



INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETĂRI ECONOMICE

*Tatiana GUTIU*



**MANAGEMENTUL EVALUĂRII COMPETITIVITĂȚII  
BUNURILOR ÎN CONTEXTUL PERFEȚIONĂRII  
POLITICII COMERCIALE**

CHIȘINĂU, 2022

INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETĂRI ECONOMICE

**Tatiana GUTIUM**

**MANAGEMENTUL EVALUĂRII COMPETITIVITĂȚII  
BUNURILOR ÎN CONTEXTUL PERFEȚIONĂRII  
POLITICII COMERCIALE**

CHIȘINĂU, 2022

**CZU 339.137.24**

**G 98**

**Monografia a fost recomandată pentru publicare de către Consiliul Științific al INCE la ședința din 15 noiembrie 2022 (proces-verbal nr. 6).**

**Recenzenți:**

**Rodica Perciun**, dr. hab., conf. cerc., INCE

**Maria Hămuraru**, dr., conf. univ., USM

**Oxana Livețchi**, dr., conf. univ., UCCM

**Redactor științific:**

**Angela Timuș**, dr., conf. cerc., INCE

**Autor:**

**Tatiana Gutium**

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA

**Gutium, Tatiana.**

Managementul evaluării competitivității bunurilor în contextul perfecționării politicii comerciale / Tatiana Gutium ; redactor științific: Angela Timuș ; Institutul Național de Cercetări Economice. – Chișinău : INCE, 2022. – 190 p. : fig., tab.

Bibliogr.: p. 137-155 (198 tit.). – 20 ex.

ISBN 978-9975-3385-9-2. – ISBN 978-9975-3590-0-9 (PDF).

339.137.2:005.6

G 98

ISBN 978-9975-3385-9-2. . – ISBN 978-9975-3590-0-9 (PDF).

DOI <https://doi.org/10.36004/nier.2022.978-9975-3590-0-9>

Institutul Național de Cercetări Economice, 2022, [www.ince.md](http://www.ince.md)

## CUPRINS

<b>LISTA ABREVIERILOR .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCERE.....</b>	<b>6</b>
<b>Capitolul 1. ASPECTE TEORETICO-METODOLOGICE ALE COMPETITIVITĂȚII ȘI ALE MANAGEMENTULUI COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR .....</b>	<b>10</b>
1.1. Abordarea teoretică a conceptelor de competitivitate și management al competitivității bunurilor .....	10
1.2. Delimitări conceptuale ale teoriilor conexe competitivității .....	21
1.3. Instrumentarul de evaluare a competitivității bunurilor.....	31
<b>Capitolul 2. EVALUAREA COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR PRIN PRISMA POLITICII COMERCIALE .....</b>	<b>41</b>
2.1. Analiza experienței principalilor parteneri comerciali ai Republicii Moldova privind politica comercială promovată.....	41
2.2. Analiza practicii naționale în formarea politicii comerciale .....	51
2.3. Diagnosticarea competitivității bunurilor și interdependența acesteia cu politica comercială.....	66
<b>Capitolul 3. DIRECȚII DE PERFEȚIONARE A MANAGEMENTULUI EVALUĂRII COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR ÎN CONTEXTUL POLITICII COMERCIALE NAȚIONALE .....</b>	<b>86</b>
3.1. Modelul descriptiv al evaluării și modelul de gestionare a competitivității bunurilor .....	86
3.2. Elaborarea și aplicarea indicatorilor de cuantificare a competitivității bunurilor.....	101
3.3. Recomandări privind direcțiile de perfecționare a politicii comerciale a Republicii Moldova .....	116
<b>CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI .....</b>	<b>131</b>
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>137</b>
<b>ANEXE.....</b>	<b>156</b>

## LISTA ABREVIERILOR

<b>AIPA</b>	– Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură
<b>ANRE</b>	– Agenția Națională pentru Reglementare în Energetică
<b>BDI</b>	– Baza de Date Internaționale
<b>BNS</b>	– Biroul Național de Statistică
<b>B2B</b>	– Business to Business (E-commerce)
<b>B2C</b>	– Business to Consumer (E-commerce)
<b>CAEM</b>	– Clasificatorul Activităților din Economia Moldovei
<b>CE</b>	– Comisia Europeană
<b>CEE</b>	– Comunitatea Economică Europeană
<b>CIF</b>	– Cost, Insurance and Freight
<b>CMAC</b>	– Centrul de Metrologie Aplicată și Certificată
<b>CNU</b>	– Carta Națiunilor Unite
<b>CSCI</b>	– Clasificarea Standard de Comerț Internațional
<b>CSI</b>	– Comunitatea Statelor Independente
<b>CSPM</b>	– Clasificatorul statistic al produselor (bunurilor și serviciilor) al Republicii Moldova
<b>DB</b>	– Doing Business
<b>DCFTA</b>	– Deep and Comprehensive Free Trade Areas
<b>EBA</b>	– Everything But Arms
<b>ERP</b>	– Enterprise Resource Planning
<b>FEE</b>	– Fundația Est Europeană
<b>FNDAMR</b>	– Fondul Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural
<b>FOB</b>	– Free On Board
<b>FR</b>	– Federația Rusă
<b>ICG</b>	– Indicele Competitivității Globale
<b>IEC</b>	– International Electrotechnical Commission
<b>INS</b>	– Institutul Național de Statistică
<b>ISD</b>	– Investiții Străine Directe
<b>ISO</b>	– International Organization for Standardization
<b>LFI</b>	– Indicele Lafay
<b>LPI</b>	– Logistics Performance Index
<b>ME</b>	– Ministerul Economiei
<b>MI</b>	– Indicele Michaely
<b>NTS</b>	– Nomenclatura tarifară și statistică
<b>ONU</b>	– Organizația Națiunilor Unite

<b>PIB</b>	– Produsul Intern Brut
<b>RM</b>	– Republica Moldova
<b>RSCAF</b>	– Indicele Simetric al Avantajului Comparativ Relevat pe piața externă
<b>SCN</b>	– Sistemul Conturilor Naționale
<b>SEC</b>	– Sistemul European de Conturi
<b>SGP</b>	– Sistemul Generalizat de Preferințe
<b>SNAIPE</b>	– Strategia Națională pentru Atragerea Investițiilor și Promovarea Exporturilor
<b>S.R.L.</b>	– Societate cu Răspundere Limitată
<b>SUA</b>	– Statele Unite ale Americii
<b>SWOT</b>	– Strengths Weaknesses Opportunities Threats
<b>TUEE</b>	– Tratatul înființării Uniunii Economice Euroasiatice
<b>TV</b>	– Taxa Vamală
<b>TVA</b>	– Taxa pe Valoare Adăugată
<b>TVC</b>	– Tariful Vamal Comun
<b>UE</b>	– Uniunea Europeană
<b>UEE</b>	– Uniunea Economică Euroasiatică
<b>USD</b>	– Dolar American
<b>UV</b>	– Uniunea Vamală
<b>ZEL</b>	– Zonele Economice Libere

## INTRODUCERE

O economie națională competitivă și producătoare de bunuri competitive este garantul formării unei societăți durabile. Perioada de izolare economică temporară, cauzată de pandemie, a afectat economiile tuturor țărilor lumii. După ieșirea din carantină și restabilirea treptată a tuturor domeniilor economice, se așteaptă acutizarea concurenței pe piața mondială. Țările vor promova strategii de creștere economică, de sporire a securității economice, de majorare a exportului și de protejare a producătorului autohton. Ținând cont de faptul că resursele sunt limitate și epuizabile, la elaborarea strategiilor este necesar de determinat sectoarele prioritare. În acest scop, poate fi utilizat indicele competitivității, deoarece anume competitivitatea este una din caracteristicile de bază, care permite determinarea poziției pe piață, iar sporirea competitivității asigură victoria în lupta concurențială.

Instabilitatea economică și politică, criza energetică, a acutizat lupta concurențială pentru piețele de desfacere. În acest context, s-a creat situația când elaborarea noilor metode de gestiune, a noilor funcții și principii a devenit vitală atât pentru entități, cât și pentru economia națională. Modificările stridente din economie au creat premise pentru elaborarea managementului evaluării competitivității bunurilor, implementarea căruia ar asigura sporirea competitivității.

Acutizarea concurenței duce la sporirea complexității sarcinilor de gestiune, însă managementul competitivității bunului ca știință se află la etapa de formare, iar managementul evaluării competitivității bunurilor nu a fost studiat până în prezent. În procesul de reglare a economiei, organele de stat elaborează strategii de promovare a politicilor cu scopul asigurării dezvoltării sustenabile a economiei naționale. Organele de resort ale Republicii Moldova, la elaborarea strategiilor menționate, pun accentul pe sporirea competitivității micului business, dar ignoră competitivitatea bunurilor. În plus, ansamblul de indicatori, utilizați la evaluarea competitivității, ia în calcul un număr redus de factori de influență a competitivității bunurilor.

Altă problemă care a fost elucidată în cadrul acestei cercetări este lipsa unui concept al managementului evaluării competitivității bunurilor, bazat pe analiza ex-ante, orientat spre determinarea sectoarele prioritare, producătoare de bunuri cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă.

Lucrările științifice, elaborate de savanții străini și autohtoni, nu oferă o viziune amplă și multilaterală despre managementul competitivității bunurilor. Mai mult ca atât, până în prezent, nu au fost efectuate studii cu obiectul de cercetare orientat spre managementul evaluării competitivității bunurilor.

Scopul studiului constă în elaborarea unui nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor și a indicatorilor de cuantificare a competitivității bunurilor în vederea elaborării recomandărilor de perfecționare a politicii comerciale a Republicii Moldova. În contextul realizării scopului propus în monografie, au fost concepute următoarele obiective de cercetare:

- cercetarea conceptelor teoretice și metodologice din domeniu în contextul definitivării conceptului „competitivitatea bunului” și analizei critice a metodelor de evaluare a competitivității bunurilor;
- studierea și sintetizarea aspectelor teoretice și metodologice ale managementului evaluării competitivității bunurilor cu scopul elaborării unui concept nou și a etapelor de gestionare a evaluării competitivității bunurilor;
- diagnosticarea competitivității bunurilor autohtone pentru a determina bunurile care au înregistrat cel mai înalt avantaj comparativ;
- elaborarea și testarea unui model econometric de estimare a impactului comerțului exterior, inclusiv a exportului asupra creșterii economice;
- cercetarea și sistematizarea factorilor competitivității, utilizați la estimarea competitivității bunurilor în contextul determinării factorilor lipsă, pentru a elabora un nou algoritm de evaluare a competitivității bunurilor, care ia în calcul un număr maximal de factori;
- studierea și sistematizarea metodelor de evaluare a competitivității bunurilor cu scopul de a elabora un set nou de indicatori, care poate fi utilizat la determinarea sectoarelor prioritare și potențialului de export al bunurilor;
- analiza comparativă a politicilor promovate de principalii parteneri comerciali pentru identificarea celor mai avantajoase soluții de perfecționare a politicii comerciale a Republicii Moldova;
- analiza SWOT a politicii comerciale promovate de Republica Moldova cu scopul de a elabora măsuri de perfecționare a respectivei politici.

În calitate de suport teoretic și metodologic la efectuarea cercetărilor în cadrul compartimentului consacrat elaborării unui nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor, au fost studiile savanților străini și autohtoni, precum: Henri Fayol, Georgy Kleiner, Tanya Sammut-Bonnici, Henry Mintzberg, Cam Caldwell, Verl Anderson, Maria Gâf-Deac, Luciana Podaru, Raluca Mihălcioiu, Ioan Fotea, Igor Prisac, Silvia Fotea, Alexey Burov, Mihail Glazov, Irina Firova, Ludmila Ruzhanskaya, Irina Kotlyarevskaya, Ala Cotelnic, Alexandru Stratan, Rodica Perciun, Maria Oleiniuc, Andrei Cojuhari, Vasile Mamaliga, Sergiu Serduni etc.



La dezvoltarea și aprofundarea abordării conceptuale a competitivității bunurilor și elaborarea noilor indicatori de evaluare a competitivității au servit lucrările științifice ale economiștilor: Michael Eugene Porter, Steffan Linder, Michael Vivian Posner, John Harry Dunning, Raymond Vernon, Alex Hoen, Jan Oosterhaven, Bela Balassa, Michael Michaely, Thomas Vollrath, Gerard Lafay, James Proudman, Stephen Redding, Gary Clyde Hufbauer, Dan Voiculescu, Paul Krugman, Prestowitz Clyde, Rudolf Scharping, Jagdish N. Bhagwati, Grigore Belostecinic, Natalia Burlacu etc.

În studiul dat au fost utilizate următoarele metode empirice și teoretice: abstractizarea, metoda ascensiunii de la abstract la concret, comparația, măsurarea, analiza și sinteza, modelarea economico-matematică. În scopul determinării ramurilor prioritare au fost folosiți indicii elaborați pentru estimarea competitivității bunurilor pe piața externă și pe cea internă. Cu ajutorul indicelui Grubel-Lloyd au fost studiate modificările care au avut loc în structura exportului și importului, au fost identificate bunurile, ponderea schimburilor intraindustriale care se deosebesc considerabil de cele interindustriale. În cadrul cercetărilor efectuate a fost aplicat un set de indicatori, de exemplu, indicele Michaely, indicele Lafay etc.

În calitate de bază informațională au servit actele legislative și normative ale politicii comerțului exterior în vigoare și promovate de Republica Moldova, Uniunea Europeană, Uniunea Economică Euroasiatică și seriile de date statistice prezentate pe site-urile: Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, Băncii Naționale a Moldovei, Serviciului Statisticii de Stat din Ucraina, Ministerului de Finanțe din Ucraina, Institutului Național de Statistică din România, Serviciului Federal de Statistică din Federația Rusă, ale Eurostat, World Economic Forum, Uncomtrade etc.

Problema științifică importantă soluționată este fundamentarea unui nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor, care, în contextul restructurării economiei naționale, vizează determinarea sectoarele prioritare, producătoare de bunuri cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă și de bunuri cu potențial de export.

Noutatea și originalitatea științifică:

1. Elaborarea unui nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor;
2. Dezvoltarea unei noi abordări a conceptului de „competitivitatea bunului” în contextul eliminării lacunelor abordărilor existente;
3. Identificarea unui nou grup de factori de influență a competitivității bunurilor și includerea acestuia în clasificatorul nou creat;
4. Fundamentarea și elaborarea indicelui integral al competitivității

bunurilor, care ia în calcul factorii noi identificați;

5. Argumentarea și elaborarea unei noi abordări de evaluare a competitivității bunurilor care permite cuantificarea factorului calitativ;

6. Elaborarea unui nou set de indicatori, care poate fi utilizat la determinarea sectoarelor prioritare și a potențialului de export al bunurilor autohtone;

7. Elaborarea recomandărilor menite să contribuie la perfecționarea politicii comerciale a Republicii Moldova și să asigure creșterea competitivității bunurilor autohtone.

Relevanța teoretică a lucrării constă în sistematizarea abordărilor conceptuale privind esența competitivității bunului și a managementului evaluării competitivității bunurilor; clasificarea factorilor de influență a competitivității bunurilor, inclusiv a factorilor noi identificați; fundamentarea teoretică și metodologică a cuantificării factorului calitativ pentru evaluarea competitivității bunurilor; fundamentarea teoretică și metodologică a noilor algoritmi de calcul al competitivității bunului: algoritmul de calcul al indicelui integral al competitivității și algoritmul de calcul al indicelui compozit al avantajului comparativ.

Valoarea aplicativă constă în faptul că sunt elaborate obiective generale, obiective specifice și măsuri, care se recomandă a fie incluse în strategiile și programele de stat de promovare a exportului, de sporire a competitivității și sunt propuși indicatori de impact pentru stabilirea țintelor realizării obiectivelor, dar și indicatori de monitorizare a realizării obiectivelor. De asemenea, rezultatele cercetării pot fi utilizate pentru perfecționarea politicii comerciale, promovate de Republica Moldova. Studiul dat poate servi ca instrumentar pentru economiști la estimarea competitivității bunurilor, depistarea punctelor tari și slabe ale bunurilor oferite, în contextul elaborării măsurilor de sporire a competitivității, care ar asigura majorarea profitabilității activității de antreprenariat. Aplicarea indicatorilor elaborați ar permite organelor publice de resort (Ministerului Economiei) să determine sectoarele prioritare, dezvoltarea cărora ar asigura promovarea exportului și creșterea economică sustenabilă a Republicii Moldova.

# Capitolul 1. ASPECTE TEORETICO-METODOLOGICE ALE COMPETITIVITĂȚII ȘI ALE MANAGEMENTULUI COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR

## 1.1. Abordarea teoretică a conceptelor de competitivitate și management al competitivității bunurilor

Competitivitatea este una dintre cele mai importante caracteristici utilizate pentru a evalua eficiența activității economice la orice nivel al economiei, de la nivelul microeconomic până la nivelul mondoeconomic. Varietatea definițiilor competitivității, elaborate de diferiți autori, semnifică diferența percepției conceptului competitivitate, a ariei de cuprindere pe care o examinează autorii și a factorilor de influență luați în calcul. În lucrările științifice pot fi atestate abordări care au caracteristici comune, dar și opinii diametral opuse. Unii autori echivalează competitivitatea cu avantajul competitiv, iar alții consideră că competitivitatea și concurența nu pot coexista una fără cealaltă.

Termenul *competitivitate* poate fi utilizat în domeniul economic pentru a caracteriza avantajul bunurilor și serviciilor, entităților, ramurilor, regiunilor, economiilor naționale și uniunilor de țări. Acest termen este utilizat pe larg în management, marketing, economia unităților economice, economia regională, în comerțul internațional și în alte domenii de studii. Ca rezultat, în literatura științifică se întâlnesc diverse definiții ale competitivității, care diferă în funcție de obiectul de cercetare și scopul urmărit.

*O definiție unică, cu care sunt de acord toți specialiștii în domeniu, nu există. În special savanții se axează pe cercetarea competitivității entităților și nu a bunurilor, ca urmare, nu este suficient abordat conceptul competitivitatea bunului. În plus, nu există o abordare comună a metodelor de evaluare și formare a competitivității. Soluționarea acestor probleme reprezintă unele din obiectivele înaintate de autor în prezentul studiu.*

Michael Eugene Porter, profesor de management strategic la Harvard Business School, consideră că „o definiție universală a competitivității, acceptată de toți economiștii, nu există” [181, p. 13], iar economiștii N.Safiullyn și L.Safiullyn susțin că „nici nu ar trebui să existe o astfel de definiție. Esența definiției competitivității depinde doar de faptul în raport cu care obiect de cercetare este elaborată” [186, p. 5].

În opinia autorului, o definiție universală în sens larg care să cuprindă majoritatea caracteristicilor nu poate fi elaborată, însă o definiție în sens restrâns care să cuprindă trăsăturile de bază poate fi elaborată. Aceasta din urmă (definiția universală) nu va intra în contradicție cu definițiile elaborate pentru abordarea competitivității la diferite nivele ale economiei.

În literatura de specialitate, percepțiile de competitivitate sunt derivate din teoria concurenței, deoarece competitivitatea se propagă anume în condiții de concurență. Michael Porter consideră că „pentru firme, competitivitatea înseamnă posibilitatea de a concura pe piața mondială în condițiile strategiei globale” [181, p. 13]. Deși concurența persistă în societatea umană în mai multe domenii: nu doar în economie, dar și în politică, știință, artă, cultură, totuși, termenul competitivitate nu poate fi utilizat în toate aceste domenii. Este falsă afirmația precum că un anumit obiect de artă este mai competitiv în raport cu altul, deoarece unul și același obiect de artă, în diferite perioade istorice, poate deține valori diferite. Sun bine cunoscute cazurile, când obiectul de artă a devenit faimos numai după moartea autorului. Prin urmare, concurența este un termen utilizat pe o scară mult mai largă decât termenul competitivitate.

Între competitivitate și concurență există o corelație directă. Numai entitățile care oferă bunuri mai competitive față de bunurile oferite de concurenți pot învinge în lupta pentru consumator [76]. În schimb monopolistul, deoarece nu are concurenți, nu tinde să ofere bunuri competitive și, în lipsa concurenței, este învingător și toți consumatorii potențiali îi aparțin.

Un concept-cheie în sistemul relațiilor competitive este categoria „avantaj competitiv”, utilizată pe larg de Porter, care a elaborat teoria avantajului competitiv, adică o superioritate asupra rivalilor în competiție. J.Lambin oferă conceptul și propria definiție pentru avantajul competitiv, altul decât conceptul lui Porter. Savantul consideră că „avantajul competitiv reprezintă caracteristici, proprietăți ale mărfii, care creează pentru firmă o anumită superioritate față de concurenții săi direcți. Aceste caracteristici pot fi cele mai diferite și se referă atât la marfă (la serviciul de bază), cât și la serviciile suplimentare, procesul de producție, formele de realizare, specifice firmei sau mărfii” [170, p. 277].

*În viziunea autorului, acest concept poate fi extins în felul următor: avantajul competitiv reprezintă caracteristici, proprietăți ale mărfii, care creează pentru entitate, atât în prezent, cât și în viitor, o anumită superioritate față de concurenții săi direcți. Dominația asupra concurenților constituie un avantaj competitiv numai dacă, în prezent, precum și în viitor, sunt/vor fi obținute volume de vânzări și profituri mai mari. **Obiectul studiat poate fi considerat mai competitiv, dacă are capacitatea de a transforma avantajele potențiale curente în avantaje reale viitoare.***

Potrivit opiniei lui G.Azoev și A.Celencov, „avantajul competitiv reprezintă superioritatea față de concurenți în domeniul economic, tehnic și organizațional de activitate al întreprinderii, care poate fi estimată cu ajutorul indicatorilor economici (profitul suplimentar, rentabilitatea, cota de pe piață, volumul vânzărilor)” [153, p. 48]. Opinia dată este susținută de mulți

cercetători, precum: E.Belî și S.Barașcov, care consideră că „competitive pe deplin pot fi considerate numai acele bunuri, care dispun de abilități diferite după natura sa, dar care sunt identice sau superioare abilităților bunului vândut, în condițiile unei piețe concurențiale” [154, p. 31].

Preocupările savantului francez J.Lambin vizează atât avantajul competitiv al bunurilor, cât și avantajul competitiv al entității. Ultimul este studiat anume prin prisma competitivității bunurilor. În studiul anului 2016, J.Lambin și C.Moerloose au abordat competitivitatea bunurilor ca o capacitate de a satisface cerințele consumatorilor [151]. Definiția elaborată nu ia în calcul perioada de timp și profitabilitatea bunului pentru producător.

Unii cercetători, la definirea competitivității, se bazează pe unele caracteristici tehnice și tehnologice ale bunului. Economistul P.Zavialov a definit competitivitatea ca termen economic, bazându-se pe definiția calității [167, p. 234]. În contextul cercetării, limitarea numai la un criteriu, fie și un criteriu de bază, poate duce la rezultate perverse. În cadrul unei piețe dintr-o țară, unde bunăstarea poporului este joasă, criteriul de bază utilizat de către populație este prețul, iar cele mai competitive devin entitățile care oferă bunuri mai ieftine. A.Azrilian definește competitivitatea ca „proprietatea bunurilor, serviciilor și subiectelor relațiilor economice de a activa pe piață în mod egal cu bunurile, serviciile sau subiectele concurente prezente pe piața dată” [198, p. 375]. Unul din neajunsurile esențiale ale definiției date constă în faptul că nu ia în calcul cerințele consumatorilor.

*Fiecare consumator, când analizează competitivitatea bunului, utilizează drept criteriu raportul preț-calitate. În opinia autorului, cu cât venitul disponibil al individului este mai mic, cu atât ponderea criteriului preț în acest raport va fi mai mare.*

Literatura modernă în domeniul de specialitate conține diverse definiții ale competitivității bunului economic. În general, competitivitatea comportă un caracter relativ, în primul rând, competitivitatea bunului economic se compară cu bunul similar al concurenților și, în al doilea rând, în contextul pieței în cauză. Rezultatele analizei abordărilor contemporane ale competitivității bunurilor sunt prezentate în Tabelul 1.1. Majoritatea abordărilor se bazează pe concurență.

Din șirul de definiții analizate, un număr redus din ele nu ia în calcul derularea în condiții de concurență, de exemplu cele elaborate de R.Fathutdinov și M. Zavyalova. Este greșită trecerea cu vedere a acestei caracteristici, deoarece dacă bunul analizat este oferit de oligopolist, atunci, în conformitate cu înțelegerea de cartel, cota de piață, deținută de acest bun, nu se va schimba chiar și în cazul când calitatea bunului scade.

**Tabelul 1.1. Sinteza definiției „competitivitatea bunurilor” abordată în literatura de specialitate**

<b>Autorul</b>	<b>Definiția competitivității bunurilor</b>	<b>Avantaje (definitorul ia în considerare)</b>	<b>Deficiențe (definitorul nu ia în considerare)</b>
<b>R.Fathudinov (2006)</b>	„proprietatea obiectului, caracterizată prin gradul de satisfacere a anumitor necesități în comparație cu obiectele analogice” [192, p. 213-214].	Inteligibilitatea în comparație; satisfacerea cerințelor consumatorilor.	Derularea în condiții de concurență; profitabilitatea bunului pentru producător; perioada de timp.
<b>N.Nagapetianț (2007)</b>	„totalitatea avantajelor produsului pe piață, care contribuie la realizarea lui în condiții de concurență” [174, p. 266].	Derularea în condiții de concurență; inteligibilitatea în comparație.	Cerințele consumatorilor; profitabilitatea bunului pentru producător; perioada.
<b>M.Montoussé et al. (2007)</b>	„capacitatea de a face față cerințelor în condiții de concurență” [152, p. 364].	Derularea în condiții de concurență.	Inteligibilitate în comparație; cerințele consumatorilor; profitabilitatea pentru producător, perioada.
<b>I. Lifiț (2009)</b>	„capacitatea de a corespunde cerințelor pieței, în comparație cu bunurile similare ale concurenților, în perioada analizată” [172, p. 13].	Derularea în condiții de concurență; inteligibilitatea în comparație; perioada; cerințele consumatorilor.	Profitabilitatea bunului pentru producător.
<b>L.Safiullyn, A.Safiullyn, B.Hazuahmetov (2011)</b>	„posesia proprietăților de a crea avantaje competitive” [185, p. 3].	Derularea în condiții de concurență; inteligibilitatea în comparație	satisfacerea cerințelor consumatorilor; profitabilitatea bunului pentru producător; perioada.
<b>Z.Kenzhebayeva, A.Toiganbayeva, S.Akhmetova, (2014)</b>	„capacitatea de a satisface necesitățile specifice ale cumpărătorilor în condiții de concurență și, astfel, vândute profitabil de producător” [119, p. 115].	Derularea în condiții de concurență; satisfacerea cerințelor consumatorilor; profitabilitatea pentru producător.	Inteligibilitate în comparație; perioada de timp.
<b>Al.Chursin, Y.Makarov (2015)</b>	„posibilitatea de distribuire a mărfurilor pe piețele interne sau externe în prezența concurenților” [81, p. 133].	Derularea în condiții de concurență.	Inteligibilitate în comparație; satisfacerea cerințelor consumatorilor; profitabilitatea pentru producător, perioada.
<b>M. Zavyalova (2017)</b>	„o caracteristică complexă care ia în calcul un set de factori: atractivitatea pentru consumatori și producătorilor” [150, p. 85].	Satisfacerea cerințelor consumatorilor; profitabilitatea bunului pentru producător.	Derularea în condiții de concurență; inteligibilitate în comparație; perioada de timp.

*Sursa: sistematizat de autor [99, p. 60-61].*

În opinia lui R.Fathutdinov, pentru a determina dacă un anumit bun este competitiv sau nu, este necesar de al compara cu celelalte bunuri analogice de pe piața dată. Prin urmare, pe o anumită piață obiectul poate fi competitiv, iar pe alta nu.

Majoritatea savanților care activează în domeniul dat, la fel ca și R.Fathutdinov, tratează competitivitatea obiectului de cercetare în comparație cu obiectele analogice, însă, în contextul cercetării, este necesară extinderea acestui parametru al analizei comparative. Autorul consideră că este necesar de efectuat compararea nu numai cu bunul analogic, dar și cu bunurile substituibile, deoarece în cazul când calitatea produsului analizat va crește și, concomitent, va spori prețul produsului, iar prețul la bunurile substituibile nu se va modifica, conform opiniei consumatorului, bunul dat nu devine mai competitiv, iar cererea la acest produs va scădea. În viziunea autorului, *competitivitatea unui bun reprezintă avantajul lui față de alt bun analogic sau bun substituibil*. În general, **competitivitatea reprezintă capacitatea de a oferi avantaje suplimentare**.

Economistul N.Nagapetianț prezintă altă definiție a competitivității bunului, care este foarte îngustă și nu ia în considerare nici cerințele consumatorilor, nici perioada de timp, dar nici potențialul. Realizarea unui anumit produs poate să crească cantitativ, de exemplu, în cazul când prețul de vânzare scade în jumătate, deși această scădere a prețului a avut loc din cauza micșorării calității, deoarece producătorul, cu scopul diminuării costului de producție, a utilizat materia primă ieftină și necalitativă, poate chiar și dăunătoare sănătății [26, p. 219].

Tratarea conceptului de competitivitate, efectuată de către L.Kuracov în dicționarul de termeni economici și juridici, nu este cea mai exhaustivă, însă este relativ mai completă în raport cu dezbaterele altor specialiști în domeniu. În opinia savantului, „competitivitatea este determinată în funcție de așa parametri, precum: tehnologia, calificarea personalului, calitatea produsului și politica vânzărilor. Competitivitatea bunului este capacitatea lui de a satisface cerințele consumatorilor în ceea ce privește caracteristicile tehnice, economice și alte caracteristici” [197, p. 539].

Această definiție nu este comprehensivă. Competitivitatea este influențată și de alți parametri, ca: moda, deservirea după efectuarea vânzărilor, publicitatea, imaginea entității ofertante a bunului analizat, fluctuațiile cererii etc. În viziunea autorului, nu este rațională utilizarea procedurii de enumerare a parametrilor la elaborarea definiției, deoarece economia nu este statică, fiind dificil să prevezi și să enumeri exhaustiv toți parametrii.

Pentru definirea competitivității produsului, cel mai frecvent se utilizează enunțul elaborat de I.Lifiț. Definiția dată, în comparație cu cele enumerate mai sus, este cea mai reușită. Însuși savantul susține că „enunțul dat conține trei caracteristici distincte: spațiu (o piață specifică); perioada (o perioadă determinată de timp); și inteligibilitate în comparație” [172, p. 13]. Însă, și în cazul enunțului dat, definitorul nu ia în considerare toate proprietățile competitivității. O definiție similară ca idee, însă mai comprehensivă, este propusă de I.Furs: „competitivitatea produsului reflectă faptul că achiziționarea lui este mult mai profitabilă și convenabilă pentru cumpărător, decât procurarea unui alt produs care satisface aceleași cerințe sau decât procurarea produselor similare de la alt vânzător” [195, p. 16].

Conform viziunii autorului, ***competitivitatea produsului reprezintă capacitatea lui de a satisface maximal așteptările și necesitățile consumatorului în condițiile minimizării cheltuielilor de producție și prețului de vânzare*** [29, p. 220].

În definiția dată este menționat nu numai costul de producție, dar și prețul, deoarece producătorii și consumatorii nu sunt unicii actori pe piață. În istoria economiei naționale, cunoaștem cazuri când între producător și consumatorul final se aflau câțiva intermediari, și cu cât cererea la bunul oferit era mai inelastică cu atât numărul intermediarilor era mai mare.

Savanții, aplicând abordarea factorială, disting un set de factori care determină competitivitatea bunului. Doi factori, calitatea și prețul, sunt prezenți în abordările majorității specialiștilor din domeniu, iar ceilalți factori diferă de la un cercetător la altul. În viziunea lui R.Fathutdinov, „factorii competitivității sunt: calitatea, prețul bunului, cheltuielile legate de consum și calitatea deservicii bunului în perioada de utilizare” [192, p. 218]. Economistii N.Safiullyn și L.Safiullyn, bazându-se pe clasificarea avantajelor competitive propusă de R.Fathutdinov, consideră că principalele grupuri de factorii ai competitivității sunt: calitatea, prețul și marketingul [186, p. 13]. R.Fathutdinov, în altă lucrare cu genericul „Competitivitate: economie, strategie, management”, a divizat factorii enumerați mai sus în două grupuri: factori interni și factori externi [190, p. 153-154].

Toate tipurile de clasificare a factorilor competitivității bunului pot fi divizate în două grupuri: în primul grup prețul este asociat cu prețul de vânzare; iar în al doilea grup – cu prețul total de procurare și de utilizare (suma prețului de vânzare și a cheltuielilor legate cu transportarea și exploatarea bunului). Autorul împărtășește opinia economiștilor, care sunt autorii clasificărilor incluse în primul grup [98, p. 65].

Panayiotis P. Athanasoglou, Constantina Backinezos și Evangelia A.



Georgiou divizează factorii competitivității bunurilor în două grupuri: factorii preț și non-preț. Economiiștii greci, ca și majoritatea specialiștilor din domeniu, studiind competitivitatea bunului, se referă doar la competitivitatea bunurilor autohtone pe piața externă și nu cercetează competitivitatea pe piața internă. Din punctul lor de vedere, factorii non-preț sunt „calitatea produselor, serviciile legate de activitatea de export, durata de livrare etc.” [72, p. 18].

Marija Andjelković-Pešić, Vesna Janković-Milić și Jelena Stanković, inspirați de lucrarea „Operations management for competitive advantage”, scrisă de R. B. Chase, F. R. Jacobs și N. J. Aquilano, consideră că „factorii competitivității pot fi clasificați în trei grupuri: costuri (în ceea ce privește prețul bunului), calitate și fiabilitate (în ceea ce privește funcționalitatea bunului și îndeplinirea continuă a cerințelor clienților), timp și flexibilitate (în sensul că bunul este întotdeauna disponibil clienților și este livrat la timp, lansarea produselor noi și implementarea tehnologiilor moderne este efectuată în timp scurt)” [71, p. 152].

Economiiștii menționați, cu toate că cercetează calitatea ca unul din factorii de bază ai competitivității bunului, totuși, anume prin prisma calității bunului, studiază impactul ei asupra rezultatului financiar al activității entităților. Cercetările efectuate de savanții din Serbia în articolul „Significance of business quality management for increasing competitiveness of Serbian economy” se reduc la studierea căilor de îmbunătățire a calității produsului, ca rezultat al aplicării conceptelor: Just-In-Time, Total Quality Management (TQM), Six Sigma [71, p. 158].

Clasificările propuse de R.Fathutdinov, N.Safiullyn și L.Safiullyn pot fi incluse în al doilea grup, unde factorul preț este asociat cu prețul total de procurare și de utilizare. Ei susțin că una dintre cele mai importante componente ale competitivității produsului este nu calitatea, dar prețul. În același timp, „cheltuielile totale ale consumatorului includ, în linii generale, cheltuieli permanente și non-recurente” [186, p. 13].

Rafel M. și Rafel N., în lucrarea „Cum să cucerim clienții”, sugerează ideea de a evidenția următoarele grupuri de factori: geografici, demografici și sociali (localizarea geografică a pieței de desfacere a bunului, densitatea populației, nivelul venitului cumpărătorilor, genul de activitate al lor, modul și stilul de viață al clienților, caracteristicile etnice, vârsta medie, numărul de concurenți și tipul concurenței etc.) [183, p. 29]. Clasificarea dată nu este exhaustivă, deoarece nu include prețul, calitatea, în calcul se iau factori care se referă la populație, cumpărători, dar nu la bun.

Opinia savanților diferă nu numai în ceea ce privește clasificarea factorilor, dar și în stabilirea gradului de prioritate a unui factor în raport cu altul. Savanții

N.Safiullyn și L.Safiullyn din Republica Tatarstan susțin că: „importanța factorilor, cu prioritatea, fără îndoială, a calității, poate fi exprimată prin raportul 3:2:1” [186, p. 13].

Economiștii din Republica Serbia, Marija Andjelković-Pešić, Vesna Janković-Milić și Jelena Stanković au elaborat un chestionar pentru a evalua gradul de influență a factorilor competitivității asupra deciziei cumpărătorului de a procura un anumit bun de la un anumit producător. Analiza rezultatelor sondajelor, efectuate în anii 2009 și 2011, au arătat că anume „calitatea are cea mai mare influență asupra alegerii clienților, un mare impact asupra alegerii clienților îl are serviciu, în timp ce prețul și promovarea, ca mijloace de furnizare a avantajului competitiv, sunt considerate mai puțin importante pentru clienți, din punctul de vedere al managerilor” [71, p. 159].

Competitivitatea reprezintă un set de caracteristici de consum și valorice, care pot fi evaluate cu ajutorul unui ansamblu de factori. Toți factorii competitivității bunului sunt strâns corelați între ei atât direct, cât și indirect. Schimbarea unui factor generează transformarea celorlalți și, în final, modifică nivelul competitivității bunului.

În cazul unui stat cu nivel scăzut de bunăstare a populației și o polarizare considerabilă a societății, anume prețul poate servi în calitate de factor decisiv în intenția consumatorului de a cumpăra un anumit bun și factor de bază în analiza competitivității bunului [159]. Dacă pentru bunul de calitate înaltă este stabilit un preț exagerat, mai mare decât valoarea atribuită bunului de către consumator, atunci șansele de a vinde bunul dat sunt mici. Prețul bunului competitiv este stabilit la nivelul care asigură satisfacerea intereselor atât ale producătorilor (obțin profit), cât și ale cumpărătorilor (obțin un bun normal la un preț accesibil).

Prețul bunului este influențat de costul de producție și un șir de alți factori. În articolul „Factorii externi și interni de competitivitate a bunurilor autohtone în economia Republicii Moldova”, autorul a analizat corelația dintre competitivitatea bunurilor pe piața externă și indicele prețurilor de export. Rezultatul studiului a arătat că „între acești doi indici există o corelație inversă” [40, p. 93], adică majorarea prețului la export duce la micșorarea competitivității bunurilor autohtone pe piața externă.

Competitivitatea bunului reprezintă capacitatea lui de a fi mai atractiv în comparație cu bunurile analogice și capacitatea de a corespunde cerințelor pieței. Unul dintre pilonii competitivității este calitatea bunului. În același timp, competitivitatea reflectă aspectul calitativ al produsului.

Calitatea produsului reprezintă un ansamblu de caracteristici imanente ale produsului, abilitatea lui de a satisface nevoile și așteptările cumpărătorului.

Este mai competitiv acel bun economic care se deosebește de bunurile analogice ale concurenților atât după calitate, cât și după caracteristicile socioeconomice [39, p. 155].

Corelația dintre calitate și competitivitate este de necontestat: cu cât calitatea bunului este mai înaltă cu atât bunul dat este mai competitiv după calitate. Criteriile care vizează calitatea reprezintă parametrii care reflectă nevoile consumatorilor și gradul de satisfacere al acestora. Îmbunătățirea calității duce la majorarea competitivității, însă cheltuielile legate de sporirea calității duc la creșterea prețului, iar ridicarea prețului micșorează atractivitatea bunului pentru cumpărător. În cazul bunului competitiv, raportul dintre preț și calitate este optimal.

Consumatorii diferă prin nivelul veniturilor și preferințele sale, de aceea pentru unii consumatori, preponderent pensionari, criteriul primordial este prețul, iar pentru alții – calitatea. Totuși, majoritatea consumatorilor raționali, în evaluarea competitivității bunurilor, se conduc de ambele criterii concomitent. Gradul de influență a acestor doi factori asupra competitivității bunului, și anume al raportului preț-calitate este cel mai mare.

În literatura științifică nu există o distincție clară între criteriile, factorii și indicatorii competitivității bunurilor. I. Lifiț confundă criteriul cu factorul, economistul consideră că unul dintre criteriile competitivității bunului este calitatea, iar factorul care corespunde acestui criteriu este reputația producătorului [172, p. 35]. În opinia noastră, calitatea este un factor al competitivității, însă reputația producătorului este o componentă a grupului de factori: elemente de marketing.

De asemenea, mulți savanți, precum M.Porter [130] [131], M.Zavialova [150], R.Emadakov [166], examinând și clasificând factorii competitivității bunurilor, urmăresc identificarea factorilor care afectează în final competitivitatea întreprinderii, dar nu a bunului. Ca dovadă a inadmisibilității confundării competitivității bunului cu competitivitatea entității poate servi faptul că la evaluarea acestor indicatori participă doi actori, care interacționează pe piață: consumatorii și producătorii. Dacă un anumit bun este competitiv în opinia producătorului, faptul dat nu asigură că opinia cumpărătorului va fi identică. De exemplu, producătorul, care activează pe piața oligopolistă sau monopolistă, consideră că produsul oferit deține avantaje competitive și permite să-și maximizeze profitul, însă, în opinia cumpărătorului, bunul în cauză nu este competitiv în raport cu prețul.

Totuși, nu trebuie să neglijăm faptul că competitivitatea bunului și competitivitatea entității sunt strâns legate între ele. Pe de o parte, entitatea nu poate fi competitivă în cazul în care propria producție nu este atractivă și

competitivă pentru cumpărător, iar pe de altă parte, reputația producătorului, pe lângă alte elemente componente ale factorului „elemente de marketing”, reprezintă unul din factorii competitivității bunului.

Orice întreprinzător, stabilind prețul de vânzare, se conduce de următoarele criterii: maximizarea rentabilității, împiedicarea infiltrării rivalilor pe piața de desfacere și majorarea cotei produsului oferit pe piață. Stabilirea prețurilor competitive este pe ordinea de zi a oricărui om de afaceri. Prețul este factorul primar care influențează asupra deciziei consumatorului de a procura un anumit bun. Cu cât prețul este mai mic, ceteris paribus, cu atât este mai preferabil acest produs pentru cumpărător [97, p. 66].

Cumpărătorul suportă cheltuielile legate nu numai de cumpărarea bunului, dar și de utilizarea lui. În cazul electrocasnicelor, în scopul neadmiterii consumului exagerat de energie electrică, consumatorul preferă să procure bunul cu impact energetic de clasă energetică superioară, de clasa A+++ . Prin urmare, cel mai competitiv poate deveni bunul, cheltuielile legate de utilizarea căruia, pentru întreaga perioadă de exploatare, sunt cele mai mici. Cumpărătorul rațional consideră că cel mai competitiv este anume acel produs, în cazul căruia raportul dintre preț și cheltuielile de exploatare este optimal.

Alt factor al competitivității este reclama. Din punctul de vedere al consumatorului, bunul de calitate inferioară, promovat prin publicitate, este mai atractiv comparativ cu bunul de calitate înaltă, pentru promovarea căruia nu se utilizează reclama.

Analiza literaturii de specialitate permite să concluzionăm, că ansamblul de factori ai competitivității, prezentați de majoritatea economiștilor, nu include factorii psihologici, de aceea, incluziunea acestui grup de factori în studierea competitivității bunurilor este unul din obiectivele lucrării date.

Economia mondială se dezvoltă dinamic, relațiile economice dintre entități, țări devin tot mai complexe. Modificările rapide în mediul de afaceri, la scară mondială, contribuie la apariția de noi abordări, tipuri și metode de management. Managementul competitivității bunului ca știință se află la etapa de formare [161]. Subiectul cercetării în majoritatea lucrărilor științifice privind gestiunea competitivității nu este bunul, ci întreprinderea și organizația. De fapt, ***există relativ puține studii privind managementul competitivității bunului, iar managementul evaluării competitivității bunurilor nu a fost studiat până în prezent*** [160, p. 44].

I.Frolova și L.Pasechnikova, în lucrările publicate, au fundamentat următorul punct de vedere: „scopul majorării competitivității poate fi atins numai prin respectarea nivelurilor macro și micro ale managementului, însă de bază, totuși, este nivelul micro: și anume, întreprinderea/organizația” [194, p.

487]. M.Galeliuk consideră că „competitivitatea întreprinderii și competitivitatea bunului sunt părți componente ale unui sistem integral, iar managementul competitivității nu este un domeniu separat de cunoaștere, ci o funcție a managementului” [158, p. 15]. A.Strekalov, A.Kolchin și M.Ovsyannikov au elaborat un sistem de gestiune al competitivității ce asigură reglarea procesului de producție a bunurilor competitive, care include:

I. Gestiunea alocării resurselor.

II. Crearea unei structuri organizaționale și de producție.

III. Evaluarea, optimizarea costului și intervalului de timp necesar pentru fabricarea bunului [188, p. 8].

Elena Condrea, în lucrările sale, inclusiv în teza de doctor „Managementul competitivității sectorului agroalimentar în contextul asigurării securității alimentare a Republicii Moldova”, a abordat conceptul managementul competitivității la următoarele niveluri ale economiei:

- Mezoconomie: managementul competitivității sectorului agroalimentar.
- Microconomie: managementul competitivității întreprinderii, organizației.

Cu toate că, cercetătorul autohton nu a studiat managementul competitivității bunurilor, astfel, competitivitatea sectorului a fost cercetată anume prin prisma bunurilor. Însăși managementul competitivității sectorului este definit ca „un proces orientat spre formarea și utilizarea eficientă a resurselor și avantajelor concurențiale prin intermediul politicii ramurale, strategiei și tacticii de realizare a acestora” [18, p. 28].

R.Fathutdinov afirmă că „managementul competitivității bunului este un set de decizii de reglare privind calitatea, prețul și serviciile, precum și formarea unei imagini asupra mărcii care vizează atingerea unor avantaje competitive durabile” [191].

N.Safiullyn și L.Safiullyn, în studiul „Competitivitatea: teoria și metodologia”, au definit managementul competitivității prin prisma bunurilor ca activitate de gestiune a sistemului economic și de producție, orientată spre modificarea optimală a factorilor competitivității bunului pentru a atinge obiectivul stabilit în condițiile influenței mediului [186]. Obiectivele managementului în ceea ce privește competitivitatea bunului pot fi divizate în:

- obiective care pot fi realizate prin utilizarea eficientă a factorilor de producție (mijloace fixe, resurse umane etc.), modernizarea tehnologiei de producere și minimizarea costului de producție;
- obiective legate de gestiunea eficientă a fondului de rulment, de capacitatea entității de a-și achita datoriile, de asigurarea dezvoltării

- sustenabile a întreprinderii;
- obiective privind promovarea și realizarea bunurilor pe piață;
- obiective legate de asigurarea unui anumit nivel al competitivității bunului, în particular, a unui anumit nivel al calității și/sau prețului.

În monografia elaborată de O.Rudenok și L.Rudneva este examinată esența managementului competitivității produselor în baza metodelor propuse de autori pentru evaluarea și gestionarea competitivității bunurilor prin prisma posibilităților strategice ale întreprinderii producătoare [184]. Prin urmare, unii savanți definesc managementul competitivității bunurilor prin prisma întreprinderilor, iar alții abordează managementul competitivității întreprinderii prin prisma produselor [23].

Cornel Coșer, în teza de doctor în științe economice, specialitatea: 521.03 – economie și management în domeniul de activitate, cu genericul „Managementul competitivității produselor agroalimentare în contextul stimulării exportului din Republica Moldova”, a descris instrumentele de gestiune a competitivității și și-a expus punctul său de vedere privind elementele definitorii ale reglării competitivității în general, și competitivității produselor agroalimentare, în particular.

În opinia economistului, managementul competitivității bunurilor reprezintă „procesul ce implică politica prețului și costului competitiv, strategia competitivă și cea a calității” [22, p. 41]. Etapele specifice gestiunii competitivității sunt: „definirea, planificarea, executarea și controlul” [21, p. 28].

În lucrările sale, cercetătorul a redat viziunea privind managementul competitivității produselor agroalimentare, ca: „gestionarea potențialului competitiv prin procesele interne, de producere și eficiență economică, cât și coordonarea manifestării pe piață a produselor agroalimentare” [22, p. 41]. Din perspectiva sectorială, strategică și componentială, managementul în cauză trebuie să includă gestionarea majorării calității, flexibilității resurselor, poziționării interne și externe etc. În plus, procesele care ar asigura gestionarea eficientă trebuie să fie orientate spre sporirea eficienței interne și eficienței de poziționare.

## **1.2. Delimitări conceptuale ale teoriilor conexe competitivității**

Economiile moderne sunt deschise și interacționează reciproc prin trei căi de bază: comerțul internațional, relațiile financiare internaționale și mișcarea factorilor de producție. În ultimele decenii, se atestă o conturare a tendinței țărilor lumii de a-și majora gradul de deschidere al economiei naționale.

Procesul dat are nu doar efecte pozitive, dar și negative, astfel, unele țări câștigă, alte sunt perdante. Pentru a beneficia de procesul de deschidere al economiei, atât entitățile autohtone, cât și bunurile pe care le oferă trebuie să fie competitive.

Abordarea teoretică a competitivității poate fi găsită în teoriile comerțului internațional, comerțului intraindustrial și, în special, în teoriile axate pe studierea specializării țărilor, care se efectuează în baza avantajului, adică a competitivității. Conform acestor teorii, principalele criterii, care stau la baza participării țărilor la comerțul internațional, sunt: avantajul absolut, avantajul comparativ și avantajul competitiv. În literatura de specialitate, teoriile care descriu avantajele enumerate, excepție face teoria lui Michael Porter, nu poartă denumirea de teoriile competitivității, ci teoriile comerțului internațional. Aceste teorii pot fi divizate în două grupuri: clasice și neoclasice și moderne (Tabelele 1.2 și 1.3).

Adam Smith în lucrarea „An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations” (1776) a pus bazele teoriei avantajului absolut și a promovat ideea că doar națiunile bogate pot avea avantaje și, prin urmare, numai pentru acestea se poate pune problema echilibrului extern. Adam Smith consideră că „dacă o țară străină ne poate furniza o marfă mai ieftină decât noi înșine putem produce, cea mai bună decizie este de a face schimb, de a procura bunul dat în schimbul unei părți din producția autohtonă la care deținem avantaj” [140, p. 185].

Prin urmare, specializarea fiecărui stat în producerea bunului pentru care deține avantaj absolut va permite ambelor țări să obțină un volum de producție mai mare decât în situația în care nu ar exista specializarea [33, p. 300]. „Atâta timp cât o țară are avantaj natural sau dobândit la un anumit bun, iar cealaltă țară dorește să posede bunul dat, va fi întotdeauna mai avantajos pentru ultima să-l cumpere și nu să-l producă” [140, p. 186]. Teoria elaborată de Adam Smith nu ia în calcul impactul politicilor economice, deoarece savantul este adept al liberului schimb și neimplicării statului în economie: „extinderea comerțului liber este avantajoasă pentru ambele țări participante în relații comerciale internaționale” [140, p. 398].

David Ricardo, un alt economist clasic, a dezvoltat teoria avantajului absolut în capitolul „On Foreign Trade” al lucrării sale „On The Principles of Political Economy and Taxation” (1817) și a analizat comerțul internațional prin intermediul avantajului comparativ. Teoria dată demonstrează că țările pot câștiga din specializare, chiar dacă una dintre ele deține avantaj absolut în producerea majorității bunurilor economice.

**Tabelul 1.2. Delimitări conceptuale ale teoriilor clasice și neoclase  
conexe competitivității**

<b>Autorul</b>	<b>Delimitări conceptuale</b>	<b>Factorii/indicatorii utilizați la estimarea competitivității</b>	<b>Efectele economice ale implementării teoriei</b>	<b>Tangența teoriei cu politica comercială</b>
<b>Adam Smith (1723-1790)</b>	Teoria avantajelor absolute constă în determinarea specializării țărilor pe baza avantajelor absolute în producerea unor anumite bunuri [140, p. 185].	Productivitatea muncii (timpul necesar pentru producerea unei unități de bun).	Crește volumul de producție, volumul exportului și importului, avuția națională.	Teoria poate fi aplicată numai în cazul economiilor deschise, liberului schimb.
<b>David Ricardo (1772-1823)</b>	În baza teoriei avantajului comparativ stă ideea că „fiecare țară trebuie să se specializeze în producerea doar a bunurilor pentru care deține avantaj comparativ” [136, p. 169].	Productivitatea muncii (cheltuieli de muncă pentru fabricarea unei unități de bun).	Crește profitul total, se extinde comerțul exterior.	Utilizarea teoriei poate fi eficientă numai în condițiile neimplicării statului în comerțul exterior.
<b>Gottfried von Haberler (1900-1995)</b>	Conceptul costului de oportunitate stă la baza specializării țărilor: „Fiecare țară trebuie să se specializeze în acele ramuri economice în care deține avantaj comparativ sau, cu alte cuvinte, trebuie să producă acele bunuri, costurile cărora sunt comparativ mai mici” [111, p. 182].	Costul de oportunitate (costul de sacrificiu).	Eficientizarea utilizării resurselor, optimizarea costului de producție, sporirea productivității muncii.	Uniunea vamală, comerțul liber fără restricții guvernamentale, creează condiții pentru specializare în corespundere cu costul de oportunitate, asigură creșterea profitului, productivității.
<b>Heckscher (1879-1952) - Ohlin (1899-1979)</b>	Conform teoriei proporției factorilor de producție, bunul deține avantaj comparativ, numai în cazul când este un bun intensiv în factorul de producție abundent [127, p. 12].	Proportionalitatea factorilor de producție.	Crește ocuparea forței de muncă, are loc creșterea economică.	Comerțul liber, politica intervenției statale minime sunt condiții de egalizare a prețurilor factorilor de producție.

*Sursa: sistematizat de autor [44, p. 268].*



D. Ricardo, în modelul său, ia în considerare diferențele costului de producție, în special ale cheltuielilor factorului de producție-muncă. Savantul menționează că „pentru omenire este important ca fiecare țară, producătoare de mărfuri deținătoare de avantaje naturale (poziția geografică, condițiile climatice) sau artificiale, trebuie să efectueze schimbul comercial al bunurilor autohtone, care înregistrează cel mai înalt nivel de avantaj, pe bunurile altor țări” [136, p. 153]. David Ricardo împărtășește ideile lui Adam Smith privind liberalizarea comerțului exterior, susține că economia trebuie să fie reglată de piață și nu de stat, unica politică economică care trebuie să revină statului este cea fiscală, însă, nici într-un caz, această politică nu trebuie să promoveze majorarea taxelor, deoarece „nu există taxe care să nu aibă tendința de a împiedica acumularea” [136, p. 189].

Spre deosebire de Adam Smith și David Ricardo, care sunt adepții comerțului liber, Mihail Manoilescu pledează pentru politica protecționistă. Savantul susține că „economia națională clasică a voalat adevărul asupra comerțului internațional” [54, p. 45], și anume, prin intermediul schimbului, țara industrial dezvoltată exploatează țările agrare, ca urmare inegalitatea economică a națiunilor crește, deoarece venitul național al țărilor industriale se majorează, iar a țărilor agrare - scade.

Pentru a rupe acest cerc vicios, statul agrar, slab dezvoltat, trebuie să aplice politica protecționistă pentru bunurile a căror productivitate a muncii este mai mare ca productivitatea muncii medie pe țară, și cu cât diferența dintre productivitatea muncii a bunului autohton și a bunului analogic importat este mai mare, cu atât trebuie să fie mai mare nivelul și durata politicii protecționiste aplicate.

M. Manoilescu recomandă țărilor agrare să promoveze una din următoarele două căi: calea industrială (fabricarea bunului) sau cea comercială (importul bunului). „Pentru ca să fie mai avantajoasă calea comercială decât calea industrială, trebuie să avem  $a/i > d$ ” [54, p. 241], adică „superioritatea comparativă a agriculturii asupra industriei ( $a/i$ )” trebuie să fie mai mare decât  $d$ , constată Manoilescu (decalajul între productivitatea muncii din industrie și agricultură). În caz contrar, când  $a/i < d$ , este mai avantajoasă calea industrială, prin urmare, este necesar „să dea preferință producției industriale directe” [54, p. 243].

În studiul „Forțele naționale productive și comerțul exterior – Teoria protecționismului și a schimbului internațional”, Mihail Manoilescu menționează că a „infirmități nu numai teoria avantajului comparativ al lui Ricardo, dar, în același timp, și teoria avantajului absolut al lui Smith” [54, p. 243].

