

IMPACTUL GLOBALIZĂRII PRIN MULTICULTURALITATEA INDUSTRIEI TURISMULUI ȘI OSPITALITĂȚII

BUZDUGAN Adriana, Dr., conferențiar universitar

Universitatea de Stat din Moldova

DIACONU Svetlana, doctorandă

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract

THE IMPACT OF GLOBALIZATION THROUGH THE MULTICULTURALISM OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Globalization, as a worldwide phenomenon, has affected practically all areas of social life, especially in the post-war period. The purpose of this study is to identify the phenomenon of globalization and multiculturalism, their effects and influencing factors on the tourism and hospitality industry.

Keywords: *Globalization, multiculturalism, tourism, hospitality*

JEL: *F63, Z32, Z13.*

Introducere

Fiind o industrie globală, turismul implică întâlniri interculturale. Globalizarea, în calitate de fenomen de nivel mondial, a afectat practic toate domeniile vieții sociale, mai ales în perioada postbelică. Acest concept a fost definit de nenumărate ori, ceea ce arată că complexitatea acestui concept, atât în știință, cât și în literatură, a inițiat abordări diverse. Conform Dicționarului Britanica multiculturalismul este concepția conform căreia culturile, rasele și etniile, în special cele ale grupurilor minoritare, merită o recunoaștere specială a diferențelor lor în cadrul unei culturi politice dominante. Însă, odată cu extinderea fenomenului de globalizare, natura multiculturală a societății noastre a fost ignorată. Majoritatea țărilor nu au reușit să profite de avantajele prezenței multiculturalității. Fapt ce a dus la interpretarea reticentă a globalizării, fiind privită ca un fenomen distructiv al diverselor culturi minoritare, care în timp își recapătă o atenție sporită, în special în industria turismului, ceea ce permite promovarea autenticității destinațiilor turistice prin valorificarea diversității culturale ale localnicilor.

Conținut și rezultate

În anul 2000, Fondul Monetar Internațional, explica conceptul de globalizare drept un proces ce implică evoluția interconectării lumii, reflectată prin fluxuri extinse de informații, tehnologie, capital, bunuri, servicii și persoane. Globalizarea descrie procesul prin care economiile naționale și regionale, societățile și culturile au devenit integrate prin rețeaua globală de comerț, comunicare, migrație și transport [11]. Cu toate acestea, globalizarea include, și tot odată depășește, o simplă internaționalizare a piețelor. Încă în anul 1990, sociologul Martin Albrow, în colaborare cu Elizabeth King definea globalizarea drept toate procesele prin care oamenii din întreaga lume sunt înglobați într-o singură societate mondială [1, p.31], dar la fel și drept o intensificare a relațiilor sociale internaționale ce legă localitățile amplasate la o distanță îndepărtată într-un așa mod, în care evenimentele locale sunt formate de alte evenimente ce au loc la mii de kilometri distanță și invers [9, p.52].

Globalizarea, ca un proces de integrare internațională ce rezultă din intersectarea viziunilor, produselor, ideilor și ale altor aspect culturale mondiale, este un concept mult mai larg decât cel al globalizării economice. În perspectiva aceasta mai largă, globalizarea poate fi descrisă drept un proces multidimensional, care are loc simultan în cadrul mai multor domenii și anume ale

economiei, ale politicii și ale dezvoltării tehnologice - în special mass-media și tehnologiile de comunicații și de transport - de schimbări de mediu, schimbări sociale și culturale [2, p.7; 3, p.372].

