

# Evaluarea calității vieții la nivel zonal în Republica Moldova prin metoda sondajului public

**Svetlana GOROBIEVSCHI,**  
*doctor în economie, conferențiar universitar,*  
*Universitatea Tehnică a Moldovei*

## SUMMARY

*On the basis of the multidimensional concept of quality of life (QOL), which the author sees as macroeconomic vector influenced by many endogenous and exogenous factors of economic activity areas, the author suggests evaluating enterprise-wide QOL by public survey of its employees.*

*The author has developed sociological survey related to the evaluation of working conditions and company employees affect QOL (like the economic agents), providing the working conditions and causes employee satisfaction with income, work, interpersonal relations within the company, etc. and finally, life.*

*The Author comes to relevant conclusions, that the satisfaction with life or QOL in Moldova is closely related to the salaries, and job satisfaction - income levels, interpersonal relations and education level. Because of those who were interviewed, the percentage of those who have decent pay is low (administration workers) and the satisfaction level is very low: only 4% of respondents are satisfied with life, 82% - are dissatisfied and 4% - do not know what to say.*

Pornind de la calitatea vieții (CV) ca vector multifuncțional și multidimensional, autorul recunoaște rolul deosebit al diferiților actori sociali în asigurarea creșterii acesteia: instituțiile publice, organele APC, societatea civilă, libertățile economice, mediul de afaceri, întreprinderile ș. a. [2; 3].

Conceptul autorului cu privire la CV vine în concordanță cu noua paradigmă a economiei mileniului al XXI-lea, în care economia regională (europeană) se confruntă cu un nou mediu de afaceri și anume – acela care provoacă dependențele profunde ale progreselor tehnologice ale economiei globale de schimbările importante ale strategiilor de dezvoltare implementate la nivel național și regional. Tot mai frecvente sunt numeroasele dezbateri publice cu participarea reprezentanților diferiților actori sociali (publici și privați), a autorităților administrației publice centra-

le și locale, a mediului universitar, a comerțului etc. în vederea promovării calității produselor și serviciilor.

În speranța de a cerceta problemele CV la nivel regional și anume - cum se realizează parteneriatul public-privat în direcția creșterii CV angajaților, autorul a selectat pentru studiu de caz domeniul vinicol, dat fiind faptul că acesta este recunoscut de savanții autohtoni **T. Bajura, L. Bugaian, M. Gheorghiiță, A. Stratan** ș. a. drept unul dintre cele dominante în economia națională [8; 5]. Selectarea zonelor de Sud și de Centru ale Republicii Moldova pentru evaluarea CV angajaților a fost argumentată prin faptul că acestea au fost considerate ca cele mai vulnerabile după nivelul de trai și anume – în zona sudică și cea centrală sunt amplasate întreprinderile din domeniul vinicol.

Sectorul vitivinicol are o contribuție

majoră în formarea PIB-ului (18-20%) și asigurarea locurilor de muncă (27%), reprezentând unul dintre capitoarele cele mai importante în exportul de mărfuri (12% din total) din Republica Moldova. Condițiile climatice excelente ale republicii, solul fertil, tradițiile seculare și costurile reduse reprezintă doar câteva dintre avantajele oferite de acest sector. Peste 90% din producția de vinuri sunt exportate în peste 50 de țări ale lumii, însă ponderea cea mai mare o reprezintă țările din fostul spațiu sovietic (peste 85% din totalul exportului vinicol). Plantațiile de viță de vie ocupă o suprafață de peste 150 mii hectare, care asigură necesarul de materii prime pentru cele peste 170 de întreprinderi de procesare și peste 60 de companii de îmbuteliere. Anual, sunt produse peste 200 mln. de sticle de vin, 20 milioane de sticle de spumante și 40 mii hl de brandy (divinuri). Sunt bine cunoscute localitățile vinicole din țara noastră: Cricova, Ialoveni, Mileștii Mici, Nisporeni, Comrat, Purcari, Ciumai, Hâncești, Cazaiac, Vulcănești – toate situate în zonele Centrală și de Sud ale Republicii Moldova. Iar beciurile de la Cricova, Mileștii Mici, Brănești, Cojușna etc. oferă condiții excelente de păstrare a producției vinicole.

Transformările economico-manageriale, efectuate în complexul agroindustrial al Republicii Moldova au rezolvat o serie de probleme și au realizat cu succes strategia statului în dezvoltarea continuă a uneia dintre cele mai vechi, tradiționale și prestigioase ramuri – viticultura și vinificația. Îndeletnicirea de milenii rămâne și astăzi o preocupare prioritară a poporului țării noastre, în general, și a celui din sectorul rural, în special.

Autorul consideră că indicatorii **cantitativi** (obiectivi), care contribuie la creșterea CV angajaților la întreprinderile de vinificație, sunt:

- dinamica cifrei de afaceri a întreprinderii;

- dinamica exporturilor întreprinderii;  
- dinamica numărului mediu scriptic al angajaților în cadrul întreprinderii;  
- dinamica productivității muncii unui angajat;  
- dinamica investițiilor în fondurile fixe;  
- dinamica salariului mediu lunar al unui angajat (ca rezultat al factorilor precedenți).

Autorul consideră că managementul CV este parte componentă a managementului public, deoarece prin parteneriatul public-privat se efectuează monitorizarea creșterii acesteia ca fenomen social. Deși CV ca indicator complex socioeconomic poate fi evaluat doar la nivelul macroeconomic, acest fapt nu reduce deloc aportul și rolul altor actori publici în asigurarea și monitorizarea acesteia, inclusiv a întreprinderilor.

*Autorul consideră oportună utilizarea instrumentului managerial de sondaje publice pentru evaluarea satisfacției angajaților întreprinderilor vinicole de CV. În acest caz, evaluarea CV **va determina valoarea subiectivă a acesteia, exprimată prin opinia publică a angajaților.***

Pentru a prezenta un exemplu mai relevant al situației reale a angajaților unei ramuri a economiei Republicii Moldova, considerăm necesară selectarea pentru studiu a întreprinderilor industriei vinicole ca una dintre cele mai reprezentative din cadrul industriei prelucrătoare și, în același timp, reieșind din următoarele caracteristici:

- creșterea în societate a consumului vinurilor și băuturilor spumoase, ceea ce confirmă valorile vânzărilor cu amănuntul ale vinurilor în țara noastră și peste hotarele sale (tab. 1);

- amplasarea ramurii în diferite zone geografice ale țării: Sudul și Centrul Moldovei;

- posedarea diferitelor forme organizatorico-juridice de antreprenariat: S.A., Î.S. și S.R.L.;

- întreprinderile reprezintă diferite forme de proprietate: publică și privată;  
- întreprinderile sunt diferențiate după dimensiuni: mici, medii și mari;

- situația exporturilor întreprinderilor din domeniu este diferită;  
- veniturile angajaților sunt diferite.

**Tabelul 1.** Vânzările cu amănuntul ale vinurilor moldovenești, 2001-2010.

Indicatori	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Vinuri, mii lei</b>	34596	43718	55572	49319	58415	79919	114568	139557	125987	132270
<b>% față de anul precedent</b>	100,0	126,4	127,1	88,7	118,4	136,8	143,3	121,8	90,3	105,0
<b>Vinuri spumoase</b>	26961	36073	51317	55194	62465	81139	103065	126978	121108	139289
<b>% față de anul precedent</b>	100,0	133,8	142,3	107,6	113,2	129,9	126,5	123,2	95,4	115,0

Sursa: Datele B.N.S., 2011.

În selectarea agenților economici din domeniul vinicol pentru efectuarea sondajului public s-a reieșit și din alți parametri socioeconomi ai acestora.

1. *S-a ținut cont de diferența veniturilor angajaților din ramura vinicolă concentrată în diferite zone ale republicii.* După cum cunoaștem, veniturile populației Republicii Moldova depind mult de sectorul de localizare a populației. În 2012, se constată că în funcție de mediul de reședință veniturile populației din mediul urban au fost în medie cu 626,2 lei sau de 1,5 ori mai mari comparativ cu mediul rural. Pentru populația din mediul urban principala sursă de venituri este activitatea salariată, care a asigurat veniturile populației în proporție de 55,4% (57,3% în anul 2011) și prestațiile sociale – 16,2% (15,2% în anul 2011).

Se deosebesc după nivelul veniturilor și zonele Republicii Moldova: nordul țării înregistrează venituri maxime; centrul – venituri medii, sudul - venituri minimale. Acest fapt este confirmat de datele statistice ale salariului mediu lunar al unui angajat pe economia țării, în profil teritorial, generate de concentrarea agenților eco-

nomici pe teritoriul țării (<[www.statistica.md](http://www.statistica.md)>, vizitat la 15.04.2012). Deci sudul țării se află într-o situație mai puțin avantajoasă. În ultimii trei ani, se menționează creșteri slabe ale acestor ponderi, în special în zonele de Sud și de Centru ale țării.

