalities, form the middle class and a new attitude towards work and property. Management methods and techniques that can be applied in small and medium sector enterprises depend on many factors. These factors are internal factors of the company, which is firm and microenvironment factors external environment, which is the company macroenvironment.*

**Adnotare:** *Analiza experienței naționale și internaționale demonstrează că întreprinderile mici și mijlocii au devenit parte integrantă a economiei și joacă un rol social-economic incontestabil în toate țările dezvoltate. Întreprinderile mici și mijlocii îndeplinesc funcții importante într-un stat, contribuind la crearea unui mediu competitiv și a noilor piețe de desfacere, susțin activitatea inovațională, atenuază inegalitatea socială, formează clasa de mijloc și o nouă atitudine față de muncă și proprietate. Necesitatea utilizării unor metode noi de management este determinată de multitudinea evenimentelor ce au loc în mediul extern al întreprinderii și cărora managerii trebuie să le facă față.*

**Keywords:** *the model of crisis management, the sustainable development, the small and medium-sized enterprises, the crisis management.*

**Cuvinte-cheie:** *model managerial anticriză, dezvoltare durabilă, întreprinderi mici și mijlocii, management anticriză.*

**Introducere**

În condițiile unei puternice competiții pe piață multe întreprinderi de diferite forme organizatorico-juridice se află în situații economice și financiare dificile. Această acutizare afectează atât societățile pe acțiuni, cât și multe alte structuri antreprenoriale de dimensiuni mai mici. Prin urmare, conducătorii și proprietarii își asumă sarcina asigurării unei poziții stabile și durabile a activității întreprinderilor și prevenirea situațiilor de criză. De asemenea, relațiile economice de piață solicită utilizarea unor metode manageriale eficiente și a întregului potențial managerial existent în activitatea întreprinderii.

### Material și metodă

În diferite concepte, managementul anticriză este tratat ca o situație de prevenire a falimentului sau de gestiune a întreprinderii în situații de risc.

Managementul anticriză este eficient nu doar în situații de criză și ieșire din criză, dar și pentru previzionarea crizelor la întreprindere. Scopul acestui proces este de a preveni situația de insolvabilitate a întreprinderii, iar aceasta constituie ultima etapă a crizei. Prin urmare, necesitatea de gestiune a crizelor apare cu mult mai devreme.

Managementul anticriză trebuie să aibă însușirile care ar reduce la minim influența factorilor negativi asupra sistemului economic și organizațional al întreprinderii. În acest sens, esența managementului anticriză constă în următoarele:

- criza poate fi anticipată, așteptată și provocată;
- criza în anumită măsură poate fi accelerată;
- la apariția crizei este necesar a pregăti instrumentele manageriale care ar reduce riscul influenței acestui flagel;
- criza poate fi atenuată;
- procesul de gestiune în condițiile crizei necesită cunoștințe speciale, experiență și artă;
- în anumită măsură situațiile de criză pot fi controlabile;
- gestiunea activităților de ieșire din criză pot contribui la reducerea consecințelor negative ce pot apărea în perioada crizei.

Gestiunea anticriză, ca funcție, asigură minimizarea daunelor crizei și ajută la stabilirea controlului asupra situației. În contextul problemelor analizate, gestiunea anticriză reprezintă sistemul de măsuri care permit întreprinderii cu consecințe negative minime ale activității să iasă din situația de criză și în același timp să obțină avantaje majore.

Metodologia managementului anticriză reprezintă un set de măsuri și decizii manageriale orientate spre prevenirea, controlul și minimizarea riscurilor crizei [1, p.87].

Gestiunea anticriză a întreprinderii în sens larg presupune:

- analiza mediului extern și intern al întreprinderii;
- evaluarea operativă și analiza situației financiare a întreprinderii și prevenirea unei eventuale insolvabilități;
- evidența permanentă a riscurilor activității comerciale și elaborarea ansamblului de metode pentru reducerea acestora.

La realizarea programului anticriză al întreprinderii este necesar a acționa conform unui plan bine stabilit, care se bazează pe studii teoretico-practice și aplicative în domeniul managementului, marketingului, gestiunii personalului, managementului financiar, ce sunt încorporate în știința economică contemporană.

În baza rezultatelor obținute este necesar a elabora un plan propriu de administrare a întreprinderii în situația de criză sau înainte de aceasta, îndeplinirea căruia va permite soluționarea problemelor interne ale întreprinderii, prevenirea influenței negative a factorilor nefavorabili externi ai mediului și utilizarea eficientă și la maxim a posibilităților pe care le oferă macromediul firmei. Pentru întreprinderile mici și mijlocii această problemă este una actuală, deoarece multitudinea de întreprinderi mici și mijlocii cer o abordare specială privind mecanismul de gestiune anticriză.

De regulă, eficiența activității întreprinderii este determinată de indicatorii economico-financiari obținuți din evidența contabilă, însă această abordare nu creează o imagine completă a situației întreprinderii și nu permite a prevedea evoluția evenimentelor viitoare. Prin urmare, trebuie aplicate unele metode performante care ar permite evaluarea eficientă a activității acestora.

În condițiile contemporane ale economiei de piață, pentru evaluarea activității mediului de afaceri și dinamicii dezvoltării este indicată aplicarea diferitelor metode de evaluare.

Pe lângă metodele cantitative, există și metode calitative de evaluare a activității. Criteriile calitative le constituie orizontul piețelor de desfacere, imaginea întreprinderii, competitivitatea, existența furnizorilor și consumatorilor stabili.

Prin abordările actuale ale managementului strategic, structurile antreprenoriale sunt îndemnate să utilizeze nu doar indicatorii financiari, dar și elementele nonfinanciare cum ar fi personalul, procesele interne, relațiile cu clienții.

Alegerea metodelor concrete poate fi dictată de specificul ramurii în care funcționează întreprinderea. Mai mult ca atât, oricare dintre metodele alese trebuie să corespundă specificului activității fiecărei întreprinderi.

În figura 1 este prezentat modelul procesului de gestiune a structurii antreprenoriale mici și mijlocii în condițiile declinului economic și crizei.

Conform figurii, **în prima etapă**, când criza încă nu a survenit și întreprinderea funcționează rentabil, este foarte important ca sectorul IMM să-și stabilească scopurile strategice și să planifice rezultatele activității. De regulă, structurile antreprenoriale mici și mijlocii își stabilesc scopurile pentru perioade de 2-3 ani, care ajută la determinarea priorităților evidente ale activității și perspectivelor de atingere a rezultatelor dorite.

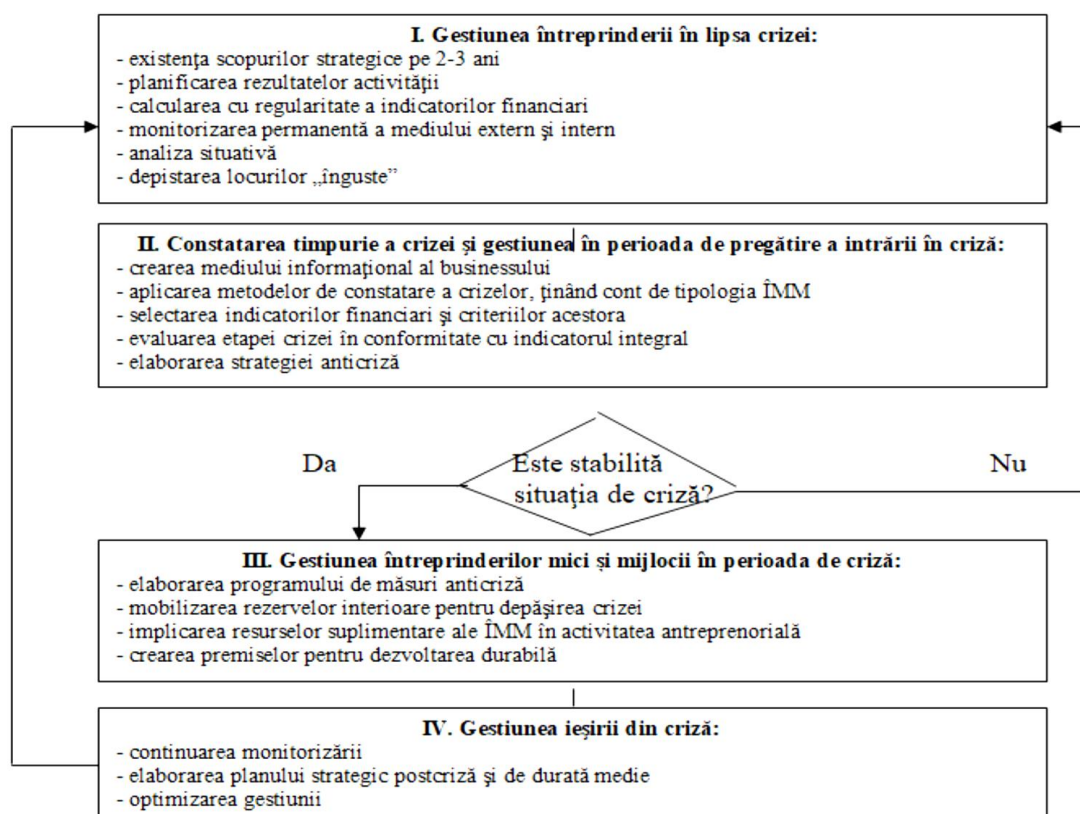


Figura 1. Modelul procesului de gestiune a structurii antreprenoriale mici și mijlocii în condiții de criză [elaborat de autor]

De aceea, în etapa inițială trebuie stabilită corect strategia întreprinderii, care ar permite structurilor antreprenoriale mici a concura și a supraviețui pe piață. Până la evidențierea fenomenelor de criză, întreprinderea este obligată, în mod regulat, să elaboreze un calcul al

indicatorilor financiari de bază, să monitorizeze acești indicatori și să depisteze locurile „înguste” în activitatea sa.

La multe întreprinderi se acordă o atenție deosebită monitorizării mediului extern și intern, iar în structurile antreprenoriale mici și mijlocii rareori se formează grupuri pentru atingerea acestor scopuri din cauza lipsei de resurse.

Însă în practică, sarcinile gestiunii strategice și ale administrării operative trebuie modificate permanent.

Sistemul de monitorizare reprezintă în sine acțiuni bine determinate de prevenire a unei eventuale crize. Acest sistem este necesar pentru identificarea situației de criză. Evaluarea multilaterală și analiza întreprinderii este o verigă semnificativă a sistemului de monitorizare a situației financiare.

Scopul analizei, în primul rând, constă în determinarea concretă a resurselor financiare ale întreprinderii, precum și a nivelului riscurilor provocate de eventuala criză. Datele analizei fac posibilă adoptarea deciziei privind realizarea procedurilor de reorganizare sau lichidare a întreprinderii. În această etapă sunt sistematizate datele inițiale pentru construirea sistemului de administrare anticriză, identificarea și formularea problemelor întreprinderii.

Plenitudinea și precizia înaltă a analizei pot fi atinse numai printr-o abordare complexă care poate fi efectuată în baza analizei concomitente a mediului extern și intern al întreprinderii.

Analiza mediului extern și intern face posibilă determinarea situației generale a întreprinderii și tendințele de dezvoltare ulterioare. Metodologia privind analiza complexă a întreprinderilor mici și mijlocii propusă în situații de criză poate fi reprezentată sub următoarele aspecte:

a) Analiza mediului intern al întreprinderii

Este rațional a începe analiza mediului intern al întreprinderii cu determinarea scopurilor existente și a strategiei. Următoarea etapă a analizei mediului intern al întreprinderii este analiza structurii organizațional-funcționale și a personalului care se efectuează în patru direcții:

- analiza structurii organizaționale;
- analiza structurii funcționale;
- analiza bazei normative interne;
- evaluarea personalului.

Analiza acestor date este indicată pentru determinarea situației actuale a structurii organizaționale, corespunderea ei cu scopurile organizației.

Următoarea etapă a analizei mediului intern este analiza situației actuale, care de regulă se efectuează în următoarea consecutivitate:

- analiza situației fondurilor fixe;
- analiza situației fondurilor circulante;
- analiza situației financiare.

b) Analiza mediului extern al întreprinderii presupune analiza factorilor micromediului și macromediului ce pot influența activitatea organizației [2, p. 145].

Analiza micromediului întreprinderii este necesară pentru elaborarea și implementarea instrumentelor de administrare anticriză. Această analiză este reprezentată prin mai mulți factori, precum:

- analiza influenței furnizorilor;
- analiza influenței consumatorilor;
- analiza influenței concurenților;
- analiza influenței intermediarilor.

Important la efectuarea analizei situației întreprinderilor mici și mijlocii este efectuarea acestei analize în condițiile unui buget limitat. Cu toate acestea, analiza micromediului trebuie efectuată în permanență, deoarece factorii sunt forțe obiective asupra cărora întreprinderea nu poate influența. Prin urmare, dacă întreprinderea nu reacționează la timp la modificările mediului extern, apare pericolul discordanței dintre cerințele mediului extern și activitatea întreprinderii [3, p. 156].

Conform rezultatelor analizei mediului intern și extern, se trage concluzia generală privind situația întreprinderii. În baza concluziei se stabilesc scopurile strategice ulterioare ale întreprinderii privind:

- menținerea pozițiilor – când producția întreprinderii ocupă pe piață o cotă destul de mare, iar strategia orientată spre extinderea ei deja nu are efect pozitiv. Întreprinderea urmează să utilizeze posibilitățile interne (reducerea cheltuielilor neproductive, majorarea fluxului bănesc);
- creșterea limitată – obținerea veniturilor maxime în aceleași direcții de afaceri, posibilitățile de dezvoltare a cărora sunt limitate sau deja sunt epuizate;
- reducerea unor direcții de activitate – o oarecare direcție de afaceri nu are flux bănesc pozitiv și posibilitățile investiționale ale acesteia sunt deja epuizate, întreprinderea trebuie să lichideze această direcție sau să o vândă;
- creșterea – dacă analiza complexă a stabilit că o oarecare afacere a întreprinderii are avantaje concurențiale vădite, aceasta trebuie să fie utilizată pentru ieșirea pe piețele perspective;
- penetrarea – evaluând perspectivele dezvoltării întreprinderii și posibilitățile ei, chiar și în situația de pericol de criză trebuie să fie create condiții pentru creșterea ulterioară a companiei.

Este necesar a efectua o analiză comparativă a activității întreprinderii din perioadele precedente. Indicatorii lichidității absolute a bilanțului trebuie analizați trimestrial, în măsura întocmirii raportului financiar. Deoarece toți indicatorii lichidității și stabilității financiare depind de indicatorii calculați ai activelor întreprinderii, aceștia la fel trebuie calculați trimestrial.

**A doua etapă** a algoritmului procesului de administrare a structurilor antreprenoriale mici și mijlocii constă în previziunea timpurie a crizei și gestiunea în perioada de pregătire a intrării în criză.

Prima sarcină constă în selectarea indicatorilor financiari și a criteriilor lor pentru evaluarea etapei de dezvoltare a crizei. Setul optimal de indicatori, care reflectă cel mai clar tendințele situației financiare, este elaborat de către fiecare întreprindere de sine stătător.

În condițiile unei posibile recesiuni este recomandabil:

- a concentra atenția și eforturile asupra îmbunătățirii situației;
- a analiza structura organizatorică a întreprinderii;
- a introduce un sistem de raportare a deciziilor luate în sectoarele importante de activitate;
- a reduce cheltuielile neproductive și a lichida domeniile problematice ale activității;
- a crea un sistem flexibil de adaptare a întreprinderii la modificările mediului extern și intern.

**A treia și a patra etapă** ale procesului de gestiune anticriză a IMM care presupune gestiunea întreprinderii în situația apariției crizei și ieșirii din criză impun o atenție deosebită din partea managerilor, pentru că anume aceste etape pot decide cursul viitor al întreprinderii și succesiunea viitoarelor acțiuni. Elaborarea și aplicarea programului de măsuri va permite întreprinderii să depășească situația de declin și să determine direcțiile pentru dezvoltarea ei sustenabilă.



Aplicarea metodelor manageriale deja cunoscute și utilizate anterior în condițiile amplificării crizei economice poate contribui la reducerea eficienței economice a întreprinderilor. Prin urmare, este necesar a crea un sistem de direcții care ar scoate întreprinderea din această situație și i-ar garanta o dezvoltare durabilă.

În acest sens, managerul și echipa sa trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

- asigurarea echilibrului financiar;
- reducerea cheltuielilor neproductive;
- creșterea activelor disponibile și utilizarea rațională a acestora;
- stabilirea relațiilor cu partenerii strategici etc.

Pentru atingerea scopurilor formulate este necesar a elabora un program de acțiuni anticriză propus în figura 2.

**Componentele după care se face evaluarea** sunt determinate de direcțiile: finanțe, clienți, procese interne, personal.

**Sarcini, scopuri principale și limite.** Scopul primordial al managerului în situații dificile constă în identificarea oportunităților de dezvoltare.

Managerul în calitate de proprietar poate stabili anumite limite în realizarea eventualelor direcții de ieșire din situația de declin. Aceste limite pot fi: resursele financiare, materiale, informaționale limitate; limite legislative; datorii față de parteneri; limite strategice datorită faptului că managerul nu dorește continuarea afacerii existente.

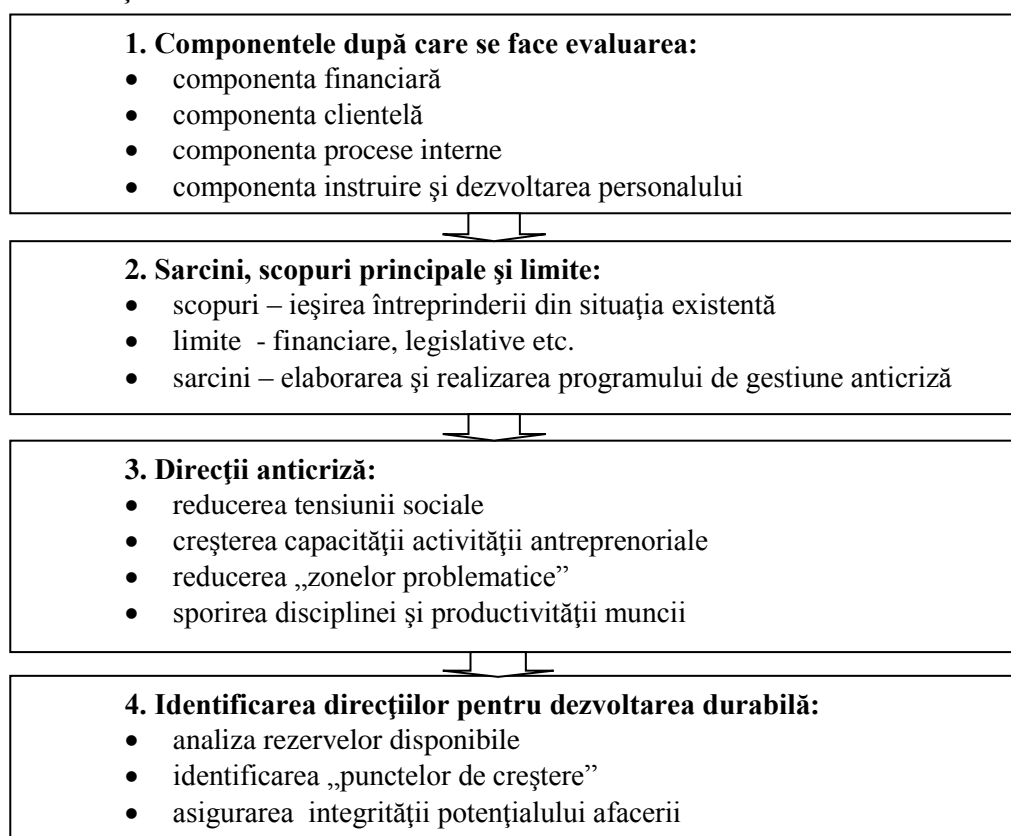


Figura 2. Structura programului anticriză pentru întreprinderile mici și mijlocii  
[elaborat de autor]

Pentru întreprinderile mici și mijlocii aceste limite pot fi:

- limitele privind investirea mijloacelor financiare;

- restricțiile privind vânzarea unor active;
- limitele privind reducerea personalului;
- consecutivitatea achitării datoriilor.

**Directiile de depășire a situației de criză** pentru întreprinderile mici și mijlocii pot fi:

*Reducerea tensiunii sociale.* Achitarea datoriilor față de salariați trebuie să reprezinte pentru întreprindere sarcina principală. În acest sens, este necesar ca managerii să demonstreze salariaților intenția reală de stingere a datoriilor. Elaborarea unui grafic al plăților poate fi o metodă eficientă de depășire a conflictelor în cadrul echipei de lucru.

În cazul reducerii numărului de salariați se intensifică responsabilitățile lucrătorilor care au rămas să muncească și acest fapt le oferă speranța la creșterea salariilor, pe când în condiții de recesiune aceste oportunități lipsesc.

Sarcina principală a managerului în situații dificile este incitarea salariaților de a-și concentra toate eforturile pentru depășirea situației de criză. În cazul întreprinderilor mici și mijlocii există oportunitatea exploatării avantajelor colectivului mic. O echipă mică se mobilizează mai repede, relațiile strânse în cadrul echipei permit soluționarea problemelor mai rapid, iar personalul poate participa la procesul de luare a deciziilor.

*Creșterea circulației activelor financiare.* Pentru depășirea situației de criză, întreprinderea trebuie să utilizeze toate posibilitățile interne. Managerul trebuie să se bazeze doar pe posibilitățile financiare interne.

Mai întâi sunt achitate datoriile din contul resurselor de care dispune întreprinderea, refinanțarea, formarea unui grafic de achitare a datoriilor. Termenele de achitare a datoriilor creditoare pot varia de la 2-3 luni până la câțiva ani.

*Diminuarea datoriilor debitoare.* Datoriile debitoare reprezintă pentru întreprindere capitalul circulant înghețat. Datoriile debitoare pot fi reduse prin divizarea lor în trei categorii și anume: datorii de perspectivă, datorii dubioase și datorii fără intenție de achitare. Totodată, întreprinderea trebuie să elaboreze direcții pentru a preveni creșterea datoriilor.

O altă direcție de diminuare a datoriilor este perfecționarea procesului de realizare a achizițiilor. Prin urmare, este necesar a reduce costurile de achiziție prin găsirea noilor furnizori, reducerea rezervelor exagerate, creșterea calității achizițiilor.

*Creșterea capacității activității antreprenoriale.* O metodă managerială modernă care poate fi utilizată în activitatea de gestiune a întreprinderii este delegarea împuternicirilor și participarea salariaților la realizarea sarcinilor stabilite.

*Reducerea zonelor problematice* constă în identificarea proceselor neproductive și lichidarea acestora. Zonele problematice în activitatea întreprinderii pot fi: fabricarea producției nerentabile, sectoare cu utilaje în staționare, active nerentabile.

### Rezultate și discuții

Pentru întreprindere este importantă menținerea viabilității și inițierea direcțiilor de dezvoltare durabilă. În acest sens, se identifică proiectul care presupune investiții mici, dar care poate avea rezultate bune.

O direcție importantă este creșterea eficacității interne prin utilizarea capacității de inovare a managerului, calităților și abilităților de conducere.

Ultima etapă a procesului de gestiune anticriză este ieșirea întreprinderii din situația de declin. În această etapă, întreprinderea are nevoie de restabilirea activității. Dacă întreprinderea care a ieșit din situația de criză nu va fi adaptată la condițiile mediului extern, succesul obținut poate fi de scurtă durată.

Datele statistice demonstrează că deseori întreprinderile mici și mijlocii își reduc activitatea din cauza influenței mediului economic instabil și a managementului necompetent. Direcțiile principale privind asigurarea dezvoltării durabile a IMM sunt îmbinarea influenței externe cu posibilitățile interne ale întreprinderii.

### **Concluzii**

În concluzie, rezultatele principale ale programului de gestiune anticriză elaborat sunt următoarele:

- ajustarea strategiei întreprinderii permite reducerea cheltuielilor pentru o anumită perioadă de timp;
- instruirea și formarea salariaților condiționează păstrarea și creșterea potențialului de resurse umane al întreprinderii și asigurarea avantajului concurențial în viitor;
- schimbarea sistemului de gestiune prin delegarea împuternicirilor managerilor de nivel mediu va permite întreprinderii să obțină o nouă resursă – activitatea antreprenorială.

### **Bibliografie**

1. Cârstea Gh. Analiza strategică a mediului ambiant. *Economica*, 2002. 430 p.
2. Negrilă A. Restructurarea întreprinderilor aflate în dificultate. *Mirton*, 2003. 457 p.
3. Churchill N.C., Lewis V.L. Five Stages of Small Business Growth. *Harvard Business Review*, nr. 3, May-June, 1983, p. 156-213.

UDC 657.1.012.1=111

ACCOUNTING OF CONSTRUCTION WASTE AT TECHNOLOGICAL CYCLE  
STAGES IN THE CONTEXT OF THE GREEN ECONOMY

УЧЕТ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОТХОДОВ НА ЭТАПАХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ЦИКЛА  
В КОНТЕКСТЕ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

*VEGERA Svetlana, PhD in Economics, University Professor,  
Polotsk State University, Novopolotsk, Belarus  
SUSHKO Olga, master's degree,  
Polotsk State University, Novopolotsk, Belarus*

*ВЕГЕРА Светлана, доктор экономических наук, профессор,  
Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Беларусь  
СУШКО Ольга, магистр,  
Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Беларусь*

**Annotation:** *The paper reveals the pertinence of improving the accounting of construction waste in petrochemical complex, technological cycle stages of construction waste, the accounting objects at technological cycle stages in petrochemical complex.*

**Аннотация:** *в статье рассматривается актуальность совершенствования учета строительных отходов в нефтехимическом комплексе, этапы технологического цикла строительных отходов, объекты учета на этапах технологического цикла в нефтехимическом комплексе.*

**Keywords:** *green economy, industrial waste, technological cycle, costs, construction waste, returnable waste.*

**Ключевые слова:** *зеленая экономика, промышленные отходы, технологический цикл, затраты, строительные отходы, возвратные отходы.*

### Introduction

In order to understand the global nature of environmental problems and the relationship between human problems, the economy and the environment, the 1992 Rio Declaration on Environment and Development, a number of principles were adopted. Thus, Principle 1 of this declaration states that in order to achieve sustainable development, environmental protection must be an integral part of the development process and can not be considered in isolation from it [4]. Thus, the importance of the problem of environmental protection was noted. Since the activities of enterprises in terms of waste generation, have a significant negative impact on the environment, proper handling of them is an integral part of sustainable development.

This issue is especially relevant for the Republic of Belarus, as today there are a number of unresolved interrelated environmental and economic problems in the country, including climate change, degradation of ecological systems, pollution of atmospheric air and surface water bodies, reduction of biological diversity, **emergence and accumulation of waste**. The green economy as a method for addressing environmental degradation problems is made to solve all of them. The national action plan for the development of the green economy in the Republic of Belarus until

2020 provides for a number of activities that contribute to the development of the green economy, which includes competent waste management [3].

For Vitebsk region of the Republic of Belarus, the most relevant issues are the handling of production waste in the **petrochemical industry**. During the activities of petrochemical organizations, various types of industrial waste arise. Despite the fact that the issues of valuation and accounting of waste are reflected in some legal documents and economic literature, there are a number of unexplored issues in this area, which confirms the relevance of the chosen topic. The **purpose** is to identify the stages of technological cycle of industrial waste and accounting objects identification at these stages in order to develop practical recommendations for assessment and accounting of industrial waste in the petrochemical complex. The setting of the goal determined the solution of the **problematic aspects**: classification of waste; separation of technological cycle stages; identification of accounting objects at technological cycle stages of construction waste.

### **Materials and methods of research**

Among the materials, that were used there are a number of policy documents connected with industrial waste management in the Republic of Belarus: State regulation and management in the field of waste management which is carried out by the President of the Republic of Belarus, the Council of Ministers of the Republic of Belarus, as well as the Ministry of Natural Resources and Environmental Protection of the Republic of Belarus, the Ministry of Housing and Communal Services of the Republic of Belarus, the Ministry of Health of the Republic of Belarus, the Ministry of Emergency Situations of the Republic of Belarus, Ministry of Trade of the Republic of Belarus, Ministry of Finance of the Republic of Belarus, local Councils of Deputies, month executive and administrative bodies, other state bodies within their competence, as defined by law. Except the normative legal acts of the Republic of Belarus, the authors considered accounting practice of organization in petrochemical complex of the Vitebsk region of the Republic of Belarus

Among the methods used in the study, the authors identify synthesis, analysis, comparison, logical generalization, inference by analogy, classification, grouping etc.

### **Results and consideration**

The most relevant prerequisite for accounting is a scientifically based classification, which makes it advisable to develop classification of industrial waste of petrochemical complex.

According to the Law of the Republic of Belarus "On Waste Management" No. 271-3, wastes are substances or objects formed in the process of carrying out economic activity, human activity and that do not have a specific purpose at the place of their formation, or have lost their consumption properties in whole or in part [6]. In accordance with this Law, waste is divided into types depending on:

- 1) origin - production and consumption waste;
- 2) aggregate state - solid and liquid waste;
- 3) possibility of their use - secondary material resources and other wastes of production and consumption.

Based on the study of waste classification approaches in the regulatory and legal acts of the Republic of Belarus, five levels of waste classification can be identified as basic and common to all types of waste:

Table 1. Proposed waste classification for accounting purposes [1; 6]

Classification sign	Type of waste
By origin	Production waste; Consumption waste.
According to the aggregate state	Solid waste; Liquid waste;
By place of origin	Depending on the specific process, where these waste occur: construction, reconstruction, cleaning of reservoirs, etc.
By possibility for further use	Secondary material resources; Other waste products of production and consumption.
On the need for further processing for use	Used after recycling; Used without recycling.
By class and degree hazards	According Decision No. 1391

There a huge number of legislative acts and scientific research in the field of waste management in the Republic of Belarus. But at the same time there are a great number of controversial issues connected with specificity of various types of waste. Our research is based on accounting practices of organizations in the Vitebsk region in the Republic of Belarus. Thus, the authors has identified three groups of waste, which have a number of controversial issues in assessment, identification and reflecting in the accounts:

- 1) waste arising from cleaning of reservoirs (group of wastes from oil-refined products).
- 2) scrap and waste of ferrous and non-ferrous metals (group of wastes from metals and their alloys);
- 3) **construction waste** (group of wood waste, waste of pulp, paper, cardboard, mineral waste (excluding metal waste, waste of plastics, rubber-containing waste));

Construction waste - wastes generated during the implementation of economic activities by legal entities and individual entrepreneurs for the erection, reconstruction, overhaul and maintenance, restoration, improvement, installation, dismantling, demolition and demolition of buildings and structures, industrial facilities, roads, engineering and other communications, including the implementation of organizational and technical measures, special, installation and commissioning works [2].

Based on the study of normative and legal acts of the Republic of Belarus regulating waste management, as well as the instruction on waste management of petrochemical enterprise, the authors present the classification of construction waste:

Table 2. Proposed classification of construction waste [1;5;6;7]

Classification sign	Type of construction waste
By origin	1. Production waste; 2. Consumption waste.
According to the aggregate state	1. Solid waste; 2. Liquid waste.
By place of origin	1. Construction site; 2. The site of production of construction, installation, repair and other works.
By type of work performed	1. Liquidation; 2. Repair and maintenance; 3. Reconstruction, modernization, restoration; 4. Installation, dismantling;



Classification sign	Type of construction waste	
	5. The main production process; 6. Other auxiliary and service production.	
By possibility for further use	1. Secondary material resources.	2. Other waste (without the possibility of further use).
	1.1. To be used and/or neutralized	2.1 To be disposed (placing in storage tanks, landfills)
On the need for further processing for use (crushing, sorting, stratification, etc.)	1. Waste to be processed for further use; 2. Waste not to be processed for further use.	
By directions of possible use	1. Waste for production; 2. Waste for energy; 3. Waste to perform work, provide services.	
By class and degree hazards	Hazard class 3-4, non-hazardous	

After considering classification of construction waste, the next step is the identification of technological cycle stages. Separation of technological cycle stages of industrial waste the category “technological cycle stages of waste” is introduced into the domestic practice of handling waste with the interstate standard GOST 30773-2001 “Resource Saving. Waste management. Stages of technological cycle” [2]. In general, there are 9 stages of technological cycle of waste, but after studying different economic sources, normative legal acts we have identified the following integrated stages of technological cycle of waste, which have a significant impact on the system of their accounting. Among **INTEGRATED** technological cycle stages, there are:

- Stage 1: Emergence;
- Stage 2: Collection and Accumulation;
- Stage 3: Waste Preparation for Use;
- Stage 4: Storage;
- Stage 5: Using;
- Stage 6: Burial (destruction/disposal).

At each stage of technological cycle of any kind of waste, two accounting objects will arise: the waste itself and the costs due to the specifics of the technological stage. Waste at the stages of technological cycle is the result of the processes occurring at the corresponding stage (at the output). In this case, waste will be recognized as accounting objects only if the criteria for recognizing assets are met.

In the practice of the organizations studied, the following groups of construction waste are formed:

- Wood waste;
- Waste pulp, paper, cardboard;
- Waste of mineral origin (excluding metal waste);
- Other wastes of mineral origin, including waste products for refining;
- Waste plastic, rubber-containing waste.

For each indicated group of construction waste, there are specific features of their passage of these stages of the technological cycle of construction waste. This is because construction waste can be both suitable and not suitable for future use. Construction waste for further use may not always be involved in the production process immediately after the collection and/or accumulation stage. Some types of construction waste require processing. Considering these features, we will consider

the selected types of construction waste in the context of technological cycle stages, presented in Table 3:

Table 3. Construction waste at the stages of the technological cycle of industrial waste

Emerging construction waste	Construction waste		Technological cycle stages
	Groups	Types	
Construction waste to be processed for further use	Waste of mineral origin (excluding metal waste)	Scrap/bout of concrete, expanded clay, reinforced concrete and brick	Stage 1: emergence; <b>STAGE 2:</b> collection and accumulation; Stage 3: waste preparation for use; Stage 4: storage; Stage 5: using.
Construction waste not to be processed for further use	Wood waste	Sawdust and chips in the manufacture of carpentry and milled products, wood waste construction, products made of natural wood, lost their consumer properties and other	Stage 1: emergence; <b>STAGE 2:</b> collection and accumulation; Stage 4: storage; Stage 5: using.
	Waste pulp, paper, cardboard	Ruberoid waste and paper and cardboard filters impregnated with petroleum products	
	Waste plastic, rubber-containing waste	Polyethylene	
Construction waste to be disposed (placing in storage tanks, landfills)	Wood waste	Contaminated wood waste	Stage 1: emergence; <b>STAGE 2:</b> collection and accumulation; Stage 4: storage; Stage 6: burial (destruction/disposal). A shorter technological cycle is also possible for these types of waste: Stage 1: emergence; Stage 6: burial (destruction/disposal).
	Waste pulp, paper, cardboard	Paper and cardboard filters impregnated with petroleum products	
	Waste of mineral origin (excluding metal waste)	Glass-reinforced glass; Fiberglass fouled; Waste glass "Triplex"; Sand contaminated with inorganic substances (acids, alkalis, salts, etc.); Waste of dry cleaning of garages, car parks, parking places of transport; Waste products of heat-insulating asbestos-containing products;	

		Sludge of gas cleaning	
	Other wastes of mineral origin, including waste products for refining	Combined construction waste, construction waste from building liquidation	
	Waste plastic, rubber-containing waste	Waste glass wool, Wiping material contaminated with oils (oil content 15% and more), Waste of paronite Waste ion exchange resins; Fluor plastic; Waste of pipes, hoses of vulcanized rubber	
Mixed construction waste	Types of construction waste that are subject to further use, during the processing of which not only new types of construction waste will be generated (for use), but also waste that is to be buried - no petrochemical complex is formed		Stage 1: emergence; <b>STAGE 2:</b> collection and accumulation; Stage 3: waste preparation for use; Stage 4: storage; Stage 5: using; Stage 6: burial (destruction/disposal).

After considering construction waste at technological cycle stages, we can identify accounting objects at technological cycle stages of construction waste in petrochemical complex:

Table 4. Accounting objects at technological cycle stages of construction waste

Technological cycle stages	Accounting objects	
	Waste	Costs
Construction waste for burial (destruction/ disposal)		
Stage 1	Paper, cardboard, oil product, fiberglass contaminated, waste glass	Costs for repair and construction works, costs for processing sawn timber, cutting and cleaning of the territory costs, etc.
Stage 2	"Triplex", Sand	Costs for collection and accumulation
Stage 6	contaminated with inorganic substances, waste of mineral wool contaminated etc.	Costs for land filling on landfills
Construction waste for further using (with changes in material form)		
Stage 1	Asphaltic concrete from	Costs for repair and construction works, etc.
Stage 2	disassembly of asphalt coverings, remains of	Costs for collection and accumulation
Stage 3	bitumen and asphalt-	Costs of preparing the waste for use (sorting, drying, packing, marking)

Technological cycle stages	Accounting objects	
	Waste	Costs
Stage 4	concrete mixture, light brick ceramic, waste of concrete, etc.	Costs of collection and temporary storage
Stage 5	New sort of secondary resource	Costs of use
Construction waste for further using (without changes in material form)		
Stage 1	Wood waste construction, sawdust and shavings in the manufacture of carpentry and milled products, lump waste from production of carpentry and milled parts, etc.	Costs for repair and construction works, etc.
Stage 2		Costs for collection and accumulation
Stage 4		Costs of collection and temporary storage
Stage 5		Costs of use

### Conclusions

During the research the following tasks were solved:

1. The classification of industrial waste and construction waste for accounting purposes were presented;
2. The technological cycle stages of construction waste in petrochemical complex were singled out;
3. The authors defined the accounting objects at technological cycle stages: waste and costs, also accounting objects at technological cycle stages of construction waste were identified.

Thus, considering all above mentioned it is possible to develop methodological recommendations on assessment, documentation, synthetic and analytical accounting of industrial waste in conditions of application of ecological technologies for their utilization and processing taking into account industry specific features.

### Bibliography

1. Decision of The Council of Ministers of The Republic of Belarus on October 23, 2009 No. 1391 "On Approval of the List of Hazardous Wastes, Transactions on the Transfer of which for a specified period (except for the contract of carriage), as well as alienation of which to another legal entity or individual entrepreneur handling waste, are subject to registration".
2. GOST 30773-2001 "Resource-saving. Waste management. Stages of the technological cycle", adopted by the Interstate Council for Standardization, Metrology and Certification (Minutes No. 19 of May 24, 2001). <http://stroysvoimirukami.ru/gost-30773-2001/>
3. Ellen MacArthur Foundation, 2015 Delivering the Circular Economy a Toolkit for Policymakers. [https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/ElleMacArthurFoundation\\_PolicymakerToolkit.pdf](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/ElleMacArthurFoundation_PolicymakerToolkit.pdf)
4. Report of the Secretary-General of United Nations, 2017. "Progress towards the Sustainable Development Goals". High-level political forum on sustainable development, convened under the auspices of the Economic and Social Council: Economic and environmental questions: Sustainable development. July 27-28, Retrieved from <https://sustainabledevelopment.un.org/sdg12>

5. Resolution of the Ministry of Natural Resources and Environmental Protection of the Republic of Belarus on November 8, 2007 No. 85 “On Approval of the Classifier of Wastes Formed in the Republic of Belarus”.
6. The Law of the Republic of Belarus on July 20, 2007 № 271-3 “On waste management”. <http://law.by/databank-business/list-of-legal-acts/?p0=1>
7. Technical practice code 17.11-10-2014 (02120). [http://tnpa.ecoinv.by/index.php?option=com\\_rsfiles&view=files&layout=view&tmpl=component&path=%D0%9E%D1%82%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B%2F%D0%A2%D0%9A%D0%9F\\_17.11-10-2014.pdf&Itemid=151](http://tnpa.ecoinv.by/index.php?option=com_rsfiles&view=files&layout=view&tmpl=component&path=%D0%9E%D1%82%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B%2F%D0%A2%D0%9A%D0%9F_17.11-10-2014.pdf&Itemid=151)

UDC: 656; 656.001.12/.18

**EVALUATION OF ECONOMIC INDICATORS OF ROAD FREIGHT TRANSPORT  
SECTOR IN THE REPUBLIC OF LITHUANIA AND RUSSIAN FEDERATION**

**ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ГРУЗОВОГО ТРАНСПОРТНОГО  
СЕКТОРА В ЛИТОВСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**VENCKEVICIUTE Gerda, PhD,  
Vilnius University, Vilnius, Lithuania**  
**SUBACIENE Rasa, PhD in Economics, University Professor,  
Vilnius University, Vilnius, Lithuania**  
**BYCHKOVA S.M., PhD in Economics, University Professor,  
Saint Petersburg State Agrarian University, Saint-Petersburg, Russia**

**VENCKEVICIUTE Gerda, доктор экономических наук,  
Вильнюсский университет, Вильнюс, Литва**  
**SUBACIENE Rasa, экономических наук, профессор,  
Вильнюсский университет, Вильнюс, Литва**  
**БЫЧКОВА С.М., доктор экономических наук, профессор,  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский Государственный Аграрный университет»,  
Санкт-Петербург, Россия**

**Annotation:** Road freight transport sector is one of the most important sectors in any country and makes influence at different level to various regions, different types of industries and the whole economic development. The article investigates main economic indicators of road freight transport sector in the Republic of Lithuania and Russian Federation, it observes general development tendencies of this sector in Lithuania at micro level.

**Аннотация:** Автомобильный транспортный сектор является одним из важнейших сектором в любой стране и оказывает влияние на разных уровнях как на различных регионах, различных видов отраслей и всё экономическое развитие. В статье исследуются основные экономические показатели сектора автомобильного грузового транспорта в Литовской Республике и Российской Федерации, наблюдается общие тенденции развития этого сектора в Литве на микроуровне.

**Keywords:** road freight transport sector, economic indicators, the Republic of Lithuania, Russian Federation, vehicles.

**Ключевые слова:** сектор автомобильных грузовых перевозок, экономические показатели, Литовская Республика, Российская Федерация, транспортные средства.

### **Introduction**

Road freight transport is an important factor in the development of a national economy [17]. The freight industry plays an important role in the productivity of many other industrial sectors that have close relations with the freight transportation industry. For instance, manufacturers, wholesalers, and retailers depend on the trucking industry to a large extent. Construction and mining are two other types of industries that are highly dependent on truck freight transportation



[6]. The transportation of goods is a prerequisite for almost all local, regional and global trade and production. During past 50 years the demand for such transport to be undertaken by road has increased enormously. There are many reasons for this and the main contributors may be outlined as: road freight transport offers door-to-door collection and delivery, shorter transport times over increasingly long distances and more flexibility than any other surface transport mode; road networks have rapidly expanded, largely to provide for cars; technological improvements have further helped to increase efficiency, and so the supply of transport services has improved and etc. [11]. So, road freight transport sector plays an important role in various regions, at various levels of economics development all over the world as well as in the Republic of Lithuania and Russian Federation.

Global road freight transport sector's development tendencies and its role formed the research purpose - to evaluate the road freight transport sector in the Republic of Lithuania and Russian Federation. For the research were used statistical data analysis, inductive and deductive, regression analysis, information's systematisation, comparison and summary methods.

### Materials and methods of research

Most researches on road freight transport sector are related with the influence of this sector to the environment. The investigated topics include analysis of emissions of road freight transport, reporting on emissions, reduction of greenhouse gas emissions in freight transportation, the influence of carbon trading system on road freight transport industry, its regulation, possibility to use electronic vehicles in various countries [2; 4; 9; 14; 16], demand of road freight transport [1; 13], the impact of the transport service quality on the performance of road freight transport [15], electronic toll systems [5] and other issues. Although this paper points out economic indicators and their analysis in different countries.

According to general opinion, despite political will and technological progress, demand for transport still primarily responds to the economic environment. Historically, there has been a close statistical correlation between the growth of Gross Domestic Product (GDP) and growth in transport [7]. This correlation was taken for the basis for the formation of research methodology on evaluation of road freight transport sector in the Republic of Lithuanian and Russian Federation. Detail research methodology for evaluation of road freight transport sector in the Republic of Lithuanian and Russian Federation is presented in the Figure 1.

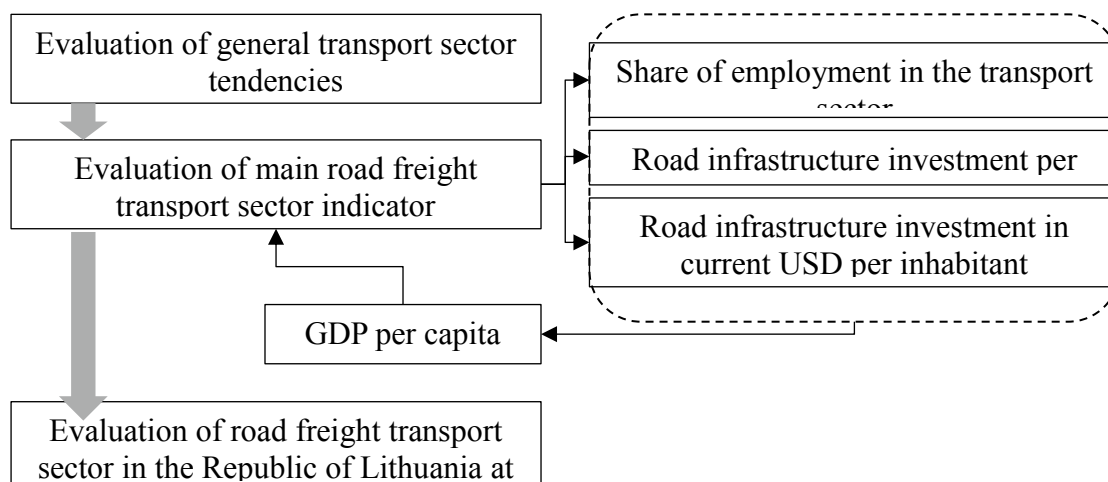


Figure 1. Research methodology of evaluation of road freight transport sector in the Republic of Lithuanian and Russian Federation is presented [composed by authors]

Research methodology includes several stages. Research starts by evaluation of general transport sector tendencies, followed by evaluation of main road freight transport sector indicators and finalized by evaluation of road freight transport sector in the Republic of Lithuania at micro level. Statistical data analysis, inductive and deductive, regression analysis, information's systematisation, comparison and summary methods were used during the research process.

### Results and considerations

Overview of general transport sector tendencies show, that following the economic crisis and the collapse of world trade in 2009, most regions of the world embarked on the path of recovery in 2010. Global freight volume transported by sea and air rebounded strongly and reached a new high. In rail and road freight, recovery has been slower with volumes still below pre-crisis levels, reflecting domestic economic performance more that trade [12]. Although growth in per-capita income levels has had a positive effect on the ownership and use of private vehicles, tending to increase reliance on private vehicles to meet mobility demand, particularly in emerging economies [7].

Road freight transport sector suffered in 2009. Data for 2010 show an overall increase but volumes remain below their 2008 levels. There are also marked differences between regions. The increase in activity, expressed in tonne-kilometres was 4% in the EU in 2010. Tonne-kilometres grew by 31 % in Latvia, 19 % in Greece, 17 % in Poland, 15 % in Czech Republic but only 5 % in France and the United Kingdom. Volumes fell by 1 % in Spain and by 24 % in Romania. Outside the Europe, road freight in Russia, Turkey and Mexico increased by 11 %, 8 % and 4 % respectively, whereas in Japan volume declined by more than 4 % [12].

Recovery in road freight has been slow and volumes remain below their pre-crisis peak both the EU area and Russia. Freight volume in the EU area has continued to recover since the low point in second quarter of 2009, but the latest quarterly data show that this recovery continues to be slow with tonne-kilometres remaining 8 % below pre-crisis peak in the third quarter of 2011 [12].

Recovery in road freight in Russia has been stronger. Tonne-kilometres by road fell during the crisis to 23 % below pre-crisis levels but the volume recovered to nearly pre-crisis levels by the first half of 2011. The latest preliminary data indicate, however, that this growth has again turned negative (Table 1) [12].

Table 1. Road freight transport, million tonne-kilometres [10]

Year	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
The Republic of Lithuania	20278	20419	17757	19398	21512	23449	26338	28067	26485	30974
Russian Federation	205849	216276	180136	199341	222823	248862	250054	246784	232549	217695

Table 2 presents a share of employment in the transport sector. Analysis results indicate, that average level of the indicator is 7,15 % in The Republic of Lithuania and 9,41 % - in Russian Federation, employment in the sector decreased at the peak of 2008 financial crisis, but fluctuations of the indicator were insignificant in Russian Federation. In the Republic of Lithuania the indicator varied from 0,1 percentage point to 0,7 percentage point. Share of value added by the transport sector in Lithuania made 11,4 % in average.