Adeptii globalizării susțin că globalizarea promovează creșterea economică, creează noi locuri de muncă, face ca companiile să fie mai competitive și mărește asortimentul produselor pentru consumatori, astfel reducând prețul produselor. Corporațiile transnaționale, cu sediile într-o țară și cu blocul administrativ în cu totul altă țară, ori cu filiale în diferite țări, sunt numite drept *inter alia*, ele punând baza diseminării cunoștințelor tehnice și educaționale, îmbunătățirea comunicării globale și a transportului, crearea noilor piețe pentru firme și țări, generează inovația și îmbunătățește calitatea produselor, promovează ideile democratice și schimbul cultural, dar și înțelegerea la nivel internațional [12, p. 111]. Și cum acest fenomen este de amploare, pe lângă adepti, mai sunt și mulți critici ce susțin că globalizarea, pe de altă parte, generează veniturile inegale, distruge industriile locale și creează o dependență mare a economiilor în curs de dezvoltare față de cele dezvoltate, cu efecte negative asupra micilor afaceri [13, p. 218]. Efectele negative la nivel local includ creșterea prețurilor la bunuri de consum și servicii, creșterea prețurilor la terenuri și locuințe dincolo de accesibilitatea locală și a crescut cererile privind serviciile publice și facilități. Unii critici înaintează afirmații chiar și mai puternice, cum ar fi faptul că efectele globalizării, prin intermediul corporațiilor transnaționale, includ deplasarea popoarelor indigene de pe terenurile lor de origine, abuzul drepturilor umane, salarii inegale, modificarea culturilor și degradarea mediului [4, p. 9].

Cum a fost menționat la început, globalizarea este un fenomen de amploare și atât criticile pozitive, cât și cele negative au dreptul de a exista. Cert este faptul că, globalizarea în scurt timp a reușit să penetreze și să acopere mai multe domenii, cum ar fi cel economic, politic și social. De aceea acest fenomen necesită monitorizare și un control minuțios, într-o păstrare a caracterului de durată și pentru a reduce efectele negative ale acestuia la minim.

Globalizarea fiind un fenomen vast, a influențat de asemenea și sectorul turistic. Și ca oricare fenomen de amploare, acesta necesită câțiva factori ce i-ar asigura buna funcționare. În linii generale, pot fi identificate 5 forțe principale ce influențează procesul de globalizare. Aceste 5 forțe în continuare vor fi numite FACTORI și vor fi reprezentate schematic în *Figura 1*.

Pentru a putea forma o imaginea mai amplă despre acești factori, în continuare vom prezenta o scurtă analiză și descriere a acestora.

Factori Economici: Globalizarea determină integrarea sistemelor economice naționale, inclusiv creșterea sporită a comerțului cu bunuri și servicii, cu capacitatea de a transporta liber peste frontiere bunuri și servicii în așa mod sporind volumul comerțului mondial.

Centrul de gravitație a economiei mondiale oscilează între vest și este, și între nord și sud. Creșterea rapidă a veniturilor în cadrul economiilor emergente creează noi piețe și noi surse de concurență. Iar economiile emergente ca China și India aduc această creștere și în comerț. Creșterea veniturilor în cadrul economiilor emergente va crea noi piețe și noi surse de concurență. Este posibil ca lanțurile de aprovizionare globală să se extindă, pe măsură ce economiile dezvoltate integrează piețele emergente în lanțurile lor de aprovizionare pentru a concura în noul tablou global [15, p.20].

Creșterea mobilității capitalului servește drept un impuls pentru globalizare. Piețele financiare internaționale au îmbunătățit accesul firmelor la sursele de finanțare externă, făcând ca firmele să-și deschidă filiale în străinătate, dar de asemenea să și să investească în străinătate și să repatrieze profiturile. Accesul mai ușor la capitalul străin și creșterea investițiilor străine directe asigură baza pentru înlocuirea importurilor și promovarea exporturilor pentru a genera piețe competitive. Globalizarea poate fi privită drept un pilon de creștere economică pentru economiile în curs de dezvoltare. Prin investițiile străine directe și investițiile de portofoliu, companiile transnaționale pot ajuta țările în curs de dezvoltare să-și îmbunătățească balanța de plăți cu o infrastructură financiară critică pentru dezvoltarea economică și socială.

Integrarea treptată a Chinei, Indiei și a altor țări în curs de dezvoltare în economia globală a dus la apariția a sute de mii de persoane apte de muncă ce pot fi angajați pe o piață a muncii mai

integră și mai interdependentă [7, p. 110; 12, p.117]. Și dacă globalizarea este privită drept sursa apariției noilor locuri de muncă în țările în curs de dezvoltare, ea este la fel considerată și motivul șomajului în țările industrializate, luând în considerație că forța de muncă este mai ieftină în țările în curs de dezvoltare.