Contribuția economistului Gottfried von Haberler la dezvoltarea gândirii economice constă în ajustarea teoriei ricardiene privind teoria avantajului comparativ la condițiile economice din perioada practicii sale și elaborării conceptului „costului de oportunitate”. În lucrarea „The theory of international trade with its applications to commercial policy” economistul aduce dovezi precum că: „rata de schimb a două bunuri este egală cu rata de substituție a lor sau cu costul de oportunitate” [111, p. 182].

Prin urmare, David Ricardo în procesul elaborării teoriei avantajului comparativ s-a bazat pe teoria valorii-muncă. Haberler a mers pe altă cale, a renunțat la teoria dată și a propus ca avantajul comparativ să fie evaluat reieșind din costurile de oportunitate.

Cu toate că savantul austro-american este adeptul comerțului liber, el demonstrează că comerțul liber unilateral nu este convenabil din punct de vedere economic: „Promovarea unilaterală a comerțului liber de către un anumit stat duce la acapararea economiei statului în cauză de concurenții străini” [111, p. 244]. Generalizând rezultatele cercetărilor, Gottfried von Haberler susține că „uniunea vamală este extrem de avantajoasă anume țărilor mici” [111, p. 390].

Modelul lui Heckscher-Ohlin preia din modelul ricardian conceptul avantajului comparativ, liberul schimb, obținerea câștigurilor din comerț de ambele țări participante în relațiile comerciale. Savanții consideră că „țările (regiunile) sunt dotate inegal cu factori de producție și în proporții diferite” [127, p. 7]. Bunurile competitive ale țării (regiunii), înzestrate cu cantități mari de capital, sunt bunuri capital intensive, iar bunurile competitive ale țării (regiunii), care dețin în abundență capital uman, sunt bunuri intensive în muncă [49, p. 427].

Prin urmare, costurile comparative apar numai în condițiile când țările sunt asigurate diferit cu factori de producție, iar pentru a profita de avantaj comparativ este necesar de exportat acele bunuri, la producția cărora este utilizat, în principal, factorul de producție excesiv [127, p. 19]. Criticile care se aduc acestei teorii se referă la faptul că autorii nu țin cont de variațiile în calitatea resurselor umane, însemnătatea tehnologiilor și inovațiilor, precum și diferențele de preferințe.

Laureatul Premiului Nobel, Bertil Ohlin, în lucrarea „Interregional and international trade”, pledează pentru comerțul liber și aduce argumente în susținerea promovării politicii în cauză: liberalizarea comerțului este mai convenabilă comparativ cu politica protecționistă, deoarece „unele taxe la import tind să reducă exporturile, chiar dacă prețurile de export nu cresc” [127, p. 277]. Luând în calcul specificul condițiilor contemporane, în care se

desfășoară comerțul internațional, este necesar să ne conducem de teoriile moderne, care se axează pe modificarea avantajului comparativ sau a avantajului competitiv, aplicarea cărora ar asigura extinderea piețelor de desfacere, sporirea comerțului intraindustrie, bazat pe diferențierea bunurilor.

Extinderea atât a comerțului extern, comerțului intraindustrie, cât și a comerțului intern depinde de factorii cererii și ofertei. Factorii determinanți ai cererii sunt prețul bunului promovat pe piață, prețul bunului substituibil, nivelul veniturilor consumatorilor și preferințele consumatorilor. Factorii care determină oferta sunt prețul bunului, prețul factorilor de producție, rata de schimb, economia de scară și profitul unitar așteptat [46, p. 427].

Modelului Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) se bazează pe studierea ofertei, factorilor de producție și a proporției dintre factori [128], iar teoria savantului suedez Steffan Linder – pe examinarea cererii, analiza venitului pe cap de locuitor, ca factor determinant al cererii (Tabelul 1.3). „Diferența dintre veniturile pe cap de locuitor ale diferitor țări reprezintă un obstacol potențial în calea comerțului” [124, p. 98].

În opinia economistului suedez Steffan Linder, țara trebuie să exporte bunurile pe care le produce în exces, iar piața externă-țintă trebuie să fie aceea piață pe care preferințele consumatorilor potențiali coincid cu cele ale consumatorilor interni, de aceea teoria dată poartă denumirea de teoria similarității între țări (teoria cererii reprezentative de produse prelucrate). Constrângerea teoriei date constă în faptul că nu ia în calcul diferența dintre veniturile disponibile a cetățenilor din diferite țări, de aceea această teorie poate fi utilizată în cazul desfășurării relațiilor comerciale dintre țările, veniturile consumatorilor ale cărora sunt aproximativ egale.

Conform acestei teorii, bunurile se produc pentru piața internă, iar după ce cererea internă este saturată, excedentul se exportă. Însă, în cazul, când prețul pe piața externă este mult mai convenabil comparativ cu prețul de pe piața internă, la început se exportă excedentul, iar apoi o cotă însemnată de producție, concomitent piața internă devine acaparată de bunurile străine, relativ mai ieftine, care sunt fabricate de către partenerii comerciali.

Considerăm că alegerea în calitate de parteneri comerciali a țărilor care au aceeași structură a cererii nu este rațională, deoarece va duce, în cazul țărilor în curs de dezvoltare cu un grad redus de industrializare, la diminuarea competitivității naționale, deoarece se reduce accesul la tehnicile moderne și tehnologiile avansate.

**Tabelul 1.3. Delimitări conceptuale ale teoriilor moderne conexe competitivității**

<b>Autorul</b>	<b>Delimitări conceptuale</b>	<b>Factorii/indicatorii utilizați la estimarea competitivității</b>	<b>Efectele economice ale implementării teoriei</b>	<b>Tangența teoriei cu politica comercială</b>
<b>Hans Martin Staffan Burenstam Linder (1931-2000)</b>	Conform teoriei similarității: „condițiile necesare pentru obținerea avantajului comparativ în fabricarea bunului sunt: cererea pe piața internă pentru bunul dat și similitudinea structurii cererii” [124, p. 17].	Preferințele consumatorilor, cererea internă pentru bunuri: „bunul nu va fi produs cu avantaj comparativ, dacă nu există o piață internă pentru acesta” [124, p. 90].	Specializarea în producerea bunurilor de calitate înaltă. Creșterea volumul de producție și exportului bunurilor date.	Reieșind din teoria: politica protecționistă este relevantă economiei în curs de dezvoltare, iar comerțul liber – economiei dezvoltate [124, p. 81].
<b>Michael Vivian Posner (1931-2006)</b>	Reieșind din teoria „decalajului tehnologic”: „avantajul comparativ este cauzat de distincția dintre procese tehnologice, bunuri noi și vechi, distribuția investițiilor” [133, p. 341].	Cota „inovațiilor încorporate în produs”, „cheltuielile privind cercetările generatoare de inovare, adică rata de investiții” [133, p. 339].	Creșterea economică.	Aplicarea teoriei va fi mult mai eficientă în condițiile: „barierelor tarifare nule” [133, p. 326].
<b>John Harry Dunning (1927-2009)</b>	Paradigma eclectică OLI explică pozițiile competitive în fluxurile de investiții străine directe și raționamentul economic al producției internaționale.	Avantaje de proprietate (O), avantaje de localizare (L), avantaje de internalizare (I) [86, p. 60].	Entitățile pătrund pe piețele străine prin intermediul investițiilor străine directe.	Conform modelului: Protecționismul propagă procesul de substituire a importurilor prin investiții străine [88, p. 177].
<b>Michael Eugene Porter (anul nașterii 1947)</b>	Teoria avantajului competitiv reflectă factorii determinanți ai avantajului competitiv al națiunii prin prisma avantajelor deținute de entitățile naționale [132].	Determinanții avantajului competitiv: condițiile de producție; condițiile cererii; strategia firmei, structura și rivalitatea; interacțiunea dintre ramuri [132, p. 82-83].	Majorarea volumului de producție în ramurile orientate spre export, creșterea economică și a bunăstării.	Scopul politicii comerciale: crearea piețelor deschise în toate sectoarele în care țara deține avantaj competitiv [132, p. 89].

*Sursa: sistematizat de autor [44, p. 268].*

Fondatorii teoriilor neotehnologiilor au opinii opuse teoriilor clasicilor și neoclasticilor. În primul rând, ei demonstrează că din două căi, adică minimizarea cheltuielilor și diferențierea bunurilor efectuată în paralel cu lansarea produselor noi în condițiile monopolizării pieței, cea mai efectivă este a doua. În al doilea rând, spre deosebire de clasici și neoclasici, care sunt adepții neimplicării statului în economie și promovării comerțului liber, reprezentanții teoriilor neotehnologiilor consideră că statul trebuie să susțină entitățile care utilizează tehnici și tehnologii avansate la fabricarea bunurilor promovate pe piețele externe.

Spre deosebire de neoclasici, adepții teoriilor neotehnologiilor susțin că factorul determinant al dezvoltării comerțului exterior nu este asigurarea cu factori de producție, ci revoluția tehnico-științifică. Anume monopolul asupra produselor high-tech și tehnologiilor noi avansate asigură deținerea avantajului competitiv asupra bunurilor noi și realizarea lor pe piața mondială la prețuri monopoliste, însă numai până la momentul extinderii utilizării tehnologiilor în cauză, asimilării produsului și trecerii lui în fazele maturității și saturației. Cele mai notorii teorii ale neotehnologiilor sunt teoria „ciclului de viață al produsului” și teoria „decalajului tehnologic”.

Savantul R.Vernon în studiul „International Investment and International Trade in the Product Cycle” a lansat teoria „ciclului de viață al produsului”, care demonstrează că avantajul comparativ este un indicator dinamic, dar nu static, modificarea căruia depinde de un șir de factori, unul dintre care este ciclul de viață pe care îl parcurge produsul [146, p. 199]. Țările înarmate cu teoria dată pot să aleagă strategia comerțului exterior, pe care urmează să o aplice.

Țările dezvoltate, deținătoare de resurse financiare considerabile și forță de muncă calificată, se vor specializa în lansarea produselor noi pe piața mondială, iar țările deținătoare de resurse de muncă ieftine se vor specializa în fabricarea produselor, care se află în fazele maturității și saturației. Raymond Vernon nu specifică tangența teoriei elaborate cu politica comercială promovată [147]. În esență, barierele vamale pot fi eludate prin mutarea producției în străinătate. Datorită costurilor variabile mai mici, producția în străinătate este adesea mai profitabilă decât exportul de bunuri.

Gary Clyde Hufbauer a revizuit cercetările lansate de autorii și adepții teoriilor neotehnologiilor și a concluzionat că: „condițiile producerii eficiente în cazul concurenței monopolistice sunt: economia de scară, treapta ciclului de viață al produsului și diferențierea bunurilor. Dacă acești trei indicatori ar fi fost agregați într-un indice generalizator, ultimul ar fi avut aceeași putere economică, identică cu cea a indicatorului valoarea adăugată per capital uman” [117, p. 196].

Savantul român Dan Voiculescu, în pofida faptului că obiectul de cercetare ales este competitivitatea la nivel macroeconomic, totuși, ca și Gary Clyde Hufbauer, își axează atenția asupra valorii adăugate, susține că economia națională poate fi considerată competitivă doar în cazul când asigură majorarea sustenabilă a indicatorului în cauză [69].

Economistul american M.Posner, studiind comerțul intraindustrie dintre diferite țări, a depistat decalajul dintre tehnologiile aplicate. Acest decalaj acordă avantaje comparative și suplimentare bunurilor, la fabricarea cărora se utilizează tehnologii comparativ mai avansate, care asigură reducerea costului unitar. Prin urmare, există o corelație strânsă între gradul de avansare al tehnologiilor utilizate și volumul exportului. „Dacă într-o anumită țară se produc noi produse sau dacă se aplică tehnologii noi, atunci vor oferi țării în cauză un avantaj comparativ în anumite bunuri” [133, p. 324].

Teoria „decalajului tehnologic” explică că în condițiile când țările sunt asigurate cu aceeași cantitate de factori de producție, anume progresul tehnic și tehnologic, într-una din industriile unui stat, inițiază dezvoltarea comerțului exterior. „Țara, care a preluat odată conducerea în multe industrii simultan și are, prin urmare, un excedent mare în contul curent, va fi într-o poziție mai bună de a investi mai repede în toată lumea și, astfel, va crește cumulativ avantajul” [133, p. 340].

P.Krugman în lucrarea sa „Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade” îl contrazice pe M.Posner: „comerțul nu trebuie obligatoriu să fie rezultatul diferențelor internaționale în tehnologie sau în dotări de factori. În schimb, comerțul poate fi pur și simplu o modalitate de a extinde piața de desfacere și de a realiza economiile de scară” [121, p. 479].

Majoritatea savanților, care studiază comerțul internațional, susțin idea că sporirea competitivității este una din căile primordiale pentru extinderea pieței de desfacere a bunurilor autohtone, astfel, este de necontestat importanța cercetării competitivității bunurilor, entităților și economiei naționale.

Opinia lui Paul Krugman este diametral opusă în articolul „Competitiveness – a dangerous obsession”, economistul pledează contra conceptului competitivitate: „obsesia cu privire la competitivitate nu numai că este greșită, ci periculoasă, cauzând decizii eronate în politica internă și amenințând sistemul economic internațional. Raționamentul în termenii competitivității duc, direct sau indirect, la luarea deciziilor incorecte în procesul promovării politicilor economice privind rezolvarea unei game largi de probleme, atât interne, cât și externe, fie în domeniul asistenței medicale, fie în comerț” [120, p. 30]. Această opinie este susținută de cercetătorii: Clyde Prestowitz [134], Rudolf Scharping [137] și Jagdish N. Bhagwati [78] [79].

John Dunning și-a prezentat teoria ca o combinație a trei categorii de avantaje, disponibilitatea cărora asigură infiltrarea pe piața externă prin intermediul investițiilor străine directe (ISD). Conform paradigmei OLI, dacă entitatea posedă active și resurse mai avantajoase comparativ cu cele ale entităților din țara-gazdă, dacă țara-gazdă acordă condiții mai favorabile pentru desfășurarea activității economice comparativ cu condițiile oferite de piața internă, și dacă este profitabil pentru entitate să realizeze aceste beneficii în mod independent, atunci devine convenabil atât deschiderea propriei afaceri pe piața-țintă, cât și achiziționarea unei entități existente pe piața externă în scopul gestionării și controlului [85] [87].

Michael E. Porter în lucrarea „The Competitive Advantage of Nations” a demonstrat că factorii de producție nu se moștenesc, ci se creează în procesul de reproducție [132], în plus forța de muncă ieftină și rata de schimb „favorabilă” nu sunt factorii determinanți ai competitivității [181, p. 25]. Savantul consideră că cererea exigentă, pretențioasă și responsabilă este unul dintre factorii și garantul avantajului competitiv, adică calitatea și nu cantitatea cererii este factorul determinant [181, p. 107].

Teoria avantajului competitiv al națiunii elucidează rolul și importanța competiției interne în forțarea entităților să inoveze, să se modernizeze, să îmbunătățească calitatea și să creeze produse noi. Anume statului îi revine rolul de catalizator al creșterii activității economice și obligațiunea de a asigura un grad înalt al concurenței. „Există câteva principii de bază pe care guvernele trebuie să le promoveze pentru susținerea competitivității naționale: crearea factorilor specializați, evitarea intervenției pe piața factorilor și cea valutară, conformarea strictă a produselor cu standardele de securitate și protecție a mediului, reducerea cooperării directe între rivalii din industrie, promovarea obiectivelor de investiții durabile, rezilierea regulamentului privind concurența, promovarea politicii antitrust și refuzarea politicii reglementării comerțului” [132, p. 87-89].

Studierea literaturii de specialitate românești contemporane a arătat că majoritatea economiștilor sau axat pe studierea competitivității economiei naționale, regiunilor, firmelor, însă numărul studiilor privind competitivitatea bunurilor este relativ mic. Elena Pelinșcu, Marioara Iordan, Mihaela Nona Chilian, Mihaela Simionescu în studiul „Competitivitate – competitivitate regională în România” [57] abordează competitivitatea națională din punct de vedere macroeconomic și nu mondoeconomic, iar pe cea regională – ca indicator cumulativ al competitivității entităților și ca derivat al competitivității economiei naționale.

Ilie Gavrilă și Tatiana Gavrilă și-au nuanțat poziția privind criteriul de estimare a competitivității în lucrarea „Competitivitatea și mediul concurențial. Promovarea și protejarea concurenței în Uniunea Europeană”. Economiiștii aduc dovezi că anume randamentul factorilor de producție este necesar de utilizat la evaluarea avantajului competitiv [25, p. 127-128].

Competitivitatea reprezintă obiectul de cercetare și în lucrările economiștilor din Republica Moldova. Analogic cu savanții din alte țări, cercetătorii autohtoni își axează atenția, preponderent, asupra competitivității economiei naționale și competitivității entităților. În acest context, cele mai însemnate cercetări au fost efectuate de: Grigore Belostecinic [8] [9] [68], Natalia Burlacu [10], Marina Coban [12] [13], Valentina Capașină [14] etc.

În subcapitolul dat am analizat unele teorii din gama largă existentă în literatura de specialitate. Conform opiniei lui Michael Porter nu există „o definiție universală a competitivității, dar nici o teorie a competitivității, acceptată de toți specialiștii în domeniu” [181, p. 13].

Toate teoriile descrise, cu excepția teoriei lui Linder și a lui Porter, explică comerțul internațional, specializarea țărilor, avantajele comparative și competitive reieșind din specificul ofertei. Teoria similarității între țări și Diamantul lui Porter sunt unele dintre puținele teorii bazate pe cerere. Prin urmare, știința economică simte lipsa teoriilor competitivității bazate anume pe cerere.

În literatura științifică din domeniu există și alte teorii ale competitivității, însă toate acestea, inclusiv cele menționate mai sus, necesită o dezvoltare și o adaptare ulterioară la condițiile contemporane.

### **1.3. Instrumentarul de evaluare a competitivității bunurilor**

Obiectul principal al studiului în subcapitolul dat este instrumentarul de evaluare a competitivității bunurilor, deoarece modalitățile de majorare a competitivității pot fi identificate anume prin estimare, iar scopul este sistematizarea atât a metodelor de evaluare a competitivității, cât și a indicatorilor competitivității bunurilor, care vor servi ca bază pentru diagnosticarea competitivității bunurilor și analiza interdependenței acesteia cu politica comercială a Republicii Moldova în capitolul 2.

Evaluarea competitivității bunului la nivelul entității constă în efectuarea unui șir de operațiuni privind alegerea factorilor de influență, care vor fi luați în calcul, alegerea criteriilor de estimare a competitivității și a indicatorilor, stabilirea valorii indicatorilor aleși și efectuarea analizei comparative a valorilor obținute pentru bunul analizat și pentru bunul analogic produs de



conurenți (autohtoni sau străini), acceptat ca fiind de bază. În cazul evaluării competitivității bunului autohton la bază stă analiza comparativă dintre bunul analizat și bunul analogic de import în raport cu factorii competitivității.

La nivelul economiei naționale, pentru a efectua o politică comercială eficientă, statul, de asemenea, purcede la evaluarea competitivității bunului, care constă în efectuarea setului de acțiuni deja descrise care se finalizează cu estimarea avantajelor sau dezavantajelor comparative ale bunului autohton în raport cu cel analogic importat.

Clasificarea metodelor de evaluare a competitivității implică divizarea lor în grupuri separate, conform unui anumit criteriu. În pofida faptului că în literatura de specialitate întâlnim diverse metode de evaluare a competitivității, totuși nu există o clasificare universală, recunoscută de comunitatea academică. Chiar și în cazurile, când este utilizat același criteriu de sistematizare, setul metodelor enumerate diferă de la un autor la altul.

Unul dintre cele mai frecvent întâlnite criterii este „forma prezentării rezultatelor evaluării”, potrivit căreia, în opinia economistei I.M. Trunin, toate metodele pot fi divizate în grafice, matrice, analitice și combinate [189, p. 31]. O.I. Klimenko și V.V. Oberemko împărtășesc idea în lucrările lor de a clasifica metodele de evaluare a competitivității după acest criteriu, dar deja în doar trei grupuri: metoda grafică, tabelară și matricea [169, p. 191].

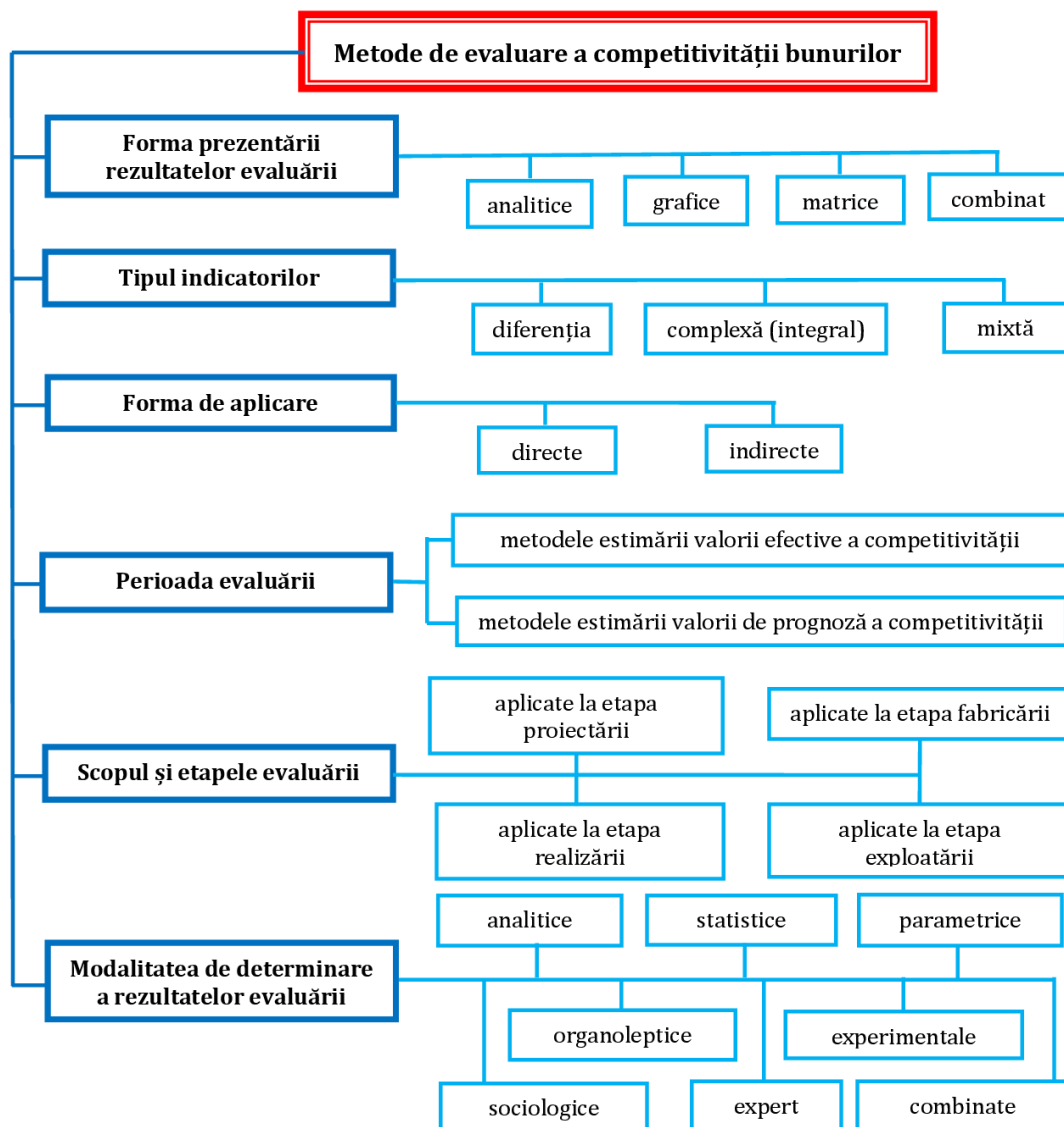
În mediul academic există dezacorduri de genul: când criteriile de clasificare sunt diferite, iar metodele enumerate sunt identice. E.S. Podbornova consideră că în conformitate cu criteriul „forma prezentării rezultatelor evaluării”, metodele de evaluare a competitivității pot fi împărțite în: metoda diferențială, complexă și mixtă [179, p. 96]. Opinia economiștilor O.I. Klimenko și V.V. Oberemko este diametral opusă. Ei susțin că, în cazul dat, criteriul de clasificare nu este cel menționat, ci altul – „tipul indicatorilor” [169, p. 190] (Figura 1.1).

Economiștii din Republica Moldova A. Popa, D. Parmacli și L. Babii, în manualul „Economia antreprenoriatului”, subcapitolul „Metoda evaluării competitivității produselor”, și-au nuanțat poziția privitor la metodele de bază de cuantificare a competitivității: metoda diferențială și complexă. În cazul metodei diferențiale, competitivitatea se evaluează „cu ajutorul factorului de competitivitate obținut prin compararea dintre indicii bunului dat și produsul luat ca bază de comparație:

$$K_i = \frac{I^c}{I^b}, \quad (1.1)$$

unde:  $K_i$  – coeficientul competitivității bunului în raport cu parametrul

(indicatorul)  $i$ ;  
 $I^c$  – indicatorul  $I$  al mărfii comparate;  
 $I^b$  – indicatorul  $I$  al modelului de bază.



**Fig. 1.1. Clasificarea metodelor de evaluare a competitivității bunurilor**  
*Sursa: elaborată de autor [162, p. 61].*

În calitate de parametrul  $I$  pot fi utilizați: prețul de consum al mărfii ( $P$ ); costul de producție și de vânzare al mărfii ( $C$ ); indicii calității mărfii, cum ar fi: fiabilitatea, durabilitatea, mentenabilitatea etc. ( $H$ )” [58, p. 80].

Calcularea competitivității în baza indicilor specifici deține atât avantaje, cât și deficiențe. Atutul metodei descrise constă în faptul că permite identificarea avantajelor concurențiale ale obiectului cercetat, iar deficiența metodei

diferențiale rezidă în faptul că evaluarea competitivității în raport cu un singur parametrul nu este reprezentativă. Prin urmare, este necesar de utilizat metoda dată în tandem cu metoda complexă.

Autorul consideră că metoda diferențială este actuală, doar că ***este necesar de extins lista indicatorilor în corespundere cu elementele componente ale factorilor competitivității bunurilor*** (Sarcina dată va fi atinsă în subcapitolul 3.1).

**Metoda complexă**, în linii generale, consistă în calcularea indicilor de grup după parametrii normativi (ecuația 1.2), tehnici (ecuația 1.3), economici (ecuația 1.4) și indicelui integral al competitivității bunului (ecuația 1.5) [58, p. 80-81] [186, p. 84-85]:

$$I_n = \prod_{i=1}^N Q_i^n, \quad (1.2)$$

$$I_t = \sum_{i=1}^N Q_i^t \times a_i, \quad (1.3)$$

$$I_e = \frac{P^c + \sum_{i=1}^n Z_i^c}{P^b + \sum_{i=1}^n Z_i^b}, \quad (1.4)$$

$$I_i = I_n \frac{I_t}{I_e}, \quad (1.5)$$

unde:  $I_n$  este indicele de grup după parametrii normativi;

$Q_i^n$  – indicele unic al competitivității după parametrul normativ  $i$ ;

$N$  – numărul de parametri;

$I_t$  – indicele de grup după parametrii tehnici;

$Q_i^t$  – indicele unic al competitivității după parametrul tehnic  $i$ ;

$a_i$  – coeficientul de semnificație al parametrului tehnic  $i$ ;

$I_e$  – indicele de grup după parametrii economici;

$P^c, P^b$  – prețul de procurare al bunului comparat ( $c$ ) și bunului de bază ( $b$ );

$Z_i^c, Z_i^b$  – costurile totale de operare (întreținere), în anul  $i$ , ale bunului

comparat ( $c$ ) și bunului de bază ( $b$ );

$n$  – numărul de ani;

$I_i$  – indicele integral.

Această metodă este frecvent utilizată, însă, la fel, nu este perfectă. Deficiența semnificativă a metodei complexe, rezidă din faptul că nu sunt luate în calcul preferințele consumatorilor.

**Metoda mixtă** este a treia metodă din grupul metodelor de evaluare a competitivității bunurilor după tipul indicatorilor, care constă în combinarea indicilor specifici și integrali. Sarcina cercetătorului constă în determinarea parametrilor care vor fi utilizați la calcularea indicilor specifici prin metoda diferențială și a celor utilizați la calcularea indicilor de grup prin metoda complexă. Indicatorul compozit al competitivității bunului se calculează prin combinarea indicatorilor enumerați.

Toate metodele menționate conțin deficiențe comune:

- nu iau în calcul că economia mondială este în permanentă modificare și apar factori noi de influență a competitivității;
- nu se ține cont de fazele ciclului de viață al produsului;
- insuficiența bazei informaționale.

În subcapitolul 3.1 autorul își propune să elaboreze indicatorul integral, cu excluderea unor deficiențele enumerate.

Analiza comparativă a metodelor evaluării competitivității, aplicate în cercetările savanților contemporani, a arătat că sunt utilizați atât indicatorii simplificați, cât și modele complexe. Ca pildă de metodă simplificată poate servi metoda bazată pe calcularea raportului dintre calitate și preț [186, p. 83]:

$$K_j = \frac{C_j}{P_j}, \quad (1.6)$$

unde:  $K_j$  este coeficientul competitivității bunului  $j$ ;

$C_j$  – calitatea bunului  $j$ ;

$P_j$  – prețul bunului  $j$ .

„Bunul cu un raport optim al acestor caracteristici este cel mai competitiv” [186, p. 83].

Modelele complexe, elaborate în lucrările științifice publicate recent, se referă la estimarea competitivității la nivel de sector, întreprindere în contextul promovării politicilor economice, dar nu a bunului:

- Modelul Iceberg al lui Michael Peneder, 2017 [129, p. 839].
- Modelul „IQCP” (Innovation, Quality, Competitiveness and Performance), 2016 [70, p. 101].

Însă, aceste modele pot fi adaptate în contextul estimării competitivității produsului.

Conform modelului Iceberg, ținta principală (vârful aisbergului) este productivitatea, deoarece „anume acest indicator este capabil să agregă impactul multor variabile relevante” [129, p. 838]. În opinia autorului, ideea care stă la baza elaborării modelului dat poate fi utilizată la estimarea competitivității bunului, este necesar doar de selectat indicatorii, care sunt

relevanți și reflectă factorii de influență a competitivității bunului.

Ca dovadă că raționamentul aplicat de Michael Peneder poate fi utilizat nu numai la estimarea competitivității la nivel mezoeconomic, dar și la nivelul microeconomic (bunului), pot servi următoarele relații de cauzalitate:

- Majorarea productivității muncii duce la micșorarea costului de producție și, în final, a prețului de vânzare. Deci, bunul devine mai competitiv în raport cu prețul.
- Sporirea randamentului muncii poate fi atinsă prin aplicarea tehnologiilor avansate, inovațiilor. Deci, pe lângă majorarea productivității muncii, are loc sporirea calității bunului, care este unul din factorii competitivității.

Oamenii de știință din Uniunea Europeană și SUA, preponderent, practică sistematizarea metodelor de evaluare a competitivității după un număr redus de criterii de clasificare. Economiiștii polonezi Tomasz Siudek și Aldona Zawajska consideră că în calitate de criteriu de bază este necesar de aplicat „nivelul activității economice”: „mega-, macro-, meso- și microeconomie” [139, p. 98-99].

Majoritatea clasificatorilor sunt concepuți pentru sistematizarea metodelor de evaluare a competitivității întreprinderilor, dar nu a bunurilor, de aceea autorul, în Figura 1.1, a prezentat propria viziune asupra clasificării metodelor de evaluare a competitivității, în special a bunurilor.

Majoritatea producătorilor, inclusiv din țările dezvoltate, în contextul maximizării profitului, extinderii piețelor de desfacere, vizează promovarea bunurilor cu precădere pe piața externă. Ca rezultat, principalele metode de evaluare elaborate sunt axate pe estimarea avantajelor comparative, avantajelor competitive ale bunurilor anume pe această piață. Însă, nu a fost acordată o atenție cuvenită evaluării competitivității bunurilor pe propria piață. Din această cauză, în subcapitolele 3.1 și 3.2, autorul și-a propus elaborarea unor noi algoritmi de calculare a competitivității bunurilor și de determinare a locului acestuia în clasificatorul extins al metodelor de evaluare a competitivității.

Decizia de a extinde clasificatorul metodelor de evaluare a fost generată de faptul că există indicatori utilizați pe scară largă la nivel macroeconomic, dar care nu sunt incluși în clasificatoarele existente a metodelor de evaluare a competitivității bunurilor, cu toate că indicatorii în cauză pot fi modificați pentru utilizarea lor la nivel microeconomic și mezoeconomic.

Cel mai des sunt utilizați indicii descriși în Tabelul 1.4. De exemplu, indicele Balassa [73] sau indicele avantajului comparativ revelat „este cel mai utilizat indicator și există mai multe modificări ale acestuia” [142, p. 282].

**Tabelul 1.4. Indicatorii de evaluare a competitivității bunurilor pe piața externă**

Autorul	Formula de calcul	Factorii exogeni	Atuul indicatorului	Deficiențele indicatorului
<b>Bela Balassa</b>	$XRCA = \frac{X_{ij}}{\sum_i X_{ij}} \bigg/ \frac{\sum_j X_{ij}}{\sum_i \sum_j X_{ij}} \quad (1.7)$ <p>unde: <i>XRCA</i> - indicele avantajului comparativ revelat al exportului [74, p. 9].</p>	<i>X<sub>ij</sub></i> - exportul bunului <i>i</i> din țara de origine <i>j</i> .	Cerințe limitate privind datele statistice, ușurința de a identifica avantajul relativ, mărimea țării de origine nu influențează asupra rezultatelor calculelor.	Indicele este asimetric și sensibil la numărul de bunuri exportate, nu ia în calcul importul.
<b>Michael Michaely</b>	$MI_{ij} = \left( X_{ij} / \sum_i X_{ij} - M_{ij} / \sum_i M_{ij} \right) \times 100\% \quad (1.8)$ <p>unde: <i>MI</i> - indicele Michaely de estimare a specializării comerțului exterior al țării <i>j</i> în bunul <i>i</i> [125].</p>	<i>X<sub>ij</sub></i> , <i>M<sub>ij</sub></i> - importul bunului în țara <i>j</i> .	Reprezintă o măsură a exportului net relativ dintr-un anumit sector, deci elimină reexportului ca sursă de distorsiune.	Susceptibilitatea la distorsiunile structurale, nu ia în calcul economia tenebră.
<b>Thomas Vollrath</b>	$RCA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij} \quad (1.9)$ <p>unde: <i>RCA</i> - avantajul comercial relativ;  <i>RXA</i> - avantajul revelat pentru exporturi;  <i>RMA</i> - indicele de penetrare a importurilor [148].</p>	<i>X<sub>ij</sub></i> , <i>M<sub>ij</sub></i> .	Simetrizarea indicelui.	Nu ia în calcul nivelul de deschidere al economiei, economia tenebră.
<b>Gerard Lafay</b>	$LFI = \left( \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}} - \frac{\sum_i (X_{ij} - M_{ij})}{\sum_i (X_{ij} + M_{ij})} \right) \times \frac{X_{ij} + M_{ij}}{\sum_i (X_{ij} + M_{ij})} \times 100\% \quad (1.10)$ <p>unde: <i>LFI</i> - indicele Lafay [122].</p>	<i>X<sub>ij</sub></i> , <i>M<sub>ij</sub></i> .	Rezultatele calculelor nu sunt influențate de mărimea țării de origine.	Indicele nu ia în calcul economia tenebră și nivelul de deschidere al economiei.

*Sursa: sistematizat de autor [36, p. 195-196].*

Deși acești indicatori sunt „utilizați pe scară largă pentru a determina avantajul comparativ al exportului și poziția competitivă a unei țări” [72, p. 29], totuși, potrivit autorului, indicatorii în cauză pot fi adaptați atât pentru utilizarea la nivel microeconomic, cât și pentru estimarea avantajelor comparative ale bunurilor autohtone pe piața internă.

Niciuna din metodele existente nu este universală și nu poate fi utilizată pentru a atinge toate obiective, deoarece fiecare metodă are avantajele și deficiențele sale (subiectivitatea; convenționalitatea; dificultatea evaluării; imposibilitatea comparării cu bunurile analogice ale concurenților sau bunurile analogice de import, din cauza lipsei de informații; etc.).

Alegerea metodei de evaluare a competitivității bunurilor depinde de scopul studiului, de disponibilitatea informațiilor necesare pentru efectuarea calculelor. Metoda selectată trebuie să țină cont de caracteristicile bunului și să fie adaptată la noile condiții de dezvoltare a economiei naționale. Cu scopul sporirii veridicității, corectitudinii, exactității rezultatelor obținute, este necesar ca cercetătorul să aplice mai multe metode de evaluare a competitivității bunurilor, dar să nu se limiteze la una singură.

Dezvoltarea economică a oricărui stat este strâns legată de eficiența relațiilor economice cu restul lumii. Pentru elaborarea strategiei comerțului exterior este necesar, preventiv, de evaluat corect competitivitatea bunurilor autohtone pe piața externă. În literatura de specialitate întâlnim un șir de indicatori de estimare a avantajului comparativ sau a avantajului competitiv, însă nici unul din indici nu ia în calcul toți factorii de influență a competitivității. De facto, indicatorii sunt axați pe un anumit factor sau un număr redus de factori. În Tabelul 1.4 sunt prezentați cei mai frecvent utilizați indicatori la estimarea competitivității bunurilor.

Indicele avantajului revelat, elaborat de Balassa, a fost modificat de mulți savanți pentru a lua în calcul alți factori sau a elimina deficiențele identificate. James Proudman și Stephen Redding, în articolul „Evolving Patterns of International Trade”, propun următoarea formulă de calcul:

$$RCA_{ij} = \frac{Z_{ij} / \sum_i Z_{ij}}{\frac{1}{N} \sum_j \left( Z_{ij} / \sum_i Z_{ij} \right)}, \quad (1.11)$$

unde:  $Z_{ij}$  – valoarea exportului bunului  $i$  în sectorul (țara)  $j$ ;

$N$  – numărul de bunuri [135, p. 377].

Formula dată are menirea să înlăture următoarea deficiență: în cazul indicelui elaborat de Balassa, media aritmetică obținută nu este egală cu 1 și variază atât între țări, cât și în timp [135, p. 377]. Avantajul modificării propuse

de J.Proudman și St.Redding constă în faptul că indicatorul este simetrizat în raport cu 1, ca rezultat, media aritmetică a valorilor obținute este egală cu 1. Spre deosebire, în cazul aplicării indicelui Balassa, la estimarea avantajului comparativ al bunurilor exportate, indicatorul poate atinge un nivel cu mult mai mare decât 1. Totuși, savanții nu au reușit să elimine toate deficiențele, cum ar fi: sensibilitatea la numărul de bunuri exportate și susceptibilitatea la distorsiunile structurale.

Așadar, după cum am menționat, indicele Balassa este asimetric. Mulți savanți sau implicat în depășirea deficienței date și au propus diferite soluții pentru modificarea indicelui avantajului relativ. În opinia lui Keld Laursen, formula de calcul trebuie să fie modificată în felul următor:

$$RSCA = (RCA - 1)/(RCA + 1) \quad (1.12)$$

unde:  $RSCA$  este indicele simetric al avantajului comparativ revelat [123, p. 2].

În afară de dezavantajele menționate în tabelul 1.4, indicele Balassa mai conține încă o deficiență: analiza comparativă se efectuează luând în calcul ponderea exportului unui anumit bun în toate exporturile țărilor lumii. Totuși, mai corect ar fi de comparat cu exporturile principalilor parteneri comerciali sau cu cota pe piețele-țintă.

Pentru a depăși această deficiență și asimetria indicelui Balassa, Alex Hoen și Jan Oosterhaven recomandă utilizarea indicelui aditiv ( $ARCA_j^A$ ) la evaluarea avantajului comparativ al bunului (sectorului)  $j$  și a indicelui aditiv agregat ( $ARCA^A$ ) pentru estimarea coeficientului de specializare regională:

$$ARCA_j^A = \left( X_j^A / \sum_j X_j^A \right) - \left( X_j^{REF} / \sum_j X_j^{REF} \right) \quad (1.13)$$

$$ARCA^A = \frac{1}{2} \sum_j \left[ \left( X_j^A / \sum_j X_j^A \right) - \left( X_j^{REF} / \sum_j X_j^{REF} \right) \right] \quad (1.14)$$

unde:  $X_j^A$  - exportul sectorului  $j$  din țara  $A$ ;

$X_j^{REF}$  - exportul sectorului  $j$  din țările de referință [114, p. 684].

Avantajul comparativ aditiv ia valori în intervalul [-1; 1], are o distribuție simetrică, centrată și este independent de tipologiile de clasificare a bunurilor. În final, toate modificările indicelui Balassa, descrise mai sus, au permis depășirea doar a câtorva deficiențe din totalitatea lor.

O altă modalitate de simetrizare a indicelui a fost propusă de R.Yu, J.Cai și P.Leung, care au mers pe altă cale. Savanții, în indicele avantajului comparativ normalizat ( $NRCA$ ), au luat în calcul devierea datelor reale de la valoarea atinsă de avantajul comparativ în punctul neutru [149]:



$$NRCA_{ij} = \frac{X_{ij} \times \sum_i \sum_j X_{ij} - \sum_i X_{ij} \times \sum_j X_{ij}}{\left( \sum_i \sum_j X_{ij} \right)^2}. \quad (1.15)$$

Valoarea indicelui normalizat variază în intervalul [-0,25; 0,25], în jurul punctului neutru al avantajului comparativ, care este egal cu 0. Acest indice este perfect comparabil în timp și în spațiu, atât valoarea medie a lui, cât și suma valorilor sunt stabile. Însă, deoarece NRCA atinge valori foarte mici și este greu de comparat, **autorul propune, pentru a ușura analiza comparativă, următoarea modificare, care constă în multiplicarea indicatorului în cauză:**

$$MNRCA_{ij} = 4 \times NRCA_{ij} \quad (1.16)$$

unde: *MNRCA* – indicele multiplicat al avantajului comparativ normalizat.

În scopul cuantificării schimburilor intraramurale se utilizează indicele Grubel-Lloyd (*GL<sub>ij</sub>*), care permite depistarea acelor bunuri, ponderea schimburilor intraindustriale ale căroră este comparativ mai mare/mică ca cele interindustriale [94, p. 498]:

$$GL_{ij} = 1 - \frac{|X_{ij} - M_{ij}|}{(X_{ij} + M_{ij})}, \quad (1.17)$$

unde: *X<sub>ij</sub>* – exportul bunului *i* din țara de origine *j*;

*M<sub>ij</sub>* – importul bunului *i* în țara *j*.

Astfel, conform celor menționate mai sus, în evaluarea competitivității bunurilor, cel mai frecvent este utilizat indicele avantajului comparativ revelat al exportului XRCA, elaborat de Bela Balassa. „Este definit ca raportul dintre exporturile unui produs din exporturile unei țări și cota din totalul exporturilor mondiale de mărfuri” [74, p. 9]. Autorul consideră că pentru sporirea veridicității evaluării competitivității bunurilor este necesar de utilizat un set de indicatori, care nu trebuie să fie statici, și pe care este necesar de modificat în dependență de scopul studiului, disponibilitatea datelor statistice.

## **Capitolul 2. EVALUAREA COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR PRIN PRISMA POLITICII COMERCIALE**

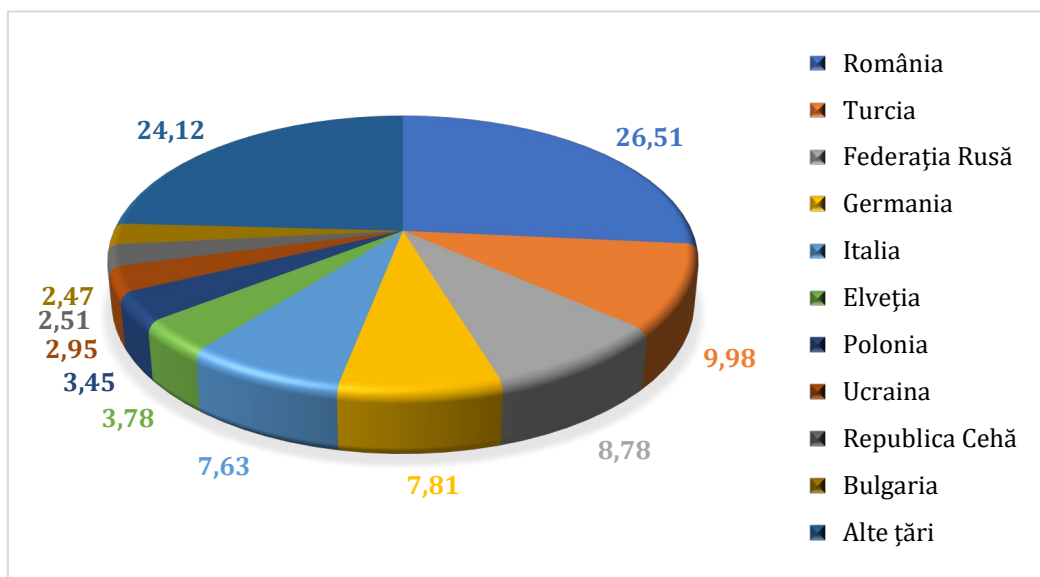
### **2.1. Analiza experienței principalilor parteneri comerciali ai Republicii Moldova privind politica comercială promovată**

Relațiile comerciale internaționale se desfășoară în condiții complicate din cauza: problemelor geopolitice, focarelor militare, sancțiunilor, fluxurilor enorme de emigranți, pandemiei COVID-19 etc. În lupta pentru piețele de desfacere, țările utilizează diverse instrumente ale politicilor economice, scopul final al cărora este voalat. Politica protecționistă și războaiele comerciale nu presupun specializarea țărilor conform avantajului comparativ. Prin urmare, promovarea politicii comerciale în corespundere cu teoriile clasice privind comerțul exterior nu este rațională, este logic să fie aplicate teoriile moderne. Înainte de a trece la analiza politicilor comerciale naționale, este necesar de efectuat analiza experienței principalilor parteneri comerciali ai Republicii Moldova privind politica comercială promovată. În scopul identificării principalilor parteneri comerciali ai Republicii Moldova, vom analiza aria geografică a relațiilor comerciale ale Republicii Moldova.

Analiza dinamicii exporturilor pe țări, în perioada anilor 1997-2021, relevă că în anii 1997-2007 și 2009-2013 principalul partener-comercial al Republicii Moldova a fost Federația Rusă, iar în anii 2008 și 2014-2021 deja devine România. În anul 2021 în top se află România și Turcia, țară membru a Uniunii Europene și țară candidat la aderarea la UE, urmate de Federația Rusă (Figura 2.1). Livrarea mărfurilor în România a crescut cu 8,89% în anul 2021 în raport cu anul 2019 (anul de până la pandemia COVID-19), iar cota în volumul total al exportului, în decurs de zece ani, a sporit cu 9,5 puncte procentuale. Începând cu anul 2016, volumul exportului în România este mai mare decât volumul exportului integral în țările CSI.

Republica Moldova a reorientat exportul său spre țările Uniunii Europene (UE). În anul 2021, ponderea exportului în aceste țări s-a redus cu 4,8 puncte procentuale în raport cu anul 2019. Exportul de bunuri în țările membre ale CSI a crescut cu 7,19%, iar cota s-a micșorat neînsemnat cu 0,8 puncte procentuale (în 2019-2021).

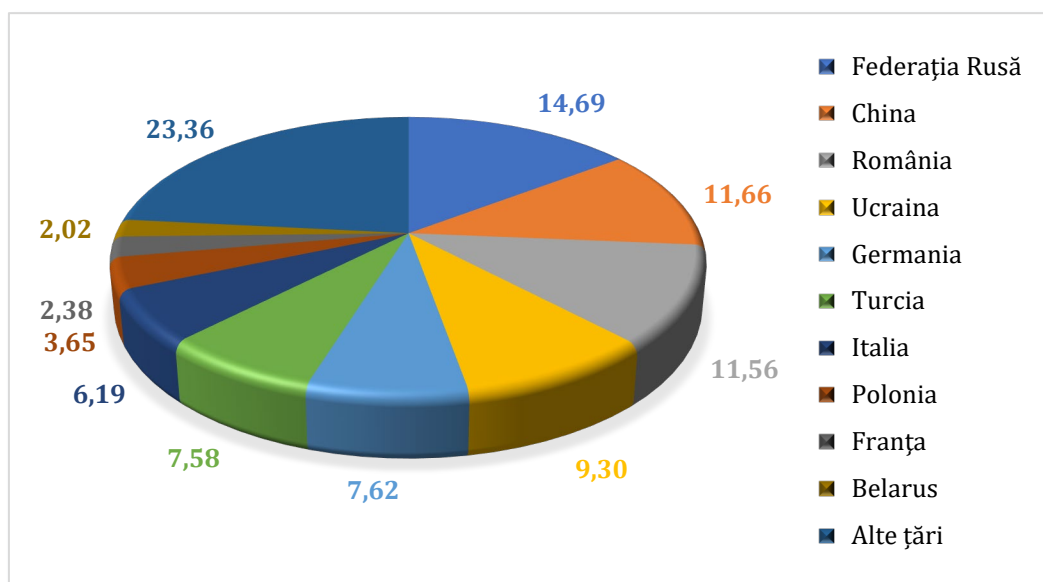
Generalizând cele expuse anterior, autorul se va axa pe studierea experienței principalilor parteneri comerciali ai Republicii Moldova privind politica comercială promovată, și anume a României și Federației Ruse, deoarece în decursul de 25 de ani, pe primul loc în structura exportului, în diferite perioade de timp, s-au clasat anume aceste două țări.



**Fig. 2.1. Structura exportului Republicii Moldova pe țări, anul 2021**

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al RM [16].*

Cercetarea derulării importului pe grupuri de țări a arătat că cea mai mare pondere, în anul 2021, revine țărilor UE – 43,88%, ce corespunde unei valori de 3,15 mlrd. dolari SUA. Țărilor CSI le revine 26,55% din volumul total al importurilor. În anul de raport, în structura importurilor pe primul loc s-a clasat Federația Rusă, urmată de China, România și Ucraina (Figura 2.2).



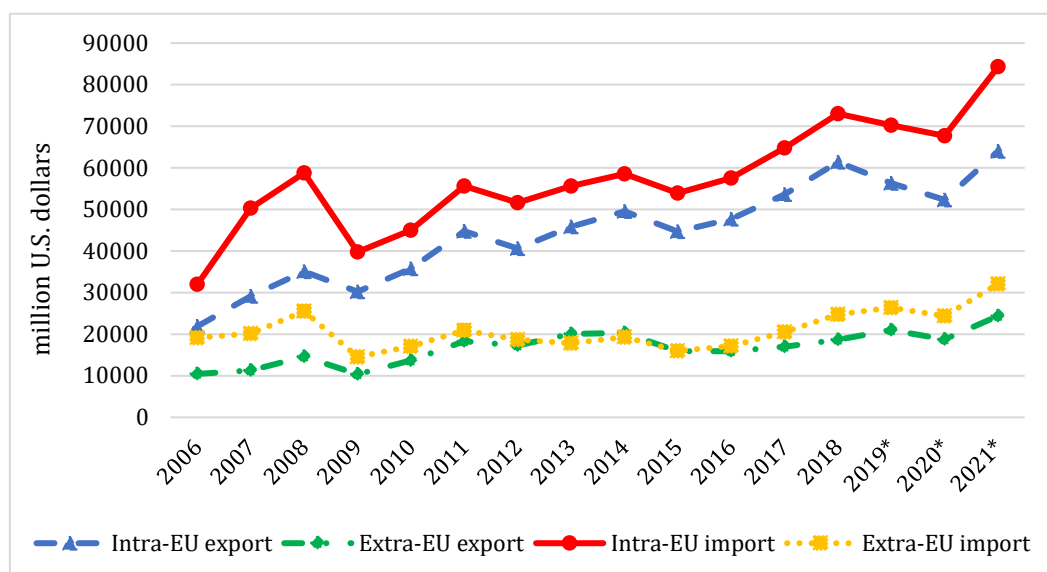
**Fig. 2.2. Structura importului Republicii Moldova pe țări, anul 2021**

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al RM [16].*

În perioada anilor 1997-2021, în topul principalelor țări partenere la import s-au aflat Federația Rusă (anii 1997-1999, 2010-2013, 2021), Ucraina (anii 2001-2009) și România (anii 2000, 2014-2019). Prin urmare, este logic de extins lista principalilor parteneri comerciali, a căror experiență privind politica comercială promovată trebuie studiată. Pe lângă România și Federația Rusă, de asemenea, va fi cercetată practica aplicată în Ucraina. În plus, România este stat membru al UE, Federația Rusă este membru al Uniunii Economice Eurasiatice, iar Ucraina, ca și Moldova, a semnat Acordul de Asociere cu Uniunea Europeană și a devenit țară candidat la aderarea la UE.

Începând cu anul 2007, România este stat membru al Uniunii Europene și se supune politicii comerciale comune, conform căreia țările membre nu au dreptul să încheie acorduri comerciale cu țări terțe, acest drept îi revine Uniunii Europene. Politica comercială a țărilor UE este reglementată prin intermediul diferitor acte legislative. Regulamentele de bază sunt descrise în Tabelul 2.1.

Autorul a analizat seria de date statistice disponibile pe site-ul Institutului Național de Statistică din România privind evoluția comerțului exterior (anii 1991-2021), iar în Figura 2.3 prezentăm dinamica pentru anii 2006-2021, adică un an până la aderare și anii de după aderare la UE. Analiza evoluției exportului și importului extracomunitar și intracomunitar, în perioada anilor 1991-2021, a arătat că începând cu anul 1993, România și-a reorientat comerțul exterior spre țările comunității europene.