Table 2. Share of employment in the transport sector, % [8]

Year	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
The Republic of Lithuania	7,1	6,4	6,5	6,9	7,4	7,4	7,4	7,7	7,6
Russian Federation	9,4	9,3	9,4	9,3	9,4	9,4	9,5	9,5	9,5

Figure 2 presents investments to road infrastructure. According to the data the Republic of Lithuania invests more to road infrastructure in average 1,67 times according to road infrastructure investment per GDP indicator and almost twice according to the road infrastructure investment per habitant indicator. Such difference of the latter indicator may be influenced by a sharp decrease of population in Lithuania.

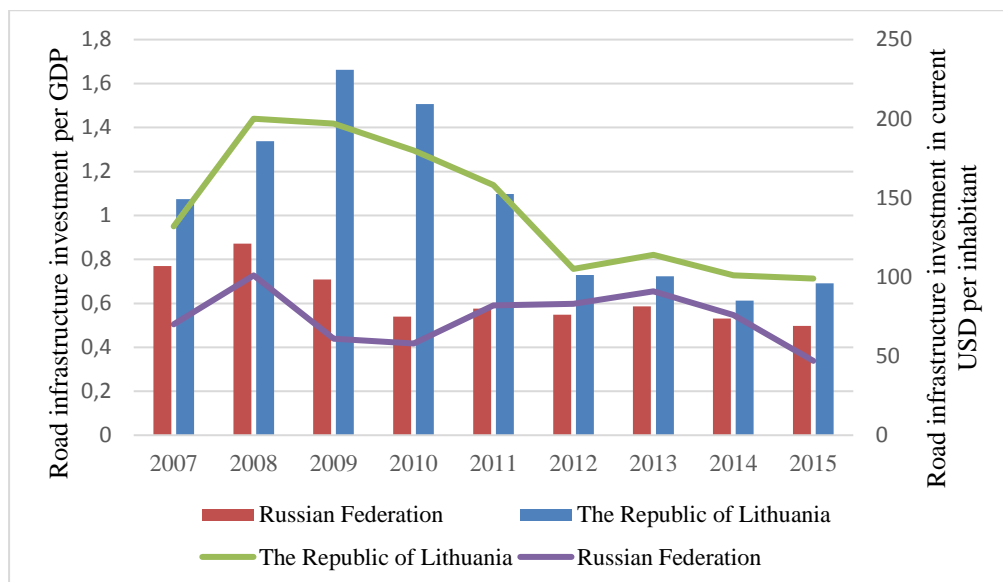


Figure 2. Road infrastructure investment [8]

GDP, as it was mentioned, is closely related with the development of transport sector. Figure 3 presents dynamic of GDP per capita in the Republic of Lithuania and Russian Federation. An average amount of GDP per capita during 10 year made 23903 USD in the Republic of Lithuania and 22831 USD in Russian Federation with the quite insignificant difference of around 1000 USD. The analysis of data show, that GDP per capita in analysed countries was at same level till 2013 and only from 2014 to 2016 this indicator started to increase rapidly in the Republic of Lithuania and made 20 % more in 2016 then the level of the indicator in Russian Federation. This tendency is reflected in dynamic of road infrastructure investment per GDP and road infrastructure investment in current USD per inhabitant indicators, too.

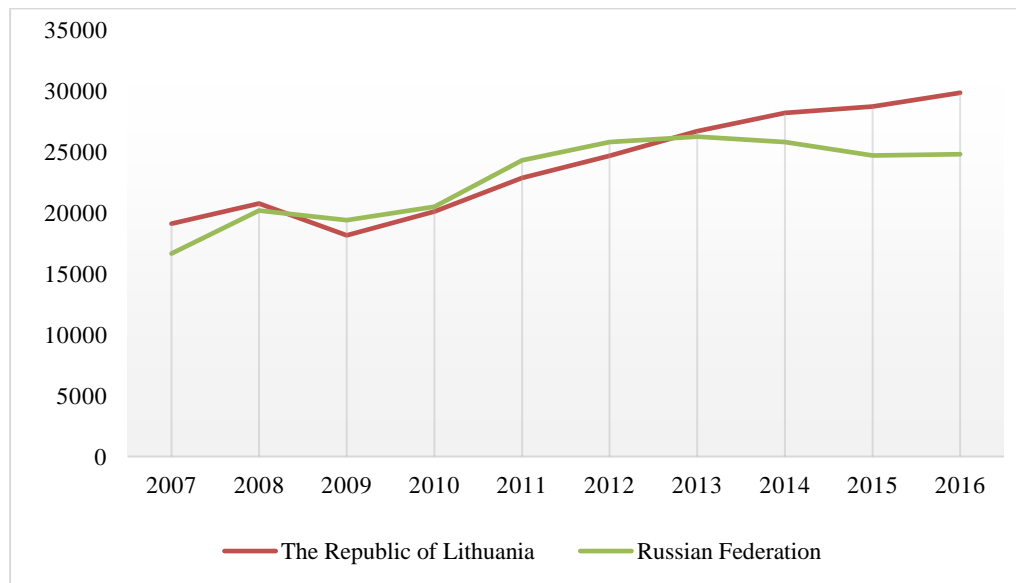


Figure 3. GDP per capita, USD [20]

Relationship between main economic indicator – GDP per capita and other indicators, which reflect the development of road freight transport sector (road infrastructure investment per GDP, road infrastructure investment in current USD per inhabitant, share of employment in the transport sector) was checked by regression analysis tool. Table 3 presents results of regression analysis.

Table 3. Results of regression analysis on main road freight transport sector indicators [composed by authors]

	The Republic of Lithuania		Russian Federation	
	R Square	Significance F	R Square	Significance F
General relationship level	0,84	0,019758	0,91	0,004938
By indicators:	Coefficients	P-value	Coefficients	P-value
Intercept	2026,20	0,953799	-88385,37	0,25148496
Road infrastructure investment per GDP	-11616,20	0,111674	-23422,80	0,00449092
Road infrastructure investment in current USD per inhabitant	59,44	0,401109	126,69	0,00937063
Share of employment in the transport sector	3479,47	0,408919	12349,89	0,142307

Generally, analysis results show, that significant relationship exists between depended variable (GDP per capita) and the independent variables (road infrastructure investment per GDP, road infrastructure investment in current USD per inhabitant and share of employment in the transport sector) and in the Republic of Lithuania the analysed indicators explain 84 % and in Russian Federation – 91 % of variance of GDP per capita indicator. Although deeper analysis by each indicator show that in the Republic of Lithuania relationship of analysed indicators with GDP per capita indicator is insignificant, as in Russian Federation – insignificant relationship is only with share of employment in the transport sector indicator.

In the Republic of Lithuania, optimistic expectations on the market prevail for several years in a row. Rokas Masiulis, Minister of Transport and Communication of the Republic of Lithuania,

indicates, that 2017 year was record for the Lithuanian transport sector; a year statistics shows a strong growth in each mode of transport, according to preliminary data, all major economic indicators of the transport sector grew, and growth rates were the highest in the last few years. According to preliminary data, exports of domestic transport services grew by 26.8 % per year, income from transport service was 19.0 %, and the gross value-added (GVA) generated by the sector increased by about 12 %. A turnover of transport enterprises, investments into renewal of fleet of vehicles as well as intellectual products was growing.

In terms of cargo transportation and handling, the highest growth per year is observed in land transport - 13.4% (up to 126.1 million tons). Compared to 2016, by 15.5% more of cargo was transported by road transport last year (73.4 million tons). Carriers of the country are entrenching more and more on the markets of North and West Europe; and cargo transportation to Russia is reviving as well. The analysis of export markets for Lithuanian transport services shows the rapid growth of export of these services to the Northern and Western European countries. According to preliminary data, export of transport services to Denmark increased by 80% over the year, the German and French markets grew by more than 40%. In 2017, for the first time, the largest export market for Lithuanian transport services was Germany, with service volumes and growth rates ahead of Russia that constituted the largest market share theretofore [21].

From 2016 onwards the development of a road freight transport fleet is especially noticeable. Each year the total fleet increases by more than 10 %. Results of analysis show, that in the middle of 2016, a certain break in the structure of the park may be emphasised. The Figure 4 presents, that previously most of the road freight transport fleet in the Republic of Lithuania was made up of companies' own vehicles. And in the middle of 2016, the number of leased vehicles exceeded the number of own vehicles and continued to grow rapidly. In the last three years, the number of leased vehicles increased by 7 times more than the number of own vehicles. This is a record growth over the past decade.

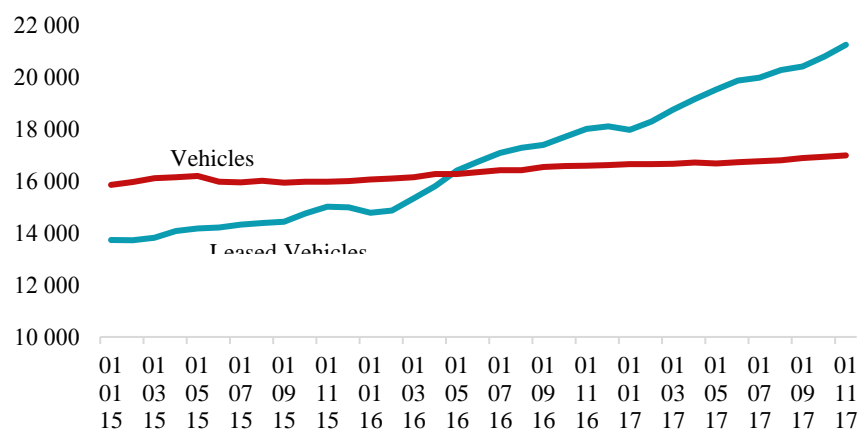


Figure 4. The volume of vehicles in Lithuania [composed by authors according to [3]]

If such growth of road freight transport fleet will continue in the coming years, authors may predict a threat that there might be a limit to where available capacity of the fleet will exceed the market needs, and the increased competition will push the shipping prices down.

Analysis results of revenue level of the sector indicate that growth of revenue in Lithuania was significant, this sector generated almost 7 milliard euros of revenue in 2016, and that is even

2.6 times more than in 2007 (see Figure 5). Such a growth is especially significant and such tendency confirms the role of this sector as a huge locomotive for the economy.

However, with the growth of the road freight transport fleet and revenue, the competitiveness of enterprises has also increased. Still the market of the road freight transport is very fragmented in Lithuania. That means the sector consist of many participants/players. The typical cargo transportation enterprise in Lithuania seems to be (when all companies in the sector are counted from the smallest to the largest, the middle of the so-called median enterprise) rather small, its vehicles fleet consists of only 3 vehicles and it generates 220 thousand euros revenue per year.

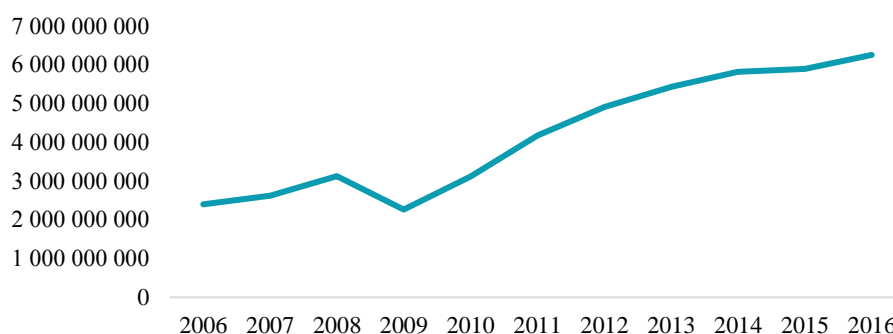


Figure 5. The dynamic of revenue in road freight transport sector in Lithuania, euros [composed by authors according to [3]]

Figure 6 shows that large enterprises, according to European scale, i.e. those with 100 or more vehicles makes in the Republic of Lithuania only 1%, but they have the latest fleet of vehicles with an average age of 2 years. The biggest part of the road freight transport sector’s enterprises are small, with no more than 5 vehicles, with an average age of 12 years. Then, average age of 16% of the enterprises with the number of vehicles from 6 to 10, is 9.5 years, and average age of 15% of the enterprise with the number of vehicles from 11 to 100 is 6.5 years. Generally, age of 54 % of vehicles is from 1 to 5 years, 20 % - from 6 to 10 years and 26 % - over 11 years in 2017.

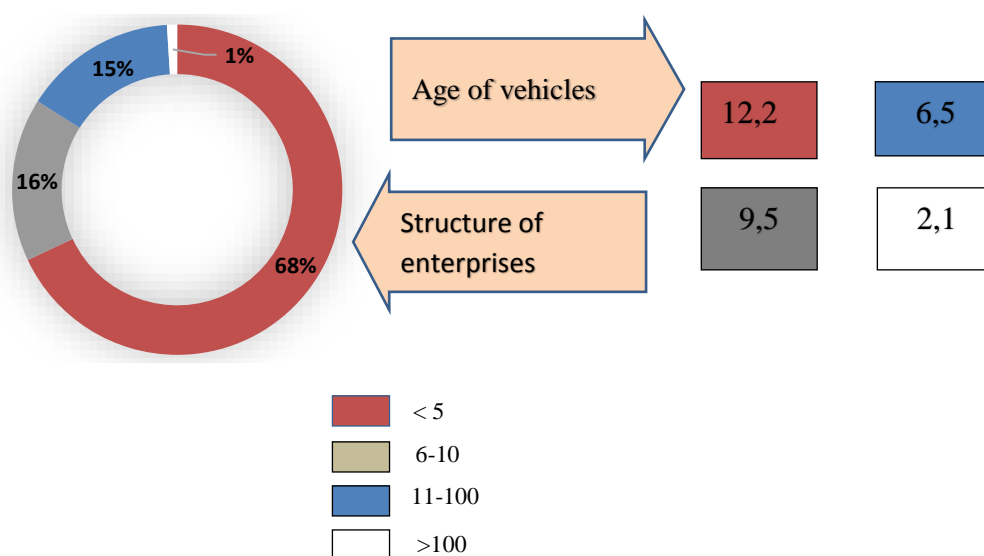


Figure 6. The structure of enterprises by number of vehicles and age in Lithuania, pr. [composed by authors according to [3]]



Results of analysis show that in the terms of competitiveness small enterprises have difficulties to finance the acquisition of new vehicles. And also for small companies with an old fleet of vehicles it is more complicated to compete. They are less resistant to economic and political fluctuations. On the other hand, some smaller companies are able to take decisions faster, react and reorient. They can also accumulate reserves and to renew their fleet of vehicles.

Authors may predict that in the future, the number of business acquisitions both in Lithuania and abroad may increase in order to expand the business and its development.

Table 4 presents main indicators of road freight transport sector in 2007 and 2017.

Table 4. Main indicators of road freight transport sector [composed by authors according to [3]]

Indicators	The Republic of Lithuania	
	2007	2017
Equity to total assets ratio, %	26	45
Liabilities to equity ratio, %	199	105
Current assets to current liabilities coefficient	1,3	1,6
Equity to total assets ratio, %	24	34
Liabilities to equity ratio, %	308	186
Current assets to current liabilities coefficient	1	1,3

Results of analysis indicate that equity to total assets ratio in the typical enterprise has doubled from 2007 to 2017. Enterprises are funded more by owners than by credit institutions. Such tendency should be evaluated positively as it would help enterprises to withstand market fluctuations. On the other hand, such level of equity to liabilities ratio may be related with lending policy of financial institutions, which has been changed during the decade. The same tendency reflect liabilities to equity ratio – enterprises borrowed capital decreased almost twice. Current assets to current liabilities coefficient also show that over decade abilities of enterprise to cover their current liabilities increased.

Indicators of typical enterprises of TOP 100 also reflect better situation over the decade. The situation may be evaluated at two aspects. First, due to a change in lending policy, it might seem that it may be more difficult to carry out expansion and renewal of a fleet of vehicles on borrowed funds. Second, the immunity of these enterprises is stronger due to lower financial burdens, lower financial obligations and, therefore, a higher proportion of equity. These enterprises have more chances to withstand the difficulties, than a decade ago.

### Conclusions

Most researchers under analysis of road freight transport sector investigate emissions of road freight transport, reporting on emissions, reduction of greenhouse gas emissions in freight transportation, the influence of carbon trading system on road freight transport industry, its regulation, possibility to use electronic vehicles in various countries, demand of road freight transport, the impact of the transport service quality on the performance of road freight transport, electronic toll systems and other issues.

Road freight transport sector recovery was slow in the EU area and Russian Federation after financial crisis. The data show that the recovery continues to be slow. Although recovery in road

freight transport sector in Russian Federation has been stronger and the tonne-kilometres recovered pre-crisis levels.

Analysis results indicate, that average level of a share of employment in the transport sector is 7,15 % in the Republic of Lithuania and 9,41 % - in Russian Federation. The level of indicator decreased at the peak of 2008 financial crisis, but fluctuations of the indicator were insignificant in both countries. The Republic of Lithuania invests more to road infrastructure in average 1,67 times according to road infrastructure investment per GDP indicator and almost twice according to the road infrastructure investment per habitant indicator then Russian Federation. GDP per capita indicator was quite similar in both countries. The situation changed from 2014, when the indicator started to increase in the Republic of Lithuania and reached 120 % in 2016 of the level in Russian Federation.

Regression analysis results indicate, that significant relationship exists between GDP per capita and analysed indicators - road infrastructure investment per GDP, road infrastructure investment in current USD per inhabitant and share of employment in the transport sector - in both countries. But deeper analysis reflects differences between countries.

In the Republic of Lithuania the number of leased vehicles increased by 7 times more than the number of own vehicles during last three years. Such growth may exceed the market needs, and the increased competition will push the shipping prices down. In the Republic of Lithuania typical cargo transportation enterprise is rather small, its vehicles fleet consists of only 3 vehicles and it generates 220 thousand euros revenue per year. Generally, age of 54 % of vehicles is from 1 to 5 years, 20 % - from 6 to 10 years and 26 % - over 11 years in 2017. Results of analysis show that terms of competitiveness for small enterprises are more complicated, as they have difficulties to finance the acquisition of new vehicles. Such enterprises are less resistant to economic and political fluctuations, although they are able to take decisions faster, react and reorient. Analysis of financial ratios indicates positive development tendencies of enterprises of the Republic of Lithuania during last ten years.

### **Bibliography**

1. Bouguerra H., Souissi B., Benammou S. Factors Influencing Road Freight Transport Demand: Policy Instruments for Sustainable Transport in Tunisia. In: Journal of Academic Research in Economics, 2016, 8(2), 219-238. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=82099690-7843-4c54-b13d-5c79140d1073%40sessionmgr4010&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=120563655&db=a9h>
2. Chen, Zhang L., Hou B.H., Taudes A. Carbon trading system for road freight transport: the impact of government regulation. In: Advances In Transportation Studies, 2013, 49-60. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=42e21373-0799-4c8b-909f-bcfbb5a65520%40sessionmgr4006&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=95423089&db=a9h>
3. Credit info bureau database.
4. Demir E., Bektaş T., Laporte G. A Comparative Analysis of Several Vehicle Emission Models for Road Freight Transportation. In: Transportation Research: 2011, Part D, 16(5), 347-357. doi:10.1016/j.trd.2011.01.011. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=83bcd463-16a9-4eaf-a2e7-3b80b9a963cc%40sessionmgr4008&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=60382423&db=a9h>.

5. Fazekas M., Šulgan M., Liščák Š. Electronic Road Toll Systems in Slovakia and a Country Selected From Central Europe. In: *Transport Problems: An International Scientific Journal*, 2013, 8(4), 35-44. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=2d7a123f-c2a3-444a-ace2-8fa1b4e69376%40sessionmgr4006&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=11831343&db=a9h>
6. Hossein Rashidi L., Samimi A. Relationship between Economic and Transportation Infrastructure Indicators and Freight Productivity Growth. In: *Journal Of Urban Planning & Development*, 2012, 138(3), 254-262. doi:10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000111. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=3b629809-b8d3-494f-b70d-131b5ebdf7fe%40sessionmgr4010>
7. ITF Transport Outlook 2017, <http://dx.doi.org/10.1787/9789282108000-en>
8. ITF Transport Statistics (database), 2018, "Transport performance indicators", <http://dx.doi.org/10.1787/2122fa17-en>
9. Kinnear S., Rose A., Rolfe J. Emissions Reporting in the Australian Road Freight Transport Sector: Is There a Better Method than the Default Option? In: *International Journal Of Sustainable Transportation*, 2015, 9(2), 93-102. doi:10.1080/15568318.2012.738777. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=e3e37a73-e026-483f-87ac-f7af6a2b2e1d%40sessionmgr4010&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=97586336&db=a9h>
10. OECD Freight transport (indicator). 2018. doi: 10.1787/708eda32-en. <https://data.oecd.org/transport/freight-transport.htm>
11. OECD, *Moving Freight with Better Trucks: Improving Safety, Productivity and Sustainability*, 2011, <http://dx.doi.org/10.1787/9789282102961-en>.
12. OECD, *Trends in the Transport Sector*, 2012, [http://dx.doi.org/10.1787/trend\\_transp-2012-en](http://dx.doi.org/10.1787/trend_transp-2012-en).
13. Ottemöller O., Friedrich H. Opportunities of sectoral freight transport demand modelling Case Studies on Transport Policy 4, 2016, 9–12, <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2015.08.003> [https://ac.els-cdn.com/S2213624X15300067/1-s2.0-S2213624X15300067-main.pdf?\\_tid=7e39f8d0-cd95-4870-b4e1-0c0dce1d4751&acdnat=1521650779\\_c7a16998959292b149f8a2cc30b3e790](https://ac.els-cdn.com/S2213624X15300067/1-s2.0-S2213624X15300067-main.pdf?_tid=7e39f8d0-cd95-4870-b4e1-0c0dce1d4751&acdnat=1521650779_c7a16998959292b149f8a2cc30b3e790)
14. Quiros D. C., Smith J., Thiruvengadam A., Huai T., Hu, S. Greenhouse gas emissions from heavy-duty natural gas, hybrid, and conventional diesel on-road trucks during freight transport. *Atmospheric Environment*, 2017, 16836-45. doi:10.1016/j.atmosenv.2017.08.066. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=fd6e4a2c-d4a3-4625-8524-b3d86b560fec%40sessionmgr4010&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=125285884&db=a9h>
15. Šimková I., Konečný V., Liščák Š., Stopka O. Measuring the Quality Impacts on the Performance in Transport Company. *Transport Problems: An International Scientific Journal*, 2015, 10(3), 113-124. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=9a251164-ae2d-40fe-b8b0-1a2d510119d2%40sessionmgr4007&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=113046828&db=a9h>
16. Thambiran T., Diab, R. D. Air pollution and climate change co-benefit opportunities in the road transportation sector in Durban, South Africa. *Atmospheric Environment*, 2011, 45(16), 2683-2689. doi:10.1016/j.atmosenv.2011.02.059.

- <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=09748caa-8034-4dad-8a57-8c3ed58e40b0%40sessionmgr4007&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtG12ZQ%3d%3d#AN=60107597&db=a9h>
17. Trends in the Transport Sector 2012. [https://www.keepeek.com//Digital-Asset-Management/oced/transport/trends-in-the-transport-sector-2012\\_trend\\_transp-2012-en#page1](https://www.keepeek.com//Digital-Asset-Management/oced/transport/trends-in-the-transport-sector-2012_trend_transp-2012-en#page1); [http://dx.doi.org/10.1787/trend\\_transp-2012-en](http://dx.doi.org/10.1787/trend_transp-2012-en).
  18. Valdas A., Ruus R., Põldaru R., Roots J. Forecasting Road Freight Transport Alternatives for Sustainable Regional Development in Estonia. Economic Science for Rural Development Conference Proceedings, 2016, (42), 171-178. Proceedings of the 2016 International Conference “Economic Science For Rural Development” No 42, Jelgava, LLU ESAF, 21-22 April 2016, pp. 171-178. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=44d1bd90-db35-4fb2-9437-9ca8f3ea154e%40sessionmgr4010>
  19. World bank database. 2017. <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=LTU>
  20. World Development Indicators database. 2018. <https://datacatalog.worldbank.org/public-licenses#cc-by>
  21. Year 2017 was record for the Lithuanian transport sector/ Ministry of Transport and Communications. 2017. <https://sumin.lrv.lt/en/news/year-2017-was-record-for-the-lithuanian-transport-sector>

UDC: 336.051

**IMPROVEMENT THE METHODS OF PROVIDING THE ASSESSMENT AT THE LEVEL  
OF LOCALIZING THE PRODUCTION IN THE CONDITIONS OF IMPORT  
SUBSTITUTION**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ  
ЛОКАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ**

*CHASHCHINA Svetlana, master student,  
Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia*

*ЧАЩИНА Светлана, магистр,  
Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия*

***Annotation:** The paper reveals the features of import substitution and localization as one of the tools of import substitution, their role in such domestic industries as retail and the automotive industry. A comparison occurred between the approved formula for calculating localization and a formula that allows for inventory. Based on the results of the study, there was active tendency of the development of the policy of import substitution in various sectors of Russia, and a positive dynamics of financial indicators within the framework of the proposed formula. It consists in reducing costs and increasing profitability, stimulating import substitution policies, the tendency of the development of the policy of import substitution in various sectors of Russia.*

***Аннотация:** в работе показаны особенности импортозамещения как постепенного процесса перехода к внутреннему производству на локальном рынке и локализации, как одного из инструмента импортозамещения, их роль в таких отечественных отраслях, как ритейл и автомобильная промышленность. Было проведено сравнение утвержденной формулы расчета локализации и разработанной в рамках исследования формулы, учитывающей запасы. По итогам исследования было выявлено, что в рамках предложенной формулы наблюдается активная тенденция развития политики импортозамещения в различных отраслях России, а та же положительная динамика финансовых показателей: уменьшение затрат и увеличение доходности, стимулируя политику импортозамещения.*

***Keywords:** localization level, import substitution, localization level formula, financial indicators.*

***Ключевые слова:** уровень локализации, импортозамещение, формула уровня локализации, финансовые показатели.*

**Введение**

На сегодняшний день в российской литературе появилось такое понятие как «локализация». Оно имеет несколько значений. Локальные изготовители и государство уделяют большое внимание повышению данного показателя и это нашло отражение во различных нормативных документах: «Стратегия 2020», «Энергетическая стратегия России на период до 2030 года» и др.

Можно выделить ряд мероприятий для повышения показателя «локализация»:

1. Снижение себестоимости производства за счет:

- 1) льготных условий лизинга (государственное субсидирование 15-20% выплат сроком на 7 лет);
- 2) развития логистической инфраструктуры;
- 3) организация аудита и планирование мероприятий системы менеджмента качества по международным стандартам по программе развития производителей комплектующих.

2. Обеспечение предприятий различных отраслей сырьем и материалами:

- 1) формирование отраслевого интегратора;
- 2) выделение государственных субсидий для проектов по развитию и переоснащению производителей сырья и материалов.

3. Снижение доли импортируемых комплектующих, сырья и материалов.

4. Развитие интеллектуальной и технологической базы России с помощью развития/строительства и оснащения инжиниринговых центров за счет государственных средств.

5. Применение таможенной и налоговой политики для развития локализации зарубежного производства в самой стране. Эти мероприятия со стороны правительства являются наиболее эффективными инструментами. Наиболее часто встречающимися и результативными преференциями выделяют следующие:

- 1) возможность не платить налоги на имущество (ключевые фонды производства, которые участвуют в процессе изготовления локализованной продукции);
- 2) возможность не платить налог на прибыль (полученной от продажи локализованной продукции);
- 3) освобождение от таможенных платежей (за исключением сборов за таможенное оформление) ввозимого технологического оборудования и запасных частей к нему, а также комплектующих, которые не были произведены в стране и используемые в технологическом процессе при производстве локализованной продукции [4, с.101].

Среди данных мероприятий большое значение уделяют импортозамещению. В сфере производства и торговли локализация распространена достаточно широко, учитывая популярность данной отрасли. Так, по данным РБК, с 2013 г. крупные игроки рынка ритейла уверенно сохраняют долю рынка, несмотря на незначительно падение в 2015 г., связанное с низким платежеспособным спросом населения на фоне роста цен ввиду ослабления курса национальной валюты и ограничения импорта некоторых товарных категорий (Таблица 1).

Таблица 1. Динамика темпов роста выручки топ-5 FMCG-сетей (сети, специализирующиеся на быстро оборачиваемой потребительской продукции) по объему оборота, % [6]

Компания	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Магнит	42,1	33,6	28,2	31	22,4
X5 Retail Group	36,9	8,1	8,8	18,7	27,6
ГК Дикси	59,1	43,8	22,8	26,9	18,9
Лента	17,4	2,4	31,2	34,5	30,3
О'Кей	11,5	26	18,7	8,9	6,9



В розничной торговле локализация рассматривается как процесс изготовления на территории другой страны продукции первоначально иностранного происхождения, то есть отражает долю стоимости отечественных компонентов в общей стоимости. Данное определение распространено во всех сферах: ритейл, автомобильная промышленность и др.

В условиях нестабильной внешней среды, политических санкций, непосредственно влияющих на условия производства, вопросы, связанные с локализацией, становятся особенно актуальными.

Степень локализации является определяющим фактором в процессе формирования цен, к примеру, на рынке автомобильной продукции. Однако, и в ритейле локализация имеет немаловажную роль: предприятия стараются вытеснить зарубежные товары отечественными, путем продажи аналогичной продукции по качеству и технологии производства. При этом, многие ритейлы сотрудничают с производственными компаниями, которые производят товары по зарубежной рецептуре, но за счет отечественных технологий. Следовательно, локализация влияет и на управление движением товарных запасов, так как это прямой финансовый источник доходности компаний. Кроме того, запасы продукции являются одним из ключевых компонентов в контроле за деятельностью предприятия, включая ритейл. Товарные запасы являются частью обеспечения продукции, которая представляет собой совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю. Они создаются на всех этапах движения продукции: на складах, организаций, специализирующихся на производстве, во время передвижения. Такой автор, как Щеголев В.М. считает, что координирование запасов является достаточно непростым механизмом процессов [5, с. 298].

Данные вопросы являются подсистемой одного ориентира, а именно организации непрерывного процесса реализации продукции в условиях минимума настоящих издержек по содержанию запасов. Поэтому немаловажным фактором является импортозамещение, а именно: повышение уровня локализации в частности, для снижения издержек производства.

### **Материалы и методы исследования**

Исследование методики обеспечения оценки уровня локализации производства в условиях импортозамещения осуществлялось на основе анализа законодательства РФ, с применением методов сравнения, обобщения данных.

Основное внимание в исследовании уделено импортозамещению и его влиянию на финансовые показатели в таких отечественных отраслях, как ритейл и автомобильная промышленность.

### **Результаты и обсуждения**

Импортозамещение в литературе рассматривается как постепенный процесс перехода к внутреннему производству на локальном рынке в рамках конечных товаров, услуг и технологий или вытеснению реализации импортных товаров, услуг и технологий отечественными. Процесс изготовления продукции или комплектующих зарубежного происхождения представляет собой локализацию. Отсюда следует, что данный термин напрямую связан с иностранной компанией и в производстве участвуют как отечественные, так и иностранные предприятия. Здесь также возможно применение иностранных технологий или оборудования.

Для удовлетворения текущего спроса на глобальные продукты международного масштаба используется локализация, которая связана с производством и обеспечивает

варьирование технологий. Из этого вытекает, что локализация является одним из инструментов импортозамещения. При увеличении самой локализации, в основном наблюдается увеличение импортозамещения. Рассмотренные мероприятия в рамках импортозамещения направлены на его стимулирование локализации [2].

На основе мирового опыта можно предположить, что локализация для организации приносит выгоду в следующих случаях:

- 1) организация обладает уникальными правами собственности на продукт, технологию, репутацию (имидж);
- 2) при помощи локализации становится выгоднее производить, чем изготавливать в стране-метрополии, а затем готовую продукцию транспортировать в страну реализации;
- 3) по окупаемости инвестиций у предприятий с помощью локализации имеется явное преимущество по сравнению с обычной продажей лицензии на свое уникальное право собственности.

Объектом исследования был выбран уровень локализации. Показано, что влияние значительного изменения курса российского рубля распространяется не только на импортируемые товары, а также компоненты, но и на приобретаемые в российских рублях локальные компоненты. Поэтому необходимо рассмотреть факторы, дополняющие текущий показатель уровня локализации и позволяющие корректно оценить влияние курсовой волатильности на себестоимость товаров.

Повышению показателя уделяют большое внимание как локальные изготовители и компании, так государство. В ходе исследования были проанализированы мероприятия, направленные на повышения уровня локализации.

Согласно приказу Министерства экономического развития РФ, Министерства промышленности и энергетики РФ и Министерства финансов РФ, локализацию производства принято рассчитывать по формуле (1):

$$L = (1 - V/P) * 100\%, \text{ где} \quad (1)$$

L – среднегодовой уровень локализации производства;

V – таможенная стоимость всех компонентов и их частей, ввезённых российским юридическим лицом для производства моторных транспортных средств товарных позиций 8701-8705 ТН ВЭД ТС, их узлов и агрегатов в отчетном периоде;

P – общая стоимость всех моторных транспортных средств товарных позиций 8701-8705 ТН ВЭД ТС, а также их узлов и агрегатов, произведённых российским юридическим лицом и реализованных покупателям за отчетный период в фактических отпускных ценах [3].

Аналогично, уровень локализации можно посчитать для ритейлов, которые продают локальные товары, продукцию под собственной торговой маркой, а также товары поставщиков, замещающих иностранную технологию производства отечественной.

Однако, данная формула не полностью отражает рублевую часть себестоимости.

Во-первых, компоненты, поставляемые локальными производителями, в своей себестоимости имеют импортную составляющую в виде импорта иностранных сырья, материалов, субкомпонентов. С 2014 г. это особенно актуально стало в связи с значительным изменением курса российского рубля. Влияние изменения курса российского рубля распространяется не только на импортируемые автопроизводителем компоненты, но и на приобретаемые локальные компоненты. Они зависят от изменений себестоимости

импортных компонентов поставщиков, выраженной в российских рублях. Соответственно показатель уровня локализации (L) не позволяет корректно оценить влияние курсовой волатильности на себестоимость автомобилей, то есть не позволяет оценить уровень «чистой рублёвой» составляющей себестоимости данных компонентов, т.к. не учитывает так называемый «скрытый импорт».

Во-вторых, в Минэкономразвитии рассматривается возможность изменения формулы расчета показателя локализации с помощью введения коэффициента. Данный коэффициент способствовал бы уменьшению влияния скачков валюты на уровень локализации, так как с понижением рубля уменьшается сам показатель локализации.

В-третьих, действующий показатель локализации учитывает только товарные позиции и при этом нет учета складских запасов, а это может говорить о его неточности.

Так, данные корректировки могли бы значительно увеличить реальный показатель уровня локализации.

Таким образом, в рамках исследовательской работы была предложена измененная формула (1) для расчета уровня локализации, а именно: для совершенствования показателя были учтены складские запасы и была создана формула (2):

$$L = \left( (1 - V/P) + (1 - V/P_2) \right) * 100\%, \text{ где} \quad (2)$$

V – таможенная стоимость всех компонентов и их частей, ввезённых российским юридическим лицом для производства моторных транспортных средств, находящихся на складе, а также их узлов и агрегатов.

P<sub>2</sub> – общая стоимость всех моторных транспортных средств, находящихся на складе, а также их узлов и агрегатов, произведённых российским юридическим лицом и реализованных покупателям за отчетный период в фактических отпускных ценах.

Аналогично, данная формула действует в рамках ритейлов.

Данная формула позволяет более точно оценить уровень локализации, так как показывает более прозрачное значение показателя, учитывая не только текущие продажи, но и запасы. Сравнение данных формул и результаты анализа на примере автомобильной промышленности опубликованы в научных сборниках Всероссийской научной конференции молодых ученых "Наука. Технологии. Инновации" 2017 г. [1].

Учет запасов в формуле так же важен по причине того, что запасы относятся к системе внутреннего контроля. Система внутреннего контроля подразумевает процесс обеспечения достаточной уверенности в достижении целей с точки зрения надежности финансовой (бухгалтерской) отчетности, эффективности и результативности хозяйственных операций и соответствия деятельности компании нормативным правовым актам. Данный процесс должны организовать и осуществлять представители собственника, руководство, а также другие сотрудники компании.

### Выводы

Увеличение уровня локализации, в свою очередь, активно стимулирует политику импортозамещения: замещение иностранных товаров, услуг и технологий позволяет значительно уменьшить затраты, уменьшить себестоимость, а, следовательно, увеличить доходы компаний. Кроме того, это позволяет увеличить спрос на отечественные товары услуги и технологии, что так же положительно влияет на финансовые показатели организаций.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что в настоящее время наблюдается активная тенденция развития политики импортозамещения в различных отраслях России.

#### **Библиография**

1. Драгунова Е.В. Наука. Технологии. Инновации. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. Часть 7. с. 657-659.
2. П.1.6. Приложения 1 к Порядку, определяющему понятие «промышленная сборка» моторных транспортных средств и устанавливающий применение данного понятия при ввозе на территорию Российской Федерации автокомпонентов для производства моторных транспортных средств товарных позиций 8701-8705 ТН ВЭД ТС, их узлов и агрегатов (утверждено приказом Минэкономразвития РФ, Министерства промышленности и энергетики РФ и Минфина РФ от 15 апреля 2005 г. N 73/81/58н).
3. Распоряжение от 8 декабря 2011 года N 2227-р об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. <http://government.ru/docs/9282/>
4. Стратегия развития автомобильной промышленности РФ на период до 2020 г. с. 61-70. [http://nami.ru/uploads/docs/prognozirovanie\\_otrasli\\_docs/55a6238a3a686Strategy\\_auto\\_2020.pdf](http://nami.ru/uploads/docs/prognozirovanie_otrasli_docs/55a6238a3a686Strategy_auto_2020.pdf)
5. Щёголев В. М. Оптимальное управление производственными запасами. В: Материалы Международной научной конференции "Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики" Актуальные проблемы социально-экономического развития: территориальные и отраслевые аспекты. Ч.2, Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2011, с.144-150.
6. РБК. Тренды FMCG – ритейла в России 2016/2017. <http://coshare.support24.moscow/analytics/rbk-trendy-fmcg-riteyla-v-rossii-2016-2017/>

## 1.2. SOCIAL SCIENCES

## 1.2. ȘTIINȚE SOCIALE

UDC: 331.1; 316.35

### IMPROVING THE EFFICIENCY OF USING INTELLECTUAL RESOURCES IN ISRAEL

### EFICIENTIZAREA UTILIZĂRII RESURSELOR INTELECTUALE ÎN ISRAEL

*GRIBINCEA Alexandru, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
ABU-RABIA HANI, manager, Israel,  
PhD student, Free International University of Moldova, Chisinau*

*GRIBINCEA Alexandru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
ABU-RABIA HANI, managerul, Israel,  
doctorand, Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *Intellectual resources management is a relatively new term; other used names are: personnel training, personnel management, industrial relations, personnel development. Human resources management refers to a global, multidisciplinary and professional approach to personnel issues in the organization. There must be a better match between the company's strategy and human resources strategies. The current issue of improving motivation at work is not disputed by either science or practice because it is not only about increasing the social and creative activity of a particular employee (soldier, director, or operative staff), which depends on the precise development of an effective system of motivation, as well as the final results of the company of various organizational and legal forms of ownership, production and non-productive activity spaces. The purpose of the study is to determine the relationship between effort and effect in the formation of intellectual resources.*

**Adnotare:** *Gestiunea resurselor intelectuale este un termen relativ nou. Alte denumiri utilizate sunt: formarea resurselor umane, administrarea personalului, relații industriale, conducerea activităților de personal, dezvoltarea angajaților, managementul personalului. Managementul resurselor umane se referă la o abordare globală, interdisciplinară și profesională a problemelor legate de personalul unei organizații. Între strategia firmei și strategiile din domeniul resurselor umane trebuie să existe o concordanță cât mai bună. Actualitatea problemelor de perfecționare a motivației în lucru nu este contestată nici de știință, nici de practică, deoarece nu numai că este vorba despre creșterea activității sociale și creative a unui anumit angajat (militar, manager, muncitor), care depinde de dezvoltarea exactă a unui sistem eficient de motivație, dar și de rezultatele finale ale activității întreprinderilor de diferite forme organizatorice și juridice de proprietate, de producție și de spații neproductive de activitate. Scopul cercetării constă în determinarea corelării dintre efort și efect în formarea resurselor intelectuale.*

**Keywords:** *intellectual resources, motivation, training.*

**Cuvinte-cheie:** resurse intelectuale, motivare, formare.

### Introducere

De problemele stimulentei și remunerării activității, inclusiv intelectuale s-au preocupat oameni de știință bine-cunoscuți din trecut și prezent, precum: M. Armstrong, F. Herzberg, R. Daft, D. McGregor, A. Maslow, M. Meskon și alții. Cu toate acestea, aspectul motivării moderne, trăsăturile formării formelor, metodelor și tehnicilor de stimulare a muncii științifice și intelectuale rămâne puțin studiat. Motivația este dorința unui individ de a depune toate eforturile pentru a atinge obiectivele stabilite, cu condiția ca aceste eforturi îi pot satisface anumite nevoi personale [10, p.63]. Motivația nu ar trebui doar să-i satisfacă pe oameni, ci trebuie să-l surprindă [7, p.6]. Cercetările disponibile [1; 2; 8] în domeniul dependenței comportamentului personalului de structura de vârstă permit formarea principalelor ipoteze și determină structura tendințelor de formare a personalului inteligent [2; 3; 12]. Rezultatele studiilor empirice privind definirea unui sistem motivațional pentru persoanele de diferite calificări și vârstă sunt prezentate în tabelul 1.

### Material și metodă

*Scopul investigației* constă în cercetarea experienței din Israel cu privire la formarea și utilizarea potențialului intelectual.

*Obiectul cercetării* îl constituie personalul din întreprinderile publice și militare.

*Metodologia cercetării.* Teoria cercetării implică studii de birou, studii clinice, ele fiind fapt constatat, dar lipsit de semnificație. Metodele utilizate includ studii de caz, cauzale, motivaționale, controlul variabilelor, modelarea, inducție, deducție, analiză, comparație, empirică, longitudinală etc.

### Rezultate și discuții

Cercetătorii științifici [1; 11] disting 5 faze ale ciclului de viață al omului:

- prima fază (16-20 ani), faza care precede autodeterminarea, în care profesia nu este definitivată precis;
- a doua fază (de la 16-20 până la 25-30 de ani), căutarea unei vocații, sfera de activitate care se potrivește cel mai bine și corespunde aspirațiilor umane [11, p.443-444];
- a treia fază (de la 25 până la 45-50 de ani), perioada de maturitate a activității personale, când se precizează vocația, se acumulează experiența de viață și profesională, perioada „crizei vârstei medii” – perioada evaluării domeniului de activitate și destinului [8, p.1128];
- a patra fază (de la 45-50 până la 65-70 de ani), perioada de finalizare a activității profesionale, plină de experiență și cunoștințe;
- cea de-a cincea fază (de la 65 de ani), activitatea preponderentă este comunicarea [5, p.219].

Tabelul 1. Sistemul necesităților în funcție de vârstă [4]

Factorii motivaționali	Tineri (până la 40 ani)	Vârsta 40-60 ani
Obținerea venitului	+	+
Creșterea profesională, rotația cadrelor	+	-
Lucrul autonom	+	-
Posibilități sociale	+	-
Securitatea muncii	-	+
Responsabilitate	-	+
Stima din partea superiorilor	-	+



Satisfacție din muncă	+	-
Condițiile de muncă	-	+
Asigurarea medicală	-	+

Perioada aptă de muncă se definește ca productivă, deoarece asigură creșterea profesională, care motivează personalul pentru dezvoltarea capacităților și deprinderilor profesională, creșterea profilului său competitiv, raționalizează alegerea traiectoriei de autodezvoltare și autodeterminare. Vârsta de pensionare are un efect ambiguu asupra comportamentului de motivare a personalului, deoarece o schimbare în abilitățile sale fizice: activitate, mobilitate, memorie, viteza de răspuns determină o scădere a fluxului investițional în personal și, ca urmare, un impact negativ asupra comportamentului de motivare a personalului. Investigațiile lui R. Kanfer, Ph. L. Ackerman [11, p.448-449] arată, în mod clar, că forțele motivaționale „productive” sunt mai mari în cazul angajaților de 20 de ani, prin urmare, „răspunsul” va fi mai impulsiv, pe când persoanele mai în vârstă prezintă argumente motivaționale „puternice”. Autorul a ajuns la concluzia că motivația nu este nimic dacă nu este multilaterală, iar fiecare element este asociat cu comunicarea. Lipsa acestei interacțiuni stopează legătura între personal pe orizontală (coordonare) și verticală (conducere eficientă) [7, p.95].

Cercetările au reieșit din ipoteza că factorul de vârstă determină tipul instrumentului motivațional în întreprinderile publice [6]. Cercetările au fost realizate cu personalul din diverse domenii din Israel: educație, cultură, serviciul militar, telecomunicații, serviciul public etc. În cercetare au participat 800 de respondenți cu vârsta 18-65 ani, care locuiesc în orașul Haifa și împrejurimi, dintre care: personal din instituții publice – 685 persoane (44,6% – bărbați și 54,4% – doamne) și din instituții private – 115 (50,5% – bărbați și 49,5% – doamne). Vârsta medie – 41 ani. Pentru a ne asigura că vârsta medie a bărbaților, statistic, nu diferită semnificativ de vârsta medie a femeilor, a fost efectuat un t-test Student pentru probe independente. Datele obținute arată că, de fapt, nu există nici o diferență în vârsta medie dintre cele două grupe de gen [ $t(685) = -1.6, p = n.s.$ ]: vârsta medie a bărbaților a fost de 41,47 (SD = 11,78), iar vârsta medie a femeilor a fost de 42,83 (SD = 11,63). Pentru a studia tipul predominant de motivație în activitatea funcționarilor publici, a fost folosit modelul tipologic al lui Gerchikov [2; 5]. Modelul este construit pe intersecția a două axe: motivație și comportament de lucru. Motivația pentru atingerea și evitarea motivației este diferită.

Prin motivarea realizării se înțelege dorința de a obține anumite prestații ca remunerare pentru muncă, iar prin motivația evitării – dorința de a scăpa de pedeapsă sau alte sancțiuni negative pentru nerespectarea regulilor, disciplinei, neîndeplinirea unor ordine sau îndeplinirea lor neglijentă [6].

În model sunt evidențiate patru tipuri de bază de motivare și un tip de motivație de evitare:

- persoanele de tipul „instrumental” nu sunt interesate să lucrează ca atare. Sunt cointeresate doar în remunerare financiară. O astfel de persoană va fi zeloasă să lucreze peste tot, dacă va fi plătită foarte bine;
- un angajat cu o motivație „profesională”, dimpotrivă, mai puțin apreciază banii, pentru el conținutul este mai important ca munca în sine.
- un angajat cu motivație „gospodar” încearcă să preia orice activitate, a fi pe deplin responsabil pentru afacerea cu care se ocupă. Pentru un om de acest tip, există o condiție – absența oricărui control din afară. Astfel de oameni nu tolerează când sunt conduși, prin urmare este dificil de condus cu aceste persoane;

- pentru angajații de tip „patriot” principalul este să fie necesar organizației. Ei apreciază mai presus de toate rezultatul activității comune și recunoașterea de către conducere a meritului lor. Prestigiul activității și banii sunt pe plan secund;
- oameni de tip care evită pedepsele, „proletari”, nu caută să muncească, ci doar fac minimul necesar, pentru care să nu fie pedepsiți.