Factori Tehnologici : Globalizarea economiei și schimbările tehnice inevitabile necesită o forță de muncă și mai competentă. Creșterea fluxului bidirecțional al muncitorilor calificați în țările în curs de dezvoltare și cele dezvoltate, mărirea numărului persoanelor cunoscătoare a computerelor, forța de muncă, din unele țări în curs de dezvoltare, orientate spre informarea continuă și eforturile corporațiilor globale de a avea la dispoziție operațiuni high-tech au dus la dezvoltarea noilor tehnologii.

Profesorul Universității Tehnice din Syney, Larry Dwyer, susținea că dezvoltare tehnologiilor informaționale și de comunicație nu au făcut decât să accelereze globalizarea, reducând costurile de operare și făcând din punct de vedere economic mai fezabil ca o firmă să localizeze filiale în diferite țări. Tot tehnologiile sunt cele ce fac posibilă producerea de servicii personalizate pe scară largă la prețuri competitive.

Internetul, ca o parte integrată a tehnologiilor, și rețelele de socializare relatate la acesta reprezintă o dezvoltare vitală pentru toate industriile, întru-cât consumatorii le utilizează drept instrument de acumulare al informațiilor privind destinații, produse sau servicii. Serviciile internet ca Facebook, YouTube, Instagram, Skype s-au bucurat de o mare creștere a utilizatorilor, ele fiind drept un pilon în comunicare interculturală. Mediul online a dus la apariția unor noi riscuri, dar tot odată și a noilor oportunități în practic toate industriile. Cu ajutorul internetului oameni au acces la o bază mare de date informaționale, ceea ce le asigură accesibilitatea la un număr mare și divers de surse de informare, iar aceasta irefutabil reprezintă un mare avantaj, atât pentru consumatori, cât și pentru deținătorii de afaceri [18].

Dezvoltările tehnologice din sectorul transporturilor, mai ales cel avia, au mărit mobilitatea oamenilor, astfel aceștia sunt capabili să parcurgă mari distanțe în condiții mai rapide și mai confortabile.