**Fig. 2.3. Evoluția comerțului exterior al României, anii 2006-2021**

**Notă:** \*) începând cu a.2019 datele statistice sunt pentru UE27.

**Sursa:** elaborată de autor în baza datelor INS din România [17].

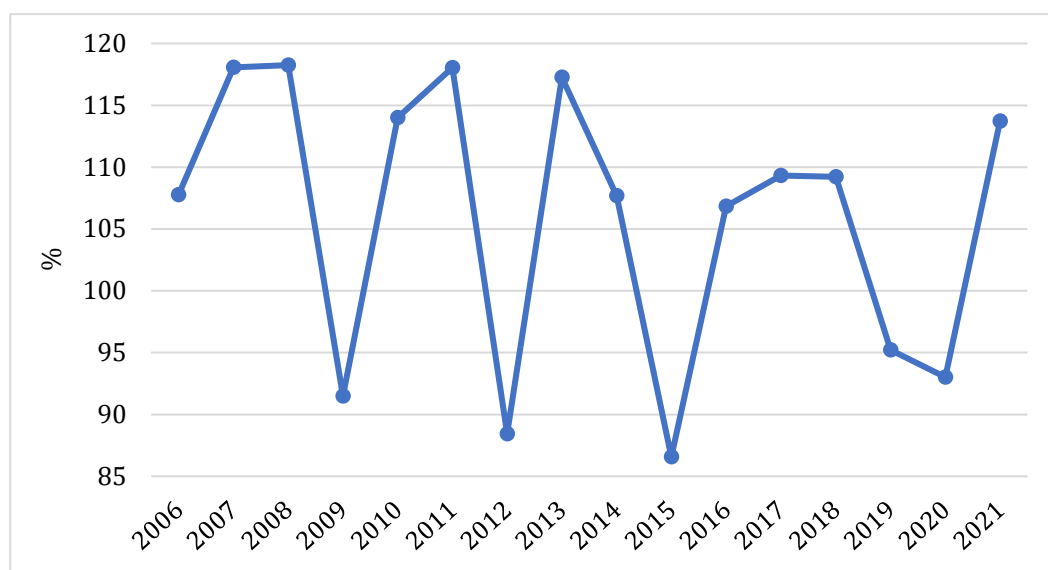
**Tabelul 2.1. Reglementarea politicii comerciale cu țări terțe de către Uniunea Europeană**

<b>Regulamente</b>	<b>Caracteristici distincte</b>	<b>Modificări recente</b>	<b>Data intrării în vigoare</b>
„Regulamentul (CEE) nr. 2658/87 al Consiliului din 23 iulie 1987 privind Nomenclatura tarifară și statistică și Tariful Vamal Comun” [61]	1. Introduce sistemul unic de codificare a bunurilor; 2. Conține taxe vamale; 3. Nu conține taxe naționale (TVA etc.).	„Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 2018/396 al Comisiei din 13 martie 2018 de modificare a anexei I la Regulamentul (CEE) nr. 2658/87 privind NTS și TVC” [62]. „Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 2018/507 al Comisiei din 26 martie 2018 de modificare a anexei I la Regulamentul (CEE) nr. 2658/87 privind NTS și TVC” [63].	10 septembrie 1987
„Regulamentul (UE) nr. 978/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 octombrie 2012 de aplicare a unui sistem generalizat de preferințe tarifare și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 732/2008 al Consiliului” [66]	În cazul <b>SGP</b> , aproximativ $\frac{2}{3}$ din taxele vamale la import sunt reduse pentru țările în curs de dezvoltate, cu venituri mici. În cazul <b>SGP+</b> , peste $\frac{2}{3}$ din taxele vamale la import sunt anulate pentru țările cu venituri mici, care îndeplinesc două criterii (de vulnerabilitate și sustenabilitate). În cazul <b>EBA</b> , taxele vamale la import și cotele la toate bunurile cu excepția armamentului sunt anulate pentru țările slab dezvoltate.	„Regulamentul delegat (UE) 2020/128 al Comisiei din 25 noiembrie 2019 de modificare a anexei II la Regulamentul (UE) nr. 978/2012 al Parlamentului European și al Consiliului de aplicare a unui sistem generalizat de preferințe tarifare” [64].	1 ianuarie 2014
„Regulamentul (UE) 2019/287 de punere în aplicare a clauzelor de salvagardare bilaterale și a altor mecanisme care permit retragerea temporară a preferințelor aferente anumitor acorduri comerciale încheiate între UE și țări terțe” [65]	Se aplică pentru a proteja producătorii autohtoni ai anumitor produse sensibile. Se aplică în cazul bunurilor care sunt importate în cantități așa de mari, încât aduc prejudiciu producătorilor autohtoni.	-	14 martie 2019

**Sursa:** sistematizat de autor [96].

Ca rezultat, începând cu anul 1995, exportul și importul cu țările UE prevalează cel cu țările terțe. Din momentul aderării României la UE, atât exportul intra-UE, cât și extra-UE a crescut, cu excepția anilor 2009, 2012, 2015, 2019, 2020 (anul pandemiei COVID-19), în linii generale cota exportul intra-UE în exportul total variază în intervalul 69-77%.

Efectele politicilor economice, deciziilor la nivel de stat și strategiilor promovate pot fi atât pozitive, cât și negative, doar diferă prin faptul care din aceste două categorii de efecte prevalează. Pentru a elabora concluzii veritabile privind avantajele pe care le-a obținut România în rezultatul aderării, vom analiza dinamica indicelui volumului fizic al exportului (Figura 2.4).

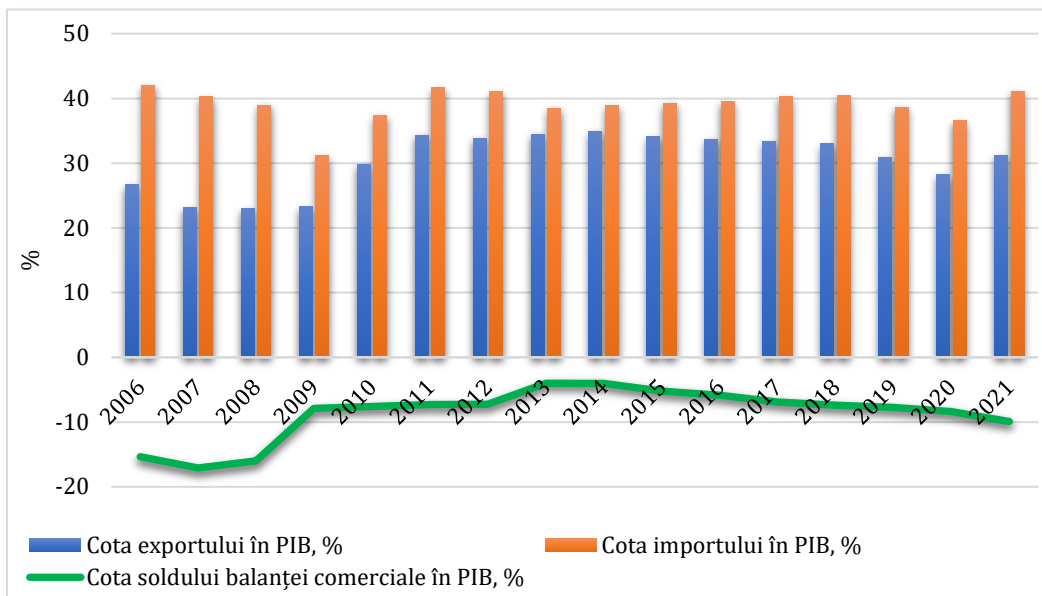


**Fig. 2.4. Indicele volumului fizic al exportului (FOB) României**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor INS din România [17].*

În perioada anilor 2000-2006, volumul fizic al exportului a crescut, însă, în perioada de după aderare, a fost înregistrată diminuarea indicatorului dat în anii 2009, 2012, 2015, 2019 și 2020, cauzată de criza economică de la finele anului 2008, de calamitățile naturale produse de seceta din anii 2012, 2015 și 2020, de precipitațiile atmosferice abundente din 2019.

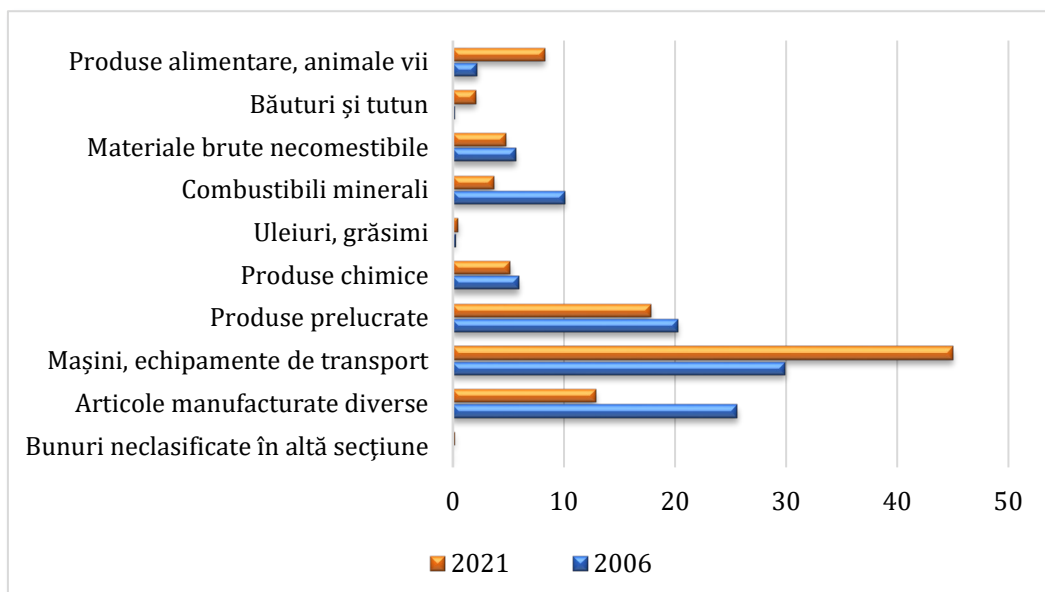
Aderarea a adus României oportunități, însă nu i-a oferit stabilitate în situații de dezastre naturale. Ca și în cazul Republicii Moldova, care nu este membru al UE, economia statului român este vulnerabilă la cataclisme naturale. Ultimii șapte ani, cota exportului în PIB a înregistrat un trend descendent (excepție 2021), iar cota deficitului balanței comerciale – un trend ascendent (Figura 2.5).



**Fig. 2.5. Cota comerțului exterior al României în PIB**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor INS din România [17] [19].*

În anul 2021, cota exportului (FOB) mașinilor și echipamentelor de transport a constituit 45,0%, adică cu 15,1 puncte procentuale mai mult față de anul 2006. Pe locul doi sunt clasate produsele prelucrate, urmate de articole manufacturate diverse (Figura 2.6).



**Fig. 2.6. Structura exportului României pe secțiuni conform CSCI Rev.4,%**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor INS din România [17].*

Analiza comparativă a modificărilor în structura exportului, pe secțiuni conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), denotă că în anul 2021, în raport cu anul precedent aderării, a crescut cota bunurilor procesate cu înalt grad al valorii adăugate.

La 29 mai 2014, la Astana, în cadrul ședinței Consiliului Economic Suprem a fost semnat „Tratatul de instituire a Uniunii Economice Eurasiatice” (TUEE) [165], ratificat de legea federală din 03.10.2014 nr. 279-Φ3 [193], care a intrat în vigoare la 01.01.2015. În conformitate cu articolul 102 din Carta Națiunilor Unite, TUEE a fost înregistrat la Secretariatul Națiunilor Unite la 24.07.2015. TUEE unifică cadrul legal al Uniunii Vamale (UV) și al Spațiului Economic Comun al statelor membre, cadrul de reglementare al Uniunii Economice Eurasiatice (UEE), dispoziții și regulamente care vizează aprofundarea integrării în UV și SEC. Principiile de bază ale funcționării pieței membrilor UEE și reglementării relațiilor comerciale internaționale dintre UEE și țările terțe sunt descrise în articolul 25 aliniatul 1 TUEE:

- „Piețele interne funcționează autonom;
- Se aplică:
  - tariful vamal unificat al Uniunii Economice Eurasiatice și alte măsuri de reglementare a comerțului exterior cu țările terțe;
  - regulile unificate de comercializare a mărfurilor cu țările terțe;
  - reglementarea vamală unificată;
  - libera circulație a mărfurilor între statele membre fără declararea vamală și controlul de stat (sanitar-veterinar, fitosanitar etc.), cu excepția cazurilor prevăzute de prezentul acord” [165].

Tratatul dat a fost perfecționat în acest răstimp. La 01.10.2019, în cadrul ședinței Consiliului Suprem al Uniunii Economice Euroasiatice au fost aprobate trei protocoluri:

1. Protocolul privind modificarea „Tratatului de instituire a Uniunii Economice Eurasiatice”, menit să elimine decalajul normativ, care include ajustarea tehnică a unor dispoziții.

2. Protocolul care vizează taxele antidumping, compensatorii și posibilitatea utilizării mijloacelor financiare, primite în calitate de plată în avans, pentru achitarea taxelor vamale la import [182].

3. Protocolul în care sunt specificate cotele de distribuire a taxelor vamale la import între bugetele statelor membre ale UEE: Armenia – 1,220%; Belarus – 4,860%; Kazahstan – 6,955%; Kârgâzstan – 1,900%; Federația Rusă – 85,065% [196]. Acest protocol a intrat în vigoare la 01.01.2020.

Perioada de activitate a UEE nu este destul de longevivă pentru o analiză aprofundată, de aceea, inițial, vom analiza dinamica indicatorilor de bază a



comerțului exterior, apoi vom trece la analiza obiectivelor politicii comerciale a Federației Ruse și Proiectului național „Cooperare internațională și export”. Pe site-ul Serviciului Federal de Statistică al Federației Ruse sunt disponibile date statistice privind dinamica comerțului exterior pentru anii 1995-2021. Autorul a analizat seriile disponibile, însă diagramele arată evoluția pentru perioada de timp analogică cu cea prezentată în cazul României.

În perioada anilor 2006-2021, volumul exportului și importului Federației Ruse (FR) nu a evoluat uniform, a diminuat brusc în anul 2009 din cauza crizei financiare de la sfârșitul anului 2008, în perioada anilor 2014-2016 – după aplicarea sancțiunilor de către SUA, Canada, statele membre ale UE etc., iar în 2020 – din cauza pandemiei COVID-19 [157]. În 2021 volumul exportului a atins cel mai înalt nivel din ultimii șapte ani, însă totuși a fost mai mic ca cel din anii 2011-2014. Perioadele de creștere și descreștere a importului coincid cu cele ale exportului (excepție anul 2019), de aceea soldul balanței comerciale a fost activ în decursul întregii perioade analizate.

Criza economică de la finele anului 2008 a cauzat scăderea volumul fizic al exportului de bunuri și servicii în anul 2009, iar în 2020 acest indice a diminuat din cauza pandemiei COVID-19. În mediu, în perioada anilor 2006-2021, volumul fizic al exportului de bunuri și servicii a constituit 102,5%.

În anul 2013, Serviciul Federal de Statistică al Federației Ruse a trecut la estimarea Produsului Intern Brut (PIB) după metodologia de calcul a „Sistemului Conturilor Naționale (SCN) al Organizației Națiunilor Unite, versiunea 2008 / Sistemul European de Conturi, versiunea 2010” (SCN, ONU-2008/SEC-2010) [176]. PIB-ul pentru anii 2011-2012 a fost recalculat conform metodologiei noi.

În perioada analizată, cea mai mică cotă a exporturilor în PIB (22,37%) a fost atinsă în anul 2016, cea mai joasă cotă a importurilor în PIB (13,42%) – în anul 2015, iar cea mai mică cotă a excedentului balanței comerciale în PIB (7,06%) în 2020. Analiza comparativă a rezultatelor obținute la capitolul dat de Federația Rusă și România a arătat că numai la indicatorul cota exporturilor în PIB România o întrece pe FR. În schimb, soldul balanței comerciale a FR este activ, pe când al României – pasiv. În plus, gradul de sensibilitate a economiei naționale române de import este mult mai mare față de cel al economiei Federației Ruse. Prin urmare, economia FR, în comparație cu economia statului român, poate ține piept sancțiunilor o perioadă mult mai îndelungată. De aceea, comparativ, ea este mai independentă în luarea deciziilor la scară mondială, pe când România trebuie să se conformeze deciziilor Uniunii Europene. Gradul de independență în promovarea politicii comerciale a Federației Ruse este comparativ mai mare în raport cu cel al României.

Analiza comparativă a structurii exportului pe grupuri de mărfuri, în anul 2021 față de anul 2006, a arătat că Federația Rusă, treptat, micșorează cota exportului de combustibili minerali (cu 9,69 puncte procentuale) și majorează cota produselor agroalimentare (cu 5,46 puncte procentuale) și produselor chimice (cu 2,12 puncte procentuale).

Tendința de a micșora cota gazelor naturale și a altor combustibili minerali este legată de implementarea Proiectului național „Cooperare internațională și export”. Principalele obiective strategice ale Federației Ruse în vederea eficientizării politicii comerciale sunt:

- „Majorarea, în decurs de cinci ani, a ponderii exportului de produse finite până la 45% în exportul total, respectiv, micșorarea cotei de export a combustibililor minerali.
- Cota de export al bunurilor industriei prelucrătoare (cu excepția combustibilului), complexului agroindustrial și serviciilor prestate trebuie să constituie 20% din PIB în anul 2024.
- Volumul de export al producției industriei constructoare de mașini, în anul 2024, trebuie să atingă nivelul de 50 miliarde \$ SUA, iar volumul de export al producției complexului agroindustrial și serviciilor prestate se preconizează să atingă nivelul de 45 miliarde \$ SUA și, respectiv, 100 miliarde \$ SUA.
- Majorarea numărului de exportatori de mărfuri de 1,5 ori până în anul 2024” [177].

Analiza comerțului exterior al Ucrainei este efectuată pentru anii 2010-2021, deoarece pentru anii precedenți 1996-2009 datele statistice nu sunt comparabile cu cele pentru anii 2014-2019 și nu iau în considerare Republica Autonomă Crimeea, orașul Sevastopol, regiunile Donetsk și Luhansk, iar pentru 2014-2021 nu sunt disponibili indicatori recalculați integral pentru Ucraina, numai pentru 2010-2013 sunt disponibile date statistice care includ și care exclud Crimeea și orașul Sevastopol [155].

Ucraina, după criza politică de la răscrucea anilor 2013-2014, și-a reorientat comerțul exterior spre vest. La 01.01.2016 a intrat în vigoare Acordul de asociere dintre UE și Ucraina, care prevede reducerea taxelor vamale, aproximarea legislației, iar la 11.07.2016, Ucraina și Canada au confirmat Acordul de liber schimb (CUFTA), care, analogic, prevede reducerea taxelor la unele mărfuri. Analiza dinamicii comerțului exterior al Ucrainei a arătat că după implementarea acordurilor, atât exportul, cât și importul cresc, însă această creșterea este foarte lentă în 2016-2019, numai în anul 2021, după declinul în 2020, a avut loc o creștere semnificativă [168].

Analiza structurii geografice a exportului a arătat că, începând cu anul 2014,

Ucraina a avut drept scop să înlocuiască piața rusă cu cea europeană. În anul 2015, exportul în Federația Rusă a scăzut de 2 ori în raport cu anul precedent. Însă, această diminuare nu a fost substituită cu o creștere identică a exportului în Uniunea Europeană, astfel că, în anul dat (2015), din Ucraina au fost livrate pe piața UE bunuri cu 23,45% mai puțin față de anul 2014.

Pentru o reorientare echivalentă a exportului de la est la vest, este necesar de produs bunuri competitive, care sunt solicitate pe piața europeană, și care corespund standardelor europene. Atingerea acestui obiectiv necesită inovații, progres tehnico-științific, timp, investiții, dar și personal înalt calificat.

Volumul fizic al exportului a scăzut brusc în anul 2013 și a continuat să diminueze în anii 2014-2016. În anul 2017 a avut loc o creștere neînsemnată a indicatorului dat (102,7%), urmată de o reducere în 2018 (97,9%), în 2019 indicele volumului fizic al exportului s-a majorat și a atins nivelul de 104,7%, iar în următorii ani a scăzut și a atins nivelul de 94,0% în 2020 și 93,4% în 2021.

În pofida faptului că exportul și importul au crescut în expresie valorică în 2016-2019, ponderea lor în PIB scade. Cea mai semnificativă diminuare a înregistrat anume cota exportului în PIB în anul 2019, ceea ce relevă că se exportă preponderent bunuri, care nu creează valoare adăugată înaltă. În 2021, după reducerea semnificativă din 2020, a avut loc creșterea ambilor indicatori.

Analiza structurii exportului demonstrează veridicitatea concluziei privind eficiența joasă a politicii comerciale promovate de Ucraina, care a majorat cota exportului bunurilor neprocesate, adică se exportă bunuri cu valoare adăugată joasă, ceea ce nu poate asigura creșterea valorii adăugate brute, prin urmare și a PIB-lui. În perioada anilor 2010-2021, a crescut ponderea exportului de produse agroalimentare cu 21,3 puncte procentuale, pe când cota bunurilor cu o valoare adăugată înaltă, cum ar fi: utilajul, echipamentul, mijloacele de transport a scăzut cu 8,7 puncte procentuale.

La finele subcapitolului dat va fi efectuată analiza punctelor tari și punctelor slabe ale politicii comerciale promovate de principalii parteneri comerciali ai Republicii Moldova.

Promovarea politicii comerciale comune aduce avantaje țărilor membre UE, inclusiv României, care deține un șir de puncte tari: producătorii români sunt protejați de concurența neloială din partea producătorilor și importatorilor țărilor terțe, datorită punerii în vigoare a Regulamentului (UE) 2019/287; puterea de negociere a Uniunii, care include 28 de țări, este mult mai mare decât în cazul unui singur stat, prin urmare, câștigă fiecare membru; investitorii fiecărui stat membru beneficiază de aceleași drepturi, obligații și condiții de alocare a investițiilor; exportul bunurilor românești atestă o evoluție ascendentă, fiind extinse piețele de desfacere în țările terțe.

Pe lângă puncte tari, au fost depistate puncte slabe și amenințări, precum: crește deficitul balanței comerciale; economia națională este vulnerabilă la cataclisme naturale; comerțul exterior al României este direcționat spre spațiul european cu o cotă semnificativă, dar persistă riscul ieșirii din familia europeană a unor state, deci, volumul comerțului exterior poate să scadă [96].

Politica comercială, promovată de Federația Rusă, a înregistrat următoarele puncte tari: exportul de bunuri fabricate în Federația Rusă a evoluat ascendent și a fost extinsă aria geografică a exportului; politica de substituire a importului s-a soldat cu micșorarea cotei exportului de combustibili minerali și de creștere a cotei exportului de produse agroalimentare și produse chimice. Cel mai însemnat punct slab al politicii comerciale, promovate de Federația Rusă, este faptul că, în pofida politicii comerciale promovate, și deși cota exportului de combustibili scade, totuși, cota dată încă este majoră.

Punctele tari ale politicii comerciale promovate de Ucraina sunt: liberalizarea comerțului cu țările UE; creșterea volumului de producție și exportului de produse agroalimentare, deci securitatea alimentară a Ucrainei a sporit. Punctele slabe sunt următoarele: diminuarea volumului comerțului exterior în expresie valorică; creșterea volumului fizic al exportului nu este stabilă, perioadele de scădere sunt mai mari comparativ cu perioadele de creștere, iar amplitudinea scăderii volumului fizic al exportului este mai mare comparativ cu amplitudinea creșterii volumului fizic; reducerea cotei exportului în PIB; sporirea deficitului balanței comerciale și cotei deficitului balanței comerciale în PIB; diminuarea cotei exportului bunurilor cu o valoare adăugată înaltă, cum ar fi: utilajul, echipamentul, mijloacele de transport; creșterea volumului promovării bunurilor neprocesate.

Generalizând rezultatele obținute, concluzionăm că cele mai multe puncte slabe le deține politica comercială a Ucrainei, pe când cea promovată de România are atât puncte tari, cât și puncte slabe, dat remarcăm că punctele tari prevalează. O analiză veridică a eficienței politicii comerciale promovate de Federația Rusă, din cauza intervalului scurt de timp, care a trecut după inițierea implementării, nu este posibilă.

## **2.2. Analiza practicii naționale în formarea politicii comerciale**

Politica comercială a oricărui stat face parte din politica economică a țării, care reflectă atât linia generală a statului în relațiile internaționale, cât și relațiile specifice cu o anumită țară. Scopul principal al politicii comerciale este crearea condițiilor externe și interne favorabile creșterii economice durabile a

economiei naționale, de aceea este relevantă cercetarea realizării politicii comerciale a Republicii Moldova.

Delimitarea conceptuală privind politica comercială poate fi găsită pe site-ul Ministerului Economiei și Infrastructurii Guvernului Republicii Moldova: „Politica comercială a Republicii Moldova este componenta politicii economice care vizează sfera relațiilor economice externe și presupune totalitatea reglementărilor, instrumentelor și măsurilor de politică comercială care urmăresc promovarea schimburilor comerciale externe și stimularea dezvoltării economiei naționale la adăpost de concurența străină” [15].

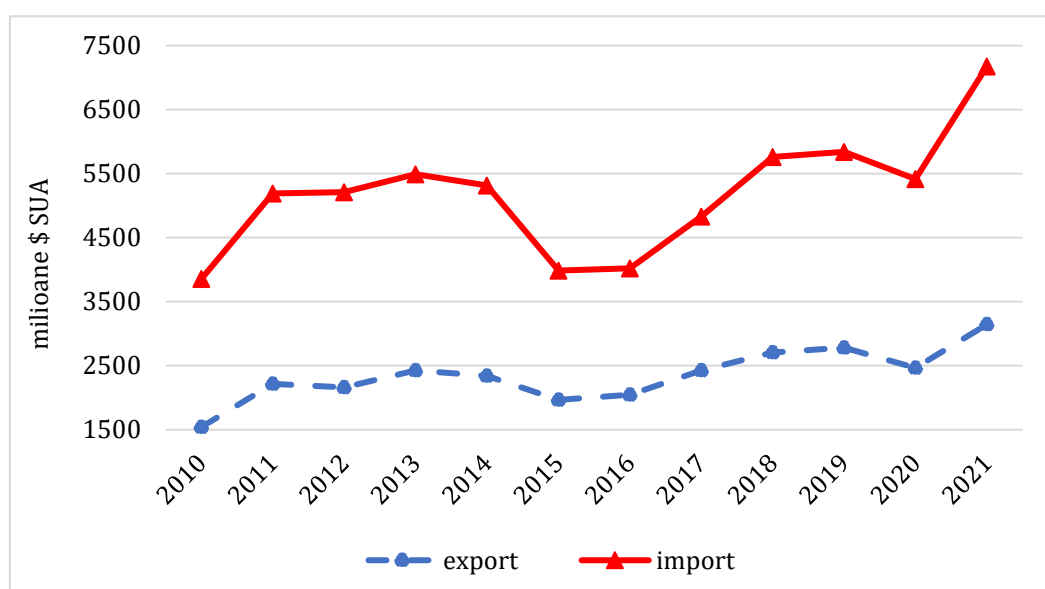
Politica comercială trebuie să creeze condiții pentru dezvoltarea atât a concurenței, cât și a comerțului. În procesul de formare a politicii comerciale este necesar de ținut cont de nivelul de dezvoltare și potențialul economiei naționale. Creșterea economică și politica comercială sunt interdependente. Costul aplicării politicii protecționiste, de către principalii parteneri comerciali, în cazul unui stat slab dezvoltat, poate fi extrem de mare. În același timp, când însuși acest stat aplică politica protecționistă, partenerii comerciali, la fel, pot introduce politici analogice, cele mai mari pierderi vor avea țările cu poziția economică și politică mai slabă. În schimb, țările cu un nivel înalt de dezvoltate pot să aplice aceste instrumente politice fără a avea pierderi însemnate. Promovarea politicii comerțului liber poate avea efecte pozitive semnificative, însă rezultatul va fi nul, dacă va fi promovată unilateral [103, p. 233-234].

Pe site-ul Biroului Național de Statistică (BNS) al Republicii Moldova sunt disponibile serii de timp anuale privind comerțul exterior pentru anii 1997-2021. Analiza dinamicii se efectuează în baza unui set de indicatori, inclusiv se calculează cota în PIB. În anul 2018, BNS a trecut la estimarea indicatorilor privind Produsul Intern Brut (PIB) după metodologia de calcul a Sistemului Conturilor Naționale (SCN) al Organizației Națiunilor Unite, versiunea 2008 / Sistemul European de Conturi, versiunea 2010.

Modificări s-au produs aproape în toate compartimentele SCN, însă modificări majore au avut loc în metodologia elaborării tabelelor fluxurilor de bunuri și în calcularea indicatorilor macroeconomici, care, în conformitate cu metodologia SCN, ONU-2008/SEC-2010, în primul rând, afectează mărimea Produsului Intern Brut (Anexa 1) [27, p. 119]. PIB-ul, conform metodologiei noi, a fost recalculat pentru anii precedenți 2010-2017. Luând în calcul cele menționate, dar și faptul că seria de date trebuie să fie comparabilă, în continuare va fi analizată perioada de timp 2010-2021 pentru Republica Moldova.

Analiza dinamicii comerțului exterior al Republicii Moldova atestă că perioadele de creștere și descreștere a importului sunt identice cu cele ale

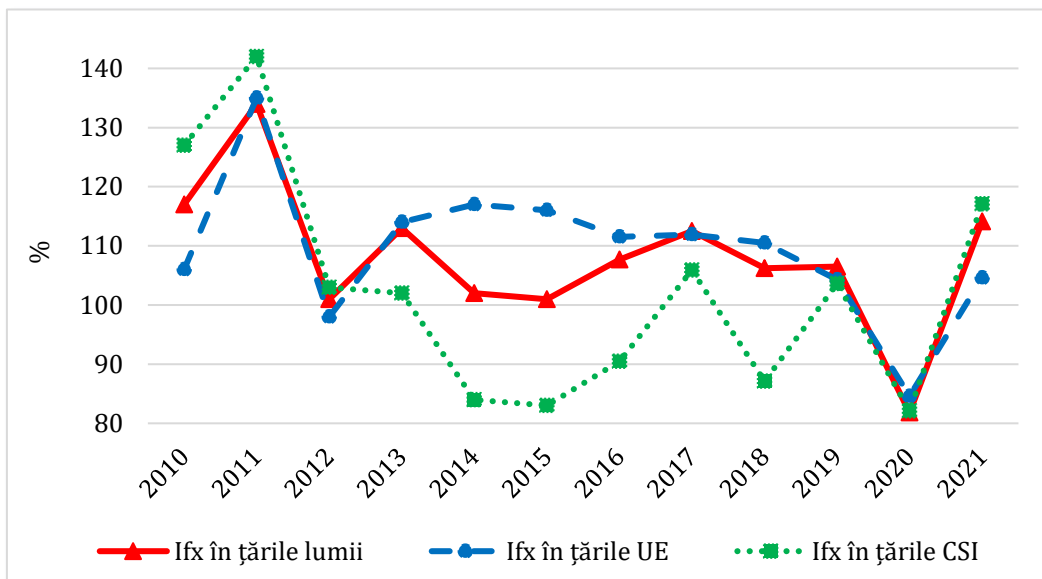
exportului, iar soldul balanței comerciale a fost deficitar în decursul întregii perioade analizate. După diminuarea bruscă a comerțului exterior în anul 2009, cauzată de criza financiară, în următorii doi ani a crescut simțitor atât exportul, cât și importul. Următoarea micșorare considerabilă, în termeni valorici, a fost atestată în anul 2015 (Figura 2.7), pe fondalul conflictului geopolitic și schimbului de sancțiuni dintre Federația Rusă, pe de o parte, și SUA, Uniunea Europeană, Canada, Elveția, Japonia, Australia, Noua Zeelandă, pe de altă parte. După semnarea Acordului de Asociere a Republicii Moldova la UE, la 27 iunie 2014, Federația Rusă a extins geografic sancțiunile și asupra bunurilor de origine din Moldova. În anul post-pandemic (2021) au crescut semnificativ atât exporturile (cu 27,8%), cât și importurile (cu 32,5%).



**Fig. 2.7. Evoluția comerțului exterior al Republicii Moldova, anii 2010-2021**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

O reorientare cardinală a exportului de la est spre vest nu putea fi realizată în termeni reduși de timp, deoarece o bună parte din produsele exportate nu corespund standardelor europene, nu sunt competitive atât în raport cu calitatea, cât și în raport cu prețul. Volumul fizic al exportului de mărfuri în țările lumii, în anul 2015, nu s-a redus, ci a crescut și a constituit 101% (Figura 2.8), pe când în termeni valorici a scăzut cu 15,93%. Situația creată poate fi explicată prin faptul că exportul de bunuri procesate în țările CSI, cu o valoare adăugată relativ înaltă, a fost substituit cu exportul bunurilor neprocesate, cu o valoare adăugată joasă, în țările UE.

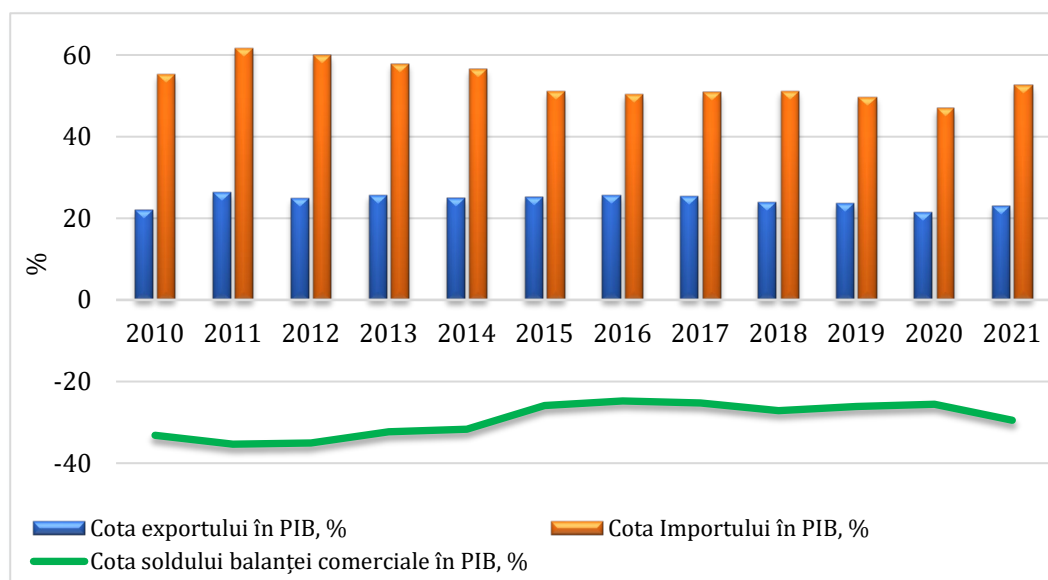


**Fig. 2.8. Indicii volumului fizic al exportului din Republica Moldova, anii 2010-2021**

*Notă:* Ifx – Indicii volumului fizic la mărfurile exportate.

*Sursa:* estimările efectuate de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].

Cota exportului în PIB a scăzut în perioada anilor 2017-2020, iar în 2021 a atins nivelul de 22,99% (Figura 2.9), care este mai mic în raport cu nivelul atins de Ucraina (34,02%), România (31,19%) și Federația Rusă (27,72%).

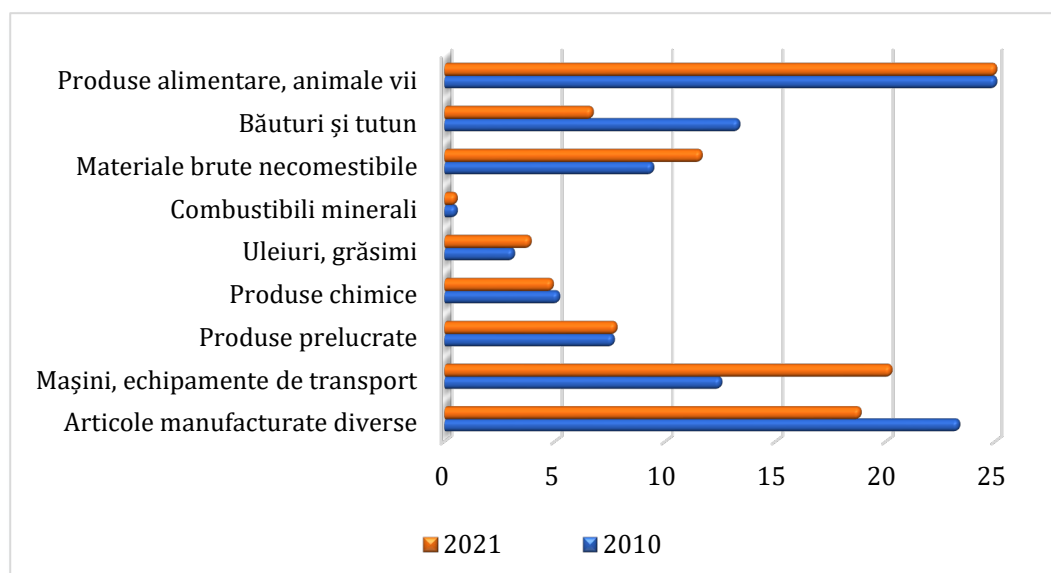


**Fig. 2.9. Cota comerțului exterior al Republicii Moldova în PIB**

*Sursa:* estimările efectuate de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16] [59].

Analitic, Republica Moldova nu a avansat în raport cu principalii parteneri comerciali la capitolul cota soldului balanței comerciale în PIB. În anul 2021, cota deficitului balanței comerciale în PIB a atestat un nivel de 12,4 ori mai mare comparativ cu cel înregistrat de Ucraina și de 3,0 ori mai mare comparativ cu România. *Gradul de sensibilitate a economiei naționale moldovenești de import este comparativ mai mare, iar gradul de independență în promovarea politicii comerciale este comparativ mai mic față de cel al principalilor parteneri comerciali.*

Analiza comparativă a structurii exportului Republicii Moldova, pe secțiuni conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI) Rev. 4, în anul 2021 față de anul 2010, a demonstrat că s-a micșorat cota exportului de băuturi și tutun (cu 6,64 puncte procentuale), articole manufacturate diverse (cu 4,50 puncte procentuale), produse chimice (cu 0,29 puncte procentuale), dar s-a majorat cota de mașini, echipamente de transport (cu 7,71 puncte procentuale), materiale brute necomestibile, exclusiv combustibili (cu 2,20 puncte procentuale), uleiuri, grăsimi și ceruri de origine animala sau vegetala (cu 0,75 p.p.) (Figura 2.10).



**Fig. 2.10. Structura exportului Republicii Moldova pe secțiuni conform CSCI Rev. 4, %**

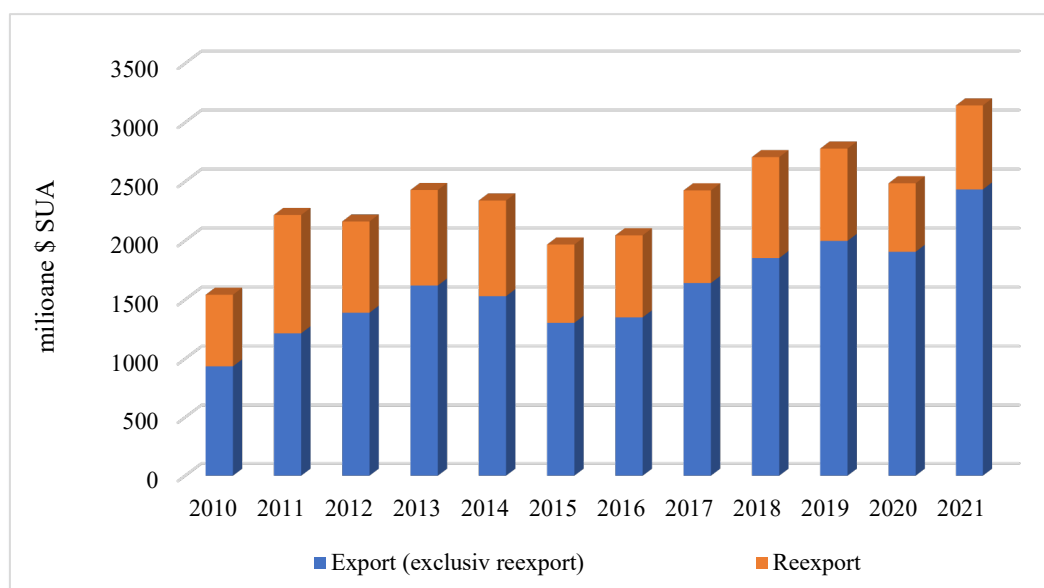
*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

O altă caracteristică a comerțului exterior al Republicii Moldova este cota înaltă a *reexportului*. Se disting două *categorii de reexport*:



- reexportul clasic al bunurilor, care nu au fost prelucrate, nu au suferit transformări esențiale;
- reexportul producției după prelucrare.

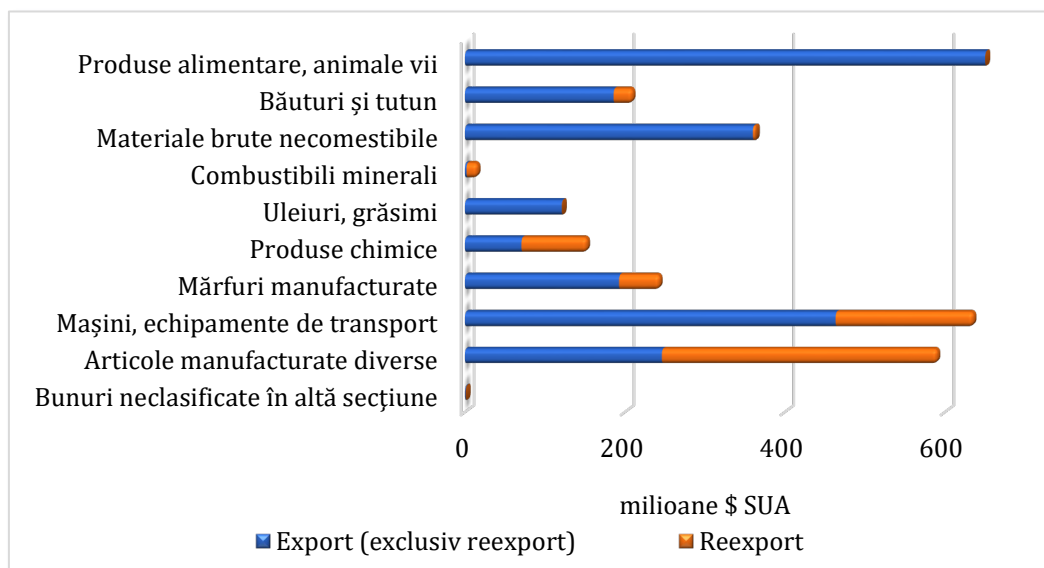
Cel mai înalt nivel al cotei reexportului în export, de 45,18%, a fost înregistrat în anul 2011. În anii următori s-a atestat un trend descendent al indicatorului dat. Cota reexportului în anul 2021 a constituit 22,6%, inclusiv 7,4% în total exporturi sunt reexporturi clasice și 15,2% – reexporturi de mărfuri după prelucrare. În expresie valorică, cel mai mare volum al reexportului, la fel, a fost atins în anul 2011, iar cel mai mic – în anul 2020, anul pandemiei COVID-19 (Figura 2.11).



**Fig. 2.11. Evoluția exportului și reexportului Republicii Moldova, anii 2010-2021**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor UN Comtrade [91].*

Analiza exportului (exclusiv reexport) pe secțiuni conform CSCI Rev. 4 pentru anul 2021 a arătat că cel mai mare volum îi revine exportului (fără reexport) de produse alimentare și animale vii. Materialele brute necomestibile, exclusiv combustibili, la fel, dețin o cotă însemnată în exportul total, ceea ce atestă faptul că Republica Moldova exportă un volum relativ mare de bunuri neprocesate în raport cu cele procesate (Figura 2.12). *Tendința dată reprezintă un obstacol în dezvoltarea unei economii competitive.* Gradul de deschidere a economiei Republicii Moldova este foarte înalt, în anul 2021 a fost atins nivelul de 75%, ceea ce atestă importanța politicii comerciale în reglarea economiei naționale [107].



**Fig. 2.12. Exportul și reexportul Republicii Moldova pe secțiuni conform CSCI Rev. 4, anul 2021**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor UN Comtrade [91].*

În viziunea autorului, majorarea volumului comerțului exterior, preponderent al exporturilor, sporirea competitivității bunurilor autohtone, diversificarea exportului și a structurii comerțului regional ar asigura creșterea sustenabilă a economiei naționale. Luând în calcul că o bună parte a bunurilor produse în Moldova nu corespund standardelor europene și nu sunt competitive pe piața țărilor UE, dar corespund cerințelor pieței Federației Ruse, este necesar de stabilit un echilibru în comerțul atât cu Uniunea Economică Euroasiatică, cât și cu Uniunea Europeană.

În tabelul 2.2 sunt analizate trei acorduri comerciale, semnate de Republica Moldova: primul – cu Comunitatea Statelor Independente (CSI), al doilea – cu Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice, al treilea – cu Turcia. În contextul evaluării rezultatelor promovării acordurilor menționate, a fost analizată evoluția comerțului exterior, aplicând principiului ceteris paribus pentru intervalul de timp, unde primul an este anul semnării acordului corespunzător. În cazul „Acordului privind zona de comerț liber”, pentru a nu admite suprapunerea efectelor a două acorduri, intervalul de timp analizat este 2011-2012, deoarece la 29 noiembrie 2013 a fost parafat „Acordul de instituire a unei Zone de liber schimb aprofundat și cuprinzător (DCFTA) cu Uniunea Europeană”. În aceeași ordine de idei, perioada cercetării rezultatelor derulării celorlalte două acorduri în Tabelul 2.2. este 2014-2019 (2020 – pandemia COVID-19, 2021 – anul crizei energetice și crizei geopolitice).

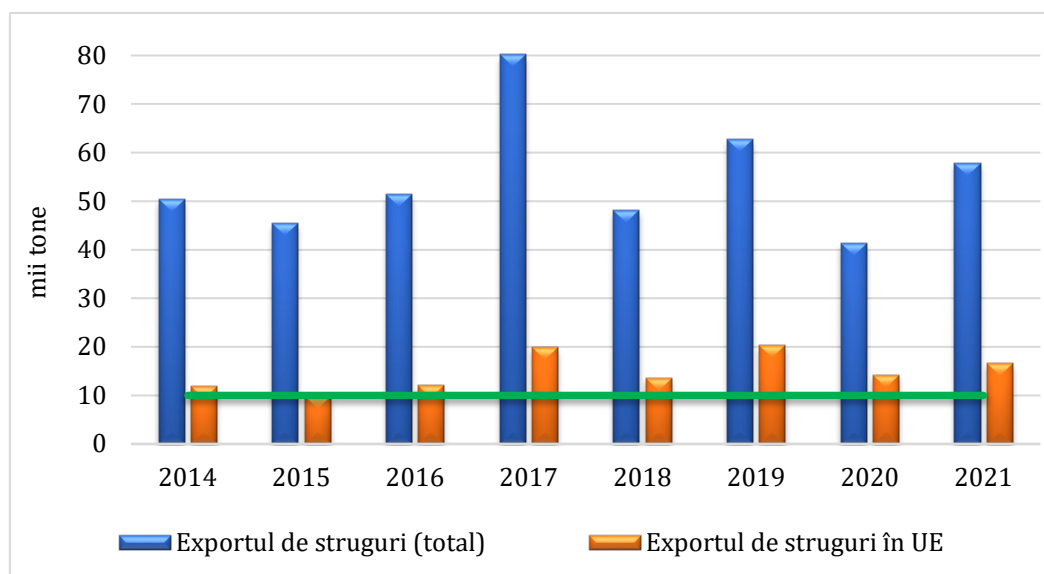
**Tabelul 2.2. Analiza a trei Acorduri comerciale semnate de Moldova**

Acorduri	Caracteristici distincte	Rezultatul promovării
<p>„Acord privind zona de comerț liber” (18 octombrie 2011)</p>	<p>„Facilitarea comerțului regional dintre Moldova și țările CSI prin stabilirea taxei vamale zero la peste 10 mii de grupuri de mărfuri și anularea graduală a taxelor pentru produsele care fac excepție. Neaplicarea noilor restricții în comerț” [3].</p>	<p>Modificările comerțului dintre Moldova și CSI în perioada anilor 2011-2012 (situația din anul 2012 în raport cu anul 2011): Deficitul balanței comerciale a scăzut cu 12,4%; S-a majorat exportul din Moldova în CSI și importul în Moldova din CSI a unui număr de bunuri atât neprocesate, cât și procesate.</p>
<p>„Acord de asociere între Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, pe de o parte, și Republica Moldova, pe de altă parte” (27 iunie 2014)</p>	<p>Moldova se obligă să „elimine toate taxele vamale pentru mărfurile originare din UE, cu excepțiile bunurilor din Anexa XV-D, la care taxele vor fi eliminate în 3, 4, 5, 6, 10 etape” (în final, taxele vor fi eliminate la toate bunurile). Pe când, UE nu va elimina taxele la toate bunurile: „mărfurile din Anexa XV-A vor fi importate din RM în Uniune fără taxe vamale în limitele contingentelor tarifare stabilite; mărfurile din Anexa XV-B sunt supuse unei taxe de import în UE, cu excepția componentei ad valorem a taxei de import; importul produselor originare enumerate în Anexa XV-C sunt cotate” [1].</p>	<p>Modificările comerțului dintre Moldova și UE în perioada anilor 2014-2019 (situația din anul 2019 în raport cu anul 2014): A crescut exportul din Moldova în UE de bunuri neprocesate: legume – de 5,9 ori; semințe și fructe oleaginoase – de 2,1 ori; lapte, ouă de păsări, miere naturală – cu 22,1%; etc.; A scăzut exportul din Moldova în UE de bunuri procesate: zahăr și produse zaharoase – cu 39,8%; îmbrăcăminte tricotată – cu 25,9%; etc.; A sporit importul în Moldova din UE de bunuri procesate: produse alimentare, băuturi alcoolice, fără alcool, oțet, tutun – cu 45,2%; mașini și aparate, echipamente electrice – 40,9%; încălțăminte – cu 33,4%; etc.</p>
<p>„Acord de Comerț Liber între Republica Moldova și Republica Turcia” (11 septembrie 2014)</p>	<p>„Pentru mărfurile originare din Turcia (din Anexa II) Moldova va acorda condiții tarifare favorabile, analogice celor acordate produselor similare originare din UE” (articolul 23, alineatul 4) [2]. În Acord nu este menționat că bunurile din Moldova vor obține preferințe analogice celor acordate produselor similare originare din UE.</p>	<p>Modificările comerțului dintre Moldova și Turcia în perioada anilor 2014-2019 (situația din anul 2019 în raport cu anul 2014): Deficitul balanței comerciale a crescut (15%) A sporit exportul din Moldova în Turcia de bunuri neprocesate: carne și organe comestibile – de 2,9 ori; cereale – de 2,1 ori; A diminuat exportul din Moldova în Turcia de bunuri procesate: sticlă și articole din sticlă – cu 88,9%; etc.; S-a majorat importul în Moldova din Turcia de bunuri procesate: încălțăminte – de 2,3 ori; mașini și aparate, echipamente electrice – 71,0%; sticlă și articole din sticlă – cu 52,9%; materiale textile și articole din aceste materiale – cu 46,2%; etc.</p>

*Sursa: elaborat de autor.*

Analiza bunurilor din Anexa XV-A a Acordului de Asociere cu UE privind scutirile anuale de taxe atestă că volumul scutit este mai mic ca potențialul de export, chiar și în cazul când bunul este exportat preponderent pe piața țărilor CSI. Prin urmare, urmărind scopul promovării exportului acestor mărfuri, renunțarea de la piața estică, nu este rezonabilă Republicii Moldova.

În anul 2014, potențialul de export al strugurilor de masă, proaspeți, al Republicii Moldova este de 5,0 ori mai mare ca volumul scutit de taxe, în anul 2017 – de 8,0 ori, iar în anul 2019 – de 6,3 ori și în anul 2021 – de 5,8 ori (Figura 2.13). Deci, diversificarea regională a exportului rămâne actuală.

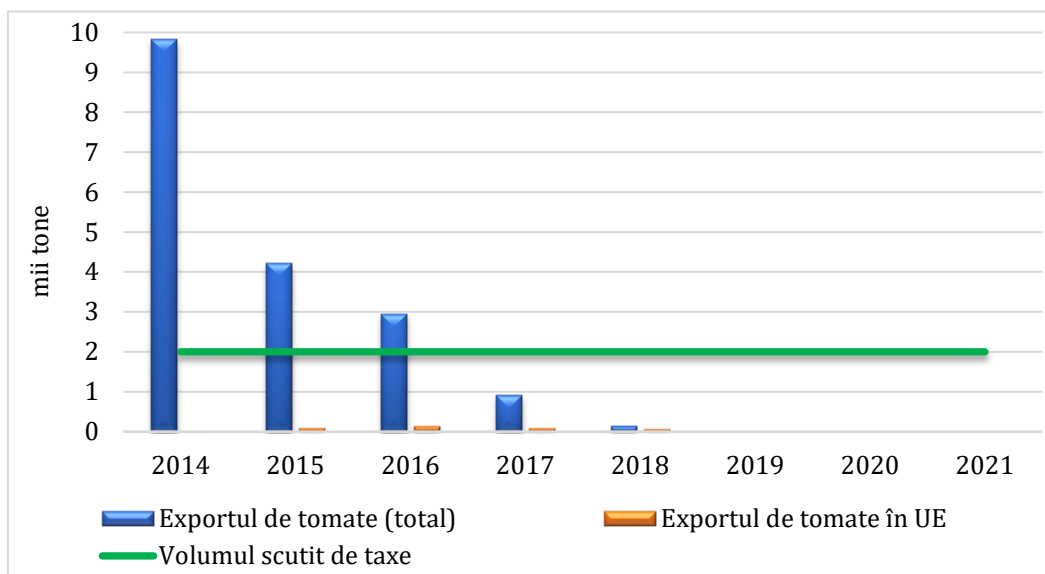


**Fig. 2.13. Exportul de struguri de masă din Republica Moldova și volumul scutit de taxe**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor UN Comtrade [91].*

În anul semnării Acordului de asociere UE, potențialul de export al tomatelor moldovenești a constituit 9,8 mii tone, iar volumul scutit de taxe este de 2 mii tone (de 4,9 ori mai mic). Asupra exportului bunului dat a influențat nu numai Acordul menționat, dar și „Acordul de Comerț Liber între Republica Moldova și Republica Turcia”. Ca rezultat, în anii 2019-2021, volumul exportului de tomate din Republica Moldova este egal cu zero (Figura 2.14).

Una din strategiile conexe cu politica comercială, care a fost recent promovată, este „Strategia Națională de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exporturilor pentru anii 2016-2020” (SNAIPE 2016-2020). Strategia dată include 6 obiective generale, 16 obiective specifice și 80 de acțiuni.



**Fig. 2.14. Exportul de tomate din Republica Moldova și volumul scutit de taxe**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor UN Comtrade [91].*

*Obiectivele generale sunt:*

- A. „Fortificarea elementelor de bază ale cadrului de reglementare care să permită atragerea, reținerea și dezvoltarea investițiilor și promovarea exporturilor;
- B. Îmbunătățirea sistemului de dezvoltare a forței de muncă pentru sectoarele prioritare orientate spre export;
- C. Sporirea calității infrastructurii industriale, transportului și a celei comerciale pentru dezvoltarea sectoarelor orientate spre export;
- D. Maximizarea beneficiilor economice și de dezvoltare ale Investițiilor Străine Directe (ISD) prin consolidarea legăturilor cu economia națională;
- E. Sporirea capacităților de export ale producătorilor autohtoni;
- F. Consolidarea capacităților instituțiilor naționale cu scopul atragerii, menținerii, dezvoltării investițiilor și promovării exporturilor” [53].

SNAIPE 2016-2020 corelează cu un șir de documente Strategice de dezvoltare (Tabelul 2.3), inclusiv:

- „Strategia de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020”.
- „Strategia de mediu pentru anii 2014-2023”.
- „Strategia de dezvoltare a industriei tehnologiei informației și a ecosistemului pentru inovare digitală pe anii 2018-2023” etc.