Trebuie de remarcat, că aceste tipuri de persoane, în stare pură, aproape că nu există, deoarece în oameni se intersectează 2-3 tipuri de motivații în muncă. Cercetările efectuate au arătat că:

- răspândirea tipului motivațional instrumental și profesional este dominant la persoanele până la 42 de ani;
- tipul gospodăru și proletar de motivare este mic până la 42 de ani, decât la cei peste 42;

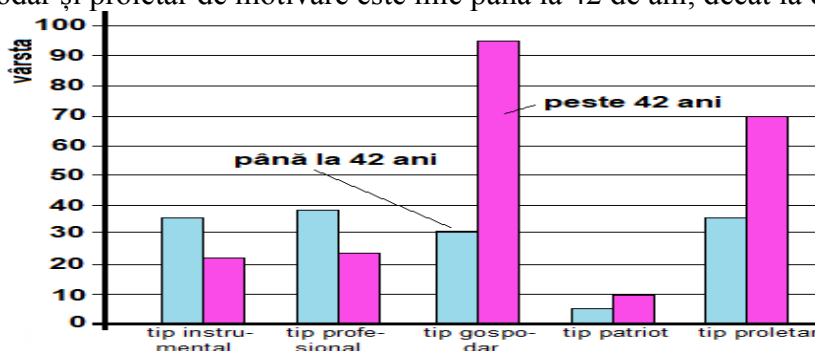


Figura 1. Compararea tipurilor de persoane după motivație și vârstă [4]

Anchetele pentru sondaj la tema motivației muncii conțineau întrebările:

- necesitatea unei bune recompense materiale;
- necesitatea unor condiții bune de muncă;
- necesitatea unei structuri clare a activității și disponibilitatea feedback-ului;
- necesitatea unor contacte sociale cu colegii, partenerii și clienții;
- necesitatea unor relații stabile și pe termen lung;
- necesitatea de a câștiga recunoașterea de la alte persoane;
- necesitatea de a stabili pentru ei înșiși scopuri complexe și de a le realiza;
- nevoia de influență și putere, dorința de a conduce o întreprindere;
- necesitatea în diversitate și schimbare;
- necesitatea de a fi un lucrător creativ, deschis pentru idei noi;
- nevoia de autoperfecționare, creștere și dezvoltare ca personalitate;
- necesitatea unui lucru interesant, util din punct de vedere social.

Pentru a testa ipoteza despre influența aspectului de vârstă asupra factorilor motivaționali s-a realizat un t-teste Student pentru probe independente, coeficienți de corelație între vârsta personalului (fără separarea în grupuri de vârstă) și puterea factorilor motivaționali. Rezultatele sunt prezentate în Tabelul 2.

Tabelul 2. Coeficientul de corelare (vârsta și puterea motivațională)

Sig. (2- tailed)	Pearson correlation	Factori motivaționali
0	-251	Necesitatea într-o remunerare bună
0	292	Necesitatea în condiții bune de muncă
0	340	Necesitatea în structurarea muncii și feed-back

Sig. (2- tailed)	Pearson correlation	Factori motivaționali
0	340	Necesitatea în contacte sociale cu colegii, partenerii și clienții
0,726	-0,019	Necesitatea în relații stabile de lungă durată
0.849	0.01	Necesitatea de a câștiga recunoașterii altor persoane
0.165	0.075	Necesitatea de a stabili obiective proprii și a le atinge
0	-.340	Necesitatea în influența, putere și tendința de a conduce
0.005	152	Necesitatea în diversitate și schimbări
0.011	136	Necesitatea în a fi creativ, deschis pentru idei noi
0.052	0.105	Necesitatea în autoperfecționare și dezvoltare ca personalitate
0.996	0	Necesitatea în muncă interesantă, utilă din punct de vedere social

### Concluzii

Rezultatele studiului nostru dau motive pentru următoarele **concluzii**:

- aspectul de vârstă influențează dominația tipului de motivare a personalului în instituțiile publice;
- aspectul de vârstă influențează puterea factorilor motivaționali.

Pentru a lua decizii manageriale argumentate, s-a utilizat metoda motivațională întru stabilirea profilului motivațional al angajatului, care constă dintr-un set de factori motivaționali externi și interni. Puterea motivației și stabilitatea lor structurală sunt unice pentru fiecare personalitate și acționează diferit asupra comportamentului său. Astfel, ceea ce este eficient pentru motivarea unei persoane, pot fi ineficiente pentru alta.

### Bibliografie

1. Age and work-related motives: Results of a meta-analysis DTAM Kooij. In: Journal of Organizational Behavior. 2011, Nr.32 (2), p.197–225.
2. Avolio B.J., Waldman, D.A. and McDaniel, M.A. Age and work performance in non-managerial jobs: The effects of experience and occupational type. In: Academy of Management Journal, 1990, nr.33, p.407–422.
3. Cron W.L., Slocum, J.W. The influence of career stages on salespeople's job attitudes, work perceptions, and performance. In: Journal of Marketing Research, 1986, nr.23, p.119–129.
4. David P. Aspecte asupra motivării lucrătorilor guvernatorului Israel. In: Întrebări din teoria economică. Macroeconomie, 2016, p.73-75.
5. Gerchikov V. Conceptul tipologic al motivației forței de muncă. Partea 1. În: Motivația și remunerația. 2005, nr.2, p.53-62.
6. Gribincea A. Ethics, social responsibility and corruption as risk factors. În: Anale Spiru Haret, 2017, Nr.1, p.21-33.
7. How to motivate people. Patrick Forsyth. [https://kisslibrary.com/book/A3798B554F838FB59376?utm\\_source=new2-dl-2703-4&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=newtraf&search=How+to+Motivate+People&x=278367](https://kisslibrary.com/book/A3798B554F838FB59376?utm_source=new2-dl-2703-4&utm_medium=banner&utm_campaign=newtraf&search=How+to+Motivate+People&x=278367)
8. Kooij T. A. M., Jansen, P. G. W., Dijkers, J. S. E., & de Lange, A. H. The influence of age on the associations between HR practices and both affective commitment and job satisfaction: A meta-analysis. In: Journal of Organizational Behavior, 2010, Nr.31(8), p.1111–1136.
9. Richie Sh., Martin P. Managementul motivației. Moscova: UNITY-DANA, 2012. 399 p.

10. Robbins S.P. Adevărul despre managementul personalului. Moscova: Williams, 2003. 300 p.4.
11. Ruth Kanfer, Phillip L. Ackerman Aging. Adult development, and work motivation. In: Academy of Management Review 2004, Vol. 29, No. 3, p.440–458.
12. Stems H.L. and Miklos S.M. The Aging Worker in a Changing Environment: Organizational and Individual Issues. In: Journal of Vocational Behavior, 1995, nr.47, p.248–268.

UDC: 330.3, 338.1

**PROMOTING AND FINANCING THE INVESTMENT PROJECTS FROM  
FOREIGN NON-REIMBURSABLE FUNDS**

**PROMOVAREA ȘI FINANȚAREA PROIECTELOR DE INVESTIȚII DIN  
FONDURI EXTERNE NERAMBURSABILE**

*ROSCA Petru, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
ROSCA Leonid, PhD in economy  
SALAVASTRU Valerian, PhD, Bucharest*

*ROȘCA Petru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
ROȘCA Leonid, doctor în științe economice  
SĂLĂVĂSTRU Valerian, doctor în științe economice,  
București*

**Annotation:** *There are studied in the article various aspects of financing and promoting the investment projects from foreign non-reimbursable funding: EU PHARE, SAPARD, ISPA programs; the work of international financial organisations (IMF and IBRD), programs supported by the EBRD, etc.*

**Adnotare:** *În articol sunt studiate diferite aspecte ale finanțării și promovării proiectelor de investiții din finanțare nerambursabilă străină: programele UE PHARE, SAPARD, ISPA; activitatea organizațiilor financiare internaționale (FMI și BIRD), programe susținute de BERD etc.*

**Keywords:** *investment projects and promoting them, non reimbursable financing, the work of the international financial bodies, business environment, small and medium enterprises development.*

**Cuvinte-cheie:** *proiecte de investiții și promovarea acestora, finanțare nerambursabilă, activitatea organelor financiare internaționale, mediul de afaceri, dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii.*

### **Introduction**

The evolution of contemporary world is characterized, among other things, by emphasizing the globalization process, with economically, socially and politically effects and implications which are reflected in all of the countries of the world. Such a context requires careful management with the support of industrialized countries and international organizations, of the implications that the globalization process generates in the developing countries and in the ones in transition from a statist economy to a market economy.

The developed countries and international bodies responsible for monitoring the aspirations of the contemporary world and the effects and implications, that the achievement of these goals generate, are in the position to help themselves to avoid the widening of the gaps towards the

European countries that have joined in the process of transition from the statist, centralized economy to the market economy. Such a process is complex and aims to support the economic and socio-political reforms in countries that target to integrate within the institutional, regional, continental and even intercontinental structures [4, p. 101].

In case of the countries of central and eastern Europe in which there are developed processes of transition to a real and viable market economy, EU initiated a series of programs aimed at supporting actions and the realization of EU accession. Romania is or can be the beneficiary of some foreign non-reimbursable funding provided by the European Union bodies on the basis of special programs designed to support the candidate countries. We hereby refer to PHARE, SAPARD, ISPA etc.

### **Materials and methods of research**

*European Union PHARE programme* represents the main instrument to support the reform in order to prepare the countries from Central and Eastern Europe to join the European Union. PHARE has been financing transfer of equipment expertise, training and public works in sectors such as: privatization and restructuring of the companies, environmental protection, provision of public health, job security and reducing the unemployment, rehabilitation of the roads and railways network and so on. There are considered as priorities the following: the infrastructure development and compatibility with the area and the level in the European Union.

PHARE Programme was launched by the 24 industrialized countries (G-24) for supporting reforms in Poland and Hungary, but since 1989 it became the Specific Programme of the European Union to 12 countries from the Central and Eastern Europe. We hereby mention some features of PHARE programme:

- funding is based on programmes which justify the need of non-reimbursable financing;
- directing funds is determined by involving state institutions and authorities to identify priorities the by sectors;
- financing some projects is partial the co-funding from internal resources being enforced;
- the community institutions' assistance monitors the process of accessing PHARE fund and achieving its agreed goals and actions;
- our country has benefited from funding under the PHARE program since 1991, the amounts received have moved upward, the priorities aiming at: the development of the economic sector; education and scientific research; infrastructure; public administration and others.

PHARE program can be accessed on the basis of some projects - sequential and specific sector programs, including:

- a) ACCESS, institution building program for the strengthening of the civil society in the applicant countries;
- b) adjusting the national legislation with community Acquis and strengthening the implementation capacity;
- c) public administration reform;
- d) reform in child protection;
- e) development of small and medium enterprises;
- f) facilitation of the funding projects development for financing from the PHARE fund;
- g) program of reconstruction and development after disasters;
- h) PHARE multinational information and communication;
- i) health-care reform;



- j) the restructuring of enterprises and professional change RICOP;
- k) other projects program.

Without going into details we hereby make some clarifications, namely: projects-programmes are multi-annual; financing these projects has, where appropriate, an investment nature, social-humanitarian, community and educational, community and administrative etc.; the monitoring of projects' performance is achieved externally and internally by institutions [8, p. 67].

### Results and considerations

*SAPARD programme* represents a special programme of pre-accession for agriculture and rural development set by the European Union, taking into account the role of agriculture in the economic and socio-political life of the candidate countries.

The criteria for allocating funds per the receiving countries have been set by the European Commission on 21 June 2014 as follows:

- The rural population;
- Agricultural area;
- GDP / capita, based on purchasing power parity;
- Specific territorial situation existing in each candidate country.

- the rural population;
- agricultural area;
- GDP / capita, based on purchasing power parity;
- specific territorial situation existing in each candidate country.

The objectives of *SAPARD programme* consist in:

- solving the specific problems to ensure long term rural development;
- improving the agricultural products quality standards, production processes and these products' marketing, in order to be similar to those standards practiced in the EU;
- supporting the implementing of community *ACQUIS* in the agricultural sector.

The programme aims the funding of some projects during 2015-2020 within the following fields of activity:

- a) improving the competitiveness of processed agricultural and fishery products (in terms of production processes, quality, health and marketing of plants and animal);
- b) improving the infrastructure for the rural and agricultural development;
- c) economic development of the rural areas by investments in agricultural farms, association of groups of farmers, measures for economic diversification and conservation of the natural environment;
- d) developing the animal resources in the agricultural sector.

There are 3 funding conditions for the projects within *SAPARD programme*:

- the establishment and accreditation of *SAPARD* agency in each candidate country;
- the approval by *STAR Committee* of the European Union of the Plan for Agriculture and Rural Development for 7 years specific to each country;
- the conclusion of a multiannual financial agreement and an annual financial agreement by the European Union with each candidate, which set the Union's financial commitment towards that country.

Romania has met the 3 conditions required for the implementation of the *SAPARD* program, in early 2001, which means that this program has entered the stage of progress.

The total amount of the financial assistance provided by the EU SAPARD program to the 10 candidates has been set at EUR 520 million, of which for Romania was settled the amount of EUR 150 million, which ranks it as the second after Poland.

The financing of the eligible projects under the SAPARD program takes place in a mixed co-financing regime, especially in the case of private beneficiaries, of 50%.

The projects may be eligible if conditioned by a set of criteria including: placement in rural areas; their contribution to the region's economic growth, economic and financial reliability, evaluated by feasibility studies; professional experience of project beneficiaries; framing projects within the national and EU standards; fulfilment by the beneficiaries of projects and tax burdens.

*ISPA programme* was established in 2000 by the European Union and its implementation is taken into consideration until each candidate country's accession to the EU.

ISPA programme aims at financing assistance for the period 2015-2020 in 2 sectors, as follows:

- a) environment, that is complying with the provisions enforced by the community environmental legislation;
- b) transport, that is the extension of trans-European networks towards East.

The objectives of ISPA programme have in view the following:

- support the idea of the beneficiary countries to align the environmental standards to those of the EU;
- extending and connecting their networks to the trans-European transport;
- familiarization of the beneficiary countries with the policies and procedures applied by the Structural and Cohesion Funds of the EU.

The European Commission proposed an indicative allocation of fund by country for the period 2015-2020, Romania receiving from the annual budget of approximately EURO 1040 million about 20-26%, ranking the second place after Poland. Through the ISPA programme will be funded the rehabilitation and development of railways, roads, ports, airports, the cost of preparing projects to be funded.

ISPA programme beneficiaries can be local and central authorities, autonomous administrations, national companies, to the extent that can formulate and support infrastructure projects and within the appropriate environmental sector.

The eligibility of projects within ISPA programme depends beforehand on the developing of the appropriate strategies for the environment and transport and identification of sector priorities. On the other hand, it depends on the consistency of these projects with ISPA strategies approved by the European Commission.

The projects supported by the financing applications are to be submitted by the applicants from the relevant ministries (transport or environment) and by the Foreign Affairs Ministry these are sent to the European Commission to analyze and adopt the eligible projects. There are financed projects with a budget of EURO 5 million, by ISPA programme, ensuring a co-financing rate of up 75% from the funding application. Within the financing of these projects have also been attracted the European Bank for Reconstruction and Refinancing, the European Investment Bank and other international financial institutions.

By ISPA programme, in Romania there are carried out several projects within transport and environment sectors that are under implementation and there were formulated new funding applications.

***International financial institutions.*** The international development financing is made by private banks but also global and regional financial institutions.

The presentation of these financial institutions has in view the role and involvement of the institutions and the financing of investment projects, the necessary guarantees. Bretton Woods Conference (1944) initiated the establishment of two international financial institutions:

The International Monetary Fund (IMF) and the International Bank for Reconstruction and Development (IBRD).

The International Monetary Fund was established in 1947, with the purpose of helping the development of the international economic relations, by facilitating foreign exchange.

This international organization presents itself as an institution of insurance where everyone is paying, according to his own means, in order to be able to benefit from substantial aid. FNI is involved in the adjustment of the balance of payments and in the development of credit through specific mechanisms, at the request of the respective country's government.

The loan granted by the IMF is a governmental credit or with a governmental guarantee, behind which it is the state, even if it is granted by banks. It is a long-term loan which is conditioned by engaging the borrowed countries to achieve certain objectives.

IMF undertakes towards the economic reform programs of member countries any liability associated with the governments of the countries requesting assistance in overcoming serious difficulties they are facing, its role being that of helping the countries to recover themselves by granting advantageous loans.

The main forms of IMF loan, which Romania has received since 1990 are the following:

- stand-by arrangements, granted to the member countries to overcome temporary difficulties related to the balance of payments;
- supporting the low-income countries by funding the medium-term macroeconomic programs and the structural adjustment programs;
- compensating financing facilities, which means to cover losses incurred by the member countries of the IMF in case of excessive growth of oil import prices.

The final objective pursued is the real and sustainable economic growth, implying an in-depth combat of inflation, unemployment, balance of payments imbalance and indebtedness.

The means by which IMF is acting are the following:

- monitoring economic policy established by Member States, following the recommendations received and the detailed dialogue with the IMF representatives;
- intervention in a more determined manner when a country's balance of payments is in crisis and it asks for help.

The International Bank for Reconstruction and Development IBRD began operating in 1945 and its status includes numerous targets for achieving some investment with productive purposes, public and private, without IBRD to intervene in the political affairs of a state. The Bank had at first the intention of financing the economic recovery of the countries that suffered in the World War II [6]. After completing this mission, it assumed the role of financing some productive investments in the developing countries, in the poor countries, the public sector having the priority [1].

IBRD World Bank acquired the name because almost all countries have acceded to this body.

IBRD funds are mostly created by subscriptions from the developed countries, together with all the countries of the world contributing according to their possibilities. The share capital consists of over 1.37 million shares, each share worth US \$ 100,000 and confers one vote and own resources can be supplemented by funds raised, bearing interest at market rates.

IBRD loans needs to have a reasonable warranty and allow the loan repayment and the payment of interest without leading to a pressing financial effort.

Within the World Bank there were created two bodies as its subsidiaries: the International Finance Corporation and the International Development Association [7].

The International Finance Corporation, founded in 1956, has an identical structure as BIRD but with separate funds used primarily to encourage the private sector, government guarantees not being required.

International Development Association, founded in 1960, deals with the financial needs of the countries with low per capita income. It has got three main funding sources: social capital, transfers of net income from IBRD from its income and loan repayments made by the borrowers.

The distribution of credits per states and destinations has in view the poorest countries and their priority problems, primarily agriculture and energy.

The European Bank for Reconstruction and Development EBRD, created in 1991, pursues the progress and the economic reconstruction of the countries from Central and Eastern Europe that are committed to comply with and proclaim the principles of pluralist democracy and market economy.

The projects supported by the EBRD should contribute to the development of private sector, the encouragement of foreign direct investment, the creation and strengthening of financial institutions, the restructuring of industry, the creation of a modern infrastructure for the private sector development, the promotion of small and medium enterprises, the protection of the environment.

The European Investment Bank – EIB was established in 1957 by the countries from the European Economic Community and it has been serving to finance investments primarily in these countries, but by derogation from this provision, loans may also be granted for the accomplishment of some investment projects outside the European territories of the Member States.

The decrease of the state's role in the economic development, with the start of the privatization process as well as the budget deficits of many countries, constitute the reasons why the commercial banks, the multilateral financial institutions as well as the credit agencies are looking increasingly less for guarantees given by the State to support some projects, being more interested in the viability of the project as far as the commercial terms and its financially solid structure are concerned.

### Concluzii

**World Bank indicators.** The loan granted by international bodies is based on a deep analysis of investment projects developed by the beneficiary of loans. The World Bank provides loans only to those specific investment objectives with high economic efficiency [2].

Table 1. Deep analysis of investment projects developed by the beneficiary of loans  
[elaborated by the authors on the basis of the source [2]]

Million lei	Ih2	Ch	Kh	$\frac{1}{(1+0,15)^h}$	kha	Vh	Vha	VNh	Vnha
1	155.800		155.800	0,869	135.390,2			-155.800	-135.390,2
2	180.000		180.000	0,756	136.080			-180.000	-136.080
3		465.000	465.000	0,657	305.505	624.100	410.033,7	159.100	104.528,7
4		465.000	465.000	0,571	265.515	624.100	356.361,1	159.100	90.846,1
5		465.000	465.000	0,497	231.105	624.100	310.177,7	159.100	79.072,7

6		465.000	465.000	0,432	200.880	624.100	269.611,2	159.100	68.731,2
7		465.000	465.000	0,375	166.005	624.100	234.037,5	159.100	68.032,5
Total					1.440.480,2		1.580.221,2		139.741

1. The committed capital: this indicator expresses the total cost of the initial investment for setting up the designed production capacity and costs subsequent to their operation, for its exploitation, excluding redemption of the expressed in current value at a milestone, usually the start of the investment's works (n).

The duration for the calculation of invested capital is the amount of investment work execution (d) and the efficient duration of operating (D).

$$\left. \begin{array}{l} \text{In this case, } D = 5 \text{ years} \\ d = 2 \text{ years} \end{array} \right\} \Rightarrow \text{timeframe 7 years}$$

2. The ratio of total up to date revenue and cost value. It is based on the assessment report and the absolute difference between the total up to date revenue ( $V_{ta}$ ) and the updated cost value represented by the invested capital ( $K_{ta}$ ), for  $n = 0$

$$\text{Net benefit: } M_{ta} = V_{ta} - K_{ta} = 1.580.221,2 - 1.440.480,2 = 139.741$$

3. Updated net revenue ( $VN_{ta}$ ) characterizes as absolute value the advantage economic intake of an investment project, the gain, the reward or the bounty of the investor for the capital invested in the respective project, expressed either as cash - flow, the current value, or the updated net value .

Defined through the net amount,  $VN_{ta}$  expresses the algebraic sum of the updated net value over the duration (d + D).

$$\text{The annual net value : } VN_h = V_h - (I_h + C_h) = V_h - K_h$$

$$\text{Therefore } \Rightarrow VN_{ta} = \sum_{h=1}^{d+D} VN_h \cdot \frac{1}{(1+a)^h}$$

The discount rate (a) used in the calculations  $VN_{ta}$  acts as the criterion for testing the effectiveness of an investment project, of acceptance or rejection of the project.

$VN_{ta}$  at a project becomes negotiable in case it is chosen a discount rate of calculations too high and the project in question is inappropriate and it is rejected.

4. The index of probabilities characterizes the ratio of between  $VN_{ta}$  and the investment fund which support the investment project and generate that volume of  $VN_{ta}$ .

$$k_1 = \frac{VN_{ta}}{I_t} = \frac{139741}{335800} = 0.416 \cdot 100 = 41.6\%$$

In order to express this ratio as updated index  $k$  the following formula is used:

$$k_a = \frac{CF_{ta}}{I_t} = 1 + \frac{VN_{ta}}{I_{ta}} = \frac{139741}{271470.2} + 1 = 0.51 + 1 = 1.51$$

$$I_{ta} = I_h \cdot x \frac{1}{(1+a)^h} = (155800 \cdot 0.869) + (180000 \cdot 0.756) = 135390.2 + 136080 = 271470.2$$

Table 2. Deep analysis of investment projects developed by the beneficiary of loans  
[elaborated by the authors on the basis of the source [2]]

a = 15% million lei/ h	Ih2	Ch	Kh	1/ (1+0,15) <sup>h</sup>	kha	Vh	Vha	VNh	Vnha
1	150.000		150.000	0,869	130.350			- 150.000	- 130.350,0
2	200.000		200.000	0,756	151.200			- 200.000	-151.200
3		491.300	491.300	0,657	322.784,1	675.000	443.475	183.700	120.690,9
4		491.300	491.300	0,571	280.532,3	675.000	385.425	183.700	104.892,7
5		491.300	491.300	0,497	244.176,1	675.000	335.475	183.700	91.298,9
6		491.300	491.300	0,432	212.241,6	675.000	291.,600	183.700	79.358,4
7		491.300	491.300	0,375	184.237,5	675.000	253.125	183.700	68.887,5
Total					1.525.721,6		1.709.100		183.378

The net benefit:

$$AN_{ta} = V_{ta} - K_{ta} = 1.709.100 - 1.525.721,6 = 183.378$$

The profitability index

$$k_a = \frac{VN_{ta}}{I_{ta}} + 1$$

$$I_{ta2} = I_{h2} \times \frac{1}{(1+a)^h} = (150000 \times 0,869) + (200000 \times 0,756) = 130350 + 151200 = 281550$$

$$k_a = \frac{VN_{ta}}{I_{ta}} + 1 = \frac{183378,4}{281550} + 1 = 0,65 + 1 = 1,65$$

The profitability index allows us to select the efficient variants of the project in which  $k_a > 1$  and sort them by the decreasing value of the index  $k$ .

To the projects in which  $k_a = 1$ ,  $VN_{ta}$  will be void. The higher the profitability index  $k_a$  will be, more effective the projects will be.

The best option of the project is the one which satisfies the criteria  $k_a \rightarrow$  maximum, in this case Variant II being the best.

Table 3. Deep analysis of investment projects developed by the beneficiary of loans  
[elaborated by the authors on the basis of the source [2]]

VNh	$\frac{1}{(1+0,20)}$	VNha	$\frac{1}{(1+0,25)}$	VNha	$\frac{1}{(1+0,30)}$	VNha	$\frac{1}{(1+0,35)}$	VNha	$\frac{1}{(1+0,40)}$	VNha
- 150.000	0,833	-124.950	0,800	- 120.000	0,769	-155.350	0,740	- 111.000	0,714	-107.100
- 200.000	0,694	-138.800	0,640	- 128.000	0,591	-118.200	0,548	- 109.600	0,510	-102.000
183.700	0,578	106.178,6	0,512	94.054,4	0,455	83.583,5	0,406	74.582,2	0,364	66.866,8
183.700	0,482	88.543,4	0,409	75.133,3	0,350	64.295	0,301	55.293,7	0,260	47.762
183.700	0,401	73.663,7	0,327	60.069,9	0,269	49.415,3	0,223	40.965,1	0,185	33.984,5
183.700	0,334	61.355,8	0,262	48.129,4	0,207	38.026,9	0,165	30.310,5	0,132	24.248,4
183.700	0,279	51.252,3	0,209	38.393,3	0,159	29.208,3	0,122	22.411,4	0,094	17.267,8
		117.243,8		67.780,3		30.978		2.962,9		- 18.970,5



$$a = 35\% \Leftrightarrow VN_{ta} = 2.962,9$$
$$a = 40\% \Leftrightarrow VN_{ta} = - 18.970,5$$

e) The internal rate of return (RIR) is the composite interest rate and when it is used as the discount rate (a) to calculate the present value of cash flow and investment projects makes the sum of the present value of cash flow to be equal to the sum of the present value of investment costs and, therefore, the total updated net value to be zero [2:

$$RIR = a, \text{ for which } VN_{ta}(a) = 0$$

$a_{\min}$  and  $a_{\max}$  – the lower rate, respectively the higher update rate used for the calculation  $VN_{ta}$ ; the difference admitted between them should be of maximum 5 percentage points.

$$RIR = a_{\min}(a_{\max} - a_{\min}) \cdot \frac{VN_{ta}}{VN_{ta} + |VN_{ta}|} = 0.35 + (0.40 - 0.35) \cdot \frac{2962.9}{2962.9 + 18970.5} = 0.35 + 0.05 \cdot \frac{2962.9}{21933.4} =$$
$$= 0.35 + 0.05 \cdot 0.13 = 0.35 + 0.0065 = 0.3565 \cdot 100 = 35.65$$

### Bibliography

1. European Commission. Enterprise and SBA Fact Sheet 2013 Romania. [ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16149/.../36/.../pdf](http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16149/.../36/.../pdf)
2. European Commission. Europe 2020 – Priorities: Economic Governance. <http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/economic>
3. Memorandum for the approval of the National Strategy of Communication for the Structural Instruments 2007-2013.
4. Popan M. Achievement of financial statements and costing, 12<sup>th</sup> grade, technological branch, services profile. Bucharest: Oscar print, 2011. 174 p.
5. Roşca P., Sălăvăstru V. The contribution of foreign investments on national economic growth. In: *Economica*, nr. 1(87), March 2014, ASEM, p.75-81.
6. Roşca P., Sălăvăstru V., Roşca L. Strategies of foreign investment attraction. In: materials of the International Scientific Conference with the topic „ Strategic priorities of innovative modernization of the Moldovan economy and sustainable development policies worldwide”, 30-31 October 2015. Kishinev: USM, 2015.
7. The World Bank. Romania Functional Review. Research, Development, and Innovation Sector, Final Report, May, 2013, p. 21.
8. Voinea G. M. International finance. Bucharest: Tehnopress, 2014. 207 p.

UDC: 159.9

**PERCEPTION OF RUSSIA BY DIFFERENT GENERATIONS IN THE REPUBLIC OF  
MOLDOVA: SOCIAL-PSYCHOLOGICAL ASPECT**

**ВОСПРИЯТИЕ РОССИИ РАЗНЫМИ ПОКОЛЕНИЯМИ РЕСПУБЛИКИ  
МОЛДОВА: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ<sup>1</sup>**

*CAUNENCO Irina, PhD,  
Institute of Cultural Heritage*

*КАУНЕНКО Ирина, доктор психологии, доцент,  
Институт Культурного Наследия*

*Annotation: The image of Russia of the senior and young generations is refracted through the attitude to the Soviet past. The senior generation has a positive image of Russia; the young one has an ambivalent image.*

*Аннотация: образ России у старшего и молодого поколения преломляется через отношение к советскому прошлому. У старшего поколения образ России положительный, у молодого - амбивалентный.*

*Keywords: image of Russia, the senior generation, the young generation, Soviet past, memory, historical memory.*

*Ключевые слова: образ страны, старшее поколение, молодое поколение, советское прошлое, воспоминания, историческая память.*

**Введение**

Образ другой страны часто служит в общественном сознании прекрасным средством для самопознания. Важно помнить, что образ страны не только создается «сверху» теми, кто обладает прерогативами его конструирования, но и «снизу», т.е. произвольно возникает в массовой среде [11, с.72]. Эмпирическое исследование образа страны у разных поколенных групп позволяет понять, каким образом конфликтующие исторические воспоминания распространяются, усиливаются либо ослабевают. Представляет интерес исследование образа страны не только у разных поколений, но и оппозиции внутри данных групп, т.е. «неодновременность современности» (Блох Э.), когда представители одного поколения современников могут жить в разном культурно-психологическом времени.

Несмотря на то, что жизнь людей на постсоветском пространстве кардинально изменилась, однако, как отмечают исследователи, социокультурные изменения имеют тенденцию отставать от технологических изменений и изменений в системах управления [2, с.1]. Особый интерес представляет исследование образа страны у молодого поколения,

---

<sup>1</sup>Исследование проводилось при поддержке FP7 ERA.NetRUSPlus (16:80013 16.06.01): «Образы России в Евразии: память, идентичность, конфликт»

которое выросло и сформировалось после распада Советского Союза, и как выразился один наш респондент, знают его только «теоретически».

В данной статье мы проанализируем результаты эмпирического исследования образа России у старшего и молодого поколения. Вначале мы осветим теоретико-практические исследования образа России, затем проанализируем результаты эмпирического исследования отношения к советскому прошлому у старшего и молодого поколения; проведём анализ историко-культурного и временного компонентов образа России у исследуемых поколенных групп. Мы рассматриваем восприятие образа России через отношение к советскому прошлому старшего и молодого поколения, поэтому данная статья включает два раздела: отношение к советскому прошлому и восприятие России в постсоветский период.

В данной статье мы представим только часть наших результатов, а анализ места образа России в жизненных планах, ожидания и перспективы относительно России, место миграционных процессов в образе России у поколенных групп, а также результаты исследования среднего поколения, будут отражены в последующих публикациях.

### **Исследование образа России «извне» и «изнутри».**

Проблемы исследования современного образа России разнообразны: образ России в информационном пространстве [16], психологические основы формирования образа России [9, с.6-16], образ России во Франции [5], [13], образ страны в сознании граждан [22], образ России у разных поколений [8] и др.

Исследование образа России во Франции, проведённое Гордоном А.В., выявило, что архаизмы, которые вызывают осуждение французов и были применены к анализу России, были им хорошо знакомы из французского опыта. Базовыми характеристиками образа России являлись: «деспотизм», «варварство», «извращённость нравов», «ложная цивилизованность». Идеализация образа России в виде просветительского или легитимистского «миражей», «русской идеи», или «советского мифа» была связана с настроениями французского общества. Поэтому, обращает внимание исследователь, при анализе образа Другого чрезвычайно важно учитывать социально-психологический контекст. И можно согласиться с автором, что «Восприятие Другого всегда есть межкультурное взаимодействие, в нём неизбежно присутствуют две стороны, познающие друг друга и самих себя» [5].

Лапина Н.Ю., изучая структуру образа России, сложившегося во Франции вначале XXI столетия, его динамику, процесс формирования, вслед за И.С. Семененко, определяет образ страны, как знаковую модель, определяющую представления о национально-государственной общности и её членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения [13, с.102].

Ею были выделены темы, фиксирующие массовое сознание: тема географического и природного пространства; культурный контекст; историческая традиция; политический режим и политика, проводимая российскими властями; особенности русского характера. Результаты данного эмпирического исследования по выделенным темам представляют несомненный интерес, однако ограничимся выводами, которые стали базовыми для понимания исследуемой нами проблемы.

Лапина Н.Ю. приходит к заключению, что в оценке внешней политики России, как и в других вопросах, сохраняется проекция советского прошлого на современность.

«Исследования свидетельствуют «о противоречивости сложившихся во Франции образов России, их системном несовпадении. Благодаря классической литературе, музыке, балету, Россия обладает уникальным культурным капиталом, позволяющим ей сохранять

статус великой европейской державы. Но при этом культурный ландшафт представлен во Франции в основном классическими произведениями и авторами, а новые веяния и течения культуры мало знакомы современным французам» [13, с.141]. Забегая вперёд, можно отметить, что это перекликается и с нашими эмпирическими данными по образу России.

Исследовательница отмечает, что есть большая группа людей, которые к России относятся с полным равнодушием. Наиболее опасным спутником безразличия является незнание - «Россия вышла из моды» [9, с.186].

Шестопал Е.Б.с сотрудниками, исследуя образ России, под образом понимают отражение в личности лидера, партии, государства, организации, товара и пр. в массовом и индивидуальном сознании граждан [22, с.16]. В структуре образа они выделяют компоненты: рациональный и бессознательный. Рациональные компоненты образа представляют собой отражение в сознании воспринимающих тех характеристик объекта, которые человек осознаёт и отдаёт в них отчёт. На бессознательном уровне восприятия преобладают эмоции, которые практически не осознаются индивидом [22, с.16-17].

Исследователями выявлена закономерность, что в «массовом сознании существует тесная взаимосвязь между образом России прошлого и настоящего, благодаря чему недостающие положительные характеристики в структуре образа России дополняются за счёт обращения к характеристикам образа прошлого» [22, с.376]. Данные эмпирического исследования образа России, позволяют утверждать, что недовольство настоящей Россией компенсируется за счёт обращения к великому историческому прошлому, где люди и находят опору [22, с.376]. В исследованиях Нурковой В.В. было установлено, что компонент индивидуальной автобиографической памяти выполняет функцию самоопределения личности в социокультурном пространстве. Степень его представленности связана с психологическим благополучием личности [14, с.577].

Итак, в исследования образа страны необходимо учитывать социально психологический контекст в обществе. На образ России «извне» может проецироваться советское прошлое, «изнутри» - недостающие положительные характеристики могут черпаться из позитивного исторического прошлого страны.

### **Материалы и методы исследования**

*Целью* нашего исследования было изучение образа России у разных поколенных групп.

*Объектом* исследования были представители старшего поколения (N=15 респондентов, в возрасте 50-65 лет) и молодого (N=18 респондентов, в возрасте 20-35 лет).

*Предметом* исследования было изучение содержания структуры образа России у разных поколенных групп.

*Теоретико-методологической* базой исследования являлся психосоциальный и конструктивистский подходы.

*Образ* мы определяем, вслед за Петренко, как сложную смысловую конструкцию, построение которой опосредовано системой значений, несущих в себе совокупный общественный опыт, а значит, как культурно-исторический продукт [21, с.33].

В своем исследовании мы опирались на работы Ю.П.Зинченко, и его определение *образа страны*, как совокупного представления о стране, «которое создаётся различными субъектами взаимодействий разного уровня коммуникаций по поводу России как объекта содержания коммуникаций: гражданами, представителями власти, субъектами духовного творчества, журналистами, представителями различных сообществ» [9, с. 6].

Составляющими образа России в нашем исследовании являлись следующие компоненты: историко–культурный (отношение к советскому прошлому, культурное влияние России, «золотой период России, исторические личности); временной (прошлое, настоящее, будущее России место России в жизненных планах, перспективы и ожидания относительно России); социально-экономический (представление и отношение к трудовой миграции в Россию; экономические интересы, социальный статус).

Одним из базовых понятий для нашего исследования было понятие «поколение». Проблеме феномена поколения посвящены исследования Е.Ю. Бобровой [4], А.В. Толстых [25], Н.В. Шахматовой [28], Е.Шамис, Е.Никонов [24], Т.Д. Марцинковской, Н.С. Полевой [15], В.В. Семёнова [23], Хиггс П., Джиллеард К., Джонс Я. Р [29], D. Gavreliuc, A. Gavreliuc [1].

Социолог К.Маннгейм, впервые постарался рассмотреть поколения в их «историко-социальном пространстве» как часть «ограниченного исторического периода времени» [21, с.430]. В. Дильтей, философ, привнес в проблему поколений, наряду с хронологической дифференциацией, дополнительное измерение – объединение современников переживанием общих исторических (культурных, социальных, политических) событий [6, с.41].

Испанский философ Ортега-и-Гассет Х. дифференцирует такие понятия как «современник» и «сверстник». Он пишет, что «Все мы современники, все живем в одном времени и обстановке, в одном мире, но участвуем в их формировании по-разному. Ведь по-настоящему совпадаешь только со сверстником. Современник и сверстник — это разные вещи: в истории их давно следует разграничивать, различая единство возраста и единство времени» [15, с.259].

Боброва Е.Ю.определяет поколение как возрастную группу людей *формирование характера* которых происходит под влиянием определённых *исторических событий, экономических и культурных условий*, что определяет общность и сходство некоторых личностных характеристик в результате сходного для представителей данного поколения *социального опыта* [4, с.233]. Исследовательница выделяет следующие характеристики поколения: историческая роль поколения; социальный статус поколения; «духовная» общность поколения; исторический опыт поколения; межпоколенная коммуникация; возраст поколения [4, с.93].

Для Толстых А.В., при определении понятия «поколение» базовым является – «центральные события эпохи». Критерии объединения людей в одно поколение подвижны, однако, отмечает исследователь, все же каждое поколение характеризуется *общностью образа мыслей, поведения, ценностей* [25].

Для нашего исследования было базовым понимание поколения как возрастной группы, объединяющих людей на основе общих социальных представлений, ценностных ориентаций, отношения к миру и *сходного социального опыта*.

Понятие «поколение» по сути междисциплинарное, и в настоящее время продолжают дискуссии относительно его определения и возрастных границ. Ортега-и-Гассет Х.считает, что продолжительность одного поколения – 15 лет, другие считают смену поколений через 20 лет [24].

Проблема определения возраста поколения («длина поколений») остаётся дискуссионной, но как отмечает Шахматова Н.В., что не следует придавать длине поколений «значение универсального масштаба. От переоценки в данном вопросе должно удерживать то методологическое положение, что каждой системе присущ свой специфический масштаб этого времени» [28,163].



В нашем исследовании мы выделили поколенные группы на основе одного из центральных событий эпохи – распада Советского Союза. Молодое поколение (20-35 лет) которое родилось и живёт в обществе с рыночной экономикой, в независимом государстве Республика Молдова. Некоторые респонденты из данной группы, хотя и родились в период Советского Союза, но были ещё дошкольного возраста, и поэтому система не могла оказать столь значительного влияния. Среднее поколение (35-50 лет) – это поколение «пограничное», иногда его называют поколением X, чей подростковый и юношеский возраст пришелся на «переходные времена» (от социалистической системы к капиталистической). Это поколение отличается самостоятельностью, и ценностью свободы. Старшее поколение (50-65 лет), которое лично сформировалось в советский период и обладает сознательным опытом проживания в двух системах, в двух государствах (СССР и Республика Молдова).

Ещё одним базовым понятием для нас было понятие «историческая память», «автобиографическая память». В определении данных понятий мы базировались на исследованиях Нурковой В.В. [19], Емельяновой Т.П. [31], Трегубенко И.А. [27]. Нуркова В.В. определяет автобиографическую память как высшую мнемическую функцию, организованная по смысловому принципу, оперирующая с лично отнесенным опытом, которая обеспечивает формирование субъективной истории жизни и переживание себя как уникального протяженного во времени субъекта жизненного пути [19, с.8]. Историческая память, является частью автобиографической памяти, и является личностным образованием, включающим исторические воспоминания, лично значимые исторические события и целостный образ истории [27].

Метод - полуструктурированное интервью. При описании высказываний респондентов в скобках указан код, возраст. Период исследования - 2016-2017гг.

*В исследовании мы предположили, что у старшего поколения образ России будет преломляться через позитивное отношение к России советского периода («старший брат», «всегда поможет» и т.д.), а у молодого поколения, в своём большинстве - через критическое отношение к советскому прошлому.*

### **Результаты и обсуждения**

*Историко-культурный компонент образа России.*

(Отношение к советскому прошлому старшего, молодого поколения. Дифференциация (отождествление) России и Советского Союза.)

*Отношение к советскому прошлому старшего поколения.*

Особенностью выборки *старшей* поколенной группы респондентов является социальный опыт проживания в двух системах: социалистической и рыночной, а также, период формирования их социальной идентичности пришёлся на советский. Исследования показывают, что лучше запоминаются исторические события в возрасте 12-25 лет, когда формируется идентичность личности. Исторические переживания и впечатления тогда ещё не с чем сравнивать, и именно в этом возрасте личность наиболее восприимчива к информации об общественно значимых событиях прошлого и настоящего [18, с.240]. Поэтому вряд ли были неожиданными результаты, полученные респондентов данной поколенной группы, в плане их достаточно детальных, эмоционально насыщенных воспоминаний о том периоде, хотя конечно это было не у всех. Исследование отношения к советскому прошлому является важным компонентом образа России, потому что, как выразился наш респондент, в СССР «Россия была головой, ядром».



*В воспоминаниях о советском прошлом доминируют удовлетворённые потребности в безопасности, предсказуемости, стабильности, в сравнении с настоящим периодом.* Так, некоторые наши респонденты, уже в постсоветский период выезжали на работу за рубеж, и продолжают некоторые выезжать. Следствием трудной социально-экономической ситуации в стране является, то, что Республика Молдова уже длительное время является донором рабочей силы и, численность мигрантов оценивается от 300 тыс. до 1 миллиона, «что, в любом случае, составляет весомую часть экономически активного населения и всего населения. По оценкам Национального бюро статистики в последние годы потоки мигрантов, ежегодно выезжающих на заработки, составляют около 300 тысяч человек» [10, с.21].

Предсказуемость будущего, и возможность его планирования, высоко оценивается нашими респондентами: «Институт, карьера. Я – воспитатель, методист детского сада, методист Горно, и могла бы быть методистом при министерстве. Было стабильно. Человек знал, что у него будет» (Т, 63).

Одной из важных категорий для старшего поколения было в воспоминаниях о советском прошлом, это – социальная защищённость, ностальгия по государственной опеке: «... главное была социальная защита, которой сейчас нет, даже человек, который получал 60 рублей, мог на них прожить. Зарплаты маленькие, но были необходимые продукты отличного качества, который сейчас нет, и был гост. Контроль, проверка (Б, 64); «Было хорошо в наши времена. Можно было квартиру получить, работать. А с нашими зарплатами сейчас разве можно купить квартиру?» (В,59). «В детстве был материальный недостаток, и позже были трудности, но тогда на 10 рублей можно было жить 2 недели, а сейчас с 1000 лей нет, хотя продуктов много» Г, 64).

Потребности, удовлетворение которых затруднено в настоящий период времени, оказывают влияние на характер воспоминаний о прошлом. Время, когда потребности удовлетворялась лучше, оценивается как более позитивно. При этом на самом деле, в прошлом оценки могли быть другими [7].

*Важным компонентом в исторической памяти респондентов старшего поколения о советском прошлом является ностальгия по образу жизни, межличностным и межэтническим отношениям.*

Межличностным и межэтническим отношениям оцениваются как «открытые», «братские», «тёплые», «равные» в сравнении с сегодняшним временем, когда «все думают только о деньгах»: «хотела бы чтоб то время осталось. ...Люди открытые, улыбки, светлые. Сейчас хмурые, думки только о деньгах, тогда об этом не думали, что имели, то имели – спасибо... когда жили в советское время, любили друг друга, праздники, маевки.» (Д, 60); «В СССР было, я была в районе на свадьбе, это было удивительно. Женились болгарка с украинцем, но звучала и болгарская, и гагаузская, и молдавская, русская музыка, поздравления на разных языках, чувствовалось братство.» (Ю,64); «мы дружно очень жили, все были на равных условиях.» (И,65).

Респонденты данной группы, характеризуя советский период, отмечали возможность свободного перемещения по республикам бывшего СССР, доброжелательность, открытость, чувство «большой семьи»: «Хорошо, когда так много народа было вместе. Я объездила всех... Люди были всякие, но можно было, и общаться, и ездить, никаких паспортов, деклараций» (А,63); «Где только я ни была во времена СССР – во всех республиках, по всей стране, кроме Дальнего Востока» (М, 50).

Хотя в настоящее время, (безвизовый режим в Европейские страны), возможности перемещения значительно расширились, однако, людям предпенсионного и пенсионного возраста сложнее путешествовать, даже при открытости границ не только на восток, но и в европейские страны, в силу материальных причин: «Моя большая мечта – съездить в Россию, но она, наверное, не сбудется. В моем возрасте, деньги» (Б,64).

*Положительные воспоминания об образовательных практиках в советский период: «они нас выучили», «дали образование в разных сферах».* Часто вспоминались различные курсы повышения квалификации, учебные практики, где «была интеллигенция со всего СССР», «интернациональные группы»: Я ездила на год в Петербург, мы ничего не платили. Нас было трое с курса, остальные были на практики по Молдове. Там была интернациональная группа со всех республик, было интересно... меня впечатлило культурное наследие России. Практика была при Эрмитаже, я была во всех музеях, архитектура, искусство» (Ж,55).

Однако относительно образования не всё так было однозначно. Например, наши респонденты указывали на сложности образования детей в сельской местности, статус учителя: «Тогда мне было понятно, что Россия и Молдова – это совершенно разные тарелки. ... Я была отличница, но понимала, что это не моя заслуга, потому что рядом дети, которые опаздывают на уроки, потому что дорога, многие родители архаично жили. Вроде возможности равные, но на деле нет. Была корректировка через политику, оценки завышали сельским» (М,50).

*Было высказано недовольство интенсивной миграцией населения в советский период в Молдову «притащили сюда кучу населения на освоенные территории».*

С советским периодом, связывали однообразие в производстве одежды: «не было разнообразия», «все были похожи друг на друга».

Большинство респондентов старшего поколения проводят различия между Россией и СССР, по разным маркерам:

- по форме государственного устройства: «СССР – это были все 15 республик, все было единое (Д,60);
- по статусу «Нет уже тех республик. Россия была головой, ядром, а сейчас она одна» (В,59);
- территориально «СССР больше, Россия — это не то, это меньше территориально. Есть ностальгия по СССР» (К.64).

- СССР – «это система зла», а Россия стала его жертвой. «Это страшная трагедия, не дала развиваться самой России. А была великая держава в начале прошлого века (М,50).

Есть суждение, что Россия и СССР одно и то же, но скорее это носит эмоциональный характер, необходимо к этому привыкнуть: «где-то да, но я понимаю, что это уже другая страна и другие отношения. Но очень близко» (И, 65).

Итак, в отношении к советскому прошлому старшей поколенной группы значимыми ценностными характеристиками являются – стабильность, предсказуемость будущего, социальная защищённость, равенство, братские отношения между народами.

Возможно, что в прошлом реально не все так было благополучно, однако в настоящем удовлетворение данных потребностей проблематично. Необходимо учесть, что часть наших респондентов пенсионного возраста, и это на сегодня одна из самых незащищённых социальных групп. Человек в «текущей современности» в условиях «острой и бесперспективной ненадёжности» ищет безопасные убежища. «Безопасные убежища очень редки, и в большинстве случаев доверие плавает, снявшись с якоря, в безуспешном поиске

защищённых от шторма гаваней» [3]. И представляется, что одной из таких «гаваней» для респондентов старшего поколения, являются воспоминания о советском прошлом. Есть и иное отношение к советскому прошлому, часть наших респондентов, чаще молдаване, отмечают закрытость системы, равенство не для всех, миграцию в регион.

### *Молодое поколение*

Отношение к советскому прошлому у молодого поколения преломляется в первую очередь через историческую память ближнего круга, – семьи, родственников; вторым значимым фактором являются социальные институты – образовательные, профессиональные; третьим – социокультурный контекст общества; личностными особенностями (жизненные ориентации) и др.

Анализ представлений и отношения молодого поколения к советскому прошлому даёт основание обозначить как «коллаж». Чаще молодёжью фиксируются положительные переживания исторических воспоминаний родителей относительно советского прошлого, однако, у молодого поколения разная их интерпретация.

Критическое отношение, к воспоминаниям родителей у некоторых связано с тем, что родители, по их мнению, не «совпадают» со временем. Респондент отмечает, что отец вспоминает, что все было хорошо тогда, у родителей ностальгия по Советскому Союзу, была гарантирована учёба, работа. «У него есть убеждения, личные или навязанные, его трудно убеждать». У отца нет опыта сравнения, в отличие от респондента, который побывал в разных странах. «Он всю жизнь прожил здесь, в России был давно, и «СССР для него остается лучшей идеей» (А,30). Отношение к советскому периоду скорее *критическо-терпеливое*, на основе убеждения, что прошлое старшим поколением идеализируется, а современную Россию они не знают.

