

UNIVERSITATEA LIBERĂ INTERNAȚIONALĂ DIN MOLDOVA
FREE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF MOLDOVA



Conferință științifică internațională aniversară

13-20 octombrie 2017

UNIVERSITAS EUROPAEA:
SPRE O SOCIETATE A CUNOAȘTERII
PRIN EUROPENIZARE ȘI GLOBALIZARE

UNIVERSITAS EUROPAEA:
TOWARDS A KNOWLEDGE-BASED SOCIETY
THROUGH EUROPEANISATION AND
GLOBALISATION



Chișinău, ULIM, 2018

CZU 082:378(478-25)=135.1=111=161.1

U 56

UNIVERSITAS EUROPAEA: SPRE O SOCIETATE A CUNOAȘTERII PRIN EUROOPENIZARE ȘI GLOBALIZARE. Conferință științifică internațională aniversară. 13-20 octombrie 2017. Chișinău: ULIM, 2017.

ISBN

Recomandată spre editare de Sernatul ULIM, nr. 4 din 21.02.2018

Descrierea CIP

"Universitas Europaea: spre o societate a cunoașterii prin europenizare și globalizare", conferință științifică internațională aniversară (2017 ; Chișinău). Conferință științifică internațională aniversară "Universitas Europaea: spre o societate a cunoașterii prin europenizare și globalizare" = "Universitas Europaea: towards a knowledge-based society through europeanisation and globalisation", 13-20 octombrie 2017 / com. șt.: Andrei Galben ; coord.: Ana Guțu [et al.]. – Chișinău : ULIM, 2018 (Tipogr. "Print-Caro"). – 300 p. : fig. color, tab.

Antetit.: Univ. Liberă Intern. din Moldova. – Tit. paral.: lb. rom., engl. – Texte : lb. rom., engl., rusă. – Rez.: lb. rom., engl., rusă. – Bibliogr. la sfârșitul art. – 50 ex.

ISBN 978-9975-3168-7-3.

082:378(478-25)=135.1=111=161.1

U 56

**COMITETUL ȘTIINȚIFIC
PREȘEDINTE:**

Andrei GALBEN, academician,
Rector ULIM

COORDONATORI:

Ana GUȚU, prof. univ. dr., Prim-Vicelector ULIM

Elena PRUS, prof. univ. dr. hab., Vicelector Cercetare Științifică, ULIM

Vlad CHIRINCIUC, conf. univ. dr., Vicelector Relații Internaționale, ULIM

MEMBRI:

Iuliana DRĂGĂLIN, conf. univ. , dr., ULIM, Decan Facultatea Științe Economice

Gheorghe MIȘCOI, Academician, prof. univ. dr. hab., șef catedra Finanțe, Contabilitate și Cibernetică Matematică, ULIM.

Karl William VIEHE, B.A., M.A., J.D., M.L.T., Columbia University, USA

Lisa GIHRING, University of Iowa, USA

Alexandru STRATAN, prof. univ., dr. hab., m.c. al AȘM, Director Institutul Național de Cercetări Economice.

Natalia BURLACU, prof. univ., dr. hab., șef catedra BA, REI, TURISM, ULIM.

Petru ROȘCA, prof. univ., dr. hab., ULIM.

Alexandru GRIBINCEA, prof. univ., dr. hab., ULIM.

ISBN 978-9975-3168-7-3.