**Tabelul 2.3. Corelarea acțiunilor SNAIPE 2016-2020 cu acțiunile altor Strategii de dezvoltare**

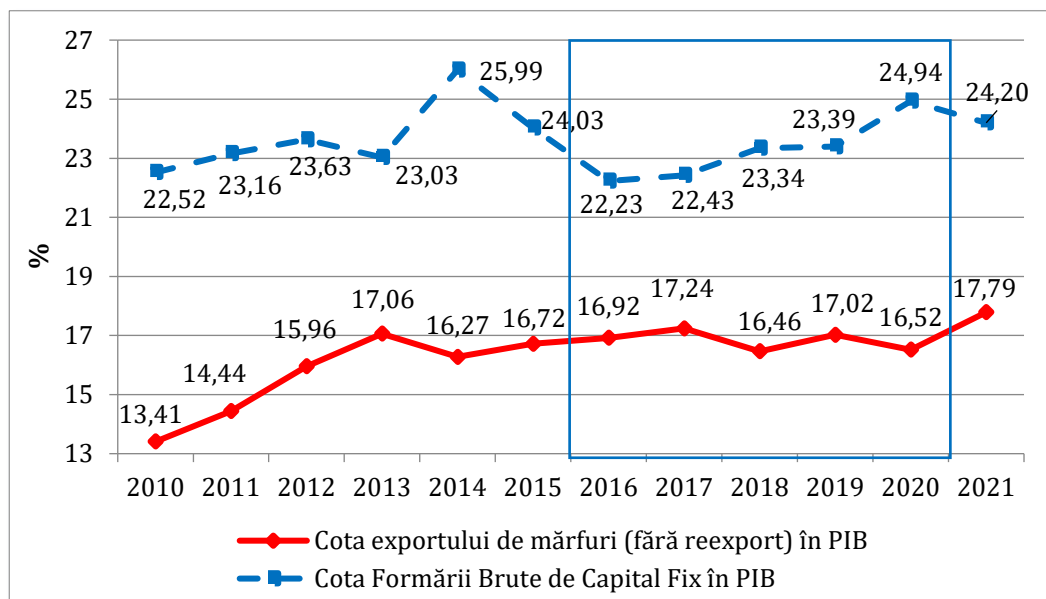
„Strategia Națională de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exporturilor pentru anii 2016-2020”	„Strategia de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020”	„Strategia de dezvoltare a industriei tehnologiei informației și a ecosistemului pentru inovare digitală pe anii 2018-2023”
Acțiunea 49 „Crearea parcurilor din industria tehnologiei informației, cu dimensiuni și facilități care să coreleze cu necesitățile și potențialul industriei tehnologiei informației și comunicațiilor”.	Acțiunea 1.1.28 „Elaborarea proiectului de lege cu privire la parcurile din industria tehnologiei informației”.	<p>Obiective specifice:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ „Extinderea piețelor de export pentru produsele și serviciile TI din Moldova, precum și atragerea investițiilor în industria TI locală”.</li> <li>➤ „Sporirea numărului companiilor care aplică inovații digitale pentru eficientizarea business proceselor și simplificarea administrării afacerilor”.</li> <li>➤ „Crearea fondurilor de accelerare și investiții în inovații bazate pe TIC”.</li> </ul>
Subobiectivul E1 „Dezvoltarea instrumentelor de sprijin financiar pentru exportatori”	Acțiunile priorității 2 „Îmbunătățirea accesului IMM-urilor la finanțare”	
Acțiunea 62 „Capitalizarea Fondului de garantare pentru întreprinderile mici și mijlocii și diversificarea portofoliului cu produse destinate companiilor din sectoarele prioritare cu potențial de export”.	Acțiunea 2.4.3. „Capitalizarea Fondului de Garantare de Stat a Creditelor în vederea asigurării accesului la credite a unui număr mai mare de IMM-uri”.	
Subobiectivul E2 „Dezvoltarea instrumentelor de sprijin informațional pentru exportatori”.	Acțiunile priorității 4 „Sporirea competitivității IMM-lor și încurajarea spiritului inovator”	
Acțiunea 63 „Elaborarea unui program consistent de evenimente, interne și externe, ce urmează a fi organizate de Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova pentru promovarea exportatorilor naționali”.	Acțiunea 4.4.1. „Organizarea evenimentelor dedicate facilitării comerțului exterior”.	

*Sursa: sistematizat de autor [50] [51] [53].*

De exemplu, acțiunea 51 „Monitorizarea respectării de către întreprinderi a standardelor de protecție a mediului, a protecției resurselor naturale, a normelor de securitate energetică și eficiență energetică. Aprobarea termenelor pentru efectuarea inspecțiilor și asigurarea transparenței acestora” a Strategiei SNAIPE 2016-2020 corelează cu Obiectivul specific 4 „Reducerea impactului negativ al activității economice asupra mediului și îmbunătățirea măsurilor de prevenire a poluării mediului” al Strategiei de mediu pentru anii 2014-2023 [52].

În cadrul „Strategiei Naționale de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exporturilor pentru anii 2016-2020” au fost stabiliți următorii indicatori de rezultat: rata de creștere a PIB real, %; cota formării brute de capital fix în PIB, %; exportul de bunuri, miliarde dolari SUA; exportul de servicii, miliarde dolari SUA; cota soldului balanței comerciale în PIB, %; rata de ocupare a forței de muncă, %; rata șomajului, %; etc. [53].

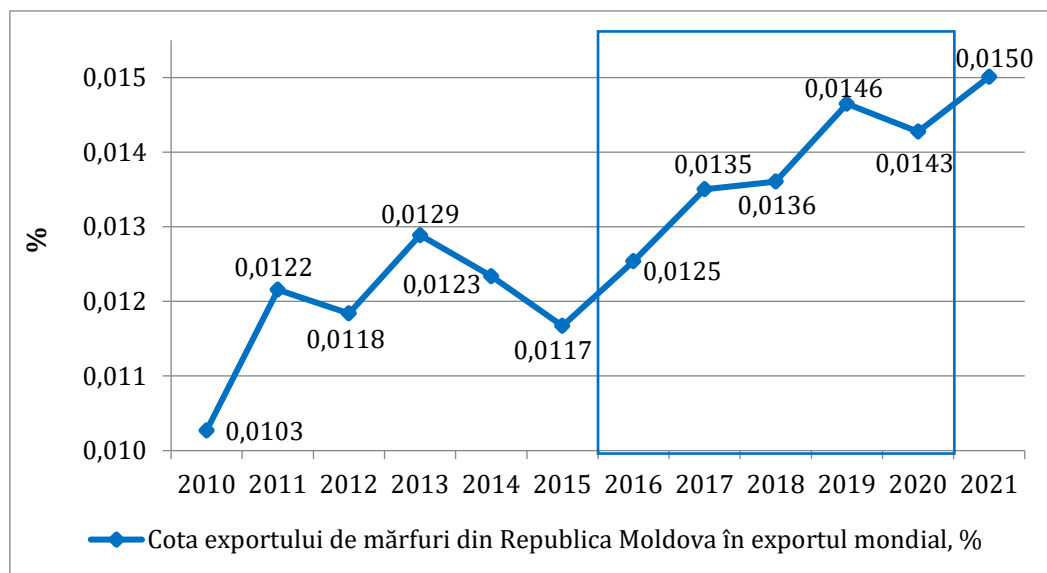
Implementarea acțiunilor SNAIPE 2016-2020 și strategiilor conexe a influențat asupra volumului exportului, care este una din determinantele Produsului Intern Brut. Ca rezultat, modificări au fost înregistrate și în evoluția PIB-lui, deoarece, în perioada realizării SNAIPE, rata de creștere a exportului de bunuri (fără reexport) a fost mai mare comparativ cu cea a PIB-lui în anii 2017 și 2019, iar în anul 2018 a fost mai mică. Cota exportului în PIB a crescut în anii 2017, 2019 și 2021, și a scăzut în 2018 și 2020 (Figura 2.15).



**Fig. 2.15. Cotele exportului și Formării Brute de Capital Fix în PIB, %**  
*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Dacă rata de creștere a altor determinante ale PIB-ului ar fi identică ratei de creștere a exportului, atunci cota exportului în PIB nu ar diminua, însă ritmul de creștere a Formării Brute de Capital Fix prevalează ritmul de creștere al exportului de bunuri (fără reexport).

Pentru a avea o viziune veridică privind evoluția exportului și rezultatul implementării acțiunilor strategiei, a fost utilizat următorul indicator: cota exportului din Republica Moldova în exportul mondial. În perioada implementării Strategiei (cu excepția anului pandemiei COVID-19) a sporit indicatorul dat (Figura 2.16).



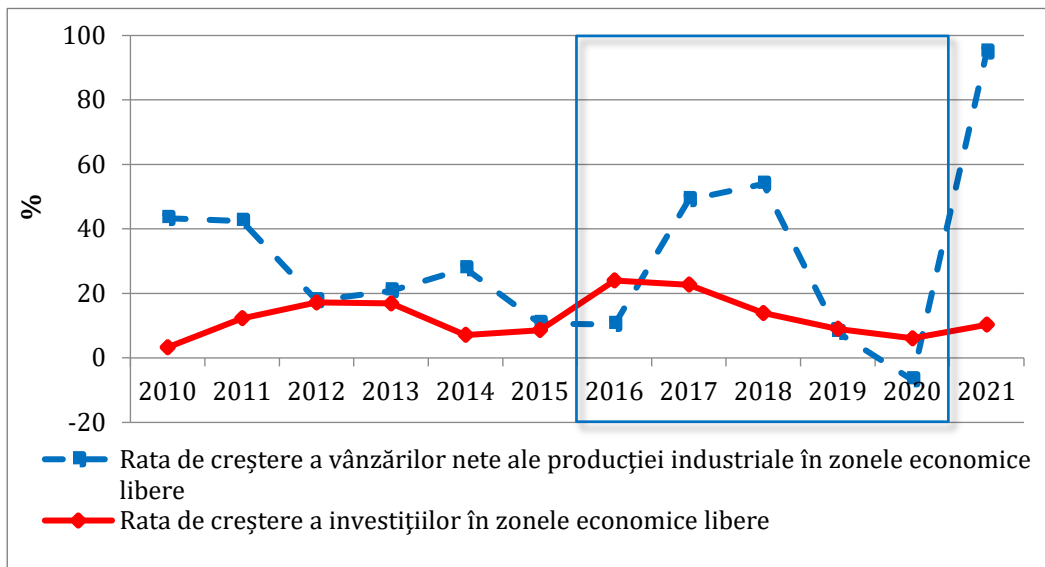
**Fig. 2.16. Cota exportului de mărfuri din Republica Moldova în exportul mondial, %**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor Organizației Mondiale a Comerțului [118].*

Relevanța implementării obiectivului C a SNAIPE, anii 2016-2020, este de necontestat, deoarece calitatea joasă a infrastructurii industriale, comerciale, a transportului, insuficiența halelor industriale, de producție și echiparea insuficientă a lor frânează promovarea exportului și, respectiv, dezvoltarea sectorului real.

Volumul investițiilor în Zonele Economice Libere (ZEL) și volumul vânzărilor nete ale producției industriale în ZEL au înregistrat un trend ascendent în 2016-2019. În perioada anilor 2017-2018, volumul vânzărilor producției industriale a crescut considerabil (cu 49,1% în anul 2017 și cu 53,9% în anul 2018), iar în anul 2019 – nesemnificativ cu 7,9% (Figura 2.17).

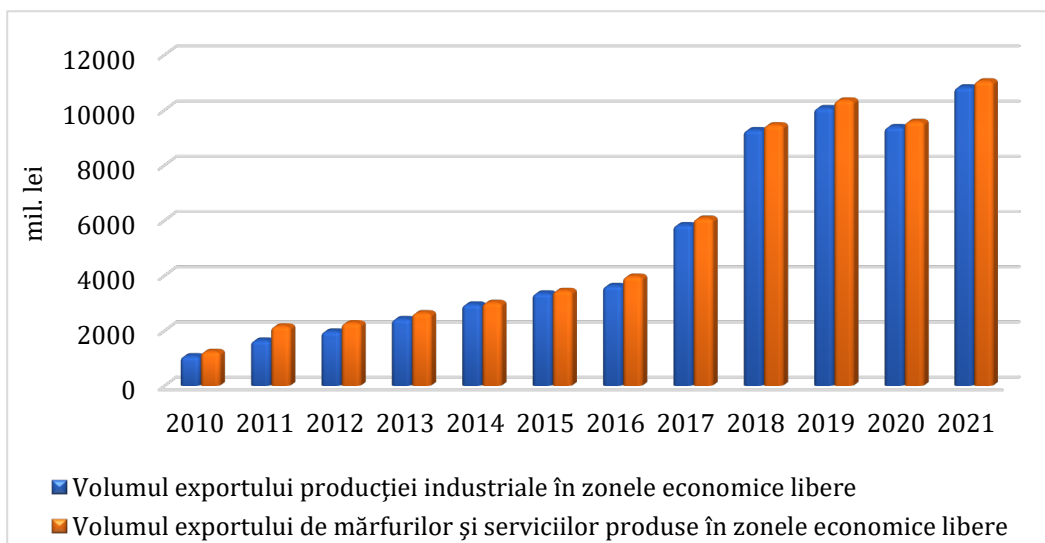




**Fig. 2.17. Rata de creștere a investițiilor și a vânzărilor producției industriale în ZEL, %**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor Raportului privind activitatea Zonelor Economice Libere din Republica Moldova [60].*

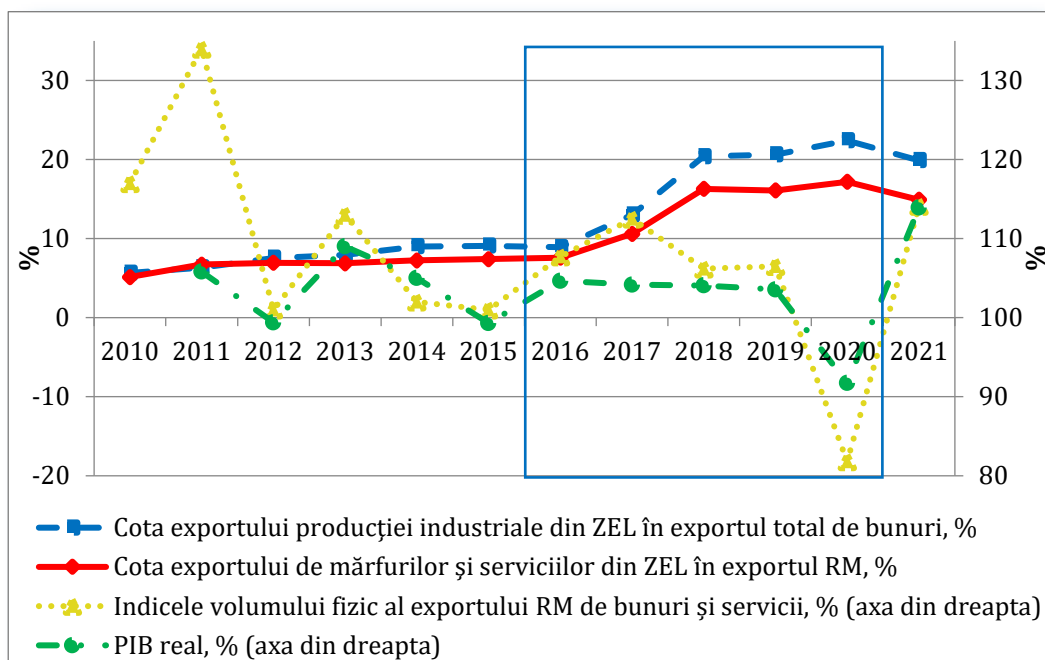
Majorarea investițiilor în ZEL a cauzat creșterea volumului vânzărilor, care, la rândul său, a propagat sporirea exportului din Zonele Economice Libere (excepție anul pandemiei COVID-19) (Figura 2.18).



**Fig. 2.18. Dinamica volumului exportului din Zonele Economice Libere**

*Sursa: estimările efectuate de autor în baza datelor Raportului privind activitatea Zonelor Economice Libere din Republica Moldova [60].*

Lanțul de creșteri aici nu se oprește, ci continuă cu majorarea cotelor exportului producției industriale și exportului de mărfurilor și serviciilor în exportul național. În anul 2020, când din cauza pandemiei sa micșorat indicele volumului fizic al exportului autohton de bunuri și servicii (în % față de anul precedent), a diminuat PIB-ului real, ponderea exportului din ZEL în totalul export al economiei naționale a crescut, deoarece reducerea volumul exportului RM a fost comparativ mai mare decât a exportului din ZEL (Figura 2.19).



**Fig. 2.19. Dinamica cotelor exportului din Zonele Economice Libere și a indicelui volumului fizic al exportului și PIB-ul real**

**Notă:** PIB real și indicele volumului fizic al exportului de bunuri și servicii pentru anul 2010 nu poate fi calculat din lipsa datelor statistice pentru anul 2009 compatibile cu datele din 2010, estimate conform metodologiei noi SCN 2008.

**Sursa:** estimările efectuate de autor în baza datelor Raportului privind activitatea Zonelor Economice Libere din Republica Moldova [60] și în baza datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [16] [59].

Luând în calcul că activitatea ZEL a avut un impact pozitiv asupra atragerii investițiilor, promovării exportului și, în general, asupra dezvoltării economiei naționale, este binevenită dezvoltarea și în continuare a Zonelor Economice Libere, a parcurilor industriale, a clusterelor și parcurilor științifice tehnologice.

### 2.3. Diagnosticarea competitivității bunurilor și interdependența acesteia cu politica comercială

Orice stat tinde să-și asigure o creștere economică sustenabilă pe termen lung, care să asigure cetățenilor o viață decentă. Rata medie anuală de creștere a economiei Republicii Moldova, conform datelor Biroului Național de Statistică, a constituit 4,2% în perioada anii 2017-2019 [59]. Însă, deoarece creșterea economică a fost instabilă și de scurtă durată, nu a fost asigurată sporirea competitivității economiei naționale pe termen lung.

Cu scopul accelerării ritmului de creștere economică este necesar ca economia țării să se specializeze pe fabricarea bunurilor care înregistrează cel mai înalt avantaj comparativ și competitiv. Prin urmare, la baza elaborării unei politici comerciale eficiente stă corectitudinea analizei efectuate, aplicarea metodelor de evaluare a competitivității, care ar permite obținerea rezultatelor veridice privind situația creată și stabilirea țintelor finale, care vor fi atinse după promovarea politicii elaborate. Din ansamblul de metode și indici, trebuie selectate cele mai potrivite, reieșind din scopul final. Metodologia de cercetare a competitivității, comerțului exterior și creșterii economice se bazează atât pe abordarea structurală sistemică, cât și pe metodele statistice.

Diagnosticarea competitivității bunurilor autohtone și interdependența acesteia cu politica comercială a fost efectuată în baza elementelor a *cinci piloni*:

I. Analiza creșterii economice a Republicii Moldova, dinamicii exporturilor, importurilor, competitivității economiei naționale și identificarea legăturii corelative dintre indicatorii enumerați.

II. Evaluarea gradului de deschidere a economiei naționale, gradului de concentrare geografică a schimburilor comerciale.

III. Studiarea modificărilor care au avut loc în structura exportului și importului, cuantificarea schimburilor intraindustriale cu ajutorul indicelui Grubel-Lloyd ( $GL_{ij}$ ), care permite depistarea bunurilor, ponderea schimburilor intraindustriale ale cărora este comparativ mai mare/mică ca cele interindustriale (ecuația 1.17).

IV. Aplicarea unui set de indicatori, cum ar fi, indicele Michaely (ecuația 1.8), indicele Lafay (ecuația 1.10), cu scopul identificării ramurilor prioritare, dezvoltarea cărora ar asigura promovarea exportului și creșterea economiei naționale.

V. Analiza impactului tarifelor la resurse energetice asupra competitivității bunurilor autohtone, evaluarea legăturii corelative dintre tarife la resurse energetice, inflație și competitivitate cu scopul stabilirii potențialului de sporire a competitivității bunurilor [28, p. 469-470].

Progresul tehnico-științific și desfășurarea revoluției a patra industriale duc la modificarea continuă a structurii industriale a economiei moderne. Republica Moldova, fiind o economie mică deschisă, nu este o excepție. Ramurile economiei naționale nu sunt autarhice, există o interacțiune activă între ele în toate fazele reproducerii. În același timp, în ultimii ani, Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova a pus în aplicare noi nomenclatoare, clasificatoare și metodologii de calcul [27, p. 118-119]:

- începând cu 01.01.2014 – Nomenclatorul de produse și servicii industriale al Republicii Moldova, conform CAEM rev.2;
- de la 1 ianuarie 2015 – Clasificatorul statistic al produselor (bunurilor și serviciilor) al Republicii Moldova, CSPM Rev.2;
- începând cu 7 mai 2019 – Clasificatorul Activităților din Economia Moldovei-2, CAEM-2 [11];
- în anul 2018, BNS a trecut la estimarea indicatorilor privind Produsul Intern Brut (PIB) în baza metodologiei de calcul a Sistemului Conturilor Naționale (SCN) al Organizației Națiunilor Unite, versiunea 2008/Sistemul European de Conturi, versiunea 2010 (SCN, ONU-2008/SEC-2010).

### *Pilonul I*

Comerțul exterior, creșterea economică și competitivitatea sunt interdependente. Pe de o parte, în condițiile *ceteris paribus*, majorarea exportului net (unei din determinantele PIB-lui) duce inevitabil la creșterea economică, pe de altă parte, anume nivelul de dezvoltare economică determină politica comercială, care va fi promovată. Economii emergente și în tranziție pun accentul pe promovarea exportului bunurilor, care au înregistrat avantaj comparativ, iar în țările dezvoltate, forțele motrice ale comerțului exterior sunt progresul tehnico-științific, inovațiile, iar accentul se pune pe promovarea exportului produselor de înaltă tehnologie și a bunurilor inovative.

În continuare vom formula și testa ipoteza că există o interdependență între comerțul exterior și creșterea economică. Ipoteza nulă  $H_0$  este că nu există o regresie liniară multifactorială între rata de creștere economică și ratele de creștere a exportului, importului, consumului final și formarea brută de capital fix. Corespunzător, ipoteza alternativă  $H_1$ : există, relația descrisă mai sus.

Autorul, în baza seriilor de timp pentru anii 1997-2019 (conform principiului *ceteris paribus*, nu au fost incluși anii: 2020 – pandemia COVID-19, 2021 – anul crizei energetice și crizei geopolitice), utilizând pachetul EViews, a elaborat o regresie liniară simplă (ecuația 2.1) și trei regresii liniare multifactoriale (ecuațiile 2.2, 2.3 și 2.4) [35, p. 193]:

$$PIB = 2,543 + 0,206X - 6,581D99 - 7,104D09, \quad (2.1)$$

$$PIB = 1,109 + 0,081X + 0,213M - 6,647D00 + 5,611D13, \quad (2.2)$$

$$PIB = 0,236 + 0,221X - 0,128M + 0,336FC + 0,125GFCF + 6,059D08 + 4,223D13, \quad (2.3)$$

$$PIB = 0,17 + 0,312X - 0,22M + 0,446FC + 0,137GFCF + 6,305D08 - 5,313D11, \quad (2.4)$$

unde: *PIB* – rata de creștere a PIB real, %;

*X* – rata de creștere a exportului, %;

*M* – rata de creștere a importului, %;

*FC* – rata de creștere a consumului final (Final Consumption), %;

*GFCF* – rata de creștere a formării brute de capital fix (Gross Fixed Capital Formation), %;

*D99, D00, D08, D09, D11, D13* – variabila dummy corespunzător pentru anul 1999, 2000, 2008, 2009, 2011, 2013.

Variabila dummy pentru un anumit an „*x*” ia valoarea 0 în fiecare an, cu excepția anului dat. În acest an „*x*” variabila fictivă ia valoarea 1.

Regresiile sunt testate în Tabelul 2.4.

**Tabelul 2.4. Testarea ipotezei nule că parametrii regresiei sunt egali cu zero**

Variabile exogene și dummy	<i>PIB=f(X,D99,D09)</i>		<i>PIB=f(X,M,D00, D13)</i>		<i>PIB=f(X,M,FC, GFCF,D08,D13)</i>		<i>PIB=f(X,M,FC, GFCF,D08,D11)</i>	
	t-statistic	p-value	t-statistic	p-value	t-statistic	p-value	t-statistic	p-value
<i>X</i>	4,1932	0,0005	1,4144	0,1743	3,6649	0,0021	5,0359	0,0001
<i>M</i>	–	–	4,1341	0,0006	-1,1855	0,2531	-2,1790	0,0446
<i>FC</i>	–	–	–	–	2,0960	0,0523	2,9742	0,0089
<i>GFCF</i>	–	–	–	–	2,9363	0,0097	3,3275	0,0043
<i>D99</i>	-2,3866	0,0276	–	–	–	–	–	–
<i>D00</i>	–	–	-2,4724	0,0236	–	–	–	–
<i>D08</i>	–	–	–	–	2,7236	0,0150	2,9412	0,0096
<i>D09</i>	-2,4927	0,0221	–	–	–	–	–	–
<i>D11</i>	–	–	–	–	–	–	-2,2493	0,0389
<i>D13</i>	–	–	2,2982	0,0337	1,8893	0,0771	–	–
<b>Nivelul marginal al testului</b>	2,0930	0,05	2,1009	0,05	2,1190	0,05	2,1190	0,05

*Sursa: elaborat de autor.*

Analizând valorile indicatorilor t-statistic și p-value, concluzionăm că în cazul regresiei *PIB=f(X,D99,D09)* și *PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)*, ipoteza nulă precum că parametrii sunt egali cu zero se respinge, dar se acceptă ipoteza

alternativă – coeficienții regresiei liniare sunt diferiți de zero. Deoarece autorul a stabilit nivelul de semnificație de 5%, ipoteza nulă, pentru toți parametrii regresiei  $PIB=f(X,M,D00,D13)$  și  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D13)$ , nu poate fi respinsă. În plus, parametrul variabilei aleatoare „rata de creștere a importului” este pozitiv pentru regresia  $PIB=f(X,M,D00,D13)$ , spre deosebire de celelalte.

Această modificare a semnului poate duce la concluzii eronate. Conform ecuației (2.2), în condițiile ceteris paribus, majorarea ratei de creștere a importului cu un punct procentual duce la sporirea rate de creștere a PIB-lui real cu 0,213 puncte procentuale. Autorul consideră că această concluzie nu corespunde realității. Prin urmare, regresiile  $PIB=f(X,M,D00,D13)$  și  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D13)$  se resping.

În Tabelul 2.5 și Anexele 2 și 3, autorul continuă să testeze regresiile liniare:  $PIB=f(X,D99,D09)$  și  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)$ .

**Tabelul 2.5. Testarea statistică a regresiilor**

Teste statistice	$PIB=f(X,D99,D09)$	$PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)$
Coeficientul de determinare $R^2$	0,671528	0,884887
Coeficientul de determinare ajustat (Adjusted R-squared)	0,619664	0,786719
F-statistic	12,94785	14,52508
Probabilitatea (F-statistic)	0,000077	0,000011
Criteriul informațional Akaike	4,966444	4,477016
Criteriul Schwarz	5,163921	4,822601
Statistica Durbin-Watson	2,063182	2,383912

*Sursa: elaborat de autor.*

Cu scopul verificării în continuare a ipotezei nule, autorul s-a bazat pe un set de teste statistice: coeficientul de determinare R-squared, coeficientul de determinare ajustat (Adjusted R Square), F-statistic, criteriul Akaike (Akaike Information Criterion – AIC), criteriul Schwarz (Schwarz Criterion – SC) și statistica Durbin-Watson. Coeficientul de determinare  $R^2$  „măsoară „succesul” cu care ecuația de regresie estimată reușește să explice valoarea variabilei dependente în cadrul eșantionului. În mod normal, această statistică poate fi interpretată ca fracțiunea din varianța variabilei dependente, explicată de variabilele independente” [55, p. 35]:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_t (y_t - \hat{y}_t)^2}{\sum_t (y_t - \bar{y}_t)^2}, \quad (2.5)$$

unde:  $y$  – valoarea variabilei dependente *PIB*;

$\hat{y}$  – valoarea ajustată, dată de ecuația de regresie;

$\bar{y}$  – media aritmetică variabilei dependente *PIB*.

În cazul regresiei liniare multifactoriale  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)$ , coeficientul de determinare este comparativ mai mare față de modelul regresiei liniare simple. Valoarea lui constituie  $\approx 0,885$ , adică 88,5% din modificările variabilei dependente *PIB* sunt explicate de modelul de regresie elaborat, iar restul 11,5% – depind de alți factori necunoscuți. Coeficientul de determinare ajustat ( $R_{adj}^2$ ) se aplică pentru a nu admite supraestimarea cauzată de reducerea gradului de libertate, în cazul regresiei multifactoriale [55, p. 35]:

$$R_{adj}^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{T - 1}{T - n - 1}, \quad (2.6)$$

unde:  $T$  – numărul de observații (în cazul nostru 23 observații);

$n$  – numărul de parametri estimați ai regresiei.

Criteriul informațional Akaike (*AIC*) și criteriul Schwarz (*SC*) se utilizează în procesul alegerii în cadrul unui set de regresii elaborat pentru una și aceeași serie de date. Anume regresia care ia valori mai mici ale *AIC* și *SC* este preferată în raport cu celelalte regresii, care au înregistrat valori mai mari [115]:

$$AIC = -2 \frac{l}{T} + 2 \frac{k}{T}, \quad (2.7)$$

$$SC = -2 \frac{l}{T} + \frac{k \times \log(T)}{T}, \quad (2.8)$$

$$l = -\frac{T}{2} \left( 1 + \log(2\pi) + \log \frac{\sum \xi_t^2}{T} \right), \quad (2.9)$$

$$\xi_t = y_t - \hat{y}_t, \quad (2.10)$$

unde:  $l$  – logaritmul funcției probabilității (log-likelihood), reflectă gradul de adaptare;

$k$  – numărul de variabile plus interceptarea;

$\xi_t$  – membru aleator cu proprietăți de „zgomot statistic” („White noise” – serii de timp cu așteptare zero).

„Log-likelihood” reprezintă indicatorul care cuantifică cât de potrivit este modelul elaborat, respectiv cu cât este mai mare valoarea lui, cu atât modelul este mai bun [115].

Cele mai bune rezultate a obținut regresia  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)$ , coeficienții de determinare au înregistrat valori comparativ mai mari, iar criteriile Akaike și Schwarz – valori comparativ mai mici. Statistica Fisher și probabilitatea (F-statistic) se utilizează pentru evaluarea semnificației regresiei liniare. Conform rezultatelor obținute (Tabelul 2.5), ipoteza nulă că toți coeficienții ambelor regresii sunt zero se respinge, iar semnificația regresiei liniare multifactoriale (ecuația 2.4) este relativ mai mare comparativ cu cea a regresiei liniare simple (ecuația 2.1). Prin urmare, cel mai potrivit model al regresiei este  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)$ .

În continuare, vom verifica reziduurile privind autocorelația cu ajutorul testului Statistica Durbin-Watson. În rezultatul estimărilor (Tabelul 2.5), am obținut valoarea de 2,383912, ceea ce demonstrează că autocorelația are loc și duce la estimări părtinitoare ale parametrilor regresiei. Există mai multe modalități de soluționare a acestei probleme. Una din ele este modificarea modelului regresiei multifactoriale, ținând cont de autoregresie. Autorul a ajustat regresia liniară multifactorială (ecuația 2.4) și a obținut următoarea regresie, care corespunde criteriilor descrise mai sus:

$$PIB = 0,64 + 0,284X - 0,159M + 0,344FC + 0,143GFCF - 6,613D11 - 0,475AR(1), \quad (2.11)$$

unde:  $AR$  – autoregresia de ordin 1.

Includerea variabilei dummy pentru anul 2011 este legată de faptul că, începând cu acest an, seriile de date privind ratele de creștere a indicatorilor incluși în modelul regresiei liniare multifactoriale sunt estimați în conformitate cu metodologia SCN, ONU-2008/SEC-2010. Devierile constituie 2,7 puncte procentuale pentru rata de creștere a importului, 2,4 puncte procentuale – pentru rata de creștere a exportului, un punct procentual – pentru rata de creștere a PIB-ului real (pentru anul 2011, conform metodologia SCN, ONU-2008/SEC-2010 a constituit 5,8%, iar conform metodologia SCN, ONU-93/SEC-95 – 6,8%) etc.

Modelul regresiei multifactoriale  $PIB=f(X,M,FC,GFCF,D11,AR(1))$  demonstrează că elasticitatea PIB-ului în raport cu modificarea exportului este de 0,284. Prin urmare, sporirea exportului cu 1 punct procentual asigură creșterea PIB-ului în termeni reali cu aproximativ 0,284 puncte procentuale, iar majorarea importului cu 1 punct procentual duce la reducerea ratei de creștere a PIB-ului cu 0,159 puncte procentuale. Majorarea exportului asigură creșterea fluxului de valută în țară, care, respectiv, duce la sporirea consumului menajelor. În cazul când oferta de bunuri autohtone nu acoperă cererea populației și nu satisface preferințele consumatorului, situația se va solda cu creșterea importului (cazul Republicii Moldova).



Sporirea competitivității bunurilor autohtone pe piața externă are impact direct asupra creșterii exportului, iar majorarea competitivității produselor autohtone pe piața internă duce la diminuarea importului. Prin urmare, sporirea competitivității bunurilor pe ambele piețe se va solda, inevitabil, cu creșterea economică a Republicii Moldova.

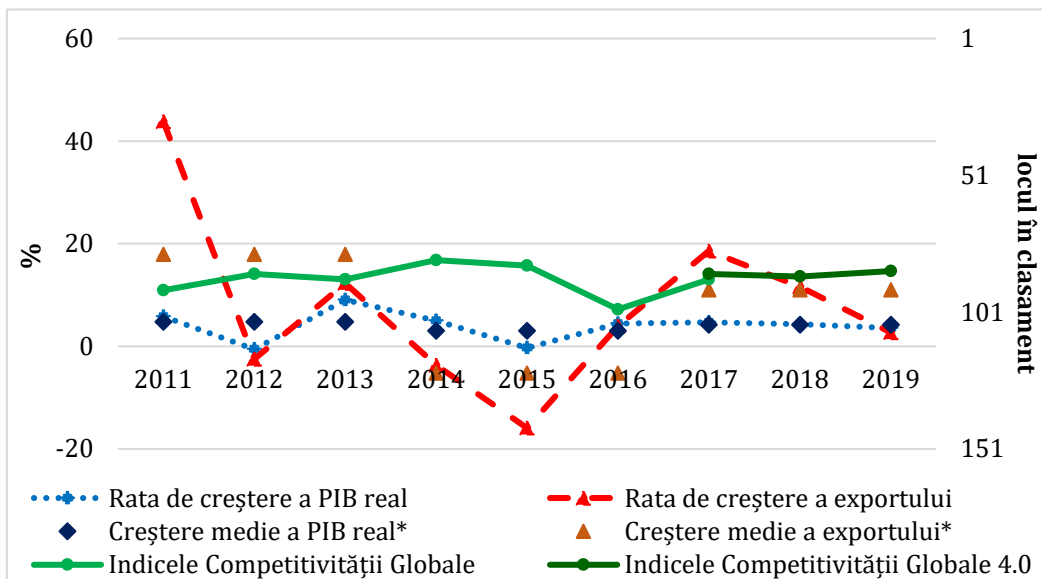
În continuare, autorul a analizat evoluția indicatorilor macroeconomici de bază, a competitivității, a eficienței comerțului exterior și a ratei de creștere pentru perioada 2011-2019, deoarece, în primul rând, sunt disponibile serii de date statistice comparabile ale ritmurilor de creștere a indicatorilor macroeconomici de bază estimați conform metodologiei noi SCN 2008, numai pentru perioada de 9 ani (10 – 1). În al doilea rând, Republica Moldova este un stat agrar, iar cataclismele naturale, cu un impact major asupra economiei naționale, au loc, în medie, o dată în trei ani, deci numărul de ani analizați trebuie să fie divizibil cu 3. Analiza nu cuprinde anii 2020 și 2021, deoarece Indicele Competitivității Globale nu a fost calculat pentru acești ani în diviziunea țărilor.

Competitivitatea economiei naționale se bazează „pe crearea bunurilor economice și tehnologiilor avansate, pe piața forței de muncă calificată, pe schimbul de bunuri de înaltă tehnicitate, pe gradul înalt de sofisticare a activității antreprenoriale și se desfășoară în condițiile când atât întreprinzătorii, cât și consumatorii au competențe digitale” [30, p. 173].

Republica Moldova, la acest capitol, a înregistrat rezultate destul de modeste, mult mai modeste decât țările vecine. În anul 2019, țara noastră a ocupat locul 86 în clasamentul statelor lumii conform Indicelui Competitivității Globale, urcând cu două poziții față de anul 2018, însă, totuși, nu și-a restituit poziția din anul 2014 (Figura 2.20).

Prin urmare, economia Moldovei este comparativ vulnerabilă față de țările vecine și principalii parteneri comerciali. În perioada ultimilor nouă ani (2011-2019), evoluția economiei Republicii Moldova a fost afectată de crize politice și ale sectorului bancar, de cataclisme naturale (anii 2012 și 2015) și de embargouri. Cele mai semnificative diminuări, în perioada analizată, au fost înregistrate în anii 2012 și 2015.

Analiza dinamicii Indicelui Competitivității Globale (ICG) și creșterii PIB-lui în termeni reali a arătat că între acești doi indici există o interdependență directă. Aplicând metoda regresiei, vom analiza dacă există sau nu interdependență dintre Indicele Competitivității Globale (variabilă endogenă) și PIB pe cap de locuitor (variabilă exogenă). În practica mondială, ICG este utilizat pentru a analiza competitivitatea economiei naționale, și reprezintă un indice integral compus dintr-un set de indicatori grupați în 12 piloni.

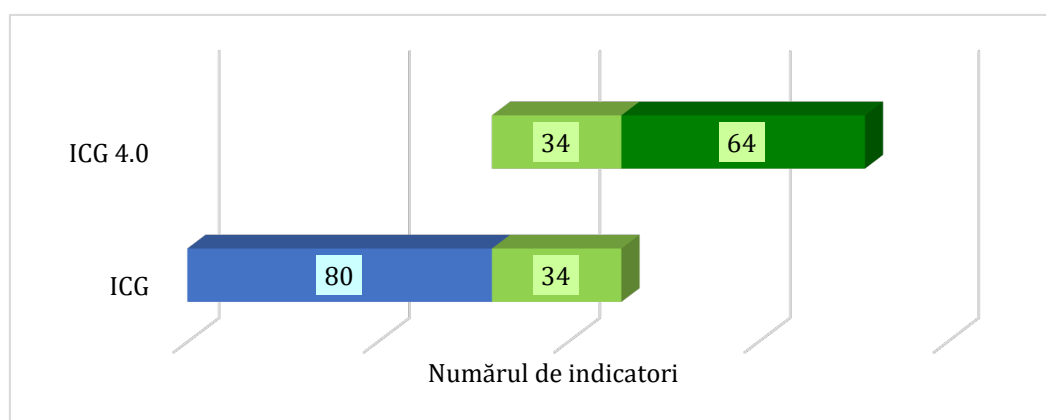


**Fig. 2.20. Dinamica Indicelui Competitivității Globale și a ratei de creștere a PIB-ului și exportului Republicii Moldova**

*Notă:* \*) creșterea medie din trei în trei ani.

*Sursa:* elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [59] [16] și datelor Forumului Economic Mondial [92].

În 2017, metodologia de calcul al ICG a fost modificată și, în paralel cu estimarea indicelui conform metodologiei vechi, a fost testată metodologia noua ICG 4.0. Setul de indicatori utilizați la calcularea ICG și ICG 4.0 diferă semnificativ (Figura 2.21).



**Fig. 2.21. Analiza comparativă a structurii Indicelui Competitivității Globale (ICG) (metodologia veche) și ICG 4.0 (metodologia nouă)**

*Sursa:* elaborată de autor în baza datelor Forumului Economic Mondial [92].

Din 114 indicatori ai indicelui ICG, 80 au fost înlocuiți cu alți 64, care nu-i substituie pe cei eliminați [164, p. 170-171]. Prin urmare, este disponibilă seria de date compatibile privind ICG pentru anii 2005-2017. Nici în setul de indicatori ai ICG, dar nici în cel al ICG 4.0 nu sunt incluși indicatorii rata de creștere a PIB real și PIB pe cap de locuitor.

În articolul „Corelația dintre competitivitate, creștere și libertate economică”, autorul a utilizat pachetul Eviews și a analizat corelația dintre Indicele Competitivității Globale și variabila exogenă „PIB pe cap de locuitor”, în baza a 13 observații, obținând următorul rezultat [32, p. 310]:

$$ICG = 0,85434 + 0,4035 \times \log(PIBloc), \quad (2.12)$$

$$R^2 = 0,8$$

unde: *ICG* – Indicele Competitivității Globale, punctaj;

*PIBloc* – PIB pe cap de locuitor, \$ SUA.

Coeficientul de regresie (+0,4035) reflectă gradul de influență a variabilei independente. Valoarea pozitivă a coeficientului de corelație indică că legătura de cauzalitate dintre acești doi indicatori este directă. Prin urmare, analiza competitivității la nivel macroeconomic a demonstrat că are loc o dependență rigidă între indicatorii menționați: cu cât este mai mare PIB pe cap de locuitor, cu atât este mai mare competitivitatea economiei naționale, iar ca rezultat va fi mai înalt ratingul Republicii Moldova la scară mondială.

Modificarea Indicelui Competitivității Globale este cauzată de un șir de factori. Printre factorii care au un impact pozitiv se numără: posibilitatea îmbunătățirii competențelor forței de muncă, adică majorarea competitivității resurselor umane, dezvoltarea accesului constant la noile cunoștințe și tehnologii avansate, inovații în toate sectoarele economiei naționale, crearea unui stat de drept etc. Factorii care au un impact negativ sunt: corupția, instabilitatea politică și economică, cheltuielilor tranzacționale mari, nivelul înalt al inflației și șomajului etc.

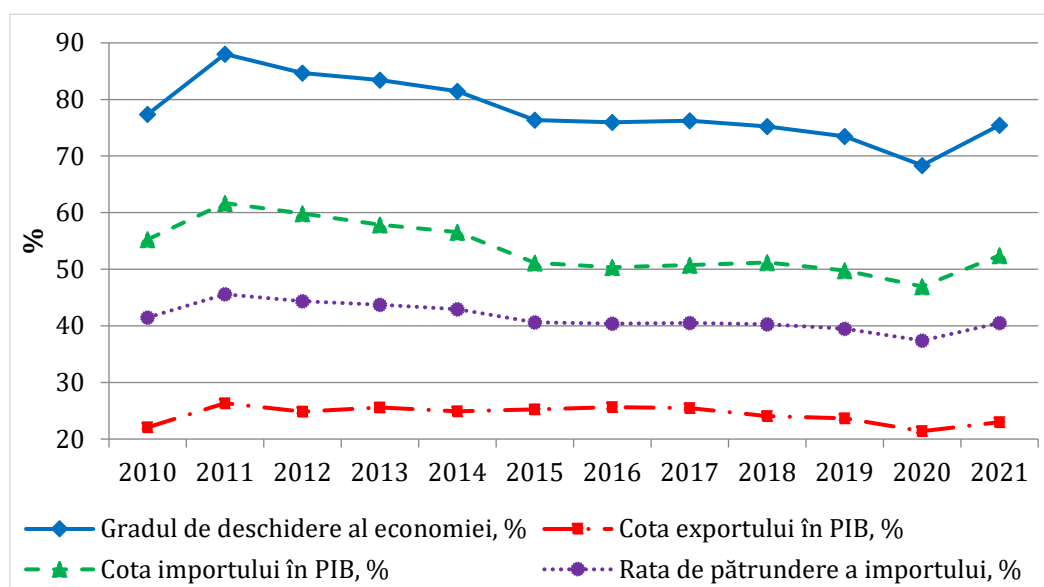
Cu scopul asigurării sporirii competitivității economiei naționale, stabilității macroeconomice, majorării eficienței infrastructurii, pieței muncii, sporirii calității instituțiilor, Republica Moldova trebuie să pună accentul pe inovații și tehnologii avansate. În plus, este necesară diversificarea exporturilor, dezvoltarea tuturor clusterelor competitivității, promovarea cooperării multilaterale, exportul bunurilor procesate cu valoare adăugată înaltă, precum și îmbunătățirea calității producției fabricate și serviciilor prestate.

#### *Pilonul II*

În anul 2021, exportul Republicii Moldova a însumat 3144,5 mil. \$ SUA, ceea ce constituie o creștere cu 27,46% în raport cu anul precedent, pe când importul

a atins nivelul de 7176,7 mil. \$ SUA, adică cu 32,51% mai mult față de anul 2020. În anii 2017-2018 și 2021, rata de creștere a importurilor prevalează rata de creștere a exporturilor, astfel, în anul 2018, această prevalare a constituit 8 puncte procentuale. În final, deficitul balanței comerciale, în anul 2021, a atins cel mai înalt nivel din perioada analizată. Cota exportului în PIB treptat diminuează, în anul 2020 atingând cel mai mic nivel.

Astfel, dacă se va păstra această tendință, se va propaga micșorarea PIB-ului și ca rezultat a bunăstării populației. Exportul influențează nu doar PIB-ul, dar și importul, gradul de deschidere a economiei. În afară de anul 2020 (anul pandemiei), toți patru indicatori, analizați în Figura 2.22, au înregistrat cel mai scăzut nivel, în anul 2019.

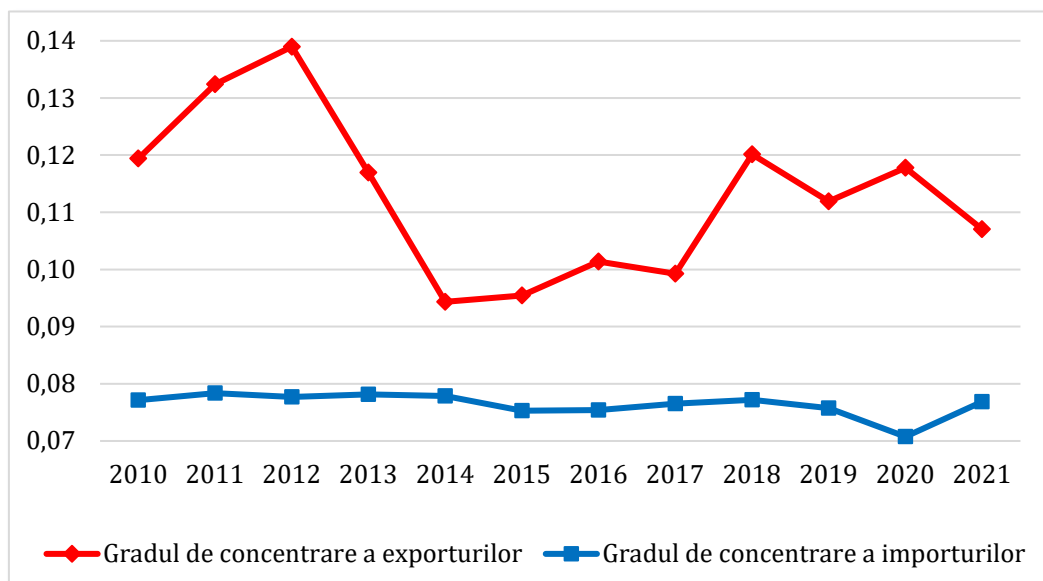


**Fig. 2.22. Gradul de deschidere a economiei Republicii Moldova**

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [59] [16].*

Gradul de concentrare a exporturilor, în perioada anilor 2013-2014, a scăzut considerabil, iar în următorii ani 2015-2018 acesta crește treptat, iar în anii 2019 și 2021 diminuează (Figura 2.23). Un grad relativ înalt denotă că numărul partenerilor comerciali este relativ mic, iar un grad relativ mic – că numărul partenerilor este relativ mare.

Analiza dinamicii gradului de concentrare a exporturilor și importurilor a arătat că numărul partenerilor la import este relativ mai mare în raport cu numărul partenerilor la export, respectiv dependența economiei naționale de piețele externe este relativ înaltă, iar la capitolul export nu există stabilitate [100].



**Fig. 2.23. Dinamica gradului de concentrare a schimburilor comerciale ale Republicii Moldova**

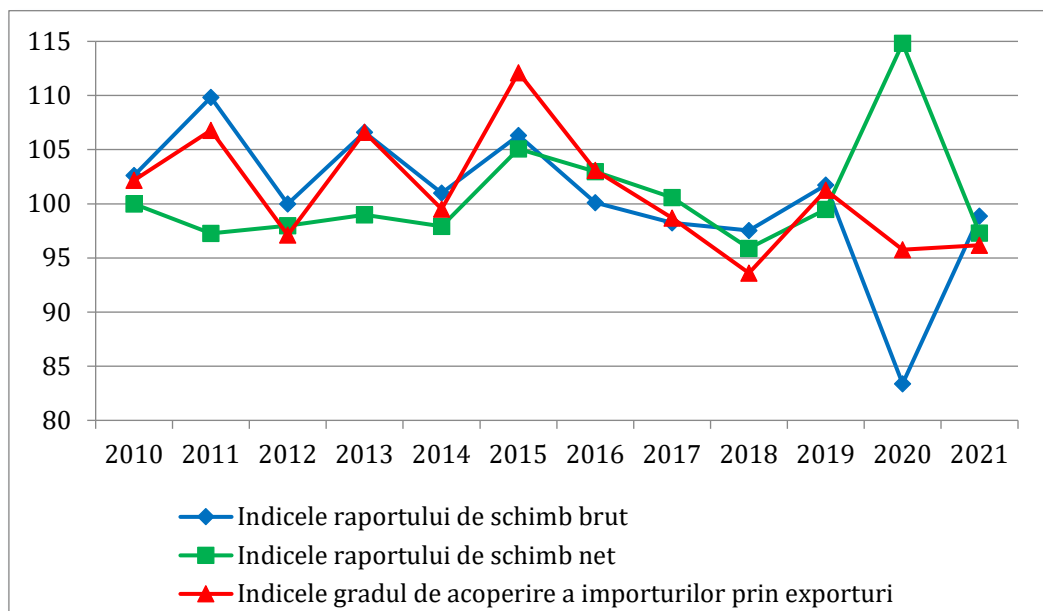
*Sursa: elaborată de autor în baza datelor Biroului National de Statistică al Republicii Moldova [16].*

Analiza dinamicii exporturilor în diviziunea țărilor relevă că principalul partener-comercial al Republicii Moldova a devenit România (Anexa 4). În perioada anilor 2010-2021, cota livrării mărfurilor în această țară a sporit cu 10,52 puncte procentuale. Republica Moldova a reorientat exportul său spre țările Uniunii Europene. În perioada analizată, ponderea exportului în aceste țări a crescut cu 13,76 puncte procentuale. Exportul de bunuri în țările membre ale CSI s-a redus cu 25,29%, iar cota s-a micșorat cu 25,65 puncte procentuale.

Cercetarea derulării importului pe grupe de țări a arătat că cea mai mare pondere revine țărilor UE (43,88% în anul 2021). Federația Rusă se află în topul principalelor țări partenere la import (Anexa 5). În perioada anilor 2010-2021, cota importului din țările CSI s-a micșorat cu 6,05 puncte procentuale, iar din țările UE s-a redus cu 0,33 puncte procentuale.

Decalajul dintre exporturile și importurile Republicii Moldova a cauzat soldul pasiv al balanței de plăți. Numai datorită remitențelor, granturilor și creditelor străine, Republica Moldova în continuare poate să-și permită deficitul contului curent al balanței de plăți. Fluxul de remitențe nu poate înregistra, permanent, valori mari, de aceea sunt necesare măsuri stringente pentru a promova bunurile autohtone pe piața externă și a majora cota exportului în schimbul comercial.

Indicele raportului de schimb brut, în anii 2010-2016, a înregistrat valori mai mari de 100%. Situația creată poate fi explicată prin faptul că, în raport cu anul precedent, fiecare unitate importată este achitată cu mai multe unități la export. În următorii doi ani, situația s-a ameliorat, iar în anul 2019 indicatorul dat a înregistrat valori supraunitare (Figura 2.24). Dacă în cazul indicelui raportului de schimb brut este preferabil ca să ia valori subunitare, atunci în cazul indicelui raportului de schimb net – supraunitare.



**Fig. 2.24. Dinamica indicatorilor raportului de schimb**

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor Biroului National de Statistică al Republicii Moldova [16].*

În scopul estimării dacă volumul exporturilor asigură procurarea volumului necesar de bunuri străine, este necesar de calculat gradul de acoperire a importurilor prin exporturi. Analiza evoluției indicelui gradului de acoperire a arătat că cel mai înalt nivel a fost atins de indicatorul dat în anul 2015, când importul a scăzut cu 25%. Generalizând cele expuse mai sus, concluzionăm că Republica Moldova întâmpină greutăți la capitolul promovarea bunurilor autohtone pe piețele externe.

### *Pilonul III*

Analiza structurii exportului și importului arată că diversificarea importului este mult mai mare în raport cu cea a exportului. Structura mărfurilor de export este determinată de specializarea acestora (Tabelul 2.6).

**Tabelul 2.6. Structura exporturilor și importurilor de mărfuri pe secțiuni conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

Secțiuni, conform CSCI, Rev.4	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>EXPORT</b>							
<b>Produse alimentare și animale vii</b>	24.86	24.38	25.14	22.65	22.91	21.32	25.79
<b>Băuturi și tutun</b>	8.51	8.40	8.30	8.09	7.85	7.58	6.66
<b>Materiale brute necomestibile, exclusiv combustibili</b>	11.16	11.33	11.42	10.34	10.65	10.83	11.60
<b>Combustibili minerali, lubrifianți și materiale derivate</b>	0.51	0.33	0.75	0.68	0.37	0.59	0.50
<b>Uleiuri, grăsimi și ceruri de origine animală sau vegetală</b>	3.66	2.66	2.21	2.47	2.52	4.19	3.85
<b>Produse chimice și produse derivate nespecificate în altă parte</b>	6.65	5.54	5.27	4.80	5.23	5.17	4.85
<b>Mărfuri manufacturate, clasificate mai ales după materia primă</b>	6.99	8.41	6.95	6.64	6.20	7.03	7.74
<b>Mașini și echipamente pentru transport</b>	15.94	15.89	17.79	21.66	23.33	22.25	20.20
<b>Articole manufacturate diverse</b>	21.69	23.04	22.15	22.62	20.89	21.01	18.77
<b>Bunuri neclasificate în altă secțiune din CSCI</b>	0.02	0.02	0.03	0.04	0.03	0.02	0.03
<b>IMPORT</b>							
<b>Produse alimentare și animale vii</b>	10.81	10.96	10.55	9.75	10.45	12.16	10.72
<b>Băuturi și tutun</b>	2.49	2.71	2.55	2.17	2.19	1.96	1.84
<b>Materiale brute necomestibile, exclusiv combustibili</b>	2.50	2.39	2.30	2.44	2.39	2.54	2.59
<b>Combustibili minerali, lubrifianți și materiale derivate</b>	18.00	15.30	15.74	17.18	15.78	10.90	14.94
<b>Uleiuri, grăsimi și ceruri de origine animală sau vegetală</b>	0.23	0.25	0.33	0.20	0.19	0.22	0.20
<b>Produse chimice și produse derivate nespecificate în altă parte</b>	15.70	15.66	14.87	14.13	14.41	15.14	14.40
<b>Mărfuri manufacturate, clasificate mai ales după materia primă</b>	20.26	21.22	20.56	19.83	19.39	19.68	18.32
<b>Mașini și echipamente pentru transport</b>	20.59	21.50	22.35	24.03	24.40	26.22	25.40
<b>Articole manufacturate diverse</b>	9.30	9.91	10.71	10.24	10.78	11.17	11.57
<b>Bunuri neclasificate în altă secțiune din CSCI</b>	0.11	0.10	0.02	0.02	0.01	0.02	0.01

*Sursa: elaborat de autor în baza datelor Biroului National de Statistică al Republicii Moldova [16].*

Totodată atestăm că, anual, crește cota exportului materiei prime, dar nu a bunurilor de înaltă tehnicitate sau a producției cu un grad înalt de complexitate și de valoare adăugată. De exemplu, în anul 2021, cota exportului cerealelor și preparatelor pe bază de cereale a constituit 12,36%, semințelor și fructelor oleaginoase – 8,15%, adică se află în creștere, iar în perioada anilor 2010-2021 s-a majorat, corespunzător, cu 7,26 și 2,38 puncte procentuale. Pe când, cota exportului de îmbrăcăminte și accesorii, în anul 2021, a atins nivelul de 8,78%, ceea ce constituie o reducere cu 6,34 puncte procentuale în perioada 2010-2021, iar cota exportului de mașini și aparate industriale cu aplicații generale a diminuat cu 1,15 puncte procentuale (Anexa 6).

Analizând detaliat structura exportului în diviziunea bunurilor pentru anul 2021, am atestat că cea mai mare cotă îi revine bunurilor fabricate din materialele clienților: mașini și aparate electrice și părți ale acestora (16,60%); mobilă și părțile ei (5,00%) (Anexa 6).

În anul 2020, secțiunea „petrol, produse petroliere și produse înrudite” predomină în structura mărfurilor importate în Moldova, urmate de „mașini și aparate electrice și părți ale acestora”. În sectorul agricol, la fel a fost înregistrată majorarea importului. În pofida faptului că Moldova este un stat agrar, a crescut importul cărnii și preparatelor din carne cu 55,73%, comparativ cu anul 2020, al semințelor și fructelor oleaginoase – cu 38,29%, al produselor și preparatelor alimentare diverse – cu 31,07%, al uleiurilor și grăsimilor de origine animală – cu 22,73%, al produselor lactate (inclusiv ouă de păsări) – cu 20,67%. În perioada 2010-2021, s-a majorat cota importului produselor lactate (inclusiv ouă de păsări) cu 0,64 puncte procentuale, a semințelor și fructelor oleaginoase – cu 0,16 puncte procentuale, a cărnii și preparatelor din carne – cu 0,14 puncte procentuale (Anexa 7).