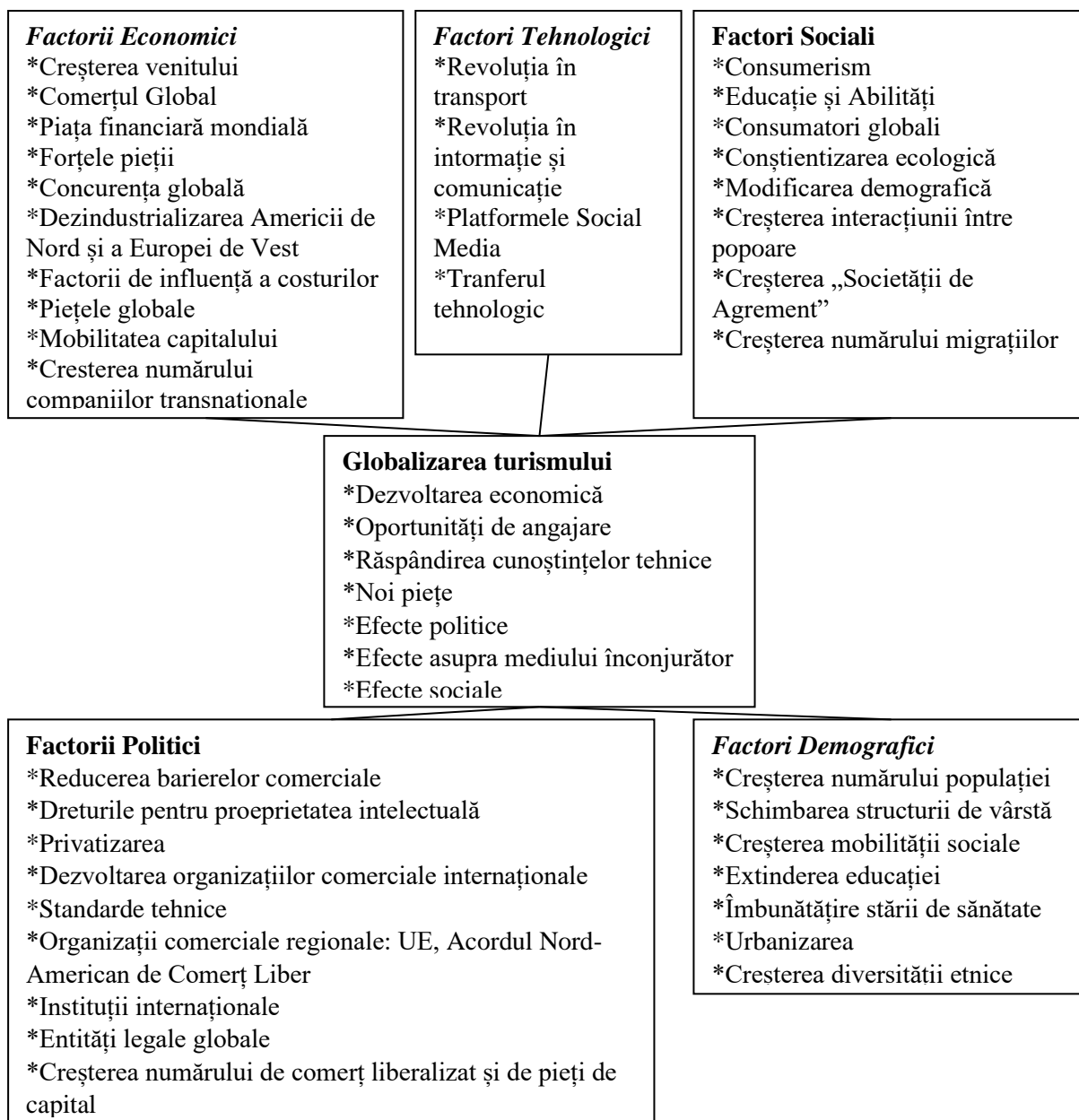


Figura 1. **Cinci factori ce influențează procesul de globalizare**

Sursa: *elaborată de autori*

Factorii Demografici: Schimbările demografice semnificative au avut efecte profunde asupra majorității instituțiilor sociale. În acest sens, cei mai importanți factori rămân a fi creșterea numărului populației, schimbarea structurii populației pe vârstă, rata fertilității și îmbunătățirea asistenței medicale. Standardele înalte ale asistenței medicale din țările dezvoltate au făcut posibilă creșterea longevității. În țările dezvoltate populația cu vârstă înaintată prevalează, pe când în țările în curs de dezvoltare populația tânără este în număr mai mare. Odată cu creșterea longevității în țările dezvoltate, crește și numărul populație vârstnice, mai ales în zona urbană [6].

Creșterea populației în contextul globalizării au făcut ca peste tot în lume să crească și rata urbanizării. Se preconizează că până în 2020, mai mult de 60% din populația globală să locuiască în orașe, iar numărul orașelor mari, megapolis-uri, cu numărul de populație mai mare de 10 milioane de oameni, să crească până la 30% [17, p. 87].

Alte tendințe demografice importante sunt : creșterea nivelului educației, o societate mai colorată din cauza migrației, schimbarea valorilor consumatorilor și schimbarea rolului femeii în

societate [6, p.72]. Schimbările demografice influențează direct stilul de viață al oamenilor, serviciile pe care le cer și structura și funcția pieței muncii.

Factorii Sociali: Conectivitatea internațională este într-o creștere continuă, tot ea și modelează viața modernă, reducând în continuare constrângerile limitelor fizice și extinderea domeniului geografic al rețelelor sociale. Această schimbare socială este legată de creșterea conectivității între oameni și țări peste tot în lume, la fel făcând să crească și gradul de informare al oamenilor despre aceste inter-conectări [8, p.38].

Hopper vorbea în anul 2007 despre „globalizarea culturală”, spunând că: „transmiterea ideilor, valorilor peste tot în lume poate fi privită drept o globalizare culturală”. Acest proces este marcat de consumul comun de culturi care a fost difuzat de Internet, cultura populară și călătoriile internaționale. Circuitul culturilor permite indivizilor să ia parte la extinderea relațiilor sociale în afara țării lor de origine [10, p.62]. Prin urmare putem afirma că globalizarea influențează pozitiv viața socială și culturală a societăților moderne. Paralel cu schimbările demografice au loc și schimbări în valorile și necesitățile oamenilor, astfel oamenii tind să-și dorească o viață mai bună, să aibă parte de o educație mai calitativă, dar și o îngrijire medicală la nivel.