2. *De asemenea, s-a ținut cont și de forma de proprietate a subiecților economici.* Informația statistică recentă confirmă faptul că sectorul privat din Moldova ia amploare și se dezvoltă cu ritmuri destul de rapide. Conform datelor statistice pentru anul 2011, numărul întreprinderilor din sectorul privat constituie 90,8% din totalul întreprinderilor, care dețin 66,8% din totalul angajaților, cifra de afaceri a acestora fiind de 60,5% din totalul pe țară, iar valoarea adăugată brută la costul factorilor de producție fiind numai de 46,6%.

3. *S-a ținut cont de ritmurile de creștere a investițiilor în fondurile fixe.* Cunoaștem că ritmurile de creștere a investițiilor în fondurile fixe ale sectorului privat sunt mai mari decât ale sectorului public. Dacă în perioada 2005-2010 în sectorul public ritmul de creștere a investițiilor în fondurile fixe s-a micșorat de la 32,7% până la 28,4%,

apoi în sectorul privat s-au atestat ritmuri de creștere a acestora. Astfel, în 2011, acestea au sporit până la 42,3% față de 32,5% în 2005.

Potrivit datelor Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare (MAIA), în anul 2012 exporturile de produse alcoolice din Moldova au depășit cifra de 142 milioane de dolari, acest indice fiind cu mai bine de 20% mai mare decât cel înregistrat în 2011. Volumul total al livrărilor de vin a sporit cu 8%, iar cel al divinurilor – cu 87%. Potrivit Direcției Marketing și Relații Internaționale a MAIA, creșterea exporturilor de divinuri se datorează, în principal, sporirii livrărilor în Federația Rusă, Ucraina și Statele Unite ale Americii. Iar datorită dinamicii ascendente a exporturilor de vin în Belarus, țara noastră a ocupat în 2012 primul loc printre exportatorii produselor vinicole în această țară.

În general, informațiile statistice referitoare la exportul de vinuri din Republica Moldova în perioada 2001-2011 în țările CSI, UE și alte țări confirmă faptul că exporturile de vinuri, ale mustului din struguri, ale vinului spumos și ale altor băuturi din struguri în valoarea cantitativă a țării au tendință de descreștere, cu un declin dramatic al întregii producții din 2007.

Aceasta se explică prin faptul că producția vinului depinde de mai mulți factori, printre care sunt condițiile climaterice și evoluția cererii de vin pe piață. Nicio strategie de termen lung nu poate fi implementată atunci când persistă probleme semnificative de durată, cauzate de evenimente neașteptate, precum a fost embargo-ul Rusiei asupra vinurilor moldovenești și stipulările stabilite la ridicarea embargo-ului în iunie 2007. Reorientarea producătorilor autohtoni de vinuri de la piața Europei de Est spre piața Europei de Vest a luat din timp și a redus posibilitatea creșterii investițiilor în plantațiile de viță de vie.

Sectorul vinicol este reglementat de numeroase documente legale care se su-

prapun, sunt învechite, împovărătoare și costisitoare de implementat. Multe regulamente conțin un șir de restricții, care nu sunt justificate în condițiile economiei de piață. Toate acestea creează obstacole inutile în calea gestionării afacerilor și operațiunilor de producție, conducând la incapacitatea de a se ajusta la cerințele pieței și limitând oportunitățile de inovație, dezvoltare și investiții în sector. Anumite legi și regulamente afectează în mod direct exporturile în țările din Occident, deoarece nu sunt armonizate cu legislația UE și cu cele mai bune practici internaționale.<sup>1</sup>

Pe lângă acești factori, este necesar de menționat și impactul crizei economice mondiale, care a influențat cererea pe piața vinurilor.

Acești factori au contribuit la argumentarea selectării eșantionului de populație pentru evaluarea CV în zonele de Sud și de Centru ale Republicii Moldova, orientându-ne spre industria vinicolă. Astfel, în calitate de subiecți de cercetare au fost selectați următorii agenți economici:

1. **Combinatul de Vinuri, S.A. „Cricova” (zona Centru, sector urban);**

2. **Combinatul de vinuri de calitate, Î.S. „Mileștii Mici” (zona Centru, sector rural);**

3. **S.R.L. «BasaVin» (zona Sud, sector rural).**

**Combinatul de Șampanie și Vinuri S.A. „Cricova”**, fiind renumit pentru labirinturile sale subterane unice și, în special, pentru vinurile sale excelente, a fost fondat în 1952. Anume în acest an hrubele de calcar din preajma orașelului Cricova, din care istoric se extrăgea această piatră de construcție, au fost transformate într-o imensă unitate de producere și depozitare a vinului. Fiind conceput ca un producător al vinurilor de elită în baza tehnologiilor clasice europene, Combinatul S.A. „Cricova” a folosit drept fundal pentru activitatea sa ulterioară condițiile originale prospere ale galeriilor sale, care se extind pe o lun-

gime de peste 60 km - labirinturi cu o microclimă unică. Aici, în decursul întregului an, temperatura rămâne constantă – cca +12°-+14°C, pe când umiditatea relativă a aerului constituie cca 97-98%. Anume datorită acestor condiții naturale optime este posibilă păstrarea și maturarea vinurilor de calitate superioară, precum și a spumantului clasic, cu formarea caracterului autentic al acestora.

S.A. „Cricova” este una dintre puținele întreprinderi din lume care produc vinuri spumante în conformitate cu metoda clasică franceză, inventată de celebrul călugăr Dom Pierre Perignon – „Methode Champenoise”: prin fermentare secundară în sticlă și maturare ulterioară în poziție orizontală, cel puțin 3 ani. Beciurile de la S.A. „Cricova” adăpostesc și o remarcabilă colecție de vinuri – Oenoteca Națională. Exponate unice, precum sunt „Ierusalim de Paști,” licoarea „Ian Beher” (recolta din 1902), împreună cu încă 158 de mărci din Burgundia, Moselle, Tokaji, Rhein, ș. a. formează tezaurul prețios atât al Combina-

tului, cât și al Republicii Moldova, cuprinzând actualmente circa 1,3 mln. de sticle.

Colecția de medalii și decorații ale Combinatului, de altfel ca și Oenoteca, este suplinită permanent: vinurile de Cricova au cucerit deja mai mult de 80 de „Gland-Prix”, medalii de aur și argint. Reprezentând un complex subteran inedit, S.A. „Cricova” este o întreprindere cu un potențial imens de producție, fiind declarată „obiect al patrimoniului cultural național” și distinsă cu cea mai înaltă distincție de stat – „Ordinul Republicii,” ca semn al recunoașterii contribuției acesteia la prosperarea economiei naționale și a eforturilor remarcabile în vederea dezvoltării ramurii vitivinicole din Moldova [[www.mdmoldova.narod.ru](http://www.mdmoldova.narod.ru)], vizitat la 15.03.2012].

După cum vedem din tabelul 2, în perioada 2007-2011, performanțele economice ale S.A. „Cricova” sunt în permanentă creștere: cifra de afaceri a crescut de 1,5 ori; productivitatea muncii – de 1,47 ori; salariul mediu lunar – de 1,43 ori; exporturile – de 1,24 ori.

**Tabelul 2.** Indicatorii socioeconomi obiectivi ai CV, S.A. „Cricova,” 2007-2011.

<b>Indicatorii economici principali</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
1. Cifra de afaceri, <i>mln. lei</i>	131,0	133,1	141,9	158,0	196,5
<i>Ritmul de creștere față de anul precedent, %</i>	122,3	101,6	106,6	111,3	124,4
2. Numărul mediu scriptic al angajaților, <i>persoane</i>	678	705	738	711	691
<i>Ritmul de creștere față de anul precedent, %</i>	103,0	104,0	104,7	96,3	97,2
3. Productivitatea muncii per angajat, <i>mii lei</i>	193,2	188,8	192,2	222,2	284,4
<i>Ritmul de creștere față de anul precedent, %</i>	105,0	97,7	101,8	115,6	130,0
4. Ponderea exporturilor în totalul vânzărilor, %	40,0	37,0	54,0	45,0	53,4
<i>Ritmul de creștere față de anul precedent, %</i>	228	110,5	122,2	83,3	118,7
5. Investiții în fonduri fixe, <i>mln. lei</i>	61,0	37,1	16,1	11,7	55,5
<i>Ritmul de creștere față de anul precedent, %</i>	44,0	60,8	43,4	72,7	4,7 ori
6. Salariul mediu pe angajat, <i>lei</i>	2493	3081	2899	3084	3553
<i>Ritmul de creștere față de anul precedent, %</i>	112,0	123,6	94,1	106,4	115,2

Sursa: Elaborat de autor în baza Rapoartelor statistice anuale ale S.A. „Cricova.”

Aceasta oferă un șir de ajutoare materiale și indemnizații angajaților.