În scopul cuantificării schimburilor intraindustriale a fost utilizat Indicele Grubel-Lloyd (ecuația 1.17). Rezultatele calculelor au arătat că cea mai mare cotă, în anul 2021, a înregistrat secțiunea „Produse alimentare și animale vii” (Tabelul 2.7).

În anul 2021, ponderea schimburilor intraindustriale este comparativ mai mare față de cele interindustriale la următoarele grupuri de mărfuri: mașini și aparate electrice și părți ale acestora (0,98); articole de voiaj, sacoșe și similare (0,93); animale vii (0,88); îmbrăcăminte și accesorii (0,84); încălțăminte (0,84); hrană destinată animalelor (exclusiv cereale nemăcinate) (0,77); etc. Printre grupurile de mărfuri care au înregistrat o pondere comparativ mai mare a comerțului interindustriale în raport cu cel intraindustriale se numără: produsele petroliere; gazul; cărbunele; energia electrică; etc. (Anexa 8).



**Tabelul 2.7. Indicele Grubel-Lloyd pe secțiuni conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI)**

Secțiuni, conform CSCI, Rev.4	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Produse alimentare și animale vii	0.94	0.94	0.91	0.96	0.98	0.89	0.97
Băuturi și tutun	0.74	0.78	0.76	0.73	0.74	0.72	0.77
Materiale brute necomestibile, exclusiv combustibili	0.03	0.02	0.05	0.04	0.02	0.05	0.03
Combustibili minerali, lubrifianți și materiale derivate	0.22	0.31	0.45	0.30	0.28	0.21	0.22
Uleiuri, grăsimi și ceruri de origine animală sau vegetală	0.35	0.31	0.30	0.28	0.29	0.27	0.26
Produse chimice și produse derivate nespecificate în altă parte	0.29	0.34	0.29	0.27	0.26	0.28	0.31
Mărfuri manufacturate, clasificate mai ales după materia primă	0.55	0.55	0.57	0.59	0.63	0.56	0.52
Mașini și echipamente pentru transport	0.93	0.92	0.98	0.98	0.96	0.92	0.83
Articole manufacturate diverse	0.19	0.17	0.70	0.96	0.97	0.84	0.96
Bunuri neclasificate în altă secțiune din CSCI	0.94	0.94	0.91	0.96	0.98	0.89	0.97

*Sursa: elaborat de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

#### *Pilonul IV*

Cu scopul depistării bunurilor competitive, în Tabelul 2.8 și Anexele 9 și 10 sunt prezentate rezultatele estimării avantajului comparativ cu ajutorul a doi indici: indicele Michaely (*MI*) și indicele Lafay (*LFI*).

**Tabelul 2.8. Indicatorii competitivității, anul 2021, %**

Secțiuni, conform CSCI, Rev.4	<i>MI</i>	<i>LFI</i>
Produse alimentare și animale vii	15,07	6,39
Băuturi și tutun	4,83	2,04
Materiale brute necomestibile, exclusiv combustibili	9,01	3,82
Combustibili minerali, lubrifianți și materiale derivate	-14,44	-6,12
Uleiuri, grăsimi și ceruri de origine animală sau vegetală	3,65	1,55
Produse chimice și produse derivate nespecificate în altă parte	-9,55	-4,05
Mărfuri manufacturate, clasificate mai ales după materia primă	-10,58	-4,48
Mașini și echipamente pentru transport	-5,20	-2,20
Articole manufacturate diverse	7,20	3,05
Bunuri neclasificate în altă secțiune din CSCI	0,01	0,01

*Sursa: elaborat de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

După cum observăm, ambele abordări au dat rezultate analogice privind divizarea bunurilor cu avantaj și a celor cu dezavantaj. Dacă am fi ierarhizat bunurile după avantaj, atunci în cazul aplicării indicelui Michaely și în cazul indicelui Lafay, pe primul loc s-ar fi poziționat secțiunea „produsele alimentare și animale vii”, urmată de „materiale brute necomestibile” și „articole manufacturate diverse”. Ambii indici permit să depistăm ramurile cu mare potențial în promovarea exportului și acele categoriile de bunuri, convenabile Republicii Moldova pentru specializare.

Conform indicelui Michaely și indicelui Lafay, în diviziunea grupurilor de mărfuri (Anexele 9 și 10), cele mai competitive sunt: cereale și preparate pe bază de cereale; mașini și aparate electrice și părți ale acestora (inclusiv echivalente neelectrice ale mașinilor și aparatelor de uz casnic); legume și fructe; semințe și fructe oleaginoase (Tabelul 2.9).

**Tabelul 2.9. Topul grupurilor de mărfuri competitive în anul 2019 conform indicelui Lafay, %**

Grupuri de mărfuri (CSCI, Rev.4)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cereale și preparate pe bază de cereale	2,25	3,12	3,05	3,30	3,32	1,53	4,63
Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	2,37	2,46	3,29	5,08	5,64	4,88	3,86
Legume și fructe	4,41	3,45	4,51	3,12	3,38	3,93	3,21
Semințe și fructe oleaginoase	3,73	4,12	4,16	3,57	3,86	3,60	3,17
Îmbrăcăminte și accesorii	4,29	4,21	3,91	3,90	3,31	3,10	2,54
Băuturi	3,04	2,90	2,84	2,68	2,61	2,68	2,19
Mobilă și părțile ei	1,73	2,20	2,03	2,13	1,84	1,97	1,65
Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate sau fracționate	1,55	1,10	0,88	1,02	1,05	1,73	1,57
Mineruri metalifere și deșeuri de metale	0,39	0,23	0,26	0,25	0,24	0,46	1,17
Produse chimice organice	0,00	0,20	0,23	0,25	0,20	0,76	0,40
Zahăr, preparate pe bază de zahăr; miere	0,93	0,86	0,42	0,36	0,21	0,17	0,33

*Sursa: elaborat de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [16].*

Prin urmare, cea mai mare parte de bunuri, care au înregistrat avantaje comparative înalte, sunt bunurile produse din materialele clienților și bunurile neprocesate. În baza acestor categorii de bunuri nu poate fi atinsă creșterea sustenabilă a economiei naționale. Continuarea acestei politici comerciale nu se va solda cu micșorarea deficitului balanței comerciale.

Pentru a determina direcțiile prioritare de dezvoltare a potențialului de export al Republicii Moldova și ramurile de specializare, este necesar de elaborat alți indicatori de evaluare a competitivității bunurilor autohtone, care ar lua în calcul un spectru mult mai larg de factori de influență a competitivității [141]. Obiectivul dat va fi atins în capitolul 3.

#### *Pilonul V*

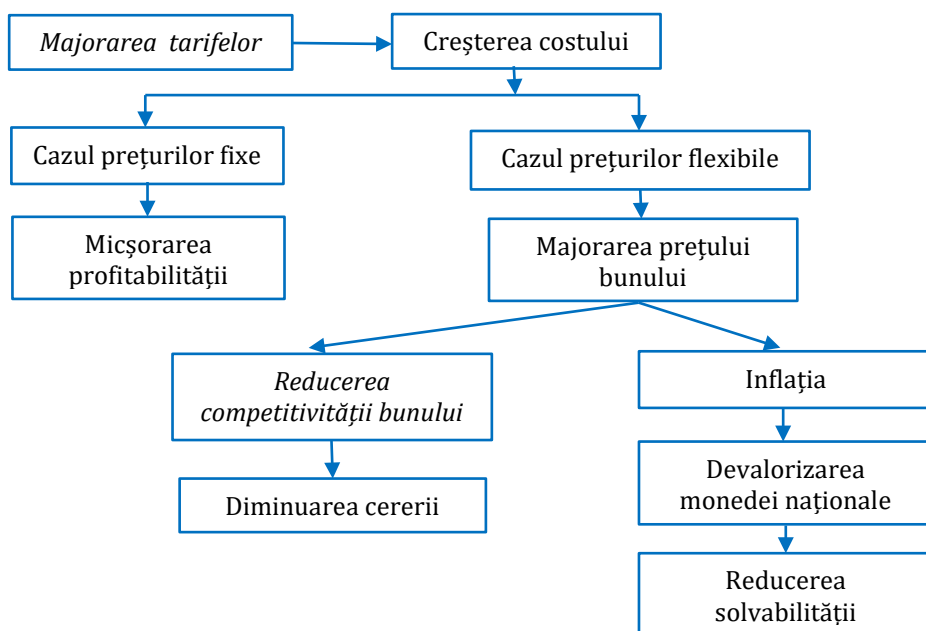
Problemele fundamentale cu care se confruntă Republica Moldova sunt: instabilitatea economică și politică; dependența de resursele energetice importate, prețul cărora crește și generează diminuarea competitivității bunurilor moldovenești pe piața externă și cea internă. Impactul prețurilor la resursele energetice asupra competitivității principalilor indicatori macroeconomici și creșterii economice este studiat în articolele: „The Correlation between Energy Resources Tariffs, Inflation and Competitiveness” [108], „Analysis of the Impact of Tariff Levels on Energy and Other Services on Macroeconomic Indicators” [109] și „Energy Resource Tariffs as a Tool for Comparing and Influencing Macroeconomic Indicators and Competitiveness” [110].

Competitivitatea bunurilor este influențată de mulți factori, unii dintre ei fiind caracteristici doar pentru anumite tipuri de mărfuri. Cu toate acestea, doi factori, prețul și calitatea, sunt de bază, afectează competitivitatea și sunt caracteristici tuturor categoriilor de bunuri. Sporirea calității duce la majorarea competitivității bunurilor, iar creșterea prețului propagă reducerea competitivității.

Costul este o parte componentă a prețului, iar resursele energetice sunt parte componentă a costurilor, fiind utilizate atât la fabricarea bunurilor, cât și la furnizarea servicii. Prin urmare, majorarea tarifelor la resursele energetice duce la creșterea prețurilor bunurilor și serviciilor, adică la sporirea indicelui prețurilor de consum, la inflație și la diminuarea competitivității (Figura 2.25).

În cazul prețurilor fixe, majorarea tarifului la resursele energetice va cauza creșterea costului și, în final, va afecta rentabilitatea entităților. În cazul prețurilor flexibile, întreprinzătorii includ cheltuielile crescânde în preț spre achitare consumatorului final [101].

Consecințele deciziei date sunt descrise în Figura 2.25. În Republica Moldova, există tendința de a obține profit, în primul rând, datorită creșterii constante a prețurilor. Bineînțeles, acest trend nu contribuie la sporirea competitivității și creșterea economiei naționale. Pe lângă regresiiile descrise în articolele menționate ([108] [109] [110]), vom analiza relația de cauzalitate dintre competitivitatea unei anumite categorii de bunuri și indicele prețului la resurse energetice.



**Fig. 2.25. Corelația dintre modificarea tarifară a resurselor energetice și competitivitatea bunurilor**

*Sursa: elaborată de autor [108, p. 429].*

În calitate de exemplu sunt prezentate rezultatele analizei relației de cauzalitate dintre competitivitatea grupului de bunuri „mobila și părțile ei” și indicele prețului la resurse energetice.

În rezultatul studiului, a fost obținută următoarea regresie logaritmică:

$$\ln(c\_mobil) = 0,573 - 3,646 \ln(p\_ener) + 0,314 \ln(c\_mobil(-1)) - 1,316 D09, \quad (2.13)$$

$$R^2 = 0,9626$$

unde:  $c\_mobil$  – indicele Lafay pe piața externă a mobilei autohtone, %;

$p\_ener$  – indicele prețului la resurse energetice;

$c\_mobil(-1)$  – indicele Lafay a mobilei autohtone pentru anul precedent, %;

$D09$  – variabila dummy pentru anul 2009 (variabila dummy ia valoarea 1 pentru anul 2009 și valoarea 0 pentru ceilalți ani).

În tabelul 2.10 este testat modelul regresiei logaritmice (numărul observațiilor 14). Analizând t-statistic și p-value concluzionăm că, în cazul dat, ipoteza nulă că parametrii sunt egali cu zero se respinge, dar se acceptă ipoteza alternativă că coeficienții regresiei logaritmice sunt diferiți de zero.

**Tabelul 2.10. Testarea ipotezei nule că parametrii regresiei  $\ln(c\_mobil)$  sunt egali cu zero**

	$\ln(p\_ener)$	$\ln(c\_mobil(-1))$	<i>D09</i>
<b>t-statistic</b>	-6,5637	14,0980	-6,3136
<b>p-value</b>	0,0001	0,0000	0,0001

*Sursa: elaborat de autor.*

Una din variabilele exogene este nivelul competitivității din anul precedent, deoarece în cazul când bunul s-a recomandat deja pe o anumită piață ca bun competitiv, consumatorii își vor păstra preferințele față de bunul în cauză.

În Tabelul 2.11 și Anexa 11, autorul continuă să testeze regresia logaritmică.

**Tabelul 2.11. Testarea statistică a regresiei  $\ln(c\_mobil)$**

Teste statistice	$\ln(c\_mobil)$
<b>Coeficientul de determinare <math>R^2</math></b>	0,962604
<b>Coeficientul de determinare ajustat (Adjusted R-squared)</b>	0,951385
<b>F-statistic</b>	85,80167
<b>Probabilitatea (F-statistic)</b>	0,000000
<b>Criteriul informațional Akaike</b>	-0,142389
<b>Criteriul Schwarz</b>	0,040199
<b>Statistica Durbin-Watson</b>	2,062465

*Sursa: elaborat de autor.*

În continuare vom verifica existența heteroscedasticității în modelul dat, utilizând testul Breusch-Pagan-Godfrey. Astfel, potrivit rezultatelor testării prezentate în Anexa 11, modelul dat nu are heteroscedasticitate. Conform ecuației (2.13), relația dintre competitivitatea mobilei și indicele prețurilor la resurse energetice este negativă. Prin urmare, una din căile de sporire a competitivității bunurilor este reducerea tarifului la resurse energetice.

Generalizarea politicii comerciale promovate de Republica Moldova este efectuată la finele capitolului dat (Tabelul 2.12).

Analiza pozițională a politicii comerciale, promovate de Republica Moldova, a identificat următoarele punctele slabe: majoritatea bunurilor autohtone nu sunt conformate standardelor europene și, din această cauză, nu sunt competitive după calitate pe piața UE; gradul de diversificare a exportului și de

diversificare regională este redus; promovarea politicii comerciale actuale s-a soldat cu majorarea exportului bunurilor lohn și bunurilor neprocesate.

**Tabelul 2.12. Analiza SWOT a politicii comerciale promovate de Republica Moldova**

<b>Puncte tari</b>	<b>Puncte slabe</b>
<p>Perfecționarea continuă a bazei legislative care stabilește promovarea politicii comerciale.</p> <p>Elaborarea și implementarea strategiilor conexe cu promovarea exportului (SNAIPE 2016-2020 etc.).</p> <p>Semnarea acordurilor (DCFTA, Acordul de Asociere etc.) care au asigurat accesul pe piața UE a bunurilor autohtone (volumul fizic la mărfurile exportate în țările UE a crescut, în medie, cu 11% anual, anii 2014-2019).</p>	<p>Nu toate bunurile autohtone corespund standardelor europene de calitate și sunt competitive, de aceea nu pot profita de accesul pe piața UE.</p> <p>Crește volumul promovării bunurilor lohn și bunurilor neprocesate.</p> <p>Gradul redus de diversificare a exporturilor.</p> <p>Conform unor acorduri semnate, Republica Moldova nu a obținut facilități integral identice (Tabelul 2.2).</p>
<b>Oportunități</b>	<b>Amenințări</b>
<p>Crearea premiselor pentru dezvoltarea digitalizării documentării și vămii tranzacțiilor de export și import.</p> <p>Penetrarea piețelor noi.</p> <p>Oportunități pentru promovarea bunurilor ecologice.</p> <p>Accesul pe piața europeană, unde cerințele față de bunuri sunt ridicate, va servi ca imbold pentru producătorul autohton de a spori calitatea și competitivitatea bunurilor.</p>	<p>Restricțiile cauzate de pandemia COVID-19 vor fi prelungite și extinse, ceea ce va crea impedimente pentru dezvoltarea comerțului exterior.</p> <p>Competitivitatea bunurilor autohtone pe piața externă va scădea din cauza accelerării progresului tehnico-științific în țara-gazdă.</p> <p>Apariția concurenței nelocale pe unele piețe.</p>

*Sursa: elaborat de autor.*

Rezultatele diagnosticării competitivității bunurilor autohtone și analizei SWOT a politicii comerciale, promovate de Republica Moldova, demonstrează necesitatea elaborării propunerilor atât pentru perfecționarea politicii comerciale, cât și pentru reducerea costului de producție, inclusiv a cheltuielilor de resurse energetice în contextul sporirii competitivității bunurilor autohtone. Obiectivul dat va fi realizat în capitolul 3.

### **Capitolul 3. DIRECȚII DE PERFEȚIONARE A MANAGEMENTULUI EVALUĂRII COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR ÎN CONTEXTUL POLITICII COMERCIALE NAȚIONALE**

În perioada contemporană s-au creat următoarele premise ale dezvoltării managementului evaluării competitivității bunurilor:

- extinderea sferei geografice a activității producătorilor autohtoni și globalizarea au condiționat multiplicarea sarcinilor managementului;
- acutizarea concurenței atât pe piața internă, cât și pe piața externă a dus la sporirea complexității sarcinilor de gestiune;
- apariția noilor elemente ale economiei tenebre, instabilitatea economică și politică din ultimii ani impun statul să modifice cardinal strategiile elaborate;
- există un decalaj semnificativ între baza tehnico-materială a întreprinderilor din Republica Moldova și a celor din țările dezvoltate, care sunt parteneri comerciali ai Moldovei;
- progresul tehnico-științific, a patra revoluție industrială, a dus la modificarea standardelor, majorarea cerințelor față de bunurile oferite și serviciile prestate, ca urmare devine vitală elaborarea noilor metode și a funcțiilor de management.

#### **3.1. Modelul descriptiv al evaluării și modelul de gestionare a competitivității bunurilor**

Evaluarea competitivității bunurilor este punctul de plecare al activității economice într-un mediu concurențial, în condițiile economiei de piață. Necesitatea evaluării competitivității bunurilor este cauzată de:

- gradul de deschidere al economiei naționale;
- nivelul înalt al concurenței;
- indispensabilitatea reducerii costului de producție al bunurilor și costului prestării serviciilor;
- necesitatea elaborării măsurilor pentru sporirea competitivității;
- exigența elaborării și implementarea strategiilor privind promovarea bunurilor atât pe piața externă, cât și pe cea internă;
- necesitatea atragerii investițiilor pentru organizarea producerii bunurilor competitive.

Evaluarea competitivității bunurilor poate fi realizată cu ajutorul indicelui integral al competitivității și indicelui compozit al avantajului comparativ pe

piața externă și internă. Anume elaborarea acestor doi indicatori este una din sarcinile înaintate spre realizare de către autor în capitolul dat.

Autorul, analizând neajunsurile inerente definițiilor descrise în Tabelul 1.1, a elaborat o nouă definiție, care ia în calcul toate proprietățile esențiale ale competitivității bunului: „*competitivitatea bunului reprezintă abilitatea lui de a satisface maximal, în perioada analizată, așteptările consumatorului, de a corespunde caracteristicilor tehnice, economice, ecologice, de deservire și de altă natură, în comparație cu bunurile străine, analogice și cele substituibile ale concurenților, și de a fi vândut profitabil pe piață*” [99, p. 62].

În definiția elaborată sunt menționate caracteristicile economice, adică se are în vedere criteriul minimizării cheltuielilor de producție și a prețului de vânzare. În perioada actuală, este necesar de analizat nu numai costul de producție, dar și prețul, deoarece pe piață activează și intermediarii [26, p. 219].

„Definiția competitivității bunului trebuie să integreze atât abordarea factorială, cât și abordarea în baza rezultatului final” [186, p. 10]. Definiția elaborată de autor răspunde acestei cerințe.

Autorul consideră că factorii competitivității bunului pot fi divizați în următoarele *grupuri*: calitatea, prețul, deservirea post-vânzare, elemente de marketing și factorii psihologici (Tabelul 3.1). Ratingul factorilor depinde de nivelul de bunăstare a populației, de așteptările privind dezvoltarea sustenabilă a economiei, de preferințe, tradiții etc.

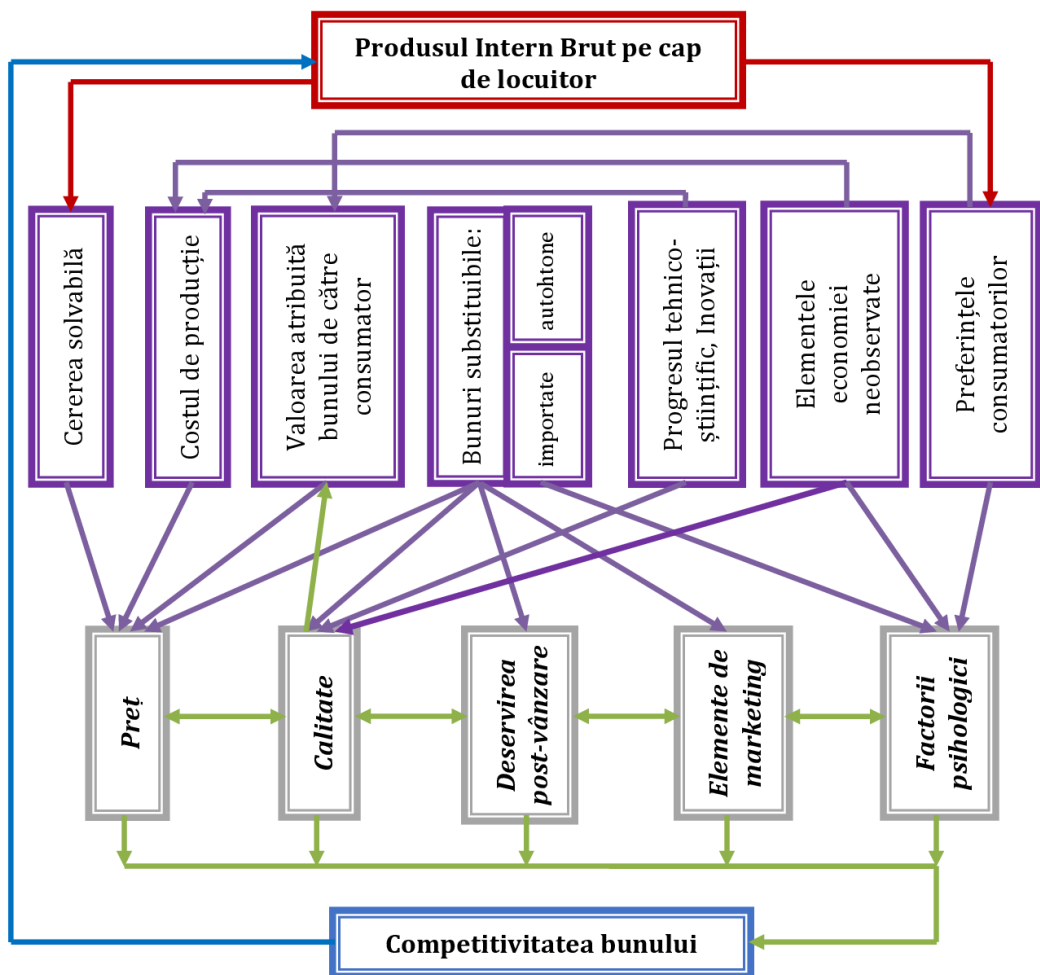
**Tabelul 3.1. Analiza SWOT a politicii comerciale promovate de Republica Moldova**

<b>Factorii</b>	<b>Elemente componente</b>
<b><i>Preț</i></b>	Prețul producătorului, prețul cu ridicata, prețul cu amănuntul
<b><i>Calitatea</i></b>	Parametrii tehnico-economici, compatibilitatea ecologică, design
<b><i>Deservirea post-vânzare</i></b>	Disponibilitatea pieselor de schimb și a atelierelor de reparație
<b><i>Elemente de marketing</i></b>	Marca, eficacitatea reclamei, posibilitatea de a cumpăra bunul prin intermediul mijloacelor moderne de comunicare (Internet, telefonia mobilă), eticheta de eficiență energetică (în cazul electrocasnicelor), brandul
<b><i>Factorii psihologici</i></b>	Patriotismul marfar (preferința de a procura bunul autohton), consum ostentativ, preferința de a procura bunurile hand-made

*Sursa: elaborat de autor.*



Produsul Intern Brut pe cap de locuitor reprezintă indicatorul, care reflectă bunăstarea populației autohtone și care, la rândul său, influențează cererea solvabilă și preferințele consumatorilor. Cererea, costul de producție, valoarea atribuită bunului de către consumator, bunurile substituibile, progresul tehnico-științific, elementele economiei neobservate și inovațiile influențează asupra factorilor competitivității bunului. Cu cât se produc în economia națională mai multe bunuri competitive, cu atât va fi mai mare volumul de producție a bunurilor date, exportul, volumul de vânzare a acestor bunuri pe piață și, ca rezultat, PIB-ul. În Figura 3.1 sunt prezentați atât factorii de influență a competitivității bunurilor, cât și interdependența dintre competitivitatea bunului și PIB-ul pe cap de locuitor.



**Fig. 3.1. Interdependența dintre competitivitatea bunului și PIB-ul pe cap de locuitor**

*Sursa: elaborată de autor.*

„Factorii psihologici” reprezintă pilonul competitivității bunului propus de autor. Acest pilon, în calitate de factor al competitivității bunurilor, nu este nici descris, nici inclus în clasificările elaborate de specialiștii din domeniul dat. În perioada contemporană, crește influența acestui grup de factor asupra competitivității bunului. Unul din elementele componente ale acestui factor este *patriotismul marfar*. Patriotismul se manifestă nu numai în raport cu națiunea, limba, cultura, dar și în loialitatea față de bunurile autohtone, cu scopul de a susține producătorul său natal. Lanțul impactului patriotismului marfar asupra competitivității și PIB-ului este prezentat în Figura 3.2.



**Fig. 3.2. Lanțul impactului patriotismului marfar asupra competitivității și PIB**

*Sursa: elaborată de autor.*

Patriotismul marfar, ca și orice alt factor al competitivității, contribuie atât la sporirea competitivității bunurilor, cât și a PIB-ului.

În țările unde polarizarea societății este mare, este semnificativă influența altui factor, și anume a „consumului ostentativ”: în viziunea consumatorului, bunul, chiar și de aceeași calitate, este mai competitiv dacă este procurat, la un preț mai mare, într-un magazin de firmă, deoarece reflectă poziția în societate.

Unul din obiectivele stabilite de autor este elaborarea indicelui integral al competitivității bunurilor. În cazul indicelui dat, se utilizează algoritmul care ia în calcul factorii competitivității. O parte din factori sunt estimați numeric, iar cealaltă se referă la indicatorii calitativi, care pot fi estimați prin consultarea unui grup de experți. În literatura de specialitate, ansamblul de factori deviază de la un autor la altul, atestăm factori cantitativi și calitativi [187, p. 214] sau numai factori calitativi [126, p. 4]. Autorul propune un alt algoritm pentru evaluarea competitivității produselor, care diferă de cele deja cunoscute. **Noul algoritm** ia în

calcul elementele componente ale grupurilor de factori ai competitivității bunurilor enumerate în Tabelul 3.1.

Propunerea autorului constă în calcularea, *la prima etapă*, a următorilor indicatori:

$$C_p = \frac{p^a}{p^m}; \quad C_q = \frac{q^a}{q^m}; \quad C_s = \frac{s^a}{s^m}; \quad C_e = \frac{e^a}{e^m}; \quad C_f = \frac{f^a}{f^m}, \quad (3.1)$$

unde:  $C_p, C_q, C_s, C_e, C_f$  – competitivitatea bunului autohton, în raport cu bunul de import, după preț ( $p$  – price), calitatea bunului ( $q$  – the quality of the good), deservirea post-vânzare ( $s$  – after-sales service), elemente de marketing ( $e$  – marketing elements), factorii psihologici ( $f$  – psychological factors);

$p^a, q^a, s^a, e^a, f^a$  – indicatorii bunului autohton analizat;

$p^m, q^m, s^m, e^m, f^m$  – indicatorii bunului de import.

*A doua etapă* constă în evaluarea indicelui integral al competitivității ( $I_c$ ), care poate fi calculat după următoarea formulă:

$$I_c = \frac{b_1}{C_p} + b_2 \times C_q + b_3 \times C_s + b_4 \times C_e + b_5 \times C_f, \quad (3.2)$$

$$b_1 + b_2 + b_3 + b_4 + b_5 = 1, \quad (3.3)$$

unde:  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  – coeficienții de semnificație ai factorilor competitivității ( $p, q, s, e, f$ ).

În cazul când semnificația factorilor pentru consumator este identică atunci:

$$b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0,2. \quad (3.4)$$

Valoarea impactului factorului preț și factorului calitate depinde de bunăstarea consumatorilor. Raportul calitate-preț poate fi reprezentat cu ajutorul unei funcții dependente de venitul disponibil al consumatorilor în cazul unui bun fabricat de un anumit producător (ecuația 3.5) și de bunăstarea populației (Figura 3.1), în cazul unui grup de bunuri similare autohtone (ecuația 3.6):

$$\frac{b_2}{b_1} = f(Y - T), \quad (3.5)$$

$$\frac{b_2}{b_1} = f\left(\frac{PIB}{N}\right), \quad (3.6)$$

unde:  $Y$  – venitul consumatorilor;

$T$  – impozitul pe venit;

$PIB$  – Produsul Intern Brut;

$N$  – numărul populației cu reședință obișnuită.

Bunul se consideră competitiv atunci când indicele integral al competitivității ( $I_c$ ) atinge valori egale sau mai mari ca 1.

În opinia autorului, dintre factorii competitivității, primul, care trebuie supus evaluării, este prețul. Astăzi, în Republica Moldova, o bună parte a populației preferă un produs ieftin și de calitate relativ joasă, dar nu unul scump și de înaltă calitate. Cauzele acestei tendințe sunt: solvabilitatea joasă a unei cote relativ mari a populației, devalorizarea monedei naționale, inflația, reținerea salariilor, decalajul salarial, pandemia Covid-19 etc.

Potrivit Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, în anul 2018, minimul de existență, în baza populației stabile, a fost de 1891 lei, venitul mediu lunar disponibil pe o persoană a fost de 2060,2 lei, iar în anul 2019, în baza populației cu reședință obișnuită, corespunzător 2031,2 lei și 2880,6 lei. Analiza comparativă a coșului minim de consum cu veniturile disponibile ale populației pe quintile a arătat că, în anul 2018, venitul disponibil pentru 40% din populația stabilă este mai mic ca minimul de existență. Quintilul II a înregistrat un venit disponibil de 1824,1 lei, ceea ce constituie 96% din coșul minim de consum [56]. Generalizând cele descrise mai sus, concluzionăm că nivelul relativ mic al veniturilor unei părți considerabile a populației plasează anume prețul pe primul loc în lista parametrilor de evaluare a competitivității bunurilor.

Entitățile autohtone, care tind să promoveze bunurile economice pe ambele piețe, internă și externă, iau în considerare standardele naționale, regionale și internaționale, precum: ISO, IEC, și altele. La etapa de evaluare a competitivității în raport cu calitatea, se efectuează ajustarea parametrilor bunului la standardele în vigoare pe piața de desfacere. Adică, se efectuează analiza comparativă cu parametrii bunului analogic importat, se stabilește conformitatea parametrilor produsului cu reglementările și standardele obligatorii, care determină nivelul și limitele acestor parametri.

Dacă cel puțin unul dintre parametri nu corespunde nivelului obligatoriu, care este prescris de normele și standardele actuale, mărfurile nu pot fi considerate competitive, indiferent de rezultatul comparației conform altor parametri. În primul rând, trebuie efectuat studiul respectării normelor și standardelor în vigoare, și doar în cazul conformității standardelor, evaluarea competitivității bunului poate fi continuată. În caz contrar, bunul autohton se consideră necompetitiv. Ținând cont de faptul că din cinci grupuri de factori ai competitivității (Tabelul 3.1), patru trebuie să fie estimați prin consultarea grupului de experți, autorul propune o nouă abordare a evaluării competitivității bunurilor în raport cu calitatea, care să permită efectuarea calculelor în baza datelor statistice disponibile.

La elaborarea abordării noi, autorul a luat în calcul faptul că cu cât bunul este mai calitativ, cu atât cererea în funcție de venit este mai elastică. Prin urmare, competitivitatea bunului autohton, în raport cu bunul de import, după calitate, poate fi calculată ca raportul dintre elasticitatea cererii bunului autohton în funcție de venit ( $E_I^a$ ) și elasticitatea cererii bunului importat în funcție de venit ( $E_I^m$ ) [104, p. 81]:

$$C_q = \frac{E_I^a}{E_I^m} = \frac{\Delta Q^a \%}{\Delta I \%} \Big/ \frac{\Delta Q^m \%}{\Delta I \%} = \frac{\Delta Q^a \%}{\Delta Q^m \%} = \frac{\delta Q^a}{Q^a} \Big/ \frac{\delta Q^m}{Q^m}. \quad (3.7)$$

Deci:

$$C_q = \frac{\delta Q^a}{\delta Q^m} \times \frac{Q^m}{Q^a}, \quad (3.8)$$

unde:  $Q^a$  – volumul bunului autohton realizat pe piață;

$Q^m$  – volumul bunului de import realizat pe piață;

$I$  – venitul consumatorului autohton.

Deoarece elasticitatea poate lua valori atât pozitive, cât și negative, putem întâlni patru situații.

$$\text{Cazul I: } \frac{\delta Q^a}{Q^a} > 0 \quad \frac{\delta Q^m}{Q^m} > 0. \quad (3.9)$$

$$\text{Cazul II: } \frac{\delta Q^a}{Q^a} > 0 \quad \frac{\delta Q^m}{Q^m} < 0. \quad (3.10)$$

$$\text{Cazul III: } \frac{\delta Q^a}{Q^a} < 0 \quad \frac{\delta Q^m}{Q^m} > 0. \quad (3.11)$$

$$\text{Cazul IV: } \frac{\delta Q^a}{Q^a} < 0 \quad \frac{\delta Q^m}{Q^m} < 0. \quad (3.12)$$

În cazul I vom aplica ecuația 3.8 pentru calcularea  $C_q$ , iar în cazul II vom considera că  $C_q=1$ , pe când în cazul III vom estima  $C_q=0$ .

Pentru cazul IV vom modifica ecuația 3.8, și vom utiliza următoarea formulă de calcul:

$$C_q = \left(1 + \frac{\delta Q^a}{Q^a}\right) \Big/ \left(1 + \frac{\delta Q^m}{Q^m}\right). \quad (3.13)$$

Bunul este competitiv în funcție de calitate dacă în rezultatul calculelor obținem valori mai mari sau egale cu 1.

În Tabelul 3.2 sunt prezentate pe orizontală modelele mono-factoriale ale competitivității bunului, iar mai sus de diagonală – modelele bi-factoriale neliniare. De menționat, că nu toate cinci grupuri de factori ai competitivității

sunt factori de influență pentru toate bunurile. De exemplu, în cazul bunurilor de prima necesitate, precum pâinea și lactatele, factorii principali de influență sunt prețul și calitatea, iar influența factorului deservirea post-vânzare este nulă. Prin urmare, modelul competitivității unui anumit bun poate conține doar două variabile exogene, totodată, modelul poate fi liniar sau neliniar.

În analiza rezultatelor obținute ne vom axa pe sectorul agricol, deoarece Republica Moldova este un stat agrar, și pe industria prelucrătoare, fiindcă anume un stat industrial dezvoltat poate asigura o creștere sustenabilă a economiei naționale [102].

**Tabelul 3.2. Componentele modelelor mono-factoriale și neliniare bi-factoriale ale competitivității bunului**

Factorii	Prețul (p)	Calitatea bunului (q)	Deservirea post-vânzare (s)	Elemente de marketing (e)	Factorii psihologici (f)
Prețul (p)	$b_1 \frac{1}{p}$	$b_{12} \frac{q}{p}$	$b_{13} \frac{s}{p}$	$b_{14} \frac{e}{p}$	$b_{15} \frac{f}{p}$
Calitatea bunului (q)		$b_2 q$	$b_{23} qs$	$b_{24} qe$	$b_{25} qf$
Deservirea post-vânzare (s)			$b_3 s$	$b_{34} se$	$b_{35} sf$
Elemente de marketing (e)				$b_4 e$	$b_{45} ef$
Factorii psihologici (f)					$b_5 f$

*Sursa: elaborată de autor.*

Autorul a aplicat indicele integral elaborat pentru evaluarea competitivității unor bunuri și a prezentat rezultatele calculelor în Tabelul 3.3. Estimările sunt efectuate pentru anii 2013-2019, deoarece în anul 2012, din cauza cataclismelor naturale, agricultura a înregistrat o diminuare considerabilă, cu 22,3% mai puțin față de anul 2011.

Din ansamblul de mărfuri analizate, numai o parte din bunurile autohtone sunt competitive în funcție de preț, de exemplu: cerealele, orzul, ceapa, strugurii, mierea naturală, caisele, cireșele, vișinele, piersicii (inclusiv nectarine), prunele, merele, perele și gutuile (proaspete) etc. Preponderent, bunurile neprocesate sunt competitive pe piața, însă nu sunt competitive

majoritatea bunurilor industriei prelucrătoare și bunurile autohtone procesate cu înalt grad al valorii adăugate.

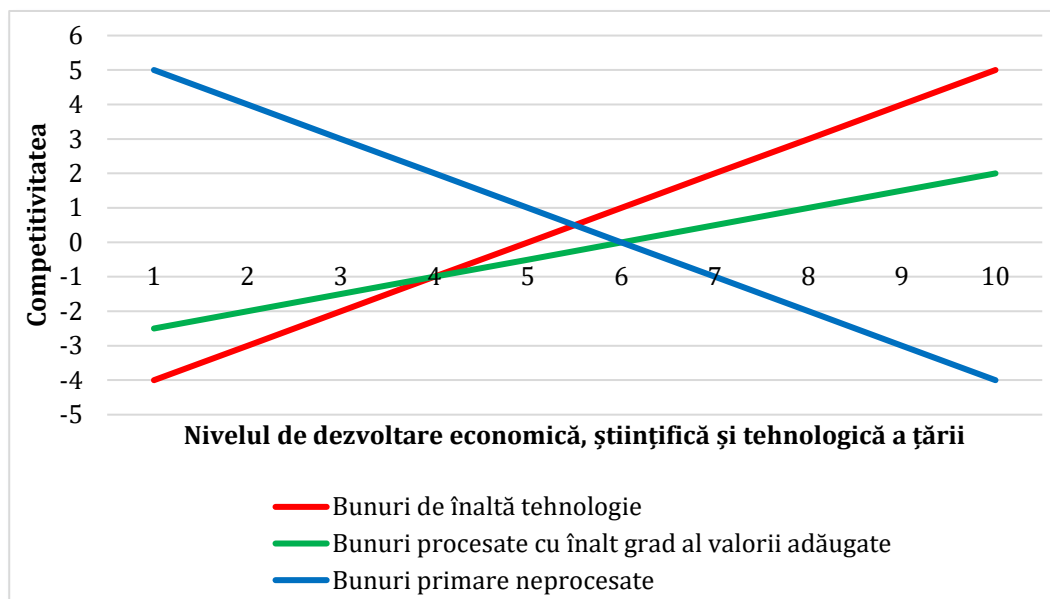
**Tabelul 3.3. Indicele integral al unor bunuri autohtone, anii 2015-2021**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Grâu și meslin	1,34	1,36	1,81	1,19	1,42	1,11	1,38
Orz	1,26	1,01	1,00	1,40	1,48	1,08	1,45
Cartofi	1,53	1,48	1,53	1,63	1,53	1,50	1,51
Tomate, în stare proaspătă sau refrigerată	1,42	2,33	3,36	2,57	2,31	1,98	2,25
Ceapa și alte legume aliacee	1,14	1,69	2,60	1,60	1,99	1,09	1,62
Castraveți și cornișon, în stare proaspătă sau refrigerată	2,67	3,46	4,76	3,75	3,56	2,64	3,50
Struguri, proaspeți sau uscați soiuri de masă	3,80	3,31	5,62	6,85	6,01	3,75	6,08
Mere, pere și gutui, proaspete	2,47	3,43	3,47	3,14	3,16	2,34	3,11
Caise, cireșe, vișine, piersici (inclusiv nectarine), prune proaspete	6,94	5,59	3,53	3,53	5,30	2,58	5,15
Lapte și smântână din lapte, fără sau cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori	2,22	1,79	1,25	1,16	1,67	1,18	1,65
Ulei brut de semințe de floarea-soarelui și semințe de șofran și fracțiunile lor, nemodificat chimic	1,35	1,16	1,14	1,31	1,39	1,31	1,36
Margarină	0,75	0,53	0,81	0,67	0,68	0,65	0,67
Alte preparate și conserve din carne, din organe sau din sânge	0,83	0,62	0,60	0,99	0,97	0,82	0,95
Lână agricolă	1,27	0,97	1,66	2,49	3,36	1,41	3,32
Covoare și alte acoperitoare de podea	0,58	0,38	0,47	0,71	0,48	0,41	0,45
Ciorapi, șosete și alte articole similare	0,57	0,46	0,60	0,72	0,68	0,52	0,64
Încălțăminte	0,48	0,37	0,29	0,55	0,24	0,21	0,23

*Sursa: elaborată de autor.*

În Republica Moldova, decalajul tehnologic cu principalii parteneri comerciali este în creștere și, în consecință, potențialul concurențial al multor bunuri procesate este în declin. O parte din bunurile oferite de industria prelucrătoare sunt fabricate din materialele clienților. Analiza competitivității bunurilor a arătat că, în cazul multor produse, cu cât gradul de prelucrare este mai mare, cu atât competitivitatea mărfurilor fabricate în Moldova este mai mică în raport cu bunurile analogice importate.

În scopul sporirii competitivității economiei naționale și a nivelului de dezvoltare economică, Republica Moldova trebuie să restructureze industria prelucrătoare. Pentru a atinge obiectivul dat, este necesară redirectionarea resurselor către acele ramuri industriale, care dețin potențial. În acest context, este vitală modificarea raportului dintre exportul bunurilor neprocesate și exportul bunurilor de înaltă tehnicitate, bunurilor procesate cu înalt grad al valorii adăugate în favoarea grupului doi, deoarece anume aceste produse vor asigura atingerea unui nivel înalt al competitivității și creșterii sustenabile a economiei naționale (Figura 3.3).



**Fig. 3.3. Corelația dintre competitivitate și nivelul de dezvoltare economică, științifică și tehnologică a țării**

*Sursa: [180, p. 13].*

În contextul determinării direcțiilor de specializare și a categoriilor de bunuri care este necesar de promovat pe piața externă, autorul a elaborat următorul *indice integral* al competitivității bunurilor pe piața externă [104, p. 83]:

$$I_c^{ex} = \frac{b_1}{C_p^x} + b_2 \times C_q^x + b_3 \times C_s^x + b_4 \times C_e^x + b_5 \times C_f^x + G_t, \quad (3.14)$$

$$C_p^x = \frac{p^x}{p^m}; \quad C_q^x = \frac{q^x}{q^m}; \quad C_s^x = \frac{s^x}{s^m}; \quad C_e^x = \frac{e^x}{e^m}; \quad C_f^x = \frac{f^x}{f^m}, \quad (3.15)$$



unde:  $C_p^x, C_q^x, C_s^x, C_e^x, C_f^x$  – competitivitatea bunului autohton exportat, în raport cu bunul de import, după preț ( $p$ ), calitatea bunului ( $q$ ), deservirea post-vânzare ( $s$ ), elemente de marketing ( $e$ ), factorii psihologici ( $f$ );

$G_t$  – gradul de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului autohton analizat;

$p^x, q^x, s^x, e^x, f^x$  – indicatorii bunului autohton exportat.

Gradul de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului poate fi determinată cu ajutorul metodei evaluării experților (Expert Judgment). În cazul resurselor limitate de timp și resurselor umane necesare pentru evaluarea indicatorului dat, autorul propune utilizarea următoarei metode – produsele pot fi divizate după nivelul de procesare în: produse primare neprocesate; produse semiprocesate; produse procesate; produse de înaltă tehnologie. Pentru fiecare grup de produse se poate oferi următorul punctaj (Tabelul 3.4):

**Tabelul 3.4. Estimarea gradului de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului**

Tipuri de bunuri	$G_t$
Produse primare neprocesate (cereale, fructe, legume proaspete, piei brute, lână agricolă etc.)	0,5
Produse semiprocesate (făină, uleiuri vegetale, zahăr rafinat, piei tăbăcite, fire de lână etc.)	1,0
Produse procesate (cașcaval, brânză, vin, conserve din carne, sucuri, ciorapi, îmbrăcăminte etc.)	1,5
Produse de înaltă tehnologie (mijloace de transport, utilaj, produse electronice etc.)	2,0

*Sursa: elaborată de autor.*

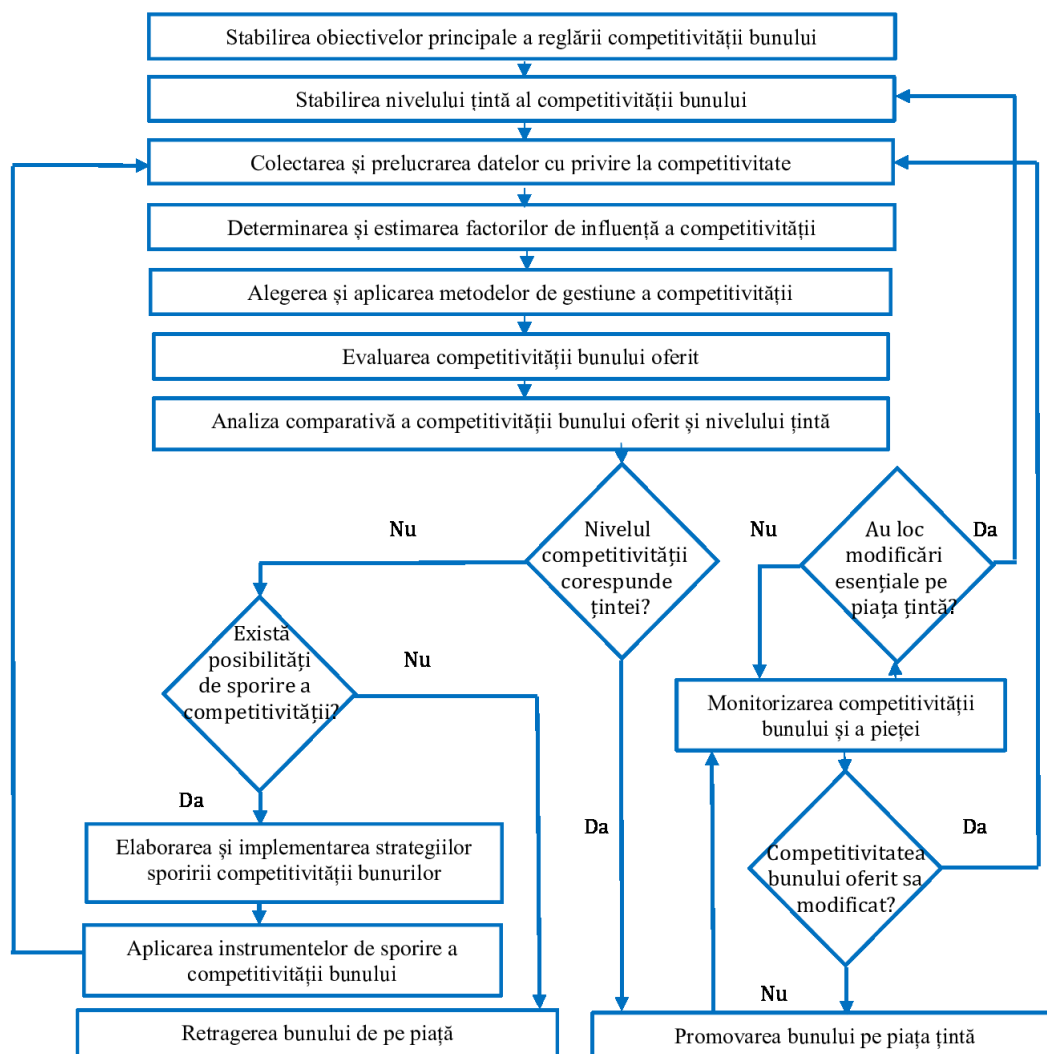
Autorul a utilizat indicatorul elaborat, luând în calcul resursele disponibile, potențialul uman, factorii competitivității (prețul, gradul de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului), iar în baza estimărilor efectuate a ajuns la concluzia că în afară de industria alimentară (ramura tradițională a Republicii Moldova), sectoarele prioritare, necesare a fi dezvoltate, sunt fabricarea de:

- pompe pentru lichide, chiar cu dispozitiv de măsurare; elevatoare de lichid (2,18 în anul 2021);
- mobilă și părțile ei, de exemplu, somiere, articole de pat și articole similare (2,10);

- solvenți și diluanți organici compuși, nedenumiți și necuprinși în altă parte; preparate concepute pentru îndepărtarea lacurilor și vopselelor (1,96);
- pompe de aer sau de vid, compresoare de aer sau de alte gaze și ventilatoare; hote aspirante de extracție sau de reciclare, cu ventilator incorporat, chiar cu filtre (1,83);
- uleiuri esențiale (deterpenizate sau nu), inclusiv cele așa-zise „concrete” sau „absolute”; rezinoide; oleorășini de extracție; soluții concentrate de uleiuri esențiale în grăsimi, în uleiuri stabilizate, în ceară sau în substanțe similare, obținute prin extracția din flori (1,56);
- taioare, ansambluri, jachete, sacouri, rochii, fuste, fuste-pantaloni, pantaloni, salopete cu bretele, pantaloni scurți și sorturi (altele decât pentru baie) pentru femei și fete (1,38);
- dezinfectanți și produse similare, prezentate în forme sau ambalaje pentru vânzarea cu amănuntul sau ca preparate sau ca articole (1,34);
- prelate, storuri pentru exterior și umbrare; corturi; vele pentru ambarcațiuni, planșe cu vele, cărucioare cu vela; articole de camping (1,23);
- săpunuri; produse și preparate organice tensioactive folosite ca săpun, în formă de bare, în calupuri, în bucăți; produse și preparate organice tensioactive pentru spălarea pielii (1,14);
- complete sportive pentru copii pentru joacă în aer liber (0,82) etc.

În opinia autorului, industria agroalimentară are potențial, iar principalele direcții de îmbunătățire a competitivității bunurilor, în condițiile actuale, sunt: modernizarea industriei prelucrătoare; introducerea inovațiilor; liberalizarea relațiile comerciale; susținerea producătorilor agricoli; îmbunătățirea calității produselor, care să corespundă standardelor atât ale Uniunii Europene, cât și ale Uniunii Eurasiatice. În această ordine de idei, Republica Moldova nu trebuie să renunțe nici la piața europeană, nici la cea euroasiatică.

Managementul competitivității prevede efectuarea acțiunilor, care au impact direct asupra competitivității, cum ar fi: stabilirea obiectivelor principale, colectarea și prelucrarea datelor cu privire la competitivitate, evaluarea impactului factorilor competitivității, al modificării acestora asupra indicelui competitivității bunului, alegerea metodelor de gestiune a competitivității și a metodelor de sporire, elaborarea și implementarea strategiilor sporirii competitivității bunurilor, evaluarea rezultatului implementării strategiilor, monitorizarea și controlul etc. (Figura 3.4).



**Fig. 3.4. Etapele de gestionare a competitivității bunurilor**

*Sursa: elaborată de autor [41, p. 35].*

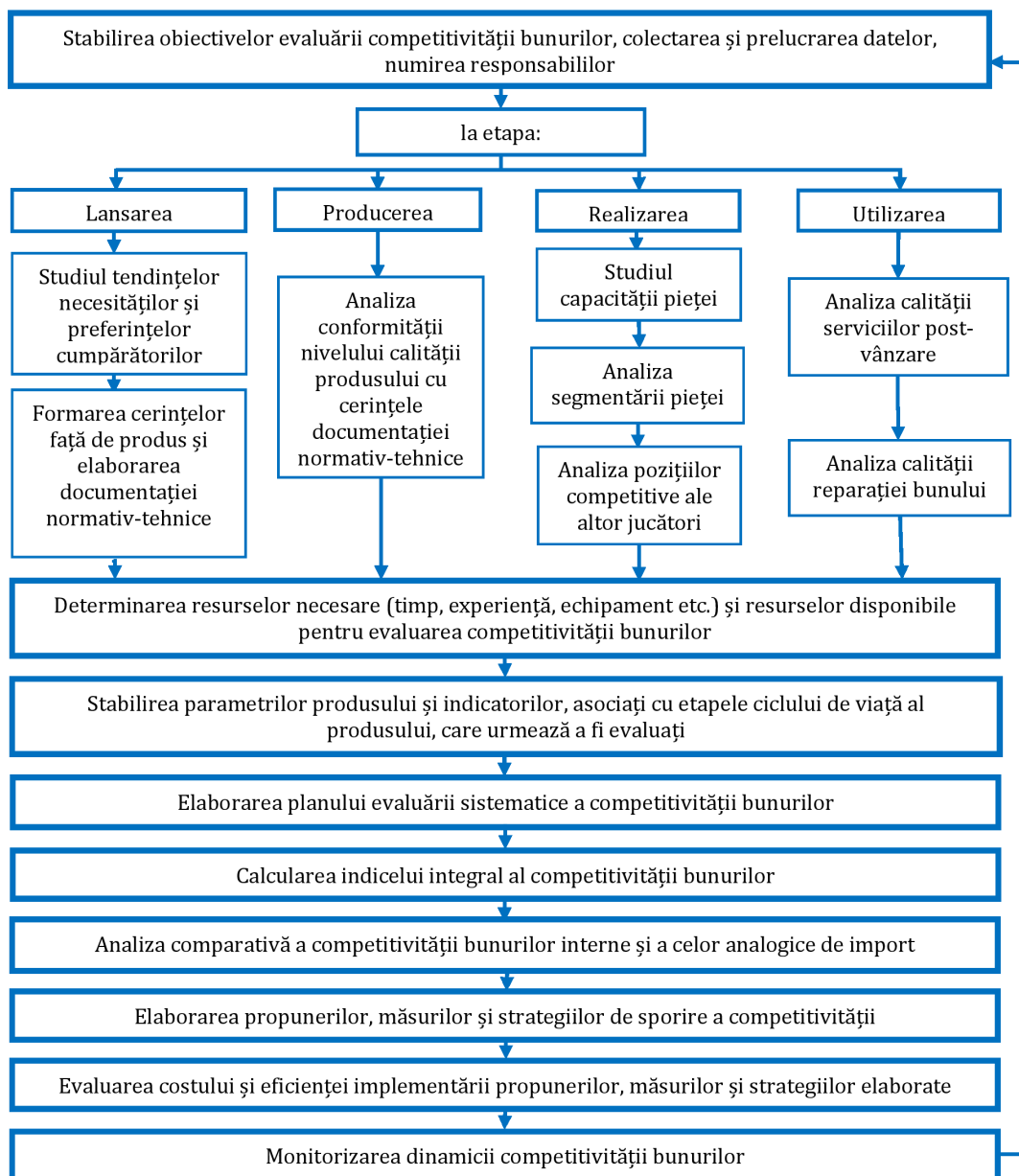
Managementul evaluării competitivității bunurilor, ca sistem de gestiune, reprezintă un lanț de acțiuni, realizarea cărora asigură, pas cu pas, sporirea competitivității bunurilor fabricate. În linii generale, toate etapele managementului evaluării competitivității bunurilor pot fi divizate în două grupuri: legate de analiza și evaluarea competitivității; și de elaborarea măsurilor de sporire a competitivității produsului, monitorizarea (Figura 3.5).