Молодёжью отмечается положительные переживания родителей относительно советского прошлого, и часто это связывается у них с Россией: «родители больше вспоминают хорошее, тогда у семьи не было больших трудностей, всегда говорили, что не в деньгах проблема, а в том, что на них нечего купить. Сейчас наоборот. ...У них всегда была работа тут. Родители трепетно относятся к России и были очень довольны советским временем» (Б,23, р). Как можно видеть, *взаимосвязь советского прошлого и России достаточно* тесная в исторических воспоминаниях старшего поколения и в интерпретации молодого.

Одному из наших респондентов, слушая воспоминания отца о советском прошлом, было «любопытно, как тогда жилось». Другого респондента восхищает братство народов в тот период: «Что было классно в СССР – это что народы все братья, пространство открыто – изучай, узнавай, впитывай» (М,25).

Часто родительские воспоминания о советском периоде интерпретируются как фактологические, но безвыраженного отношения к ним: «У отца было как у всех, армия, вернулся домой, если и рассказывал про СССР, то, что было легко жить, было хорошо, люди знали, что у них есть стабильная работа, могли планировать, были проблемы с товаром, очереди длинные, это беспокоило» (И,25).

Возможно, молодое поколение, которое, называют поколением «миллениумы», ценят поиск чего-то нового, им не нравится долго заниматься одним тем же, они не хотят подолгу работать на одном месте и в одной профессии им важно не стоять на месте», поэтому некоторые ценимые характеристики советского периода, не являются для них «значениями на смысл [30],

Аналогичное представление о советском периоде у другого нашего респондента: с одной стороны, открытие образовательных учреждений «у нас тогда открылись все институты, театры и школы все тогда были построены, сейчас ничего не строят и редко ремонтируют, это было хорошо, было развитие», а с другой – «люди мало выезжали, не общались за пределами страны, не имели возможности выразить себя.» (Ж.20).

Можно видеть *амбивалентное отношение* к советскому прошлому, информация о котором была получена респондентом из воспоминаний родителей, уроков истории в школе, зарубежных семинаров.

*Подозрительное отношение* к советскому прошлому, при формальном признании положительных особенностей данной структуры (СССР): ««хорошо организованное государство как структура, чтобы скрывать «дефекты». Воспитывалось «только вперёд – ни шагу назад, мы лучшие, но у всех были рабочие места, безработица наказывалась, все были вовлечены в это... Бензин был дешевым, самолеты» (Г.22).

В *негативный образ* Советского Союза у молодого поколения включены такие характеристики как: закрытость общества, навязанная идеология, отсутствие свободы: «СССР представляется чем-то закрытым, огромную кучу людей поместили в замкнутое пространство, что-то им внушили, не представляю, как долго продержался СССР. ...люди не имели права на личное мнение, не было свободы (Д,30).

Включались такие характеристики советского прошлого как – «люди были на последнем месте», «СССР сохранялся на насилии», но вместе с тем, одновременно в высказываниях включались и положительно оцениваемые достижения: «закрытость дала толчок мировой науке и культуре. Если не смотреть на человеческие судьбы, то СССР довольно успешно справился с задачей, 1/6 часть суши, конкурент Америки» (В,30).

Итак, отношение к советскому прошлому транслируется через «мнемоническое сообщество» - семью, социальные институты, СМИ, и одним из базовых социальных институтов в передачи исторического прошлого являются «не монументальные изображения, скульптуры, не памятники и музеи, а рассказывание историй старшим поколением младшему в семье» [18, с.240]. Отношение у молодёжи к советскому прошлому неоднозначное – от позитивного и принятия, до негативного, и полного отрицания. И как выразился один наш респондент в исследовании, что о СССР знает только «теоретически», по рассказам родителей, знакомых, так как родился вначале 90-х, поэтому, безусловно, большое значение имеет то, что транслирует о советском прошлом старшее поколение, их отношение к тому периоду.

*В целом мы можем обозначить, образ советского прошлого у молодого поколения как «коллаж», где в одном представлении респондентов могут сосуществовать как положительные представления о советском прошлом, так и негативные, причем одновременно.*

У доминирующего большинства молодого поколения образ России и Советского Союза дифференцируется:

- во временном аспекте: Россия – это страна сегодня, а СССР – это прошлое, «когда не было свободы»;

- по статусу и структуре, Россия в СССР имела доминирующую позицию. «СССР – союз государств, Россия – государство».

Есть представление, что Россия и СССР - это близкие категории:

- Россия пытается «быть» Советским Союзом; «Россия как усеченный вариант СССР с имперскими амбициями» (В,30);

- хотя Россия и Советский Союз это не одно и то же, однако, Россия – это государство, которое «застряло, ни туда, ни сюда».

*Итак, у молодого поколения доминирует дифференциация России и Советского Союза, с оговоркой, «наложения» советского прошлого на образ России.*

### **Темпоральный компонент образа России**

(Образ России, связанный с опытом пребывания в ней в советский период у старшего поколения; в постсоветский период у старшего и молодого поколения).

#### **Старшее поколение**

#### **Представление о России в советский период**

В образ России в советский период включены воспоминания о пребывании в ней наших респондентов в детстве, молодости. Эти автобиографические и исторические воспоминания носят противоречивый характер.

Например, с одной стороны, отмечается интеллектуальный потенциал России, а с другой – бытовые неудобства: «...удивил Краснодар, красный кирпич, который был вчерашним днем на фоне нашего Кишинева. Ничего там не впечатлило настолько. Да, Ленинград в 1986, понравился своим интеллектуальным потенциалом, но разочаровало благоустройство города, нелогичное, быт» (М, 50).

Часто воспоминания о России в советский период у старшего поколения связаны с детскими воспоминаниями, туристическими путешествиями, приездом в гости к родственникам: ««Ленинград, Крым, Сочи – приятные воспоминания» (Н.,64). Интересны воспоминания нашего респондента, родом из России, и в настоящее время проживающего в Молдове: «когда едешь из Красноярска – ощущение простора. В Молдавии красивый рельеф, холмистый, и, если его увеличить в несколько раз – получится Сибирь. Холмы плавные громадные. Простор» (Л, 55). Как можно видеть, образные переживания природного российского ландшафта органично переплетаются с молдавским у нашего респондента, что свидетельствует о гармоничности образов России и Молдовы у него.

С образом России в советский период, связываются теплые детские воспоминания от поездок к родным: «поездки на Волгу, в лес за грибами, ягодами. Это незабываемо, ширина Волги – не видно конца» (Е, 50); юношеские, от проживания в России в тот период: ««доброе воспоминание». Эти вечера школьные, елки, соревнования, зимой на лыжах в лесу» (З,63).

*У старшего поколения часто образ России связывается с теплыми автобиографическими воспоминаниями детства, туристическими путешествиями, а у других - с отсталостью.* Воспоминания детства о России отличаются яркостью, эмоциональной насыщенностью. Вполне понятно, что на воспоминания о России в прошлом, да и в настоящем влияют родственные связи, и обмен с ними информацией.

#### **Образ России у старшего поколения в постсоветский период (в настоящее время)**

Анализ образа России в постсоветский период носит противоречивый характер, и представления о ней уже больше черпаются из общения с родственниками, знакомыми, информацией из СМИ, а не непосредственного пребывания в стране: «Встречаюсь с россиянами, если они сюда приезжают» (И, 65). Отмечают «оторванность» от России, и этот отрыв «болезненен».

Многие высказывают сожаление, что о современной российской литературе, музыке им практически ничего неизвестно: «...хотела бы познакомиться с литературой, музыкой, это все сейчас в Интернете. Литература, стихи, что Россия дала миру в 90-е и до сих пор я не знаю. ...Я уверена, что Россия дает много, а мы этого не знаем, а источника нет бесплатного.



Ну, музыку можно еще услышать. В СССР были издания вроде «Юность» и т.д. и там можно было познакомиться с новыми писателями. А сейчас я не знаю» (Б, 64).

Из побывавших респондентов в России в настоящее время, представления противоречивые – от позитивных, в которых отмечаются изменения: «Лет 6 назад я была на курсах, Питер преобразился, стал как будто живее, понравилось озеленение, музеи. ... Открытость, злобы не встретила. ... великая страна именно последнее время, в 90-е годы она настолько упала, жалко было» (К,64), до фиксирующих застой: «если не брать Москву и Питер, глубинка не поменялась» (А,63).

Для одних респондентов, современная Россия – это спасительница: «...выручает Россия, газ можем импортировать. Винодельческая продукция, фрукты и овощи. ...без России я не представляю, как бы мы жили» (Д, 60,). Для других, Россия перестала быть источником развития, примером. Современных детей интересуют технологии «это идет через английский язык, они понимают, что надо совершенствовать. Самые крутые фильмы, на каком языке? Голливуд не сравнить... От родителей не так... можешь навязывать, но есть общение в школе. Там друг приехал и рассказывает, где он был. Дети отлично понимают, откуда идет источник цивилизации» (М,50, м).

Особо выделяется Москва, так как в основном в ней побывали в настоящее время наши респонденты, и здесь в одних и тех же представлениях сосуществуют разные характеристики. От «большого, динамичного, богатого» города, где возможно увидеть артистов кино и театра, до – город, где чувствуется грубость, «большой широкий хаос».

Итак, как можно видеть, образ современной России достаточно противоречивый, от позитивного («спасительницы»), до дистанцированного («им бы себя укрепить»).

### **Молодое поколение**

Анализ эмпирического материала по образу России позволяет выделить условно несколько подгрупп у молодого поколения, которые могут трансформироваться, в зависимости от изменения социально-экономического и политического контекста в стране.

В группу молодёжи, у которой *образ России положительный*, входят те, у кого есть непосредственный опыт проживания в России – получили образование; проживали в детстве с родителями трудовыми мигрантами.

Один из респондентов отмечает, что с Россией связаны детские воспоминания, жил там, пока родители работали, поэтому «Россия ближе». Отмечает широту русского менталитета: «...русские психологически по менталитету шире, потому что страна большая и история богатая. Мне кажется, что у них есть немного империализма в мыслях, но мне этот менталитет ближе, чем европейский. Они выиграли в Мировой войне» (З, 24). Вызывает восхищение М.: «Обилие театров, хороших, музеев, там такое культурное наследие» (М,25). Отмечается, что страна «богатая», «душевная».

Другую группу составляют те, у кого *противоречивый образ России*, характерен прагматический подход (необходимо «находить точки соприкосновения»). Россия ассоциируется с рынком сбыта, и образ России нейтральный: «Для меня это рынок сбыта, хороший партнер, транзит... Образ двоякий, нейтральный пока что, а куда пойдет дальше – не знаю» (Т.30).

Отмечается понимание поведения людей, «которые не так отличаются от нас»; близость системы образования: «В Петербурге мне было хорошо, а в Европе все по-другому. Манеры, стиль, образование, вроде все мы одинаковые люди, но видно, что мы приехали оттуда, из советской части, и сильно были русифицированы, поэтому мне там и было легче привыкнуть, чем в Австрии (И,25).



Россию видят, как рынок труд, где можно заработать, «если нет – нам безразлично». Вот характерное представление о России у респондентов данной группы: «У меня лично нет единого образа России, все время разные ракурсы. С одной стороны, она агрессор; аристократия; большой потенциал; интеллигентность; что-то с верой еще, не просто православие. И такое впечатление, что Россия – это пространство, в котором много миров, которые между собой даже не контактируют». (М,31). У данной группы респондентов есть тревожность относительно посещения России, многое хотелось бы увидеть: «Карелия, Финляндия, Байкал – такого нет нигде. Но... страшно ехать» (Д,3).

Группа молодёжи, у которой в образе России центральной характеристикой является консерватизм, и представления скорее отрицательные: «остались в прошлом», «ничего не развилось, все старое, техника, здания, законы» «нет развития», ленивы, «считают, что государство должно им дать». Типичны высказывания: «Ну, ничего такого, чтобы сказать Вау, не увидел. Было то, что связано с их деятельностью...видел пробки московские, большие и длинные, да, есть город, люди, цивилизация...в России они более статичные, нет последовательного прогресса, или более консервативны» (К,23).

И последнюю группу составляют те, кто нацелен на европейское пространство, и скорее равнодушен, индифферентен к восточному вектору, к России. Хотя у некоторых есть знакомые, родственники в России, обычно не стремятся её посетить, своё будущее видят в Европе, Канаде, США. Не видят разницы в менталитете Молдовы и России, «игра не стоит свеч». Сравнение тех стран с Молдовой значительно – «чистота городов, что люди могут себе позволить. Среднестатистический гражданин чувствует себя комфортно» (Б,23). Хотя в Европе тяжело, но условия жизни лучше, за работу платят больше.

Итак, у молодого поколения образ России амбивалентный. Она поражает их природными богатствами, большим интеллектуальным потенциалом, культурным наследием, а с другой – бедностью людей на окраинах, «осталось как в СССР», вызывает тревогу, «это пространство, в котором много миров, которые между собой даже не контактируют».

### Выводы

1. В восприятии России отношение к советскому прошлому явилось значимой категорией в поколенческом поле как старшего, так и младшего поколения. В исследовании подтвердилось наше предположение, что у старшего поколения восприятие образа России будет преломляться через доминирование позитивного отношения к советскому прошлому («старший брат», «всегда поможет» и т.д.), а у молодого - через критическое.

2. Респонденты старшего поколения в большинстве позитивно оценивают советское прошлое, которое связано с молодостью, т.е. периодом наибольшей жизненной активности. Коллективные переживания данной группы обращены в прошлое, причём чаще они окрашены положительно, так как в сравнении с настоящим, им приходится переживать, по выражению А.Н. Онучина «перманентную негарантированность». Значимыми ценностными характеристиками советского прошлого для данной поколенной группы являются – стабильность, предсказуемость будущего, социальная защищённость, равенство, братские отношения между народами... У части старшего поколения молдаван, более критическое отношение к советскому периоду. Они отмечают закрытость системы, равенство не для всех, миграцию в регион. Во многом, особенности исторической памяти наших респондентов определялись включенностью, или дистанцированностью их в социальную систему.

3. У старшего и младшего поколений есть дифференциация России и Советского Союза: территориально, по форме государственного устройства, по статусу. У молодого поколения вводится для дифференциации России и СССР временной маркер: Россия – это страна сегодня, а СССР – это прошлое, «когда не было свободы».

4. У старшего поколения образ России в советский период связывается с теплыми автобиографическими воспоминаниями детства, туристическими путешествиями, а у других - с отсталостью. Исторические воспоминания о России в советский период тесно переплетены с автобиографическими, и в своем большинстве образ России позитивный. Восприятие России в постсоветский период противоречиво, от позитивного («спасительницы»), до дистанцированного («им бы себя укрепить»). Есть тенденция к его трансформации.

5. У молодого поколения происходит «наложение» советского прошлого на образ России. Выделены группы молодежи с различным восприятием образа России: образ положительный; противоречивый (в основе прагматизм); негативный (в основе консерватизм), диффузный (в основе индифферентность). В целом, у молодого поколения образ России можно определить как амбивалентный.

Однако, даже при таком неоднозначном восприятии образа России молодым поколением, есть у молодёжи и позиция диалога: «посмотрим, как мы можем сотрудничать, политика – это одно, давайте посмотрим на экономику, социальную сферу, культуру, политику без агрессии, надо найти точки соприкосновения...» (Г,22.)

### Библиография

1. Gavreliuc D., Gavreliuc A. Generational Belonging and Historical Ruptures: Continuity or Discontinuity of Values and Attitudes in Post-Communist Romania.
2. Lebedeva R. Dimitrova, Berry J. (Eds.). Changing values and identities in the post-communist world. In: Societies and political orders in transition. Pringer, 2018, p. 207-224.
3. Lebedeva N., Dimitrova R., Berry J., Boehnke K. Introduction. In: Lebedeva N., Dimitrova R., Berry J. (Eds.). Changing values and identities in the post-communist world. In: Societies and political orders in transition. Springer, 2018, p. 1-26
4. Бауман З. Текущая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
5. Боброва Е.Ю. Основы исторической психологии. СПб.: 1997. 236 с.
6. Гордон А.В. Сквозь лабиринт стереотипов: Три века постижения Другого. В: Образ современной России во Франции: опыт междисциплинарного анализа: сборник статей. М.: ИНИОН РАН, 2012, с.11-45
7. Гусельцева М. С. Особенности межпоколенных отношений в условиях транзитивного общества. В: Мир психологии, 2017, с.38-51
8. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. 402 с.
9. Жукова М.О., Баранова В.А. Образ России XX века у россиян разных возрастных групп. В: Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017, с.1950-1958
10. Зинченко Ю. П. Психологические основы формирования образа современной России. В: Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение: сборник материалов к Всероссийской конференции "Современный образ России: проблемы и решения", 31

- января 2008 года, МГУ им. М. В. Ломоносова. М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008, с. 6-16.
11. Казанцева О.И. Современные миграционные процессы в Молдове: тренды и вызовы. В: Современные миграционные процессы: состояния и основные формы. Материалы международного научно-исследовательского семинара, Тирасполь, 17 декабря, 2015 года – Кишинёв, Международная организация по миграции, миссия в Молдове, 2016, с.19-25
  12. Канинская Г.Н. Россия и её политические лидеры в восприятии французских СМИ на рубеже XX-XXI веков. В: Образ современной России во Франции: опыт междисциплинарного анализа. М.: ИНИОН РАН, 2012, с.71-90.
  13. Колосов В. А., Зотова М. В. Геополитическое видение мира российскими гражданами: почему Россия не Европа? В: Полис. Политические исследования. 2012. № 5. с. 170-186.
  14. Лапина Н.Ю. Образ России во Франции в начале XXI века: взгляд социолога. В: Образ современной России во Франции: опыт междисциплинарного анализа : сборник статей. М.: ИНИОН РАН, 2012, с.99-141.
  15. Лисовский В.Т. Динамика социальных изменений (опыт сравнительных социологических исследований российской молодежи). В: Социологические исследования. 1998. № 5 с.98-104.
  16. Марцинковская Т. Д., Полевая Н. С. Поколения эпохи транзитивности: ценности, идентичность, общение. В: Мир психологии 2017, с.24-37.
  17. Матвеева Л.В. Образ России в информационном пространстве. В: Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение: сборник материалов к Всероссийской конференции "Современный образ России: проблемы и решения", 31 января 2008 года, МГУ им. М. В. Ломоносова. М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008, с. 17- 33.
  18. Митев П. Э. Социология лицом к лицу с проблемами молодежи. София, 1983. 126 с.
  19. Нестик Т.А. Социальная психология времени. Москва: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 496 с.
  20. Нуркова В.В. Культурно-исторический подход к автобиографической памяти. дисс.док.психол.наук. Москва, 2009. 50 с.
  21. Ортега-и-Гассет. Х. Избранные труды. М: Весь Мир. 1997. 700 с.
  22. Петренко В.Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма. М.: Эксмо, 2013. 428 с.
  23. Психология политического восприятия в современной России. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. 423с.
  24. Семёнова В.В. Стратегия комбинации качественного и количественного подходов при изучении поколений. М.: ИНТЕР. 2014, 8, с. 5-15.
  25. Теория поколений: необыкновенный Икс. М.: Университет «Синергия», 2016. 140 с.
  26. Толстых А.В. Опыт конкретно-исторической психологии личности. Спб.: Алетейя, 2000. 284 с.
  27. Толстых Н.Н. Социальная психология развития в молодости. В: Социальная психология развития. М.: Юрайт, 2016. с.388-465.
  28. Трегубенко И.А. Историческая память в контексте субъективной картины жизненного пути. Дисс. канд. психол. наук. Санкт-Петербург, 2013. 26 с.
  29. Шахматова Н.В. Поколенческая организация современного российского общества: теоретико-методологический анализ. дисс. док.социол.наук. Саратов, 2001. 459 с.

30. Хиггс П., Джиллеард К., Джонс Я. Р. Эгоистичное поколение: исследование концепции. В: Власть, 2014, 3, с. 10–30.
31. Безбогова М.С., Ионцева М.В. Социально-психологический портрет современной молодежи. В: Интернет-журнал «Мир науки» 2016, Том 4, номер 6. <http://mir-nauki.com/PDF/35PSMN6I6.pdf>
32. Емельянова Т.П. Коллективная память о советском прошлом: назад в СССР? В: Психологические исследования, 2016, Т. 9, № 47, с. 4. <http://psystudy.ru>

UDC: 316.653(478):94(470)

## STUDYING THE IMAGE OF RUSSIA IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

## ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

*CAUNOVA Natalia, PhD*

*The Institute of Cultural Heritage, Chisinau*

*IVANOVA Nina, PhD*

*The Institute of Cultural Heritage, Chisinau*

*КАУНОВА Наталья, доктор психологических наук*

*Институт Культурного Наследия, Кишинев*

*ИВАНОВА Нина, доктор исторических наук*

*Институт Культурного Наследия, Кишинев*

**Annotation:** *The article represents empirical research of Russia's image in the Republic of Moldova. The following parameters of Russia's image are revealed and described: cultural, special-territorial, social, political-institutional.*

**Аннотация:** *Представлено эмпирическое исследование образа России в Республике Молдова. Выделены и описаны параметры образа России: культурный, пространственно-территориальный, социальный, политико-институциональный.*

**Keywords:** *image, Russia, parameters and contents of Russia's image.*

**Ключевые слова:** *образ, имидж, Россия, параметры и содержание образа России.*

### Введение

В настоящей публикации мы хотели бы представить некоторые результаты исследования восприятия образа России в нашей стране. Данное исследование проходило в рамках международного проекта «Perception of Russia across Eurasia: Memory, Identity, Conflicts» (ERA.Net RUS Plus, 2016-2017). Помимо Республики Молдова образ России изучался в странах Балтии, Польше, Франции, Казахстане, Киргизии, Финляндии; критерий участия – принадлежность к постсоветским, постсоциалистическим или странам Западной Европы. Выборка респондентов состояла из двух групп: экспертное сообщество и рядовые граждане (56 человек). Основным методом исследования – полуструктурированное интервью.

В настоящее время образ государств становится неотъемлемой частью исследований в различных научных областях: политологии, социологии, культурологии, социальной и политической психологии, международных отношений и др. Несмотря на то, что всплеск интереса к данной тематике ведет к постоянному расширению объема новых данных, вокруг методологических подходов и определений, а также содержания основных категорий до сих пор не достигнут консенсус.

Процессы, происходящие в современном мире, в частности, масштабная миграция, глобализация, терроризм, «цветные революции» вновь актуализировали научный интерес к большим социальным группам, которые имеют новый характер взаимоотношений по сравнению с другими историческими периодами. Так, например, остро стоит проблема взаимовосприятия и взаимодействия между странами на арене международной политики.

Это порождает новый запрос на изучение проблемы отношений в концептуальной паре «Я/Другой», «Мы/Они». Нельзя недооценить роль «Другого» в построении коллективной идентичности, поскольку «Другой» может выступать «зеркалом для Мы», придавать уникальность нашей идентичности и выступать в качестве функции для поддержания социальных границ.

### Материалы и методы исследования

В научной литературе нередко можно встретить на первый взгляд три рядоположенных понятия – образ, имидж, бренд. Понятие имидж зачастую используется в западных исследованиях. Российскими учеными используются оба термина – имидж и образ, хотя общего понимания данных терминов так и не выработано. Понятие бренд чаще представлено в маркетинговых и экономических исследованиях.

По мнению российского психолога Леонтьева Д.А., имидж – это «впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно», а образ – «то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем... Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне... Имидж – это навивание совершенно конкретных ассоциаций и намеков» [6]. Иными словами, образ – это реальное, а имидж – конструируемое.

Российский исследователь Смирнова А.Г., изучая образы государств во внешней политике, приходит к следующим выводам: «образ – результат процесса социального познания» [11, с.16]; «в результате процесса познания формируется образ собственного или другого государства, при этом созданный образ в ряде случаев оказывается более важным для построения отношений, нежели объективные характеристики государств» [11, с. 78]. В другой работе Смирнова А.Г. и Киселев И.Ю. [3] отмечают, что образ государства соответствует единству трех компонентов: идентификация политического лидера нации общим ценностям, осознания статуса своей страны, а также понимание роли, которую играет страна на международной арене.

Социальный психолог Андреева Г.М. отмечала, что «значимость образов объясняется тем, что, будучи созданными, они начинают функционировать далее во всей системе взаимоотношений людей. Иногда образы другого человека, группы, какого-либо социального явления более значимы в этих отношениях, чем сами объекты» [1, с. 46].

В политической психологии, в частности, в коллективной монографии под редакцией Шестопал Е.Б., политический образ (в том числе страны) определяется как «с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия, а с другой стороны, проекцию ожиданий субъекта восприятия, т.е. граждан. В образе политической власти отражаются знания, представления, мнения, оценки, ожидания, эмоции, требования массового сознания к власти» [9, с. 12].

Исследование образа страны в научной литературе разделяется на внешний образ и внутренний. При этом методология и категории их анализа практически совпадают, но имеют различное наполнение и удельный вес. Эти образы представлены в работах ряда исследователей, которые будут рассмотрены ниже. В нашем исследовании мы опирались на категории описания страны, выделенные Семененко И.С. и др.:

1. Культурная.
2. Этнокультурная.
3. Религиозная
4. Культура повседневности.



5. Социальная.
6. Политико-институциональная [10].

В результате исследователи пришли к выводу, что формирование образа России на Западе является динамичным и противоречивым процессом, который разворачивается под влиянием комплекса природно-географических, историко-политических, институциональных, геополитических, этнонациональных и культурных факторов. При этом «относительная роль данных факторов периодически меняется, что ведет к выдвиганию на передний план то одних, то других граней образа России» [10, с. 123].

### Результаты и обсуждения

Представления о России могут рассматриваться как постоянно конструируемые в повседневной коммуникации и практике, в которой решающее значение имеют обыденные интерпретации информантов. Как отмечает Зинченко Ю.П., совокупное представление о стране (России) «создается различными субъектами взаимодействий разного уровня коммуникаций по поводу России как объекта содержания коммуникаций: гражданами, представителями власти, субъектами духовного творчества, журналистами, представителями различных сообществ» [2, с. 6]. Автор выделяет следующие типы коммуникации, через которые создается та или иная структура образа России в картине мира определенных социальных групп: межличностная, родовая, культурная, политическая, духовная, международная, медийная [2, с. 8].

Результаты масштабного международного проекта «Видение Европы в современном мире» (EuroBroadMap) показали, что в большинстве стран, где проводился опрос, Россия оказалась в числе наиболее известных государств. Однако по привлекательности ее ставят в самый конец списка; ниже только страны, охваченные вооруженными конфликтами или центры мусульманского фундаментализма (Ирак, Афганистан, Иран). В рейтинге французских студентов Россия входит в одну группу стран вместе с Ираком, Китаем, Афганистаном, Ираном, Израилем, Алжиром и Северной Кореей, где студенты не хотели бы жить. По мнению румынских студентов, Россия даже возглавляет перечень стран, где студенты не хотели бы жить. Так же отрицательно воспринимают РФ студенты из африканских стран. В Тунисе и Молдове Россия оценивается как умеренно известная страна с небольшим отрицательным индексом асимметрии. В Турции и Китае примерно одинаковое число респондентов оценивает Россию положительно и отрицательно [4]. По мнению большинства опрошенных студентов, Россия – не Европа, Европа является для них, в первую очередь, культурной общностью [4, с. 183]. В результате автор приходит к выводу, что «в глобализирующемся мире СМИ наделяют страны и регионы мира маркерами, из которых складываются чрезвычайно устойчивые стереотипные образы. Геополитическое видение мира становится все более унифицированным: студенты из таких разных стран, как Франция, Китай или Сенегал, Россия или Турция дали сходные ответы на многие вопросы» [4, с. 183].

Одно из немногих исследований внешнего образа России во Франции принадлежит Лапиной Н.Ю. Автор применила для анализа следующие темы, возникающие при описании образа России: географическое и природное пространство, культурный контекст, историческая традиция, политический режим и политика, особенности русского характера [5, с. 107]. Результаты свидетельствовали о противоречивости сложившихся во Франции образов России: «Благодаря классической литературе, музыке, балету Россия обладает уникальным культурным капиталом, позволяющим ей сохранить статус великой европейской державы. Но при этом ... новые веяния и течения культуры мало знакомы

современным французам» [5, с. 141]. В географическом плане, однако, сохраняется неопределенность – «средний француз воспринимает Россию либо как «оконечность» Европы, либо половинчато – как полуевропейскую – полуазиатскую страну. Россия видится французам «одновременно далекой и близкой» [5, с. 142]. В отличие от культурного фактора политический фактор обладает мощным дезинтегрирующим потенциалом: исходя из политических симпатий французов и их экономических интересов, выстраивается бинарная оппозиция «сторонник – противник» [5, с. 171]. Исследовательница подчеркивает, что «в коллективных и индивидуальных представлениях велика сила исторической памяти. Многие французы, те, кто в прошлом с симпатией относился к СССР, сохраняет свою привязанность к России и сегодня» [5, с. 183].

Теперь рассмотрим некоторые результаты нашего эмпирического исследования. Так, обнаружена неравномерная представленность параметров описания образа России. Наиболее содержательными оказались категории: географическое и природное пространство, культурный контекст, исторический аспект (темпоральный), политический режим и политика, особенности русского характера. При этом наиболее положительным в образе России оказался культурный аспект, противоречивым – политический аспект. Образ России в восприятии граждан Молдовы диффузен и неоднороден. Чаще всего образ России формируется под воздействием обыденных практик, личных интересов и семейно-родовой истории.

Теперь рассмотрим подробнее некоторые из параметров. **Культурная составляющая** более содержательно наполнена и является доминирующей в позитивном восприятии образа России. В наших вопросах акцент делался на литературу и художественные фильмы. Румыноязычные респонденты отметили классическую русскую литературу, и это сегмент был представлен достаточно скудно; категория фильмов, напротив, представлена здесь достаточно широко. Во всех трех возрастных категориях доминируют фильмы советского периода – мелодрамы, комедии, фильмы про войну («*Любовь и голуби*», «*17 мгновений весны*», «*Ирония судьбы или с легким паром*», «*Освобождение*», «*Кавказская пленница*» и др.). Среди современных российских фильмов представлены в основном сериалы, детективы и фильмы таких режиссеров как С. Михалков, Ф. Бондарчук и др. Таким образом, российские и советские художественные фильмы как культурные продукты являются знаемыми и потребляемыми для большей части населения РМ.

Среди русскоязычных респондентов наблюдается стереотипное представление о том, что все лучшее у России – в прошлом по сравнению с настоящим временем и будущим (примеры: «*Россия дала миру больше, чем любая другая страна. Но, к сожалению, эти времена для России уже далеко*»; «*Насколько интересно писали в те времена, мне кажется, сейчас в России литература остановилась. Я не знаю современных писателей, кроме детективов*», «*Из русской предпочитаю классику, это более интересно*»; «*Сейчас читать нечего. Пелевин, Довлатов - это что-то, вот Эко – оторваться невозможно. Или вот Дэн Браун – вроде ничего особенного, но читает весь мир. А что читает мир из российского? Ничего не снято в мире по современному русскому роману*»).

Нами было выделено несколько уровней культурной составляющей (литература и кино) в представлениях русскоязычных респондентов:

**Первый уровень** - это представители русской культуры, которые вошли в фонд мировой (Достоевский, Толстой, Пушкин, реже - Тургенев, Чехов, Есенин), примеры: «*Пушкина люблю читать до сих пор. Обожаю стихи. Могу вечером сесть и почитать. Люблю Есенина*»; «*наверное, то, что мы в школе проходили. Я совсем недавно стала*

*перечитывать – и совершенно по-другому. Анна Каренина – как будто совсем другое произведение».*

**Второй уровень** – это культура русскоязычного пространства, в том числе вне пределов России - книги Акунина, Пелевина, классика советского кинематографа. Примеры: *«Ирония судьбы – первое, что приходит. Каждый новый год, мне это передалось, мы садимся и смотрим, хотя уже все фразы заем наизусть. Можно смотреть до бесконечности. «Операция Б1», и все такого типа»; «...фильмы в период СССР. Детские фильмы, сказки»; «Семнадцать мгновений весны»; «Любовь и голуби», «Москва слезам не верит»; «Кин-дза-дза» и «Собачье сердце»).*

Наименее представлен **третий уровень** - современной массовой культуры (сериалы, поп-исполнители и др.). Примеры: *сериал «Суд небесный», «Остров» режиссера Лунгина, «Левиафан» Звягинцева, «под Новый год выходят какие-то Елки, они добрые, хорошие»; «Сибирский цирюльник» Михалкова; «все подряд, что по ТВ идет».*

В ответах респондентов не была представлена ни русская народная культура, ни бытовая (только один респондент упомянул сказки). Основными источниками русской культуры, по мнению респондентов, являются Москва и Санкт-Петербург.

Культурная составляющая у русскоязычных респондентов была представлена более широко и содержательно по причине ряда факторов: образование, принадлежность к русскоязычному пространству, поддержание этнокультурной идентичности, доступность культуры.

Важно отметить, что при описании России респондентами, упоминались единичные элементы таких категорий, как религиозная и этнокультурная. Религиозная составляющая образа России как страны «близкой» православной традиции представлена слабо (не были упомянуты ключевые символы российского православия: иконы, купола, церкви, митрополиты и т.д.), хотя при разработке исследования это ожидалось по ряду причин. Во-первых, Молдова и Россия являются православными государствами. Во-вторых, в последние десятилетия в обеих странах наблюдаются всплеск и актуализация религиозной идентичности.

**Пространственная/территориальная** составляющая. Во всех группах респондентов был сделан упор на природную составляющую образа (леса, широта, размеры: *«сумасшедшая березовая роща, мощнейший Енисей, ощущение простора», «там два берега, между ним мост – два троса металлические, в той стороны избы, и с этой избы, кругом лес и больше ничего», «Что-то громадное, большое. Мощное, богатство, просторы»).* Ресурсная составляющая практически представлена не была (газ, нефть и т.д.). Исходя из полученных данных можно сказать, что в сознании респондентов присутствует следующий образ России: Москва и Санкт-Петербург как крупные города-столицы и глубинка. Респонденты дают более развернутые описания только столицам и малой родине (малые города и поселки). Так, абсолютно не упоминались отдельные регионы, которые имеют свою специфику (Урал, Татарстан, Чечня, Дальний Восток, Бурятия и т.д.) за исключением Сибири и отдельных городов России, в которых респонденты либо побывали сами, либо там находились их родственники. Всего было указано около 10 городов. Чаще всего Москва воспринимается не как «вся Россия», и респонденты отмечают разрыв между центром и периферией. Пример: *«Удивляет, что есть несколько крупных городов, а остальное все – глубинка»; «Современная Россия, не Москва, осталась еще во времени императоров, даже до Союза не доросли»; «Есть Москва, и есть Россия за МКАДом, и там все печально»; «Москва – это в принципе Ватикан, государство в государстве»; «если не брать Москву и*

*Питер, глубинка не поменялась; «видно, что страна поднимается. Хотя говорят, что в глубинке у них хуже, чем у нас; «если не брать Москву и Питер, глубинка не поменялась».*

**Социальная** составляющая – разрыв между фактическим положением вещей и ресурсными возможностями страны (*«Очень большая страна, сложно все держать под контролем. Добросовестных руководителей мало. Много ресурсов», «насколько богатая страна на протяжении такого времени не может построить нормальный социальный строй и зажить для людей», «организовать дело сложно, палки в колеса, глубинка нерасторопна». Природные ресурсы в целом фигурировали только относительно оценочного суждения о нерациональном их использовании («богатая страна, но бедно живет, у них есть все, но не используется»; «удивляет, что с такими ресурсами она не развивает свою экономику, не использует свои возможности и ленится»).*

### **Выводы**

Россия как государство - **Политико-Институциональная составляющая** - зачастую включала в себя сравнение с Молдовой. В целом категория сводится к нескольким пунктам: чиновничий аппарат, проблема закона, внешняя политика (*«Россия как усеченный вариант СССР с имперскими амбициями, пытается быть, пытается за это цепляться», политика кнута и пряника, пытаются затянуть нас в сферу своих интересов, «Права человека и человеческое отношение встречаются редко», кремлевский инструмент политики – решение внутренних проблем за счет внешней политики. «С одной стороны, удивляет их позиция как государства – ополчившись против всей Европы, умудряются как-то выжить». («Если бы у людей появилась достоверная информация, это бы как-то повлияло на их представления, жизнь», «В Америке идет закон в первую очередь, а в России – люди, они сами делают свою страну»; «В Европе все очень четко, логично, следует одно за другим. За тебя умные люди подумали – просто так делай. В России так нет. Там все возможно, как бы, не знаю, как выразить. Возможно все, даже самый маленький человек может все изменить. Выкрутиться»).* Руководство России включает в себя как положительные, так и отрицательные характеристики (*«в России удивляет руководство, оно очень сильное и хорошее, не меняется, у нас гораздо слабее»; «в руководстве только интерес и ничего больше»; «богатая страна, но без правил, без закона, опасно там строить бизнес»).*

Таким образом, формирование образа России в Молдове является динамичным и противоречивым процессом. Россия остается неплохо знакомым пространством, включающим в себя как положительные, так и отрицательные характеристики. Россия воспринимается как пространство, в котором «много миров, которые не сшиты нитями между собой». В формировании образа России базовым фактором является личностный (личный опыт, семейная история). Таким образом, наше исследование показало, что ядро представлений о России не очерчено, и большая часть составляющих образ элементов находится на периферии.

### **Библиография**

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000, с. 303.
2. Зинченко Ю.П. Психологические основы формирования образа современной России. В: Сб. докладов научной конференции «Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение». М.: МГУ, 2008. с. 6-16.
3. Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Динамика образа государства в международных отношениях. СПб: Изд-во Санкт - Петербургского Университета, 2006. 349 с.

4. Колосов В.А., Зотова М.В. Политическое видение мира российскими гражданами: почему Россия не Европа. В: Полис. Политические исследования, 2012, № 5. с. 170-186.
5. Лапина Н.Ю. Образ России во Франции в начале XXI века: взгляд социолога. В: Образ современной России во Франции: опыт междисциплинарного анализа: сб. ст. М.: ИНИОН РАН, 2012, с. 99-198.
6. Леонтьев Д.А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг. В: Реклама и жизнь, 2000, №1, с. 19-22.
7. Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопа. М: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
8. Пищева Т. Н. Образ России в стране и в мире: научные исследования в современной политической психологии. В: От истоков к современности, 2015, с. 451–453.
9. Психология политического восприятия в современной России. / Под ред. Е.Б. Шестопа. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.
10. Семененко С.И., Лапкин В.В., Пантин В.И. Образ России на Западе: диалектика представлений в контексте мировой политики. В: Полис. Политические исследования. 2006, № 6, с. 110-124.
11. Смирнова А.Г. Образ государства во внешней политике и международных отношениях: опыт социологического исследования. СПб.: Изд-во Санкт - Петербургского Университета, 2011. 240 с.



UDC: 330.3

**METHODS OF REASONING THE DECISIONS IN THE CORPORATE MANAGEMENT**

**METODE DE ARGUMENTARE A DECIZIILOR ÎN MANAGEMENTUL CORPORATIV**

*GALBEN Ilian, PhD,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
ROȘCA Petru, PhD in Economics, University Professor,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*GALBEN Ilian, doctor în științe economice, conferențiar universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
ROȘCA Petru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *There are examined in this article various aspects related to the modalities of decision-making within the managerial activity. A classification is provided for decision options. There are also described: the decisional environment, the stages of decision-making process, types of decisions depending on the level of management, models used in grounding decisions etc.*

**Adnotare:** *În acest articol sunt examinate diverse aspecte privind modalitățile de decizie luate în cadrul activității manageriale. O clasificare este furnizată pentru opțiuni de decizie. În același timp sunt descrise: mediul decizional, etape ale procesului de decizie, tipuri de decizii în funcție de nivelul de management, modelele utilizate în motivarea deciziilor etc.*

**Keywords:** *methods, argumentation, decision, management, corporate management.*  
**Cuvinte-cheie:** *metode, argumentare, decizie, management, management corporativ.*

### **Introducere**

#### **Decizia și tipurile ei**

Una din caracteristicile de bază ale managementului este abilitatea de a lua decizii bune, de a deosebi o decizie rea de o decizie bună. Se știe că în activitatea curentă, majoritatea deciziilor sunt neînsemnate. Însă există și decizii mai importante, care presupun o fundamentare corespunzătoare. Dar nu putem ști dacă o decizie a fost mai bună decât după ce s-a vedea consecințele acesteia.

O altă modalitate de a judeca deciziile constă în considerarea modului în care a fost luată decizia. O decizie bună este atunci când cel care a luat-o înțelege bine contextul, obiectivele, variantele alternative posibile și o serie de consecințe posibile ale deciziei. Selectatea alternativelor se va face într-o manieră rațională, în concordanță cu obiectivele deciziei respective. Pe de altă parte, o decizie proastă este cea decizie luată într-un mod irațional și neglijent.

Paradocsul acestei metode constă în faptul că o decizie neglijentă sau total întâmplătoare poate avea rezultate mai bune decât cele mai elaborate decizii. Însă, pe termen lung, deciziile mai documentate și cercetate au o probabilitate mai mare de a genera rezultate satisfăcătoare față de cele luate la întâmplare.



Una din problemele cele mai arzătoare cu care se confruntă întreprinzătorii internaționali este indentificarea și selectarea partenerilor de distribuție corespunzători. În opinia noastră, alegerea canalelor de distribuție este foarte importantă, deoarece partenerii își pot asuma o parte din responsabilitățile de marketing. În același timp, decizia referitoare la distribuție reprezintă unul dintre cele mai importante elemente ale strategiei de pătrundere pe o piață [5, p. 181]

### Material și metode

Pentru înțelegerea corectă a deciziei și realizarea diferențierelor între tipurile de decizii se cere de a analiza elementele de bază ale unei decizii. Mitzberg H. [2] clasifică opțiunile unei decizii astfel: *opțiuni date* (existente în forma finală încă de la începutul procesului decizional); *opțiuni gata elaborate* (create în mediul decizional și descoperite în timpul procesului decizional); *opțiuni făcute la comandă* (elaborate special pentru decizia în cauză); *opțiuni modificate* (opțiuni gata făcute, cu unele caracteristici obișnuite). *Factorii necontrolabili* reprezintă acei factori care, deși influențiază rezultatul final, nu pot fi controlați direct de către decident.

Luarea în considerație a factorilor necontrolabili, în opinia unor autori [1, p.166], presupune parcurgerea următoarelor trei etape: *identificare factorilor care vor influența consecința finală a deciziei*; *identificarea stărilor sau nivelele pe care le poate atinge fiecare factor necontrolabil*; *încercarea de a preziona probabilitatea acestor stări sau a nivelelor aferente fiecărui factor necontrolabil în parte*. *Consecințele* deciziei apar în urma fiecărei combinații dintre o opțiune decizională și o stare a naturii.

### Rezultate și discuții

Persoanele care ocupă diverse poziții în cadrul unei firme îndeplinesc sarcini manageriale diferite, deci este și normal ca deciziile luate să nu fie de același tip. Pentru a putea diferenția deciziile este necesară o clasificare a acestora. O metodă de clasificare constă în a stabili care parte a firmei are responsabilitatea deciziei. Astfel se poate schița un fel de *arbore decizional*, care este aproape similar cu structura organizatorică a firmei.

Pentru diferențierea deciziilor se propun trei criterii de clasificare a acestora, și anume: proporția din firmă care este influențată de luarea deciziei (decizia este *strategică* sau *curentă*); gradul de diferențiere a deciziei (decizia este *structurată* sau *nestructurată*); gradul de dependență a deciziei față de alte decizii (decizia este *dependentă* sau *independentă*).

Teoretic există un număr infinit de tipuri de decizii. Pentru a analiza modul în care variază elementele deciziilor în funcție de tipul deciziei, se poate face o generalizare a acestora după cum rezultă din Tabelul 1.

Tabelul 1. Influența tipului de decizie asupra elementelor deciziei [1, p.169]

	Organismul deciziei	Opțiuni	Factori necontrolabili	Consecințe
Decizii curente, independente și structurate	Este posibil să aibă o singură persoană, cu autoritate, deoarece decizia este limitată, bine înțeleasă și este greu să influențeze alte decizii.	Probabil că vor fi multe opțiuni evidente, dar numărul acestora ar putea fi destul de mare.	Este posibil să existe câțiva factori necontrolabili, datorită naturii dependente a deciziei – ceea ce există va fi probabil bine documentat.	Ar putea exista câteva caracteristici ale fiecărei consecințe, dar este posibil ca acestea să poată fi prevăzute cu multă precizie.

Decizii strategice, nestructurate și dependente	Este posibil să necesite mai multe persoane, deoarece decizia este importantă pentru întreaga firmă, este supusă diverselor interpretări și poate avea efecte în întreaga firmă.	Este puțin probabil să fie evidente de la început, însă numărul acestora nu este mare, deoarece sunt greu de generat (în cazul opțiunilor nestructurate).	Pot exista mulți factori necontrolabili, unii dintre aceștia nefiind cunoscuți, iar cei mai mulți fiind greu de prevăzut.	Ar putea exista câteva caracteristici ale fiecărei consecințe, dar toate acestea pot fi greu de prevăzut.
---	--	---	---	---

### Mediul decizional

Mediul în care activează firma este un fenomen recent. Teoriile clasice despre firmă aveau tendințe de a studia mai mult organizarea lor interioară, căutându-se modalitățile organizării perfecte, care să permită desfășurarea cu succes a activității, pe baza unor metode de lucru corespunzătoare și a unei organizări bune. În acest context, *eficiența* activităților interne este văzută ca o modalitate de obținere a eficienței generale.

Opiniile moderne consideră că firma este un *sistem deschis*, care își procură resurse din mediu și le restituie acestuia, sub forma produselor și serviciilor, adaptându-se și reacționând la modificarea oportunităților, amenințărilor și provocărilor mediului.

Tot ce se află în afara firmei face parte din mediul acesteia. Totuși, experiența arată că firma nu intră în relație simultan cu toate elementele din mediul său. În timp ce unii factori din mediul firmei pot avea un rol major în crearea și modelarea unei anumite decizii, o mare parte a mediului poate fi considerată inactivă.

Pentru a înțelege relațiile dintre firmă și mediul său, trebuie să facem distincția între mediul *specific* și mediul *general* al firmei. În analiza mediului decizional al firmei se vor lua în calcul două aspecte care afectează contextul unei decizii și anume: dacă *mediul este simplu* sau *complex*; dacă mediul este *static* sau *dinamic*.

*Mediile simple* sunt acelea care au relativ puține elemente, care sunt asemănătoare și bine înțelese. Pe de altă parte, un *mediu complex* are un număr mai mare de factori, aceștia putând să fie diferiți, iar relațiile dintre ei destul de greu de înțeles. Un *mediu static* este un mediu care nu se schimbă în timp, iar *mediu dinamic* este supus schimbărilor care, vor putea fi greu de previzionat. Deciziile pe care le ea o firmă depind de mediul în care aceasta își desfășoară activitatea și sunt foarte diferite (Tabelul 2).

Tabelul 2. Incertitudinea în funcție de mediu [1, p.171]

	Mediul static - factorii nu se schimbă	Mediul dinamic - factorii sunt în continuă schimbare
Mediul simplu - există un număr mic de factori relevanți, toți aceștia fiind asemănători.	Incertitudinea percepută - scăzută.	Incertitudinea percepută - relativ ridicată.

Mediul complex - există un număr mic de factori relevanți, care sunt diferiți între ei.	Incertitudinea percepută - relativ scăzută.	Incertitudinea percepută - ridicată.
--	---	--------------------------------------

### Decidenții

Managerii iau diferite decizii în timpul activității lor. Deși managerii de la nivelele inferioare nu iau decizii atât de importante cum ar fi schimbarea compoziției unui produs, deciziile lor cumulare influențiază eficiența firmei.

Un proces de luare a deciziilor include, în general, patru etape (Figura 1).