**Combinatul de vinuri de calitate Î.S. „Mileștii Mici.”** Î.S. „Mileștii Mici” a fost fondată în 1969, în comuna Mileștii Mici, nu departe de mun. Chișinău și reprezintă un oraș vinicol subteran cu galerii de cca 200 km, formate după cel de-al Doilea Război Mondial, în urma extragerii zăcămintelor de calcar. Pe parcursul anilor, întreprinderea și-a modificat de câteva ori statutul. În prezent, Î.S. „Mileștii Mici” este o întreprindere de stat specializată în producerea, păstrarea și comercializarea băuturilor alcoolice, declarată în 2005 de Parlamentul Republicii Moldova „Patrimoniu Cultural Național al Republicii Moldova.”

Activitatea întreprinderii este asigurată de circa 200 de angajați în diferite secții de producție: de păstrare, îmbuteliere a vinurilor, a vinului spumant și colecția. În prezent, Î.S. „Mileștii Mici” dispune de cea mai mare colecție de vinuri din lume, care numără cca 1,5 mln. butelii de vin, ce se află la o adâncime de 85,0 m sub pământ.

Secția de păstrare are menirea de a primi vinuri, materii prime de la furnizori din zonele viticole de Sud și Centru ale Moldovei, asigurând prelucrarea conform schemelor tehnologice, măturarea și pregătirea lor pentru îmbuteliere.

Î.S. „Mileștii Mici” dispune de o colecție de vinuri care a marcat faima întreprinderii pe piața internă și pe arena internațională a vinurilor. În luna august a anului 2005, „Colecția de Aur” Mileștii Mici a fost recunoscută de „Guinness World Records” drept cea mai mare colecție, cele cu marcă comercială „Mileștii Mici” fiind vinuri excepționale, cel mai vechi datând cu anul 1972. Rafinatele vinuri albe, cum ar fi „Sauvignon 1986,” „Traminer 1986,” viguroasele vinuri roșii „Cabernet - Sauvignon 1986,” „Codru 1987,” „Trandafirul Moldovei 1986,” sunt apreciate la cel mai înalt nivel de vinificației din întreaga lume. Vinurile de „Mileștii Mici” se comercializează atât în țară, cât și

peste hotarele ei: în Japonia, Taiwan, Olanda, Cipru, Danemarca, Finlanda, Malaysia etc. La aceste prezentări de vin, organizate de partenerii de afaceri ai Î.S. „Mileștii Mici,” participă câteva sute de specialiști în domeniu, reprezentanți ai cercurilor politice, oameni de cultură, jurnaliști etc. Evenimentul este urmat de degustări de vin (în general) cu bucate tradiționale, excursii în împrejurimi etc. Rezultatele manifestărilor și ale prezentărilor au un ecou imens în lume și sunt mediatizate în presa locală.

În scopul promovării produselor viticole cu marca comercială „Mileștii Mici,” în anul 2010 au avut loc prezentări de vin în orașele Tokyo și Kumamoto (Japonia). În atenția japonezilor au fost expuse vinurile de colecție „Trandafirul Moldovei 1986,” „Negru de Purcari 1986,” „Reasling 1986,” „Codru 1987,” vinul spumant natural roșu „Moldova de Lux” ș. a.

În septembrie 2010, în orașele Beijing și Shanghai din Republica Populară Chineză, a avut loc prezentarea vinurilor cu marca comercială „Mileștii Mici,” la care au asistat cca 200 de persoane oficiale și oameni de afaceri din China și Moldova. Această prezentare a făcut parte din șirul acțiunilor de promovare și diversificare a pieței de desfacere pentru vinurile respective. Organizarea reușită a acestui eveniment se datorează eforturilor comune ale Î.S. „Mileștii Mici” și ale partenerilor de peste hotarele țării, în scopul majorării volumului exporturilor și promovării produselor viticole pe piața externă.

Î.S. „Mileștii Mici” a implementat cu succes sistemul de management integrat al calității (ISO 9001:2000), mediului (ISO 14001:2005), sănătății și securității ocupaționale (BSOHS 18001:2007), siguranței alimentului (ISO 22000: 2006) și a obținut certificate care confirmă o dată în plus calitatea înaltă a vinurilor cu marca comercială respectivă. Implementarea acestor sisteme de calitate are drept scop creșterea competitivității Î.S. „Mileștii Mici” atât pe



piața internă, cât și pe cea externă, tinzând spre îmbunătățirea continuă a satisfacției clientului, a calității produselor și a proceselor elaborate în cadrul întreprinderii.

Actualmente, Î.C. „Mileștii Mici” exportă vinurile sale în astfel de țări, precum China, Japonia, Taiwan, Olanda, Germania, Albania, Finlanda, Cipru, țările CSI.

Orașul vinicol subteran „Mileștii Mici”

este unul dintre cele mai importante obiective turistice din Republica Moldova și găzduiește vizitatori din toată lumea. Zi de zi Î.S. „Mileștii Mici” devine un loc tot mai notoriu și atractiv pentru turiștii din țară, dar, în mare parte, și pentru cei de peste hotare. Dacă în 2009 au fost înregistrați cca 12 mii de vizitatori, în 2010 numărul lor a atins cifra de peste 20 de mii.

**Tabelul 3.** Dinamica indicatorilor socioeconomici ai Î.S. „Mileștii Mici”

Indicatorii economici principali	2007	2008	2009	2010	2011
1. Cifra de afaceri, mln. lei	21,3	24,1	15,5	19,1	27,7
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	109,0	113,1	64,3	123,1	145,0
2. Numărul mediu scriptic al angajaților, persoane	320	296	265	222	208
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	105,0	92,5	89,5	83,8	93,7
3. Productivitatea muncii per angajat, mii lei	66,6	84,4	58,5	86,0	133,2
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	116,4	126,7	69,3	147,0	154,8
4. Exporturi față de anul precedent, mln. lei	4,3	3,8	1,4	0,4	5,5
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	108,0	88,8	36,8	28,5	13 ori
5. Investițiile în fonduri fixe, mln. lei	3,3	3,3	1,0	1,2	3,1
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	100,0	100,0	30,3	120,0	258,3
6. Salariul mediu pe angajat, lei	2875	2851	2596	2677	3080
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	106,0	99,2	91,1	103,1	115,1

Sursa: Elaborată de autor în baza Rapoartelor anuale ale Î.S. „Mileștii Mici.”

După cum putem observa din tabelul 3, pe parcursul anilor 2007-2011, Î.S. „Mileștii Mici” a demonstrat o creștere a vânzărilor. Dacă în perioada 2007-2011 ritmul de creștere a volumului vânzărilor a constituit 130%, productivitatea muncii a crescut de două ori, exporturile – cu 28%, salariul mediu pe angajat – cu 7%. Aici, comparativ cu S.A. „Cricova”, performanțele economice au fost mai modeste. Î.S. „Mileștii Mici”, ca și S.A. „Cricova”, oferă angajaților săi diferite ajutoare materiale și indemnizații.

**Întreprinderea S.R.L. „Basavin&Co”.** Istoria acestei companii a început încă în 1915, în Basarabia. Ea se ocupă de creșterea strugurilor de calitate înaltă. În același timp, a fost construită și o pivniță nouă,

cu o capacitate de producție de 1000 dal pe zi, cu moară de convertite și cu două pompe electrice. O etapă importantă de modernizare industrială a avut loc în 1969, data punerii în acțiune a cramei de vin.

Astăzi, **S.R.L. „Basavin&Co”** din raionul Basarabeasca asigură un proces stabil al producției industriale de vinuri de calitate înaltă cu ajutorul tehnicii și tehnologiilor moderne de prelucrare. Cultivarea strugurilor de calitate controlată se realizează la ferma „Dragnev.” Prelucrarea primară a strugurilor de intrare la cramă trece prin S.A. „Doina,” cu o capacitate de 15 mii de tone de struguri pe sezon. Vinul este fabricat în joint-venture „Basarabia-Lwin Invest” cu partenerii israelieni. S.R.L. „Basavin&Co”

are un program pentru producția de vinuri cușer, care desemnează unicitatea lui, astfel fiind unica companie din Europa de Est și Republica Moldova după cum aceste vinuri sunt produse. Producția aceasta este însoțită de un ritual urmărit de experții Basavin & Co, prin care se confirmă toate regulile tehnologiei Koshruta (tab. 4).

Tradiția veche și seculară de prelucrare și calificare a vinului din regiunea sudică, îmbinată cu puterea businessului agricol **S.R.L. „Basavin&Co”** și tehnologiile avansate a dat naștere la vinuri de marcă, acestora fiind acordate premii, diplome la numeroase expoziții internaționale și degustări private.