Cuprins

Nr.	Autori	Denumirea	Pag.
		Prefață	6
1.	KOZAK Yurii	Dezvoltarea turismului receptor în orașul Odesa	7
2.	ROȘCA Petru, ROȘCA Leonid	Aportul investițiilor străine în dezvoltarea economiei naționale	12
3.	GRIBINCEA Alexandru, Daniel PENCEA, ȘERBĂNESCU Sebastian	Nișa țărilor în economia mondială	23
4.	HODA Salame	Dezvoltarea societății informaționale competitive și inovatoare	28
5.	SHENGELIA Temur,	Organizational trust, as factor of social capital	38
6.	БУРЛАКУ Н.И., РУСУ В.	Место и роль операционного менеджмента в системе управления предприятием	44
7.	BURLACU N., GOLOVCO V.	Предпринимательство в сфере услуг как фактор экономического роста в условиях рынка.	48
8.	TOLORDAVA Zhana	Investments and risks in business	53
9.	PESTUȘCO Nina	Cerințe specifice privind managementul workflow-ului și al proceselor de afaceri în activitatea întreprinderilor virtuale	56
10.	BUNICI Nelea	Procesul și logica de formare a procedeelelor organizaționale și economice utilizate în managementul potențialului uman	59
11.	SPOIALA Alina	Concept delimitations of budget as efficient tool in the management structure of the enterprise	68
12.	BLAGORAZUMNAIA Olga, AWEDA Saleh	Managerial out-technologies on the labor market	72
13.	GUZUN Stela	Echipa managerială în condițiile globalizării probleme, performanțe, competențe	77
14.	GUMOVSCI Andrei	Posibilitățile de creștere a fertilității solului în agricultura ecologică	85
15.	BUNICI Sergiu	Concepte teoretice în aprecierea eficienței inovațiilor în mediul informațional bancar	90
16.	ȚĂRUȘ Radu	Elaborarea strategiilor de management a evenimentelor în promovarea brandului produsului	100
17.	BURLACU Natalia, CĂLUGĂREANU Irina, RUSU Silviu Vasiliță	Evaluarea capacității de producție întreprinderii în elaborarea strategiei operaționale	106
18.	COSTEA Dumitru, GURGUI Amalia	Semnificația turismului pentru economia țărilor	116
19.	СТРАТАН, Стелла	Стратегия деятельности современного руководителя на основе авторитета и индивидуального имиджа	123
20.	ЩЕРБАТЮК Василий	Финансовая отчетность как важное условие развития рыночной экономики	128
21.	ЩЕРБАТЮК Василий	Вопросы учетного отражения расходов экономических субъектов	134
22.	COSCIUG Cristina	Particularitățile industriei turismului	140
23.	Ahmad Al Sayed OMAR, TĂBĂCARU Ludmila, PENCEA Daniel,	Rolul antreprenoriatului în promovarea REI	145

DEZVOLTAREA TURISMULUI RECEPTOR ÎN ORAȘUL ODESA

Yurii KOZAK, prof. univ., dr. hab.,

Universitatea Economiei Naționale din Odessa

Summary

A city of romance, art, humour, poetry, theatre and museums, Odessa is a tourist destination close to the hearts of Russians, Ukrainians, and Moldovans. Odessa is Ukraine's largest seaport, located in the south of the country. The city is located on the Black Sea shore and is renowned for the combination between beauty and economic power. Numerous historical places attract a lot of tourists every year. The buildings with magnificent architecture and wide streets of Odessa make tourists feel the welfare and wealth of the city. The sun never leaves Odessa. For its beauty and location, Odessa has been called the pearl of the Black Sea. Tourists can find plenty of hotels and restaurants located on the seafront. The climate is famous for its abundance of sunny days. One of the most popular summer entertainment areas in Odessa is Arcadia, which is situated on the seashore and includes plenty of nightclubs, famous beaches and places for summer activities, beaches such as: Luzanovka, Lanjeron, Joy, Dolphin, Chernomorka, "Golden Coast" and others. The region has problems, but the action plan adopted by the municipality can improve the state of affairs. The aim of the investigation is to research the state of work in the neighbouring region Odessa and to estimate tourism policy and the impact of it on tourism in Chisinau and Moldova. Research methodology includes a range of tools such as analysis, forecasting, comparison, statistics, induction, deduction, etc.

Rezumat

Odessa este ca Perla Mării Negre, Palmira de Sud a Ucrainei - cel mai popular oraș din țară, care trebuie vizitat cel puțin o dată în viață, ca să resimtă atmosfera sa magică, să se bucure de frumusețea ei și culoarea incredibilă de nouă. Odessa nu lasă pe nimeni indiferent, lăsând doar cele mai strălucite și mai plăcute experiențe care sunt amintite pentru viață. Este nu numai cel mai frumos oraș stațiune din sudul Ucrainei, ci și capitala umorului și a culturii, oraș al romantismului, al artei, a umorului, al poeziilor, al teatrului și al muzeelor, o destinație turistică aproape de sufletul rușilor, ucrainenilor, moldovenilor, locul de naștere al multor oameni talentați: muzicieni, cântăreți, comici, artiști, artiști, oameni de știință și scriitori. Toate acestea oferă un flux tot mai mare de turiști care călătoresc în Odessa din toate colțurile lumii. Renumitele plaje și zone sunt atractive pentru numeroși turiști: Arcadia, Luzanovka, Lanjeron, Joy, Dolphin, Chernomorka, „Coasta de Aur” și altele. Regiunea are probleme, dar planul de măsuri adoptat de municipalitate poate ameliora starea lucrurilor. Scopul investigației constă în cercetarea stării de lucru în regiunea învecinată Odesa și estimarea politicii în domeniul turismului și cu repercusiuni asupra turismului din Chișinău și Moldova. Metodologia cercetării cuprinde un șir de instrumente ca analiza, previziunea, comparația, statistica, inducția, deducția etc.