Statul joacă un rol important în asigurarea competitivității, principalele domenii de implicare a statului în contextul dat sunt:

- promovarea unei politici fiscale, creditare favorabile și a unui sistem de reglementare vamală care ar asigura sporirea competitivității

bunurilor autohtone;

- dezvoltarea unui mediu competitiv și promovarea politicilor antitrust;
- crearea unui climat investițional atractiv;
- elaborarea și implementarea strategiilor de sporire a competitivității bunurilor autohtone și de promovare a exportului.



**Fig. 3.5. Etapele de gestionare a evaluării competitivității bunurilor**

*Sursa: elaborată de autor [160, p. 53].*

Instrumentele moderne pentru asigurarea competitivității bunurilor autohtone sunt următoarele:

- stabilirea unui preț competitiv, adică oferirea bunurilor la un preț mai mic decât cel al bunului analogic de import;
- reglarea calității bunurilor în contextul oferirii bunurilor care corespund standardelor naționale și internaționale;
- minimizarea costului de producție al bunului prin optimizare și eliminarea tuturor tipurilor de pierderi;
- brevetabilitate – oferirea unui bun nou, care este rezultatul unei invenții brevetate; elaborarea și lansarea unui produs nou pentru a satisface necesitățile crescânde ale cumpărătorilor;
- crearea și promovarea mărcii comerciale.

Managementul calității este o parte componentă a managementului competitivității, de aceea aplicarea principiilor managementului dat duce la satisfacerea cerințelor cumpărătorilor și asigură sporirea competitivității bunurilor. Unul din principiile de bază ale managementului calității este *orientarea către client*.

Calitatea înaltă a bunurilor asigură înregistrarea nivelului înalt al competitivității bunului oferit. La lansarea unui bun competitiv, primul pas este studierea preferințelor și necesităților cumpărătorilor pe piața țintă și identificarea criteriilor de bază după care consumatorul își creează opinia: este bunul calitativ sau nu. Deoarece conjunctura pieței, preferințele cumpărătorilor, avantajele comparative și competitive nu sunt statice, ci dinamice, este necesar, în mod regulat, de monitorizat evoluția cererii pe piața-țintă, competitivitatea bunurilor și respectarea criteriilor de calitate.

Astfel, dacă competitivitatea bunului oferit nu corespunde nivelului țintă al competitivității, este necesar de elaborat și implementat strategii de sporire a competitivității. În dependență de faza ciclului de viață al produsului, există mai multe modalități de sporire, iar potențialul majorării depinde direct de vârsta produsului.

La etapa de lansare este necesar „de efectuat studierea tendințelor de modificare a nevoilor și preferințelor cumpărătorilor, de elaborat cerințele pentru bunul oferit” [106, p. 39]. Aplicarea strategiilor de sporire a competitivității la etapa de creștere duce la majorarea optimală a duratei acestei etape. La etapa maturității se recomandă „studierea capacității pieței-țintă, analiza segmentelor pieței, analiza competitivității bunurilor analogice” [106, p. 39]. În decursul etapei saturației și declinului, producătorul trebuie să elaboreze și să lanseze alt produs, reieșind din cerințele pieței și modificările preferințelor cumpărătorilor.

Obiectivul principal al managementului mărcii în cadrul managementului competitivității bunului constă în informarea consumatorului cu privire la prezența pe piață, avantajele mărcii bunului oferit și formarea imaginii de marcă în contextul sporirii loialității cumpărătorilor față de marca dată. În rezultatul implementării managementul mărcii, când consumatorul ia decizia de procurare cu privire la marca bunului, va alege, în special, marca promovată și va deveni fidel mărcii date.

Este recomandabil, ca reglarea competitivității bunului să includă: evaluarea și analiza, monitorizarea și controlul, elaborarea și implementarea strategiilor de majorare a competitivității bunurilor, aplicarea instrumentelor de sporire. Unul din factorii care influențează asupra eficienței managementului competitivității bunurilor este actualizarea strategiei aplicate. Analiza comparativă, monitorizarea și controlul trebuie să fie efectuate regulat. De fiecare dată când apar pe piață noi bunuri analogice, este indispensabilă efectuarea analizei comparative a competitivității bunului promovat cu competitivitatea celor noi, monitorizarea modificărilor de pe piața-țintă, a preferințelor consumatorilor, studierea tehnologiilor noi avansate, care se aplică la fabricarea produsului analogic. Atingerea obiectivelor reglării competitivității bunului și implementarea strategiilor de sporire a competitivității, la fel, necesită a fi ajustate și monitorizate.

Creșterea economică a țărilor dezvoltate este bazată pe factorii intensivi, dar nu pe cei extensivi, pe aplicarea tehnologiilor performante și îmbunătățirea calității resurselor umane. Atingerea unui nivel constant înalt al competitivității, de asemenea, se bazează pe factorii intensivi. În rezultatul cercetărilor putem concluziona că este necesară dezvoltarea ramurilor industriale, care oferă bunuri cu grad înalt de prelucrare și al valorii adăugate, bunuri high-tech de înaltă tehnologie și bunuri inovative.

### **3.2. Elaborarea și aplicarea indicatorilor de cuantificare a competitivității bunurilor**

Majoritatea lucrărilor științifice cercetate, atât a economiștilor autohtoni, cât și străini, sunt dedicate evaluării avantajelor competitive ale entităților, dar nu evaluării avantajelor comparative ale bunurilor. Numărul de studii privind competitivitatea produselor autohtone pe piața internă este deosebit de mic, se accentuează competitivitatea de pe piața externă. Această tendință a creat următoarea situație: în pofida faptului că Republica Moldova este o țară agrară, în cazul unor bunuri, parțial, și-a pierdut propria piață și, treptat, crește cota roșiilor, castraveților și a altor produse agricole și alimentare importate, țările

de origine ale acestor produse fiind: Turcia, Ucraina, România, Polonia, Belarus, dar nu Moldova.

În contextul atingerii obiectivului *elaborarea indicelui compozit al avantajului comparativ al bunurilor autohtone pe piața externă și internă*, autorul a dezvoltat teoria lui Linder (capitolul 1) și a combinat-o cu teoria parității puterii de cumpărare.

Instrumentele politicii comerciale includ nu numai instrumente de natură promoțională, dar și tarifyare & netarifyare, aplicate pentru protecția producătorului autohton, care realizează producția proprie pe piața internă. Prin urmare, promovând politica comercială, organele de resort trebuie să cunoască competitivitatea bunurilor atât pe piața externă, cât și pe cea internă.

În scopul atenuării impactului schimbărilor structurale pe piața globală, autorul a elaborat un set de indicatori noi, descriși mai jos, care permit estimarea competitivității bunurilor nu doar pe piața externă, dar și internă. Baza instrumentarului a fost pusă în lucrările precedente [26] [37] [106].

Pentru evaluarea competitivității bunurilor autohtone concomitent pe ambele piețe, externă și internă, autorul propune utilizarea următorilor indicatori elaborați [26, p. 223]:

- indicele avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața internă și externă ( $IACIE_i$ );
- indicele avantajului comparativ simetric bunului autohton  $i$  pe piața internă și externă ( $IACSIE_i$ ).

$$IACIE_i = \frac{\frac{Qa_i}{Q_i + M_i} + \frac{X_i}{Q_i}}{\frac{\sum_{i=1}^n Qa_i}{\sum_{i=1}^n Q_i + \sum_{i=1}^n M_i} + \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n Q_i}} \quad (3.16)$$

$$IACSIE_i = \left( \frac{\frac{Qa_i}{Q_i + M_i} + \frac{X_i}{Q_i}}{\frac{\sum_{i=1}^n Qa_i}{\sum_{i=1}^n Q_i + \sum_{i=1}^n M_i} + \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n Q_i}} - 1 \right) \div \left( \frac{\frac{Qa_i}{Q_i + M_i} + \frac{X_i}{Q_i}}{\frac{\sum_{i=1}^n Qa_i}{\sum_{i=1}^n Q_i + \sum_{i=1}^n M_i} + \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n Q_i}} + 1 \right) \quad (3.17)$$

unde:  $Qa_i$  – volumul vânzărilor bunului autohton  $i$  pe piața internă;

$Q_i$  – volumul de producție a bunului  $i$ ;

$X_i$  – volumul exportului bunului  $i$ ;

$M_i$  – volumul importului (cu excepția reimportului) bunului  $i$ .

Altă propunere a autorului este utilizarea următorului indice compozit al avantajului comparativ al bunurilor autohtone [45]:

$$Icc_i = b_1 \times Ie_i + b_2 \times Ia_i \quad (3.18)$$

$$b_1 + b_2 = 1 \quad (3.19)$$

unde:  $Icc_i$  – indicele compozit al avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața externă și internă, %;

$Ie_i$  – indicele avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața externă, %;

$Ia_i$  – indicele avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața autohtonă, %;

$b_1, b_2$  – coeficienții de semnificație a indicilor avantajului comparativ în indicele compozit.

În cazul indicelui compozit al avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața internă și externă, valoarea pozitivă indică un avantaj comparativ pentru bunul  $i$ , iar valoarea negativă – un dezavantaj comparativ. Indicele menționat se recomandă de utilizat în cazul determinării sectoarelor prioritare, dezvoltarea cărora ar asigura atât majorarea exportului, cât și creșterea economiei naționale.

În calitate de indici ai avantajului comparativ pe piața externă pot fi utilizați indicii enumerați în capitolul 1 sau unul din indicii elaborați de autor și descriși în continuare.

Așadar, în scopul calculării competitivității bunurilor autohtone pe piața externă pot fi utilizați următorii indicatori elaborați de autor [37, p. 137]:

- indicele avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața externă ( $IACE_i$ );
- indicele avantajului comparativ simetric bunului autohton  $i$  pe piața externă ( $IACSE_i$ ).

$$IACE_i = \frac{(X_i)/(Q_i + M_i)}{\sum_{i=1}^n (X_i) / \sum_{i=1}^n (Q_i + M_i)} \quad (3.20)$$

$$IACSE_i = \left[ \frac{(X_i)/(Q_i + M_i)}{\sum_{i=1}^n (X_i) / \sum_{i=1}^n (Q_i + M_i)} - 1 \right] \div \left[ \frac{(X_i)/(Q_i + M_i)}{\sum_{i=1}^n (X_i) / \sum_{i=1}^n (Q_i + M_i)} + 1 \right] \quad (3.21)$$

unde:  $X_i$  – volumul exportului (cu excepția reexportului) bunului  $i$ ;



$M_i$  – volumul importului (cu excepția reimportului) bunului  $i$ .

În opinia autorului, în cazul secțiunilor, grupurilor de bunuri, indicele avantajul comparativ poate fi calculat utilizând următoarele formule [37, p. 137]:

$$IACE_j = \frac{(X_j)/(X_j + M_j)}{\sum_{j=1}^n (X_j) / \sum_{j=1}^n (X_j + M_j)} \quad (3.22)$$

$$IACSE_j = \left[ \frac{(X_j)/(X_j + M_j)}{\sum_{j=1}^n (X_j) / \sum_{j=1}^n (X_j + M_j)} - 1 \right] \div \left[ \frac{(X_j)/(X_j + M_j)}{\sum_{j=1}^n (X_j) / \sum_{j=1}^n (X_j + M_j)} + 1 \right] \quad (3.23)$$

unde:  $IACE_j$  – indicele avantajului comparativ secțiunii  $j$  pe piața externă;

$IACSE_j$  – indicele avantajului comparativ simetric secțiunii  $j$  pe piața externă;

$X_j$  – volumul exportului (cu excepția reexportului) secțiunii  $j$ ;

$M_j$  – volumul importului (cu excepția reimportului) secțiunii  $j$ .

Luând în calcul experiența savanților din domeniu, o altă propunere a autorului constă în elaborarea unui indicator alternativ, care ține cont de specificul Republicii Moldova, și anume, tendința de menținere a unei cote însemnate a reexportului [97]. Formula de calcul al indicelui menționat este redată mai jos:

$$RSCAF_i^A = \frac{\frac{XMCR_i^A}{XMCR_i^A} - 1}{\frac{XMCR_i^A}{XMCR_i^A} + 1} \times 100\%, \quad (3.24)$$

unde:  $RSCAF_i^A$  – indicele simetric al avantajului comparativ relevat pe piața externă a bunului (grupului de bunuri, sectorului)  $i$  țării de origine  $A$  (index of Revealed Symmetric Comparative Advantage on Foreign market), %;

$XMCR_i^A$  – rata de acoperire a importurilor (fără reimport) prin exporturi (cu excepția reexportului) bunului (grupului de bunuri, sectorului)  $i$  țării de origine  $A$  (Export/Import Coverage Ratio);

$XMCR^A$  – rata de acoperire a importurilor (fără reimport) prin exporturi (cu excepția reexportului) integral pentru țara  $A$  [36, p. 198].

*Avantajul indicatorului propus de autor constă în depășirea majorității deficiențelor și deține următoarele caracteristici:*

- este simplu și ușor de aplicat, deoarece datele privind comerțul exterior sunt disponibile;
- ia în calcul atât exportul fără reexport, cât și importul fără reimport;
- este un indice simetric, valoarea căruia variază în jurul valorii medii;
- media valorilor indicelui dat este stabilă în timp și în spațiu, în plus, indicele este perfect comparabil;
- nu este influențabil de clasificatorul utilizat al bunurilor;
- ia în calcul particularitățile comerțului exterior al Republicii Moldova.

Anume acest indice va fi aplicat de autor pentru calcularea primei componente a indicelui compozit (ecuația 3.18). Rezultatele calculelor pentru unele bunuri ale complexului agroindustrial sunt prezentate în Tabelul 3.5. Autorul s-a axat pe bunurile complexului dat, deoarece Republica Moldova este o țară agrară.

**Tabelul 3.5. Indicele simetric al avantajului comparativ relevat pe piața externă al unor bunuri autohtone ale Complexului Agroindustrial, %**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Grâu, meslin, orz, ovăz, porumb, sorg boabe, alte cereale	92,33	93,86	93,91	94,15	93,59	88,11	93,52
Făină de grâu sau de meslin	-39,68	-81,72	-79,28	-52,95	-49,25	-53,57	-48,33
Legume în stare proaspătă sau refrigerate (exclusiv cartofi)	-62,99	-78,67	-55,94	-86,15	-87,70	-89,25	-57,51
Cartofi	-44,03	-99,18	-94,70	-99,99	-98,61	-99,99	-98,78
Struguri, proaspeți sau uscați	90,48	94,02	97,22	96,35	96,06	90,23	95,16
Sucuri de fructe (inclusiv mustul de struguri) și sucuri de legume	94,67	93,10	95,09	92,05	95,63	90,01	93,34
Lapte și smântână din lapte, fără sau cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori	-77,70	-43,68	-34,28	-36,84	-100,00	-100,00	-99,98
Unt și alte grăsimi care provin din lapte	62,08	72,39	-1,01	-85,55	-100,00	-100,00	-92,50
Cașcaval, brânză și brânzeturi	8,43	-7,96	-4,07	-4,84	-15,90	-36,41	-15,45
Margarină	-96,69	-99,81	-98,75	-99,36	-100,00	-100,00	-98,99
Semințe de floarea-soarelui	92,64	92,54	92,75	91,30	92,54	87,11	92,12
Ulei de semințe de floarea-soarelui și fracțiunile acestora	98,39	96,25	93,13	96,68	96,73	85,84	96,54
Cârnați, cârnăciori, salamuri și produse similare, din carne, din organe sau din sânge	-99,62	-99,45	-99,08	-99,24	-100,00	-100,00	-100,00

*Sursa: elaborată de autor.*

Indicatorii competitivității, citați în literatura de specialitate, evaluează avantajele comparative ale bunurilor, în special pe piața externă: Balassa [73]; Grupp [95]; Dalum, Laursen, Villumsen [83]; Siggel [138]; Berkowitz, Moenius, Pistor [77]; Hidalgo, Klingler, Barabasi [113]; Chor [80]; Yu, Cai, Leung [149]; Hausmann, Hidalgo [112]; Costinot, Donaldson, Komunjer [82]; Barattieri [75]. În schimb, cum am menționat, este neglijată evaluarea indicatorului în cauză pe piața internă. Autorul a elaborat câțiva indicatori preconizați pentru estimarea competitivității bunurilor pe piața autohtonă.

Pentru evaluarea competitivității bunurilor autohtone pe piața internă (a doua componentă a indicelui compozit) au fost elaborați următorii indicatori [37, p. 136]:

- indicele avantajului comparativ bunului autohton  $i$  pe piața internă ( $IACI_i$ );
- indicele avantajului comparativ simetric bunului autohton  $i$  pe piața internă ( $IACSI_i$ ).

$$IACI_i = \frac{(Q_i - VS_i - X_i - P_i)/(CI_i + CF_i)}{\sum_{i=1}^n (Q_i - VS_i - X_i - P_i) / \sum_{i=1}^n (CI_i + CF_i)} \quad (3.25)$$

$$IACSI_i = \left[ \frac{(Q_i - VS_i - X_i - P_i)/(CI_i + CF_i)}{\sum_{i=1}^n (Q_i - VS_i - X_i - P_i) / \sum_{i=1}^n (CI_i + CF_i)} - 1 \right] \div \left[ \frac{(Q_i - VS_i - X_i - P_i)/(CI_i + CF_i)}{\sum_{i=1}^n (Q_i - VS_i - X_i - P_i) / \sum_{i=1}^n (CI_i + CF_i)} + 1 \right] \quad (3.26)$$

unde:  $VS_i$  – variația stocurilor bunului autohton  $i$ ;

$P_i$  – pierderile bunului  $i$ ;

$CI_i$  – consumul intermediar al bunului  $i$ ;

$CF_i$  – consumul final al bunului  $i$ .

Indicele  $IACI$  compară ponderea consumului pe piața internă al bunului autohton  $i$  în consumul total pentru bunul dat.

În scopul estimării competitivității bunurilor autohtone pe piața internă, în special în cazul bunurilor, la fabricarea cărora se utilizează materialele clienților (bunurile produse în lohn), autorul a elaborat următorii indicatori [99, p. 67]:

$IACNI_i$  – indicele avantajului comparativ net bunului autohton  $i$  pe piața internă;

$IACNSI_i$  – indicele avantajului comparativ net simetric bunului autohton  $i$  pe piața internă.

$$IACNI_i = \frac{(Q_i - Q_i^{mc} - X_i - VS_i - P_i)/(Q_i + M_i)}{\sum_{i=1}^n (Q_i - Q_i^{mc} - X_i - VS_i - P_i) / \sum_{i=1}^n (Q_i + M_i)} \quad (3.27)$$

$$IACNSI_i = \frac{IACNI_i - 1}{IACNI_i + 1} \quad (3.28)$$

unde:  $Q_i^{mc}$  - volumul bunului  $i$  fabricat din materialele clienților.

La elaborarea indicilor menționați, autorul a pornit de la faptul că bunurile fabricate din materialele clienților nu rămân pe piața internă, iar în valoarea PIB-ului se includ numai serviciile ce țin de fabricarea lor (remunerarea muncii). Prin urmare, în pofida faptului că această cantitate de bunuri se produce în țară, ele nu acoperă cererea internă. Ca rezultat, vor fi importate bunurile omogene fabricate în străinătate.

Economiștii B.Erkan și K.Sarıçoban consideră că: „avantajul comparativ este un concept teoretic ex-ante, care implică comparații între țări și bunuri. Evaluarea avantajului comparativ permite să anticipăm fluxurile comerciale și să estimăm dacă volumul resurselor alocate este optim sau nu” [90, p.118]. Aplicarea indicatorilor de estimare a avantajului comparativ, enumerați în capitolul 1, nu acordă în cazul tuturor bunurilor rezultate veritabile, deoarece în economia națională persistă elementele economiei tenebre. Pentru majorarea corectitudinii calculelor este necesar de elaborat indici noi.

Utilizarea indicatorilor menționați la evaluarea competitivității produselor autohtone a demonstrat că afirmația precitată este adevărată, deoarece rezultatele obținute la unele mărfuri sunt eronate. Această situație se explică prin prezența, în economia Republicii Moldova, a unor elemente ale economiei tenebre, precum: importul ilegal, exportul ilegal și producția ascunsă (subterană). În plus, pot fi întâlnite și alte cauze, cum ar fi factorul uman, când se omit greșeli la codificarea mărfii livrate.

Indicatorii propuși utilizează datele statistice în termeni valorici, însă, după cum cunoaștem, la unul și același bun economic, diferă prețul de export și prețul de import. În plus, prețurile se modifică în timp. De aceea, autorul și-a propus să perfecționeze indicatorii elaborați. Conform noului algoritm, la prima etapă se utilizează datele în expresie naturală, care pe lângă faptul că majorează veridicitatea rezultatelor calculelor, permit depistarea exportului ilegal, importului ilegal și a producției subterane.

În procesul elaborării algoritmului, autorul a adaptat modelul input-output al lui Leontief [171] în corespundere cu metodologia elaborării contului de bunuri și servicii, al Sistemului de Conturi Naționale [144], astfel încât cu ajutorul modelului dat va fi posibilă evaluarea elementelor economiei tenebre

în diviziunea bunurilor. În plus, modelul va oferi informația necesară pentru calcularea competitivității bunurilor autohtone pe piața internă.

Autorul a adaptat și contul de bunuri și servicii pentru ca să devină posibilă utilizarea lui la nivel microeconomic. Au fost luate în calcul următoarele două caracteristici ale contului:

- producția la prețurile cumpărătorului include producția la prețurile de bază și valoarea impozitelor minus subvențiile pe produse;
- volumul de mărfuri finite vândute pe piața internă include bunurile cumpărate pentru consum final și bunurile achiziționate de unitățile rezidente pentru utilizarea ulterioară în procesul de producție.

Contul ajustat reprezintă echilibrul între utilizări și resurse de bunuri (Tabelul 3.6).

**Tabelul 3.6. Contul de bunuri și servicii**

Utilizări	Resurse
Consumul intermediar. Volumul produselor finite comercializate pe piața internă: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ bunurile achiziționate de către gospodăriile populației pentru consumul final;</li> <li>✓ bunuri achiziționate de unitățile rezidente pentru utilizarea ulterioară în procesul de producție.</li> </ul> Variația stocurilor (diferența între stocul de la sfârșitul perioadei și stocul de la începutul perioadei analizate). Exportul.	Volumul de producție la prețul de achiziție. Importul.

*Sursa: adaptat de autor [144].*

La elaborarea modelului adaptat, prezentat în Tabelul 3.7, au fost combinate și utilizate metodologiile de elaborare a modelului lui Leontief și a contului de bunuri și servicii.

„Contul de bunuri și servicii descrie echilibrul dintre utilizările și resursele bunurilor și serviciilor cu detalierea componentelor cererii și ofertei” [20, p. 8] (ecuația 3.29), modelul adaptat al balanței interramurale, la fel, arată echilibrul dintre resurse și utilizări (ecuația 3.32). Contul de bunuri și servicii se elaborează integral pe economie, iar balanțele interramurale naturale se elaborează în diviziunea bunurilor.

**Tabelul 3.7. Modelul input-output adaptat**

Bunuri	Utilizări							Resurse					
	Consumul intermediar	Produse finite comercializate pe piața internă			Stoc de bunuri la sfârșitul anului	Export	Alte ieșiri (pierderi de bunuri) (Loss of goods)	Total utilizări	Volumul producției fabricate	inclusiv		Stoc de bunuri la începutul anului	Total resurse
		Bunuri achiziționate pentru consumul final	Bunuri achiziționate pentru utilizare ulterioară în procesul de producție (Goods purchased for Later Use in the Process)							Bunuri fabricate cu materialele clientului (Lohn production)	Import		
A	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<i>i</i>	$IC_i$	$FC_i$	$LUPP_i$	$S_i^s$	$X_i$	$L_i$	$TU_i$	$Q_i$	$Q_i^L$	$M_i$	$S_i^f$	$TR_i$	

**Sursa:** adaptat de autor [106, p. 42].

Echilibrul dintre resurse și utilizări poate fi descris cu ajutorul următoarei formule:

$$IC + FC + GFCF + \Delta S + X = Q + M, \quad (3.29)$$

$$\Delta S = S^s - S^i, \quad (3.30)$$

unde:  $GFCF$  – formarea brută de capital fix (Gross Fixed Capital Formation);  
 $\Delta S$  – variația stocurilor.

Combinând ecuațiile 3.29 și 3.30 obținem următoarea egalitate:

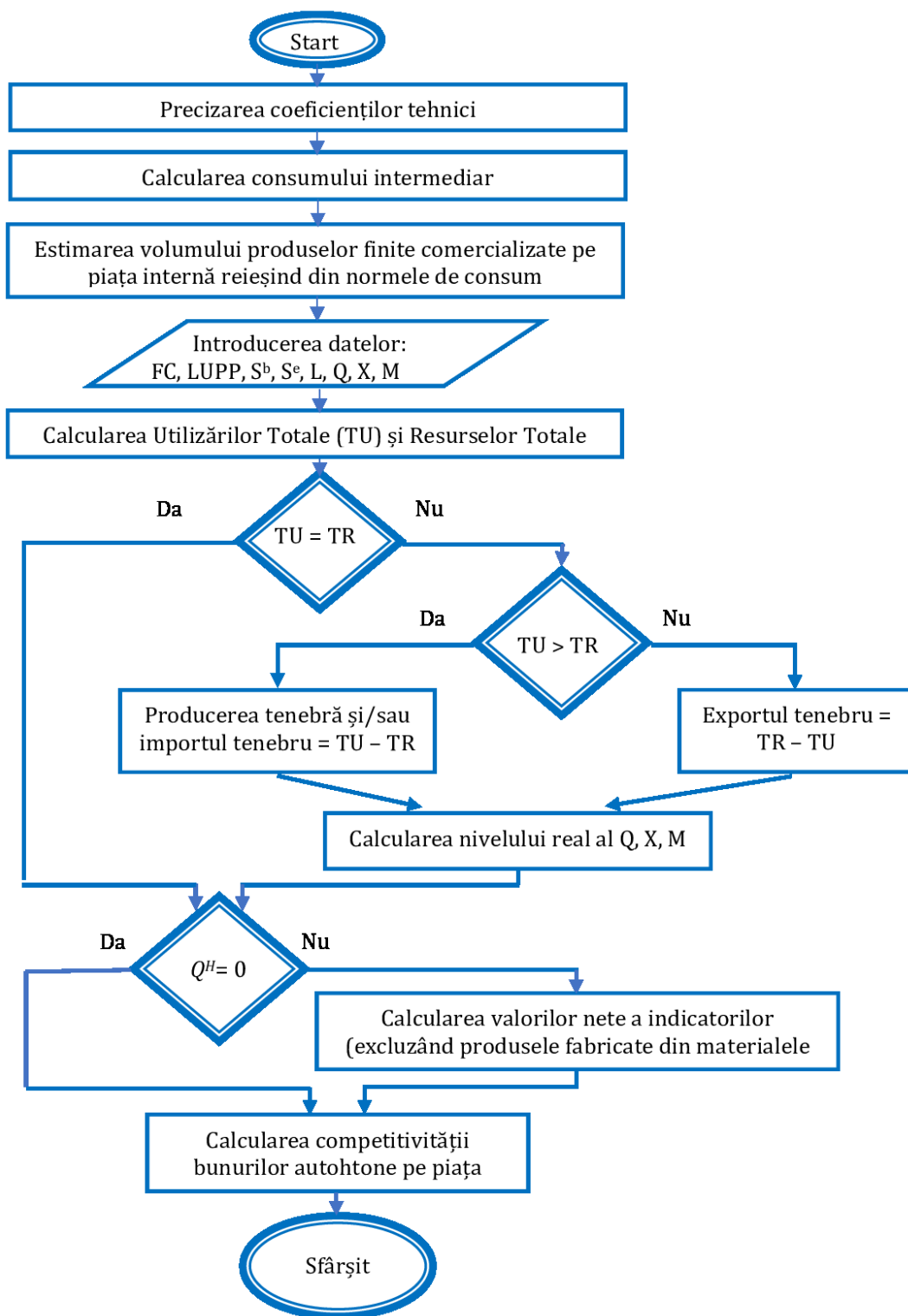
$$IC + FC + GFCF + S^s + X = Q + M + S^i. \quad (3.31)$$

Ecuția obținută este asemănătoare egalității dintre utilizările și resursele modelului adaptat al balanței interramurale:

$$IC_i + FC_i + LUPP_i + S_i^s + X_i + L_i = Q_i + M_i + S_i^i. \quad (3.32)$$

Partea dreaptă a egalității constituie utilizările, iar partea stângă – resursele. „Dacă utilizările totale sunt mai mari decât resursele totale, are loc producția subterană sau importul ilegal. În cazul în care resursele totale sunt mai mari decât utilizările, are loc exportul ilegal” [106, p. 41] (Figura 3.6).

Pentru calcularea volumului consumului intermediar ( $IC$ ) în diviziunea bunurilor se elaborează algoritmul de calcul, utilizând coeficienții tehnici, care sunt periodic revizuiți. Anume apariția tehnologiilor noi avansate este cauza principală a revizuirii coeficienților. Altă cauză este impusă de concurența acută în condițiile economiei de piață și necesitatea de a minimiza costurile prin substituirea materiei prime calitative, dar costisitoare, cu materie primă relativ ieftină, în schimb, de o calitate proastă, în detrimentul consumatorului final.



**Fig. 3.6. Algoritmul evaluării competitivității bunurilor autohtone pe piața internă**

*Sursa: elaborată de autor.*

Volumul produselor finite, comercializate pe piața internă, este evaluat în baza normelor de consum și constituie volumul vânzărilor atât pe piața organizată, cât și pe piața neorganizată. Stocul, la începutul și la sfârșitul anului, este evaluat ca suma stocurilor atât din rețelele de comerț din raportul statistic „Comerțul cu amănuntul, vânzarea și repararea autovehiculelor, repararea obiectelor de uz casnic și personale, structurat pe tipuri de mărfuri”, cât și din depozitele entităților din forma „Producția în expresie naturală în industria Republicii Moldova” [48, p. 125].

Declarațiile vamale de export și import ale agenților economici constituie sursa de informație privind volumul exportului și importului legal de bunuri, iar datele privind volumul elementelor comerțului exterior tenebru sunt estimate în baza modelului, adaptat de autor, al balanței interramurale naturale (Tabelul 3.2).

Modelul adaptat conține toate datele necesare pentru calcularea competitivității bunurilor autohtone pe piața internă în raport cu bunurile analogice importate (ecuațiile 3.34 și 3.35). Formulele de calcul sunt [106, p. 42]:

$$Q_i^{D^{SE}} = (Q_i + Q_i^H) - Q_i^L - (X_i + X_i^I) - CS_i - L_i \quad (3.33)$$

$$ICAD_i^{SE} = \frac{Q_i^{D^{SE}} \div [(Q_i + Q_i^H) - Q_i^L - (X_i + X_i^I) - CS_i + (M_i + M_i^I)]}{\sum_{i=1}^n Q_i^{D^{SE}} \div \sum_{i=1}^n [(Q_i + Q_i^H) - Q_i^L - (X_i + X_i^I) - CS_i + (M_i + M_i^I)]} \quad (3.34)$$

$$SICAD_i^{SE} = \frac{ICAD_i^{SE} - 1}{ICAD_i^{SE} + 1} \times 100\% \quad (3.35)$$

unde:  $Q_i^{D^{SE}}$  – volumul cererii bunului autohton finit  $i$  pe piața internă, ținând cont de elementele economiei tenebre;

$ICAD_i^{SE}$  – indicele avantajelor comparative bunului  $i$  pe piața internă în raport cu bunurile analogice importate, ținând cont de elementele economiei tenebre;

$SICAD_i^{SE}$  – indicele simetric al avantajului comparativ bunului  $i$  pe piața internă în raport cu bunurile analogice importate, ținând cont de elementele economiei tenebre;

$Q_i^H$  – volumul producției tenebre (Hidden production) a bunului  $i$ ;

$X_i^I$  – volumul exportului ilegal al bunului  $i$ ;

$CS_i$  – variația stocului bunului  $i$ ;

$M_i^I$  – volumul importului ilegal a bunului  $i$ .



Autorul, în procesul de elaborare a algoritmului evaluării competitivității bunurilor autohtone pe piața internă, s-a bazat pe specificul economiei naționale și disponibilitatea datelor statistice. Algoritmul dat ia în calcul nu numai elementele economiei neobservate, dar și faptul că în cazul unor grupuri de bunuri din industria prelucrătoare, cota bunurilor fabricate din materialele clienților este însemnată. Informații detaliate privind elaborarea indicelui simetric al avantajului comparativ bunului autohton pe piața internă, ținând cont de elementele economiei tenebre, pot fi găsite în studiile anterioare: „Quantifying the comparative advantage of domestic goods on the internal market” (The Journal Contemporary Economy, 2018, 3/1); „Разработка алгоритма расчёта конкурентоспособности товаров на внутреннем рынке и его место в классификаторе методов оценки конкурентоспособности” (Информация и инновации, 2019, 14/1).

Acest algoritm deține mai multe avantaje: asigură fiabilitatea calculului, permițând, totodată, pe lângă evaluarea competitivității, calcularea volumului vânzărilor pe piața neorganizată, estimarea nivelului economiei subterane și pierderilor bugetului de stat. Deficiențele metodologiei propuse constau în faptul că algoritmul elaborat este complicat, iar aplicarea acestuia necesită cunoștințe aprofundate nu numai în domeniul economic, ci și în domeniul modelării matematice.

Autorul a utilizat algoritmul dat (ecuația 3.35) la evaluarea competitivității a peste 200 de bunuri, pentru anii 2013-2021. În Tabelul 3.8 sunt prezentate rezultatele calculului pentru unele bunuri ale complexului agroindustrial (anii 2015-2021).

Analiza dinamicii competitivității bunurilor în cauză a arătat că mezelurile sunt competitive pe piața internă, însă au înregistrat dezavantaje comparative pe piața externă (Tabelul 3.5). În anul 2018, indicele simetric al avantajelor comparative ale salamurilor și produselor similare pe piața internă s-a majorat cu 2,27 puncte procentuale. Această creștere a fost cauzată de majorarea preferințelor consumatorilor de a procura salamuri, cârnați, cârnăciori, produse similare autohtone și, respectiv, micșorarea cererii la mezelurile importate. Importul acestor bunuri, în anul 2018, s-a redus cu 24,2%, comparativ cu anul 2017. Anume creșterea prețului de import cu 16,1% a influențat asupra diminuării volumului cererii pentru salamurile importate.

În perspectivă, bunul dat nu are șanse să-și extindă piețele de desfacere peste hotarele țării. În primul rând, din cauza că sectorul zootehnic autohton se află în declin, în al doilea rând, din cauza situațiilor epizootice din statele limitrofe. Prin urmare, trebuie să-și mențină poziția pe piața internă.

**Tabelul 3.8. Indicele simetric al avantajului comparativ pe piața internă al unor bunuri autohtone ale Complexului Agroindustrial, %**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Grâu, meslin, orz, ovăz, porumb, sorg boabe, alte cereale	36,74	36,58	35,15	37,33	38,01	36,65	37,52
Făină de grâu sau de meslin	26,60	16,34	21,62	23,56	24,00	23,51	23,67
Legume în stare proaspătă sau refrigerate (exclusiv cartofi)	30,64	30,54	30,70	29,81	29,73	29,78	29,84
Cartofi	28,04	28,95	24,51	22,78	21,44	24,42	22,53
Struguri, proaspeți sau uscați	37,43	36,73	35,15	37,42	36,67	37,40	36,51
Sucuri de fructe (inclusiv mustul de struguri) și sucuri de legume	31,81	29,55	30,67	26,46	27,35	26,34	27,18
Lapte și smântână din lapte, fără sau cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori	30,81	25,08	20,71	25,62	26,31	27,19	26,75
Unt și alte grăsimi care provin din lapte	34,11	29,56	17,62	18,37	18,28	17,57	18,22
Cașcaval, brânză și brânzeturi	27,99	26,81	-46,82	-36,45	-37,46	-38,94	-37,86
Margarină	-100,0	-86,85	-81,69	-75,91	-75,00	-75,81	-76,05
Semințe de floarea-soarelui	36,11	35,42	34,32	36,13	36,25	36,09	36,21
Ulei de semințe de floarea-soarelui și fracțiunile acestora	30,68	30,80	23,97	26,81	27,00	26,98	27,05
Cârnați, cârnăciori, salamuri și produse similare, din carne, din organe sau din sânge	37,20	37,11	35,52	37,79	35,97	35,64	35,88
Ouă de păsări, în coajă, proaspete, conservate sau fierte	36,03	36,23	33,76	36,30	36,39	36,35	36,41
Zahăr din sfeclă și zaharoza chimic pură, în stare solidă	36,09	13,99	17,77	30,53	33,10	30,78	33,17

*Sursa: elaborată de autor.*

Uleiul de semințe de floarea-soarelui, în anul 2019, a înregistrat pe piața internă un avantaj comparativ de 27,00%, pe piața externă competitivitatea bunului dat este în creștere (în 2018-2019). Majorarea volumului cererii cu 23,61% pe piața Uniunii Europene la uleiul vegetal, fabricat în Moldova, este cauzată de prețul relativ redus la bunul livrat, care a diminuat cu 8,35% în raport cu anul precedent. Principalele piețe europene de desfacere sunt: Spania și Italia. În următorii doi ani 2020-2021, avantajul comparativ al uleiului de semințe de floarea-soarelui pe piața externă a scăzut, deoarece s-a majorat prețul de livrare cu 15,15% și 77,19% corespunzător.

Rezultatele calculelor indicelui compozit al avantajului comparativ (ecuația 3.18) sunt prezentate în Tabelul 3.9. Nivelul indicelui a crescut în anul 2020 în cazul cerealelor, sucurilor de fructe, semințelor de floarea-soarelui, uleiului de semințe de floarea-soarelui etc.

**Tabelul 3.9. Indicele compozit al avantajului comparativ al unor bunuri autohtone ale Complexului Agroindustrial, %**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Grâu, meslin, orz, ovăz, porumb, sorg boabe, alte cereale	64,54	65,22	64,53	65,74	65,80	62,38	65,52
Făină de grâu sau de meslin	-6,54	-32,69	-28,83	-14,70	-12,63	-15,03	-12,33
Legume în stare proaspătă sau refrigerate (exclusiv cartofi)	-16,18	-24,07	-12,62	-28,17	-28,99	-29,74	-13,84
Cartofi	-8,00	-35,12	-35,10	-38,61	-38,59	-37,79	-38,13
Struguri, proaspeți sau uscați	63,96	65,38	66,19	66,89	66,37	63,82	65,84
Sucuri de fructe (inclusiv mustul de struguri) și sucuri de legume	63,24	61,33	62,88	59,26	61,49	58,18	60,26
Lapte și smântână din lapte, fără sau cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori	-23,45	-9,30	-6,79	-5,61	-36,85	-36,41	-36,62
Unt și alte grăsimi care provin din lapte	48,10	50,98	8,31	-33,59	-40,86	-41,22	-37,14
Cașcaval, brânză și brânzeturi	18,21	9,43	-25,45	-20,65	-26,68	-37,68	-26,66
Margarină	-98,35	-93,33	-90,22	-87,64	-87,50	-87,91	-87,52
Semințe de floarea-soarelui	64,38	63,98	63,54	63,72	64,40	61,60	64,17
Ulei de semințe de floarea-soarelui și fracțiunile acestora	64,54	63,53	58,55	61,75	61,87	56,41	61,80
Cârnați, cârnăciori, salamuri și produse similare, din carne, din organe sau din sânge	-31,21	-31,17	-31,78	-30,73	-32,02	-32,18	-32,06
Ouă de păsări, în coajă, proaspete, conservate sau fierte	18,02	18,12	16,88	18,15	18,20	18,18	18,21
Zahăr din sfeclă și zaharoza chimic pură, în stare solidă	18,05	7,00	8,89	15,27	16,55	15,39	16,59

*Sursa: elaborată de autor.*

Legumele autohtone sunt competitive pe piața internă, dar nu și pe piața externă. Din cauza concurenței acute, în perioada anilor 2018-2019, scade competitivitatea legumelor autohtone pe piața internă și în anii 2018-2020 – pe piața externă. În anul 2018, importul legumelor în stare proaspătă sau refrigerată a înregistrat volum superior celui realizat în anul 2017 cu 47,98%, iar în următorul an (2019) a crescut încă cu 9,03% în raport cu anul 2018. În anii 2020-2021, importul scade, iar exportul crește. Totuși, importului bunului dat continue să prevaleze exportul, în 2021 volumul importului era de 4,6 ori mai mare ca volumul exportului.

În anul 2021, principalul importator de tomate și castraveți a fost Turcia (78,24% și 65,02% corespunzător), de salată verde (*Lactuca sativa*) și cicoare

de tomate (*Cichorium spp.*) – Italia (43,92%), de varză – Macedonia de Nord (37,48%), de morcovi, sfeclă roșie și alte rădăcinoase comestibile similare – Ucraina (35,82%).

Cașcavalul, brânza și brânzeturile autohtone, până în anul 2016 inclusiv, au înregistrat avantaje comparative pe piața internă în raport cu bunurile analogice importate. Însă, începând cu anul 2017 au prezentat dezavantaje, deoarece, în anul dat, a scăzut brusc volumul producerii bunului dat cu 79,93% în raport cu anul precedent. În plus, s-au modificat preferințele consumatorilor în favoarea celor calitative, cu un conținut înalt de grăsimi din lapte. Conform rezultatelor studiilor efectuate de Fundația Est Europeană (FEE) (în 2015-2016) și de Centrul de Metrologie Aplicată și Certificată (CMAC) (în anul 2017), „conținutul grăsimilor din lapte a unui număr mare de produse lactate fabricate în Republica Moldova este foarte mic și nu corespunde reglementărilor tehnice cu privire la produsele lactate” [173].

Calcululele autorului au arătat că grâul, meslinul, orzul, ovăzul, porumbul și strugurii sunt competitivi atât pe piața internă, cât și pe cea externă. O parte din bunurile complexului agroindustrial, care a înregistrat dezavantaj comparativ, ar putea deveni mai competitivă, dacă producătorul autohton va fi susținut de stat, așa cum se practică în țările Uniunii Europene [34].

Analiza avantajului comparativ (Anexa 12), înregistrat de bunurile industriei constructoare de mașini, a arătat că cele mai mari avantaje pe piața externă au oferit bunurile produse de compania germană Dräxlmaier din Bălți, care livrează echipamente electrice. Însă, bunurile date nu au înregistrat avantaj comparativ pe piața internă, deoarece sunt produse din materialele clienților, dar nu se oferă pe piața internă.

Industria constructoare de mașini reprezintă un gen de activitate, care necesită investiții capitale mari. Republica Moldova este un stat cu o insuficiență financiară hronică și cu o politică bugetar-fiscală care, în loc să creeze condiții favorabile pentru dezvoltarea sectorului businessului autohton, îi determină pe agenții economici să-și transfere afacerea în sectorul tenebru. Prin urmare, ramura dată, în viitorul apropiat, nu va înregistra succese palpabile.

Bunurile industriei ușoare au înregistrat dezavantaj comparativ pe piața internă, deoarece un volum semnificativ de mărfuri textile, articole de îmbrăcăminte și încălțăminte sunt fabricate din materialele clienților și, prin urmare, nu sunt oferite pe piață ca bunuri moldovenești. Situația dată nu este convenabilă entităților autohtone, deoarece întreprinderilor autohtone le revine o parte simbolică din profitul obținut [43, p. 111].

În perioada 2014-2017 a crescut volumul de producție a pieilor brute de

bovine și ovine, iar în următorii ani (2018-2021) a diminuat brusc [31]. În pofida faptului că cererea sectorului extern pentru piei și blănuri nu scade, totuși, volumul de producție a blănurilor tăbăcite sau apretate a înregistrat un trend descendent. Situația creată este cauzată de recesiunea în sectorul zootehnic.

Multe gospodării țărănești cresc iepuri, nutrii, însă se utilizează numai carnea animalelor crescute, dar pieile, în cea mai mare parte, se aruncă, ceea ce diminuează rentabilitatea creșterii animalelor. Luând în calcul cererea însemnată a sectorului extern pentru pieile brute ar fi binevenită organizarea punctelor de colectare a pieilor și utilizarea lor, după prelucrare, la fabricarea articolelor de îmbrăcăminte și încălțăminte.

Majoritatea materialele de construcție, produse pe teritoriul Republicii Moldova, au înregistrat avantaje comparative pe piața internă, deoarece, din punctul de vedere al minimizării cheltuielilor de transport, este mai convenabil de procurat bunul autohton, decât cel de import. Una din condițiile dezvoltării ramurii date este creșterea stabilă a venitului disponibil și sporirea bunăstării populației.

În perioada anilor 2017-2021 a scăzut competitivitatea fabricării registrelor, carnetelor (de note, de comenzi, de chitanțe), agendelor, blocnotesurilor și caietelor. Agenții organici de suprafață (alții decât săpunurile), preparatele tensioactive, preparatele pentru spălat și preparatele de curățat au înregistrat, în perioada analizată, dezavantaj comparativ. În ramura dată există potențial, luând în calcul că pandemia Covid-19 a cauzat majorarea cererii la săpun, soluții dezinfectante, un management efektiv ar asigura sporirea competitivității bunurilor date pe piața autohtonă.

Volumul de vânzări a bunurilor autohtone poate crește dacă ar spori competitivitatea lor, care, la rândul ei, poate fi obținută în rezultatul implementării următoarelor măsuri [47, p. 138]: modernizarea procesului de producție; implementarea tehnologiilor contemporane, care ar permite reducerea consumului de resurse energetice și, în final, a costului de producție; majorarea volumului investițiilor pe termen lung, prin acordarea creditelor cu o dobândă atractivă, unităților economice autohtone ofertante de bunuri competitive.

### **3.3. Recomandări privind direcțiile de perfecționare a politicii comerciale a Republicii Moldova**

Pentru atingerea obiectivului de perfecționare a politicii comerciale promovate, țările încheie acorduri de liber schimb cu anumite state. La baza

luării deciziei privind identificarea țărilor cu care este necesar de negociat în această direcție stă un algoritm, care include un ansamblul de factori, care reflectă caracteristicile potențialilor parteneri comerciali:

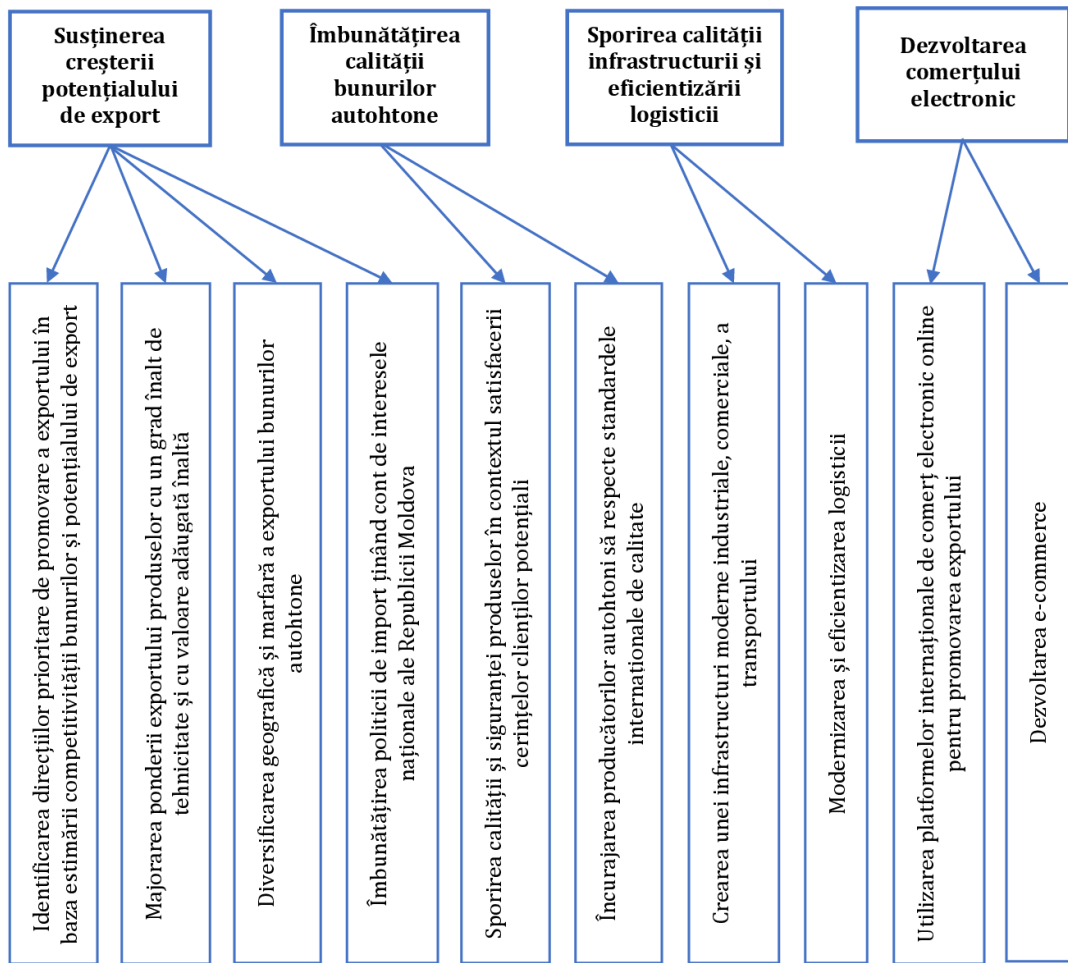
- structura exportului și importului;
- dimensiunea pieței potențialului partener comercial;
- poziția geografică;
- stabilitatea economică, financiară și politică;
- nivelul de trai și solvabilitatea populației, înclinația marginală spre consum;
- preferințele cumpărătorilor, sortimentul bunurilor tradiționale; etc.

Pe lângă determinarea țărilor – potențiali parteneri comerciali, este necesar de luat decizia privind stabilirea tipului de acorduri comerciale care trebuie încheiate cu fiecare țară în parte, reieșind din rezultatele obținute la prognosticul efectelor așteptate și analizei scenariilor de promovare a acordurilor. În plus, este indispensabilă stabilirea căilor efective de promovare a politicii comerciale, dar și elaborarea strategiilor de extindere a relațiilor comerciale. Obiectivele perfecționării politicii comerciale sunt sistematizate în Figura 3.7.

În contextul identificării direcțiilor prioritare de promovare a exportului, autorul recomandă utilizarea indicelui integral, elaborat în subcapitolul 3.1, și a indicelui simetric al avantajului comparativ relevat pe piața externă, elaborat în subcapitolul 3.2. Aplicarea acestor indici a permis determinarea tipurilor de activități economice, care dețin potențial de export (Tabelul 3.10). De menționat, că pentru a realiza pe deplin capacitatea acestor tipuri de activități sunt necesare alocări de investiții, renovări și susținerea financiară din partea statului.

În lista tipurilor de activități economice, orientate spre export, sunt incluse și activitățile care au potențial, dar au pierdut piețele-țintă de desfacere. Zahărul, fabricat în Moldova, după semnarea Acordului de Asociere cu UE, a pierdut piețele țărilor CSI, iar exportul pe piața europeană este cotate conform Anexei XV-C Acordului de Asociere.

În anul 2014, exportul în țările CSI a constituit 62,705 mii tone (88,3% din exportul total), iar în anul 2019, exportul în țările UE a atins nivelul de 6,558 mii tone (100,0% din exportul total). În pofida faptului că exportul de zahăr în țările UE crește, totuși, nivelul anul 2014 așa și nu este atins. Această majorare nu poate compensa pierderea pieței țărilor CSI. În anul 2021, exportul de zahăr în țările UE constituie aproape o treime din exportul în țările CSI din anul 2014. Prin urmare, Moldova a pierdut 68% din capacitatea de export a zahărului.



**Fig. 3.7. Obiectivele generale și specifice ale perfecționării politicii comerciale**

*Sursa: elaborată de autor.*

Cazul dat demonstrează că politica de mono-direcționare a exportului duce la micșorarea volumului exportului și la creșterea deficitului balanței comerciale. Prin urmare, autorul recomandă în contextul perfecționării politicii comerciale a Republicii Moldova:

- *de majorat gradul de diversificare geografică a exportului;*
- *de recuperat piețele de desfacere pierdute.*

Unul din obiectivele specifice, realizarea căruia ar asigura creșterea sustenabilă a comerțului exterior, este diversificarea piețelor de desfacere, care reduce riscul diminuării considerabile a livrărilor în cazul modificării semnificative a conjuncturii pieței și regulilor de comercializare. Cu toate acestea, diversificarea necesită competențe mai mari, disponibilitatea informației fiabile și în timp util, deoarece o piață de desfacere diferă de altă

pieță după nivelul prețurilor, cerințele față de calitate, sistemul fiscal, politica comercială etc. Alegerea piețelor-țintă necesită informații diverse, care poate fi oferită de platforma care ar furniza informații fiabile și în timp util.

**Tabelul 3.10. Indicele compozit al avantajului comparativ al unor bunuri autohtone ale Complexului Agroindustrial, %**

Tipuri de activități economice care dețin potențial de export	Piețele-țintă (cele mai mari)
Fabricarea zahărului	Federația Rusă; Kazahstan (piețe pierdute) România (ținând cont de cotarea importului produsului dat originar din Republica Moldova pe piața UE)
Fabricarea uleiurilor vegetale	Spania; Italia; Portugalia; România; Siria; Cipru; Grecia; Etiopia
Fabricarea sucurilor de fructe și legume	Polonia; Germania; Austria; Federația Rusă; Belarus
Fabricarea vinurilor din struguri	Belarus; Federația Rusă; Georgia; România; Republica Cehă; Polonia; Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord; China
Fabricarea altor produse chimice organice, de bază	Polonia; Ucraina; România
Fabricarea de mobilă	România; Germania; Belarus; Slovacia; Franța; Olanda; Federația Rusă; Polonia; Republica Cehă; Ungaria; Italia; Statele Unite ale Americii; Africa de Sud; Suedia
Fabricarea uleiurilor esențiale	Germania; Olanda; Bulgaria; Franța; Elveția; Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord

**Notă:** în tabel sunt incluse tipurile de activități ale industriei prelucrătoare.

**Sursa:** elaborată de autor.

Generalizând cele expuse mai sus, autorul propune implementarea următoarelor măsuri:

- *Îmbunătățirea cadrului instituțional pentru dezvoltarea și promovarea exportului de bunuri autohtone. În acest context, se recomandă lansarea unei ferestre unice de oferire a serviciilor de asistență și consultanță exportatorilor activi și celor noi cu privire la sprijinul oferit de instituțiile publice de sprijinire a exporturilor, precum și furnizarea următoarelor informații analitice:*
  - Rezultatele evaluării potențialului de export al exportatorului și a bunului autohton, a indicelui integral al competitivității și



- indicelui compozit al avantajului comparativ al bunului;
  - Analiza capacității pieței-țintă, poziției concurenților pe această piață și competitivității bunurilor oferite de concurenți;
  - Rezultatele studiului privind barierele comerciale (tarifare și netarifare) de intrarea pe piețele externe și oferirea recomandărilor privind eliminarea acestora (alegerea altei piețe-țintă; efectuarea modificărilor tehnologice care ar asigura ocolirea barierelor netarifare);
  - Instrucțiuni de promovare a exportului de bunuri prin intermediul platformelor electronice, de exemplu, platformei de comerț electronic B2C (Business to Consumer E-commerce).
- *Lansarea unui portal unic pentru exportatori care ar conține:*
- Date statistice privind exportul în diviziunea bunurilor și țărilor (după opt cifre conform Nomenclaturii Combinată a Mărfurilor);
  - Informații privind cele mai atractive piețe externe de desfacere;
  - Fiecare exportator, atât cel activ, cât și cel nou, poate să-și deschidă un cont personal pe portalul dat;
  - Calculator de rute logistice, care permite optimizarea rutei și micșorarea cheltuielilor de transport;
  - Căutarea și selectare transportatorului;
  - Motor de căutare, care oferă cumpărătorilor străini posibilitatea să găsească producătorul și bunul necesar;
  - Chat pentru interacțiunea cu clienții potențiali din alte țări; etc.