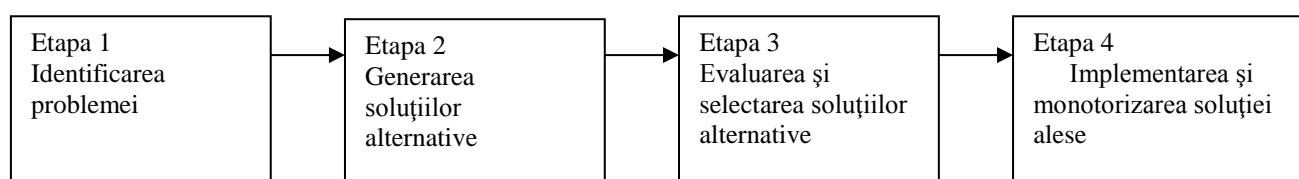


Figura 1. Etapele procesului de luare a deciziei [1, p.172]

Tipurile de probleme cu care se confruntă decidenții sunt: *probleme stringente* (dificultăți majore, care necesită o acțiune imediată); *probleme mai puțin stringente* (acest tip de probleme necesită găsirea unor soluții a căror importanță nu este neglijabilă, dar care nu sunt la fel de presante); *oportunități* (sunt acele situații care oferă firmei posibilitatea de câștig dacă se acționează rapid).

Deciziile luate de decident pot fi:

- *decizii programate* care sunt luate în situații de rutină, repetitive, bine structurate, pe baza unor norme determinate anterior;
- *decizii neprogramate* sunt acelea pentru care normele determinate anterior nu se pot folosi deoarece situațiile sunt noi sau altfel structurate.

Deciziile luate în condiții de incertitudine presupun un anumit risc, datorită posibilității ca soluția aleasă să genereze pierderi și să nu conducă la rezultatele așteptate.

Reprezintă interes experiența multor firme din țările dezvoltate în domeniul luării deciziilor. De exemplu, Pascale R.T., Athos A.G. în cartea „*Arta gestionării japoneze*” [4], comparând particularitățile atitudinea individuale ale muncitorilor din America și Japonia și modalitățile prin care managerii încearcă să gestioneze cu colectivele, menționează că conducătorii japonezi consideră ca sarcina lor principală este de a avea o atenție cât e posibil de mare necesităților economice, sociale, psihologice și spirituale a fiecărui muncitor pentru a obține cea mai înaltă productivitate în muncă, ceea ce ei într-adevăr și demonstrează.

Educată în baza tradițiilor colectivismului sistemul japonez de gestionare atrage o atenție mai mare devotamentului de grupă, acordului și colaborării în internul colectivului, decât activității și responsabilității persoanelor indivize... Fiecare trebuie să facă ceea ce consideră mai important pentru a atinge scopul stabilit de colectiv la momentul dat. Cercetările efectuate la filialele firmelor japoneze în mai multe țări confirmă că *gestionarea japoneză* se bazează pe următoarele șase principii: *garantarea ocupării în câmpul muncii și crearea atitudinii de încredere; prezența permanentă a conducerii la producție; publicitate și prețuirea corporației; gestionarea bazată pe informație; dirijarea orientată la calitate; întreținerea cureteniei și a ordinii.*

### Procesul decizional

Modele de luare a deciziilor studiate anterior sunt denumite generic *modele descriptive*, deoarece arată efectiv cum iau managerii decizii. Dar există și modele cunoscute sub denumirea de *modele normative*, pentru că arată cum ar trebui să ia decizii managerii. Deși nu garantează succesul, folosirea acestora crește șansele de a lua decizii optime. Procesul de luare a deciziei se realizează în patru etape și anume: *identificarea problemei* (examinarea mediului pentru evaluarea circumstanțelor, determinarea situațiilor problematice, stabilirea naturii și cauzelor problemei); *generarea soluțiilor alternative* (restringerea criticilor aduse alternativelor, stimularea gândirii, oferirea cât mai multor idei posibile, combinarea și îmbunătățirea ideilor); *evaluarea și selectarea alternativelor* (evaluarea fezabilității, calității și acceptabilității, a costurilor, reversibilității și eticii); *implementarea și monitorizarea soluțiilor alese* (planificarea aplicării soluțiilor, luarea în calcul a modului în care decizia îi afectează pe ceilalți, dezvoltarea mecanismelor următoare).

Monitorizarea soluției este necesară pentru ca managerii să se asigure că acțiunea se desfășoară așa cum a fost planificată și că problemele apărute în luarea deciziei au fost realizate.

### Modele de fundamentare a deciziilor

Frecvent diferențele de percepere determină viziuni diferite asupra aceleiași realități. Astfel, deciziile mai mult personale pot să nu fie identice atât timp cât se iau pe baza unor *modele mentane* diferite. De aceea, este necesară cunoașterea procesului creării modelelor formale. Existența unui model bun trebuie să satisfacă următoarele condiții: înțelegerea variabilelor-cheie din cadrul deciziei; cunoașterea relației *cauză - efect* care influențiază variabilele; aprecierea modului în care pot fi folosite formulele matematice în stabilirea modelelor.

Există un punct de vedere eronat, larg răspândit printre manageri, conform căruia modelele trebuie să fie sofisticate și matematice pentru a contribui la luarea deciziei. Acest lucru este departe de a fi adevărat. Modelele pot fi folosite pentru a ajuta la luarea deciziei în multe feluri și în toate fazele procesului decizional. Ele pot fi utilizate: pentru a spori înțelegerea deciziei de către decident; pentru a stimula creativitatea în căutarea de soluții posibile pentru problemă; pentru a ajuta la evaluarea alternativelor.

De-a lungul timpului după al doilea război mondial, utilizarea modelelor în fundamentarea deciziilor s-a dezvoltat în două direcții: prima, ca un *model de abordare* a deciziilor de management prin modelare; a doua, prin elaborarea de metode și *modele standart* puternice care să rezolve câteva clase de decizii bine delimitate și care se întâlnesc în mod obișnuit. În literatura de specialitate pe larg sunt abordate metodele de aplicare a modelelor matematice la rezolvarea diferitor probleme economice, unele din aceste metode sunt studiate și în econometrie [6; 8].

În opinia unor autori [1, p.176-179; 7, p.220-227], aceste modele sunt: modele de programare liniară; modelele firului de așteptare; modele concurențiale; modele euristice; modele de simulare.

1. **Modelele de programare liniară.** Aceste modele tratează clasele de decizii în care resursele trebuie alocate uneia sau mai multor activități. Ca atare, există reguli care guvernează posibilitatea unei alocări. Aceste reguli fie limitează nivelul resurselor care poate fi alocat activităților, fie afectează modul în care pot fi combinate resursele. Regulile sunt numite *restricții*. Combinarea resurselor este apoi legată de o măsură formală a obiectivelor numită *funcție obiect*, care poate fi maximizată (dacă este exprimată, spre exemplu, în termeni de profit) sau minimizată (dacă este exprimată în termeni de cost). Atunci când restricțiile și funcția obiectiv sunt funcții liniare, poate fi formulat un model de programare liniară.
2. **Modele bazate pe teoria firului de așteptare.** Cozile apar ca rezultat al dezechilibrului pe termen scurt între cerere și ofertă. Preblemele firului de așteptare pot lua multe forme în

funcție de maniera în care sistemele fundamentale intrare – servire – ieșire sunt aranjate. Aceste modele nu *rezolvă* ca atare acest tip de probleme. Modelele firului sunt folosite în general pentru a prezice comportamentul sistemelor de așteptare, comportamentul de costuri să poată fi combinate pentru a evalua aranjamentele alternative. Însă, există câteva limite serioase ale acestor modele de a trata sistemele mai complexe întâlnite în practică. Restricțiile practice majore privesc natura distribuțiilor sosirii clienților în firul de așteptare și mărimea sistemului (numărul unităților de servire), în special în sistemele în serie.

3. **Modele concurențiale.** Caracteristica distinctivă a problemelor concurențiale privește natura variabilelor de intrare necontrolabile. Exemplu clasic al unei asemenea situații este jocul foarfece – hârtie – piatră. În acest joc, cei doi jucători indică simultan una din cele trei alternative de joc: *foarfece*, *hârtie* sau *piatră*. Câștigător este cel cu un joc care îl domină pe celălalt. Totuși, regulile de dominanță sunt circulare, astfel foarfecele taie hârtia, hârtia împachetează piatra, piatra topește foarfecele, foarfecele taie hârtia ș.a.m.d. Modelele de teoria jocurilor au fost dezvoltate pentru a rezolva acest tip de decizie, în sensul adoptării unei combinații optime de alternative care să optimizeze *valoarea* jocului, adică, să minimizeze pierderile așteptate sau să maximizeze câștigurile așteptate, presupunând un adversar rațional.
4. **Modele euristice.** Managerii ar putea dori adesea optimul în deciziile lor, dar acesta este un concept dificil de folosit în practică. Modelele matematice de optimizare folosesc un set rigid de ipoteze privitoare la obiectivele decidentului, orizontul de timp considerat și natura deciziei însuși. Există două domenii în care modelele euristice s-au dovedit folositoare în mod deosebit: acolo unde decizia este prost structurată și nu se potrivește ipotezelor unui model matematic standard; acolo unde gama soluțiilor realizabile este atât de mare încât chiar metodele de calcul modern nu permit enumerarea completă.
5. **Modele de simulare.** Într-un fel, toate modelele reprezintă o *simulare* în măsura în care imită realitatea. Esența modelelor de simulare este aceea că se bazează pe o formulare a procedurii care subliniază relațiile logice între variabile. Termenul *simulare* se referă la metoda prin care modelul este folosit pentru a face predicții. Un model de simulare ia de obicei forma unei diagrame de flux logice, care descrie corelațiile între variabile. Modelul este apoi utilizat pentru a executa procedura descrisă în diagrama de flux și astfel comportamentul oricărui sistem modelat este simulat.

### Concluzii

În **concluzie** putem constata, că atunci când se confruntă cu rolul modelelor decizionale expuse anterior, opinia managerilor tinde să se polarizeze. O minoritate ar respinge ideea modelării, ca fiind nefolositoare. Ea va spune că intuiția și judecata unui manager este mai bună decât orice model matematic. Se va spune că multe modele ori vor trage concluzii evidente despre anumite probleme, ori vor spune totul, dar numai ce este esențial. Pe de altă parte, cei ce cred cu adevărat în modelele matematice, sau au un anumit interes în folosirea lor, știu că disciplina și logica riguroasă a procesului de modelare poate trece de unele neadevăruri și presupuneri nejustificate ale managerilor. Un model bine pus la punct va putea furniza o soluție ce altfel nu ar fi putut fi găsită. Mai mult, modelele ne stau la dispoziție sau pot fi dezvoltate, deci de ce să nu le folosim? Nu numai că este adevărat, dar este și nesăbuit să refuzi să folosești ceva ce te-ar putea ajuta în luarea deciziilor, și doar un manager foarte leneș și slab poate folosi doar modelele matematice.



### Decizii în grup

Majoritatea deciziilor dintr-o firmă sunt luate de mai multe persoane, *în grup*. Avantajele și dezavantajele deciziilor de grup față de cele individuale sunt prezentate în Tabelul 3.

Tabelul 3. Avantaje și dezavantaje ale deciziilor în grup [1]

AVANTAJE	DEZAVANTAJE
1. Se folosesc mai multe informații și cunoștințe. 2. Pot să apară mai multe variante. 3. Este posibilă o mai bună înțelegere și acceptare a deciziei. 4. Membrii grupului își dezvoltă cunoștințele și abilitățile pentru viitor.	1. Necesită mai mult timp. 2. Neînțelegerile pot întârzia deciziile și pot produce resentimente. 3. Discuția poate fi monopolizată de unul sau câțiva membrii ai grupului. 4. Gândirea de grup îi poate determina pe membrii acestuia să se concretizeze prea mult pe realizarea consensului.

*Gândirea în grup* reprezintă o tendință a grupurilor coeziune de a cădea de acord într-o anumită problemă, în loc să evalueze realist situația. Membrii grupului sunt atât de preocupați să păstreze coeziunea grupului, încât vor evita să aducă în discuție teme ce pot crea dispute, sau să ofere informații nerelevante pentru discuția declanșată. Aceste tendințe au consecințe dezastruoase atunci când se discută probleme importante.

Ca modalitate de luare a deciziilor în grup poate servi *metoda intuitivă colectivă de previziune*, a discuțiilor în grup, așa numită metodă *Brainstorming* [3, p.237-238], care este larg folosită în practica managerială pentru formularea unor ipoteze sau a unor idei *orientative* cu privire la direcțiile de acțiune viitoare.

*Intensificarea proceselor de discuție în grup*. Managerii pot face câțiva pași care îi vor ajuta nu numai să evite capcanele deciziilor de grup, dar chiar să profite de avantajele acestui proces. Unul dintre acestea îl reprezintă implicarea grupului în luarea deciziilor atunci când cunoștințele și informațiile grupului sunt hotărâtoare pentru luarea deciziei. Astfel, timpul consumat se poate justifica.

Un alt pas este analiza atentă a componentelor grupului. De exemplu, includerea indivizilor care se vor concentra asupra obiectivelor firmei va preveni tendința de egoism. Problemele create de indivizii dominatorii pot fi minimizate prin includerea în grup a unei persoane care să încurajeze ideile celorlalți.

Procesul de luare a deciziei poate fi îmbunătățit și prin utilizarea tehnicilor de stimulare a creativității. Creativitatea este o componentă esențială a procesului de luare a deciziilor deoarece are ca efect generarea de alternative noi, care duc la inovație și împiedică dezvoltarea unei perspective unice asupra problemei.

### Bibliografie

1. Dima C., Constantinescu A. ș.a. Economia și gestiunea firmei. București: Economică, 1999. 470 p.
2. Mintzberg H. Strategy formulation. New York: Harper & Row, 1990.
3. Nicolae V., Constanti L.D., Grădinaru I. Previziune și organizare economică. București: Economică, 1998, 247 p.
4. Pascale R.T., Athos A.G. The art of Japanese Management. New York: Penguin Books, 1982.



5. Galben I. Eficientizarea comerțului exterior al Republicii Moldova. Monografie. Ch.: Print Caro, 2012. 320 p.
6. Pecican E. Econometrie. București: Editura ALL, 1994 335 p.
7. Roșca P. Procesul decizional la nivel de întreprindere. Materialele Conferinței Internaționale din 17 septembrie 2010 la Filiala Iași a Academiei Române, Institutul de Cercetări Economice și sociale „Gh. Zane”. Vol. XI. Iași, Ed.Tehnopress, 2010, 452 p. (p. 220-227).
8. Schateles T. Metode econometrice moderne. O analiză critică. Ch.: Universitas, 1992. 304 p.

UDC: 159.9

**PROFESSIONAL VALUE - CONDITION OF PROFESSIONAL SATISFACTION OF  
MEDICAL WORKERS**

**VALOAREA PROFESIEI – CONDIȚIE A SATISFACȚIEI PROFESIONALE A  
LUCRATORILOR MEDICALI**

**RUSNAC Svetlana, PhD,**  
*Free International University of Moldova, Chisinau*  
**DREGLEA Filip, MA,**  
*Free International University of Moldova, Chisinau*

**RUSNAC Svetlana, doctor în psihologie, conferențiar universitar,**  
*Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*  
**DREGLEA Filip, master în psihologie,**  
*Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *The search presented in this article comes from the need to appreciate the professional values of contemporary physicians in relation to eternal moral values, which seem to designate an ideal image of the medical worker. It is commonly mentioned, both in the field of medical specialists and in the patients, but also in the whole society, that physicians can not highly appreciate their specialty, since they are not socially appreciated, including by offering decent wages, are not professionally satisfied and do not have well-being in all its manifestations. In this paper we have tried to examine this issue from another angle: the value offered to the profession is directly proportional to the satisfaction of professional activity, conditioning emotional, social well-being, all that characterizes well-being. In a survey carried out on a sample of 72 medical workers, two hypotheses were verified: the actual and ideal image of the medical worker differs; the value of the profession and attitudes towards medical activity correlate positively with work / professional satisfaction. Research results could be significant for future research to determine other important factors, that affects medicine employee satisfaction. Identifying factors that affect the quality of health services should serve as a basis for their timely management.*

**Adnotare:** *Actualitatea cercetării prezentate în acest articol vine din nevoia de a aprecia valorile profesionale ale medicilor contemporani în raport cu valorile morale eterne, cele care par a desemna o imagine ideală a lucrătorului medical. Se menționează frecvent actualmente, atât în mediul specialiștilor în medicină, cât și în cel al pacienților, dar și în întreaga societate, că medicii nu-și pot aprecia înalt specialitatea, la moment ce ei nu sunt apreciați social, inclusiv prin oferirea de salarii decente, nu sunt satisfăcuți profesional și nu dețin bunăstarea în toate manifestările acesteia. În lucrarea de față am încercat să examinăm această chestiune din alt unghi de vedere: valoarea oferită profesiei este direct proporțională cu satisfacția de activitatea profesională, condiționând bunăstare emoțională, socială, tot ce caracterizează starea de bine psihologic. În cadrul unei cercetări efectuate pe un eșantion alcătuit din 72 de lucrători medicali au fost verificate două ipoteze: imaginea reală și ideală a lucrătorului medical se deosebesc; valoarea profesiei și atitudinile față de activitatea în domeniul medicinei corelează pozitiv cu satisfacția cu munca / profesională. Rezultatele cercetării ar putea fi semnificative pentru cercetările viitoare pentru a determina și alți factori importanți care afectează satisfacția angajaților în medicină. Identificarea*

*factorilor care afectează calitatea serviciilor de sănătate ar trebui să servească drept bază pentru gestionarea oportună a acestora.*

**Keywords:** *professional satisfaction, work satisfaction, the value of the profession, real image, ideal image.*

**Cuvinte-cheie:** *satisfacție profesională, satisfacție cu munca, valoarea profesiei, imagine reală, imagine ideală.*

### Introducere

Condiția ca un domeniu profesional, fie acesta legat de educație, securitate, sănătate, sau oricare altul, să funcționeze, fiind împărțit de cei cu titlu de specialiști și solicitat de beneficiari, constă în fundamentarea activității pe anumite criterii axiologice care întrunesc calități umane, precum onestitatea, încrederea, profesionalismul, dedicația, altele, întrunite în noțiunea înțeleasă și simplă la prima vedere de deontologie profesională. În lipsa acestor valori ale profesiei fiecare din domeniile date va prezenta un sistem viciat, cu specialiști ineficienți în profesie și detestați de societate, care nu-și vor valorifica apartenența și nu vor fi apreciați de comunitate.

Deontologia profesională este o ramură esențială a medicinii care se ocupă de dilemele morale cauzate de conflictul obligațiilor / responsabilităților și consecințele pe care le confruntă specialistul atunci când nu dispune de rezolvări eficiente. Deontologia medicală se bazează pe patru principii fundamentale: autonomie, bunătate, eficiență și echitate [8], se ocupă de dilemele morale care apar în contextul autonomiei pacientului și al principiilor fundamentale ale consimțământului informat și confidențialității, de alegere, dreptul la decizie / acțiuni bazate pe libertatea alegerii și responsabilitatea/ obligațiile medicului subordonate interesului superior al pacientului. Deși aceste principii sunt clare în exprimare, în cadrul practicii medicale deseori se manifestă excepții, rezolvarea lor prezentând dificultate pentru lucrătorul medical. Autorii citați mai sus oferă exemple de asemenea dileme: dintre principiul confidențialității și necesitatea de a apăra interesul social, autonomiei deciziei și consimțământului informat al pacientului și incapacitatea acestuia în anumite condiții (vârstă minoră, conștiință afectată de o tulburare mintală sau altele) de a lua o decizie.

În abordarea utilitară a deontologiei profesionale medicale, în cazul unor dileme deciziile sunt luate pe baza valorii beneficiului și a numărului mare de persoane ale căror interese sunt protejate prin acestea. Această abordare este cunoscută și sub denumirea de "abordare consecventă", rezultatele determinând moralitatea deciziei medicale [7, p. 64]. Deși această abordare pare a fi atrăgătoare, deciziile luate de medic fără de participarea pacientului sunt îndreptățite doar în cazul inconștienței celui din urmă [2, 10].

Spre deosebire de abordarea utilitară, cea strict deontologică pune accent pe etica datoriei, conform căreia moralitatea unei acțiuni depinde de natura acesteia, iar răul este inacceptabil indiferent de consecințele acestuia. Interacțiunea medic-pacient este deontologică, educația medicală încurajând asemenea relații, încălcarea principiilor profesionale etice fiind calificată ca neglijență medicală. Pe de altă parte, se consideră că abordarea utilitară este acceptată în activitatea unor profesioniști din domeniul sănătății publice, a managerilor de instituții medicale și a politicienilor preocupați de problemele ocrotirii sănătății. Din perspectivă utilitară, resursele sistemului de ocrotire a sănătății, energia, banii și timpul sunt finite și trebuie să fie adaptate corespunzător pentru a obține cea mai bună organizare a acestora pentru societate [4].

Astfel, respectarea deontologiei profesionale în cadrul activității de ocrotire a sănătății este o sarcină dificilă, dar, totodată o condiție a aprecierii înalte a profesiei de medic. Beneficiarii sistemului de ocrotire a sănătății (pacienții) contemporani înaintează solicitări înalte față de

furnizori de asistență medicală și solicită standarde din ce în ce mai înalte de îngrijire și oferire de servicii. Calitatea serviciilor medicale este tot mai frecvent măsurată prin satisfacția pacienților, care prezintă aprecierea pozitivă a asistenței medicale acordate raportată la obiectivele și așteptările clientului [6]. Discuțiile privind măsurarea calității îngrijirii medicale includ satisfacția pacienților ca una dintre cele mai importante dimensiuni, fără a se ține cont de satisfacția profesională a lucrătorilor medicali[3] care, după părerea noastră, se prezintă ca un atribut important în instituirea unor standarde înalte de calitate în ocrotirea sănătății.

### Material și metodă

Actualitatea cercetării prezentate în acest articol vine din nevoia de a aprecia valorile profesionale ale medicilor contemporani în raport cu valorile morale eterne, cele care par a desemna o imagine ideală a lucrătorului medical. Se menționează frecvent actualmente, atât în mediul specialiștilor în medicină, cât și în cel al pacienților, dar și în întreaga societate, că medicii nu-și pot aprecia înalt specialitatea, la moment ce ei nu sunt apreciați social, inclusiv prin oferirea de salarii decente, nu sunt satisfăcuți profesional și nu dețin bunăstarea în toate manifestările acesteia. În lucrarea de față am încercat să examinăm această chestiune din alt unghi de vedere: valoarea oferită profesiei este direct proporțională cu satisfacția de activitatea profesională, condiționând bunăstare emoțională, socială, tot ce caracterizează starea de bine psihologic.

**Problema cercetării.** Identificarea unor condiții psihologice care ar condiționa satisfacția profesională și valorizarea profesiilor medicale, în situația în care sistemul de ocrotire a sănătății din Republica Moldova se află în situație de schimbare, mai confruntându-se și cu dificultățile unei economii slab dezvoltate care nu poate oferi suportul necesar acestui domeniu, se prezintă ca o necesitate actuală de promovare și susținere a domeniului medicinei.

**Obiectul cercetării.** În calitate de obiect al cercetării au fost valoarea profesiei, atitudinea față de aceasta, raportate la satisfacția profesională.

**Ipoteza cercetării.** Valoarea profesiei, atitudinile față de domeniul de activitate profesională conferă satisfacție profesională lucrătorilor medicali.

Ipotezele operaționale ale cercetării experimentale: imaginea reală și ideală a lucrătorului medical se deosebesc; valoarea profesiei și atitudinile față de activitatea în domeniul medicinei corelează pozitiv cu satisfacția cu munca / profesională.

**Descrierea eșantionului experimental.** În total eșantionul a întrunit 72 de respondenți. După apartenență sexuală: 44 (61,1%) respondenți sunt de sex feminine, 28 (38,9%) - de sex masculin. Conform vârstei lucrătorilor medicali, 65% sunt sub 45 de ani iar 35% din respondenți sunt peste 45 ani (am recurs la clasificarea vârstelor OMS, care consideră vârsta tânără până la 45 ani). Conform vechimii în muncă, din totalul de respondenți incluși în studiu 43% sunt până la 10 ani, 19% sunt cu vechime cuprinsă între 11-20 ani, iar 38% - mai mult de 20 ani. Din totalul de respondenți incluși în eșantion 69% au fost din domeniul serviciilor medicale (sector public), 31% au fost din domeniul farmaceutic (sector privat).

#### Metodele de cercetare

Pentru colectarea datelor au fost utilizate următoarele metode:

- Diferențiatorul semantic;
- Chestionarul;
- Chestionarul de satisfacție profesională (CSP).

Calculul statistic s-a realizat prin utilizarea softului specializat SPSS 20, fiind calculate mediile, diferența mediilor, coeficienții de corelație.

**Diferențiatorul semantic** a fost utilizat pentru evaluarea imaginii lucrătorului medical din două perspective: imagine reală, percepută și imagine proiectată (aprecierea valorică a profesiei).

Introdusă în științele sociale de Osgood, Suci și Tannenbaum [9], metoda avea menirea de cercetare a atitudinilor, fiind bazată pe o scală cu cinci sau șapte puncte și perechi de termeni opozați, cu caracter bipolar. Ulterior Diferențiatorul semantic a fost utilizat și în alte scopuri – măsurarea reacțiilor emoționale, a preferințelor, imaginii etc. Respondentului i se solicită să selecteze un punct din intervalul stabilit pentru fiecare din perechile bipolare, în conformitate cu atitudinea, aprecierea, starea de spirit pe care o are față de constructul evaluat.

Diferențiatorul semantic elaborat în scopul aprecierii imaginii lucrătorului medical [11] cuprinde 32 de itemi și este structurat pe patru dimensiuni: competența profesională, atitudine față de muncă, competența socială și statut social. Respondenții au apreciat prin bifare pe o scală alcătuită din 7 puncte imaginea unui lucrător medical caracterizat de satisfacție profesională, cât și propria imagine. Pentru fiecare dimensiune au fost prezentate câte opt perechi de termeni cu caracter opozant. Fiecare factor a dovedit o bună consistență internă prin indici Alpha Cronbach peste 0,76: competența profesională proiectată – 0,87, atitudine față de muncă proiectată – 0,82, competența socială proiectată – 0,83, statut social proiectat – 0,83, imagine proiectată – 0,83; competența profesională percepută – 0,89, atitudine față de muncă percepută – 0,90, competența socială percepută – 0,76, statut social perceput – 0,86, imagine percepută – 0,90.

**Chestionarul.** Prin chestionare au fost culese informațiile demografice: apartenență sexuală, vârstă, vechime în muncă, domeniu de activitate. Totodată, s-a adresat o întrebare de tip scală (de la 1 – întotdeauna, până la 6 – niciodată), prin care s-a identificat cât de frecvent sunt întâlnite în realitate cadrele medicale caracterizate de atitudini valorice față de profesie, precum cele descrise în imaginea ideală (valorificarea profesiei de către lucrătorii medicali).

**Chestionarul de satisfacție profesională (CSP)** a fost conceptualizat în formă de scală care a înglobat cinci dimensiuni ce prezintă aprecieri oferite: 1) activității cu beneficiarii; 2) activității personale de cercetare, documentare; 3) stimulării dezvoltării intelectuale, profesionale și avansării în carieră în organizație; 4) administrării, procesului decizional și politicilor interne; 5) calității relațiilor interpersonale în cadrul organizației și raportului cu mediul extra-organizațional. Media aprecierilor prezintă coeficientul general al satisfacției profesionale. Inventarul conține 50 de itemi, câte 10 pentru fiecare din laturile care descriu modelul satisfacției profesionale, cu o scală de răspuns de tip Likert în 7 trepte – de la -3 la 3 (-3 – niciodată, deloc; -2 – foarte rar; -1 – rar; 0 – când și cum; 1 – frecvent; 2 – foarte frecvent; 3 – întotdeauna). Scorurile mai mici de -0,5 denotă satisfacție profesională generală și într-un anumit domeniu al activității profesionale joasă, mai mari de 1,0 – satisfacție profesională înaltă. Consistența internă a CSP a fost măsurată prin corelarea tuturor itemilor între ei și cu scorul general, fiind căpătate rezultate cu semnificație înaltă ( $p < 0,001$ ). Valoarea indicelui Cronbach's Alpha = 0,867 ilustrează fidelitatea metodei [12]. În acest studiu valoarea Cronbach's Alpha = 0,887.

## Rezultate și discuții

### Valorificarea profesiei de către lucrătorii medicali

Prezentăm rezultatele cercetării imaginii reale și imaginii ideale a lucrătorului medical, ultima fiind o expresie a valorii profesiei, oferită de respondenți.

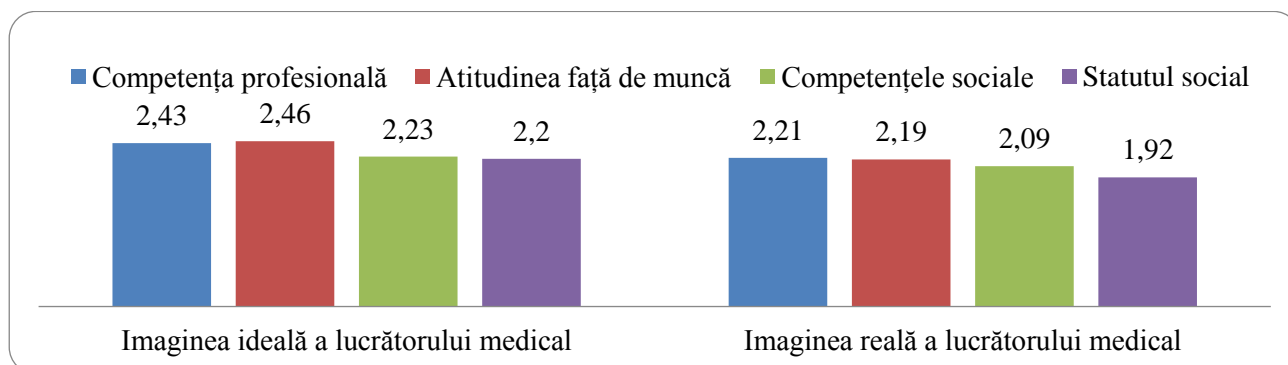


Figura 1. Valorile atribuite imaginii ideale și reale a lucrătorului medical

Prin prima metoda am identificat opiniile respondenților privind idealul lucrătorului medical și imaginea reală a lucrătorului medical. Metoda presupune identificarea valorilor atribuite competenței profesionale, atitudinii față de muncă, competențelor și statutului social.

Respondenții au valorificat mai înalt profesia, oferind o apreciere a stării reale a lucrurilor mai joasă. Deși mediile indică la scoruri înalt-medii în ambele cazuri (pentru imaginea reală și cea ideală), compararea datelor vorbește despre o diferență dintre cele două imagini (vezi figura 1).

Ținând cont de faptul că valorile se înscriu între -3 ca fiind foarte joase și +3 foarte înalte, constatăm că respondenții au caracterizat imaginea ideală în estimări înalte, iar cea reală, deși scopurile sunt mai joase, este la fel caracterizată cu valori înalte și doar o dimensiune, statutul social, întrunește valori medii-înalte.

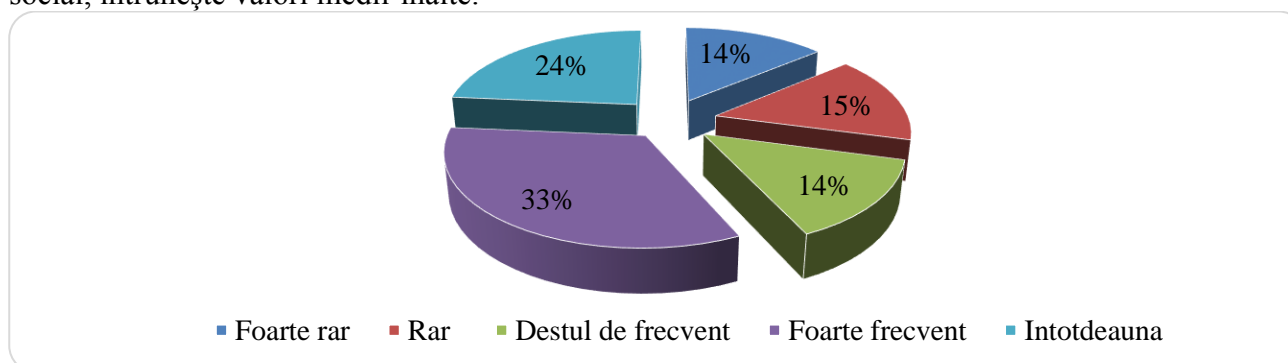


Figura 2. Frecvența aprecierilor oferite valorii profesiei de lucrătorii medicali participanți la cercetare

Printr-o întrebare de chestionar am verificat opinia privind frecvența lucrătorilor medicali care împărtășesc valorile înalte ale profesiei. 24% din respondenți consideră că toți lucrătorii medicali sunt corecți din punct de vedere al eticii profesionale, 33% - asemenea persoane se întâlnesc foarte frecvent, 14% - destul de frecvent, 15% - rar, 14% - foarte rar. Adică numărul celor care indică cert la valoarea înaltă a profesiilor medicale - 67% - este mai mare decât al celor care indică la prezența unor persoane care încalcă valorile profesionale (29%).

#### Satisfacția profesională a lucrătorilor medicali

Prezentăm în continuare rezultatele căpătate prin aplicarea Chestionarului de satisfacție profesională (CSP).

Majoritatea scorurilor indică la valori înalte și medii ale satisfacției profesionale. Cadrele medicale realizează satisfacție înaltă de activitatea cu pacienții (1,6), de calitatea relațiilor sociale (1,1), medii - de cea de documentare și cercetare (0,8), de stimularea dezvoltării intelectuale, profesionale și avansării în carieră în organizație (0,7), de calitatea administrării, procesului



decizional și politicilor interne (0,2). În general, satisfacția profesională a lucrătorilor medicali este caracterizată de scoruri medii.

Din studiul realizat se observă, în primul rând, importanța realizării periodice de evaluări corecte ale satisfacției profesionale a lucrătorilor medicali, acestea constituind o sursă valoroasă pentru: cunoașterea opiniei privind condițiile de lucru la locul de muncă, semnalarea problemelor și a neajunsurilor, cunoașterea percepției asupra interrelaționării în organizație și asupra schimbărilor, aflarea propunerilor și obținerea de feedback pe care nu angajații au întotdeauna ocazia sau intenția să le transmită conducerii. Se poate constata că nivelul de ansamblu al mulțumirii profesionale al lucrătorilor medicali este ridicat, ceea ce reflectă schimbările radicale ale condițiilor de lucru generale și specifice realizate în ultimii ani. Pe de altă parte, nemulțumirile, insatisfacția constituie subiectul unor analize ulterioare, menite să documenteze deciziile obiective de îmbunătățire a situației, acolo unde este fezabil.

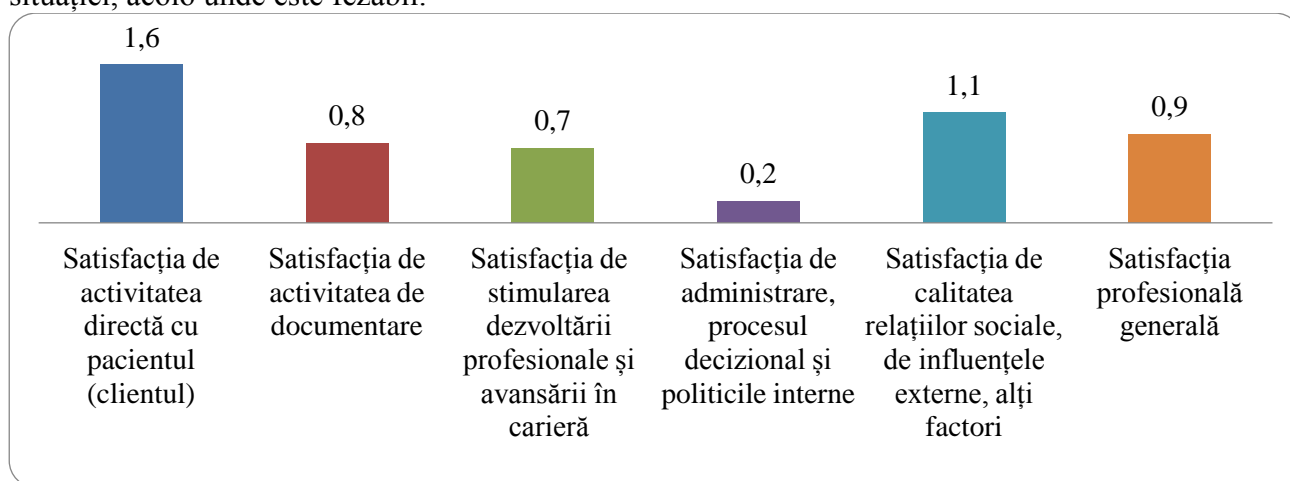


Figura 3. Valorile atribuite satisfacției profesionale

Am măsurat satisfacția profesională pentru două grupe diferite de respondenți – farmaciști și medici (fig. 4).

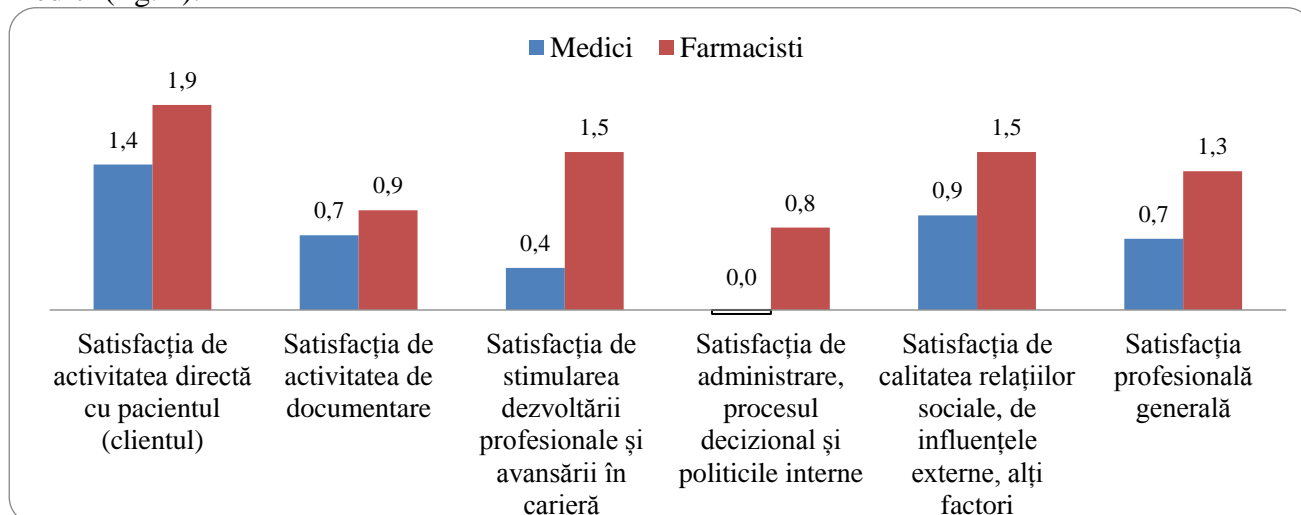


Figura 4. Valorile atribuite satisfacției profesionale pe domenii de activitate

Respondenții-farmacisti au apreciat mai înalt dimensiunile propuse pentru măsurarea satisfacției profesionale în chestionar. În urma comparării statistice a mediilor (tabelul 1) am identificat o satisfacție profesională mai înaltă a farmaciștilor, care apreciază mai înalt mulțumirea

de activitatea cu clienții, posibilitatea dezvoltării profesionale și avansării în carieră, administrația și procesul decizional, în general, sunt mai satisfăcuți cu munca decât medicii.

Tabelul 1. Compararea statistică t-Student a mediilor pentru două eșantioane independente pentru valorilor atribuite satisfacției profesionale de medici și farmaciști

t-test for Equality of Means		t	df	Sig. (2-tailed)
Satisfacția de activitatea directă cu pacienții (clienții)	Equal variances assumed	-2,008	70	,048
	Equal variances not assumed	<b>-2,414</b>	62,8	<b>,019</b>
Satisfacția de dezvoltare profesională și avansare în carieră	Equal variances assumed	-3,071	70	,003
	Equal variances not assumed	<b>-3,136</b>	42,2	<b>,003</b>
Satisfacția de administrare și procesul decizional	Equal variances assumed	-2,116	70	,038
	Equal variances not assumed	<b>-2,238</b>	46,0	<b>,030</b>
Satisfacția profesională	Equal variances assumed	-2,284	70	,025
	Equal variances not assumed	<b>-2,352</b>	43,1	<b>,023</b>

Au fost calculate mediile statistice pentru grupe cu vechime în muncă diferită. Cele mai scăzute valori atribuite satisfacției profesionale se atestă în grupul de respondenți cu vechimea în muncă de la 10 până la 20 de ani (fig. 5). Acești respondenți au apreciat cu valori medii-joase majoritatea parametrilor satisfacției cu munca, iar doi din aceștia, cu referință la dezvoltarea personal și avansarea în carieră, procesul decizional și administrarea – cu valori negative.

Compararea statistică a identificat diferențe semnificative pentru satisfacția de activitatea directă cu pacientul (clientul) în grupul de respondenți cu vechimea în muncă până la 10 ani comparativ cu grupul peste 20 ani ( $p=0,004$ ), cu cei cu vechime de 10-20 de ani: satisfacția cu activitatea directă cu pacientul (clientul) –  $p=0,016$ , cu stimularea dezvoltării personale și avansării în carieră ( $p=0,002$ ), administrarea și procesul decizional ( $p=0,045$ ), în general, satisfacția cu profesia ( $p=0,014$ ). Diferențe statistic semnificative au fost înregistrate pentru satisfacția cu dezvoltarea profesională –  $p=0,02$ , de procesul de administrare –  $p=0,046$  la respondenții cu vechimea în muncă peste 20 de ani comparativ cu grupul cu vechime de 10-20 de ani.

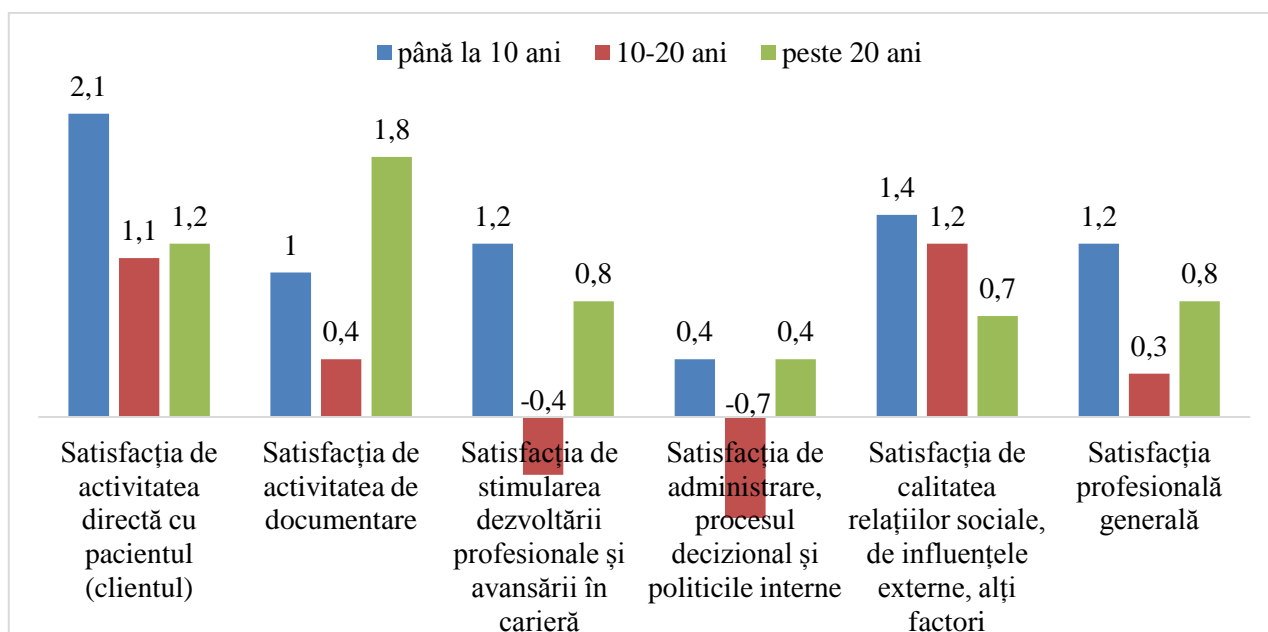


Figura 5. Valorile atribuite satisfacției profesionale pe grupe după vechimea în muncă

Satisfacția profesională a lucrătorilor medicali în funcție de vârstă este ilustrată în Figura 6.

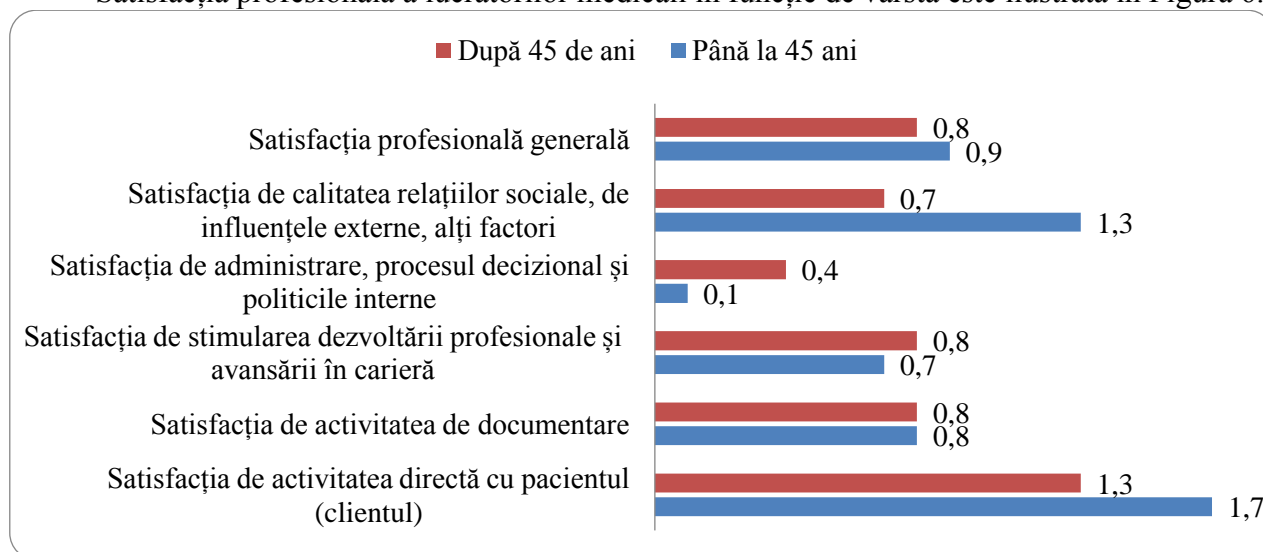


Figura 6. Valorile atribuite satisfacției profesionale pe grupe după vârstă

Nu influențează semnificativ satisfacția profesională vârsta angajaților, dar datele diferă pentru fiecare grup: adulții tineri sunt mai satisfăcuți de activitatea cu beneficiarii și calitatea relațiilor sociale, cei de vârste medii –de stimularea dezvoltării intelectuale, profesionale și avansarea în carieră, apreciind mai jos calitatea activității de administrare, procesul decizional și politicile interne, calitatea relațiilor interpersonale în cadrul organizației și raportului cu mediul extra-organizațional. Primul grupă de vârstă înregistrează și cele mai înalte rezultate privind satisfacția profesională.

Compararea statistică t-Student a mediilor valorilor atribuite satisfacției profesionale pe grupe de vârste diferite (până la 45 - după 45 de ani) n-a identificat diferențe statistic semnificative

#### Verificarea ipotezelor experimentale

##### **Ipoteza experimentală 1: imaginea reală și ideală a lucrătorului medical se deosebesc**

Ținând cont de faptul că valorile se înscriu între -3 ,ca fiind foarte joase și +3 foarte înalte, constatăm că respondenții au caracterizat imaginea ideală în valori înalte, iar cea reală, deși scopurile sunt mai joase, este la fel caracterizată cu valori înalte și doar una – statutul social - întrunește valori medii-înalte. Diferențe statistice sunt atestate pentru: aprecierea competențelor profesionale, a atitudinii față de muncă, a statutului social.

Prin compararea statistică a mediilor (t-Student pentru eșantioane perechi) am identificat dacă există diferență dintre imaginea ideală și reală. Am identificat deferențe statistic semnificative între caracteristicile imaginii ideale și reale, respondenții considerând că idealul lucrătorului medical este caracterizat de competențe profesionale mai înalte ( $t=2,892$   $p<0,01$ ) atitudine față de muncă mai conștiincioasă ( $t=3,356$  la  $p<0,01$ ) și statut social mult mai înalt ( $t=3,086$   $p<0,03$ ) decât profilul real al lucrătorului medical.