**Tabelul 4.** Dinamica indicatorilor socioeconomici ai S.R.L. „Basavin&Co”.

Indicatorii economici principali	2007	2008	2009	2010	2011
1. Cifra de afaceri, mii lei	55783	57469	17827	23068	38611
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	107,0	103,0	31,0	129,4	167,4
2. Numărul mediu scriptic al angajaților, persoane	92	99	72	57	53
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	103,0	107,6	72,7	79,2	93,0
3. Productivitatea muncii per angajat, mii lei	606,0	580,5	247,6	404,7	728,5
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	108,0	95,8	42,6	163,4	180,0
4. Exporturile față de anul precedent, mii lei	53126	53186	16408	16394	31441
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	100,0	100,1	30,8	99,9	191,8
5. Ponderea beneficiului reinvestit, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
6. Salariul mediu pe angajat, lei	1444,3	1664,11	1149,9	1443,67	1805,2
Ritmul de creștere față de anul precedent, %	100,0	115,2	69,1	86,7	125,0

Sursa: Elaborată de autor în baza Rapoartelor anuale ale S.R.L. „Basavin.”

Datorită calității selecte, vinurile S.R.L. „Basavin” și-au găsit locul lor pe piețele din Letonia, Federația Rusă, Polonia, Germania, SUA, Slovenia, România, Israel ș. a. După cum observăm din informația prezentată în tabelul 4, cifra de afaceri a **S.R.L. „Basavin&Co”** a suportat o diminuare începând cu 2008, aceasta fiind provocată de faptul că începând cu 2008 a început renovarea viilor vechi și plantarea soiurilor europene noi de viță de vie.

**Sondajul de opinie a avut drept scop** cunoașterea preferințelor exprimate de un număr semnificativ de locuitori referitoare la problema de importanță generală, precum este CV la nivel regional.

Acest tip de cercetare sociologică a fost fondat pe modalitățile interogative de colectare a informațiilor și pe tehnici de eșantionare. Sondajul de opinie este

o metodă de cercetare cantitativă ce încearcă a descrie opinia unei categorii cât mai mari din populația autohtonă asupra problemei ce vizează CV. Ea folosește ca instrument chestionarul și se bazează pe eșantioane atent alese pentru a fi reprezentative. Cu referire la tehnica efectuării, sondajul semnifică metoda statistică de stabilire, pe baza eșantionării, a stratificării opiniilor în raport cu categoriile socioprofessionale, vârsta, sexul etc., cu scopul de a prevedea comportamentul membrilor colectivității pentru care eșantionul asupra căruia s-a efectuat sondajul să fie reprezentativ. [7]

Sondajul de opinie publică a urmărit scopul cunoașterii aspectelor subiective (părerilor, atitudinilor, aspirațiilor, interesele etc.) și, anume:

- clasificarea opiniilor și aprecierilor an-



gajaților din industria vinicolă privind evaluarea CV la nivel regional;

- perceperea de către diferite grupuri sociale a necesității de evaluare și monitorizare a CV la nivel regional;

- elucidarea atitudinilor angajaților din industria vinicolă față de criza economică și determinarea nivelului lor de trai;

- elaborarea mecanismului de parteneriat public-privat în direcția evaluării și monitorizării permanente a CV la nivel regional.

Deoarece studiul opiniei publice s-a efectuat într-o ramură, eșantionul a fost selectat din respondenții colectivelor de angajați ai întreprinderilor vinicole din zonele Sud și Centru și, anume S.A. „Cricova”, Î.S. „Mileștii Mici” și S.R.L. „Basavin&Co”, reprezentativi după studii, vârstă, funcții, sex, naționalitate, conform structurii actuale a locuitorilor din zonele respective (tab. 5).

**Tabelul 5.** Gradul de reprezentativitate a angajaților selectați pentru evaluarea CV, 2012.

Întreprinderile studiate	Total angajați	Total respondenți	Ponderea respondenților în totalul angajaților, %	Ponderea respondenților în eșantion, %
1. S.A. „Cricova”	674	115	17,0	46,9
2. Î.S. „Mileștii Mici”	208	100	48,0	40,8
3. S.R.L. „Basavin&Co”	53	30	56,6	12,2
Total anchetați	935	245*	26,2	100,0

Sursa: Elaborată de autor.

Sondajul a derulat în luna aprilie 2012. Ancheta sociologică, elaborată de autor, a fost orientată spre cercetarea impactului factorilor mediului extern asupra angajaților (ecologia mediului; tipul locuinței; bugetul familiei; condițiile demotice; locul concediului; nivelul de studii etc.) și cel al mediului de serviciu (salariul mediu per angajat; funcția deținută; relațiile interpersonale cu conducătorul și colegii; satisfacția privind locul de muncă etc.) asupra CV angajaților.

Prelucrarea anchetelor a fost efectuată de Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „CBS-AXA,” prin intermediul soft-ului SPSS (Pachetului de Programe pentru Statistica Socială). Pentru prelucrarea parametrilor din anchetă s-a aplicat Modelul econometric de regresie multiplă în pași, care a determinat valorile variabilei dependente (Y) sau satisfacției de viață în funcție de variabilele independente: X1; X2; X3,..., Xn (vârsta, studiile,

naționalitatea, localitatea de reședință, veniturile, forma juridică de antreprenariat, relațiile de muncă etc.), care au determinat adecvat gradul de satisfacție de viață pentru fiecare întreprindere, în parte, și în domeniu, în general.

Să analizăm răspunsurile la cele mai importante întrebări ale chestionarului, ce țin nemijlocit de CV angajaților.

**La întrebarea** „În ce măsură sunteți satisfăcuți de locul de muncă?”, răspunsurile au fost următoarele (fig. 1):

a) *respondenții S.A. „Cricova”* s-au repartizat astfel: 44,7% sunt satisfăcuți de locul de muncă; 24,6% sunt mai degrabă satisfăcuți decât nesatisfăcuți; 30,7% sunt nesatisfăcuți de locul de muncă;

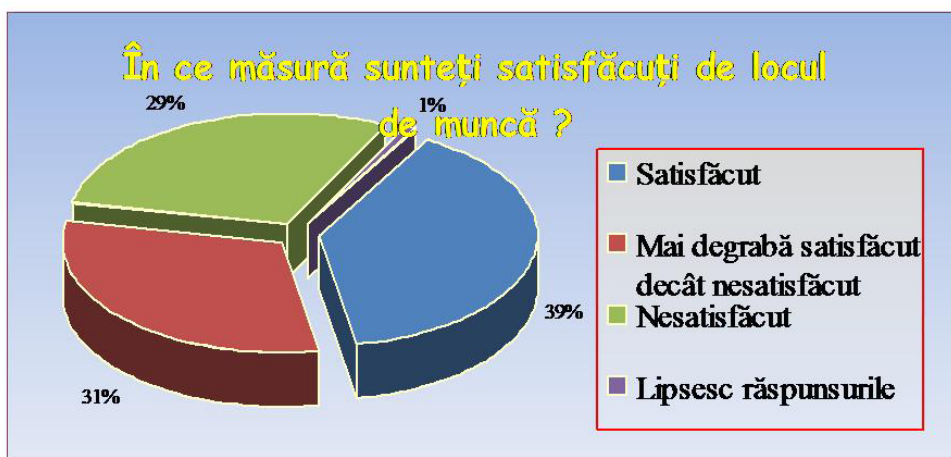
b) *respondenții Î.S. „Mileștii Mici”*: 34,0% sunt satisfăcuți de locul de muncă; 41,0% - mai degrabă satisfăcuți decât nesatisfăcuți; 25,0% - nesatisfăcuți de locul de muncă;

c) *respondenții S.R.L. „Basavin&Co”*:

34,0% sunt satisfăcuți de locul de muncă; 24,1% – mai degrabă satisfăcuți decât nesatisfăcuți; 41,4% – nesatisfăcuți de locul de muncă.

*Concluzia pe marginea întrebării 1.* Cei mai satisfăcuți de locul de muncă sunt angajații Î.S. „Mileștii Mici”, deoarece pon-

derea celor satisfăcuți și mai degrabă satisfăcuți decât nesatisfăcuți constituie aici 75,0%, pe când ponderea acestora la S.A. „Cricova”- 69,3%, iar la S.R.L. „Basavin&Co” – doar 59,6%. Argumentarea situației reiese și din următoarele răspunsuri.