Altă recomandare vizează diversificarea bunurilor livrate, crearea de produse noi, deoarece eficiența exportului se află în dependență directă de structura livrărilor. Formarea sortimentului exporturilor, a cotelor fiecărui bun se efectuează în raport cu diferite criterii, precum:

- crearea valorii adăugate;
- utilizarea optimală a resurselor disponibile;
- profitabilitatea, preferințele cumpărătorilor;
- modificarea calitativă și cantitativă a cererii;
- prețurile așteptate;
- prețul bunurilor substituibile etc.

Optimizarea gamei de produse reduce riscul pierderii pozițiilor pe piața unui anumit bun.

Monitorizarea preferințelor cumpărătorilor poate fi eficient realizată cu ajutorul colectării automate a datelor despre vizualizarea și termenul de investigare a paginilor web ale comercianților și producătorilor.

Realizarea obiectivului specific „majorarea ponderii exportului produselor

cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă” poate fi obținută numai în rezultatul progresului tehnico-științific, renovării tehnice și tehnologice a procesului de producție, care, la rândul lui, necesită alocări considerabile de investiții și dotații.

Evaluarea cotei cheltuielilor efectuate pentru activitatea de cercetare-dezvoltare în Produsul Intern Brut (PIB) a arătat că, în anul 2008, în Republica Moldova, acest indicator a constituit 0,54% din PIB [5], în 2018 – 0,25% [6], în 2019 – 0,24%, iar în anii 2020 și 2021 – 0,23% [7]. Spre comparare, în cazul Ucrainei, acest indice, în anul 2020, este cu 0,18 puncte procentuale mai mare, atingând nivelul de 0,41% din PIB [156] [175], iar în România – 0,47% [4]. Deci, Republica Moldova trebuie, minimum, să dubleze cheltuielile pentru activitatea de cercetare-dezvoltare [105].

Inovațiile sunt extrem de importante pentru Republica Moldova și necesită un suport esențial al statului. Finanțarea inovațiilor presupune participarea atât a autorităților regionale, cât și a celor centrale. În plus, este necesară formarea unei infrastructuri inovaționale ce se ocupă cu cercetare-dezvoltare, implementarea noilor tehnologii și construcția tehnopolurilor. De asemenea, este necesar de acordat suport tehnico-material și financiar activității inovaționale și, în special, subiecților care practică o astfel de activitate prin acordarea granturilor din contul bugetului de stat și stabilirea taxelor fiscale rezonabile. De asemenea, considerăm că trebuie creat un cadru legislativ lucrativ în sfera protecției proprietății intelectuale și de format relații parteneriale între stat și sectorul privat [38, p. 103]. În acest context, autorul propune implementarea următoarelor măsuri:

- *Implicarea exportatorilor în implementarea inovațiilor prin subvenționarea de către stat a unei părți din cheltuielile preconizate pentru activitatea de cercetare-dezvoltare.*

Una din constrângerile de bază în calea bunurilor Complexului Agroindustrial pe piața europeană, este competitivitatea produselor originare din UE în raport cu prețul. Subvențiile agricole în Uniunea Europeană constituie aproximativ 60 de miliarde de euro pe an (2019). Fiecare fermier din UE, dacă îndeplinește toate cerințele de durabilitate și ocrotire a mediului, obține subvenții în valoare de 260 de euro pe hectar, iar fermieri care îndeplinesc condiții suplimentare (biodiversitatea, ecologizarea) obțin 375 de euro pe hectar [116].

Spre comparare, Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură (AIPA) din Republica Moldova „a recepționat 7505 cereri de subvenționare în valoare de 1182 mil. lei. Însă, Fondul Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural (FNDAMR) a constituit numai 900 mil. lei, din care 352,0 mil. lei au fost

cheltuite pentru achitarea restanței din anul 2018, din cauza epuizării fondului” [67]. Deci, în anul 2019 sunt achitate numai o parte din cereri, reieșind din suma rămasă 60,9%, situație care se repetă anual: Agenția, din cauza deficitului Fondului pentru subvenționarea producătorilor agricoli, deoarece nu poate satisface toate cererile în decurs de un an, transferă anual achitarea restanței. O parte din fermieri sunt defavorizați, deoarece obțin subvenții cu întârziere de un an, iar moneda națională, în acest răstimp, se devalorizează [178, p. 102].

Dezvoltarea comerțului exterior poate fi facilitată prin renovarea procesului de producție, aplicarea tehnologiilor avansate, care ar asigura creșterea calității bunurilor autohtone. Pentru a încuraja producătorii autohtoni să respecte standardele naționale și internaționale de calitate, și pentru combaterea fenomenului de contrafacere, autorul propune:

- *Aplicarea barierele comerciale pentru importul materiei prime de calitate joasă;*
- *Majorarea amenzilor pentru contrafacere, falsificare, nerespectarea standardelor naționale și internaționale de calitate, nerespectarea cerințelor de etichetare și ambalare.*

Implementarea primei măsuri va duce la majorarea prețului bunurilor, la fabricarea căruia a fost utilizată materia primă de calitate joasă, care se va echivala cu prețul bunului analogic calitativ. Când două bunuri identice după preț, dar care diferă după calitate, sunt oferite cumpărătorului potențial, ultimul va prefera să procure bunul calitativ.

În subcapitolele 1.1 și 3.1 a fost demonstrat că prețul este unul din factorii de bază ai competitivității bunului. Competitivitatea bunului oferit depinde de nivelul stabilit al prețului. Majorarea competitivității bunului în raport cu prețul va asigura bunului dat o cotă de piață mai mare. Conform funcției de stimulare, prețul este diferențiat în funcție de nivelul tehnic și calitatea producției, el permite obținerea profitului, deci poate să genereze accelerarea progresului tehnico-științific, creșterea rentabilității, îmbunătățirea calității producției, majorarea competitivității bunului [24, p. 227]. Procesul de stabilire a prețurilor este influențat de costul de producție și de cheltuielile aferente comercializării [24, p. 238].

Costul de producție, pe lângă consumul de materie primă și auxiliară, remunerarea munci, include și cheltuielile legate de consumul de resurse energetice, cheltuielile de transport etc. La rândul lor, cheltuielile pentru consumul de resurse energetice depind de tariful la resursele menționate.

Implementarea Pachetului III Energetic în Republica Moldova a cauzat majorarea prețului la resurse energetice și a dus la creșterea inflaționistă, la micșorarea competitivității bunurilor autohtone și, ca urmare, la modificarea

structurii exporturilor în defavoarea bunurilor de înaltă tehnicitate [42, p. 458]. Agenția Națională pentru Reglementare în Energetică (ANRE), în anul 2020, a continuat decuplarea pe verticală. Ca rezultat, prețul reglementat pentru energia electrică include, pe lângă prețul de achiziționare, tariful pentru transport, distribuție, livrare, și tariful pentru operare [42, p. 455].

Analiza comparativă a tarifelor (fără TVA) a arătat [163, p. 538] că, în prima jumătate a anului 2020, tariful la energia electrică pentru producătorii din Republica Moldova a constituit 0,0795 EUR/kWh. Tarife comparativ mai mici au înregistrat:

- Ucraina (0,0595 EUR/kWh),
- țările de comparație din regiune (conform SNAIPE 2016-2020 [53]):
  - Georgia (0,0505 EUR/kWh),
  - Estonia (0,0675 EUR/kWh),
  - Serbia (0,0748 EUR/kWh),
  - Macedonia (0,0778 EUR/kWh), etc. [89].

În scopul minimizării cheltuielilor de resurse energetice și în rezultatul sporirii competitivității bunurilor autohtone în raport cu prețul, autorul propune:

- *Utilizarea tehnologiilor inteligente, în special, la întreprinderile orientate spre export.*

Unul din factorii, care influențează asupra eficacității activității întreprinderii și poziției pe piață, este eficiența organizării sistemului de vânzări, iar alt factor este calitatea logisticii. La formarea sistemului de marketing, este necesar de luat în calcul următorii factori:

- caracteristica bunurilor fabricate,
- conjunctura piețelor-țintă,
- preferințele cumpărătorilor,
- înzestrarea întreprinderii,
- experiența în domeniul comerțului exterior,
- costurile logistice,
- costurile de marketing.

În contextul realizării unui leadership în prețuri atrăgătoare este necesar de pus accentul pe minimizarea cheltuielilor de transport (sarcina întreprinzătorului) și minimizarea timpului pentru procedurile documentare și vamale ale tranzacțiilor de export și import (sarcina administrației publice).

Cea mai complexă evaluare a activității logistice este prezentată de Indicele de Performanță Logistică al Băncii Mondiale (LPI), care reflectă performanța lanțului de furnizare, inclusiv infrastructura, calitatea serviciilor, competențele logistice și seriozitatea livrărilor. Indicele dat este estimat la fiecare 2 ani (2007,

2010, 2012, 2014, 2016 și 2018), cu excepția anului 2020, și permite să concluzionăm privind deficiențele dezvoltării logisticii și servește ca bază informativă pentru guvern și organele de resort în conturarea principalelor direcții de modificare și optimizare în acest domeniu (Tabelul 3.11).

**Tabelul 3.11. Dinamica Indicelui de Performanță Logistică în diviziunea țărilor de comparație din regiune**

	2010		2012		2014		2016		2018	
	scor	rank	scor	rank	scor	rank	scor	rank	scor	rank
<b>Estonia</b>	3,16	43	2,86	65	3,35	39	3,36	38	3,31	36
<b>România</b>	2,84	59	3,00	54	3,26	40	2,99	60	3,12	48
<b>Bulgaria</b>	2,83	63	3,21	36	3,16	47	2,81	72	3,03	52
<b>Lituania</b>	3,13	45	2,95	58	3,18	46	3,63	29	3,02	54
<b>Serbia</b>	2,69	83	2,80	75	2,96	63	2,76	76	2,84	65
<b>Macedonia</b>	2,77	73	2,56	99	2,50	117	2,51	106	2,70	81
<b>Armenia</b>	2,52	111	2,56	100	2,67	92	2,21	141	2,61	92
<b>Moldova</b>	<b>2,57</b>	<b>104</b>	<b>2,33</b>	<b>132</b>	<b>2,65</b>	<b>94</b>	<b>2,61</b>	<b>93</b>	<b>2,46</b>	<b>116</b>
<b>Georgia</b>	2,61	93	2,77	77	2,51	116	2,35	130	2,44	119
<b>Azerbaidjan</b>	2,64	89	2,48	116	2,45	125	na	na	na	na

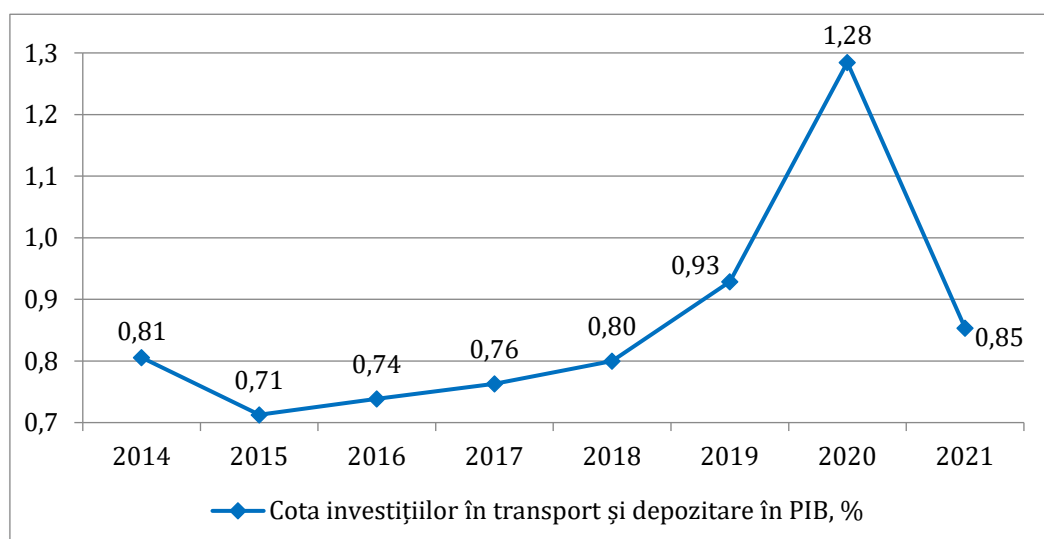
**Notă:** Țările de comparație din regiune conform SNAIPE 2016-2020 [53].

**Sursa:** elaborat de autor în baza datelor rapoartelor bianuale „Trade Logistics in the Global Economy” [145].

În primii ani de implementare, realizarea „Strategiei de transport și logistică pe anii 2013-2022” în Republica Moldova a avut un efect pozitiv asupra Indicelui de Performanță Logistică. Însă, în anul 2018, în pofida faptului că pe lângă strategia menționată au fost realizate conform planului o bună parte a acțiunilor „Strategiei Naționale de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exporturilor” SNAIPE 2016-2020 [53], țara noastră a coborât în rating, iar din acest motiv nu mai intră în primele 100 de țări. Acest lucru se datorează, în primul rând, ratelor mai mari de creștere a eficienței sistemelor logistice din alte țări.

În al doilea rând, situația creată poate fi cauzată de subiectivitatea studiilor realizate de Banca Mondială pe baza sondajului efectuat al companiilor de logistică internațională (transnaționale), fiindcă scorul este calculat pe baza

evaluărilor subiective ale experților, fără apelarea la indicatorii cantitativi obiectivi. Avizul privind dezvoltarea sistemului logistic al țării este format de respondenți pe baza experienței de conlucrare cu participanții la activitatea logistică (transportatori, expeditori, operatori logistici, brokerii vamali etc.). În acest sens, trebuie menționată specializarea restrânsă a centrelor logistice naționale. În plus, starea sistemului logistic din Republica Moldova este afectată de investiții insuficiente în acest sector în raport cu alte țări. În pofida faptului că cota investițiilor în transport și depozitare în PIB a crescut în anii 2016-2020, totuși acest nivel nu asigură dezvoltarea acestui sector (Figura 3.8). În plus, este necesar de ținut cont că majorarea din 2020 a avut loc inclusiv și datorită micșorării PIB-ului.



**Fig. 3.8. Cota investițiilor în transport și depozitare în PIB, Republica Moldova**

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [59].*

În cadrul proiectului internațional „Raportul privind evaluarea impactului strategiei naționale pentru atragerea investițiilor și promovarea exporturilor”, efectuat la comanda Ministerului Economiei și Infrastructurii al Republicii, autorul a analizat țintele intermediare și valorile atinse de indicatorii de impact privind performanța logistică, în perioada implementării SNAIPE 2016-2020.

Rezultatele analizei au arătat că doar la capitolul scorul pentru oportunitate, adică livrarea la timp a mărfurilor, Republica Moldova a atins și depășit țintele stabilite (în anul 2016 – 3,16 și în anul 2018 – 3,17), iar ceilalți cinci indicatorii statistici, reprezentativi în domeniul managementului

lanțului logistic, nu au atins ținta stabilită pentru anul 2018.

Analiza comparativă a indicatorilor statistici reprezentativi privind performanța logistică, în diviziunea țărilor de comparație din regiune, a arătat că la trei indicatori din șase Republica Moldova a înregistrat, în anul 2018, cel mai mic nivel comparativ cu alte țări din regiune (Tabelul 3.12): eficiența Serviciului Vamal (simplicitatea și predictibilitatea formalităților vamale); calitatea infrastructurii comerciale și de transport; localizarea geografică (posibilitatea de a localiza transporturile).

Gradul de diversificare a sectorului logistic din Republica Moldova răspunde cerințelor contemporane. Pe piață activează firme, care oferă servicii integrate pentru diferite tipurile de transport: livrări de la stația de expediere până la stația de destinație, grupaj. Numărul de firme de transport și logistică este considerabil din punct de vedere al cererii pentru serviciul dat.

**Tabelul 3.12. Dinamica indicatorilor statistici reprezentativi în domeniul managementului lanțului logistic în diviziunea țărilor de comparație din regiune**

	<i>Scorul pentru eficiența Serviciului Vamal</i>		<i>Scorul pentru calitatea infrastructurii</i>		<i>Scorul pentru transportul internațional</i>		<i>Scorul pentru competențele logistice</i>		<i>Scorul pentru localizarea geografică</i>		<i>Scorul pentru oportunitățile</i>	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
<b>Estonia</b>	3,41	3,32	3,18	3,10	3,07	3,26	3,18	3,15	3,25	3,21	4,08	3,80
<b>România</b>	3,00	2,58	2,88	2,91	3,06	3,18	2,82	3,07	2,95	3,26	3,22	3,68
<b>Bulgaria</b>	2,40	2,94	2,35	2,76	2,93	3,23	3,06	2,88	2,72	3,02	3,31	3,31
<b>Lituania</b>	3,42	2,85	3,57	2,73	3,49	2,79	3,49	2,96	3,68	3,12	4,14	3,65
<b>Serbia</b>	2,50	2,60	2,49	2,60	2,63	2,97	2,79	2,70	2,92	2,79	3,23	3,33
<b>Macedonia</b>	2,21	2,45	2,58	2,47	2,45	2,84	2,36	2,74	2,32	2,64	3,13	3,03
<b>Armenia</b>	1,95	2,57	2,22	2,48	2,22	2,65	2,21	2,50	2,02	2,51	2,60	2,90
<b>Moldova</b>	<b>2,39</b>	<b>2,25</b>	<b>2,35</b>	<b>2,02</b>	<b>2,60</b>	<b>2,69</b>	<b>2,48</b>	<b>2,30</b>	<b>2,67</b>	<b>2,21</b>	<b>3,16</b>	<b>3,17</b>
<b>Georgia</b>	2,26	2,42	2,17	2,38	2,35	2,38	2,08	2,26	2,44	2,26	2,80	2,95

**Notă:** Țările de comparație din regiune conform SNAIPE 2016-2020 [53].

**Sursa:** elaborat de autor în baza datelor rapoartelor bianuale „Trade Logistics in the Global Economy” [145].

În ultimii ani, o provocare majoră cu care se confruntă transportatorii autohtoni este stabilirea prețurilor dumping de către firmele turcești și cele românești. Spre exemplu, în anul 2018, prețul unei comenzi de transport tur-retur Chișinău-Stambul s-a micșorat cu circa 30% comparativ cu anul 2012, pe când prețul la combustibil este în creștere. Din cauza politicii dumping promovate de concurenți, nu companiile moldovenești deservește această rută, ci, preponderent, firmele de transport din Turcia.

În baza rezultatului analizei comparative a performanței logistice atinse de Republica Moldova și de țările de comparație din regiune, autorul a elaborat următoarele recomandări, care au fost prezentate spre implementare Asociației Patronală „Uniunea Transportatorilor și Drumarilor” și Asociației Expeditorilor și Brokerilor Vamali din Republica Moldova „AEM-TRANS”:

- *Digitalizarea în continuare a sectorului logistic:*
  - Crearea firmelor de tip third-party logistics provider care oferă soluții logistice pentru satisfacerea exigențelor de costuri;
  - Introducerea sistemelor ERP (Enterprise Resource Planning) capabile să proceseze un volum foarte mare de date și informații agregate în scopul optimizării și eficientizării prestării serviciilor de transport și logistică.
- *Eficientizarea lanțului logistic:*
  - Elaborarea căilor de convertire a costurilor fixe în costuri variabile;
  - Restructurarea rețelei logistice cu scopul minimizării costurilor și maximizării profitului;
  - Diversificarea în continuare a sectorului logistic, lansarea de noi produse pe piață;
  - Acordarea serviciilor informatice performante, care ar duce la sporirea flexibilității lanțului logistic.

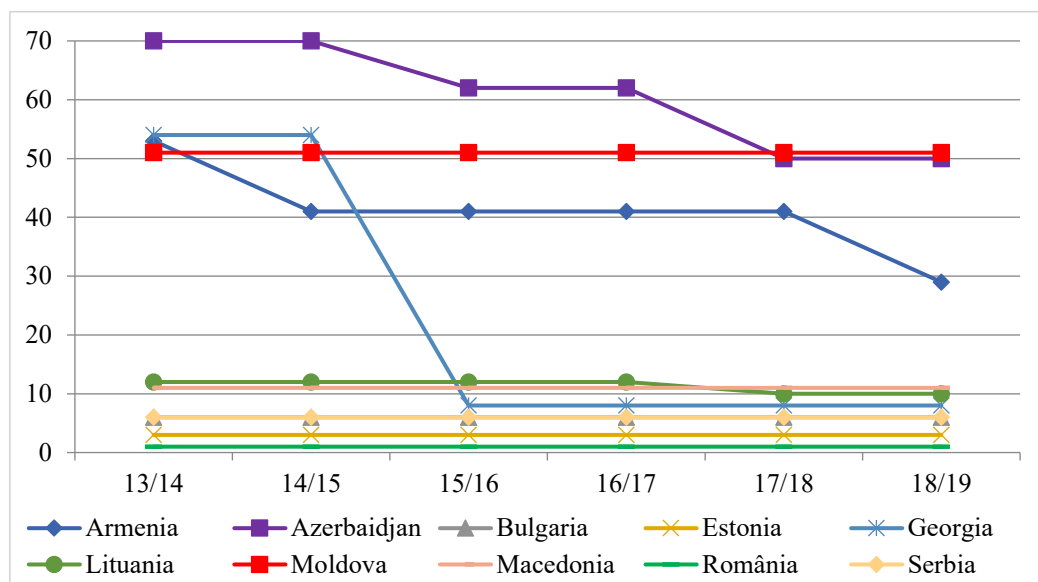
În cadrul proiectului precitat, efectuat la comanda Ministerului Economiei și Infrastructurii al Republicii Moldova, a fost efectuată analiza timpului pentru procedurile documentare și vamale ale tranzacțiilor. Cu acest scop, au fost utilizate rapoartele Doing Business. Perioada de estimare în aceste rapoarte diferă din an în an. De exemplu, în Doing Business 2011 sunt prezentate rezultatele cercetării impactului reformelor de reglementare, care au fost realizate în perioada 1 iunie 2009 – 1 iunie 2010. În următorii 7 ani, perioada de investigație a fost analogică, iar în Doing Business 2019 și 2020 era 1 mai 2017 – 1 mai 2018 și 1 mai 2018 – 1 mai 2019 corespunzător. Rapoarte care ar cuprinde anii 2020-2021 nu au fost elaborate de World Bank.



În perioada de referință, adică derularea Strategiei SNAIPE 2016-2020, timpul pentru procedurile documentare și vamale ale tranzacțiilor de export nu s-a modificat, a rămas la același nivel de 51 de ore, iar timpul pentru procedurile vamale ale tranzacțiilor de import, în anul 2016, s-a majorat cu o oră.

Analiza comparativă a dinamicii timpului pentru procedurile documentare și vamale ale tranzacțiilor de export în Republica Moldova cu țările de comparație din regiune a arătat că Georgia, în anul 2014, a înregistrat un nivel mai înalt în raport cu Republica Moldova, dar în anii următori a minimizat timpul pentru procedurile în cauză (Figura 3.9). Altă țară care a micșorat timpul necesar pentru procedurile vamale este Armenia, care a permis transmiterea online a declarațiilor vamale.

În cazul exportului, Republica Moldova a introdus declararea electronică obligatorie, însă, conform raportului Doing Business, timpul pentru procedurile de documentare și vamale ale tranzacțiilor de export așa și nu s-a redus.



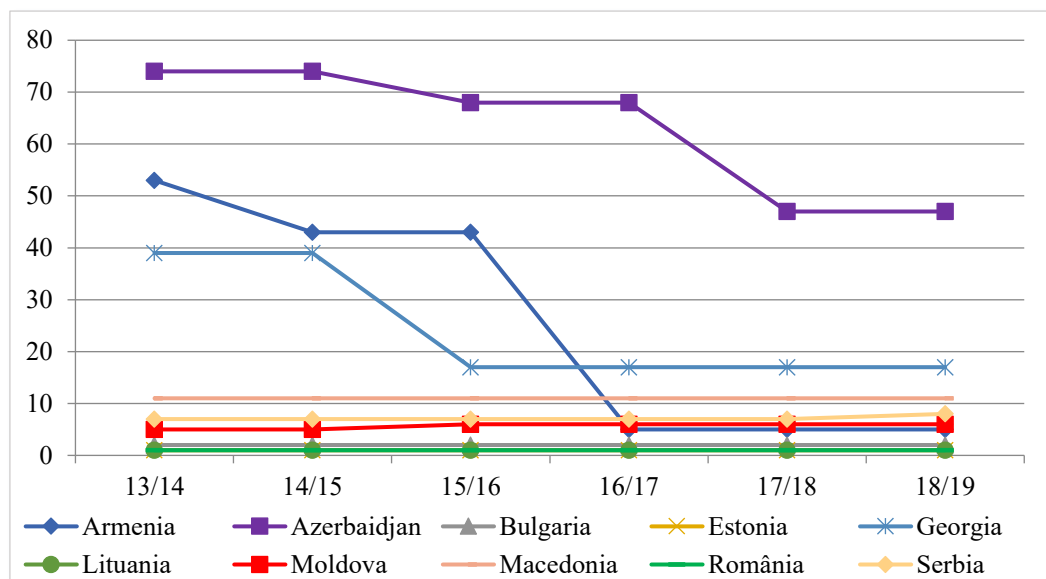
**Fig. 3.9. Dinamica timpului pentru procedurile documentare și vamale ale tranzacțiilor de export, ore**

**Notă:** Țările de comparație din regiune conform SNAIPE 2016-2020 [53].

**Sursa:** elaborată de autor în baza datelor rapoartelor Doing Business [84].

Georgia a optimizat timpul pentru procedurile de documentare și vămuire prin îmbunătățirea sistemului său de procesare electronică a documentelor și prin introducerea a unei opțiuni avansate de prezentare a documentelor electronice. Prin urmare, considerăm că Republica Moldova trebuie să implementeze experiența acestor două țări.

Dinamica timpului pentru procedurile legate cu documentarea și vămuirea tranzacțiilor de import pe țări din Figura 3.10 a arătat că nivel optimal au atins următoarele țări ale Uniunii Europene: Bulgaria, Estonia, Lituania și România.



**Fig. 3.10. Dinamica timpului pentru procedurile de documentare și vamale ale tranzacțiilor de import, ore**

*Notă:* Țările de comparație din regiune conform SNAIPE 2016-2020 [53].

*Sursa:* elaborată de autor în baza datelor rapoartelor Doing Business [84].

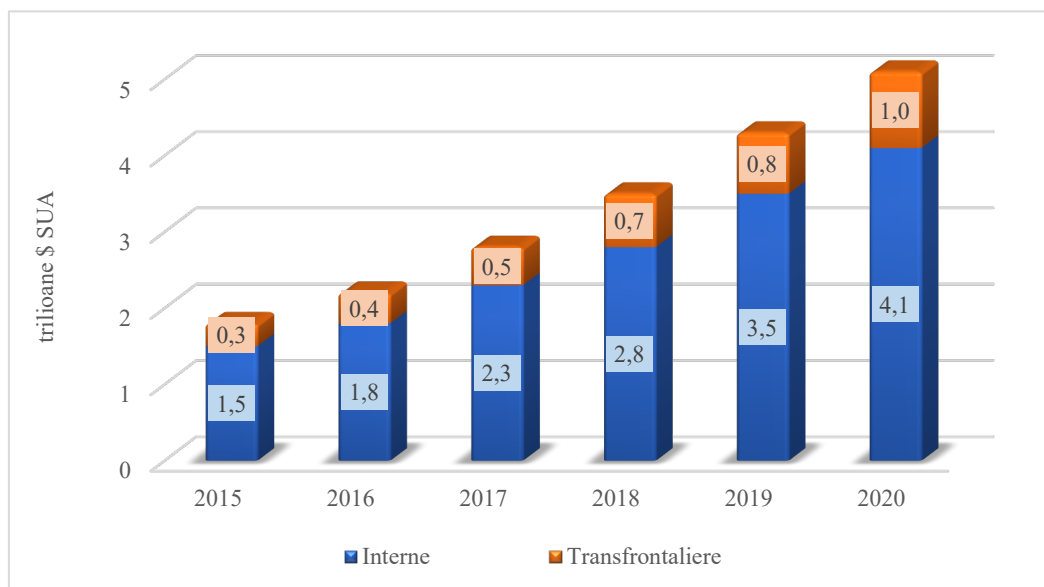
În scopul minimizării timpului pentru procedurile de documentare și vămuire, în viziunea autorului, este necesar de îmbunătățit sistemul de procesare electronică a documentelor. De exemplu, poate fi aplicată experiența Georgiei, și anume:

- *Optimizarea timpului pentru procedurile de documentare și vămuire prin introducerea unei opțiuni avansate de prezentare a documentelor electronice.*

Ultimul obiectiv general, propus de autor, în contextul perfecționării politicii comerciale, este „Dezvoltarea comerțului electronic”. Volumul global al tranzacțiilor de comerț electronic B2C a înregistrat un trend ascendent (Figura 3.11).

Pandemia COVID-19 a afectat atât comerțul intern, cât și cel extern. Criza economică, cauzată de pandemie, demonstrează necesitatea dezvoltării comerțului electronic și utilizarea platformelor internaționale e-commerce pentru promovarea exportului. În opinia autorului, măsurile necesare pentru dezvoltarea comerțului electronic sunt:

- ✓ Dezvoltarea ecosistemului de comerț electronic.
- ✓ Implicarea IMM-urilor în comerțul electronic.
- ✓ Crearea unui mediu favorabil de reglementare a comerțului electronic.
- ✓ Dezvoltarea piețelor electronice (marketplace) B2C și B2B.



**Fig. 3.11. Volumul global al tranzacțiilor de comerț electronic B2C**

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor Global Ecommerce Report [93].*

În calitate de indicatori de impact pentru realizarea obiectivelor generale din Figura 3.6 pot fi utilizați: PIB-ul real (%), cota exportului în PIB și gradul de acoperire a importurilor cu exporturi. În schimb, pentru monitorizarea realizării obiectivelor specifice, autorul propune utilizarea următorilor indici: gradul de diversificare a bunurilor; gradul de diversificare geografică; cota exportului bunurilor cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă în volumul total al exportului.

Luând în calcul specificul modificărilor din economia mondială, guvernul Republicii Moldova trebuie să intensifice eforturile în crearea condițiilor favorabile întreprinzătorilor autohtoni implicați în promovarea exportului. Însă, concomitent, trebuie să promoveze politici antitrust în cazul monopolizării exportului sau importului anumitor bunuri. În plus, statul trebuie să ia măsuri suplimentare pentru a diversifica atât exportul, cât și economia națională integral.

## CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Cercetările realizate în studiul dat, care au inclus elucidarea aspectelor teoretice, metodologice și aplicative ale managementului evaluării competitivității bunurilor în contextul perfecționării politicii comerciale a Republicii Moldova, au permis să formulăm următoarele concluzii:

1. Managementul competitivității bunului ca știință se află la etapa de formare. Analiza studiilor efectuate de savanții străini și autohtoni a arătat că subiectul cercetării, în majoritatea lucrărilor științifice privind managementul competitivității, nu este bunul, ci întreprinderea și organizația. Numărul cercetărilor consacrate anume bunului este relativ mic, iar managementul evaluării competitivității bunurilor nu a fost studiat până în prezent. Cercetarea abordărilor conceptuale din domeniul dat (subcapitolul 1.1) a permis autorului să elaboreze schema etapelor de gestionare a competitivității bunurilor autohtone (subcapitolul 3.1), care trebuie să includă: evaluarea și analiză, monitorizarea și controlul, elaborarea și implementarea strategiilor de majorare a competitivității bunurilor și aplicarea instrumentelor de sporire. Analiza comparativă, monitorizarea și controlul trebuie să fie efectuate regulat, iar unul din factori care influențează asupra eficienței managementului competitivității bunurilor este actualizarea strategiei aplicate.

2. Sinteza delimitărilor conceptuale ale teoriilor clasice, neoclasice și moderne conexe competitivității a permis determinarea factorilor competitivității, indicatorilor utilizați la estimarea competitivității, efectelor economice ale implementării teoriilor în cauză (subcapitolul 1.2). Analiza rezultatelor obținute a permis depistarea factorilor lipsă și a stat la baza elaborării unei noi clasificări a factorilor competitivității bunului, care include un nou grup de factori: grupul factorilor psihologici (subcapitolul 3.1). Autorul, bazându-se pe grupurile factorilor de influență din noul clasificator, a elaborat un nou algoritm de evaluare a competitivității bunurilor autohtone – algoritmul estimării indicelui integral al competitivității bunurilor (subcapitolul 3.1).

3. Sistematizarea metodelor de evaluare a competitivității bunului (subcapitolul 1.3) are o importanță primordială, deoarece facilitează justificarea alegerii unei anumite metode de evaluare prin compararea atuurilor, pe care le oferă metoda aleasă cu avantajele pe care le pot oferi celelalte metode, de asemenea, permite să apreciem oportunitatea utilizării acestei metode în atingerea obiectivului.

4. La estimarea competitivității bunurilor sunt utilizate pe larg metodele: diferențială, complexă și mixtă, care conțin următoarele deficiențe:

nu iau în calcul fazele ciclului de viață al produsului și factorii noi de influență a competitivității. În plus, baza informațională este insuficientă, ceea ce are un impact negativ asupra veridicității rezultatelor obținute (subcapitolul 1.3). Ținând cont de deficiențele enumerate, autorul a elaborat algoritmul de calcul al indicelui compozit al avantajelor comparative ale bunurilor autohtone (subcapitolul 3.2). Indicele compozit a fost utilizat la evaluarea competitivității bunurilor produse la fabrica de mobilă TANDEM.

5. În rezultatul analizei politicii comerciale comune a Uniunii Europene atestăm că promovarea politicii în cauză creează avantaje țărilor membre ale UE (inclusiv României), deoarece deține un șir de puncte tari: producătorii europeni sunt protejați de concurența neloială din partea producătorilor și importatorilor țărilor terțe, datorită punerii în vigoare a Regulamentului (UE) 2019/287; puterea de negociere a Uniunii, care include 28 de țări, este mult mai mare decât în cazul unui singur stat, de aceea câștigă fiecare membru al UE; investitorii fiecărui stat membru beneficiază de aceleași drepturi, obligații și condiții de alocare a investițiilor. Analiza rezultatelor politicii comerciale promovate de România denotă că, pe lângă punctele tari enumerate, a fost atestată și o evoluție ascendentă a exportului de bunuri românești, extinderea piețelor de desfacere în țările terțe. Pe lângă puncte tari, au fost depistate puncte slabe și amenințări, ca: creșterea deficitului balanței comerciale; economia națională este vulnerabilă la cataclisme naturale; comerțul exterior al României este direcționat spre spațiul european cu o cotă semnificativă, dar persistă riscul ieșirii din familia europeană a unor state, deci volumul comerțului exterior poate suporta reduceri (subcapitolul 2.1).

6. Trendul ascendent al exportului asigură sporirea fluxului de valută în țară, care, la rândul lui, are impact pozitiv asupra consumului menajelor și duce la majorarea lui. În cazul, când volumul ofertei de bunuri autohtone este sub volumul cererii populației și nu satisface preferințele consumatorului, deficitul de cerere va fi acoperit cu importul sporit (subcapitolul 2.2).

7. Analiza corelației dintre export și creșterea economică indică că legătura de cauzalitate dintre acești doi indicatori este pozitivă. Valoarea obținută de coeficientului de elasticitate denotă că majorarea exportului cu 1 punct procentual asigură creșterea PIB-lui real cu aproximativ 0,284 puncte procentuale (subcapitolul 2.3), ceea ce demonstrează relevanța promovării bunurilor autohtone pe piața externă și necesitatea perfecționării politicii comerciale a Republicii Moldova.

8. Diagnosticarea competitivității bunurilor industriei prelucrătoare a arătat că cel mai înalt avantaj a fost înregistrat de bunurile fabricate din materialele clienților, bunurile neprocesate și bunurile cu un grad scăzut de

prelucrare. Bineînțeles, trendul dat nu poate asigura Republicii Moldova o creștere economică sustenabilă și un nivel înalt al competitivității economiei naționale (subcapitolul 2.3).

9. Efectuarea analizei SWOT a politicii comerciale promovate de Republica Moldova (subcapitolul 2.3) relevă următoarele puncte tari: perfecționarea continuă a bazei legislative care stabilește promovarea politicii comerciale; elaborarea și implementarea strategiilor conexe cu promovarea exportului (SNAIPE 2016-2020 etc.); semnarea acordurilor (DCFTA, Acordul de Asociere, etc.) care au asigurat accesul pe piața UE a bunurilor autohtone (volumul fizic la mărfurile exportate în țările UE a crescut, în medie, cu 6% anual, anii 2014-2021). Punctele slabe ale politicii comerciale sunt: bunurile autohtone nu corespund standardelor europene de calitate și nu sunt competitive, de aceea nu pot profita pe deplin de accesul pe piața UE; crește volumul exportului bunurilor lohn și bunurilor neprocesate; gradul redus de diversificare a exporturilor și gradul redus de diversificare geografică. În baza sintezei rezultatelor analizei SWOT (Tabelul 2.12), au fost elaborate recomandări de perfecționare a politicii comerciale a Republicii Moldova, care sunt redată mai jos.

Realizarea obiectivelor propuse de autor la demararea demersului științific privind managementul evaluării competitivității bunurilor în contextul perfecționării politicii comerciale a Republicii Moldova a permis sistematizarea rezultatelor obținute și formularea următoarelor recomandări:

### **Recomandări de ordin teoretic**

1. Reieșind din studiul teoretico-metodic efectuat, dar și din faptul că o definiție unică cu care sunt de acord toți specialiștii în domeniu nu există, se recomandă ca conceptul de competitivitate a bunului autohton să fie definit ca: abilitatea bunului de a satisface maximal, în perioada analizată, așteptările consumatorului, de a corespunde caracteristicilor tehnice, economice, ecologice, de deservire și de altă natură, în comparație cu bunurile străine, analogice și cele substituibile ale concurenților și de a fi vândut profitabil pe piață (subcapitolul 3.1).

2. Analizând clasificarea factorilor de influență a competitivității bunurilor, utilizată în studiile anterioare a specialiștilor din domeniu, recomandăm extinderea acestora. Astfel, pe lângă grupurile de factori: calitatea, prețul, deservirea post-vânzare, elementele de marketing, propunem inserarea grupului de factori psihologici, care include patriotismul marfar (preferința de a procura bunul autohton), consumul ostentativ (efectul Veblen) și preferința de a procura bunurile hand-made (subcapitolul 3.1).

3. Ținând cont de faptul că din cinci grupuri de factori ai competitivității, doar primul grup de factori este cantitativ, iar celelalte patru sunt calitative, care trebuie estimate prin consultarea grupului de experți, se recomandă aplicarea unei noi abordări de evaluare a competitivității bunurilor în raport cu calitatea, care este propusă de autor. Această abordare se bazează pe faptul că cu cât bunul este mai calitativ, cu atât cererea în funcție de venit este mai elastică. De aceea, se propune evaluarea competitivității bunului autohton după calitate, ca raport dintre elasticitatea cererii bunului autohton în funcție de venit și elasticitatea cererii bunului importat în funcție de venit (subcapitolul 3.1).

4. Reieșind din faptul că nu toate cinci grupuri de factori ai competitivității sunt factori de influență pentru toate bunurile fără excepție și, de exemplu, în cazul bunurilor de prima necesitate, factorii principali de influență sunt prețul și calitatea, se recomandă, la evaluarea competitivității bunului, de utilizat modelele bi-factoriale, descrise în Tabelul 3.2.

5. Rezultatele cercetărilor empirice în domeniul evaluării competitivității bunurilor autohtone au demonstrat că valorile obținute în cazul unor produse sunt eronate. Această situație se explică prin prezența în economia Republicii Moldova a unor elemente ale economiei tenebre (importul ilegal, exportul ilegal și producția ascunsă), dar și a altor factori, precum: factorul uman, când se omit greșeli la codificarea mărfii livrate. Cu scopul majorării veridicității evaluării competitivității bunurilor autohtone, se recomandă aplicarea algoritmului de calcul, elaborat de autor, descris în subcapitolul 3.2.

#### **Recomandări de ordin aplicativ**

#### ***Recomandări pentru Ministerul Economiei și Infrastructurii al Republicii Moldova***

6. La elaborarea și implementarea strategiilor și programelor de promovare a exportului și de sporire a competitivității se recomandă includerea următoarelor obiective generale:

- susținerea creșterii potențialului de export;
- îmbunătățirea calității bunurilor autohtone;
- sporirea calității infrastructurii și eficientizării logisticii;
- dezvoltarea comerțului electronic și obiective specifice:
  - 1) identificarea direcțiilor prioritare de promovare a exportului în baza estimării competitivității bunurilor și potențialului de export;
  - 2) majorarea ponderii exportului produselor cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă;

- 3) diversificarea geografică și marfară a exportului bunurilor autohtone;
- 4) îmbunătățirea politicii de import ținând cont de interesele naționale ale Republicii Moldova;
- 5) sporirea calității și siguranței produselor în contextul satisfacerii cerințelor clienților potențiali;
- 6) încurajarea producătorilor autohtoni să respecte standardele internaționale de calitate;
- 7) crearea unei infrastructuri moderne industriale, comerciale, a transportului;
- 8) modernizarea și eficientizarea logisticii;
- 9) utilizarea platformelor internaționale de comerț electronic online pentru promovarea exportului;
- 10) dezvoltarea e-commerce.

Atingerea obiectivelor enumerate va asigura majorarea următorilor indicatori de impact: PIB real (%), cota exportului în PIB, gradul de acoperire a importurilor cu exporturi. În plus, vor spori indicatorii de monitorizare: gradul de diversificare a bunurilor; gradul de diversificare geografică; cota exportului bunurilor cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă în volumul total al exportului (subcapitolul 3.3). Recomandarea dată a fost oferită Ministerului Economiei și Infrastructurii al Republicii Moldova în cadrul proiectului internațional „Raportul privind evaluarea impactului strategiei naționale pentru atragerea investițiilor și promovarea exporturilor”, realizat la comanda MEI și finanțat de GIZ.

7. Pentru determinarea sectoarelor prioritare în contextul majorării cotei exportului bunurilor cu un grad de complexitate și tehnicitate înalt în volumul total al exportului, se recomandă utilizarea indicelui integral al competitivității bunurilor pe piața externă, care ia în calcul gradul de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului. Acest indice este elaborat în subcapitolul 3.1.

8. La elaborarea strategiilor și programelor de stat și pentru atingerea obiectivului de majorare a potențialului de export al Republicii Moldova, se recomandă de determinat bunurile ce dețin potențial de export, utilizând indicele simetric al avantajului comparativ relevat pe piața externă, elaborat în subcapitolul 3.2.

### ***Recomandări pentru Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene al Republicii Moldova***

9. În contextul eliminării barierelor comerciale și utilizării eficiente a instrumentelor de diplomatie comercială, care vor asigura creșterea potențialului de export al Republicii Moldova, se recomandă: efectuarea negocierilor



eficiente pentru a crea condiții favorabile pentru cooperare cu țările străine; utilizarea platformelor internaționale pentru promovarea intereselor economice naționale; aplicarea instrumentelor de protejare a pieței interne; anterior semnării acordurilor este necesar de evaluat impactul lor asupra economiei naționale (subcapitolul 3.3).

Generalizarea rezultatelor cercetării denotă că a fost elaborat un nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor, orientat spre determinarea sectoarele prioritare, care ia în calcul noi factori determinanți ai competitivității, în baza aplicării nu doar a analizei ex-post, dar și a analizei ex-ante. Aplicarea conceptului dat la elaborarea și implementarea strategiilor și programelor de stat, conexe cu promovarea exportului, majorarea competitivității, creșterea sustenabilă a economiei naționale, va asigura dezvoltarea sectoarelor producătoare de bunuri cu un grad înalt de tehnicitate și cu valoare adăugată înaltă. În plus, a fost elaborat un nou instrumentariu de indicatori de evaluare a competitivității bunurilor, care poate fi aplicat de către organele de resort pentru monitorizarea implementării strategiilor și programelor de stat menționate.

## BIBLIOGRAFIE

### Surse bibliografice în limba română

1. Acord de asociere între Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, pe de o parte, și Republica Moldova, pe de altă parte. In: *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* [online]. 2014, 30 august 2014, L260, pp. 4-643. [citată 10.08.2022]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=uriserv%3AAOJ.L.2014.260.01.0004.01.RO&toc=OJ%3AL%3A2014%3A260%3ATOC>
2. Acord de Comerț Liber între Republica Moldova și Republica Turcia [online]. *Ministerul Economiei și Infrastructurii*, 2014 [citată 10.08.2022]. Disponibil: <https://mei.gov.md/ro/content/acord-de-comert-liber-intre-republica-moldova-si-republica-turcia>
3. Acord privind zona de comerț liber, nr. 4 din 18.10.2011. In: *Tratate Internaționale* [online]. Nr. 50 art. 4 din 30.12.2016 [citată 10.08.2022]. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=117835&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=117835&lang=ro)
4. Activitatea de cercetare-dezvoltare [online]. *Institutul Național de Statistică*, 2022 [citată 20.09.2022]. Disponibil: <https://inse.ro/cms/ro/tags/activitatea-de-cercetare-dezvoltare>
5. Activitatea de cercetare-dezvoltare în anul 2008 [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 27 iulie 2009 [citată 20.09.2022]. Disponibil: <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&id=2674&idc=168>
6. Activitatea de cercetare-dezvoltare în anul 2018 [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 25 aprilie 2019 [citată 20.09.2022]. Disponibil: <https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&id=6348&idc=168>
7. Activitatea de cercetare-dezvoltare în anul 2021 [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 20 aprilie 2022 [citată 20.09.2022]. Disponibil: [https://statistica.gov.md/ro/activitatea-de-cercetare-dezvoltare-in-anul-2021-9454\\_59408.html](https://statistica.gov.md/ro/activitatea-de-cercetare-dezvoltare-in-anul-2021-9454_59408.html)
8. Belostecinic, G. Calitatea, productivitatea și evaluarea competitivității întreprinderii. In: *Economica*. 2006, nr. 3 (55), pp. 5-12. ISSN 1810-9136.
9. Belostecinic, G. Investiții străine directe și competitivitatea națională. In: *Economica*. 2005, nr. 3 (51), pp. 6-22. ISSN 1810-9136.
10. Burlacu, N. Managementul competitivității – problemele și modalitățile de asigurare a ei în activitatea de antreprenariat în Republica Moldova. In:

- Analele Academiei de Studii Economice din Moldova*. 2001, ed. 1, pp. 140-144. ISSN 1857-1433.
11. Clasificări și nomenclatoare [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 2019 [citată 20.09.2022]. Disponibil: <https://statistica.gov.md/pageview.php?l=ro&idc=385>
  12. Coban, M. Abordări metodologice privind strategia de gestionare a competitivității întreprinderii. In: *Analele Academiei de Studii Economice a Moldovei*. 2012, ed. a 10-a, pp. 99-103. ISSN 1857-1433.
  13. Coban, M. Principiile formării sistemului de gestionare strategică a competitivității întreprinderii. In: *Analele Academiei de Studii Economice a Moldovei*. 2011, ed. a 9-a, pp. 46-49. ISSN 1857-1433.
  14. Coban, M., Capațină, V. Avantajul concurențial – factor determinant al competitivității firmei. In: *Analele Academiei de Studii Economice a Moldovei*. 2013, ed. a 11-a, nr. 1, pp. 36-39. ISSN 1857-1433.
  15. Comerț exterior [online]. *Ministerul Economiei și Infrastructurii*, 2022 [citată 18.10.2022]. Disponibil: <https://mei.gov.md/ro/content/comert-exterior>
  16. Comerțul exterior, 1997-2021 [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 2022 [citată 21.09.2022]. Disponibil: <https://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/>
  17. Comerțul exterior, 1991-2021 [online]. *Institutul Național de Statistică*, 2022 [citată 21.09.2022]. Disponibil: <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>
  18. Condrea, E. *Managementul competitivității sectorului agroalimentar în contextul asigurării securității alimentare a Republicii Moldova*: tz. de doct. în științe economice. Chișinău, 2015. 215 p.
  19. Conturi naționale, 1995-2021 [online]. *Institutul Național de Statistică*, 2022 [citată 21.09.2022]. Disponibil: <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>
  20. *Conturi Naționale 2018. Conturi Regionale 2017* [online]. Chișinău. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, 2019, 76 p. [citată 18.09.2022]. Disponibil: [https://statistica.gov.md/public/files/publicatii\\_electronice/Conturi\\_nationale/Conturi\\_nationale\\_2018.pdf](https://statistica.gov.md/public/files/publicatii_electronice/Conturi_nationale/Conturi_nationale_2018.pdf)
  21. Coșer, C. Definierea conceptuală în abordarea națională și internațională a managementului competitivității. In: *Economica*. 2013, nr. 2 (84), pp. 24-29. ISSN 1810-9136.

22. Coșer, C. *Managementul competitivității produselor agroalimentare în contextul stimulării exportului din Republica Moldova*: tz. de doct. în științe economice. Chișinău, 2016. 262 p.
23. Cotelnic, A. *Managementul activității de producție*. Chisinau: Evrica, 2003. 183 p. ISBN 9975-942-09-1
24. *Economia unităților economice: Manual pentru instituțiile de învățământ superior de profil economic*. Chișinău: Tipografia centrală, 2016. 388 p. ISBN 978-9975-75-809-3
25. Gavrilă, I., Gavrilă, T. *Competitivitatea și mediul concurențial, Promovarea și protejarea concurenței în Uniunea Europeană*. București: Editura Economică, 2008. 284 p. ISBN 978-973-709-391-2.
26. Gutium, T. Avantajele competitive și dezavantajele produselor autohtone pe piața internă și piețele externe. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern., 26-27 septembrie 2014*. Chișinău: ASEM, 2014, vol. 1, pp. 218-226. ISBN 978-9975-75-715-7.
27. Gutium, T. Balanța interramurală natural-valorică ca instrument de elaborare a prognozelor și estimare a competitivității. In: *Проблемы и вызовы экономики региона в условиях глобализации: тез. V нац. научно-практической конф., 12 декабря 2019*. Комрат: Типогр. Centrografic, 2019, т. 2, pp. 118-126. ISBN 978-9975-3312-7-2.
28. Gutium, T. Comerțul exterior, competitivitatea și creșterea economiei Republicii Moldova. In: *Necessity of new Economic-Social Paradigms in the current globalization Context: Intern. Symp. Experience. Knowledge. Contemporary Challenges, May 23rd - 24th, 2019*. București: Editura ARTIFEX, 2019, pp. 467-478. ISBN 978-606-8716-44-2.
29. Gutium, T. Competitivitatea bunurilor autohtone pe piața internă. In: *60 de ani de învățământ economic superior în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic: conf. șt. intern., 27-28 septembrie 2013*. Chișinău: ASEM, 2013, vol. 1, pp. 218-222. ISBN 978-9975-75-668-6.
30. Gutium, T. Competitivitatea în condițiile economiei digitale. In: *Rolul investițiilor în dezvoltarea economiei digitale în contextul globalizării financiare: conf. șt. intern., 22-23 decembrie 2016*. Chișinău: Editura ASEM, 2017, pp. 172-173. ISBN 978-9975-75-866-6.
31. Gutium, T. Competitivitatea și elementele economiei tenebre bunurilor industriei ușoare și materialelor de construcție. In: *Tendințe contemporane ale dezvoltării științei: viziuni ale tinerilor cercetători: materialele conf. șt. a doctoranzilor, ed. a IX-a, 10 iunie 2020*. Chișinău: Tipogr. Artpoligraf, 2020, vol. 2, pp. 272-277. ISBN 978-9975-3389-7-4.

32. Gutium, T. Corelația dintre competitivitate, creștere și libertate economică. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern., 22-23 septembrie 2017*. Chișinău: Editura ASEM, 2018, vol. 1, pp. 307-312. ISBN 978-9975-75-892-5.
33. Gutium, T. Economia deschisă și balanța de plăți externe. In: *Teorie economică. Vol. II „Macroeconomie”*. Chișinău: ASEM, 2013, cap. 10, pp. 297-329. ISBN 978-9975-53-211-2.
34. Gutium, T. Elaborarea algoritmului evaluării competitivității bunurilor pe piața internă. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern., 28-29 septembrie 2018*. Materiale/Teze. Chișinău: ASEM, 2018, pp. 80-81. E-ISBN 978-9975-75-934-2.
35. Gutium, T. Elaborarea modelelor regresiei creșterii economice și competitivității. In: *Humanity at a crossroad. Between digital Economy and Need for a Paradigm of going back to Nature: Proc. of the Intern. Symp. Experience. Knowledge. Contemporary Challenges, 6th Edition, May 14rd - 15th, 2020*. București: Editura ARTIFEX, 2020, pp. 191-201. ISBN 978-606-8716-54-1.
36. Gutium, T. Evaluarea competitivității bunurilor autohtone pe piața externă. In: *Tendințe contemporane ale dezvoltării științei: viziuni ale tinerilor cercetători: materialele conf. șt. a doctoranzilor, ed. a VIII-a, 10 iunie 2019*. Chișinău: Tipogr. Biotehdesign, 2019, vol. 1, pp. 195-201. ISBN 978-9975-108-66-9.
37. Gutium, T. Evoluția comerțului exterior și estimarea competitivității produselor autohtone pe piața internă și externă. In: *Creșterea economică calitativă: aspecte teoretice și practice: culeg. de art. șt. și tz. ale comunicării șt. prezentate în cadrul conf. intern., 27 febr. 2014*. Chișinău: ASEM, 2014, pp. 131-138. ISBN 978-9975-75-687-7.
38. Gutium, T. Extinderea economiei digitale și impactul ei asupra competitivității. In: *Creșterea economică în condițiile globalizării: modele de dezvoltare durabilă: conf. intern. științifico-practică, ed. a 12-a, 12-13 octombrie 2017*. Chișinău: INCE, 2017, vol. 1, pp. 98-103. ISBN 978-9975-3171-1-5.
39. Gutium, T. Factorii de creștere a competitivității economice interne. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern., 25-26 septembrie 2015*. Chișinău: ASEM, 2015, vol. 4, pt. 1, pp. 154-161. ISBN 978-9975-75-773-7.
40. Gutium, T. Factorii externi și interni de competitivitate a bunurilor autohtone în economia Republicii Moldova. In: *25 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres*

- economic: conf. șt. intern., 23-24 septembrie 2016*. Chișinău: ASEM, 2016, vol. 2, pp. 90-94. ISBN 978-9975-75-835-2.
41. Gutium, T. Gestionarea sporirii competitivității bunurilor. In: *Știință, educație, cultură: conf. științifico-practică intern*. Comrat: Tipografia A&V Poligraf, 2021, vol. 1, pp. 32-37. ISBN 978-9975-3496-2-8.
42. Gutium, T. Impactul implementării Pachetului III Energetic în Republica Moldova asupra competitivității. In: *Innovative economic-social Approaches in the Knowledge Society: Intern. Symp. Experience. Knowledge. Contemporary Challenges, 5th ed., December 12th - 13th, 2019*. București: Editura ARTIFEX, 2019, pp. 450-459. ISBN 978-606-8716-50-3.
43. Gutium, T. Industria ușoară a Republicii Moldova: evoluția, competitivitatea, prognosticul. In: *Creșterea economică în condițiile globalizării: bunăstare și incluziune socială: conf. intern. științifico-practică, ed. a 14-a, 10-11 octombrie 2019*. Chișinău: INCE, 2019, vol. 1, pp. 106-113. ISBN 978-9975-3305-6-5.
44. Gutium, T. Interdependența dintre competitivitate și indicatorii macroeconomici. Aspect teoretic. In: *Tendențe contemporane ale dezvoltării științei: viziuni ale tinerilor cercetători: materialele conf. șt. a doctoranzilor (cu participare internațională), ed. a VII-a, 15 iunie 2018*. Chișinău: Tipogr. Biotehdesign, 2018, vol. 2, pp. 266-270. ISBN 978-9975-108-46-1.
45. Gutium, T. Modelul descriptiv de evaluare a competitivității bunurilor pe piața externă și internă. In: *International Symposium Experience. Knowledge. Contemporary Challenges „Back to the Future. Social – economic Challenges and Perspectives”*; 8th Edition, May 27th-28th, 2021. București: Editura „ARTIFEX”, 2021, pp. 496-507. ISBN 978-606-8716-59-6.
46. Gutium, T. Perfecționarea politicii comerciale a Republicii Moldova în contextul sporirii competitivității bunurilor. In: *Romania in the Year of the Centenary. The European and global socio-economic Context: Intern. Symp. Experience. Knowledge. Contemporary Challenges, December 13<sup>th</sup>-14<sup>th</sup>, 2018*. București: Editura ARTIFEX, 2018, pp. 426-437. ISBN 978-606-8716-43-5.
47. Gutium, T. Situația pe piața autohtonă și competitivitatea bunurilor. In: *Creșterea economică în condițiile globalizării: competitivitate, inovativitate, sustenabilitate: conf. intern. științifico-practică, ed. a 13-a, 11-12 octombrie 2018*. Chișinău: INCE, 2018, vol. 1, pp. 133-139. ISBN 978-9975-3202-8-3.
48. Gutium, T., Ganciuov, V. Evaluarea economiei tenebre în sectorul real și pierderilor bugetului de stat. In: *Creșterea economică în condițiile globalizării: competitivitate, inovativitate, sustenabilitate: conf. intern. științifico-practică, ed. a 13-a, 11-12 octombrie 2018*. Chișinău: INCE, 2018, vol. 1, pp. 124-129. ISBN 978-9975-3202-8-3.