Tabelul 2. Compararea statistică a mediilor valorilor atribuite imaginii ideale și reale a lucrătorului medical

t-Student pentru eșantioane-perechi	t	df	Sig. (2-tailed)
Competență profesională ideal - real	2,892	71	0,005
Atitudine muncă ideal - real	3,356	71	0,001
Competență socială ideal - real	1,504	71	0,137
Statut social ideal - real	3,086	71	0,003

Datele arată că lucrătorii medicali dau valoare mult mai înaltă componentelor etico-valorice ale profesiei, apreciind mai jos starea reală a lucrurilor.

Ipoteza nr. 1 s-a confirmat.

**Ipoteza experimentală 2: valoarea profesiei și atitudinile față de activitatea în domeniul medicinei corelează pozitiv cu satisfacția cu munca / profesională.**

Corelația datelor indică la lucruri curioase: tendința de a da dovadă de atitudine pozitivă față de muncă și competență socială, precum și a deține un statut social ideal se manifestă defavorabil în raport cu starea reală a lucrurilor în domeniul profesional, corelațiile sunt indirecte. Aceasta înseamnă că lucrătorii medicali sau au marcat foarte înalt idealul profesional, sau conștientizează că nu dețin condiții de muncă și capacități ca să facă față acestui ideal și conștientizează că eforturile vor depăși aptitudinile lor reale, conducând la insatisfacție profesională.

Pe de altă parte sporirea statutului social real se prezintă ca unica condiție din cele 4 incluse în test cu potențial de ridicare a satisfacției profesionale. Aceasta, deoarece conform metodei aplicate statutul social include respect social, inițiativă, activism, capacități de lider, exterior prezentabil, prezența onorabilă, asigurarea economică bună și capacități socio-profesionale.

De fapt rezultatele statistice indică că medicii își doresc pentru satisfacție profesională un statut social real înalt. Adică, să fie respectați și remunerați. Iar cerințele foarte mari duc la insatisfacție cu munca.

Tabelul 3. Corelarea statistică dintre valorilor atribuite imaginii ideale și reale a lucrătorului medical și frecvența lucrătorilor medicali care dau valoare profesiei

		Frecvența lucrătorilor medicali care dau valoare profesiei
Atitudine muncă ideal	Pearson Correlation	-,290*
	Sig. (2-tailed)	,013
	N	72
Competență socială ideal	Pearson Correlation	-,264*
	Sig. (2-tailed)	,025
	N	72
Statut social ideal	Pearson Correlation	-,273*
	Sig. (2-tailed)	,020
	N	72
Statut social real	Pearson Correlation	,333**
	Sig. (2-tailed)	,004
	N	72
		*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
		** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Ipoteza experimentală nr. 2 s-a confirmat. Valoarea și atitudinile față de profesie sunt o condiție a satisfacției cu munca a lucrătorilor medicali.

Se poate concluziona și despre ipoteza de fond a cercetării: valoarea profesiei, atitudinile față de domeniul de activitate profesională conferă satisfacție profesională lucrătorilor medicali.

**Concluzii**

Mai multe studii au demonstrat că satisfacția angajaților în medicină are un impact considerabil asupra satisfacției pacienților. Acest lucru confirmă ideea de la care am pornit, conform căreia managementul calității în domeniul sănătății ar trebui să pună pe locul întâi grija pentru bunăstarea personală a lucrătorilor medicali, pe care o putem defini ca stare de bine psihologic, și salariul, costurile și eficiența ar trebui să fie pe al doilea loc. Cele mai bune rezultate pot fi obținute

prin creșterea timpului disponibil pentru îndeplinirea sarcinilor legate de ocrotirea sănătății populației, fapt care poate fi realizat prin completarea instituțiilor medicale cu cadre, reducerea programului de muncă cu menținerea unei salarizări decente [5].

Una dintre cele mai importante probleme cu care se confruntă la momentul dat toți angajații sunt factorii de risc și bolile profesionale specifice. Aceste aspecte ale muncii influențează atât activitatea profesională, cât și viața personală a lucrătorilor prin diminuarea considerabilă a calității vieții lor.

Angajații în sfera medicinei se confruntă în activitatea lor profesională cu factori de risc ca: suprasolicitarea neuropsihică și musculară, un regim de muncă epuizant, contactul cu substanțe chimice, alergizante și deșeuri biologice purtătoare de germeni infecțioși.

Repartizarea factorilor de risc pentru lucrătorii medicali din Uniunea Europeană a stabilit că pe locul I se plasează suprasolicitarea musculară și epuizarea fizică, II – stresul în muncă.

Un studiu efectuat în SUA în anul 2000, a demonstrat că o asistentă medicală petrece timpul său la lucru: 60-80% în picioare, 10% în poziție aplecată, 11 % pentru poziționarea pacientului, 24 % le petrece într-o altă poziție nefiziologică.

OMS estimează că aproximativ 3 milioane din cei 35 de milioane de lucrători din domeniul sănătății din întreaga lume sunt expuși anual pericolului prezentat de agenții patogeni transmisibili prin sânge. Au fost estimate următoarele riscuri generate de expunerea la sângele infectat: Hepatita B – risc de 30% de infectare Hepatita C – risc de 10 % de infectare HIV – risc de 0,3% de infectare [1].

Grija de sănătatea populației este o obligație morală, realizată prin angajamentul profesional al lucrătorilor din domeniul sănătății și orientarea lor spre a servi pacienții în cea mai înaltă măsură a cunoștințelor și abilităților pe care le dețin, indiferent de salariu, satisfacția cu relațiile interpersonale, cu oportunitățile de dezvoltare profesională, educaționale sau claritatea instrucțiunilor cu privire la așteptările pe care trebuie să le satisfacă la locul lor de muncă. Rezultatele cercetării ar putea fi semnificative pentru cercetările viitoare pentru a determina alți factori importanți care afectează satisfacția angajaților în medicină, pe lângă factorii analizați în acest studiu. Identificarea factorilor care afectează calitatea serviciilor de sănătate ar trebui să servească drept bază pentru gestionarea oportună a acestora.

### Bibliografie

1. Deci E. L., Ryan R. M. Hedonia, eudaimonia, and well-being: An introduction. In: Journal of Happiness Studies, 2008, nr.9, p. 1-11.
2. De Groot J. et al. Decision making on organ donation: The dilemmas of relatives of potential brain dead donors. In: BMC Medical Ethics, 2015, nr. 16, p. 64.
3. Fitzpatrick R. et al. Surveys of patient satisfaction: Important general considerations. In: British Medical Journal, 1991, nr. 302, p. 887-889.
4. Garbutt G., Davies P. Should the practice of medicine be a deontological or utilitarian enterprise? In: Journal of Medical Ethics, 2011, nr.37, p. 267-270.
5. Janicijevic I. et al. Healthcare workers satisfaction and patient satisfaction – where is the linkage? In: Hippokratia, 2013, nr. 17(2), p.157-162.
6. Lochman J. E., et al. Factors related to patients' satisfaction with their medical care. In: Journal of Community Health, 1983, nr. 9, p. 91-109.
7. Mack P. Utilitarian ethics in healthcare. In: International Journal of the Computer, the Internet and Management, 2004, nr.12, p. 63-72.

8. Mandal J., Korol Ponnambath D., Chandra Parija S. Utilitarian and deontological ethics in medicine. In: *Tropical Parasitology*, 2016, nr. 6 (1), p. 5-7.
9. Osgood C. E., Suci G., Tannenbaum P. *The measurement of meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1957. 360 p.
10. Playford R.C., Roberts T., Playford E.D. Deontological and utilitarian ethics: A brief introduction in the context of disorders of consciousness. In: *Disability and Rehabilitation*, 2015, nr. 37, p. 2006-2011.
11. Rusnac S. Cercetarea stării de bine psihologic: metodologie și rezultate. In: *Psihologia socială în secolul XXI: provocări, tendințe, perspective. Materialele Colocviului Științific Internațional*. Chișinău, 4-5 mai 2017. Chișinău: Tipogr. Biodesign, 2017, p. 83-93
12. Rusnac S. Professional satisfaction as a condition of psychological well-being of academics. In: *Education, Social Values and European Integration*. Ed. by. G. Goudenhoof, I. Horga. Debrecen: Debrecen University Press, 2017, p. 144-160.



UDC: 159.9

**HISTORICAL-PSYCHOLOGICAL CONTEXT OF THE STUDY OF ETHNIC IDENTITY**

**ИСТОРИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ**

*STEPANOVA Galina, candidate of Psychological Sciences,  
Voronezh State Pedagogical University, Voronezh City, Russia*

*СТЕПАНОВА Галина, кандидат психологических наук,  
Воронежский государственный педагогический университет,  
г. Воронеж, Россия*

**Annotation:** *The article investigates peculiarities of ethnic identity functioning. The author focuses on the Russians' ethnic identity. The author points out the actuality of the historico-psychological research of the phenomenon which allows determining both dynamical aspects of the identity and the ethnocultural constants. The results of empirical study of the Russians' ethnic identity within the historico-psychological context are given. Special attention is drawn to the fuzziness of structural components of identity, weak verbalization of the ethnicon, inconsistency of ethnic stereotypes. The necessity for the search of determiners of the stated peculiarities is ascertained.*

**Аннотация:** *В статье рассматриваются особенности функционирования этнической идентичности. Подчеркиваются особенности этнической идентичности русских. Отмечается актуальность историко-психологического исследования феномена, позволяющего увидеть, как динамические стороны идентичности, так и этнокультурные константы. Приводятся результаты эмпирического исследования этнической идентичности русских в рамках историко-психологического контекста. Указывается на размытость структурных компонентов идентичности, слабую вербализацию этнонима, противоречивость этностереотипов. Констатируется необходимость поиска детерминант указанных особенностей.*

**Keywords:** *ethnic identity, irrationalism, historico-psychological reconstruction, ethnicon, ethnic stereotypes, ethnocultural constants, intergenerational succession.*

**Ключевые слова:** *этническая идентичность, иррациональность, историко-психологическая реконструкция, этноним, этностереотипы, этнокультурные константы.*

**Введение**

В современных психологических исследованиях все чаще обращается внимание на тесную связь психологии и истории, на их взаимную обусловленность. Историческая психология изучает историческую детерминацию психики, рассматривает человека как носителя исторических норм и ценностей, как объекта и субъекта исторического процесса. Психический мир наших предков отражается в нашей жизни как непосредственно, так и трансформировано; представлен в культуре, обычаях, психике, исторической памяти, менталитете, стереотипах поведения современного человека [7]. Актуальной проблемой исторической психологии является сегодня историческая преемственность этнической

идентичности, особенности ее проявления, актуализации, содержания. Еще древние философы указывали на важность историко-культурной связи в самосознании народа. Цицерону принадлежат современно звучащие слова: «Мы ... не храним в сердцах ничего из поучений, оставленных еще до нашего появления. Наши воспоминания не идут далее вчерашнего дня: мы как бы чужие для себя самих» [6, с.93].

Формулирование новой интегрирующей национальной идеи – формирование (конструирование) национально-гражданского общества и общероссийской идентичности граждан России, требует нового подхода к исследованию этнической идентичности всех этносов, проживающих на территории России. Учитывая принципиально новые реалии и задачи современного общества, необходимо с разных сторон взглянуть на историю возникновения, историческую динамику и социально-психологическую сущность этнической идентичности, ее функции, особенности актуализации и трансформации в периоды транзитивности общества, ее ресурс и ограничения в процессе конструирования новой идентичности. Иными словами, необходимо отойти от однозначной, сравнительной оценки этнических характеристик по одному или ограниченному количеству параметров и перейти на уровень анализа многообразия проявлений феномена в зависимости от меняющихся культурно-исторических условий.

Необходимо отметить, что в 1980-х – начале 1990-х годов новый термин «этническая идентичность», пришедший в российскую науку вместе с работами зарубежных (преимущественно американских) антропологов и социологов (Glaser N., Moynihan D.P., 1975) начинает активно «конкурировать» с привычным для российского научного знания понятием «этническое самосознание». История развития понятия «этническое самосознание», которое предвляло появление в российской науке понятия «этническая идентичность», показывает, что наиболее интенсивные периоды его исследования, уточнение признаков, структуры, связаны с важнейшими историческими событиями: например, поражение России в русско-японской войне и первая мировая война (работы В.В. Ивановского, П.И. Ковалевского, П.Н. Милюкова, В.И. Никольского, Д.Муретова и др.); Великая Отечественная война (работы П. Кушнера, Д.С. Лихачева, В.В. Мавродина). Таким образом, этническое самосознание, само по себе являющееся результатом этногенеза, играет колоссальную консолидирующую роль в истории этносов.

Этническая идентичность является парадоксальным феноменом. Критериями парадоксальности могут служить такие ее характеристики, как глубинность, архетипичность, эмоциональная насыщенность, стремительная актуализируемость при наличии ресурса. Н.А.Бердяев отмечал, что ни раса, ни территория, ни религия не являются признаками, определяющими национальность, хотя все они играют ту или иную роль в ее определении. «Национальность – таинственна, мистична, иррациональна, как и всякое индивидуальное бытие» [3, с.87]. Современные авторы утверждают, что наука не дает ответа на вопрос, откуда вообще взялось этническое, из каких потребностей и сторон жизнедеятельности людей оно возникло? С.В.Чешко определяет этничность как не детерминированный никакими материальными причинами социальный инстинкт - инстинкт коллективности, т.е. единства двух противоположных начал – группирования и разделения [14].

Глубинность, иррациональность этнического «Я» особенно активно проявляется в переломные, кризисные периоды, когда идет интенсивное размывание систем социальной идентификации, в том числе и механизма осознания индивидами своих социальных групп (классовых, профессиональных, территориально-поселенческих и др.). При этом сохраняется этническая идентичность, которая выражает непрерывность процесса связывания

настоящего с прошлым. Она как бы «говорит» человеку, что, несмотря на то, что многое рушится и меняется, есть что-то неизменное и устойчивое – это «чувство этнической принадлежности к какой-либо общности, обеспечивающее индивида ощущением исторической непрерывности и личностной аутентичности в современном мире» [12, с.103].

### **Материалы и методы исследования**

Парадоксальность этнической идентичности и другие ее особенности можно попытаться понять, обратившись к историко-психологическому контексту ее изучения. Реконструируя процесс становления этнической идентичности в истории, можно обнаружить его длительность, сложность, неоднозначность, перерывы постепенности, поэтому предположение, что формирование единой общегражданской идентичности россиян может произойти за короткий исторический промежуток, не совсем оправдано. Процесс конструирования феномена требует глубокого психологического знания его этнокультурных ресурсов и ограничений.

Говоря об исторических истоках формирования этнической идентичности, необходимо помнить о психологическом механизме этого процесса, или о формировании этнокультурной познавательной оппозиции «Они - Мы», о чем говорил Поршнев Б.Ф. На заре человеческой истории, для того чтобы в самосознании первобытных людей появился образ «Мы», человечеству нужно было повстречаться с кем-то «Они». Т.е. образ «Они» является первичным по сравнению с «Мы». Для того чтобы идентифицироваться с «Мы», необходимо противопоставить себя «Они». Такое соотношение показывает универсальный механизм формирования этнокультурной идентичности – механизм противопоставления и одновременно отождествления [10].

Возможности историко-психологического контекста в изучении этнической идентичности можно проиллюстрировать на примере русского этноса. Поиск исторических истоков появления этнической идентичности русских осложняется рядом особенностей. Так, для формирования самосознания русских характерна историческая прерывность преемственности в формировании феномена. Это явление неоднократно наблюдалось в истории. В начале XX столетия в России происходят события, наложившие отпечаток на историю русского этнического социума, что проявилось в кризисе этнического самосознания, этнической идентичности. Историко-психологическая природа этнической идентичности заключается в ее отношении к связи поколений. Предполагается, что если не произойдет идентификации ряда поколений этноса друг с другом, или не реализуется “трансляция” этнокультурного опыта, то не сложится и этнической истории как межпоколенной истории этнического социума. В связи с этим думается, что слабость рефлексии, противоречивость, часто встречающееся безразличие, есть результат разрыва межпоколенных этнических связей последних десятилетий. Причем наблюдается “двойной” разрыв: с одной стороны, между дореволюционной Россией и ее этнокультурным опытом и между Советской Россией. С другой стороны, между Советской Россией и ее, не поддающимся однозначным оценкам, социальным и культурным опытом и современным периодом. Сегодня отчетливо вырисовывается проблема: не ускользнет ли окончательно эта нить, связывающая прошлое России, ее культуру, настоящее и будущее, и не упускаем ли мы очередную возможность в выборе средств и способов выхода из современного кризиса России. В частности, разрыв преемственности этнической идентичности проявился, на наш взгляд в утрате синонимического этнокультурного самоопределения «православный – значит русский». Понятия русский и православный были тождественными. Поэтому в

конфессиональном сознании русских выражалась и их национальная самоидентификация. Кроме того, следствием прерывности стало и разрушение советской идентичности, результатом чего стало усиление противоречивости, неопределенности и амбивалентности этнической идентичности, что сегодня является характерным для русской идентичности. Такие особенности исторического становления этнической идентичности русских определяют и многообразие научных точек зрения на истоки, природу идентичности. Обратимся к некоторым из них.

### Результаты и обсуждения

Образ «Мы» в самосознании русского народа формировался на протяжении всей истории. Русский историк М.О. Коялович свою книгу, вышедшую в восьмидесятых годах XIX в., посвященную истории Русского государства начиная со времен Игоря Святославовича и заканчивая славянофилами и западниками назвал «История русского самосознания» [8]. Автор отмечал, что ассимилятивный механизм формирования национальной общности был изначально свойственен русским. Но, подчеркивая важность изучения содержания и сущности русского самосознания, он писал, что и господство иноземных влияний на нашу историческую жизнь – немецкого и византийского, и даже смешение славянско-русского элемента на северо-западе с финским, на юге – с хазарским, не устранили значения исследования о том, что же такое это смешиваемое с «иноземством» русское начало само по себе? Причем, автор утверждал, что основным механизмом исторического формирования образа «Мы» было развитие саморефлексии. А. Ахиезер отмечал, что попытка осмыслить Россию как цивилизацию является важнейшим компонентом развития самосознания россиян. Подобный поиск важен для любой страны, для любого народа. Особенно, по его мнению, он важен для России – страны, в которой люди не определились полностью в своей идентификации с Востоком или Западом, ориентацией на «архаичное вечное наследие» или ценности либеральной демократии. Автор утверждает, что от рефлексии мировоззренческих вопросов зависит решение бесконечного множества теоретических и практических, основополагающих для общества проблем, концепция государственного развития, характер модернизации, смысл повседневной жизни [2].

При обращении к историко-психологическим аспектам в изучении этнической идентичности важными проблемами выступают: период появления самоназвания (этнонима), механизм его появления и критерии отнесения к общности.

При определении этнодифференцирующих и этноинтегрирующих критериев идентичности русских (объединяющих с этносом и отличающих от других) многие авторы указывают на такие признаки как язык и православие.

Б. Флоря указывает, что при описании «мученика» летописцем XIII века было указано, что «мученик» был «иноязыка, не Русаго». Таким образом, в данном случае контакты с иноязычной средой активизировали в сознании представление о «русских» - восточных славянах как особом народе – «языке».

Кроме того, изучение текста Ипатьевской летописи последней четверти XII в. позволяет выявить в ней использование традиционных для древнерусской традиции понятий, в частности употребление термина «Русь» в значении одновременно народа и государства, и обозначение территории, занятой «Русью», как «Русской земли». Автор подчеркивает, что на протяжении второй половины XIII – в начале XIV века самоидентификация населения с «Русью» и «русскими» прочно утвердилась во всех частях Древней Руси. Причем во всем восточнославянском ареале в XIII в. усилилось чувство принадлежности к особой

древнерусской народности, что, по мнению Б.Флоря, являлось естественной реакцией на небывалое, именно в ту эпоху, расширение контактов с иноэтническими соседями и на прямую конфронтацию с некоторыми из них [13, с.12,20,34]. Кроме того, существенное увеличение значения конфессионального компонента в самосознании славянских народов, в том числе русских, явилось результатом интенсификации контактов с иноплеменниками, причем контактов враждебных, особенно с иноверными народами, что в период установления татаро-монгольского ига вызвало обострение чувства приверженности к православию. Такие исторические факты подтверждают точку зрения Б.Ф.Поршнева на противопоставление познавательных структур «Они» и «Мы» как механизм формирования идентичности.

Также следует отметить, что в XV веке стали усложняться этностереотипы, совмещая в себе и положительные, и отрицательные характеристики относительно одного и того же народа. Так, в представлении поляков, русские «изнеженные и неверные» - были в то же время «простосердечными и добрыми по природе». Это говорит о том, что противоречивость исторически характерна для этностереотипов, что сегодня является отдельным предметом исследования [9, с.224].

Многие из историков, исследующих феномен нации, определяли её как продукт социального конструирования и коммуникации. Идея общего прошлого, согласно их точки зрения, является определяющей для возникновения национальной идентичности. Исторический опыт развития и гибели наций показывает, что процесс их существования является вполне управляемым, особенно в наш век развития информационных технологий [5].

Обращаясь к работам Е.А. Вишленковой, которая утверждает, что на период 1770 года этнонима, как актуализированного самоназвания, т.е. используемого в обыденной речи, у русских как такового еще не существовало, а идентичность была последовательно сконструирована, можно отчетливо выделить этапы конструирования. При этом мы, безусловно, предполагаем, что это одна из точек зрения на исторический процесс становления этнической идентичности русских. Речь здесь идет о возможном несовпадении частоты упоминания этнонима и сформированности этнической идентичности. Например, во время Всероссийской переписи населения 1897 г. в опросных листах присутствовали вопросы о вероисповедании, родном языке, семейном положении, сословии, месте рождения и т.д., но отсутствовал прямой вопрос о национальности. Его подменял вопрос о родном языке.

Описывая творчество художников – этнографов, Е.А. Вишленкова выделяет их роль в последовательном, постепенном становлении самоидентификации русских, отмечая, что для самопознания населению предлагалась информация внешняя, причем, зачастую этнографов – иностранцев. С точки зрения автора, первым этапом было создание и предъявление зрителю XVIII века образа русского/российского человека, через изображение национального костюма. Визуальный образ был первичным в становлении этнической идентичности. Основной причиной того, по мнению Е.А. Вишленковой, была христианская традиция, которая закрепила за рисунком больший ресурс достоверности, чем за литературным текстом. Считалось, что внешний образ воздействует, а значит, и учит быстрее и глубже, чем слово. Следующим этапом было введение западным художником XVIII века Лепренсом в костюмный жанр сюжета и бытовых подробностей. Обратившись к показу этнических «нравов», «русскость» была показана как набор верований, обрядов, ритуалов и праздников. Взятые из разных социальных слоев, русские живут по особым, «русским» правилам —



играют в салочки, скорбят на похоронах, дерутся на кулаках, воюют с соседями, моются в бане, пляшут на празднике, пьянствуют в кабаке. Своими типажам Лепренс убеждал зрителя: «Все эти такие разные люди — русские, потому что они живут по-русски» [4, с.22]. Таким образом, визуальное понятие «русский народ» обогатилось смыслом. Благодаря массовому тиражированию рисунков, среди современников утвердилось соглашение относительно того, участники каких ритуальных действий должны опознаваться как «русские». Лишь следующим этапом было написание научного текста. Такая последовательность соответствует последовательности когнитивных процессов в человеческом восприятии мира. Согласно данным современных исследователей, опыт визуального восприятия первичен и является основой для запуска аналитического процесса [1].

На сконструированную природу идентичности русских указывает и В.Кожин. Он писал, что эта, своего рода, закономерность развития русского культурного самосознания была уяснена давным-давно. Еще в 1839 году Иван Киреевский, размышляя о духовных ценностях русского Православия, утверждал, что желать теперь остается только одного: чтобы какой-нибудь француз понял оригинальность учения христианского, как оно заключается в нашей Церкви, и написал об этом статью в журнале; чтобы немец, поверивши ему, изучил нашу Церковь поглубже и стал бы доказывать на лекциях, что в ней совсем неожиданно открывается именно то, чего теперь требует просвещение Европы. Тогда, без сомнения, мы поверили бы французам и немцам и сами узнали бы то, что имеем [6].

Приведенный выше краткий исторический экскурс становления этнической идентичности русских требует поиска соответствующих особенностей или их следов у современных представителей общности, что позволяет выделить историко-культурные константы и динамические особенности в формировании и проявлении феномена.

Авторское исследование этнической идентичности русских, которое длится с 1998 года и насчитывает более тысячи респондентов различных возрастных групп позволило выявить ряд устойчивых закономерностей и динамических изменений. Например, устойчиво подтверждается слабая вербализация этнонима («Я русский») и противоречивость его содержания. А именно, результаты неоднократных срезов с помощью методики Куна-Макпартленда показывают слабую выраженность этнонима (в пределах 8 – 10% от выборки).

Отчетливо проявляется ведущая роль эмоционального компонента идентичности. На фоне слабой вербализации этностереотипа обнаруживает себя однозначно позитивная, устойчивая реакция на стимул «русские» в виде таких эмоциональных переживаний в связи со своей национальной принадлежностью, как «чувство гордости, радости, ответственности, удовлетворенности и т.д.». Можно предположить, вновь обращаясь к истории становления феномена, что именно слабая вербализация этнонима в самосознании русских приводила некоторых авторов (Е.А.Вишленкова) к выводу о несформированности идентичности у общности в конце XVIII в.

Кроме того, автостереотипы (самоописание) русских респондентов устойчиво противоречивы и включают в себя взаимоисключающие категории («ленивые – трудолюбивые», «открытые - подозрительные», «добродушные - завистливые» и т.д.). Как мы видели выше, противоречивость этностереотипов имела место в глубокой истории и была свойственна не только русским.

Обращает на себя внимание сохраняющийся механизм идентификации, а именно – самоопределение. Ведущими этноинтегрирующими признаками, объединяющими с народом выступают, в первую очередь, «язык», «единство происхождения» и «совместное



проживание». «Кровное родство», или национальность родителей как этноинтегрирующий признак стоит на одном из последних мест. При этом указанные особенности национального самоопределения наблюдаются у представителей различных поколенных групп. Необходимо отметить, что религия также занимает одно из последних мест в этнической идентификации. Можно предположить, что религиозный фактор этнической идентификации потерял свою актуальность еще в первой трети XX века. При исторической стабильности и синонимичности категорий «русский-православный» такая динамика вызывает ряд вопросов. Один из виднейших русских мыслителей В. В. Розанов об этом писал следующее: «И странно. Всю жизнь крестились, богомолились: вдруг смерть - и мы сбросили крест. Просто, как православным человеком русский никогда не жывал. Переход в социализм и, значит, в полный атеизм совершился у мужиков, у солдат до того легко, точно "в баню сходили и окатились новой водой" [11]. Такие факты ставят проблему исторической природы и степени устойчивости некоторых особенностей этнической идентичности русских и факторах, разрушающих, казалось бы, незыблемые устои.

Исследование уровня рефлексии также показало любопытную картину. Степень включенности в современный социокультурный контекст как показатель рефлексии можно проиллюстрировать исследованием актуальности этнокультурных проблем, проведенным в 2017г. Например, в ответ на вопрос «Насколько актуальны для Вас этнокультурные проблемы?», 59% испытуемых ответили, что они актуальны «для моего народа» и лишь 12% испытуемых ответили, что «актуальны для меня лично». При этом под этнокультурными проблемами понималось «состояние национальной культуры, необходимость сохранения этнокультурных традиций, личный вклад в достижение межнационального мира». Можно предположить, что это свойственно юношескому возрасту, когда на первый план выходят межличностные проблемы. Но опрос старших групп (в общей сложности было опрошено 240 чел.), показал аналогичную тенденцию. Так, в группе 25-40-летних испытуемых, аналогичный ответ дали 55% и 14% соответственно, а в группе 40-55 летних и старше для 60% опрошенных проблема актуальна для народа в целом, и лично актуальна лишь для 10% испытуемых. Можно утверждать, что рефлексивные особенности осознания себя включенным в этнокультурную среду выражены у испытуемых недостаточно. Это говорит о том, что в самосознании, в принципе, выражен уровень идентичности «Мы-русские» и слабо представлен уровень «Я-русский». Недостаточность переноса характеристик «Мы» на уровень «Я» приводит к размыванию представлений о себе как представителе культуры, а соответственно и к непониманию этнокультурных особенностей других. Интеграцию «Я» и «Мы» образов в самосознании можно рассматривать как этнокультурный потенциал развития общности. Пути и механизмы интеграции требуют дальнейшего исследования.

### **Выводы**

Таким образом, обобщая достаточно краткий экскурс в историю и все вышесказанное, можно утверждать, что, несмотря на историческую прерывность в формировании этнической идентичности русских, обнаруживаются как этнокультурные константы в содержании идентичности, так и динамические, качественные изменения. Историко-психологический контекст исследования феномена позволяет выявить его парадоксальность и иррациональность и открывает значительные перспективы в изучении этнической идентичности в плане понимания ресурса и ограничений в процессе конструирования общегражданской идентичности «Мы – Россияне».

### Библиография

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М., 1974. 180 с.
2. Ахиезер А.С. Россия: критика исторического опыта (Социокультурная динамика России). Т. 1. Новосибирск, 1997. 345 с.
3. Бердяев И. Судьбы России. Опыты по психологии войны и национальности. М.: Мысль, 1990. 240 с.
4. Вишленкова Е.А. Визуальная антропология империи, или «увидеть русского дано не каждому. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 56 с.
5. Злобин А. Н. Проблемы изучения русского исторического сознания и этнической идентичности в эпоху позднего Средневековья (в контексте «постмодернистского вызова»). В: Известия Уральского государственного университета, 2010, № 6(85), с. 327-334.
6. Кожин В.В. История Руси и русского слова (Опыт беспристрастного исследования). М., "Алгоритм", 1999. 480 с.
7. Кольцова В.А. Историческая психология как комплексная отрасль знания: теоретико-эмпирический анализ. В: Психологический журнал. 2011, т.32, № 3, с.85-95.
8. Коялович М.О. История русского самосознания. СПб., 1884. 603 с.
9. Литаврин Г.Г., Б.Н.Флоря. Общее и особенное в этническом самосознании славян в XV веке. В: Этническое самосознание славян в XV столетии. М.: Наука, 1995. 240 с.
10. Поршнев Б.Ф. О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии). М., 1974. 487 с.
11. Розанов В. В. Апокалипсис нашего времени. В: Метафизика христианства. М., 2000. с.788. [https://fictionbook.ru/author/vasiliyi\\_vasilevich\\_rozanov/](https://fictionbook.ru/author/vasiliyi_vasilevich_rozanov/).
12. Скворцов Н.Г. Проблема этничности в социальной антропологии. Спб., 1997. 184 с.
13. Флоря Б.Н. К вопросу о зарождении восточнославянских народностей В: Этническое самосознание славян в XV столетии. М.: Наука, 1995. 240 с.
14. Чешко С.В. Человек и этничность. В: Этнографическое обозрение, 1994, №6, с.35-49.

UDC: 657:174

**SOME ASPECTS RELATED TO ETHICS LEGISLATIVE REGULATION IN  
ACCOUNTING PROFESSION**

**UNELE ASPECTE PRIVIND REGLEMENTAREA LEGISLATIVĂ A ETICII ÎN  
PROFESIA CONTABILĂ**

*SEVCIUC Tatiana, PhD,  
State Agrarian University of Moldova, Chisinau  
BULGARU Veronica, PhD,  
State Agrarian University of Moldova, Chisinau*

*ȘEVCIUC Tatiana, doctor în științe economice,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova, Chișinău  
BULGARU Veronica, doctor în științe economice,  
Universitatea Agrară de Stat din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *Ethics is a system of moral principles and methods for their application. Thus, ethics provides tools to develop moral judgments. It includes language, concepts and methods that endow the individual with the ability to take moral decisions. A distinctive sign of the accounting profession is the assumption of responsibility to act in the public interest. Therefore, the responsibility of a professional accountant is not solely to meet the needs of a client or of an individual employer but to act within the legal spectrum with strict compliance with ethical and deontological norms to achieve predetermined goals.*

**Adnotare:** *Etica reprezintă un sistem de principii morale și de metode pentru aplicarea acestora. Astfel, etica furnizează instrumente pentru a elabora judecăți morale. Ea cuprinde limbajul, concepțiile și metodele care dau capacitatea individului de a efectua decizii morale. Un semn distinctiv al profesiei contabile îl constituie asumarea responsabilității de a acționa în interes public. Așadar, responsabilitatea unui profesionist contabil nu constă exclusiv în a satisface nevoile unui client sau unui angajator individual, ci de acționa în limitele spectrului legal cu respectarea strictă a normelor de etică și deontologie pentru atingerea obiectivelor prestabilite.*

**Cuvinte-cheie:** *etică, reglementare legislativă, profesionist contabil, principii, autoreglementare.*

**Keywords:** *ethics, legislative regulation, professional accountant, principles, self-regulation.*

**Introducere**

Necesitatea de a asigura apărarea onoarei și independenței profesionistului contabil și de a conferi lucrărilor membrilor săi autoritate impune acestor profesioniști contabili să aibă calități esențiale, cum sunt: știință, competența și conștiința; independența de spirit și dezinteres material; moralitate, probitate și demnitate. Pornind de la aceste considerente, se poate evidenția importanța și actualitatea temei prezentului articol. Scopul fundamental constă în reflectarea conceptului general aferent reglementării legislative a eticii în profesia contabilă.

### Material și metodă

Lucrarea ține cont de viziunea literaturii de specialitate privind reglementarea legislativă a eticii în profesia contabilă. Metodele de investigare utilizate: studiul monografic, analiza, sinteza, generalizarea, concretizarea etc.

### Rezultate și discuții

Creșterea complexității domeniului contabilității, supraîncărcarea cu informații ce nu mai pot fi gestionate eficient și la timp, schimbările frecvente ale legislației, toate acestea reprezintă probleme de natură etică pentru contabilitate. Profesioniștii contabili joacă un rol social important. Atitudinea și comportamentul acestora în legătura cu serviciile prestate au repercusiuni asupra proprietății economice a colectivității și a întregii țări.

Reglementarea unei profesii e impusă de nevoia de standarde profesionale, etice, de educație, care să fie îndeplinite de membrii acelei profesii. Necesitatea și natura reglementării depind de următorii factori:

- 1) capacitatea profesiei respective de a răspunde necesităților economiei și ale societății;
- 2) condițiile de piață în care activează profesia;
- 3) calitatea serviciilor furnizate de membrii profesiei, ce implică:
  - adoptarea de standarde profesionale, tehnice;
  - adoptarea de reguli etice;
  - nevoia de reprezentare a utilizatorilor necontractați ai serviciilor contabile precum investitorii, creditorii.

Exemplu: în ultimii ani, eșecurile etice din partea anumitor membri ai profesiei, au avut ca rezultat lipsa de încredere în raportarea financiară, și au impus modificări esențiale ale reglementării profesiei (Legea Sarbanes-Oxley din SUA și Legea securității financiare în Franța).

4) reglementarea poate fi un mijloc eficace de asigurare a calității și de abordare a unor aspecte ale pieței serviciilor contabile datorită:

- existenței unui dezechilibru în ce privește cunoștințele între clientul care primește serviciile respective și furnizorul acestor servicii, profesionist contabil care deține experiența necesară (sa nu se agreseze unul pe celălalt);
- exista și terțe părți care pot cumula beneficii sau costuri semnificative de pe urma furnizării de servicii contabile (situațiile financiare ai căror utilizatori sunt investitorii, creditorii, etc.).

Reglementarea profesiei acoperă următoarele domenii:

- cerințele de acces și certificare sau autorizare; (examen acces, stagiul, aptitudinilor)
- cerințe referitoare la educația continuă, dezvoltarea profesională continuă;
- monitorizarea comportamentului profesioniștilor contabili;
- standardele profesionale și etice pe care profesioniștii contabili trebuie să le respecte; să le aplice;
- sistemele și procedurile disciplinare în cazul în care profesioniștii contabili nu îndeplinesc cerințele de mai sus.

Sunt trei modalități de implementare a reglementării:

1. Autoreglementarea (specifică profesiilor liberale) – constă în aceea că organismul profesional este recunoscut de autoritatea publică care îi delegă responsabilitatea de a reglementa profesia.
2. Reglementarea externă – constă în aceea că profesia este reglementată direct sau în fapt de guvern prin intermediul unei agenții independente căruia guvernul i-a delegat sarcini de reglementare; (dar un organism profesional nu este independent atâta timp cât are relații guvernamentale)

3. Coreglementarea – o combinare între primele doua, o reglementare partajată între o instituție guvernamentală și organismul profesional.
4. Profesia contabilă e reglementată la nivel european printr-o directivă generală 89/48/CEE a Comisiei Europene care se referă la profesia contabilă, înlocuită cu directiva 2005/36/CEE. [6] Potrivit reglementării europene, profesionistul contabil este definit ca fiind specialistul care a obținut cel mai înalt nivel de pregătire prin studii universitare, un stagiu de minim 3 ani și un examen de aptitudini, și care are acces fără restricții la toate serviciile și activitățile ce formează profesia contabilă.
5. Dată fiind importanța activității de audit statutar ca ultima activitate care filtrează fluxurile către utilizatorii informațiilor conținute în situațiile financiare ale unei entități, condițiile de autorizare a persoanelor fizice și juridice care doresc să presteze servicii de audit, sunt reglementate distinct prin Directiva 84/253/CEE, cunoscută sub numele de 8-a Directivă, înlocuită prin Directiva 2006/43/CE a Comisiei Europene. Principalele prevederi se referă la:
  - condiții de autorizare sau retragere a autorizării unui profesionist contabil de a efectua audit statutar:
    - să aibă studii universitare relevante;
    - să fi susținut examen de acces la calitatea de profesionist contabil;
    - să fi efectuat un stagiu de pregătire practică de cel puțin 3 ani;
    - să fi promovat un examen de competență profesională.
  - condiții speciale privind independența auditorului, calitatea prestațiilor și standardele aplicate
  - crearea unui sistem de supraveghere publică asupra activității de audit statutar și a auditorilor statutari [1].

În Republica Moldova una dintre funcțiile de bază a Ministerului Finanțelor este și reglementarea domeniului contabilității și auditului în sectorul corporativ. În acest sens, Ministerul Finanțelor este responsabil de elaborarea politicilor în domeniile respective, în vederea stabilirii unui cadru juridic al cerințelor unice și a mecanismului de reglementare a contabilității și raportării financiare, și a cadrului juridic privind organizarea activității de audit de către societățile de audit și auditorii întreprinzători individuali, reglementarea exercitării profesiei de auditor.

În reglementarea contabilității, raportării financiare și auditului se utilizează un set de acte legislative și normative, pentru domeniul contabilității și pentru domeniul auditului, normele de bază fiind Legea contabilității nr. 113-XVI din 27.04.2007 [3] și Legea privind activitatea de audit nr.61-XVI din 16.03.2007 [4].

În conformitate cu Acordul de Asociere între Republica Moldova, pe de o parte, și Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, pe de altă parte, care a fost ratificat prin Legea nr. 112 din 02.07.2014 și Planul național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova – Uniunea Europeană, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 808 din 07.10.2014. Ministerul Finanțelor are obligația de a transpune în legislația națională Directivele Uniunii Europene în domeniile menționate. Transpunerea Directivei privind contabilitatea și Directivei privind auditul oferă oportunitatea perfecționării cadrului de reglementare, asigură un nivel mai mare de transparență și simplifică cerințele de raportare financiară pentru entitățile mici, implementând astfel prevederile Acordului de Asociere MD-UE. În acest sens, Ministerul Finanțelor a elaborat Conceptul privind transpunerea Directivei privind contabilitatea și Directivei privind auditul în legislația națională. Proiectul Legii contabilității și Legii privind auditul au fost prezentate pentru discuții părților interesate în luna mai

a.c., în cadrul unor dezbateri publice organizate de către Ministerul Finanțelor și Centrul pentru Reforma Raportării Financiare (CFRR) al Băncii Mondiale [2].

În cadrul Ministerului Finanțelor responsabil de elaborarea, promovarea și realizarea obiectivelor actelor normative în domeniul contabilității și auditului în conformitate cu prevederile standardelor internaționale din domeniu, asigurarea reformării și dezvoltării continue a contabilității și auditului rapoartelor financiare în sectorul corporativ conform Directivelor Uniunii Europene este Direcția reglementarea contabilității și auditului în sectorul corporativ. Autoritatea administrativă în cadrul extinderii sistemului de supraveghere a activității de audit la nivel de țară, avînd drept scop îmbunătățirea calității activității de audit este Consiliul de supraveghere a activității de audit. Activitatea Consiliului este reglementată de Hotărîrea Guvernului nr. 1450 din 24.12.2007 cu privire la unele măsuri de executare a Legii nr. 61-XVI din 16 martie 2007 privind activitatea de audit.

Potrivit art.3 din Legea privind activitatea de audit, activitatea de audit se bazează pe următoarele principii:

a) independență; b) integritate; c) obiectivitate; d) competență profesională și prudență; e) confidențialitate; f) comportament profesional [4].

Asigurarea conformității proiectului legii cu prevederile Directivei privind auditul conține cerințe extinse privind etica profesională și scepticismul profesional. Întru evitarea situațiilor ce ar duce la conflict de interese, art. 20 din proiect reglementează principiile fundamentale ale activității de audit – independența, precum și garantarea acesteia. În exercitarea profesiei sale, auditorul trebuie să respecte principiul independenței. În exercitarea profesiei sale, auditorul trebuie să respecte principiul independenței. Principiul independenței auditorului se consideră încălcat în cazurile deținerii funcțiilor în cadrul entității auditate pe parcursul perioadei auditate sau în ultimii trei ani pînă la efectuarea auditului.

IFAC - Federația internațională a contabililor, înființată în 1977, 63 membri fondatori din 51 țări, actual cuprinde 155 organisme membre din 118 state, reprezentând peste 2,5 milioane contabili - este organizația globală pentru profesia contabilă care acoperă toate sectoarele și toate specializările: contabilitate, consultanță, audit, tehnologia informației, insolvență.

Misiunea IFAC: întărirea profesiei contabile capabile să contribuie la dezvoltarea economiilor internaționale prin promovarea aderării la standarde internaționale de înaltă calitate.

IFAC colaborează cu alte organizații și normalizatori internaționali precum: Organizația Internațională a Comisiilor Titlurilor de Valori, Forumul de stabilitate Financiară, Asociația internațională de supraveghere a asigurărilor, Banca Mondială [2].

Practic, elaborează standardele cu aplicabilitate la nivel global în domeniile educație, etică, calitatea serviciilor, audit, contabilitate publică.

Organismele regionale: scopul - facilitarea dezvoltării relațiilor economice în regiunile respective.

Principalele organizații regionale din Europa:

1. FEE – Federația Experților Contabili Europeni – organizația care gestionează profesia la nivelul UE. Cuprinde organisme din cele 27 țări membre UE.

Obiectiv: întărirea profesiei contabile la nivelul Uniunii Europene și aplicarea standardelor internaționale în domeniul contabilității și auditului.

2. FIDEF – Federația Experților Contabili Francofoni.
3. FCM – Federația Experților Contabili Mediteraneeni.
4. CILEA - Comitetul de Integrare Latina Europa America.
5. SEEPAD – Parteneriatul Sud Est European pentru Dezvoltarea Contabilității.



În toate statele membre UE, în pofida diferențelor istorice, economice, juridice și culturale, poate fi regăsit un cumul de activități care sunt legate mai mult sau mai puțin de procesul de elaborare și validare a informațiilor financiare, contabile sau fiscale.

Sfera de activitate a profesionistului contabil acoperă auditul statutar, auditul în sectorul public, contabilitatea, auditul fuziunilor și achizițiilor, auditul elementelor nemonetare, lichidări, insolvabilitate, expertiza contabilă, consultant, consiliere și reprezentanța fiscală, consiliere în investiții etc. Numai motive întemeiate de competență, integritate, independență și obiectivitate pot limita aria de practică profesională a profesioniștilor contabili. Activitățile componente ale profesiei contabile se pot organiza și exercita prin compartimente proprii sau prin externalizare.

În timp ce membrii individuali ai unei profesii contabile au obligația de a servi interesului public, organismele profesionale au o responsabilitate specifică și un rol esențial care se regăsesc în cele 3 obiective fundamentale ale organismelor profesionale, și anume:

- educația: asigurarea unei dezvoltări profesionale continue a membrilor lor;
- etica: comportamentul deontologic al membrilor lor;
- calitatea: certificarea serviciilor oferite de membrii lor.

Pentru a susține aceste obiective organismele profesionale trebuie să susțină și să promoveze practicile profesionale la nivel înalt, inclusiv prin intermediul reglementării, membrilor lor. Necesitatea reglementării și natura acestei reglementări depind de: a) profesia însăși, capacitatea ei de a răspunde efectiv și eficient cererilor economiei și societății; b) condițiile de piață în care activează profesia; c) calitatea serviciilor furnizate de membrii săi; reglementarea este necesară pentru a certifica faptul că serviciile contabile de pe piață sunt de calitate adecvată, ceea ce implică: - adoptarea de standarde profesionale, tehnice; - adoptarea de reguli etice; - nevoia de reprezentare a utilizatorilor necontractați ai serviciilor contabile, precum investitorii, creditorii etc. [2].

### Concluzii

Profesia contabilă se distinge față de celelalte profesii prin asumarea responsabilității față de interesul public. Profesioniștii contabili trebuie să furnizeze servicii de înaltă calitate în interes public. În acest scop relațiile dintre profesioniștii contabili și clienții sau angajatorii acestora, dar și relațiile dintre profesioniștii contabili trebuie să respecte unele principii și reguli de comportament profesional. Un lucru binevenit este că în Republica Moldova reglementarea legislativă a eticii în profesia de audit este impusă de necesitatea utilizării standardelor profesionale, etice, de educație, care trebuie să fie îndeplinite de membrii acelei profesii.

### Bibliografie

1. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Planului de dezvoltare a contabilității și auditului în sectorul corporativ pe anii 2009-2014 nr. 1507 din 31.12.2008. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 23.01.2009, nr. 10-11/31.
2. International Federation of Accountants-IFAC. Manual de standarde internaționale de audit și control de calitate audit financiar 2009. București: Irecson, 2009. 876 p.
3. Legea contabilității: nr. 113-XVI din 27 aprilie 2007. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. nr. 233-237 din 22.10.2013 (cu completările și modificările ulterioare).
4. Legea privind activitatea de audit nr. 61 din 16.03.2007. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 29.06.2007, nr. 90-93/399.

UDC: 37.07

## PEDAGOGICAL MANAGEMENT OF CONFLICTS IN AN EDUCATION INSTITUTION

### GESTIONAREA PEDAGOGICĂ A CONFLICTELOR ÎNTR-O INSTITUȚIE DE ÎNVĂȚĂMÎNT

*TURCU Constantin, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*TURCU Constantin, doctorand,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Adnotation:** *The article presents the results of the study of conflict management technology, the description of the process of creating and implementing the technology of pedagogical conflict management in an educational institution based on the use of modern methods of pedagogical management of conflict situations. The stages of technology, principles and methods of creating targeted conflict management programs*

**Adnotare:** *Articolul prezintă rezultatele studiului tehnologiei managementului conflictelor, descrierea procesului de creare și implementare a tehnologiei managementului conflictelor pedagogice într-o instituție de învățământ pe baza utilizării metodelor moderne de soluții pedagogice pentru gestionarea situațiilor conflictuale. Sunt propuse etapele tehnologiei, principiile și metodele de creare a programelor de gestionare a conflictelor anti-conflict.*

**Keywords:** *technology, program, conflict, pedagogical, situations.*

**Cuvinte-cheie:** *tehnologii, programe, conflicte, situații pedagogice.*

#### Întroducere

În condiții moderne, un loc special în paradigma proceselor educaționale ocupă problemele legate de tehnologia aplicării mecanismelor de organizare, gestionare și aplicare a cerințelor Codului educației din Republica Moldova.

În ultimii ani, relațiile interpersonale, organizaționale dintre studenții și profesorii devin tot mai complicate și tensionate. Acest lucru se întâmplă din mai multe motive, inclusiv din cauza schimbărilor sistemului economic, managerial, pedagogic și sistemul de valori autohtoni care afectează relația dintre student și profesori. Relațiile dintre ele suferă schimbări complexe în fiecare perioadă de vârstă. Mecanismul de stabilire a relațiilor normale este văzut în reducerea numărului și intensității conflictelor prin traducerea acestora într-o situație pedagogică. Prin urmare, în prezent competențele managementului conflictelor reprezintă o metodă importantă în activitatea profesorului. Folosirea conștientă a deprinderilor, competențelor și a instrumentelor de management în gestionarea conflictelor contribuie la îmbunătățirea calității comunicării cu studenții și elevii. Această metodologie ajută la menținerea și dezvoltarea echipei de cadre didactice, precum și la formarea întregii structuri manageriale și formează competențe metodologice în gestionarea conflictelor unui profesor modern.