**Fig. 1.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „În ce măsură sunteți satisfăcuți de locul de muncă?”

Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]

**La întrebarea** „Care este salariul Dvs. mediu lunar?”, răspunsurile s-au repartizat astfel:

a) S.A. „Cricova”: salariul în intervalul 1000-2000 lei îl dețin 36,5% din angajați; salariul în intervalul 2000-3000 lei îl dețin 40,9%; salariul în limitele de 3000-4000 lei îl primesc 7,8% din angajați, iar salariul de peste 4000 lei îl dețin 14,8% din angajați;

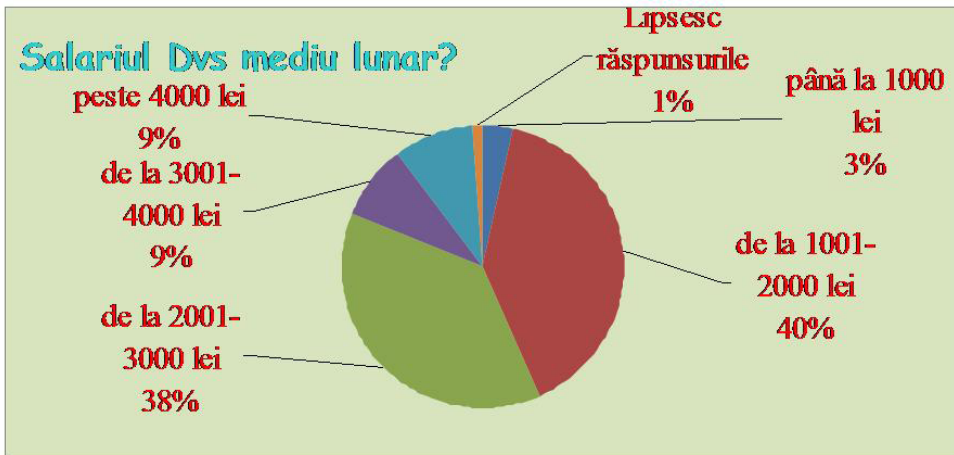
b) Î.S. „Mileștii Mici”: salariul de până la 1000 lei îl dețin 4,0% din angajați; salariul în intervalul 1000-2000 lei îl primesc 36,0% din angajați; salariul de 2000-3000 lei îl dețin 44,0% din angajați; 3000-4000 lei – 11,0% din angajați și 5,0% din angajați dețin salariul de peste 4000 lei;

c) S.R.L. „Basavin&Co”: salariul de până la 1000 lei îl dețin 14,8% din angajați; salariul în intervalul 1000 – 2000 lei îl dețin 74,1%; salariul de 2000-3000 lei îl primesc

7,4% din angajați; salariul de 3000-4000 lei îl dețin 3,7% din angajați.

*Comentariu pe marginea întrebării 3.* Cel mai înalt sunt remunerați angajații S.A. „Cricova,” pe locul doi se află angajații Î.S. „Mileștii Mici” și pe ultimul loc se află angajații S.R.L. „Basavin”. Drept argument poate servi faptul că posibilitățile mai mari pentru remunerarea muncii la S.A. „Cricova” sunt cauzate de faptul că întreprinderea are cifra de afaceri de 5,7 ori mai mare decât cea a Î.S. „Mileștii Mici” și este cu mult mai mare decât la S.R.L. „Basavin” (datele din 2011).

Într-adevăr, lucrătorii S.R.L. „Basavin” sunt mai slab remunerați decât lucrătorii întreprinderilor S.A. „Cricova” și Î.S. „Mileștii Mici”. În schimb, din discuțiile private cu primii S.R.L., la „Basavin” s-a confirmat faptul că ei sunt remunerați suplimentar, în plic (fig. 2).



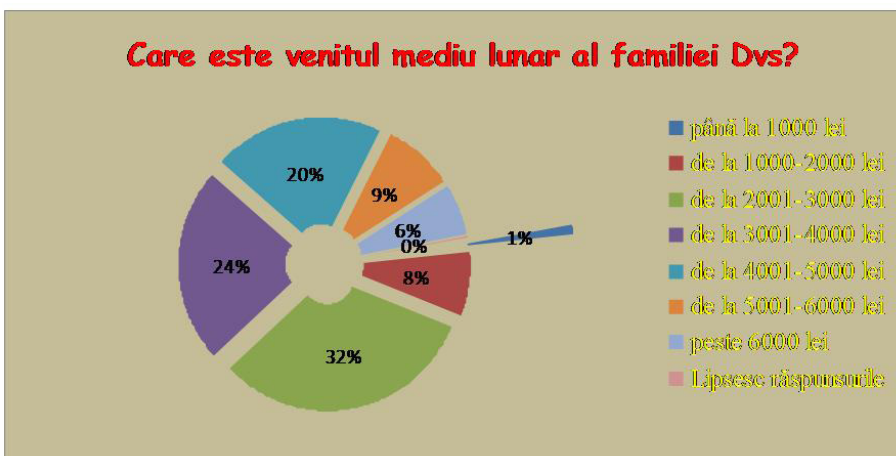
**Fig. 2.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „În ce măsură sunteți satisfăcuți de salariul mediu lunar?”  
Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]

**La întrebarea** „Care este venitul mediu lunar al familiei Dvs.?” răspunsurile s-au repartizat astfel (anexa 39):

a) la S.A. „Cricova” ponderea populației remunerate mai sus de salariul mediu pe economie în 2011 (3300 lei) constituia 67,7% dintre angajați;

b) la Î.S. „Mileștii Mici” ponderea populației remunerate mai sus de salariul mediu pe economie era de 59,0%;

c) la S.R.L. „Basavin&Co” ponderea populației remunerate mai sus de salariul mediu pe economie în 2011 a constituit 26,6%.



**Fig. 3.** Răspunsurile la întrebarea „Care este venitul mediu lunar al familiei Dvs.?”  
Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]

**La întrebarea** „Cum evaluați mediul ecologic?” răspunsurile s-au repartizat astfel:

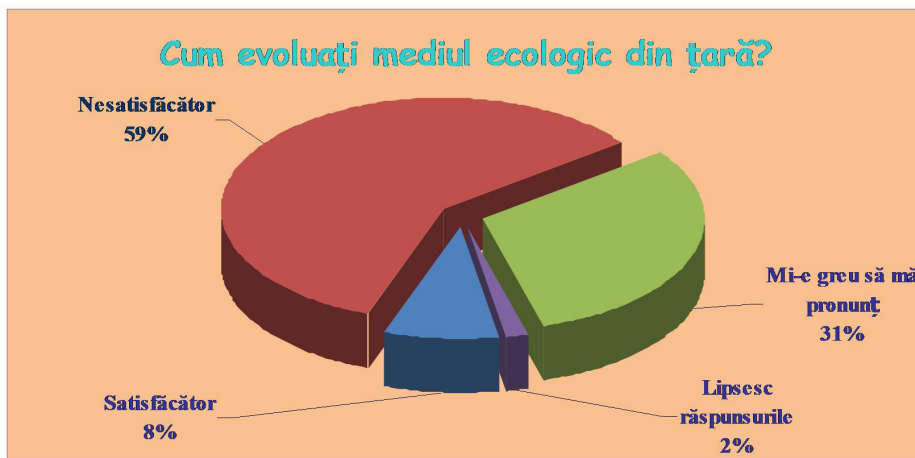
a) 67,0 % din respondenții de la S.A. „Cricova” s-au manifestat ca nemulțumiți și numai 8,0% – mulțumiți de mediul eco-

gic din țară, iar 25,0% n-au putut găsi răspunsul;

b) 53,5% din respondenții de la Î.S. „Mileștii Mici” nu sunt satisfăcuți și numai 9,1% sunt mulțumiți de mediul ecologic din

țară, iar 37,4% n-au putut să se pronunțe;

c) 56,7 % din respondenții de la S.R.L. „Basavin&Co” sunt nemulțumiți de mediul ecologic și doar 6,7% sunt mulțumiți, iar 36,7% n-au putut să se pronunțe.



**Fig. 4.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „Cum evaluați mediul ecologic?”

*Concluzia pe marginea întrebării.* În medie, 59,0% din respondenții eșantionului s-au arătat drept nemulțumiți de mediul ecologic din țară.

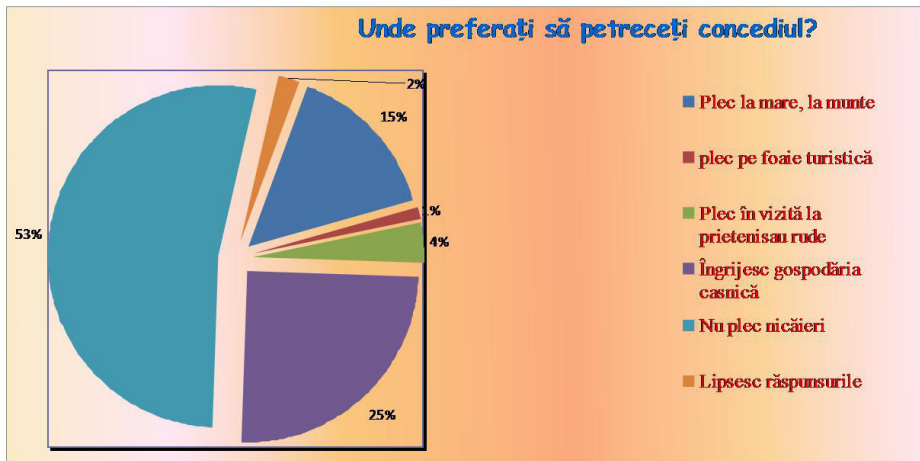
**La întrebarea „Unde preferați să petreceți concediul?”**, răspunsurile au fost următoarele:

a) S.A. „Cricova”: nu plec nicăieri – 54,5%; plec la mare, la munte – 17,0%; plec în turism – 1,8%; plec în vizită la prieteni sau rude – 3,6%; îngrijesc GC – 23,2%;

b) Î.S. „Mileștii Mici”: nu plec nicăieri – 43,4%; plec la mare, la munte – 18,2%; plec în turism – 0%; plec în vizită la prieteni sau rude – 5,1%; îngrijesc GC – 33,3%;

c) S.R.L. „Basavin&Co”: nu plec nicăieri – 86,2%; plec la mare, la munte – 5,1%; plec în turism – 0%; plec în vizită la prieteni sau rude – 3,4%; îngrijesc GC – 6,9%.