Keywords: tourism, development, advantages, attractiveness, prospects for improvement

Cuvinte-cheie: turism, dezvoltare, avantaje, atractivitate, perspective de ameliorare

JEL Classification: C33, L83, L84, N16, O54,

Introducere. Odessa se află la intersecția a trei coridoare internaționale de transport, cu infrastructura de transport și porturi dezvoltată. În ciuda situației din țară, prețurile avansate pentru imobilele de coastă, în special în regiunea Arcadia, sunt stabile sau ușor fluctuante. Imobilul este în cerere, ceea ce semnifică că există turiști și există cerere. Prețurile în USD nu au scăzut, chiar și cu salturile de curs valutar. Acest lucru indică faptul că un număr tot mai mare de ucraineni preferă stațiunea națională.

Scopul investigației constă în cercetarea stării de lucru în regiunea învecinată Odesa și estimarea politicii în domeniul turismului și cu repercusiuni asupra turismului din Chișinău și Moldova.

Metodologia cercetării cuprinde un șir de instrumente ca analiza, previziunea, comparația, statistica, inducția, deducția etc.

Rezultate și analize. Turismul, ca orice altă industrie, necesită o abordare sistematică și nu poate exista fără programe de dezvoltare aprobate. Recent, a avut loc o consultare publică cu privire la Programul de dezvoltare a turismului și stațiuni din regiunea Odesa pentru ani 2017-2020. Obiectivul programului – constă în crearea condițiilor pentru dezvoltarea durabilă a turismului și stațiunilor din regiunea Odesa, transformarea industriei turismului într-un domeniu semnificativ competitiv și extrem de profitabil pe dezvoltare socio-economică a regiunii, îmbunătățirea calității vieții, dezvoltarea și consolidarea societății, promovarea țării în lume.

În baza surselor existente, numărul turiștilor care au vizitat Odessa în 2012 s-a ridicat la peste 1 milion de persoane, în 2013 - 1,3 milioane, în 2014 - aproximativ 1 milion, în 2015 - 1,5 milioane. Conform altor date din ultimul sezon turistic (2016), numărul vizitatorilor din Odessa și din regiune este estimat la 3,3 milioane de persoane. Ca urmare a sezonului turistic din 2016, vorbim despre 1,5 milioane de turiști în Odessa în 2015 și peste 2 milioane în 2016.

Turiștii rusofoni constituie doar 33% din turiștii din Odessa. Care urmează să înlocuiască turiști ruși și alți reprezentanți ai țărilor CSI, care sunt puțin probabil să viziteze Odessa. Vorbind de turiști ruși care doresc să spun că statisticile noastre sunt după cum urmează: avem aproximativ 33% dintre turiști ruși - vorbim de cei care cheltuie banii în locurile de decontare pe termen scurt, și nu de cei care locuiesc în apartamente cu cetățeni din Odessa. Vorbim despre turiști, care vizitează efectiv restaurante, care pleacă de bani în hoteluri ale orașului - este de 33% din vorbitoare de limba rusă - rușii, belarușii, kazahi etc.

Potrivit datelor din statistica hotelieră, încărcătura de vară era la nivelul de 90%. Printre invitații orașului, ucrainenii conduceau, pe poziția a doua a - Belarusi, apoi - cetățeni ai Germaniei și ai Statelor Unite. "Vecinii noștri din Moldova preferă sărbătorile tradiționale în Zatoka, Carolino-Bugaz și vin la Odessa pe excursii în alte sezoane.

Din plângerile turiștilor, se desprinde serviciile de transport. Odessa nu era pregătită pentru un astfel de aflus de oaspeți, mulți se plâneau că trebuiau să aștepte mult timp transportul de pe plajă. Presupunem că până în următorul sezon, departamentul de transport va revizui schema de transport public și programul de zbor.

Datele oficiale privind regiunea Odesa (cu excepția orașului Odesei) sunt modeste, obscure din punct de vedere turistic. Potrivit experților, numărul turiștilor din regiune sunt ușor mai mici decât în Odessa - aproximativ la un milion de turiști.