### **Materiale și metode**

Aparatul metodologic - instrumental al cercetării este bazat pe utilizarea metodelor științifico-generale, economico-generale și speciale manageriale, economico-statistice, structuro-funcționale, constructive. În procesul cercetării au fost utilizate metodele analizei sistemice, modelării economico-matematice, precum și metodele analizei economice.

Baza informațional-empirică a cercetării au format-o materialele monografiilor, articolelor în publicații periodice și speciale, publicațiilor științifice, precum și materialele conferințelor științifico-practice. Au fost folosite acte normative, date statistice, articole și rapoarte științifice, expuse pe paginile Web ale centrelor științifice din lume.

### **Rezultate și discuții**

În esența lor conflictele, apar în procese de asigurarea unui climat de muncă agreabil și construirea unei imagini (prestigiu) în societate.

Incapacitatea sistemului de management existent de a rezolva problemele actuale în domeniul educației este și mai evident atunci când se compară capacitățile sistemului existent cu caracteristicile nivelului actual de dezvoltare a învățământului. În prezent, problema interacțiunii dintre participanții la procesul pedagogic devine din ce în ce mai acută pentru instituțiile de învățământ moderne.

În opinia noastră profesorului este util însușirea tehnologiilor contemporane de management de gestionare a conflictelor în procesul de învățare, formare. Acest lucru este necesar pentru perfecționarea procesului de gestionare conflictelor, și pentru o abordare sistematică a procesului de soluționarea conflictelor prin abordarea deciziilor alternative în situații apărute.

În prezent teoriile educaționale practicate în metodologiile elaborate intră în contradicție cu tehnologiile manageriale contemporane de gestionarea conflictelor și cu conceptul noului sistem de management în instituțiile de învățământ în condițiile actuale.

Aceasta este exprimată prin:

-neînțelegerea conceptului și metodologiei de gestiune prin metoda arborului scopurilor țintă și obiectivelor. Care nu se găsește și nu sunt stabilite în conceptul managementului instituțiilor de învățământ;

- lipsa principiilor managerial pedagogice de soluționarea conflictelor în competențele echipei de conducere;
- lipsa metodelor de luare a deciziilor pedagogice în gestionarea situațiilor de conflict apărute în procesul educațional după principiile manageriale;
- insuficiența integrării științei și practicii pedagogice în Managementul gestionării conflictelor într-o instituție de învățământ;
- lipsa studiului sistematic a tehnicii anticonflikt în programe educaționale în procesul de formare a pedagogului;
- incertitudinea mediului în formarea condițiilor pedagogice pentru implementarea în procesul educațional managementului ;
- lipsa managerilor de vârf și a managerilor de nivel mediu de cunoștințe speciale privind gestionarea conflictelor, monitorizarea situațiilor pedagogice emergente cu utilizarea tehnologiilor moderne.

Tehnologia de gestionare a conflictelor într-o instituție de învățământ presupune următoarele etape de rezolvarea conflictelor:

- crearea bazei de date a celor mai frecvente situații de conflict;

- elaborarea programelor a managementului prin obiective în gestionarea conflictelor a situațiilor de conflict identificate ;
- schimbarea structurii de management într-o instituție de învățământ pe baza creării unui centru de soluționare a conflictelor;
- dezvoltarea unui sistem de monitorizare a situațiilor pedagogice emergente folosind tehnologii moderne de control funcțional și control operațional;
- stimularea și motivarea a cadrelor didactice în gestionarea conflictelor.

Dezvoltarea teoriei și a metodologiei de gestionare a conflictelor într-o instituție de învățământ este construirea unei tehnologii integrate. Aceasta implică implementarea mai multe modalități.

Teoretico-științifice:

- analiza problemelor orientate spre rezultate activității performante în procesul educațional, formarea arborului scopurilor a programelor anticonflict, dezvoltarea unui set de programe anticonflict, repartizarea competențelor echipei pedagogice, proiectarea structurilor de gestionare a conflictelor, monitorizarea și control.

De procedură:

- analiza bazei de date a situațiilor de conflict, alegerea metodelor de gestionare a conflictelor, organizarea activității managerilor de diferite niveluri privind gestionarea conflictelor, coordonarea și controlul activităților de gestionare a conflictelor.

Operative:

- aspectul operațional al tehnologiei presupune funcționarea tehnologiei de gestionare a conflictelor într-o instituție de învățământ: cognitivă (oferind o viziune holistică a activității pedagogice), comunicativ (stabilirea diverselor legături de comunicare între participanții săi pe baza procesului de interacțiune constantă și de schimb de informații); didactic (selecția formelor și tehnicilor de educație și formare în conformitate cu situația conflictuală emergentă), organizarea și activitatea (introducerea sistemului de valori al studenților, formarea unei anumite poziții personale și orientarea anticonflict), etc.

Tehnologia managementului conflictelor pedagogice include:

- cunoașterea metodelor de soluționare pentru asigurarea principiilor sistemice a formării și educației tehnologiilor;
- profilactica conflictelor distructive și prevenirea lor.

La determinarea eficacității acestei tehnologii, este necesar să se evalueze următorii indicatori:

- crearea unei programe anticonflictuale între elementele procesului educațional;
- adaptabilitatea echipei pedagogice la incertitudinea mediului al procesului de învățământ, care determină raportul dintre conflictul constructiv și distructiv;
- competența practică a managerilor top, medll și profesorilor în aplicarea managementului pedagogic în soluționarea conflictelor.

Procesul de implementare a tehnologiei de gestionare a conflictelor pedagogice într-o instituție de învățământ necesită utilizarea metodelor moderne de gestionare pedagogică a situațiilor de conflict. Principala funcție a metodei este, în același timp, implementarea conținutului managementului, implementarea activităților de management care vizează rezolvarea conflictului.

Metode de gestionare directă a controlului se caracterizează prin aplicarea unilaterală a puterii managerilor a asupra părților implicate în conflict. Metode de gestionare indirectă asupra obiectului este utilizarea funcțiilor de motivare și control.

Alegerea metodelor de management depinde de mulți factori. Pentru ca soluționarea conflictelor să fie corectă, managerul top trebuie să aibă o bază de date completă a situațiilor de conflict, să prevadă variante posibile ale apariției și soluționării conflictelor, și numai în baza acestor informații, poate fi alese cele sau alte metode de gestionare. Pentru aceasta este necesar să se elaboreze programe anticonflikt țintă, programe de gestionare conflictelor, care vor permite să analizeze nivelul conflictelor și să dezvolte principalele activități ale anticonfliktului.

Programele de gestionare a conflictelor la o instituție de învățământ poate să se bazeze pe următoarele principii: competențe și cunoștințe integrate despre natura conflictului, modelarea conflictului, reflexivitatea, solvabilitatea.

Crearea programelor țintă orientate spre gestionarea conflictelor într-o instituție de învățământ poate să aplice următorul algoritm:

- selectarea, clasificarea și analiza preliminară a situațiilor conflictuale existente;
- crearea arborului al obiectivelor și o descriere a principalelor domenii de lucru în cadrul conflictelor psihologice, sociale și pedagogice identificate de managementul acestora;
- punerea în aplicare a programului anticonflikt;
- monitorizarea prin controlul operativ și final asupra punerii în aplicare a programelor de gestionare a conflictelor. Realizarea a funcțiilor de control permitea efectuarea lucrărilor de analiză comparativă a blocurilor programului activității de management și rezultate finale. Această etapă a programului anti-conflict implementat de management al conflictelor pedagogice într-o instituție de învățământ presupune nu numai o analiză a rezultatelor programului actual, ci și proiectarea de noi strategii, forme și metode.

### Concluzii

Astfel, metodologia propusă a metodelor și tehnicilor de gestionarea conflictelor în mediul educațional va permite aplicarea științifică, fiabilă și flexibilă acțiunilor de soluționarea conflictelor într-un mediu extern și intern flexibil, îmbunătățirea tehnicilor de gestionare a conflictelor cu ajutorul creării programelor țintă. Un astfel de sistem de management se va adapta schimbărilor inovatoare în mediul educațional modern. Utilizarea programelor de management anticonflikt orientate într-o instituție de învățământ permite introducerea elementelor de management modern, integrarea formelor inovatoare a tehnologiilor și a metodelor de predare în sistemul educațional .

### Bibliografie

1. Baden Eunson. Managementul conflictului. București: Remint, 2015. 147p.
2. Dan Safta. Managementul conflictelor în organizație. București: TreI, 2016. 464 p.
3. Proksch Stephan. Conflict Management. Switzerland: Springer International Publishing, 2016. 134 p.

UDC: 159.9

**THE LEVEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE - ONE OF THE CONDITIONS OF THE PROFESSIONAL SATISFACTION OF THE ACADEMIC PERSONNEL**

**NIVELUL CULTURII ORGANIZAȚIONALE – UNA DIN CONDIȚIILE A STĂRII DE SATISFAȚIE PROFESIONALĂ A CADRELOR UNIVERSITARE**

*ZMUNCILA Ludmila, MA, Phd student,  
lecturer, Free International University of Moldova, Chisinau  
RUSNAC Svetlana, PhD,  
Free International University of Moldova, Chisinau*

*ZMUNCILA Ludmila, magistru în psihologie, doctorand,  
lector universitar, Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
RUSNAC Svetlana, doctor în psihologie, conferențiar universitar,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

**Annotation:** *The purpose of this study is to provide a critical analysis of the relationship between the level of organizational culture and the level of professional satisfaction of the university staff. In the research of organizational culture, we have started from its importance for academic excellence. Testing "the level of organizational culture" reveals the following characteristics: attitude towards work; communications; management, motivation and morality. Measuring professional satisfaction included identifying the satisfaction of curricular and extracurricular activities with students, involvement in scientific research, the conditions offered for university intellectual development and career advancement, the quality of administrative decision-making and internal university policies, and a number of external factors and conditions. The study concluded that measuring and analyzing the level of organizational culture of the university can lead to valuable results on the professional satisfaction and performance of the institution.*

**Adnotare:** *Scopul acestui studiu este de a oferi o analiză critică a relației dintre nivelul culturii organizaționale și nivelul de satisfacție profesională al cadrelor universitare. În cercetarea culturii organizaționale, am pornit de la importanța acesteia pentru excelența academică. Testarea "nivelului culturii organizaționale" relevă următoarele caracteristici: atitudinea față de muncă, comunicare, management, motivație și moralitate. Măsurarea satisfacției profesionale a inclus identificarea satisfacției de activitatea curriculară și extracurriculară cu studenții, implicarea în cercetarea științifică, condițiile oferite pentru dezvoltarea intelectuală universitară și avansarea în carieră, calitatea procesului decizional administrativ și a politicilor interne universitare și un număr important de factori și condiții exterioare. Studiul a concluzionat că măsurarea și analizarea nivelului culturii organizaționale a universității poate conduce la rezultate valoroase privind satisfacția profesională și performanța instituției.*

**Keywords:** *organizational culture, professional satisfaction, academic personnel.*

**Cuvinte-cheie:** *cultura organizațională, satisfacție profesională, cadre didactice.*



### Introducere

Universitatea modernă, care face parte din sistemul educațional, reflectă nu numai situația în societate, ci influențează toate elementele și domeniile societății prin principalele sale abilități și cultură. Spre deosebire de societatea industrială, care este caracterizată de corporația industrială, în societatea postindustrială universitățile dobândesc rolul de centru socio-cultural, a cărei misiune istorică constă în formarea valorilor universale.

Studiile asupra diferitelor aspecte ale culturii organizaționale ale universității sunt răspândite în prezent, deoarece cultura organizațională servește drept bază pentru edificarea activității manageriale în instituțiile de învățământ superior, pentru că acestea:

- asigură integritatea structurii organizatorice a universității;
- este o condiție și un mecanism de introducere a inovațiilor în activitățile organizațiilor.

Multe dintre definițiile existente ale culturii organizaționale se repetă aproape complet. R. Griffin (1990) definește: "cultura este setul de valori aparținând organizației care ajută membrii săi să înțeleagă scopul pe care îl propune, modul de acțiune și ceea ce este considerat important" [3]. Potrivit lui E. Shane (1992): "cultura organizațională este un set de convingeri de bază formate independent, asimilate sau dezvoltate de un anumit grup pe măsură ce învață să rezolve problemele de adaptare la mediul extern și la integrarea internă - care s-au dovedit a fi suficient de eficiente pentru a fi considerate valoroase și, prin urmare, sunt transferate noilor membri ca o imagine corectă a percepției, gândirii și atitudinii față de problemele specifice" [11]. Luthans (1998) afirmă că cultura este prezentată de norme și valori care orientează comportamentul unui membru al organizației [8]. Charles Handy (1993) definește cultura organizațională drept "o agregare a valorilor, convingerilor și atitudinilor"[5]. Robbins (2006) afirmă că este un set de valori care sunt învățate, transformate în convingeri, standarde de cunoaștere, moralitate, legi și atitudini, transmise de individ, de organizație sau de comunitate și utilizate în scop de modele de comportament [9].

Cultura organizațională are o anumită structură, prezentând un ansamblu de ipoteze, valori, convingeri și simboluri, urmând a ajuta oamenii din organizație să facă față problemelor lor. E. Shane (1992) a propus să fie analizată cultura organizațională pe trei nivele [11]. Primul nivel, "superficial" sau "simbolic", include astfel de fapte externe vizibile precum tehnologiile și încăperile, folosirea spațiului și a timpului, comportamentul observat, limbajul, sloganurile etc. Al doilea nivel, "de suprafață", se referă la valorile și credințele împărtășite de membrii organizației, în funcție de cât de mult aceste valori se reflectă în simboluri și limbaj. Percepția asupra valorilor și convingerilor este conștientă și depinde de dorințele oamenilor. Cel de-al treilea nivel "profund" include presupuneri de bază dificil de înțeles chiar și pentru membrii organizației, fără o concentrare specială asupra acestei chestiuni. Aceste ipoteze și idei ascunse și acceptate direcționează comportamentul oamenilor, ajutându-i să perceapă atributele care caracterizează cultura organizațională.

Satisfacția în muncă / satisfacția angajaților / satisfacția profesională / satisfacția cu profesia a fost definită în multe moduri diferite și, în general, se afirmă că este "aceea ce ne face să fim fericiți la locul de muncă?" [2]. Omul va fi satisfăcut dacă nu va confrunța divergențe între așteptările sale și realitate. Unii cercetători cred că este simplu să identifici cât de mulțumit este un individ de munca lui, cu alte cuvinte, dacă îi place sau nu locul de muncă sau aspectele individuale ale locului de muncă, precum natura muncii sau supravegherea [12]. Satisfacția cu slujba poate fi înțeleasă ca întrunind trei aspecte (Luthans, 2002): (a) satisfacția cu locul de muncă, cum angajatul apreciază condițiile și mediului de lucru. (b) satisfacția cu profesia care este adesea evaluată pe baza rezultatelor muncii sau a performanței. (c) satisfacția cu munca care se referă la alte atitudini ale fiecărui angajat. Există 6 factori care afectează satisfacția cu munca, munca în sine, salariul,

promovarea, supravegherea, grupul de lucru și mediul de lucru / conexiunile [8]. Handoko (2003) afirmă că satisfacția cu munca este condiția emoțională fericită sau nefericită [4]. O definiție mai recentă a conceptului de satisfacție profesională este oferită de Hulin și Judge (2003), care au constatat că satisfacția profesională include răspunsuri psihologice multidimensionale la locul de muncă al unui individ și că aceste răspunsuri personale au un conținut cognitiv (evaluativ), afectiv (sau emoțional) și comportamental [6].

### **Materiale și metodă**

Testul "Nivelului Culturii Organizaționale" relevă următoarele caracteristici: *atitudinea față de muncă; comunicații; management, motivație și moralitate* [13]. Rezultatele testului indică la o dinamică pozitivă a culturii organizaționale a universității. Toate judecățile sunt semnificative și sunt evaluate pe o scară de la 1 la 10 puncte. Prin urmare, indicatorul de sub 4 puncte din orice declarație indică o situație precară în acest domeniu de activitate și în comunicarea interpersonală a lucrătorilor. Măsurile luate în timp pot împiedica o companie să alunece într-o stare de criză. Indicele "OC" este determinat de suma totală a punctelor primite. Cel mai mare scor este de 290, cel mai mic este 0. Indicatorii indică următorul nivel de "OC": 261 - 290 - foarte mare; 175 - 260 - înalt; 115 - 174 - mediu; sub 115 - jos. Indicatorii în puncte după secțiune arată următoarea condiție a echipei de muncă: 9-10 - excelent; 6-8 - înalt; 4-5 - mediu; 1-3 - jos.

Satisfacția profesională a fost măsurată prin inventarul elaborat de Svetlana Rusnac. După o analiză a surselor bibliografice reale, satisfacția profesională a fost conceptualizată ca cuprinzând cinci dimensiuni: *aprecierea activității curriculare și extracurriculare cu studenții; activitatea de cercetare; stimularea dezvoltării intelectuale și a avansării în carieră la universitate; administrarea, luarea deciziilor și politicile interne; calitatea relațiilor interpersonale din cadrul organizației și relațiile cu mediul extra-universitar*. Inventarul conține 50 de itemi, câte 10 pentru fiecare dimensiune care prezintă satisfacția profesională a personalului universitar [10]. Pentru scoruri, se calculează media pentru toate cele 5 dimensiuni (scor mediu pentru fiecare 10 elemente incluse). Scorul maxim este 3. Scorul mediu al satisfacției profesionale este de aproximativ -0,5 până la 1,0. Scorurile mai mici de -0,5 denotă sentimente comune de nefericire, mai mare de 1,0 - de fericire. Cu cât sunt mai mari scorurile, cu atât mai înaltă este satisfacția profesională. Scorurile mai mici de -0,5 indică la satisfacție scăzută într-o anumită arie a activității universitare, mai mari decât 1,0 - satisfacție profesională ridicată.

### **Rezultate și discuții**

Au fost chestionați 51 de cadre universitare, 10 bărbați și 41 de femei. 61% dintre respondenți au vârsta de 25-43 de ani, 31% - au vârsta de 44-60 de ani, iar 8% dintre respondenți sunt din grupul cu vârsta peste 60 de ani. Conform experienței de lucru în studiu participă 31% de cadre universitare cu o experiență de până la 5 ani, 22% au experiență de lucru la universitate de la 5 la 10 ani, iar 47% lucrează la universitate mai mult de 10 ani. Pentru studiu am luat în considerare și funcția respondenților. Astfel, 29% dintre respondenți sunt asistenți universitari, lectori universitari sunt 51%, iar 20% dintre cadrele universitare care au luat parte la studiu sunt conferențieri universitari.

Primul pas al studiului nostru a fost identificarea nivelului culturii organizaționale în universitate. Testarea "nivelului culturii organizaționale" ne arată următoarele caracteristici ale culturii organizațiilor universitare: *atitudinea față de muncă; comunicațiile; managementul, motivația și moralitatea și indicele general OC*. În studiul nostru am primit următoarele scoruri privind cultura organizațională a universității (Figura 1).

Datele arată la nivelul înalt pentru toate cele patru caracteristici ale culturii organizaționale la locul de muncă (7,28), comunicarea (7,46), managementul (7,22), motivația și moralitatea (7,28).

Indicele "OC" (suma totală de puncte primite) este 211,17. Acest scor determină nivelul culturii organizaționale universitare în general.

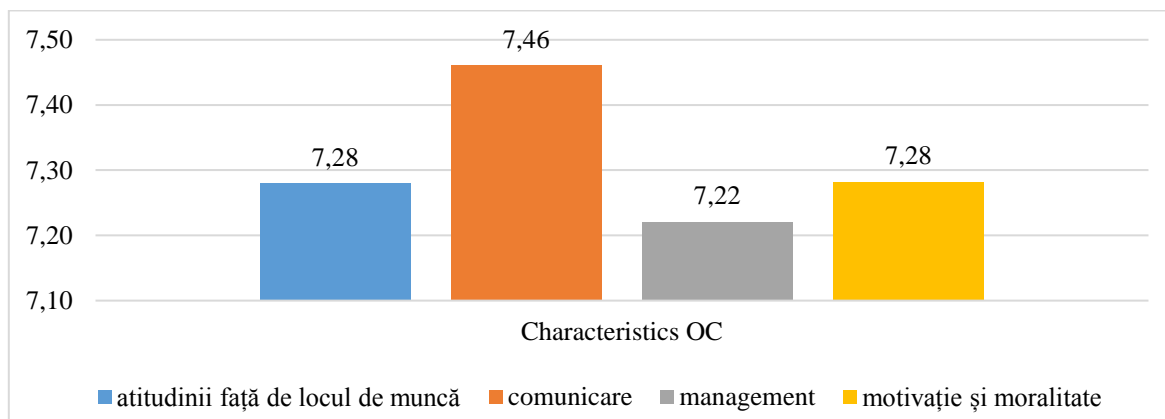


Figura 1. Testarea nivelului culturii organizaționale

Prin inventarul elaborat de Svetlana Rusnac a fost măsurată satisfacția profesională. Satisfacția profesională generală a cadrelor universitare este destul de bună 1,46 puncte din 3. Cel mai înalt nivel de satisfacție profesională, 1,95 puncte, este dat satisfacției grupului cu *activitatea curriculară și extracurriculară cu studenții (PS1)*. Respondenții sunt mulțumiți de numărul de ore de auditoriu, de capacitățile personale ca lector, de cursurile predate, de capacitățile personale pentru organizarea de seminarii, de lecții practice, de atitudinea studenților față de procesul didactic și de ajutorul colegilor în domeniul predării.

Rezultatele aproape egale pe care le-am primit pe PS3 (dezvoltarea intelectuală și avansarea în carieră) - 1,55 și PS5 (calitatea relațiilor interpersonale și cu mediul extra-universitar) - 1,53 denotă cote înalte ale satisfacției profesionale. Universitarii sunt mulțumiți la nivel mediu de dezvoltarea intelectuală la universitate, calitatea vieții intelectuale, perspectivele pentru creșterea carierei, statutul universității, contactul informal cu studenții, capacitatea de a folosi timpul liber pentru creșterea personală etc. Mai puțin de nivelul mediu este PS2 (dimensiunea activității de cercetare) - 1,40. Respondenții sunt mulțumiți ca cercetători, cu numărul, volumul și calitatea publicațiilor și timpul petrecut pentru cercetare. Cele mai mici rezultate - PS4 (managementul universității, politici decizionale și politici interne) - 0,87. Personalul universitar nu este de acord de fiecare dată cu privire la deciziile, implicarea în administrarea și dezvoltarea politicilor universitare, politica de remunerare etc. (Figura 2).

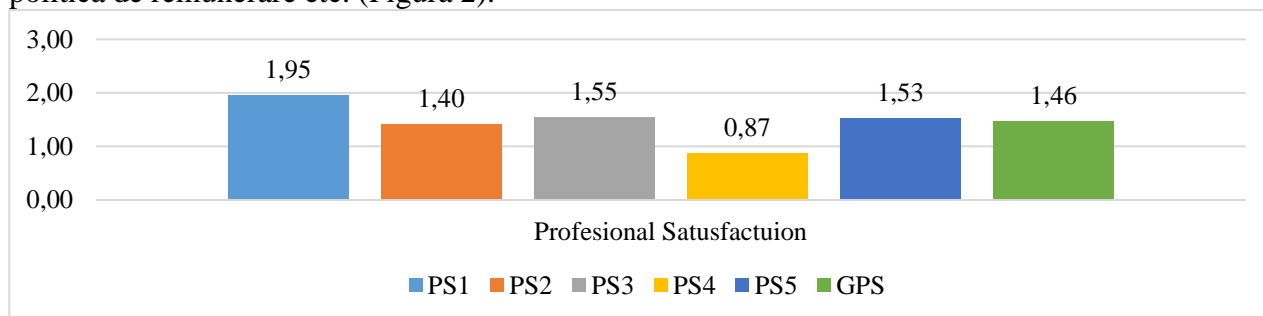


Figura 2. Rezultatele testelor de satisfacție profesională

Notă: PS1 - aprecierea activității curriculare și extracuriculare cu elevii; PS2 - activitate de cercetare personală; PS3 - stimularea dezvoltării intelectuale și avansării în carieră la universitate; PS4 - managementul, luarea deciziilor și

politicile interne; PS5 - calitatea relațiilor interpersonale din cadrul organizației și relația cu mediul extra-universitar; GPS - satisfacție profesională generală.

Pentru a verifica relația dintre satisfacția profesională și nivelul culturii organizaționale, datele obținute prin chestionare au fost corelate.

Tabelul 1. Relația dintre satisfacția profesională și nivelul culturii organizaționale

		<b>Atitudine față de locul de muncă</b>	<b>Comunicare</b>	<b>Management</b>	<b>Motivare și moralitate</b>	<b>Index OC</b>
<b>PS1</b>	Pearson Correlation	<b>,378**</b>	<b>,399**</b>	<b>,333*</b>	<b>,401**</b>	<b>,388**</b>
	Sig. (2-tailed)	<b>,006</b>	<b>,004</b>	<b>,017</b>	<b>,004</b>	<b>,005</b>
	N	51	51	51	51	51
<b>PS3</b>	Pearson Correlation	<b>,343*</b>	<b>,282*</b>	<b>,302*</b>	<b>,336*</b>	<b>,325*</b>
	Sig. (2-tailed)	<b>,014</b>	<b>,045</b>	<b>,031</b>	<b>,016</b>	<b>,020</b>
	N	51	51	51	51	51
<b>PS5</b>	Pearson Correlation	,234	,208	,169	<b>,276*</b>	,228
	Sig. (2-tailed)	,098	,143	,237	<b>,050</b>	,107
	N	51	51	51	51	51
<b>GPS</b>	Pearson Correlation	<b>,349*</b>	<b>,313*</b>	<b>,288*</b>	<b>,365**</b>	<b>,338*</b>
	Sig. (2-tailed)	<b>,012</b>	<b>,026</b>	<b>,040</b>	<b>,009</b>	<b>,015</b>
	N	51	51	51	51	51

Notă: PS1 - aprecierea activității curriculare și extracurriculare cu elevii; PS2 - activitate de cercetare personală; PS3 - stimularea dezvoltării intelectuale și avansării în carieră la universitate; PS4 - managementul, luarea deciziilor și politicile interne; PS5 - calitatea relațiilor interpersonale din cadrul organizației și relația cu mediul extra-universitar; GPS - satisfacție profesională generală.

Satisfacția profesională generală (GPS), corelează direct cu toate cele patru caracteristici principale ale culturii organizațiilor universitare: atitudinea față de muncă; comunicații; management, motivație și moralitate, precum și cu indexul general OC (cultura organizațională). PS1 (activitatea curriculară și extracurriculară cu studenții) și PS3 (dezvoltarea intelectuală și avansarea în carieră la universitate) corelează cu toate cele patru caracteristici principale ale culturii organizației universitare și indexului OC. PS5 (calitatea relațiilor interpersonale în cadrul organizației și relația cu mediul extra-universitar) corelează numai cu motivația și componenta morală a culturii organizaționale universitare.

### Concluzii

Diagnosticarea culturii organizaționale a organizațiilor educaționale, conștientizarea necesității măsurilor de îmbunătățire a acesteia este deosebit de relevantă în lumea modernă, deoarece este principala componentă a îndeplinirii misiunii instituției de învățământ superior și contribuie la îmbunătățirea eficienței managementului educațional universitar.

Rezultatele noastre preliminare ne permit să facem unele concluzii că măsurarea și analiza culturii organizaționale a universității poate conduce la rezultate valoroase privind satisfacția

profesională și performanța instituției. S-a confirmat ipoteza că evaluarea culturii organizaționale corelează pozitiv cu misiunea, scopurile și obiectivele generale, cu bunăstarea subiectivă a angajaților.

### **Bibliografie**

1. Cameron K.S., Quinn R.E. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. San Francisco: Jossey-Bass, 2011.
2. Ce ne face să fim fericiți la locul de muncă? <https://www.kent.ac.uk/careers/Choosing-career-satisfaction.htm#green>.
3. Griffin R.W. Management, 3rd edition. Boston: Houghton Mifflin Co., 1990.
4. Handoko H.T. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. California, USA: Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta Company, 2003.
5. Handy Ch. Understanding Organizations. London: Penguin Books, 1993.
6. Hulin C. L., Judge T. A. Job attitudes. In: Borman W. C., ligen D. R., Klimoski R. J. (Eds.) Handbook of psychology: Industrial and organizational psychology. Hoboken, NJ: Wiley, 2003, p. 255-276.
7. Luthans F. Organizational Behavior. Singapore: McGraw-Hill Book, International Student Edition, 1998.
8. Luthans F. Organizational Behavior. Singapore: McGraw-Hill International Editions, 2002.
9. Robbins P.S. Organization Behavior. Jakarta: Benyamin Molan (Alih Bahasa), 2006.
10. Rusnac S., Musienko N., Zmuncila L. Manifestarea stresului profesional la cadrele didactice universitare. In: Eficientizarea învățământului – vector al politicilor educaționale moderne. Mat. Conf. științ. Internaț., 11-12 decembrie 2014, partea a II-a, Chișinău: IȘE, 2014.
11. Schein E.H. Organizational Culture and Leadership. San Francisco: Bass Publishers, 1992.
12. Spector P.E. Job satisfaction: Application, assessment, causes and consequences, Thousand Oaks, CA: SAGE, 1997.
13. Testul "Nivelului Culturii Organizaționale". <http://www.hr-portal.ru/pages/okk/tok.php>.

## II. ENGINEERING SCIENCES AND TECHNOLOGIES

### II. ȘTIINȚE INGINEREȘTI ȘI TEHNOLOGII

UDC: 519.816, 004.023

#### OPPORTUNITIES AND CONDITIONS OF APPLYING THE GAME SOCIAL IMITATION MODELING IN PROBLEM-ORIENTED MANAGEMENT

#### ВОЗМОЖНОСТИ И УСЛОВИЯ ПРИМЕНИМОСТИ ИГРОВОГО СОЦИАЛЬНОГО ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННОМ УПРАВЛЕНИИ

*KLIMENKO Irina, PhD,  
Institute of Service, Tourism and Design (branch office) of the AEI «North-Caucasian Federal University», Pyatigorsk*

*КЛИМЕНКО Ирина, доктор технических наук,  
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)  
АОУ «Северо-Кавказский федеральный университет», Пятигорск*

**Annotation:** *The article describes the basic structures, the technology of application of game social simulation (ISIM), the experience of its use with regard to the problems of optimal control of complex systems. ISIM is a tool that allows you to model the behavior of a complex system, is used to analyze and predict the behavior of an object. The package of documents developed by the author includes a description of the method and software implementation of its individual procedures for tasks of different classes. The method has the property of invariance with respect to the subject domain, it allows to reveal the structure of the connections of the control object, to form effective control actions.*

**Аннотация:** *в статье дано описание базовых конструкций, технология применения игрового социального имитационного моделирования (ИСИМ), опыт его использования применительно к задачам оптимального управления сложными системами. ИСИМ является инструментом, позволяющим моделировать поведение сложной системы, применяется для анализа и прогноза поведения объекта. Разработанный автором пакет документов включает описание метода и программную реализацию его отдельных процедур для задач разного класса. Метод обладает свойством инвариантности по отношению к предметной области, позволяет выявить структуру связей объекта управления, формировать эффективные управляющие воздействия.*

**Keywords:** *a new research tool, an imitation experiment, an original technology for solving management problems.*

**Ключевые слова:** *новый инструмент исследования, имитационный эксперимент, оригинальная технология решения задач управления.*



### **Введение**

ИСИМ – игровое социальное имитационное моделирование - метод, основанный на использовании неформального моделирования в практике управления сложными системами. Идея использования игры, как основы моделирования реализована в ряде научных дисциплин (исследование операций, теория игр). ИСИМ – метод является теоретически обоснованным, методологически и конструктивно реализованным инструментальным средством для формулировки цели управления, проблематизации, формирования управляющих воздействий. В то же время, алгоритм обоснования выбора с использованием методов формального моделирования требует разделения функций между участниками операции. Сбор информации, ее подготовка, обработка и принятие решений – все эти функции выполняются различными участниками процесса, причем степень согласованности действий и обеспеченности информацией, как правило, очень низка.

### **Материалы и методы исследования**

Методы ИСИМ позволяют снять обозначенный недостаток, так как перед участниками ставится общая задача разработки системы критериев и определения эффективной стратегии выбора. Метод ИСИМ позволяет поддерживать активность и взаимодействие участников процесса; самостоятельно принимать решение участником игры или игровой группой; корректно формулировать критерий эффективности функционирования исследуемой системы; выбирать метод оптимизации, адекватный условиям; оценивать предполагаемый результат; провести вариантный анализ полученного оптимального решения; вводя фактор случайного возмущающего воздействия, «проиграть» дополнительные варианты; формировать набор оптимальных стратегий поведения в условиях неопределенности, определять ранг каждой стратегии.

### **Результаты и обсуждения**

#### **Основные конструкции и технологии ИСИМ**

Ниже представлено краткое описание технологий метода ИСИМ.

*Имитационное упражнение (ИУ)* – это технология моделирования проблемной ситуации/решения задачи, для которой существует единственное правильное решение. Это правильно решение должны найти участники. Организационная структура ИУ позволяет вести работу в индивидуальном и групповом режимах, выполнять анализ результатов, делать прогноз поведения исследуемой системы. Возможные области применения: профессиональные тренинги, проверка профессиональных компетенций, как вводная к игровым технологиям, имеющим более сложную структуру.

*Анализ конкретной ситуации (АКС)*- это технология моделирования проблемной ситуации/решения задачи, для которой существует несколько вариантов решения. Предлагается различать четыре типа АКС: ситуация-иллюстрация, для наглядного представления объекта, процесса и т.п.; ситуация-упражнение, обучения решению часто повторяющихся задач; ситуация – оценка для формирования понимания подходов к правильному (или неправильному) результату; проблемно-ориентированная ситуация.

Использование технологии АКС обеспечивает формирование навыков постановки задачи, анализа проблемных ситуаций и возможных вариантов достижения поставленных целей. Инвариантность технологии по отношению к предметной области делает ее универсальным инструментальным средством формирования профессиональных и общекультурных компетенций, аналитических навыков.

Деловая игра – сложная организационная структура, ориентированная на моделирование проблемной ситуации в условиях неполной информации [6]. Наличие проблемы и общих целей участников, вероятностный характер развития ситуации, различие интересов участников позволяют применять эту технологию для формирования управляющих воздействий, стратегии поведения и т.п.

Метод активного социологического тестирования, анализа и контроля (мастак-технология)- оригинальная технология, ориентированная на решение многокритериальных задач: исследовательских (проверка гипотез), производственных (накопление данных), учебных (формирование профессиональных компетенций). Применение мастак-технологии обеспечивает генерирование альтернатив, их экспертную оценку, построение математической модели альтернатив, имеющих высокий уровень оценки после экспертизы; определение метода решения, выбор/составление алгоритма, программы и собственно решение задачи, сравнительный вариантный анализ результатов решения, отбор оптимального решения по заданному критерию. Достоинства технологии: принятие решений имеет научное, а не логико-интуитивное, обоснование; все этапы принятия решений имеют внутреннюю целостность, имеют единую цель – найти эффективное решение (определить оптимальную стратегию); количественные оценки стратегий делаются на этапе предварительного обсуждения, что позволяет оценить предполагаемые результаты; алгоритм универсален, не зависит от предметной области и позволяет за короткий промежуток времени сделать сравнительный анализ большого числа альтернативных стратегий [4]. Каждый из перечисленных методов имеет ряд особенностей и специфику применения в зависимости от типа решаемой задачи. В таблице 1 представлены цели и задачи, которые реализуются с помощью ИСИМ – метода в зависимости от области применения. ИСИМ – метод – это инструмент исследования, имитационный эксперимент, по сути, новая область деятельности, тщательное изучение и распространение которой, позволит повысить эффективность управления сложными системами.

Таблица 1. Цели и задачи инновационных технологий [разработано автором]

Инновационный метод	Цели и задачи		
	В науке	В управлении	В образовании
Имитационное упражнение	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Моделирование реальной ситуации.</li> <li>– Проверка гипотез и идей на моделях.</li> <li>– Оценка и анализ результатов модельного эксперимента.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучение эффективным приемам управления.</li> <li>– Снижение влияния возмущающих воздействий.</li> <li>– Оценка качества управления.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Контроль качества обучения.</li> <li>– Тренинг профессиональных умений и навыков.</li> </ul>
Анализ конкретных ситуаций	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проведение эксперимента.</li> <li>– Сбор данных.</li> <li>– Анализ результатов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Оценка эффективности управления.</li> <li>– Выработка управляющих воздействий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучение методам, приемам.</li> <li>– Формирование профессиональных компетенций.</li> <li>– Оценка знаний, умений, навыков.</li> </ul>
Деловая игра	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проведение научных</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Формирование стратегии и тактики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>формирование и совершенствование</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>исследований.</li> <li>– Сбор статистических данных в соответствии с целями исследования.</li> <li>– Анализ результатов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>управления.</li> <li>– Выявление проблемы, поиск способа ее решения.</li> <li>– Формирование корпоративного мышления.</li> <li>– Оценка эффективности управления.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>навыков аналитической работы.</li> <li>– Формирование знаний по учебным дисциплинам, контроль и оценка качества подготовки.</li> <li>– Формирование навыков работы «в команде».</li> </ul>
Игровое проектирование	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Разработка проектов и их сравнительный анализ.</li> <li>– Анализ качества проектирования.</li> <li>– Обучение методике проектирования.</li> <li>– Повышение эффективности научных исследований.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучение методике эффективного управления.</li> <li>– Сравнительный анализ применяемых методов управления и оценка их результативности.</li> <li>– Повышение результативности инновационных методов управления.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучение методам проектирования на макро- и микро-уровнях.</li> <li>– Обучение методике защиты проектов.</li> <li>– Формирование навыков объективной оценки проектов.</li> </ul>
Метод активного социологического тестирования, анализа и контроля	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Системный анализ ситуации.</li> <li>– Определение целей и задач объекта управления.</li> <li>– Построение дерева целей исследования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выявление комплекса проблем объекта управления</li> <li>– Определение системы приоритетов. ЛПР и участников процесса управления.</li> <li>– Формирование навыков самооценки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучение процедуре проблематизации.</li> <li>– Формирование навыков экспертизы проблемной ситуации.</li> <li>– Формирование навыков системного анализа и самоопределения в целях, позиции и ситуации.</li> </ul>

### Применение ИСИМ в управлении

Предлагается рассматривать ИСИМ – метод, как инструментальное средство решения задач проблемно-ориентированного управления, которые не могут быть решены строго формализованными методами математического моделирования.

Проблемно-ориентированное управление системами, функционирующими в условиях неполной информации, имеющими разветвленную структуру, основано на определенных принципах:

Целевой характер управления - зависимость цели от этапа и задач управления, от внешних и внутренних факторов; наличие иерархии целей.

Принцип системного подхода - рассмотрение объекта исследования, как системы, учет внешних и внутренних взаимодействий.

Принцип эволюции (непрерывного развития) - непрерывное развитие и совершенствование проблемно-ориентированной системы управления, определение краткосрочных, долгосрочных и стратегических целей.

Принцип оптимальности - использование системы числовых и критериальных методов оценивания системы управления; критерий оптимальности задается на этапе планирования.

Принцип интегративности (целостности).

Принцип коммуникативности - проблемно-ориентированная система управления рассматривается в единстве со средой и представляет собой часть системы (подсистему) более высокого уровня, которая предъявляет определенные требования и задает ограничения.

Принцип иерархического построения - синтез проблемно-ориентированной системы управления производится с использованием процедур декомпозиции целей, задач и проблем, выявленных в процессе анализа объекта управления, а также процедуры агрегирования на этапе оценки результатов образования.

Принцип необходимого разнообразия - для создания системы, способной справиться с решением проблемы, обладающей определенным, известным разнообразием, нужно, чтобы сама система имела еще большее разнообразие, чем разнообразие решаемой проблемы, или была способна создать в себе это разнообразие.

Принцип потенциальной эффективности системы - в структуре проблемно-ориентированной системы управления предусмотрена подсистема анализа эффективности системы управления.

Генеральная гипотеза состояла в том, что синтез проблемно-ориентированной системы управления проходит поэтапно, при этом формирование целей и определение иерархии задач управления, проблематизация и идентификация системы управления, разработка алгоритма управления проводятся с применением метода ИСИМ, для реализации алгоритма управления, сравнительного анализа результатов, выбора оптимальной альтернативы применяются формализованные методы.

Такая интеграция методов моделирования обеспечит макропроектирование (внешнее проектирование) и микропроектирование (внутреннее проектирование) системы управления. На этапе макропроектирования определяются цели и задачи синтезируемой системы управления, выявляются проблемы, составляется описание факторов, влияющих на достижение цели; составляется прогноз ожидаемых результатов. Микропроектирование связано с разработкой структуры системы проблемно-ориентированного управления, определением функций каждого элемента/подсистемы, алгоритмов и технологий управления на каждом уровне.

Делается это так. Для получения первичных данных по целям и задачам проблемно-ориентированного управления контентом программ основного и дополнительного образования проводится «мозговая эстафета» [2]. На первом этапе участники формулируют свои идеи\предложения\рекомендации, записывают их в «чек-лист» по форме, представленной в Таблице 2; на втором этапе каждый участник зачитывает свои рекомендации, остальные оценивают их важность (В) и формулировку (Ф) по пятибалльной системе. Оценивание формулировки делается для того, что бы из нескольких сходных по

смыслу рекомендаций выбрать наиболее корректную, понятную. Все чек-листы проходят обработку, рекомендации систематизируются по разделам, определяется ранг каждой из них.

Таблица 2. Форма чек-листа для метода ИСИМ [разработано автором]

Идея/рекомендация	Важность/ценность идеи	Красота формулировки
-	-	-

Подход, в основу которого положен ИСИМ – метод, позволил построить модель деловой оценки специалиста (МДО), перевести требования МДО в пункты учебного плана, составить программу переподготовки специалистов, построить график профессиональной компетентности: по оси ординат - уровень знаний; по оси абсцисс - предметы, то есть определить траекторию движения объекта управления, в данном случае, обучаемого.

В зависимости от выбранного учебного курса и требуемого уровня знаний определяется форма обучения – лекции, тренинги, CASE- технологии, то есть синтезируется модель управления содержанием и формой образовательного процесса, ориентированного на удовлетворение требований потребителей образовательной услуги.

#### **Применение ИСИМ в научных исследованиях**

Сбор, накопление и обработка данных с целью проведения анализа поведения исследуемой системы — это основные этапы исследования. Применение метода ИСИМ для решения исследовательских задач позволяет формировать банк данных о поведении системы, выполнить анализ эффективности системы, запустить механизм генерирования альтернативных стратегий поведения и сделать выбор оптимальной альтернативы.

Интересные, по мнению автора, возможности предоставляет исследователям использования метода ИСИМ при проведении научных исследований. Так, при построении формальных моделей ранжирования альтернатив/объектов целесообразно метод экспертных оценок заменить методом «мозговой эстафеты» [3].

Если каждая из возможных альтернатив может быть описана с помощью количественных показателей  $x_1, x_2, \dots, x_n$ , которые дают представление об объекте в данный момент времени  $t$ ; то общий рейтинг альтернативы вычисляется методом весовых коэффициентов [7]. Весовые коэффициенты определяются методом *мозговой эстафеты*, имеющей принципиальные отличия от мозговой атаки (сохраняется авторство идей, экспертами – оценщиками являются сами участники процедуры, идеи оглашаются последовательно, а не спонтанно), исследователь формирует банк данных об объекте исследования, в которых минимизировано влияние субъективных факторов, присущих классическим методам экспертных оценок. В результате построения такой балльно-рейтинговой модели оценивания альтернатив/объектов/гипотез исследователь получает ранжированный список альтернатив.

Неоднократно апробированная методика имеет ряд преимуществ перед общеизвестной методикой экспертных оценок: она проста в исполнении, не требует специальных знаний,

В случае, если для объекта исследования можно найти эталон (норму), целесообразно использовать нормативно-рейтинговую систему оценивания, в основе которой лежит процедура формирования элитных групп по схеме «претендент-рекомендатель» [5].

Как это работает?

В нормативно-рейтинговой модели роль оценочного показателя элитной группы выполняет система норм, которым должны соответствовать показатели объекта исследования.

Исследуемые альтернативы/гипотезы/объекты оцениваются по системе критериев, результаты оценивания сравниваются с нормой (эталоном). Те объекты исследования, показатели которых не соответствуют установленным нормам, отсеиваются.

Данная модель обладает определенным преимуществом по сравнению с балльно-рейтинговой оценкой: в ней оценка выполняется дифференцированно по направлениям деятельности и результатам, тогда как в балльно-рейтинговой оценке существует принцип компенсации недостатков: высокие показатели по одному параметру могут компенсировать низкие показатели по другому параметру, то есть усредненная оценка снижает объективность картины.

Предлагаемая нормативно-рейтинговая модель управления качеством позволяет решать задачи проблемно-ориентированного управления, так как наличие нормативных значений оценочных показателей позволяет организовать процесс управления путем устранения различий между фактическими и нормативными значениями.

Алгоритм сводится к следующему:

1. Функции объекта управления агрегируют в группы.
2. Для каждой группы задается норма и выполняется расчет оценочного показателя.
3. Сравнительный анализ расчетных оценочных показателей с нормативными позволяет определить ранг каждой группы, выявить группы с низким оценочным показателем.
4. Формируется контур управления, который оказывает управляющие воздействия, ориентированные на повышение оценочных показателей «слабых групп», корректирует траекторию движения объекта управления в направлении цели.

#### **Результаты работы метода**

Проблемно-ориентированное управление, в основе которого лежит интеграция метода ИСИМ и формального моделирования обладает гибкостью, возможностью адаптации к различным предметным областям и уровням управления, позволяет получить следующие результаты:

- возможность оценки не только предполагаемых доходов от принятого решения, но и оценку потерь от неверных решений, которых удалось избежать;
- введение в процедуру принятия решений игрового момента позволяет работать в том режиме времени, который удобен для анализа ситуации;
- методы ИСИМ предусматривают систему стимулирования участников, побуждают их к активной работе, все это в совокупности с формальным моделированием позволяет проводить более качественное обоснование альтернативных вариантов;
- наличие механизма, имитирующего случайное воздействие внешних возмущающих факторов, позволяет оценить чувствительность принятого решения к внешним воздействиям, устойчивость при изменении действующих факторов планируемой операции;
- разнообразие существующих методов ИСИМ позволяет модифицировать предлагаемый алгоритм принятия решений: в зависимости от масштаба планируемой операции, ее уникальности (или повторяемости), объема исходной информации об условиях проведения операции возможно применение методов от классического тренинга на поведение в экстремальной ситуации до оргдеятельностной игры с соответствующим математическим и программно-аппаратным обеспечением;



- отсутствие у руководителей предприятий опыта работы в условиях неполной информации компенсируется возможностью проводить сравнительный вариантный анализ предлагаемых альтернатив;
- сравнительно небольшие материальные затраты на реализацию.

### Выводы

ИСИМ-метод использовался в разные годы для решения задач управления, организации производства, технических, учебных и исследовательских, связанных с моделированием профессиональной деятельности. Первый опыт использования ИСИМ – метода работа М.М. Бирштейн, Т.П. Тимофеевского. В рамках системы повышения квалификации в управлении и образовании ИСИМ – метод получил развитие в 80-е годы. М.М. Бирштейн, Т.П. Тимофеевский, Р.Ф. Жуков, В.И. Рыбальский заложили основы отечественной школы ИСИМ, выращенные ими игротехники достойно представляли свои разработки в Международной ассоциации по играм и имитациям (International Simulation and Gaming Association-ISAGA) [8].

Представленные автором принципы проблемно-ориентированного управления, реализованные в методе ИСИМ с программной поддержкой отдельных процедур, обеспечивают эффективность управления, научное обоснование принимаемых решений, позволяют прогнозировать результаты воздействия на объект управления.

### Библиография

1. Бельчиков Я.М., Бирштейн М.М. Деловые игры. Рига: Авотс, 1989. 117 с.
2. Вартумян А.А., Клименко И.С. Экспериментальное исследование процесса личностно-ориентированного обучения в системе высшего профессионального образования. В: Сборник научных трудов VIII Всероссийская научная конференция «Системный синтез и прикладная синергетика» в Ростов-на-Дону. Таганрог: Издательство ЮФУ, 2017, с.397-409.
3. Вишневская Н.Г., Клименко И.С. Роль информационных технологий в активизации инновационной политики вуза. В: Современная наука и инновации, 2017, № 4, с.424-434.
4. Клименко И.С. Инновационные технологии в образовании, науке, управлении (практикум для разработчика деловых игр): учебное пособие. Алматы: Отан, 2015. 143 с.
5. Клименко И.С. Модели и методы управления: учебное пособие. Алматы: Отан, 2015. 187 с.
6. Клименко И.С. От технологии 2С к технологии 2Д. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing, 2014. 284 с.
7. Клименко П.Ф., Клименко И.С. Технология конструирования и области применения новых образовательных технологий. В: Материалы международной научно-практической конференции «Новые образовательные технологии». Екатеринбург: Изд-во УПИ, 2014, с. 713-721.
8. Теория систем и системный анализ в управлении организациями: Справочник. Под ред. В.Н. Волковой и А.А. Емельянова. М.: Финансы и статистика, 2006. 848 с.