*Comentariu.* Preocupările în timpul concediului sunt direct proporționale cu veniturile respondenților. Sondajul a demonstrat că la S.A. „Cricova” veniturile medii lunare sunt mai mari comparativ cu altele două întreprinderi cercetate, respectiv și ponderea respondenților care pleacă la mare, la munte sau la rude și prieteni în timpul concediului este mai mare și constituie 22,4% din respondenții întreprinderii. La Î.S. „Mileștii Mici” ponderea respondenților ce pleacă la odihnă este de 23,3%, pe când la S.R.L. „Basavin&Co” – doar 6,8% din respondenții întreprinderii. În general, din totalul respondenților supuși sondajului doar 20,8% pleacă undeva la odihnă în timpul concediului.



**Fig. 5.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „Unde preferați să petreceți concediul?”  
Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]

**La întrebarea** „Sunteți mulțumit de bugetul familiei Dvs.?”; răspunsurile au fost următoarele:

a) la S.A. „Cricova” nu sunt mulțumiți 83,0 %; parțial sunt mulțumiți 17,0% din respondenți; 0% sunt mulțumiți de bugetul familiei;

b) la Î.S. „Mileștii Mici” nu sunt mulțumiți 60,6%; parțial mulțumiți – 36,4 % și 3,0 din respondenți sunt mulțumiți de bugetul familiei;

c) la S.R.L. „Basavin&Co” nu sunt mulțumiți de bugetul familiei 89,7%; parțial sunt mulțumiți 0,0 % și 10,3% sunt mulțumiți de bugetul familiei.

În general, sondajul a dovedit că 2,5% din totalul respondenților sunt destul de mulțumiți de veniturile familiei; de regulă, aceștia sunt reprezentanții aparatului de conducere; 23,6% sunt parțial mulțumiți și 74% sunt nemulțumiți.

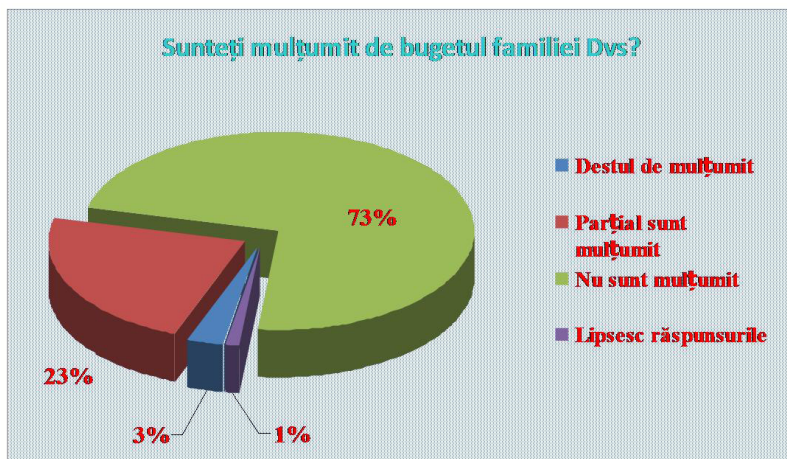
**Comentariu la răspunsurile obținute.** Cu toate că la S.A. „Cricova” salariile sunt respectabile, ponderea respondenților nemulțumiți de bugetul familiei este înalt,

acest fapt putând fi argumentat că doar 15% din angajații întreprinderii dețin teren agricol, iar majoritatea, și anume 63,0% se asigură cu produse alimentare din capitală, unde prețurile la ele și la serviciile sunt mai ridicate decât în zona rurală (37,0% se asigură cu acestea din suburbie și GC).

Această concluzie confirmă și gradul de satisfacție de bugetul familiei din cadrul Î.S. „Mileștii Mici”, unde ponderea celor satisfăcuți și parțial satisfăcuți constituie 97,0% din respondenți, ținând cont că 39,0% din angajații întreprinderii dețin teren agricol și 58,0% se asigură cu produse alimentare din comună și GC.

Situația este diferită în cazul S.R.L. „Basavin&Co”, unde bugetele GC sunt de 3-4 ori mai mici decât la angajații de la S.A. „Cricova” și de 2,5 ori mai mici decât la angajații Î.S. „Mileștii Mici.” Astfel, ponderea celor nemulțumiți de bugetul familiei este de 89,7%, dintre care 76,0% se alimentează în suburbie și 37,0% - în comună și din GC.





**Fig. 6.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „Sunteți mulțumit de bugetul familiei?”  
Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]

**La întrebarea „Cum evaluați viața în Republica Moldova?”**, răspunsurile au fost:

a) la S.A. „Cricova” nu sunt satisfăcuți 85,1%; parțial sunt satisfăcuți 13,0%; 4% sunt satisfăcuți de viața în Republica Moldova;

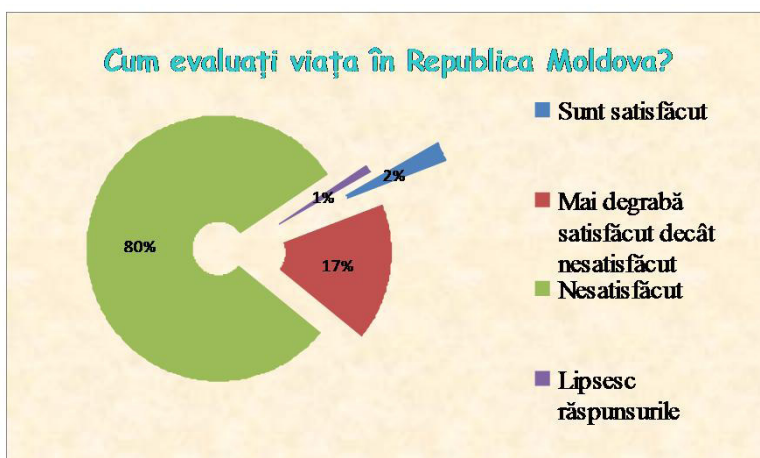
b) la Î.S. „Mileștii Mici” nu sunt satisfăcuți 70,4%; parțial sunt satisfăcuți 27,6% din respondenți; satisfăcuți de viața – 2%;

c) la S.R.L. „Basavin” nu sunt satisfăcuți 96,7%; parțial satisfăcuți – 3,3% din respondenți; 0% sunt satisfăcuți de viața în Moldova.

**În general, sondajul a determinat că**

**sunt satisfăcute de viață doar 3,0 % din respondenți, parțial sunt satisfăcute 17% și 81,0% din respondenți nu sunt satisfăcute de viață.**

*Comentariu.* După cum s-a menționat în conceptul teoretic al acestui studiu, satisfacția populației de viață este o valoare complexă și multidimensională. Situația s-a schimbat drastic în țară în condițiile de criză economică - scumpirea carburanților pe piața mondială a provocat creșterea galopantă a prețurilor la produse și servicii, pe când salariile s-au majorat foarte modest.



**Fig. 7.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „Cum evaluați viața în Republica Moldova?”  
Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]



Deși în industria vinicolă indexarea salariilor se efectuează anual, de exemplu, în luna septembrie 2011 a avut loc o indexare (cu 20%, ceea ce a fost mai mult decât majorarea salariilor și pensiilor pe țară), oricum, această sporire nu a acoperit indicele de creștere a prețurilor la majoritatea produselor și serviciilor. Nu trebuie de uitat nici de valoarea ILE, care confirmă liber-

tățile medii ale cetățeanului din Moldova, inclusiv impactul crizei politice din țară, care a provocat o incertitudine a populației referitor la perspectivele dezvoltării economico-sociale a ei.