Unele centre de cazare și de agrement au fost încărcate complet. În același timp, entuziasmul privind odihna la mare, în Odessa, Kherson și regiunile Mykolayiv nu a adus încă beneficiile economice regiunilor, potrivit statisticilor. 2/3 din hotelurile și cafenelele din Odessa au raportat neprofitabilitatea acestora. De exemplu, în regiunea Odessa, potrivit departamentului de statistică, în prima jumătate a anului 2017, 69,2% din întreprinderile de cazare temporară și de catering (adică, pur și simplu centre de recreere și cafenele) au fost nerentabile. Și acest indicator a crescut în comparație cu anul 2015, când au fost recunoscute 56,3% de întreprinderi ineficiente. În total, regiunea dispune de 28,7 mii de locuri cazare: hoteluri, stațiuni, baze și case de odihnă etc. În anul 2015, hotelurile au încasat de la vizitatori 42.9 milioane UAH, centrele de recreere - 8.8 milioane UAH, sanatoriile - 18.5 milioane UAH, doar în jumătate de an. Experții se așteaptă ca rezultatele celui de-al treilea trimestru să fie

mai bine - deoarece sezonul de vacanță captează și septembrie[2].

Criticile în adresa turismului din Odesa s-au datorat metodei comparative dintre diverse stațiuni din Odesa și de pe Glob, - Tenerife, Mallorca. Această analiză și decizii sunt bune pentru stimularea stațiunii spre schimbări și noutăți inovaționale. În ceea ce privește infrastructura în general și în special drumurile, putem menționa că modelul stațiunilor noastre este de tip european. În Odesa nu se crează oaze în deșert, ca în Egipt. În Egipt, egiptenii nu se odihnesc în aceste stațiuni, ci sunt create zone speciale pentru vizitatori străini. Odesiții, precum italienii și spaniolii, se odihnesc în stațiunile naționale. Prin urmare, este necesar să se îmbunătățească cultura de recreere în întreaga țară, și nu într-o stațiune separată. Experții consideră că investițiile în infrastructură ar trebui să se desfășoare la nivel de stat. Pensiunile și casele de vacanță mici abea de se construiesc. Și cei care investesc în îmbunătățirea lor au primit ajutoare financiare în timpul sezonului din fondurile pentru turism, observându-se o creștere vădită a cererii. Calitatea drumurilor în general și accesibilitatea transporturilor, în special, la locurile de cazare – sunt pe seama autorităților locale. De exemplu, reconstrucția drumului Odessa-Reni, care, bineînțeles, va spori crește fluxul de turiști, inclusiv din Moldova. Aeroportul din Kherson a început să primească zboruri din Istanbul și Kiev, iar orașul a devenit mai accesibil pentru turiștii bogați. Deoarece deplasarea turiștilor cu automobilul durează de la un aeroport până la destinație circa 10 ore, odată cu deschiderea aeroportului durata se reduce la 1,5-2 ore, făcând călătoria mai atractivă. Dar din nou - dacă există ceva de arătat, de atras turiștii. Și aici - nu există limite de perfecțiune pentru a face regiunea atractivă pentru turiști[3].

Strategia dezvoltării orașului Odesa ca element de interes turistic presupune poziționarea lui ca un obiect al politicii de planificare la nivel înalt în oraș și reprezintă un instrument important pentru crearea parteneriatului între toate autoritățile, o gamă largă de reprezentanți ai societății civile și ai societății civile.



Fig. Strategia sporirii atractivității turistice or. Odesa [1]

"Odesa Mare" este o gamă variată de oferte pentru toate tipurile de turiști. Acestea sunt:

- turismul maritim;
- turismul ecologic;
- turismul etnografic;
- turismul de afaceri;
- turismul de sănătate;
- gastroturism;
- turismul vinicol

și multe alte industrii, care sunt destul de reale și cel mai important - profitabile să se dezvolte!

Turismul de croazieră în Ucraina și orașul Odessa este de perspectivă. A fost efectuată o analiză a stării actuale a transportului maritim de croazieră, fiind realizată o estimare a gradului de utilizare a potențialului de croazieră al orașului Odessa. Se subliniază factorii constrânși de dezvoltarea turismului de croazieră.