UDC: 004.418

## EDUCATIONAL SOFTWARE

### SOFTURI EDUCAȚIONALE

*DUMBRAVEANU Roza, PhD,  
"Ion Creangă" State Pedagogical University Chisinau, Moldova*

*DUMBRAVEANU Roza, doctor, conferențiar universitar,  
Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” Chișinău, Moldova*

**Annotation:** Education software represents a complex concept resulting from the science of designing programs (software engineering) on electronic devices (computers, in the first hand), education sciences and communication sciences. In the Romanian language literature there are different interpretations of this concept, not always complete or correct, one reason being that the authors come from different domains and they treat this subject unilaterally. This paper brings some clarification on the education software and on the link of this concept with other related notions.

**Adnotare:** Softurile educaționale reprezintă un concept complex rezultat din științele de proiectare a programelor pe dispozitive electronice (computere, în primul rând), a științelor educației și a științelor comunicării. În literatura de limbă română există diferite interpretări ale acestui concept, nu întotdeauna complete sau corecte, unul din motive fiind că autorii provin din diverse domenii și tratează acest subiect unilateral. Această lucrare vine să facă unele clarificări cu privire la softul educațional și la corelarea acestui concept cu alte noțiuni conexe.

**Keywords:** education software, digital education resources, software classification.

**Cuvinte cheie:** soft educațional, resurse educaționale digitale, clasificare soft.

### Introducere

Cuvântul software este de origine engleză. Inițial a apărut în anul 1851 în industria ușoară pentru a denumi produsele moi, de tip "țesături de lână sau de bumbac", și de asemenea, "bunuri de consum relativ perisabile", de la soft + ware [8]. Noțiunea software a obținut un alt sens aparte în lumea calculatoarelor în anul 1960. Software sau soft este un concept ce reprezintă programele și instrucțiunile care pun în funcțiune un computer (sau un alt dispozitiv electronic), spre deosebire de mașinile și dispozitivele fizice reale care fac parte din hardware [5].

În limba română în unele lucrări se utilizează termenul din engleză (deși pronunțarea lui disonează în vorbire), în altele este utilizat cuvântul soft la singular și softuri la plural. În această lucrare va fi utilizat termenul soft.

Există mai multe clasificări pentru tipurile de softuri existente, în dependență de criteriile ce sunt puse la bază. Clasificarea, care are la bază funcțiile softului, include două categorii majore: softuri de sistem și softuri aplicative [1]. Softurile, care sunt proiectate și elaborate pentru a face computerele (și alte dispozitive electronice, precum telefoanele mobile) să funcționeze, se numesc softuri de sistem, iar softurile menite să îndeplinească anumite sarcini specifice diferitelor domenii se numesc softuri aplicative sau aplicații. Softurile de sistem cuprind sistemele de operare (gen Windows, Linus, Unix ș.a.), programe pentru servere (web, ftp, email) ș.a. Softurile aplicative

includ o gamă foarte diversă de aplicații: editoare de texte, foi de calcul, aplicații de lucru cu bazele de date, aplicații contabile ș.a.

### **Material și metodă**

Softurile educaționale sunt softuri aplicative proiectate în mod special pentru a realiza anumite activități educaționale. Deși unele softuri aplicative generice [3], precum editoarele de texte, editoarele de grafică, editoarele de prezentări, pot fi utilizate de asemenea pentru a crea resurse educaționale și a spori calitatea procesului didactic, ele nu pot fi incluse în lista softurilor educaționale. Este necesar să se facă distincție dintre softurile educaționale ca produs, sau ca resurse educaționale, și softurile aplicative ca instrument, care au rolul de a crea softuri și resurse educaționale [4]. În această lucrare sunt descrise softurile educaționale ca resursă educațională sau ca produs finit, care sunt utilizate în procesul didactic în universități și/sau în școli.

### **Rezultate și discuții**

#### **Conceptul de soft educațional**

Softul educațional este un pachet complet, care include programul soft propriu-zis, documentația (include caracteristici tehnologice ale softului, modul cum trebuie instalat, cerințele față de dispozitivul, unde va fi instalat, drepturile de utilizare a softului ș.a.) și ghidul utilizatorului (descrie cum trebuie să fie utilizat softul, condițiile de mentenanță ș.a.) [7]. Programul soft este un sistem de coduri de programare, care realizează o sarcină bine definită la nivel de macrosistem, de exemplu afișarea unui ceas digital pe ecranul calculatorului. Codurile de programare sunt scrise în unul, iar uneori în mai multe limbaje de programare. Blocurile de cod din sistem realizează funcții separate interne (nivel micro) (de exemplu, mișcarea acelor ceasului), care fiind unite printr-un algoritm bine gândit, asigură funcționarea programului, iar utilizatorul are acces la derularea aplicației printr-o interfață grafică.

Deseori programatorii începători sau cei neinițiați în domeniu confundă termenul de soft cu cel de program. Programul este doar un bloc de cod, care realizează o sarcină anume, o componentă a softului, sau chiar câteva blocuri de cod, sau totalitatea de blocuri de cod din softul dat, pe când softul ca entitate finită, prezentată utilizatorului spre derulare și utilizare, include toate blocurile de cod, documentația și ghidul utilizatorului. Este greșit de a numi soft doar codul de programare. De asemenea este greșit de a crede, că orice programator este în stare să elaboreze softuri. Într-o metaforă din lucrarea [6] se face analogie dintre construirea unui perete și scrierea unui bloc de cod cu construirea unei case și elaborarea unui soft. La fel cum persoanele care construiesc doar pereți, pot să nu fie în stare să realizeze toată munca de proiectare, construire, finisare și dare în exploatare a unei case, un programator poate să nu fie în stare să analizeze cerințele utilizatorului, să le transpună în algoritmi, să definească legăturile dintre blocurile de cod și funcționalitatea acestora, să selecteze limbajele adecvate de programare pentru elaborarea codurilor. Rolul programatorului, în mare parte, este să scrie codurile pentru fiecare bloc. Urmează apoi testarea blocurilor de cod și a programului în întregime, scierea documentației și a ghidului pentru utilizatori. Elaborarea softurilor este un proces complex, în realizarea căruia este antrenată de obicei o echipă, ce include diverși experți: manager de proiect, autori de scenarii (conținut), analiști, programatori, testerii, experți în relații cu publicul ș.a.

#### **Clasificarea softurilor educaționale**

În literatura cu referire la softurile educaționale au fost făcute încercări de a clasifica pachetele de softuri în conformitate cu funcția lor didactică. Clasificarea cea mai frecvent utilizată

include următoarele tipuri: softuri de exersare, tutoriale, simulări, jocuri, softuri de soluționare a problemelor (tabelul 1) [2]. Denumirile tipurilor de softuri provin de la caracteristicile distincte, pe care le aveau pachetele elaborate la momentul lansării lor în uz. În prezent, majoritatea softurilor au mai multe funcționalități, ce realizează diferite obiective pedagogice, de aceea este complicat de a face o clasificare strictă. De exemplu, un soft de studiere a regulilor de gramatică poate include mai multe componente: de exersare, de evaluare, de exersare combinată cu elemente de joc ș.a. Nu există un consens în privința terminologiei nici între elaboratorii de softuri, care nu utilizează un limbaj univoc. Unii autori numesc programele, ce oferă feedback în mod intens, tutoriale. Alții numesc simulările jocuri ș.a.m.d.

Softurile reflectă funcțiile menționate, iar pe măsura dezvoltării tehnologiilor și abordărilor pedagogice, apar și funcții noi. Este mai corect să se accepte că softurile educaționale pot avea funcții didactice multiple, care trebuie să fie menționate concis în ghidul utilizatorului, în conformitate cu intențiile autorului. Profesorii trebuie să analizeze ghidul, să exploreze funcționalitățile softului și să identifice valențele lui didactice, precum și strategiile de integrare adecvate pentru contextul educațional, în care ei activează.

În lucrarea dată este prezentată descrierea succintă a caracteristicilor acestor tipuri de softuri educaționale în mare parte în baza materialelor din [2].

Tabelul 1. Funcții ale softurilor educaționale [2]

Funcție	Descriere
Exersare	Permite utilizatorilor să rezolve exerciții, probleme sau să răspundă la întrebări și să obțină comentarii (feedback) cu privire la corectitudinea rezolvării & răspunsurilor.
Tutorial	Acționează ca un tutore uman, asigurând conținuturi și activități instructionale necesare unui student pentru a studia (aprofundat) o temă sau un subiect mai amplu.
Simulare	Modelează sisteme reale sau imaginare pentru a demonstra cum funcționează aceste sisteme sau altele similare, sau pentru a demonstra conceptele, ce stau la baza acestor sisteme.
Joc educațional	Mărește motivația utilizatorilor prin aplicarea unor reguli de joc activităților de învățare îmbinate într-un scenariu specific.
Soluționare de probleme	Prezintă (a) ghidare directă (prin explicare și/sau practică) a etapelor de rezolvare a problemelor sau (b) contribuie la dezvoltarea deprinderilor de rezolvare a problemelor prin oferire de oportunități de soluționare.

#### **Caracteristici ale softului de exersare**

Softul de exersare prezintă exerciții realizate prin intermediul tehnologiilor și are menirea să dezvolte și să consolideze cunoștințele și deprinderile studentului la anumite teme. Exercițiile intervin cu secvențe repetitive, care solicită studentului să demonstreze că stăpânește noțiunile, legile, formulele, principiile, legăturile dintre concepte și fenomene și/sau să le aplice pe toate acestea în diverse activități de învățare formulate sub formă de sarcini de completare și corelare text, imagini, scheme. Partea de interactivitate vine sub forma unui feedback scurt (gen corect, mai încearcă) sau mai sofisticat, prin argumentarea corectitudinii sau incorectitudinii activității respective a studentului. Unele programe pot afișa exerciții similare în cazul unei acțiuni incorecte sau următoarea secvență (alt tip de exerciții sau exerciții mai complexe) în cazul unei acțiuni corecte. Dacă studentul comite frecvent aceleași greșeli, programul poate să-i ofere un sistem de ajutor sub forma unor sugestii de remediere, al unui rezumat al materiei studiate sau al unui tutorial.

Sistemul de ajutor face parte din strategiile de elaborare a softului de exersare, care inițial avea doar intenția de practicare a deprinderilor. Exercițiile pot avea un grad diferit de complexitate, pot fi realizate într-o consecutivitate strictă, realizate în ordine aleatorie sau combinate. Acțiunile studentului pot fi programate contra-cronometru per fiecare exercițiu sau per soft în întregime.

Exersarea și practicarea diferitelor subiecte prin intermediul acestui tip de soft conduc la o memorizare mai bună și dezvoltă deprinderile de bază ale studenților, fiind puncte de pornire și/sau condiții pentru înțelegerea conceptelor mai avansate. Studenții își crează un fel de automatism și memorizează cunoștințele de nivel inferior, ceea ce îi ajută să înțeleagă materiile mai superioare mai ușor și mai repede. Softurile de exersare oferă beneficii evidente față de varianta tradițională (exerciții îndeplinite pe hârtie).

**Feedback imediat.** Atunci când studenții rezolvă exercițiile pe hârtie, ei nu știu dacă procedează corect până nu obțin rezultatele de la profesor. Dacă îndeplinesc lucrarea incorect, studenții pot să memorizeze lucruri incorecte. Softul de exersare le indică imediat dacă acțiunile lor sunt corecte sau nu, astfel ca ei să corecteze răspunsurile. Asta le ajută să identifice erorile și să memorizeze lucrurile corect (plasând cunoștințele și deprinderile în memoria de lungă durată pentru acces ulterior).

**Motivare.** Mulți studenți nu doresc să rezolve exercițiile practice pe hârtie, fie deoarece au eșuat de mai multe ori, fie deoarece au deprinderi slabe de scriere, fie deoarece nu le place să scrie. Practicarea exercițiilor la calculator poate să-i motiveze prin noutate, prin design, prin scenariu, prin faptul că studenții actuali sunt obișnuiți să butoneze rapid. În plus, calculatoarele nu reacționează prin exclamații de dezaprobare sau grimase și le acordă timp suficient pentru a repeta exercițiile.

**Economie de timp pentru profesor.** Deoarece profesorul nu trebuie să noteze sau să participe direct la îndeplinirea activităților din softul de exersare, studenții exersează de sine stătător, iar profesorul poate să acorde atenție altor studenți sau să realizeze alte activități. Bineînțeles că profesorul trebuie să monitorizeze efectuarea exercițiilor, dar economia de timp vine și de la faptul că în același timp exersează mai mulți studenți (în dependență de numărul de calculatoare disponibile).

**Posibilități inedite.** Unele softuri de exersare oferă oportunități unice de a realiza anumite proceduri sau operații, care sunt imposibil de realizat în alt mod.

Softurile de exersare au domenii largi de aplicare, printre ele fiind:

- vocabularul unei limbi străine;
- geografia continentelor și a țărilor;
- formule și exerciții matematice;
- reguli de gramatică;
- note și simboluri muzicale;
- măsurări ale mărimilor;
- sintaxa unui limbaj de programare;
- proceduri de laborator.

#### **Caracteristici ale softului-tutorial**

Tutorialul reprezintă o secvență de instruire cu referire la o anumită temă (mai dificilă, eventual), la realizarea unei proceduri sau la soluționarea unei sarcini/probleme, care necesită integrarea cunoștințelor din mai multe teme sau chiar domenii. Tutorialul este o entitate de sine stătătoare, în sens că include toate componentele necesare pentru a elucida problema abordată. Studenții ar trebui să fie în stare să studieze subiectele din tutorial fără a apela la alte resurse adiționale. Tutorialul poate fi realizat sub forma unui text, text + audio, audio, video + text, video, video + audio, video + audio + text. În toate aceste formate pot fi inserate coduri de programare



pentru a realiza diverse ramificări sau secvențe interactive. Fișierele audio pot fi: a) înregistrări efectuate nemijlocit pentru realizarea tutorialului în cauză sau 2) fișiere audio preluate din alte surse, care ilustrează anumite secvențe din tutorial. Fișierele video, de asemenea, pot fi: a) consecutivități ale capturilor de ecran; b) fișiere video preluate din alte surse; c) înregistrări video ale diferitelor fenomene sau procese, realizate nemijlocit pentru tutorialul în cauză.

Noțiunea de tutorial este mai largă decât noțiunea de soft-tutorial. Conform definiției softului, softul-tutorial ar trebui să conțină secvențe de cod de programare. Nu totdeauna codurile de programare sunt scrise în mod direct și explicit de un programator, ele pot fi voalate de tehnologiile, care permit realizarea unor secvențe interactive sau pot prezenta combinarea mai multor tipuri de fișiere (multimedia) pentru a obține anumite efecte sau rezultate în scenariul tutorialului. În literatură de obicei nu se face referire la tehnologiile, ce stau în spatele unui sau altui tutorial, pentru a identifica existența și cantitatea de cod de programare, de aceea uneori este greu de spus dacă acel tutorial conține cod de programare. Nu vom considera, însă, tutoriale-soft, tutorialele ce conțin doar text și imagini, indiferent de forma lor de prezentare (hipertext, fișiere pdf, fișiere doc etc.).

Uneori există confuzii între tutorial și activitățile din softul de exersare, din varii motive. În primul rând, softul de exersare poate oferi un feedback sofisticat, pe care criticii și utilizatorii pot să le confunde cu explicațiile din tutorial. În al doilea rând, un tutorial bun ar trebui să includă una sau câteva secvențe pentru a verifica, dacă studenții au înțeles ceea ce este explicat sau demonstrat. Întrucât aceasta este o funcție caracteristică softului de exersare, pot apărea confuzii în privința scopului inițial al activității.

Tutorialele deseori sunt clasificate în două categorii: liniare sau ramificate. Tutorialul liniar oferă aceleași secvențe de instruire, de explicare, de practică și feedback pentru toți studenții, indiferent de nivelul lor de cunoștințe și de diferențele de performanță. Tutorialul ramificat este mai complex și direcționează studenții pe diferite traiectorii alternative, în dependență de reacția lor și de îndeplinirea cu succes a anumitor părți ale tutorialului. Tutorialele ramificate pot varia în complexitate prin numărul de alternative și prin gradul de identificare a nivelului de instruire, pe care o necesită studentul. Tutorialele mai complexe pot avea opțiuni de management al activităților incorporate în soft; profesorul are posibilitate să stabilească nivelul fiecărui student și să obțină rapoarte despre progresul studenților realizat în urma studierii tutorialului.

Tutorialele nu pot substitui în nici un caz profesorii. În foarte puține situații calculatorul poate să prezinte oportunități preferabile față de un profesor expert. Totuși, tutorialul are o prioritate unică de a prezenta o întregă secvență de instruire interactivă, care rezolvă mai multe situații de învățare.

**Studiere și recapitulare de sine stătătoare.** Studenții au nevoie deseori să studieze temele după ce profesorul i-a inițiat la subiect. Unii studenți au un ritm mai lent de a înțelege conceptele și necesită un timp mai mare pentru studii. Alții pot însuși mai bine materia atunci când sunt lăsați în pace și nu se află sub presiunea timpului de a fi în același ritm cu colegii. În plus, studenții au nevoie de a recapitula temele înainte de evaluări. Tutorialele vin să rezolve aceste situații.

**Strategii alternative de învățare.** Unii studenți, de obicei cei ce sunt la un nivel avansat de cunoaștere, preferă să-și structureze propriile activități de învățare și să studieze în ritm propriu. Utilizând un tutorial bun, studenții avansați își îmbogățesc arsenalul de resurse studiate și de cunoștințe pentru a fi pregătiți pentru discuțiile cu profesorul, pentru a realiza sarcinile de învățare sau de evaluare.

Tutorialul-soft trebuie să satisfacă criteriile pentru un soft educațional bun. În afară de aceasta, un tutorial soft bine conceput și elaborat trebuie să posede următoarele particularități.



**Interactivitate sporită.** Tutorialele trebuie să ofere reacții frecvente și semnificative la acțiunile utilizatorului și să includă răspunsuri și explicații la toate întrebările posibile legate de tema studiată, adică să includă activități interactive. Una din criticile frecvente ale tutorialurilor se referă la faptul că ele prezintă „răsfoire de pagini”, adică cer prea puține acțiuni din partea utilizatorului. Există însă tutoriale interactive, care prezintă beneficii cognitive pentru utilizatori.

**Control deplin al utilizatorului.** Controlul utilizatorului se referă la mai multe aspecte ale unui tutorial. În primul rând, studenții trebuie să aibă posibilitatea de a controla frecvența de apariție a textului pe ecran. Programul trebuie să ofere studenților flexibilitatea de a citi explicațiile, a vedea exemple sau secvențe de instrucțiuni, sau să deruleze alte instrucțiuni. De asemenea, tutorialul-soft trebuie să includă opțiuni de ieșire din program, la dorința utilizatorului.

**Abordare pedagogică adecvată.** Structura tutorialului trebuie să prezinte o secvență de instrucțiuni necesare, care se referă la conceptele studiate și explică în mod corespunzător conținutul. Tutorialul trebuie să ofere explicații și exemple suficiente atât în secvențele inițiale, cât și în secțiunile de repetare și consolidare. Tutorialul trebuie să fie la nivelul unui profesor expert în domeniu, care explică în profunzime subiectele abordate.

**Argumentări și răspunsuri adecvate, capacitate de feedback.** Softurile-tutorial trebuie să ofere studenților explicații coerente la întrebările posibile ce apar în studierea temelor abordate, precum și să ofere funcționalități de prelucrare inteligentă a răspunsurilor date de studenți la întrebările incluse în soft. Feedback-ul trebuie să fie sugestiv, diferit în dependență de numărul de încercări efectuate de studenți și să nu-i frustreze în cazul în care nu cunosc anumite lucruri, ci să le indice resursele, ce trebuie studiate în acest caz, și să-i lase să încerce să răspundă ulterior.

**Grafică potrivită.** Unii autori sunt de părere că elementele grafice sunt parte componentă a tutorialurilor, alții afirmă că grafica trebuie utilizată în dependență de necesități pentru a intensifica posibilitățile de învățare, a ilustra anumite concepte sau situații, dar nu să sustragă atenția de la subiectele studiate.

**Evidență adecvată.** În funcție de intențiile didactice, profesorii ar putea avea nevoie să țină evidența progresului studenților asupra materiilor studiate în tutorial. Programele prevăzute să înregistreze reușita studenților permit profesorilor să obțină un raport rapid asupra progresului studenților.

#### **Caracteristici ale softurilor de simulare**

Simulările reprezintă modele virtuale ale unui sistem real sau imaginat, care este conceput pentru a demonstra și a studia cum funcționează sistemul. Ele au o interactivitate sporită, iar studenții trebuie să realizeze anumite activități de investigare a sistemului propus prin modificare de parametri, prin observare, prin analiza conceptelor și teoriilor ce stau la baza fenomenelor simulate. Simulările pot avea diverse utilizări.

**Simulări fizice.** Aceste simulări permit utilizatorilor să manipuleze procesele reprezentate pe ecran.

De exemplu, studenții au la dispoziție anumite reactive chimice și instrucțiuni cum pot fi combinate pentru a observa rezultatul obținut sau ei pot avea o schemă a unor instalații de laborator, ce simulează diferite fenomene fizice: interferența luminii, descărcarea electrică în gaze, mișcarea browniană ș.a. Aplicațiile au opțiuni de modificare a parametrilor instalațiilor și a valorilor mărimilor fizice, ce descriu fenomenele și permit utilizatorilor să studieze cauzele și consecințele modificărilor efectuate.

**Simulări iterative.** Aceste simulări pot demonstra accelerarea sau încetinirea proceselor, care se întâmplă de obicei fie atât de încet sau atât de repede încât studenții nu pot observa cum se desfășoară aceste evenimente în realitate. De exemplu, softul poate afișa efectele variațiilor

diferitelor variabile demografice asupra creșterii populației; efectele modificării factorilor de mediu asupra ecosistemelor; mișcarea planetelor în jurul soarelui în diverse perioade de timp ș.a. Iterativitatea semnifică faptul că studenții pot derula simulările de câte ori doresc, pot modifica valorile parametrilor în limite admisibile și pot observa rezultatele obținute de fiecare dată.

**Simulări procedurale.** Aceste simulări sunt destinate să învețe studenții să efectueze anumite proceduri, precum: simulări ale anumitor situații de pilotare a aparatelor de zbor; simulări de conducere a unor vehicule; simulări ale unor proceduri medicale; simulări de măsurare a unor mărimi ș.a.

**Simulări situaționale.** Aceste programe oferă studenților situații problematice ipotetice și le cere acestora să reacționeze și să le soluționeze. Unele simulări permit diferite strategii ce conduc la rezultate de succes: activități de pe piața de valori; simularea activității unor întreprinderi. Altele pot propune diverse opțiuni atât cu rezolvare pozitivă, cât și negativă, de exemplu, influența poluării mediului în diverse zone și condiții de risc.

În funcție de subiect, o simulare poate oferi unul sau mai multe dintre următoarele beneficii.

**Comprimarea în timp a fenomenelor.** Această caracteristică este importantă atunci când studenții studiază anumite procese care durează un timp îndelungat (exemple: topirea unui ghețar, modificarea stratului de ozon, evoluția unei boli). O simulare poate să demonstreze lucruri ce se întâmplă în câteva luni sau câțiva ani, comprimate într-un interval scurt de timp, pentru a evidenția esența fenomenului și caracteristicile cele mai importante.

**Observarea proceselor în ritm încetinit.** O simulare poate să modeleze de asemenea procese, care sunt invizibile pentru ochiul uman, deoarece ele au loc foarte repede (mișcările sportivilor în cadrul competițiilor; reacții chimice).

**Implicarea activă a studenților.** Simulările pot capta atenția studenților prin modul de a-i face responsabili de procesele ce au loc pe ecran și stimularea curiozității prin întrebări de tipul “Cum vei proceda?” Ei pot obține imediat feedback la variantele lor de răspuns și pot investiga diferite situații, du doar să observe pasiv rezultatele.

**Siguranța experimentelor.** Ori de câte ori învățarea implică realizarea unor experimente, ce prezintă pericole fizice, simulările oferă o strategie de alternativă (lucru cu substanțe volatile, cu instalații fragile sau ce pot duce la vătămări corporale).

**Transformarea imposibilului în posibil.** Deseori profesorii nu au posibilitate să ofere acces studenților la resurse sau situații, pe care pot să o facă simulările. Simulările pot demonstra studenților, de exemplu, cum are loc mișcarea obiectelor pe o planetă, cum are loc o reacție nucleară sau cum are loc mutația în celule.

**Economie de finanțe și de alte resurse.** Multe instituții de învățământ nu au echipament necesar pentru efectuarea experiențelor din programele de studii. În funcție de subiect, un experiment simulat poate fi la fel de eficient ca o experiență de învățare în situații reale la un cost cu mult mai mic.

**Repetări cu variații.** Spre deosebire de situațiile reale, simularile permit studenților să repete procesele de câte ori doresc și cu variații nelimitate (admisibile) într-o varietate de condiții pentru a compara rezultatele din fiecare set de alegeri.

**Observarea unor procese complexe.** Evenimentele din viața reală sunt adesea atât de complexe încât sunt confuze - mai ales pentru cei care le văd pentru prima dată. Când multe lucruri se întâmplă în același timp, studenților le este greu să se concentreze asupra funcționării componentelor individuale. Cine ar putea înțelege funcționarea unei burse de valori fără a avea anumite cunoștințe în domeniu și indicații cu privire la acest proces? Simulările pot separa

activitățile pe componente și permit studenților să le studieze separat, apoi să facă legătură între aceste componente.

### **Caracteristici ale softurilor de tip jocuri**

Jocurile bazate pe tehnologii informaționale prezintă o combinație de componente și caracteristici din lumea divertismentului și educației în încercarea de a contribui la intensificarea unei învățări eficiente cu elemente de distracție. Jocurile fac parte dintr-o categorie separată, deoarece utilizarea și proiectarea lor este puțin diferită de softurile de exersare sau de simulare. Caracteristicile care fac deosebirea dintre jocuri și alte tipuri de soft educaționale sunt: regulile de joc, elementele de competiție sau de provocare și formatul de prezentare într-un mod distractiv și atrăgător.

**Format și activități atrăgătoare.** Cele mai populare jocuri includ elemente de aventură și incertitudine la diferite niveluri de complexitate în corespundere cu abilitățile utilizatorilor.

**Valoare didactică.** Jocurile care au un potențial înalt didactic sunt proiectate conform unui scenariu bine conceput, care pun în valoare conceptele din materia de studiu într-un mod inteligent și distractiv în același timp.

**Dexteritate fizică rezonabilă.** Jocurile prezintă un instrument motivant pentru studenți. Asta înseamnă că activitățile din scenariul jocului trebuie să motiveze utilizatorii, dar să nu-i frustreze.

**Considerații sociale, sociale și culturale.** Jocurile trebuie să fie adecvate, să dezvolte dorința de cunoaștere, un spirit creativ, să implice emotiv, să promoveze mesaje pozitive, să educe toleranța, diversitatea culturală. Spre regret multe jocuri includ elemente de violență, de agresivitate, care afectează comportamentul utilizatorilor.

Există diverse oportunități de utilizare a jocurilor în procesul didactic.

**În locul exercițiilor.** Profesorii pot să implementeze jocurile pentru a ajuta studenții să-și creeze anumite deprinderi practice sau abilități de memorizare a unor noțiuni, date, reguli. Mediul de realizare, însă este mai captivant și mai motivant decât în cazul altor tipuri de softuri.

**Pentru dezvoltarea competențelor de lucru în grup.** Multe jocuri digitale pot servi drept bază pentru colaborare în grup. În plus, unele jocuri pot să fie derulate în mod colaborativ pe Internet. Jocurile ce presupun competiții, dezvoltă calitățile de lider și pot prezenta oportunități de concurență între grupuri.

**În calitate de recompense pentru eforturi de învățare.** Una din cele mai frecvente utilizări ale jocurilor este de a recompensa eforturile depuse de studenți. Aceasta poate fi una dintre menirile jocului, dar profesorii ar trebui să evite utilizarea excesivă a acesteia. În caz contrar, jocul își poate pierde motivația și poate să devină un "calmant electronic". În plus, utilizarea jocurilor ca recompensă nu ia în considerare menirea didactică a jocului ca instrument de învățare, limitându-l doar la cea de stimulare comportamentală. Unii profesori sunt de părere că jocurile - în special cele electronice - sunt utilizate în exces, în mod necorespunzător și eronat. Jocurile trebuie utilizate în mod adecvat, astfel încât studenții să învețe de facto anumite materii, în timp ce realizează acțiunile din joc.

**Implicare majoră.** Profesorii trebuie să creeze oportunități ca toți studenții, indiferent de abilități și de nivel de cunoștințe să participe în condiții egale și să aibă un rol semnificativ în activitățile jocului.

**Accentuare conținut.** Studenții trebuie să fie informați despre regulile de joc și despre relația activităților cu conținutul, ce trebuie studiat, până a lansa jocul.

### **Caracteristici ale softurilor de soluționare a problemelor**

Aceste softuri vin să dezvolte competențe (sau componente ale acestor competențe) de soluționare a problemelor în genere sau pot crea oportunități de rezolvare a unor probleme din diferite domenii ale cunoașterii.

Rezolvarea problemelor presupune trei etape importante: identificarea și recunoașterea unui obiectiv (o oportunitate pentru rezolvarea unei probleme), un proces (o secvență de activități sau de operații fizice) și o activitate mentală (operații cognitive pentru găsirea și promovarea unei soluții). Pentru a găsi soluții sunt necesare diverse abilități: metacogniție, observare, compararea datelor, ordonarea evenimentelor, analiză, constatare, găsirea și sistematizarea informației, deducere, precizarea rezultatelor, realizarea de analogii, și formularea de idei.

Acest soft educațional are rolul de a dezvolta competențe de două tipuri.

**Competențe ce țin de conținut.** Unele softuri de soluționare a problemelor se referă la dezvoltarea competențelor ce țin de conținut, în primul rând în matematică și știință: de exemplu, competențe de rezolvare a problemelor de geometrie prin desen și manipularea figurilor geometrice. Alte softuri pot fi considerate medii de rezolvare a problemelor. Aceste pachete complexe oferă o varietate de instrumente care permit studenților să creeze soluții pentru probleme din știință conform unui scenariu.

**Competențe ce nu depind de conținut.** Unii profesori consideră că competența generică de soluționare a problemelor poate fi dezvoltată direct prin instruire specifică și practicare a componentelor acestei competențe (de exemplu, prin memorizarea și analiza datelor, prin divizarea unei probleme în secvențe de pași sau prin precizarea rezultatelor). Alții consideră că studenții trebuie plasați în medii de rezolvare a problemelor și lăsați să-și dezvolte propriile căi de analiză și rezolvare a problemelor, fiindu-le oferite sfaturi și ghidare.

Deși ambele abordări au obiective ce se suprapun într-o oarecare măsură, prima este orientată mai mult spre dezvoltarea de competențe de rezolvare a unor probleme specifice, în timp ce a doua vizează mai mult motivarea studenților spre analiză și spre a înțelege că soluționarea problemelor este o parte integrantă a vieții de zi cu zi.

Utilizarea softului de soluționare a problemelor contribuie la motivarea studenților pentru o învățare activă.

**Creșterea interesului și a motivației.** Studenții sunt mai interesați să practice rezolvarea problemelor prin activități care sunt interesante și motivante. Ei devin mai activi, mai spontani, mai încrezuți în forțele proprii.

**Prevenirea învățării inerte.** Rezolvarea problemelor din zona de conținut face ca însușirea cunoștințelor și dezvoltarea deprinderilor să capete semnificație, deoarece studenții înțeleg mai bine unde pot aplica cunoștințele căpătate în soluționarea problemelor reale. De asemenea, studenții au oportunități să descopere înșiși conceptele și legile din diferite discipline, întrucât ei învață teorii și aplicarea lor în același timp.

### Concluzii

Softul educațional este un pachet complet, care include programul soft propriu-zis, documentația și ghidul utilizatorului. Programul soft este un sistem de coduri de programare, proiectat pentru a soluționa anumite sarcini din domeniul educațional (de predare, învățare, evaluare).

Este necesar de a face distincție dintre softurile educaționale în calitate de resurse educaționale digitale și aplicațiile soft utilizate în calitate de instrumente tehnologice de creare a softurilor educaționale și a resurselor educaționale digitale.

Există diverse clasificări ale softurilor educaționale în dependență de criteriile ce stau la baza acestor clasificări.

Se disting cinci tipuri de softuri educaționale în conformitate cu funcțiile didactice ale softurilor: softuri de exersare, softuri-tutoriale, softuri de simulare, softuri-jocuri digitale, softuri de soluționare a problemelor. În realitate, majoritatea softurilor au mai multe funcționalități, ce realizează diferite obiective educaționale, de aceea este complicat de a face o clasificare strictă.

### **Bibliografie**

1. Computer Science Classification of Software. <http://www.mtwingspan.co.uk/as2.php?page=soft>
2. Doering A., Veletsianos G. Teaching with Instructional Software. [http://www.veletsianos.com/wp-content/uploads/2008/10/Doering\\_Veletsianos\\_Roblyer.pdf](http://www.veletsianos.com/wp-content/uploads/2008/10/Doering_Veletsianos_Roblyer.pdf)
3. Generic software. <http://www.teach-ict.com/glossary/G/genericsoftware.htm#>.
4. Haugen H. Development tools for educational software: Open-ended software and creative programming tools.
5. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167928789800172?via%3Dihub>.
6. Software. <https://www.techopedia.com/definition/4356/software>. def
7. Software Engineering Interview Questions. [http://www.tutorialspoint.com/software\\_engineering/software\\_engineering\\_interview\\_questions.htm](http://www.tutorialspoint.com/software_engineering/software_engineering_interview_questions.htm)
8. Software Engineering Overview. [https://www.tutorialspoint.com/software\\_engineering/software\\_engineering\\_overview.htm](https://www.tutorialspoint.com/software_engineering/software_engineering_overview.htm).
9. Software. The New Dictionary of Cultural Literacy, Third Edition. Houghton Mifflin Company, 2005. <http://www.dictionary.com/browse/software>.

UDC: 338.2, 330.3

**FORESIGHT TECHNOLOGY TO SOLVE MODERN CHALLENGES AND ACHIEVE A  
BETTER FUTURE**

**PREVIZIUNEA TEHNOLOGICĂ ÎN REZOLVAREA PROBLEMELOR MODERNE ȘI  
OBȚINEREA UNUI VIITOR MAI BUN**

*AWADA Saleh, PhD student,  
Free International University of Moldova, Chisinau  
SHIHADI Nizar, PhD student,  
State University of Moldova*

*AWADA Saleh, doctorand,  
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău  
SHIHADI Nizar, doctorand,  
Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău*

***Annotation:** in the world changing constantly due to its technological achievements, social changes and political turnovers the winning strategy is being able to predict the future. This paper present the foresight research technology, which is not just predicts, but is also able to influence the future trying to find the best paths of development.*

***Adnotare:** În lumea care se află în continuă schimbare datorită realizărilor tehnologice, schimbărilor sociale și cifrelor de afaceri, strategia câștigătoare este capabilă să prezică viitorul. Această lucrare prezintă tehnologia de cercetare forestieră, care nu doar prezice, ci și poate influența viitorul încercând să găsească cele mai bune căi de dezvoltare.*

***Keywords:** foresight, forecast, technology, experts, multi-level, Delphi.*

***Cuvinte-cheie:** prognoză, prognoză, tehnologie, experți, multi-nivel, Delphi.*

**Introduction**

Foresight (namely, seeing the future) is a technology that firstly was used in the 1950-s by the RAND corporation of the US, later the idea was adopted by Japan, where it is used , starting from the 1970, every 5 years to research the long-term forecasts of technologies development. In the beginning of 1980-s in USA a national project of developing “critical technologies” was started. By the mid of 1990-s lots of countries of Europe, Latin America, Asia and transition economies joined the process of looking for the priorities of national development [6]. There is a claim that foresight or maybe very similar technology was used in Russia in the 1950-s [2].

Unlike the traditional forecasting, foresight technologies are proactive when dealing with future possible events. This means that the authors and participants of the foresight do not just evaluate odds and risks of certain events, but plan their activity in a way that strengthens the positive trends, enlarge the possibility of desired events and prevent possible negative trends. Eventually, foresight is important to prepare a person to future. Usual planning connects to a person’s possible actions, whereas the foresight allows to open the possibilities of the future possible surroundings. Foresight comes before planning [4, 6].



Foresight research is dedicated to learning future perspectives of social phenomena for 20-30 years in advance. In the beginning, it was used to build political, industrial and economic future forecasts. In the last decades, it became clear that foresight research is applicable in a try to understand possible development prognosis of any social phenomenon- in particular, for social systems and ethno-cultural systems. Foresight research is generally lead as a multilevel project of experts of building possible scenarios of the social phenomenon developing. Today, there are more than 20 foresight research methods, most of which are a combination of practical methods [4]. Foresight research is directed towards presenting scientific results to a wide variety of people, namely, implies a scientific-popular format and recommendations for powerful political structures.

Therefore, foresight research has the following advantages compared to other kinds of researches [4, 6]:

1. *The work of experts is multi-level and multi-field.* The main achievement of the foresight research is building an anonymous and multi-level work of experts, where every one of the scientists can fix her own research after exchanging opinions with other experts. This opinions exchange of different fields experts allows to avoid a subjectivity in evaluations and forecasts.
2. *Scientific research participates in a political life of the social system as an equal participant.* First of all, foresight is a research instrument used in science, but not in politics. However, foresight research results are defined as recommendations for the whole social unit who are capable on taking into consideration the experts' forecasts in the future. Ideally, forecast research is a "bridge" between the science and politics. Science can neglect stereotypes in the social good and is aimed at building comfortable conditions for a human life on earth, whereas the politics builds first of all the effective management of the economic resources.
3. *Experts team.* Foresight research supposes not only the developing of the image of the wanted/unwanted future, but also suggesting a series of measures constantly moving forward to the future. Besides, a mutual work of talented and powerful researchers creates a number of people interested in the project realization.

### **Materials and methods of research**

As mentioned above, there are more than 20 methods and instruments, used for foresight research. Some of them (about 10) are used more widely than others and propose a synthesis of a number of methods for leading a research.

In 2007 a paper named «Global Foresight outlook 2007: mapping foresight in Europe and the rest of the World» was presented in Europe, which gave a detailed picture of the modern foresight methods: which ones were used, which ones are more popular, which ones are preferable in different countries [1].

There are different kinds of foresight technologies: expert panels, trend extrapolation, interview, questionnaire and observations, Delphi, Swot-analysis, modelling and simulation, essay, retrospective analysis, brain storming, structural analysis, morphological analysis, relationship tree [4].

“**Experts panels**” method is described in a paper by Соколов [5], this method is one of the most widespread ones. By Socolov [5], experts panels method is the key method of modern foresight research. Participants are groups of experts, generally 10-20 members, who are supposed to give a professional opinion about possible future events, using actual analytical and other

information sources. It is very important to define a directions and number of “panels”, or vector of themes, which are proposed to the experts for examination. Experts accompany the whole process of foresight analysis. Experts are usually well-known professionals in different fields of studies. They get an opportunity to exchange information, to fit their expectations, to form a general expert opinion. Some of them may realize the positive future scenario in the future.

**Scenarios developing.** Based on experts’ evaluation, so called “scenarios” of possible future are created, in the social, political, technological systems domain. The scenarios allow a number of proposed ways, that the experts think are the most possible. Usually, scenarios are built using not one or two, but a whole group of foresight methods [5].

Often, scenarios are created using a game modelling of different possible situations of the future.

**Future workshops (working conferences).** Actually, they are a kind of scientific-practical conferences, symposiums, forums etc. It could take from one to a few days. All the participants present their parts and presentations about their own vision of the future in one or another field, propose questions and discussions. Conferences could have a pre-determined structure or have a flexible structure, but always there is a group reflecting over the events, presenting experts’ points of view.

**Brain storming.** It is a well known research technology, supposing a collective “suggestion” of ideas on a theme pre-determined by the brain storm participants.

**Delphi.** The Delphi method, which is most widespread and known, is described by Кукушкина [3]. This method is very popular and widely used for certain foresight analyses. It is based on survey with quite a big amount of experts- about a few thousands. Delphi demands a two-directional connection with the experts, meaning there is a second stage when the experts evaluate their previous sayings about some tendencies and potentials. Delphi survey is used in technology foresights, regional development foresights. The experts evaluate both positive and negative factors of innovations, both factors promoting and preventing innovations’ promotion. The experts usually base their opinion using existing informational, analytic materials and scientific researches. Figure 1 describes a scheme of conducting a two-stage Delphi survey, used in foresight technology.

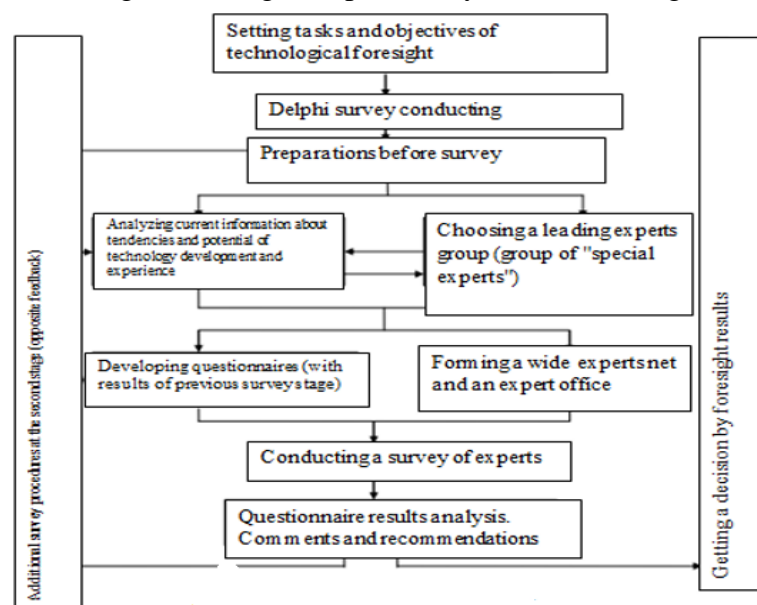


Figure 1. Scheme of conducting a two-stage Delphi survey, used in foresight technology [3]

Typical questions of Delphi-surveys are the following issues [3]:

- about tendencies, management decisions, technological or organizational innovations;
- implementation time;
- vital measures of support;
- barriers and risks.

**“Critical technologies” or “Key technologies” method** is used mainly in researching the future of industry segments. A group of experts evaluates a domain of industry fields and technologies and their development stages at the state level or at the level of a private organization in order to describe a series of measures for achieving more effective industry development.

**SWOT- Analyzes** means strengths, weaknesses, opportunities and threats. The experts are asked to develop a number of scenarios of a certain phenomenon development – a scenario of a negative future, in which the weak sides will not be fixed and not all the risks will be taken into consideration, and the positive scenario, according to which the development will agree with using the strong sides and fruitful opportunities.

### **Results and discussions**

The whole arsenal of methods and ways used in modern foresight technologies is updating all the time, changing according to the needs of society. The essence of the foresight analysis is combining the expert-conceptual work with the promoting of positive future scenario and implementing it in the real life. However, the following combinations of key foresight methods are the most widespread right now [1]:

1. If the central method is the “expert panel”, then in 27% of cases it is combined with the “brain storming” method; in 34% with “future workshops”, in 65% of the cases with literature survey, and in 34% with the scenarios.
2. If the central method is the “future workshops”, then in 32% of the cases it is combined with the “brain storm” method, in 64% with the “expert panels” method, in 61% with the literature survey, and in 41% with scenarios.
3. If the central method is “literature survey”, then in 57% of the cases it is combined with the “expert panels” method, in 28% with the “future workshops”, and in 41% with scenarios.
4. If the central method is “SWOT- Analyzes”, then in 52% of the cases it is combined with the “brain storm” method, in 66% with the “expert panel”, in 33% with “future workshops” and in 42% with the scenarios.
5. If the central method is “Delphi”, then in 42% of the cases it is combined with the “brain storm” method, in 61% with the “expert panels”, in 25% with “future workshops”, in 61% with “literature survey”, in 38% with scenarios, and in 28% with the key technologies.

The criteria for choosing the foresight methods are the following:

1. Available resources (time, money, experience);
2. Kind of desired participation;
3. Usefulness from combining with other methods;
4. Desired results of foresight use (like a document or a process);
5. Quantitative/ qualitative requirements of the method to the data;
6. Methodological competency.

### **Conclusions**

Foresight is a valuable and highly effective instrument of dealing with the uncertainty, finding a way to get closer to the desired future.

Foresight and forecast are very similar, but there are some very fundamental differences between the two:

1. If the forecast is a finalized document, which can be reviewed after a period of time, but it is not an obligation, then foresight is the constantly updating process.

The Russian revolution of 1917 and the decay of Romanov kingdom were not forecasted. The possibility of prices decrease of gas and oil was one of the possible scenarios made by Shell company's futurologists, and developing the "scenario" logic they came to conclusion that it could happen in case the USSR crashes. So, 10 year before the USSR was actually disseminated, this possibility was written as a possible scenario by the Shell experts using foresight [2].

2. Another difference between forecast and foresight is in the method's participants. In foresight, experts from different society groups can take place: they are scientists, business men, social groups representatives, municipality members. All of them together use their valuable knowledge and experience building possible future paths. Besides, building networks of highly qualified and motivated participants are an important result of foresight, not less than the future vision itself. These networks, consisting of active society members, are able to give an effective answer to all the political, economic, social and other challenges, since they are aware of the available resources and can use them cleverly.
3. Forecast is defining some scientifically- based claims about future possibilities in a certain field based on existing tendencies of its development. Foresight consists of some elements influencing the future directly, by coming to agreement between different parts of society participating in the process, their hopes and needs. Foresight is more sensitive to these needs and interests, and can focus on social changes forecasting. Forecast mainly points out the objective process taking part in the society and technology sectors, and shows possible future paths. Foresight takes into consideration the possible choices of action path depending on the future "vision", namely, it plans the future scenarios and finds ways to achieve them.

#### **Bibliography**

1. Popper R. and others. Global foresight outlook. EFMN, 2007. 66 с. [http://www.foresight-network.eu/files/reports/efmn\\_mapping\\_2007.pdf](http://www.foresight-network.eu/files/reports/efmn_mapping_2007.pdf)
2. Гостев А. Предсказатели трендов. В: Секрет фирмы, 2007, №8 (191). <http://www.sf-online.ru/article.asp>
3. Кукушкина С.Н. Метод Дельфи в Форсайт-проектах. В: Форсайт. Государственный университет – высшая школа экономики, 2007, № 1, с. 68 – 73.
4. Применение технологических форсайтов для определения будущих потребностей в компетенциях. [http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/Global\\_Workshop\\_Proceedings\\_07\\_2014\\_Preview\\_Rus.pdf](http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/Global_Workshop_Proceedings_07_2014_Preview_Rus.pdf)
5. Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее. В: Форсайт, Государственный университет – высшая школа экономики, 2007, № 1, с. 8–15.
6. Форсайт: взгляд в будущее. <https://foresight-journal.hse.ru/data/2010/12/31/1208181000/01.pdf>

**EcoSoEn**  
*Economics, Social and Engineering Sciences*  
**SCIENTIFIC JOURNAL**

**EcoSoEn**  
*Științe Economice, Sociale și Inginerești*  
**REVISTA ȘTIINȚIFICĂ**

**Year 1, Nr.3/2018 / Anul 1, Nr.3/2018**

**ISSN 2587-344X**

*Submitted materials that do not meet the requirements are not reviewed and not returned to the authors.  
Editorial is not responsible for the content of published articles.  
Materialele prezentate care nu corespund cerințelor înaintate nu se recenzează și nu se restituie autorilor.  
Redacția nu este responsabilă pentru conținutul articolelor publicate.*

**Bun de tipar: 15.09.2018. Tirajul: 200 ex.**  
**Format A4**  
**Coli editoriale:                      Coli de tipar:**  
**Tipar *Digital*. Hârtie ofset. Garnitura *Times New Roman***

---

**TIPOGRAFIA PRINT-CARO**