**La întrebarea** „Cum evaluați relațiile interpersonale: cu conducătorul, colegii?”, răspunsurile au fost următoarele.

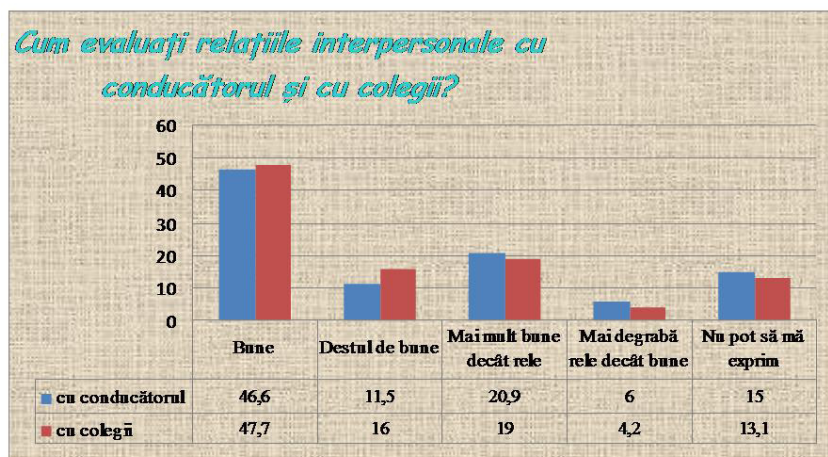
**Tabelul 6.** Evaluarea relațiilor cu conducătorul și colegii.

Dimensiunea eșantionului	Bune	Destul de bune	Mai mult bune decât rele	Mai degrabă rele decât bune	Nu pot să mă pronunț	Total, %
Evaluarea relațiilor cu conducătorul						
S.A. „Cricova”	60,2	19,4	7,4	1,9	11,1	100
Î.S. „Mileștii Mici”	44,8	6,3	24,0	7,3	17,7	100
S.R.L. „Basavin”	3,3	0,0	60,0	16,7	20,0	100
Total respondenți	46,6	11,5	20,9	6,0	15,0	100
Evaluarea relațiilor cu colegii						
S.A. „Cricova”	60,0	21,3	11,1	1,9	10,2	100
Î.S. „Mileștii Mici”	52,5	15,2	21,2	5,1	6,1	100
S.R.L. „Basavin”	3,3	0,0	40,0	10,0	46,7	100
Total respondenți	47,7	15,2	19,0	4,2	13,1	100

Sursa. Elaborată de autor.

**Comentariu.** După cum vedem din informația din tabelul 6, aspectele relațiilor interpersonale în muncă, în general, lasă de dorit: atât cu conducătorul, cât și cu colegii de muncă relațiile sunt dezvoltate la nivel mediu. În particular, mai dezvoltate sunt relațiile de muncă în cadrul Î.S. și S.A.

decât în formele particulare de antreprenariat, ceea ce a și influențat mult satisfacția de viață la angajații S.R.L. „Basavin.” Informația obținută confirmă că în sectorul privat din țara noastră lipsește cultura relațiilor corporative.



**Fig. 8.** Repartizarea răspunsurilor la întrebarea „Cum evalueați relațiile interpersonale: cu conducătorul; cu colegii?”  
Sursa. Elaborată de autor. [5, p. 374-382]

Astfel, a fost impusă sarcina de a determina gradul de satisfacție de viață a angajaților industriei vinicole în funcție de studii, salariu, veniturile familiei, vârstă, relațiile de muncă, forma de proprietate și regiunea de localizare a angajaților. Verificând toate posibilele variante în total, regresivitatea în pași a inclus în modelul satisfacției de viață doar factorul veniturilor salariale (cu probabilitatea de  $p=0,05$  sau eroarea de 5%), ceea ce au confirmat și coeficienții de regresivitate.

$$Y = -0,515 + 0,241 Q3, \text{ unde: } \quad (1)$$

$Q3$  – mărimea salariului în lei.

Inclusiv, pentru diferite tipuri de întreprinderi s-au obținut următoarele dependențe:

pentru S.A. „Cricova”:

$$Y = -0,778 + 0,309 Q3; \quad (2)$$

pentru Î.S. „Mileștii Mici” nu s-a obținut nicio dependență;

pentru S.R.L. „Basavin”:

$$Y = 0,333 - 1,133 Q3. \quad (3)$$

În regresivitatea (27) salariul angajaților este inclus cu semnul minus (-), deoarece la S.R.L. „Basavin” mai mulți angajați sunt nemulțumiți de nivelul de remunerare a muncii.

În continuare, am apelat la evaluarea satisfacției privind locul de muncă ca o componentă importantă a CV.

La angajații de la S.A. „Cricova” s-au obținut dependențe ale satisfacției de locul de muncă (doar în funcție de salariu). Din analiza coeficienților, s-a dedus modelul de regresivitate:

$$Y = 0,291 + 0,351 Q3, \text{ unde} \quad (4)$$

$Q3$  – salariul mediu lunar al angajatului, lei.

Satisfacția privind locul de muncă la angajații Î.S. „Mileștii Mici” a dovedit dependențe de studiile angajaților și localitatea de reședință (ce le-o asigură GC și apropierea de capitală):

$$Y = 0,264 + 0,166 Q25 - 0,171 Q7, \text{ unde:} \quad (5)$$

$Q25$  – studiile angajaților;

$Q7$  – locul de reședință al angajaților (rural, urban).

Satisfacția privind locul de muncă la angajații S.R.L. „Basavin” a demonstrat dependențe doar de relațiile interpersonale, ceea ce este natural pentru o întreprindere mică. Într-o astfel de întreprindere pentru angajați este mult important gradul de înțelegere reciprocă atât cu colegii, cât și cu

patronul. De asemenea, nu trebuie omis și faptul că la această întreprindere valorile remunerării muncii sunt mult mai mici decât la S.A. „Cricova” și Î.S. „Mileștii Mici.”

$$Y = 1,393 + 0,59 Q19b, \text{ unde: } (6)$$

**Q19b** – gradul de dezvoltare a relațiilor interpersonale (cu colegii).

În general, rezultatele sondajului pe marginea evaluării CV la întreprinderile industriei vinicole au confirmat *dependența satisfacției privind locul de muncă de doi factori: nivelul de remunerare a muncii și relațiile interpersonale cu colegii (factori endogeni)*:

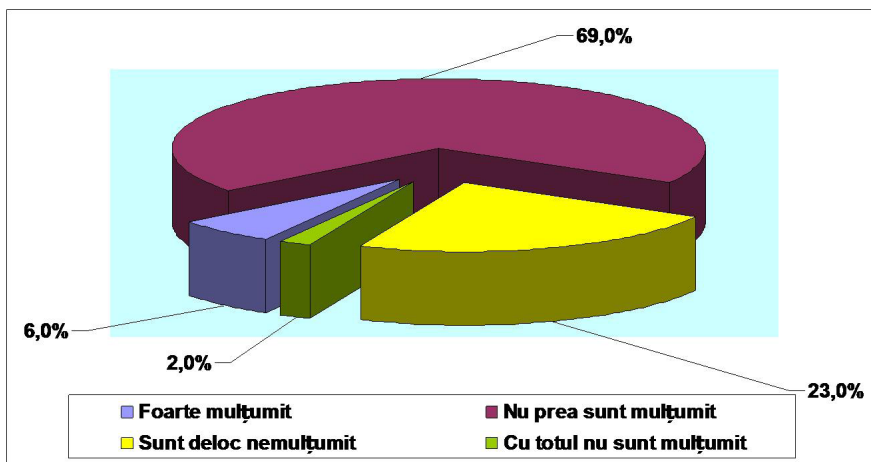
$$Y = -0,722 + 0,196Q3 + 0,402Q19b. (7)$$

Valoarea generală obținută a coeficientului de regresie **R=0,316** confirmă că satisfacția privind viața depinde numai în mărime de 10,0% de variabilele incluse în model, restul 90% ale variațiilor satisfacției privind locul de muncă sunt influențate de alți factori macroeconomici.

Este important de menționat că tot în această perioadă - aprilie-mai 2012

- Institutul de Politici Publice, împreună cu Centrul de analize și Investigații Sociologice, Politologice și Psihologice (CIVIS), au evaluat Barometrul Opiniei Publice în Moldova, care de două ori pe an (primăvara și toamna) prezintă sondaje pe marginea opiniei publice la capitele: popularitatea principalelor partide și a personalităților politice; nivelul de viață și CV; politicile economice și sociale ale Guvernului; alte teme de interes major [[www.ipp.md](http://www.ipp.md)], vizitat la 15.03.2012]. Analizând informația prezentată, doar 6% din eșantionul total au răspuns că sunt mulțumiți de situația economică din țară; 69% - nu prea sunt mulțumiți; 23% - sunt deloc nemulțumiți și 2% nu au știut cum să răspundă la întrebare (eroarea sondajului fiind de +3%).

Ținând cont de modelele de regresie, obținute de autor pentru angajații zonelor de Sud și Centru din industria vinicolă, unde ca factor dominant al CV curente pe țară sunt selectate salariile, comparăm aceste rezultate cu cele ale CIVIS, figura 9.