Globalizarea comerțului și a industriei, a rețelelor educaționale, a rețelelor sociale, a mass-mediei și a societății civile a generat o generație mult mai internațională în perspectiva sa decât oricare altă dată. Acest lucru este demonstrat prin numărul membrilor organizațiilor internaționale, studierea în străinătate, participarea la campaniile privind drepturile omului și așa mai departe [19, p.32]. În legătură cu aceasta, migrația și mișcarea oamenilor - fie de la mediul rural în mediul urban sau migrația între țări - a devenit o caracteristică proeminentă a procesului de globalizare. Imigrația între țări a crescut, de asemenea, oferind mai multe oportunități la nivel mondial pentru ca oamenii să poată avea acces la locuri de muncă.

Factori Politici: Factorii Politici ai globalizării includ creșterea liberalizării comerțului și pieței de capital. Organismele internaționale, cum ar fi Organizația Mondială a Comerțului (OMC) și Fondul Monetar Internațional (FMI), au facilitat globalizarea prin reducerea barierelor comerciale (cum ar fi tarifele și subsidiile) și dereglementarea piețelor financiare mondiale. Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) și sprijinul acordat de Banca Mondială au continuat liberalizarea comerțului prin dezvoltarea blocurilor comerciale, a politicilor de împrumut și de reducere a datoriei.

Există o presiune politică continuă pentru un nivel de trai mai înalt în societățile în curs de dezvoltare, cu o clasă mijlocie din ce în ce mai mare care creează un ciclu de aspirații crescânde. O expansiune rapidă a sectorului privat, în multe economii emergente, împreună cu dereglementarea și privatizarea, stimulează creșterea economică prin generarea unor presiuni concurențiale pentru utilizarea mai eficientă a resurselor [6, p.69].

Toate acestea descriu doar o parte din caracteristica factorilor politici față de globalizare, întreg proces fiind mult mai amplu și mult mai complex. Complexitatea procesului de globalizare a atins inevitabil și sectorul turistic. Tendința spre o creștere a globalizării susține creșterea turismului, pe măsură ce oamenii de pe piețele majore au devenit din ce în ce mai internaționali și mai cosmopolitani în sinea lor. Acum putem urmări un fel de efect al globalizării asupra industriei turistice.

Turismul prezintă un potențial important de dezvoltare. Această constatare rezultă din faptul că turismul conectează atât vânzările de bunuri și servicii, cum ar fi cazarea, transportul, divertismentul, vânzările de produse agricole etc. Un lucru important este faptul că turismul permite consumatorului să meargă direct la producător fără a apela la intermediari, astfel chiar și cea mai mică tranzacție face parte din economia globală. Orice vânzare de bunuri sau servicii către turiștii străini are în mod semnificativ un efect pozitiv asupra micilor întreprinderi, care altfel nu ar fi în măsură să facă față concurenței lanțurilor globale de aprovizionare [16, p.11].

Datorită globalizării sectorului turistic putem observa o mică creștere în economiile în curs de dezvoltare, dar și mărirea numărului locurilor de muncă, deoarece sectorul turistic nu se referă

strict la agenții de turism sau tur-operatori, dar includ la fel și unitățile de cazare din industria ospitalității. Și cum orice progres nu poate trece fără a realiza un șir de schimbări majore, e nevoie de menționat că odată cu apariția unui mare număr de locuri de muncă în acest sector, a apărut și necesitatea de a cere noi competențe de la angajați. Globalizarea este asociată cu o mobilitate sporită a forței de muncă, pentru că internetul oferă posibilitatea de angajare la nivel internațional. Dacă e să ne referim strict la sectorul turistic, putem urmări tendința de angajare a oamenilor cu competențe lingvistice avansate, persoane ce ar putea oferi training-uri de limbi străine și persoane ce ar putea oferi training-uri cu privire la lucrul în medii culturale diferite [6].

Astfel putem observa efectele factorilor globalizării au un mare impact și asupra sectorului turistic. Poate chiar sectorul turistic resimte mai puternic efectele globalizării, întrucât prin intermediul călătoriilor are loc interacțiunea dintre diversele culturi și popoare ale globului. Turismul împreună cu Internetul și rețelele de socializare face procesul de răspândire a informațiilor mai ușor, dar la fel și permite oamenilor să facă schimb de experiențe și cunoștințe.