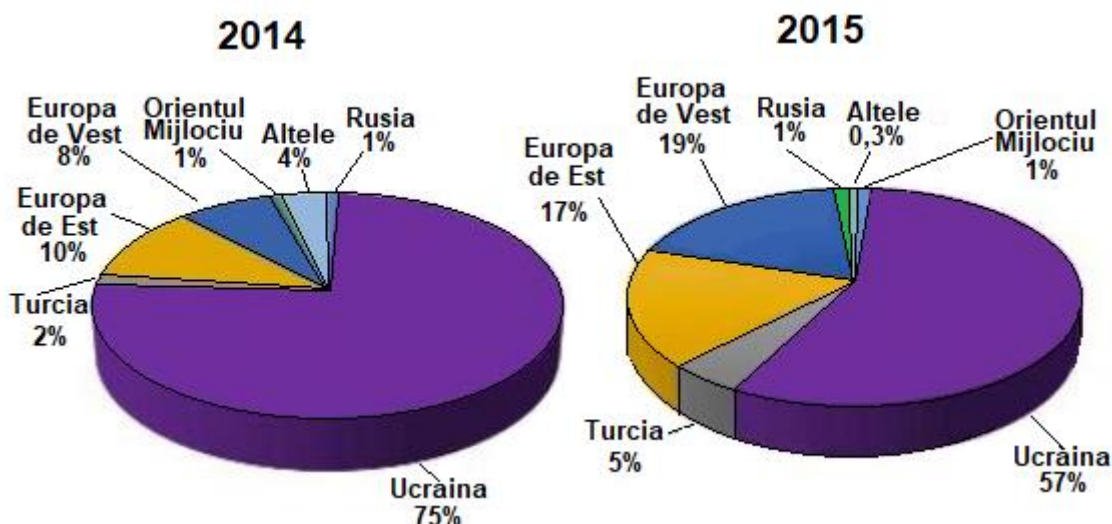


Fig. 1. Ponderea turiștilor, care au vizitat Odesa în perioada 2014-2015, % [4; 5]

Concluzii. Până în prezent, factorii cei mai influenți în dezvoltarea turismului sunt criza economică și financiară actuală, instabilitatea politică și socio-economică din țară și problemele mediului ambiant. Industria turistică din regiunea Odessa a acumulat numeroase probleme care trebuie abordate. Este necesar să se coordoneze organizarea și dezvoltarea turismului modern cu principiile moderne de planificare ale teritoriului pentru a păstra diversitatea și integritatea resurselor turistice, utilizarea lor rațională, protejarea patrimoniului cultural și a mediului de dezvoltare a turismului.

Pentru dezvoltarea în continuare a turismului în Odessa este oportun:

- ✓ Crearea unui mediu confortabil pentru turiștii din Odessa.
- ✓ Dezvoltarea infrastructurii de informare pentru serviciile turistice.
- ✓ Promovarea și poziționarea orașului ca un centru turistic internațional, interesant pentru vizitarea pe tot parcursul anului.
- ✓ Modernizarea infrastructurii de transport.
- ✓ Formarea unui centru de transport și logistică de nivel internațional.
- ✓ Revigorarea aspectului istoric al centrului orașului.

- ✓ Păstrarea identității culturale a Odesei.
- ✓ Perfecționarea organizării spațiale a orașului.

Bibliografie

1. Consiliul Local a aprobat o strategie pentru dezvoltarea Odesei în următorii cinci ani. În: [http ://uc. od. ua/ news/city/1186607](http://uc.od.ua/news/city/1186607)
2. Davidenco I. Starea modernă a potențialului de croazieră al orașului Odesa. Relațiile economice internaționale și economia mondială. 2017, ed. 14, v.1, pp.79-82
3. Peste 2 milioane de turiști au vizitat Odesa în 2016. În: [http :// timer-odessa. net/ news/ za_ 2016 _god _odessu _posetili _bole_2 _millionov _turistov _537.html](http://timer-odessa.net/news/za_2016_god_odessu_posetili_bole_2_millionov_turistov_537.html)
4. Totalurile sezonului estival 2015 și perspectivele dezvoltării turismului in Odesa. În: [http ://topor. od. ua/ itogi -turistitcheskogo -sezona- 2015-i-perspektiv-razvitiya-turizma-v-odesse-i-odesskoy -oblasti/](http://topor.od.ua/itogi-turisticheskogo-sezona-2015-i-perspektiv-razvitiya-turizma-v-odesse-i-odesskoy-oblasti/)
5. Козак Ю.Г., Припула Н.В., Уханова І.О. International Economic Relations. Одеса: Центр учбової літератури. 2017
6. Припула Н.В., Козак Ю.Г., Заєць М.А. International Economic Relations: Міжнародні економічні відносини. Одеса: Издатель Тов. Плутон, 2016. 352 с.