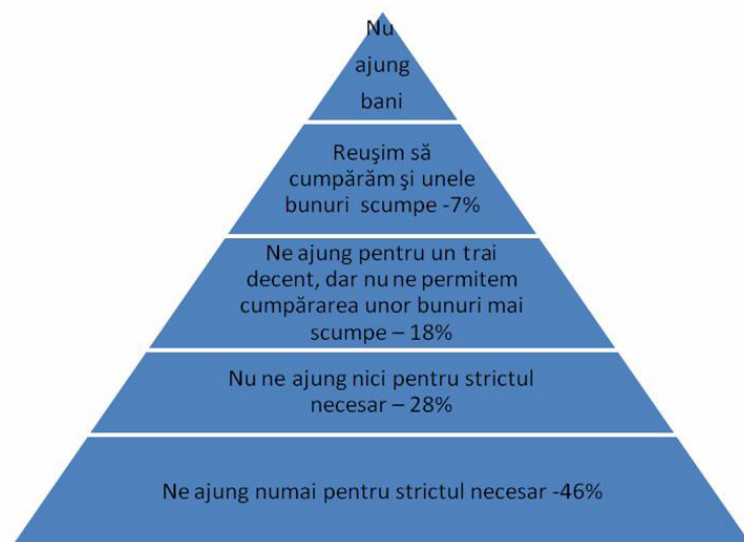
**Fig. 9.** Răspunsurile la întrebarea „Cât de mulțumiți sunteți de situația economică din Republica Moldova?” Sursa. Barometru de Opinie Publică. Republica Moldova, aprilie 2012, p. 12.

Conform „Barometrului Opiniei Publice – 2012,” observăm că ponderea celor nemulțumiți de veniturile familiei a con-

stituit 74% (numai pentru strictul necesar le ajung – 46% și nu le ajung nici pentru acestea – 28%) și valoarea respectivă coin-

cide cu rezultatul obținut de autor în sondajul de opinie la nivel regional, eroarea lui fiind de + 5% (fig. 9).

La întrebarea „Cum apreciați veniturile actuale ale familiei Dvs.?”, răspunsurile sunt prezentate în figura 10.



**Fig. 10.** Răspunsurile la întrebarea „Cum apreciați veniturile actuale ale familiei Dvs.?”  
Sursa. Barometrul de Opinie Publică. Republica Moldova: CIVIS, aprilie 2012, p. 21.

Concluzia finală privind sondajul efectuat de autor: *CV în Republica Moldova este determinată actualmente de nivelul veniturilor sau de bunăstarea poporului, iar deoarece aceasta lasă de dorit, faptul provoacă la majoritatea populației insatisfacția de viață.*

**Concluzii.** 1. De mai mult timp, doar științele sociale se ocupau de problema evaluării CV, dar aceste evaluări reieșeau din conceptul respectiv drept o categorie sociopsihologică. Actuala cercetare argumentează categoria CV ca una socioeconomică, prin faptul că aceasta este un factor al competitivității și al securității economice a țării. Dubla ipostază a CV reiese din dublul rol al factorului uman în economia contemporană - pe de o parte, el este unul dintre cei mai importanți factori de producție, pe de altă parte - un consumator al bunurilor și serviciilor.

2. Încercarea de a trata această catego-

rie, cu un caracter complex, în toate posibilele variante este, practic, irealizabilă. Autorul a argumentat necesitatea selecției indicatorilor de evaluare a CV de pe poziția realizării nevoilor umane. Aceștia, modelați între ei și grupați pe nevoi, vor permite determinarea impactului unui anumit grup de necesități asupra CV. Pentru a fi comensurabili, indicatorii socio-economici se includ în modelul propus în valori relative, prin coeficienți de creștere/descreștere, %.

3. Sondajul public efectuat la nivel regional al întreprinderilor vinicole din Republica Moldova a demonstrat că satisfacția de viață a angajaților este dependentă doar de nivelul salariilor (nivelul de trai). Și este natural faptul că fiecare cetățean își satisface nevoile umane asigurându-și plata anumitor bunuri. Deoarece în țară s-a creat un decalaj între veniturile salariale și prețurile la bunuri și servicii, oamenii sunt

în așteptarea unei creșteri permanente a salariului și dacă aceasta nu are loc, apare nemulțumirea și insatisfacția privind locul de muncă, apoi și de viață.

4. O concluzie analoagă au obținut-o și savanții ruși din cadrul „Vserosiiskogo Ţentra Upravlenia Obşestvenîm Mneniem (ВЦИОМ)” sub conducerea profesorului I. Levada, care, împreună cu echipa sa de cercetători, prin sondajele publice efectuate în Rusia în anii 2011-2012, au determinat că gradul de satisfacție de viață la angajați este foarte dependent de venituri până la momentul în care persoana își satisface cât de cât nevoile primare, apoi ea devine, practic, indiferentă față de veniturile obținute și acestea nu mai influențează satisfacția lor de viață.

5. Satisfacția privind locul de muncă a dovedit dependența acesteia de salariu, relații interpersonale și nivelul de studii al angajaților. Aceasta denotă faptul că în cadrul managementului întreprinderii trebu-

ie dezvoltată cultura corporatistă relevantă în relațiile cu angajații, ceea ce i-ar face pe ei să fie mai motivați și să se simtă mai importanți.

6. Coeficientul de regresie, obținut în formula satisfacției de viață a angajaților industriei vinicole din zonele Centru și Sud, dovedește că în prezent numai 10,0% din variabilele incluse în sondaj influențează satisfacția de viață sau CV la nivel zonal (restul 90% ale variabilelor vin din mediul macroeconomic). Or, la moment, în țara noastră satisfacția de viață este cel mai mult dependentă de veniturile populației. Odată cu schimbările care vor interveni pe parcursul implementării politicilor publice adecvate situației economice din țară și efectuării reformelor respective, nivelul de trai în țară va crește, provocând modificarea structurii factorilor ce determină vectorul CV, ceea ce confirmă veridicitatea noului concept propus de autor.

## NOTE

<sup>1</sup> În 2010 UE a decis extinderea gradului de preferințe comerciale pentru produsele agroalimentare ale Republicii Moldova, inclusiv pentru vinurile din struguri proaspeți, cu titru alcoolic volumic existent de maximum 15%, altele decât vinurile spumoase, fiind denumite „GSP+”. Astfel, 7200 grupe de produse au obținut acces liber, fără aplicarea taxelor vamale pe piața UE, ceea ce constituie circa 87,77 % din exporturile țării noastre către UE. Din cadrul țărilor CSI, doar Moldova și Georgia beneficiază de astfel de preferințe comerciale. UE a acordat „GSP+” doar pentru 15 țări. Pentru a beneficia de sistemul „SGP+” al Comunității Europene trebuie să fie îndeplinite trei condiții: mărfurile trebuie să fie originare dintr-o țară beneficiară, acestea trebuie să fie transportate direct din țara beneficiară în Comunitatea Europeană și să fie prezentată o dovadă a originii (certificatul de origine Forma A, eliberat de autoritățile competente din țările beneficiare). Totodată, „SGP+” este aplicat cu condiția ca volumul exportului în UE să nu depășească 15% în importurile europene...[<[www.mec.gov.md](http://www.mec.gov.md)>, vizitat la 14.05.2012].

## BIBLIOGRAFIE

1. Barometrul de Opinie Publică. Republica Moldova: CIVIS, aprilie 2012, 97 p.
2. Gorobievski S. *Concepte manageriale privind calitatea vieții*. În: Anale ale Universității „Spiru Haret,” Seria Economie, 2008, vol. 3, nr. 8. București: România de Mâine, 2006, p. 121-132. ISBN 978-973-263-230-8
3. Gorobievski S., Cojuhari A. *Conceptul managementului calității vieții/ Development*

*of the concept of quality of life management.* În: „Economica,” 2011, nr. 2, p. 26-39. ISBN 1810-9136

4. Gorobievski S. *Evaluarea calității vieții la nivelul întreprinderilor vinicole din Republica Moldova.* În: „Creșterea economică în condițiile globalizării.” Materiale ale Conferinței internaționale științifico-practice, ediția a VII-a, vol. 3, Chișinău, 18-19 octombrie 2012. Chișinău: I.E.F.S., p. 374-382. ISBN 978-9975-4381-1-7.

5. Stratan A., Țurcan P. *Organizarea muncii și a producției agricole.* Chișinău: A.Ș.M., 2006, 384 p. ISBN 978-9975-944-99-1

6. *Strategia Națională de Dezvoltare a Republicii Moldova 2012-2020.* Chișinău: Guvernul Republicii Moldova, 2010, 61 p.

7. *Studiul privind dezvoltarea organizațiilor neguvernamentale din Republica Moldova.* Chișinău: P.N.U.D. - Soros „Moldova,” 144 p. ISBN 978-9975-80-095-2.

8. Bugaian L., Gheorghiuță M., Nistor D. *Analysis of the industry potential of the Republic of Moldova.* Annals of „Dunarea de Jos” University of Galati, Fascicle I – 2010. Economics and Applied Informatics. Years XVI – no. 2. ISSN 1584-0409

**Prezentat:** 30 octombrie 2013.

**E-mail:** gsvetic@gmail.com