Și cum factorii globalizării nu par să se amelioreze, provocările pe care le întâlnește sectorul turistic sunt impresionante. Așa cum au susținut unii critici, printre care și sociologul Pollock, turismul de masă trimite semne de încetinire din cauza globalizării de aceea este foarte mare probabilitatea că o schimbare completă a paradigmei să fie necesară pentru ca turismul la nivel global să se dezvolte într-un mod durabil. Această schimbare de paradigmă presupune înlocuirea "eticii de creștere" sau a "mentalității industriale" care stă la baza dezvoltării turismului cu o "mentalitate de sustenabilitate" care cere atât gazdei, cât și oaspeților să identifice ceea ce este cu adevărat apreciat sau dorit și să includă elementele identificate în dezvoltarea turismului [14].

Totuși globalizarea sectorului turistic, la fel ca și a altor sectoare, se datorează în mare parte și limbilor străine, care sunt privite drept un instrument principal al globalizării. Ba chiar la un moment dat a început să se vorbească și despre „Globalizarea Limbii”.

Dacă e să privim evoluția utilizării limbilor străine în calitate de instrument al globalizării, putem observa că pe parcursul mai multor decenii limba utilizată intensiv de întreg globul pământesc s-a schimbat. Spre exemplu în secolul 17 limba de circulație internațională era considerată latina, care era limba utilizată de cărturari. La mijlocul secolului 19, pe larg era utilizată germana, limba vorbită de imperiul Habsburgic. Sfârșitul secolului 19 este marcat de limba franceză, care era considerată drept limbă vorbită de elitele din întreaga lume. Sute de ani mai târziu, odată cu creșterea puterii URSS pe larg era vorbită rusa. Totuși în secolul 21 limba engleză se consideră limbă de circulație internațională, este predată în majoritatea instituțiilor de învățământ, pe larg este utilizată în business și politică, în transport, comunicații, și în domeniul tehnologic [5, p. 138].

În contextul utilizării limbii engleze, ca limbă globală, putem afirma că aceasta nu a ocolit nici sectorul turistic și nici cel al ospitalității. Putem observa tendința utilizării indicatoarelor turistice în engleză chiar și în țări care aparent nu au nici o tangență cu această limbă, la fel indicatoare ca „Reception” pot fi văzute practic în toate hotelurile de pe acest glob, chiar și meniul este de obicei tradus în engleză, iar personalul Front Office poate interacționa cu clienții străini utilizând engleza [5, p. 2]. Toate acestea doar demonstrează că limbile străine sunt un instrument ce facilitează procesul globalizării și care permit interacțiunea oamenilor din toate colțurile lumii, indiferent de domeniu.

Concluzii

În concluzie putem afirma că procesul de globalizare și-a lăsat amprenta pe toate sectoarele economice, în deosebi efectele acesteia pot fi observate în industria ospitalității și turism. Odată cu globalizarea a fost facilitată și procesul de a călători, ceea ce a dus la mărirea numărului de persoane ce au început să practice activitatea de turism. Vorbind de sectorul turistic, nu poate fi ignorată și importanța industriei hoteliere în acest context, întrucât industria hotelieră deși reprezintă o activitate aparte, totuși aceasta este strâns legată de activitatea turistică și depinde de aceasta în mare parte. Conținutul industriei hoteliere a evoluat paralel cu dezvoltarea capacităților de cazare și implicarea lor în activitatea turistică, îmbogățindu-se cu noi funcții și forme de prestații. Conexiunea

dintre activitatea turistică și industria hotelieră este considerată complexă, de profunzime și se desfășoară în ambele sensuri. Pe de o parte industria hotelieră se dezvoltă ca rezultat al circulației turistice, pe de altă parte, dezvoltarea turismului este condiționată de existența unor spații de cazare, de gradul de echipare și nu în ultimul rând de calitatea și varietatea prestațiilor oferite. În acest context este clar că globalizarea a influențat și dezvoltarea industriei ospitalității, măbind concurența pe piața hotelieră și adăugând noi condiții de angajare.

Globalizarea drept un proces de amploare a generat schimbări semnificative în industria ospitalității și în turism, dând undă verde multilingvismului și accentuând importanța comunicării interculturale. Cum a fost specificat mai sus, odată cu dezvoltarea procesului de globalizare s-a mărit și numărul de călători, iar dorința de a descoperi culturi noi, îndepărtate a generat problema comunicării și a creat dificultăți de comunicare și înțelegere reciprocă. Astfel, persoane de pe continentul european au ajuns să viziteze culturi îndepărtate, cum ar fi cele africane, sau cele din Asia prin intermediul practicării turismului. Iar cum primul contact cu o nouă cultură este stabilit, în majoritatea cazurilor, la hotel, angajatorii au început din ce în ce mai mult să pună accentul pe cunoașterea limbilor străine.

Bibliografie:

1. ALBROW, M., & KING, E. (Eds.) (1990). *Globalization, knowledge and society*. Ed: Sage, UK. 292 p.
2. AL-RODHAN, N. R. F., & STOUDEMANN, G. (2006). *Definitions of globalization: A comprehensive overview and a proposed definition*. Ed: GCSP. 21 p.
3. BRIDGES, G. (2002). *Grounding globalization: The prospects and perils of linking economic processes of globalization to environmental outcomes*. *Economic Geography*, 386 p.
4. CHAVEZ, R. (1999). *Globalization and tourism: Deadly mix for indigenous peoples*. *Third World Resurgence*. 103 p.
5. CRYSTAL, D. (2003). *English as a Global Language*. 2nd Ed. Cambridge: Cambridge University Press. 229 p., p. 138
6. DWYER, L. (2003). *Trends Underpinning tourism to 2015: an analysis of key drivers for change*. *International Journal of Tourism Sciences*, 3, 82 p.
7. FIREBAUGH, G., & GOESLING, B. (2004). *Accounting for the recent decline in global income inequality*. *American Journal of Sociology*, 312 p.
8. GERKOVICH, P. (2005). *Generation X and work-life/values*. *The Network News, Sloan Work and Family Research Network* 7, no. 2. Preluat de pe: <https://www.uschamberfoundation.org/sites/default/files/article/foundation/MillennialGeneration.pdf> . 40 p.
9. GIDDENS, A. (2002). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Ed: Routledge. 124 p.
10. HOPPER, P. (2007). *Understanding cultural globalization*. Cambridge: Polity Press. 240 p.
11. International Monetary Fund (IMF). (2000). *Globalization: Threats or opportunity?* Retrieved from <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/041200to.htm>
12. MEETHAN, K. (2004). *Transnational corporations, globalization, and tourism*. In A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Eds.), *Companion to tourism* London, UK: Blackwell 121 p.
13. MOWFORTH, M., & MUNT, I. (Eds.) (2009). *Tourism and sustainability: Development, globalization and new tourism* (3rd ed.). Abingdon: Routledge. 448 p.
14. POLLOCK, A. (2012). *Conscious travel: Signposts towards a new model for tourism*. Paper presented at 2nd UNWTO Ethics and Tourism Congress, September 12th, Quito.
15. SONG, H., LIU, J., & CHEN, G. (2013). *Tourism value chain governance: Review and prospects*. *Journal of Travel Research*, 52 p.
16. UNCTAD. (2007). *FDI in Tourism: The Development Dimension*. New York, Geneva: United Nations. Retrieved March 7, 2015, din: http://unctad.org/en/Docs/iteiia20075_en.pdf , 186 p.
17. UN-Habitat. (2004). *The state of the world's cities 2004/2005: Globalization and urban culture*. London: Earthscan. 193 p., p. 87
18. UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). (2002). *Tourism 2020 vision*. Volume. 7: *Global forecasts and profiles of market segments*. Madrid: UNWTO.
19. WELZEL, C. (2013). *Evolution, empowerment and emancipation*. *World Values Research*, 50 p.

Corresponding authors

BUZDUGAN Adriana ID ORCID: 0000-0002-1551-7964, adriana.bzudgan@usm.md

DIACONU Svetlana ID ORCID: 0000-0002-9771-8259, svetlana.diaconu@usm.md