49. Gutium, T., Țăruș, V. Economia deschisă. Balanța de plăți externe. In: *Macroeconomie*. Chișinău: Tipografia Centrală, 2018, cap. 11, pp. 419-463. ISBN 978-9975-53-974-6.
50. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a industriei tehnologiei informației și a ecosistemului pentru inovare digitală pe anii 2018-2023 și a Planului de acțiuni privind implementarea acesteia, nr. 904 din 24.09.2018. In: *Monitorul Oficial* [online]. Nr. 416-422, art. 1114, din 09.11.2018 [citat 30.09.2022]. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=109078&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=109078&lang=ro)
51. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012–2020, nr. 685 din 13.09.2012. In: *Monitorul Oficial* [online]. Nr. 198-204, art. 740, din 21.09.2012 [citat 30.09.2022]. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=55105&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=55105&lang=ro)
52. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei de mediu pentru anii 2014-2023 și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia, nr. 301 din 24.04.2014. In: *Monitorul Oficial* [online]. Nr. 104-109, art. 328, din 06.05.2014 [citat 30.09.2022]. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=48131&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=48131&lang=ro)
53. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei naționale de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2016-2020 și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia, nr. 511 din 25.04.2016. In: *Monitorul Oficial* [online]. Nr.114-122/565, din 29.04.2016 [citat 30.09.2022]. Disponibil: [https://mei.gov.md/sites/default/files/snaipe\\_2016-2020\\_ro.pdf](https://mei.gov.md/sites/default/files/snaipe_2016-2020_ro.pdf)
54. Manoilescu, M. *Forțele naționale productive și comerțul exterior – Teoria protecționismului și a schimbului internațional*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1986. 436 p.
55. Necula, C. *Econometrie* [online]. 2012 [citat 10.07.2022]. Disponibil: <http://www.cnp.ro/user/repository/econometrie.nivel1.v3.2.pdf>
56. Nivelul de trai al populației [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 2022 [citat 11.09.2022]. Disponibil: <https://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/>
57. Pelinescu, E., Jordan, M., Chilian, M., Simionescu, M. *Competitivitate – competitivitate regională în România*. București: Editura Universitară, 2016. 264 p. ISBN 978-606-28-0399-5.

58. Popa, A., Parmacli, D., Babii, L. *Economia antreprenoriatului*. Cahul: Tipografia „Centrografic”, 2017. 277 p. ISBN 978-9975-88-015-2.
59. Produsul intern brut și valoarea adăugată brută, CAEM Rev.2, 2010-2019 [online]. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova*, 2022 [citât 11.09.2022]. Disponibil: <http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/>
60. Raport privind activitatea Zonelor Economice Libere din Republica Moldova pentru anul 2019 [online]. *Ministerul Economiei și Infrastructurii*, 2022 [citât 11.09.2022]. Disponibil: [http://mec.gov.md/sites/default/files/activitatea\\_zel\\_in\\_anul\\_2019\\_14.07.2020\\_coordonat.pdf](http://mec.gov.md/sites/default/files/activitatea_zel_in_anul_2019_14.07.2020_coordonat.pdf)
61. Regulamentul (CEE) nr. 2658/87 al Consiliului din 23 iulie 1987 privind Nomenclatura tarifară și statistică și Tariful Vamal Comun [online]. *European Union Law*, 2022 [citât 18.09.2022]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:01987R2658-20160601&from=EN>
62. Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 2018/396 al Comisiei din 13 martie 2018 de modificare a anexei I la Regulamentul (CEE) nr. 2658/87 privind Nomenclatura tarifară și statistică și Tariful Vamal Comun [online]. *European Union Law*, 2022 [citât 18.09.2022]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0396&from=HU>
63. Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 2018/507 al Comisiei din 26 martie 2018 de modificare a anexei I la Regulamentul (CEE) nr. 2658/87 privind Nomenclatura tarifară și statistică și Tariful Vamal Comun [online]. *European Union Law*, 2022 [citât 18.09.2022]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0507&from=EL>
64. Regulamentul delegat (UE) 2020/128 al Comisiei din 25 noiembrie 2019 de modificare a anexei II la Regulamentul (UE) nr. 978/2012 al Parlamentului European și al Consiliului de aplicare a unui sistem generalizat de preferințe tarifare [online]. *European Union Law*, 2022 [citât 18.09.2022]. Disponibil: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/15e6fb83-43fc-11ea-b81b-01aa75ed71a1/language-ro/format-HTML>
65. Regulamentul (UE) 2019/287 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 februarie 2019 de punere în aplicare a clauzelor de salvagardare bilaterale și a altor mecanisme care permit retragerea temporară a preferințelor aferente anumitor acorduri comerciale încheiate între



- Uniunea Europeană și țări terțe [online]. *European Union Law*, 2022 [citată 18.09.2022]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R0287&from=EN>
66. Regulamentul (UE) Nr. 978/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 octombrie 2012 de aplicare a unui sistem generalizat de preferințe tarifare și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 732/2008 al Consiliului [online]. *European Union Law*, 2022 [citată 18.09.2022]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R0978&from=RO>
67. Rezultatele privind gestionarea Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural pentru anul 2019 prezentate de Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură în cadrul Colegiului Ministerului Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului [online]. *Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură*, 3 martie 2020 [citată 15.09.2022]. Disponibil: <http://aipa.gov.md/ro/content/rezultatele-privind-gestionarea-fndamr-pentru-anul-2019-prezentate-de-aipa-%C3%AEn-cadrul>
68. *România și Republica Moldova: Potențialul competitiv al economiilor naționale. Posibilități de valorificare pe piața internă, europeană și mondială*. București: Expert, 2004, vol. 1. 612 p. ISBN 973-618-028-X.
69. Voiculescu, D. *Competiție și competitivitate*. București: Editura Economica, 2001. 208 p. ISBN 973-590-538-8.

### **Surse bibliografice în limba engleză**

70. Al-Shuaibi, K., Zain, M., Kassim, N. Performance indicators for quality, innovation, and competitiveness: a survey on the Saudi manufacturing sector. In: *International Business Research*. 2016, vol. 9, issue 2, pp. 99-113. ISSN 1913-9004.
71. Andjelković-Pešić, M., Janković-Milić, V., Stanković, J. Significance of business quality management for increasing competitiveness of serbian economy. In: *Serbian Journal of Management*. 2012, vol. 7, no. 1, pp. 149-170. ISSN 1452-4864.
72. Athanasoglou, P., Backinezos, C., Georgiou, E. Export performance, competitiveness and commodity composition. In: *Bank of Greece Working Papers*. 2010, no. 114. 56 p. ISSN 1109-6691.
73. Balassa, B. Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage. In: *The Manchester School of Economics and Social Studies*. 1965, vol. 33, issue 2, pp. 99-123.

74. Balassa, B., Noland, M. Revealed Comparative Advantage in Japan and the United States. In: *Journal of International Economic Integration*. Autumn 1989, vol. 4, issue 2, pp. 8-22.
75. Barattieri, A. Comparative advantage, service trade, and global imbalances. In: *Journal of International Economics*. 2014, vol. 92, issue 1, pp. 1-13. ISSN 0022-1996.
76. Barney, J., Clark, D. *Resource - based theory: creating and sustaining competitive advantage*. New York: Oxford University Press, 2007. 328 p. ISBN 978-0-19-927769-8.
77. Berkowitz, D., Moenius, J., Pistor, K. Trade, law, and product complexity. In: *Review of Economics and Statistics*. 2006, vol. 88, issue 2, pp. 363-373. ISSN 0034-6535.
78. Bhagwati, J. *Free Trade Today*. Princeton: Princeton University Press, 2003. 144 p. ISBN 0-691-11730-6.
79. Bhagwati, J. *Termites in the Trading System: How Preferential Agreements Undermine Free Trade*. Oxford: Oxford University Press, 2008. 139 p. ISBN 978-0-19-533165-3.
80. Chor, D. Unpacking sources of comparative advantage: a quantitative approach. In: *Singapore Management University Economics & Statistics Working Paper Series* [online]. October 2008, paper no. 13-2008, 50 p. [citat 10.07.2022]. Disponibil: [https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=1950&context=soe\\_research](https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=1950&context=soe_research)
81. Chursin, A., Makarov, Y. *Management of Competitiveness: Theory and Practice*. Switzerland: Springer International Publishing, 2015. 378 p. ISBN 978-3-319-16243-0.
82. Costinot, A., Donaldson, D., Komunjer, I. What goods do countries trade? A quantitative exploration of Ricardo's ideas. In: *Review of Economic Studies*. 2012, vol. 79, issue 2, pp. 581–608. ISSN 0034-6527.
83. Dalum, B., Laursen, K., Villumsen, G. Structural change in OECD export specialisation patterns: de-specialisation and 'Stickiness'. In: *International Review of Applied Economics*. 1998, vol. 12, issue 3, pp. 447–467. ISSN 0269-2171.
84. Doing Business [online]. *The World Bank*, 2022 [citat 10.09.2022]. Disponibil: <https://www.doingbusiness.org/en/custom-query>
85. Dunning, J. Location and the Multinational Enterprise: A Neglected Factor? In: *Journal of International Business Studies*. 2009, vol. 40, issue 1, pp. 5-19. ISSN 0047-2506.

86. Dunning, J. *Multinationals, technology, and competitiveness*. London: Unwin Hyman, 1988. 280 p. ISBN 0-044-45175-X.
87. Dunning, J. The Eclectic Paradigm of International Production: a Restatement and Some Possible Extensions. In: *Journal of International Business Studies*. 1988, vol. 19, issue 1, pp. 1-31. ISSN 0047-2506.
88. Dunning, J., Lundan, S. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 2008. 920 p. ISBN 978-1-84376-525-7.
89. Electricity prices – bi-annual data (from 2007 onwards) [online]. *Eurostat*, 2022 [citat 15.09.2022]. Disponibil: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nrg\\_pc\\_205&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nrg_pc_205&lang=en)
90. Erkan, B., Sariçoban, K. Comparative Analysis of the Competitiveness in the Export of Science-Based Goods Regarding Turkey and the EU+13 Countries. In: *International Journal of Business and Social Science*. July 2014, vol. 5, no. 8(1), pp. 117-130. ISSN 2219-1933.
91. Foreign trade of the Republic of Moldova [online]. *UN Comtrade*, 2022 [citat 22.10.2022]. Disponibil: <https://comtrade.un.org/data/>
92. Global Competitiveness Report [online]. *World Economic Forum*, 2022 [citat 22.10.2022]. Disponibil: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report>
93. Global Ecommerce Report [online]. *Ecommerce Foundation*, 2022 [citat 22.10.2022]. Disponibil: <https://www.ecommerce-europe.eu>
94. Grubel, H., Lloyd, P. The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. In: *The Economic Record*. 1971, vol. 47, issue 120, pp. 494-517.
95. Grupp, H. The measurement of technical performance of innovations by technometrics and its impact on established technology indicators. In: *Research Policy*. 1994, vol. 23, issue 2, pp. 175-193. ISSN 0048-7333.
96. Gutium, T. Analysis of trading partners' practices for improving the commercial policy of the Republic of Moldova. In: *The Journal Contemporary Economy*. 2021, Volume 6, Issue 1, pp. 159-172. ISSN 2537 – 4222.
97. Gutium, T. Classification of the competitiveness' factors and new approaches to assessing the competitiveness. In: *Economy and sociology*. 2018, no. 2, pp. 65-74. ISSN 1857-4130.
98. Gutium, T. Competitiveness of goods and classification of influence factors. In: *Intellectus*. 2018, no. 4, pp. 64-72. ISSN 1810-7079.
99. Gutium, T. Conceptual approach of competitiveness and interdependence between competition and competitiveness. In: *Economica*. 2017, no. 3 (101), pp. 59-71. ISSN 1810-9136.

100. Gutium, T. Foreign trade policy of the Republic of Moldova: analysis and trends. In: *Romanian Statistical Review – Supplement*. 2021, Volume 4, pp. 174-184. ISSN 2359 – 8972.
101. Gutium, T. Gas Pricing Mechanisms: Overview, Comparative Analysis and Recommendations. In: *2021 International Conference on Electromechanical and Energy Systems (SIELMEN)*, October 6-8. Iași, Romania, 2021, pp. 045-050. ISBN:978-1-6654-0079-4. DOI: 10.1109/SIELMEN53755.2021.9600393
102. Gutium, T. Impact of the COVID-19 pandemic and of a drought on the plant production of the Republic of Moldova. In: *Competitivitatea și Inovarea în Economia Cunoașterii, conferință științifică internațională, ediția a 22-a, 25-26 septembrie 2020*. Culegere de articole științifice. Chișinău: Centrul Editorial-Poligrafic al ASEM, 2020, pp. 719-727. ISBN 978-9975-75-985-4.
103. Gutium, T. Implementation of the foreign trade policy of the Republic of Moldova. In: *Dezvoltarea economico-socială durabilă a Euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere*, conferința internațională, a XVI-a ediție, 30 octombrie 2020. Iași: Performantica, 2020, vol. XXXVII, pp. 233-247. ISBN 978-606-685-742-0.
104. Gutium, T. Methodological approach to the elaboration of indicators for quantifying the competitiveness of goods. In: *Economy and sociology*. 2020, no. 1, pp. 74-85. ISSN 1857-4130. DOI: 10.36004/nier.es.2020.1-07
105. Gutium, T. Quality and competitiveness of education in the Republic of Moldova in global indices. In: *Euromentor Journal – Studies about education*. 2021, vol. XII, no. 4/December, pp. 38-48. ISSN 2067-7839.
106. Gutium, T. Quantifying the comparative advantage of domestic goods on the internal market. In: *The Journal Contemporary Economy*. 2018, vol. 3, issue 1, pp. 38-45. ISSN 2537-4222.
107. Gutium, T. Streamlining the foreign trade policy of the Republic of Moldova. In: *Информация и инновации*. 2021, том. 16, № 2, с. 59-69. ISSN 1994-2443. DOI: 10.31432/1994-2443-2021-16-2-59-69.
108. Gutium, T. The Correlation between Energy Resources Tariffs, Inflation and Competitiveness. In: *2019 International Conference on Electromechanical and Energy Systems (SIELMEN), October 9-11, 2019*. 2019, pp. 427-432. ISBN: 978-1-7281-4012-4. DOI: 10.1109/SIELMEN.2019.8905860
109. Gutium, T. et al. Analysis of the Impact of Tariff Levels on Energy and Other Services on Macroeconomic Indicators. In: *2017 International Conference on Electromechanical and Power Systems (SIELMEN), October 11-*

- 13, 2017. 2017, pp. 531-534. ISBN 978-1-5386-1847-9. DOI: 10.1109/SIELMEN.2017.8123395
110. Gutium, T., Postolaty, V. Energy Resource Tariffs as a Tool for Comparing and Influencing Macroeconomic Indicators and Competitiveness. In: *2019 International Conference on Electromechanical and Energy Systems (SIELMEN), October 9-11, 2019*. 2019, pp. 433-437. ISBN: 978-1-7281-4012-4. DOI: 10.1109/SIELMEN.2019.8905882
111. Haberler, G. *The theory of international trade with its applications to commercial policy*. London; Edinburgh; Glasgow: William Hodge & Company, Limited, 1961. 408 p.
112. Hausmann, R., Hidalgo, C. The network structure of economic output. In: *Journal of Economic Growth*. 2011, vol. 16, issue 4, pp. 309–342. ISSN 1381-4338.
113. Hidalgo, C., Klinger, B., Barabasi, A., Hausmann, R. The product space conditions the development of nations. In: *Science*. 2007, vol. 317, issue 5837, pp. 482-487. ISSN 1095-9203.
114. Hoen, A., Oosterhaven, J. On the Measurement of Comparative Advantage. In: *The Annals of Regional Science*. 2006, vol. 40, issue 3, pp. 677-691. ISSN 0570-1864.
115. Horvath, Lajos, Huskova, Marie, Kokoszka, Piotr. Testing the stability of the functional autoregressive process. In: *Journal of Multivariate Analysis*. 2010, vol. 101, issue 2, pp. 352-367. ISSN 0047-259X.
116. How the European Commission ensures the safety and quality of agricultural and food products, supports producers and communities, and promotes sustainable practices [online]. *European Commission*, 2022 [citat 10.09.2022]. Disponibil: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries>
117. Hufbauer, G. The Impact of National Characteristics & Technology on the Commodity Composition of Trade in Manufactured Goods. In: *The Technology Factor in International Trade*. New York: Columbia University Press, 1970, pp. 145-231. ISBN 0-87014-208-9.
118. International trade statistics [online]. *World Trade Organization*, 2022 [citat 10.10.2022]. Disponibil: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.GNFS.CD>
119. Kenzhebayeva, Z., Toiganbayeva, A., Akhmetova, S. Problems of increasing the competitiveness of the national economy of the Republic of Kazakhstan. In: *Актуальні Проблеми Економіки*. 2014, no. 5 (155), pp. 113-118. ISSN 1993-6788.
120. Krugman, P. Competitiveness – a dangerous obsession. In: *Foreign Affairs*. 1994, vol. 73, no. 2, pp. 28-44. ISSN 0015-7120.

121. Krugman, P. Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade. In: *Journal of International Economics*. 1979, vol. 9, issue 4, pp. 469-479. ISSN: 0022-1996.
122. Lafay, G. The Measurement of Revealed Comparative Advantages. In: Dagenais, M., Muet, P., eds. *International Trade Modelling*. London: Chapman & Hill, 1992, pp. 209-234.
123. Laursen, K. Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation. In: *DRUID Working Paper*. 1998, no. 98-30, 14 p. ISBN 87-7873-069-4.
124. Linder, S. *An Essay on Trade and Transformation*. Uppsala: Almqvist & Wiksells Boktryckeri AB, 1961. 167 p.
125. Michaely, M. *Concentration in International Trade*. Amsterdam: North-Holland Publishing Company, 1962, 167 p.
126. Moseiko, V., Korobov, S., Frolov, D. Socio-Economic Systems' Competitiveness Assessment Method. In: *Asian Social Science*. 2015, vol. 11, issue 20, pp. 1-9. ISSN 1911-2017.
127. Ohlin, B. *Interregional and international trade*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1968. 324 p.
128. Ohlin, B. Some Insufficiencies in The Theories of International Economic Relations. In: *Essays in international finance*. 1979, no. 134. 17 p. ISSN 0071-142X.
129. Peneder, Michael. Competitiveness and industrial policy: from rationalities of failure towards the ability to evolve. In: *Cambridge Journal of Economics*. 2017, vol. 41, issue 3, pp. 829-858. ISSN 0309-166X.
130. Porter, M. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press, 2004. 557 p. ISBN 0-743-26087-2.
131. Porter, M. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction*. New York: Free Press, 1998. 396 p. ISBN 0-684-84148-7.
132. Porter, M. The Competitive Advantage of Nations. In: *Harvard Business Review*. 1990, March-April, pp.73-91. ISSN 0017-8012.
133. Posner, M. International Trade and Technical Change. In: *Oxford Economic Papers*. 1961, vol. 13, issue 3, pp. 323-341.
134. Prestowitz, C. Playing to Win. In: *Foreign Affairs*. 1994, vol. 73, no. 4, pp. 186-189. ISSN 0015-7120.
135. Proudman, J., Redding, St. Evolving Patterns of International Trade. In: *Review of International Economics*. 2000, vol. 8, issue 3, pp. 373-396. ISSN 0965-7576.

136. Ricardo, D. *On The Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray, 1817. 589 p.
137. Scharping, R. Rule-Based Competition. In: *Foreign Affairs*. 1994, vol. 73, no. 4, pp. 192-194. ISSN 0015-7120.
138. Siggel, E. International competitiveness and comparative advantage: a survey and a proposal for measurement. In: *Journal of Industry, Competition and Trade*. 2006, vol. 6, issue 2, pp. 137-159. ISSN 1573-7012.
139. Siudek, T., Zawojcka, A. Competitiveness in the economic concepts, theories and empirical research. In: *Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia*. 2014, vol. 13, issue 1, pp. 91-108. ISSN 1644-0757.
140. Smith, A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edinburgh: University Press, 1827. 404 p.
141. Stratan, A., Gutium, T. Challenges and incentives for the growth of the competitiveness of the Moldovan economy. In: *Quality Assurance as the Main Factor of Competitive Economic Development. Proceedings of the International Scientific – Practical Conference Dedicated to the 99th Birthday Anniversary of Nationwide Leader Aliyev, May 5, 2022*. Baku: Baku Business University Press, 2022, pp. 17-22. ISBN 978-9952-8455-0-1.
142. Sujová, A., Hlaváčková, P., Marcineková, K. Evaluating the Competitiveness of Wood Processing Industry. In: *Drvna industrija*. 2015, vol. 66, issue 4, pp. 281-288. ISSN 0012-6772.
143. *System of National Accounts 1993* [online]. Brussels, 1993, 814 p. [citat 10.05.2022]. Disponibil: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/1993sna.pdf>
144. *System of National Accounts 2008* [online]. New York, 2009, 662 p. [citat 10.05.2022]. ISBN 978-92-1-161522-7. Disponibil: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf>
145. Trade Logistics in the Global Economy [online]. *The World Bank*, 2020 [citat 15.10.2022]. Disponibil: <https://lpi.worldbank.org>
146. Vernon, R. International Investment and International Trade in the Product Cycle. In: *Quarterly Journal of Economics*. 1966, May, pp. 190-207.
147. Vernon, R. The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment. In: *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 1979, vol. 41, issue 4, pp. 255-267.
148. Vollrath, T. A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. In: *Review of World Economics*. 1991, vol. 127, issue 2, pp. 265-280. ISSN 1610-2878.

149. Yu, R., Cai, J., Leung, P. The Normalized Revealed Comparative Advantage Index. In: *The Annals of Regional Science*. 2009, vol. 43, issue 1, pp. 267-282. ISSN 0570-1864.
150. Zavyalova, M. The basis of competitiveness of enterprise products. In: *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej*. 2017, no. 4, pp. 85-92. ISSN 1895-9911.

### **Surse bibliografice în limba franceză**

151. Lambin, J., Moerloose, Ch. *Marketing stratégique et opérationnel. La démarche marketing dans l'économie numérique*. Paris: Dunod, 2016. 608 p. ISBN 978-2-10-074546-3.
152. *Sciences économiques et sociales: Tle ES*. Coord. Montoussé, M. Paris: Éditions Bréal, 2007. 511 p. ISBN 978-2-7495-0688-3.

### **Surse bibliografice în limba rusă și ucraineană**

153. Азоев, Г., Челенков, А. *Конкурентные преимущества фирмы*. Москва: ОАО Типография Новости, 2000. 254 с. ISBN 5-88149-045-2.
154. Белый, Е., Барашков, С. Конкурентоспособность и качество продукции: два уровня управления. В: *Маркетинг*. 2002, № 4, с. 29-34. ISSN 0869-3722.
155. Валовий внутрішній продукт (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя) [online]. *Державна служба статистики України*, 2022 [cit 20.09.2022]. Disponibil: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
156. Валовой внутренний продукт [online]. *Минфин*, 2022 [cit 20.09.2022]. Disponibil: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>
157. Внешняя торговля [online]. *Федеральная служба государственной статистики*, 2022 [cit 20.09.2022]. Disponibil: [https://rosstat.gov.ru/statistics/vneshnyaya\\_torgovlya](https://rosstat.gov.ru/statistics/vneshnyaya_torgovlya)
158. Галелюк, М. Система управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия. В: *Вестник экономической науки Украины*. 2008, № 2 (14), с.15-21. ISSN 1729-7206.
159. Гутюм, Т., Колесникова, Т. Взаимосвязь между конкурентоспособностью и благосостоянием. In: *Proceedings of the International Scientific Practical Conference on „Priority directions of international economic relations in the XXI century”*, May 22, 2020. Баки: Mütərcim, 2020, pp. 256-261. ISBN 978-9952-28-532-1.
160. Гутюм, Т. Концептуализация и совершенствование менеджмента конкурентоспособности товара. В: *Информация и инновации*. 2020, т.



- 15, № 4, с. 43-56. ISSN 1994-2443. DOI: 10.31432/1994-2443-2020-15-4-43-56.
161. Гутюм, Т. Менеджмент оценки конкурентоспособности товаров. In: *Proceedings of the International Scientific Practical Conference on „Priority directions of international economic relations in the XXI century”*, May 22, 2020. Baki: Mütərcim, 2020, pp. 377-382. ISBN 978-9952-28-532-1.
162. Гутюм, Т. Разработка алгоритма расчёта конкурентоспособности товаров на внутреннем рынке и его место в классификаторе методов оценки конкурентоспособности. В: *Информация и инновации*. 2019, т. 14, № 1, с. 59-66. ISSN 1994-2443.
163. Гутюм, Т. Энергетический рынок Молдовы: структура, тарифы и их влияние на конкурентоспособность. В: *Энергетика: управление, качество и эффективность использования энергоресурсов: IX Международная научно-техническая конференция, 11 - 12 марта, 2019*. Благовещенск: Амурский государственный университет, 2019, с. 537-541. ISBN 978-5-93493-325-9.
164. Гутюм, Т., Перчинская, Н. Факторы конкурентоспособности российской и молдавской экономик (сравнительный анализ). В: *Россия и новые государства Евразии*. 2019, № II (XLIII), с. 170-184. ISSN 2073-4786.
165. Договор о Евразийском экономическом союзе [online]. *Евразийская экономическая комиссия*, 2022 [citat 30.08.2022]. Disponibil: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_razv\\_integr](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_razv_integr)
166. Емадаков, Р. Анализ факторов формирования конкурентоспособности предприятия. В: *Вестник Марийского государственного университета серия «Сельскохозяйственные науки. Экономические науки»*. 2018, т. 4, № 1, с. 68-78. ISSN 2411-9687.
167. Завьялов, П. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах*. Москва: ИНФРА-М, 2002. 496 с. ISBN 5-16-000011-9.
168. Зовнішня торгівля товарами (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя) [online]. *Державна служба статистики України*, 2022 [citat 20.09.2022]. Disponibil: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
169. Клименко, О., Оберемко, В. Критерии и методы проведения комплексной оценки конкурентоспособности организации и их совершенствование. В: *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2013, №4, с. 188-193. ISSN 2071 – 7792.

170. Ламбен, Ж. *Стратегический маркетинг. Европейская перспектива*. СПб.: Наука, 1996. 589 с. ISBN 5-02-024833-9.
171. Леонтьев, В.В. *Межотраслевая экономика*. М.: Экономика, 1997. 479 с. ISBN 5-282-00832-7.
172. Лифиц, И. *Конкурентоспособность товаров и услуг*. Москва: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. 460 с. ISBN 978-5-9692-0464-5.
173. «Молочка» без молока: что обнаружили эксперты? В: *Экономическое обозрение*. Логос пресс [online]. № 3 (1217), 02 February 2018 [citat 05.04.2018]. Disponibil: <http://p.logos.press.md/node/64665>
174. Нагапетьянц, Н. *Маркетинг в отраслях и сферах деятельности*. Москва: Вузовский учебник, 2007. 272 с. ISBN 978-5-9558-0030-1.
175. Наукова та інноваційна діяльність України [online]. *Державна служба статистики України*, 2022 [citat 20.09.2022]. Disponibil: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ni.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ni.htm)
176. Национальные счета [online]. *Федеральная служба государственной статистики*, 2022 [citat 20.09.2022]. Disponibil: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts>
177. Национальный проект «Международная кооперация и экспорт» [online]. *Правительство Российской Федерации*, 2022 [citat 20.09.2022]. Disponibil: <http://government.ru/projects/selection/739/>
178. Перчинская, Н., Гутюм, Т. Причины снижения конкурентоспособности экономики Молдовы. *Россия и новые государства Евразии*. 2017, № I (XXXIV), с. 101-108. ISSN 2073-4786.
179. Подборнова, Е. Методические подходы к оценке конкурентоспособности промышленных предприятий. В: *Аудит и финансовый анализ*. 2012, №1, с. 96-102. ISSN 0236 – 2988.
180. Пойсик, М. Достижения со знаком минус. В: *Аргументы и факты*. 2018, № 45, с. 13.
181. Портер, М. *Международная конкуренция*. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с. ISBN 5-7133-0413-2.
182. Протокол о применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер по отношению к третьим странам [online]. *Евразийская экономическая комиссия*, 2022 [citat 20.09.2022]. Disponibil: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/podm/Documents/2\\_EAEU\\_Treaty\\_Annex8\\_Protocol.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/podm/Documents/2_EAEU_Treaty_Annex8_Protocol.pdf)

183. Рафел, М., Рафел, Н. *Как завоевать клиента*. СПб: Питер Пресс, 1996. 352 с. ISBN: 5-88782-059-4.
184. Руденок, О., Руднева, Л. *Управление конкурентоспособностью продукции*. Тюмень: ТюмГНГУ, 2014. 152 с. ISBN 978-5-9961-0804-6.
185. Сафиуллин, Л., Сафиуллин, А., Хазиахметов, Б. *Структурное исследование конкурентоспособности Республики Татарстан*. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2011. 247 с. ISBN 978-5-98180-906-4.
186. Сафиуллин, Н., Сафиуллин, Л. *Конкурентоспособность: теория и методология*. Казань: Центр инновационных технологий, 2008. 162 с. ISBN 978-5-93962-314-8.
187. Сорокина, Г., Сотников, А., Захаров, А. Проблемы оценки конкурентоспособности продукции автомобилестроения. В: *Известия МГТУ «МАМИ»*. 2010, № 2(10), с. 214-219. ISSN 2074-0530.
188. Стрекалов, А., Колчин, А., Овсянников, М. Система менеджмента конкурентоспособности наукоемкого производства. В: *Вестник Уфимского Государственного Авиационного Технического Университета*. 2006, т. 7, № 2 (15), с.3-9. ISSN 1992-6502.
189. Трунина, И. Методологические подходы к механизму оценки конкурентоспособности предпринимательской деятельности. В: *Вестник Брестского государственного технического университета*. 2013, №3, с. 30-33. ISSN 1818-1112.
190. Фатхутдинов, Р. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление*. Москва: Инфра-М, 2000. 312 с. ISBN: 5-16-000313-4.
191. Фатхутдинов, Р. *Менеджмент конкурентоспособности товара*. М.: Изд-во АО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1995. 55 с. ISBN 987-5-870-57024-7.
192. Фатхутдинов, Р. *Стратегический маркетинг*. СПб.: Питер, 2006. 352 с. ISBN 5-469-01113-5.
193. Федеральный закон от 03.10.2014 г. № 279-ФЗ О ратификации Договора о Евразийском экономическом союзе [online]. *Администрация Президента России*, 2022 [citat 20.09.2022]. Disponibil: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201410040001.pdf>
194. Фролова, И., Пасечникова, Л. Концепция эффективного управления конкурентоспособностью организаций. В: *Вестник Оренбургского Государственного Университета*. 2011, №13 (132), с. 484-487. ISSN 1814-6457.
195. Фурс, И. *Конкурентоспособность продовольственных товаров*. Минск: УП «ИВЦ Минфина», 2004. 346 с. ISBN 985-6648-68-8.

196. Члены Высшего Евразийского экономического совета согласовали размеры нормативов распределения сумм ввозных таможенных пошлин [online]. *Евразийская экономическая комиссия*, 2022 [citat 25.09.2022]. Disponibil: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/02-10-2019-5.aspx>
197. *Экономика и управление, финансы и право: словарь-справочник*. Под ред. Кураков, Л. Москва: Вуз и школа, 2004. 1288 с. ISBN 5-94378-076-9.
198. *Экономический словарь*. Под ред. Азрилияна, А. Москва: Институт новой экономики, 2008. 1152 с. ISBN 5-89378-025-6.

## **ANEXE**

## Tratarea indicatorilor care afectează valoarea Produsului Intern Brut

Sistemul de Conturi Naționale - 1993 (metodologia veche)	Sistemul de Conturi Naționale al Națiunilor Unite, versiunea 2008 / Sistemul European de Conturi, versiunea 2010 (metodologia nouă)
<b>Cheltuieli pentru cercetare și dezvoltare</b>	
Cheltuielile date nu se tratau ca valoare adăugată, se considerau consum intermediar.	Toate cheltuielile de cercetare și dezvoltare se divizează în două grupuri: care aduc venit și cele care nu aduc venit. Primele reprezintă active și se tratează ca formare brută de capital fix (investiții), adică una din componente a PIB-lui. Al doilea grup, deoarece nu aduce venit și nu creează valori adăugate, rămâne parte componentă a consumului intermediar.
<b>Cheltuieli militare (cheltuieli pentru armament)</b>	
Aceste cheltuieli au fost definite drept consum intermediar, indiferent de termenul lor de exploatare.	Cheltuielile pentru armamentul care se utilizează mai mult de un an se clasifică ca active durabile, deci reprezintă parte componentă a formării brute de capital fix.
<b>Producția Băncii Naționale</b>	
Deoarece Banca Națională este o instituție publică care oferă servicii non-piață, la evaluarea producției Băncii Naționale se aplica metoda cheltuielilor.	Producția Băncii Naționale se divizează în două grupuri: producția destinată pieței și producția non-piață. Ambele grupuri sunt estimate în conformitate cu cerințele Sistemului de Conturi Naționale.
<b>Serviciile intermediarilor financiari indirect măsurate</b>	
Aceste cheltuieli au fost atribuite consumului intermediar.	Conform metodologiei noi, evaluarea serviciilor date este efectuată după o altă metodă de calcul, numai pentru soldul creditelor și depozitelor, utilizând formule speciale, iar rezultatele calculelor sunt împărțite între consumul intermediar, consumul final al gospodăriilor, administrației publice și instituțiilor non-profit.
<b>Chiria imputată</b>	
Conform metodologiei vechi include doar cheltuielile pentru întreținerea apartamentelor, caselor de locuit.	Pentru evaluarea chiriei imputate sunt luate în calcul prețurile de piață ale fondului locativ, calitatea locuințelor (materialele de construcție, amplasarea blocurilor, etajul etc.).

*Sursa: sistematizat de autor [143] [144] [27, p. 119].*

**Testarea statistică a modelului regresiei liniare**  
 **$PIB=f(X,D99,D09)$**

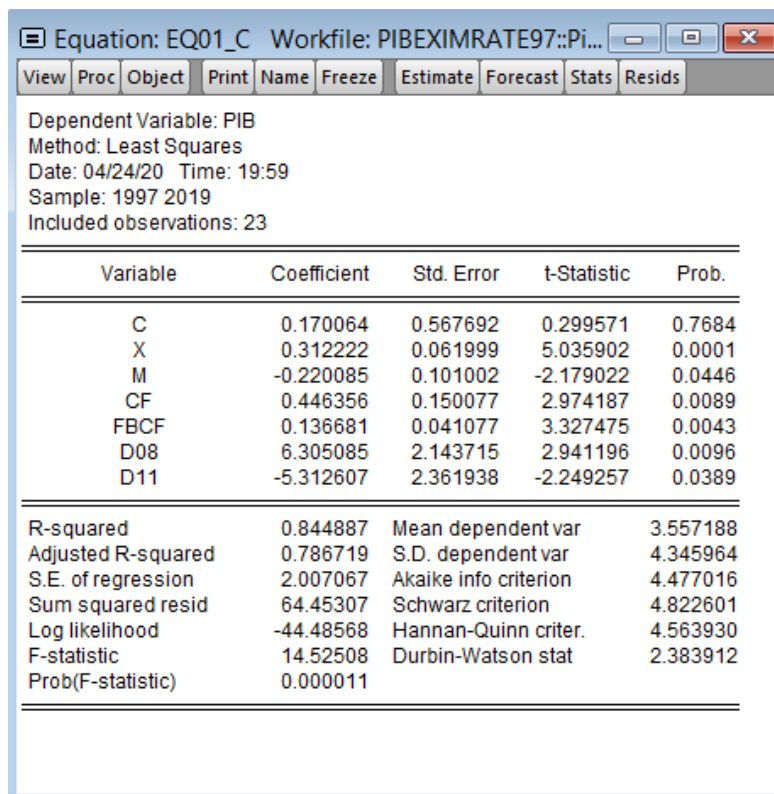
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.543285	0.725541	3.505365	0.0024
X	0.205581	0.049028	4.193164	0.0005
D09	-7.104218	2.849992	-2.492716	0.0221
D99	-6.580586	2.757275	-2.386626	0.0276

R-squared	0.671528	Mean dependent var	3.557188
Adjusted R-squared	0.619664	S.D. dependent var	4.345964
S.E. of regression	2.680217	Akaike info criterion	4.966444
Sum squared resid	136.4877	Schwarz criterion	5.163921
Log likelihood	-53.11410	Hannan-Quinn criter.	5.016109
F-statistic	12.94785	Durbin-Watson stat	2.063182
Prob(F-statistic)	0.000077		

*Sursa: elaborat de autor cu ajutorul pachetului EViews.*

**Testarea statistică a modelului regresiei liniare**  
 **$PIB=f(X,M,FC,GFCF,D08,D11)$**



Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.170064	0.567692	0.299571	0.7684
X	0.312222	0.061999	5.035902	0.0001
M	-0.220085	0.101002	-2.179022	0.0446
CF	0.446356	0.150077	2.974187	0.0089
FBCF	0.136681	0.041077	3.327475	0.0043
D08	6.305085	2.143715	2.941196	0.0096
D11	-5.312607	2.361938	-2.249257	0.0389

R-squared	0.844887	Mean dependent var	3.557188
Adjusted R-squared	0.786719	S.D. dependent var	4.345964
S.E. of regression	2.007067	Akaike info criterion	4.477016
Sum squared resid	64.45307	Schwarz criterion	4.822601
Log likelihood	-44.48568	Hannan-Quinn criter.	4.563930
F-statistic	14.52508	Durbin-Watson stat	2.383912
Prob(F-statistic)	0.000011		

*Sursa: elaborat de autor cu ajutorul pachetului EViews.*



## Structura exportului pe principalele țări de destinație a mărfurilor, %

Țări	2010	2011	2012	2013	2014	2015
România	15,99	16,98	16,50	16,93	18,55	22,69
Turcia	4,38	3,31	2,59	5,24	4,47	3,28
Federația Rusă	26,21	28,22	30,30	26,02	18,11	12,24
Germania	4,89	4,80	3,25	4,66	5,88	5,96
Italia	9,56	9,70	9,36	7,63	10,40	10,02
Elveția	1,13	0,36	0,24	1,97	2,10	1,80
Polonia	3,03	3,88	3,43	3,51	2,75	3,48
Ucraina	5,94	6,90	5,66	5,78	4,67	2,33
Republica Cehă	0,51	0,51	0,78	1,06	1,28	1,41
Bulgaria	1,22	1,53	1,57	1,34	1,62	1,43
Belarus	5,21	3,41	3,73	3,72	5,76	6,69
Spania	0,05	0,09	0,70	0,45	0,50	0,94
Grecia	1,15	1,08	0,62	1,04	1,14	1,29
Ungaria	0,53	1,05	1,33	0,65	0,24	0,22
Regatul Țărilor de Jos (Netherlands)	0,69	0,78	0,77	0,65	0,88	1,23
Franța	1,51	1,08	1,40	1,46	1,61	2,19
Statele Unite ale Americii	1,43	1,12	1,39	1,04	1,37	1,12
Liban	0,22	0,12	0,08	0,09	0,44	0,44
Serbia	0,12	0,15	0,16	0,07	0,10	0,13
Austria	0,70	0,56	0,83	0,79	1,02	1,10
Belgia	0,49	0,42	0,44	0,34	0,48	0,48
Georgia	0,80	0,60	0,85	1,15	1,05	0,91
Slovacia	0,35	0,28	0,27	0,32	0,35	0,45
Portugalia	0,00	0,16	0,26	0,11	0,02	0,02
Emiratele Arabe Unite	0,02	0,02	0,08	0,04	0,02	0,04
Kazahstan	1,98	2,05	2,33	1,62	1,94	2,98
Cipru	0,01	0,06	0,21	0,36	0,30	0,36
Israel	0,18	0,08	0,10	0,19	0,12	0,12
Alte țări	11,72	10,70	10,78	11,76	12,83	14,66

Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].

## Continuarea anexei 4

### Structura exportului pe principalele țări de destinație a mărfurilor, %

Țări	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>România</b>	25,09	24,77	29,27	27,54	28,64	26,51
<b>Turcia</b>	3,01	4,29	3,96	6,32	6,96	9,98
<b>Federația Rusă</b>	11,40	10,50	8,08	8,99	8,79	8,78
<b>Germania</b>	6,19	6,85	8,13	8,85	9,14	7,81
<b>Italia</b>	9,67	9,73	11,44	9,61	8,66	7,63
<b>Elveția</b>	2,18	1,82	2,22	3,07	2,49	3,78
<b>Polonia</b>	3,59	4,24	3,62	4,07	4,45	3,45
<b>Ucraina</b>	2,43	2,70	2,97	2,88	2,82	2,95
<b>Republica Cehă</b>	1,38	1,23	1,58	2,33	3,26	2,51
<b>Bulgaria</b>	3,72	3,22	1,79	2,27	2,36	2,47
<b>Belarus</b>	5,06	4,54	3,22	2,89	2,67	2,16
<b>Spania</b>	0,92	1,15	0,94	1,37	1,40	2,00
<b>Grecia</b>	1,44	1,22	1,38	1,41	1,10	1,42
<b>Ungaria</b>	0,45	0,41	0,30	0,40	1,11	1,33
<b>Regatul Țărilor de Jos (Netherlands)</b>	1,32	1,15	1,39	1,36	1,46	1,14
<b>Franța</b>	2,19	2,10	1,79	1,30	1,20	1,03
<b>Statele Unite ale Americii</b>	0,83	0,78	0,80	0,88	1,04	1,01
<b>Liban</b>	0,55	0,33	0,52	0,52	0,47	0,79
<b>Serbia</b>	0,18	0,45	0,77	0,31	0,39	0,76
<b>Austria</b>	1,33	1,69	1,45	1,11	0,92	0,70
<b>Belgia</b>	0,48	0,53	0,55	0,48	0,51	0,66
<b>Georgia</b>	0,83	0,74	0,77	0,75	0,92	0,62
<b>Slovacia</b>	0,33	0,41	0,65	0,45	0,41	0,52
<b>Portugalia</b>	0,27	0,24	0,35	0,30	0,38	0,52
<b>Emiratele Arabe Unite</b>	0,04	0,10	0,43	0,07	0,03	0,46
<b>Kazahstan</b>	0,64	0,70	0,60	0,36	0,56	0,44
<b>Cipru</b>	0,18	0,32	0,39	0,35	0,41	0,43
<b>Alte țări</b>	13,90	13,63	10,47	9,52	7,25	7,73

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

## ANEXA 5

## Structura importului pe principalele țări de destinație a mărfurilor, %

Țări	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Federația Rusă	15,21	15,85	15,67	14,35	13,49	13,44
China	8,31	7,70	7,98	8,72	9,05	9,19
România	10,03	11,06	11,90	13,15	15,10	13,92
Ucraina	13,71	12,35	11,40	12,00	10,28	9,31
Germania	7,64	7,62	7,42	7,20	8,03	8,06
Turcia	5,34	7,07	7,45	6,94	5,66	7,15
Italia	7,02	6,71	6,28	6,28	6,61	7,00
Polonia	2,73	2,59	2,92	2,60	2,93	3,07
Franța	1,77	1,68	1,99	1,85	1,76	2,03
Belarus	3,09	3,75	3,30	3,25	2,67	2,11
Ungaria	1,65	1,93	1,71	1,83	1,61	1,74
Republica Cehă	1,11	1,15	1,25	1,26	1,25	1,28
Statele Unite ale Americii	1,60	1,54	1,52	1,34	1,44	1,27
Spania	0,74	0,78	0,80	0,85	0,89	1,12
Austria	1,54	1,65	2,36	2,34	2,08	2,25
Bulgaria	1,27	1,28	1,50	1,51	1,53	1,72
Regatul Țărilor de Jos (Netherlands)	1,06	0,95	0,93	0,89	1,06	1,05
Japonia	0,89	0,84	0,59	0,68	0,86	1,05
Coreea de Sud	0,60	0,67	0,63	0,62	0,73	0,57
Vietnam	0,40	0,34	0,33	0,33	0,29	0,30
Belgia	0,87	0,73	0,69	0,75	0,76	0,82
India	0,67	0,72	0,58	0,64	0,69	0,66
Grecia	2,42	1,32	0,96	0,72	0,69	0,49
Slovacia	0,41	0,43	0,44	0,42	0,40	0,39
Elveția	0,60	0,69	0,70	0,76	0,80	0,80
Slovenia	0,39	0,41	0,34	0,40	0,38	0,49
Serbia	0,19	0,19	0,25	0,31	0,40	0,40
Portugalia	0,14	0,16	0,15	0,14	0,14	0,19
Alte țări	8,59	7,84	7,99	7,90	8,42	8,13

Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].

## Continuarea anexei 5

### Structura importului pe principalele țări de destinație a mărfurilor, %

Țări	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Federația Rusă</b>	13,31	11,83	12,51	11,85	11,14	14,69
<b>China</b>	9,79	10,46	10,42	10,31	11,92	11,66
<b>România</b>	13,72	14,38	14,55	14,40	11,67	11,56
<b>Ucraina</b>	9,55	10,58	10,02	9,74	9,74	9,30
<b>Germania</b>	7,87	8,08	8,39	8,29	8,35	7,62
<b>Turcia</b>	6,77	6,30	5,91	6,86	7,17	7,58
<b>Italia</b>	6,98	6,86	6,76	6,96	6,40	6,19
<b>Polonia</b>	3,29	3,43	3,52	3,45	4,01	3,65
<b>Franța</b>	2,24	2,33	2,30	2,52	2,24	2,38
<b>Belarus</b>	2,52	2,37	2,23	2,24	2,10	2,02
<b>Ungaria</b>	1,99	2,06	1,92	1,86	1,86	1,69
<b>Republica Cehă</b>	1,40	1,41	1,51	1,93	1,77	1,60
<b>Statele Unite ale Americii</b>	1,33	1,45	1,26	1,27	1,26	1,50
<b>Spania</b>	1,24	1,26	1,32	1,39	1,45	1,40
<b>Austria</b>	1,83	1,66	1,80	1,58	1,16	1,36
<b>Bulgaria</b>	1,43	1,53	1,12	0,96	1,16	1,08
<b>Regatul Țărilor de Jos (Netherlands)</b>	1,08	0,99	1,05	0,98	1,10	1,07
<b>Japonia</b>	0,70	0,78	0,92	0,88	1,04	0,94
<b>Coreea de Sud</b>	0,53	0,54	0,67	0,70	0,80	0,81
<b>Vietnam</b>	0,56	0,79	0,67	0,81	0,84	0,74
<b>Belgia</b>	0,76	0,80	0,79	0,71	0,77	0,73
<b>India</b>	0,56	0,56	0,54	0,61	0,73	0,65
<b>Grecia</b>	0,49	0,53	0,42	0,38	0,46	0,58
<b>Slovacia</b>	0,45	0,50	0,57	0,58	0,57	0,55
<b>Elveția</b>	0,76	0,66	0,62	0,60	0,64	0,52
<b>Slovenia</b>	0,43	0,36	0,40	0,40	0,49	0,43
<b>Serbia</b>	0,43	0,37	0,47	0,42	0,63	0,41
<b>Alte țări</b>	7,67	6,84	7,02	6,98	8,15	6,92

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

**Structura exporturilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
00	Animale vii	0,73	0,37	0,40	0,30	0,27	0,52
01	Carne și preparate din carne	0,71	0,98	1,00	0,77	1,44	0,45
02	Produse lactate și ouă de păsări	0,46	0,48	0,45	0,62	0,61	0,73
03	Peste, crustacee, moluște	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Cereale și preparate din cereale	5,10	3,88	2,40	5,73	8,58	6,54
05	Legume și fructe	14,85	12,66	12,94	12,05	11,49	12,90
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	1,99	0,71	1,73	1,39	2,80	2,44
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	0,21	0,14	0,18	0,27	0,29	0,37
08	Hrană destinată animalelor	0,99	0,79	1,00	0,40	0,91	0,81
09	Produse și preparate alimentare	0,10	0,12	0,15	0,10	0,09	0,10
11	Băuturi	11,55	8,16	9,93	10,36	8,20	7,87
12	Tutun brut și prelucrat	1,76	1,30	1,58	1,05	0,71	0,64
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,30	0,26	0,24	0,23	0,24	0,21
22	Semințe și fructe oleaginoase	5,77	8,13	4,57	6,82	6,55	9,02
23	Cauciuc brut	0,13	0,29	0,29	0,27	0,25	0,10
24	Lemn și plută	0,08	0,05	0,05	0,03	0,07	0,11
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,10	0,08	0,07	0,07	0,07	0,10
26	Fibre textile și deșeurile lor	0,04	0,16	0,07	0,07	0,11	0,20
27	Îngrășămintele naturale și minerale naturale	0,61	0,58	0,77	0,53	0,49	0,35
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	2,17	3,16	1,45	2,27	1,12	0,90
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	0,20	0,16	0,17	0,13	0,12	0,18
32	Cărbune, cocs și brichete	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	0,38	1,06	0,42	0,76	0,64	0,51
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	0,11	0,02	0,30	0,35	0,04	0,00
35	Energie electrică	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	3,09	3,50	4,14	1,81	3,31	3,66
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01
51	Produse chimice organice	0,08	0,12	0,06	0,05	0,10	0,30
52	Produse chimice anorganice	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
53	Produse tanante și colorante	0,07	0,08	0,09	0,08	0,05	0,06
54	Produse medicinale și farmaceutice	3,93	3,48	4,35	4,67	5,35	3,87
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	0,63	1,30	2,17	2,04	1,69	1,95
56	Îngrășămintele minerale, chimice	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
57	Materiale plastice sub forme primare	0,11	0,27	0,21	0,18	0,10	0,24

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 6

**Structura exporturilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
00	Animale vii	0,49	0,32	0,43	0,36	0,40	0,23
01	Carne și preparate din carne	0,42	0,45	0,36	0,31	0,25	0,26
02	Produse lactate și ouă de păsări	0,91	0,84	0,74	0,52	0,48	0,39
03	Peste, crustacee, moluște	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Cereale și preparate din cereale	8,44	8,20	8,87	9,00	5,35	12,36
05	Legume și fructe	10,08	12,41	9,76	10,56	12,30	10,02
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	2,58	1,70	1,14	0,78	0,76	1,04
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	0,41	0,42	0,43	0,37	0,34	0,34
08	Hrană destinată animalelor	0,78	0,67	0,81	0,92	1,29	0,97
09	Produse și preparate alimentare	0,28	0,13	0,10	0,10	0,15	0,18
11	Băuturi	7,73	7,53	7,24	7,05	7,23	6,26
12	Tutun brut și prelucrat	0,66	0,77	0,84	0,81	0,35	0,40
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,18	0,15	0,11	0,06	0,05	0,04
22	Semințe și fructe oleaginoase	9,86	9,93	8,87	9,38	9,02	8,15
23	Cauciuc brut	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
24	Lemn și plută	0,09	0,02	0,03	0,04	0,06	0,08
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,13	0,12	0,12	0,09	0,08	0,17
26	Fibre textile și deșeurile lor	0,04	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	0,37	0,42	0,39	0,34	0,33	0,24
28	Minereuri metalifere și deșeuri de metale	0,52	0,62	0,63	0,57	1,09	2,78
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	0,14	0,14	0,18	0,15	0,19	0,15
32	Cărbune, cocs și brichete	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	0,33	0,75	0,68	0,37	0,56	0,49
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00
35	Energie electrică	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	2,65	2,21	2,46	2,52	4,19	3,85
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00
51	Produse chimice organice	0,88	0,96	0,97	0,86	2,00	1,16
52	Produse chimice anorganice	0,04	0,05	0,04	0,05	0,07	0,05
53	Produse tanante și colorante	0,07	0,05	0,10	0,03	0,04	0,09
54	Produse medicinale și farmaceutice	2,39	2,58	2,65	3,50	2,29	2,75
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	1,71	1,15	0,78	0,54	0,47	0,42
56	Îngrășăminte minerale, chimice	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
57	Materiale plastice sub forme primare	0,15	0,14	0,08	0,07	0,08	0,10

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 6

**Structura exporturilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2010	2011	2012	2013	2014	2015
58	Materiale plastice prelucrate	0,24	0,31	0,31	0,36	0,17	0,11
59	Alte materiale și produse chimice	0,08	0,05	0,05	0,06	0,06	0,10
61	Piele, blană prelucrate	0,09	0,14	0,14	0,11	0,09	0,07
62	Cauciuc prelucrat	0,41	0,85	0,88	0,64	0,34	0,58
63	Articole din lemn	0,29	0,41	0,51	0,36	0,29	0,30
64	Hârtie, carton și articole conexe	0,48	0,80	0,63	0,82	0,57	0,31
65	Fire, țesături, articole textile	2,47	3,54	4,27	3,25	2,72	2,70
66	Articole din minerale nemetalice	2,29	2,07	1,77	2,24	2,20	1,71
67	Fier și oțel	0,24	0,42	0,44	0,36	0,20	0,12
68	Metale neferoase	0,02	0,06	0,12	0,17	0,09	0,16
69	Articole prelucrate din metal	1,34	1,36	1,33	2,22	0,94	1,01
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0,39	0,53	0,42	0,36	0,32	0,32
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	1,43	1,27	0,93	0,57	0,50	0,57
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0,20	0,30	0,18	0,16	0,12	0,13
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	1,95	2,71	2,09	1,89	1,67	1,84
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	0,05	0,04	0,05	0,04	0,05	0,05
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	0,40	0,48	0,21	0,13	0,14	0,19
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	6,72	7,42	8,93	9,83	10,44	11,98
78	Vehicule rutiere	0,86	1,68	2,05	1,59	0,77	0,59
79	Alte echipamente de transport	0,48	0,38	0,83	0,29	0,39	0,27
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	0,17	0,38	0,40	0,31	0,14	0,17
82	Mobilă și părțile ei	2,51	3,76	4,24	4,36	4,66	4,97
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,98	0,89	0,84	0,83	0,92	0,78
84	Îmbrăcăminte și accesorii	15,11	12,61	11,77	10,73	11,86	11,65
85	Încălțăminte	1,97	2,23	1,84	1,47	1,43	1,21
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	0,78	0,99	1,45	1,57	1,38	1,23
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	0,05	0,03	0,04	0,08	0,06	0,09
89	Alte articole diverse	1,72	1,83	2,00	1,75	1,64	1,59
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,02	0,19	0,09	0,02	0,04	0,02
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 6

**Structura exporturilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
58	Materiale plastice prelucrate	0,16	0,13	0,07	0,09	0,11	0,12
59	Alte materiale și produse chimice	0,15	0,20	0,10	0,08	0,12	0,17
61	Piele, blană prelucrate	0,11	0,09	0,05	0,02	0,03	0,03
62	Cauciuc prelucrat	0,60	0,09	0,05	0,09	0,09	0,04
63	Articole din lemn	0,38	0,41	0,63	0,73	0,78	0,81
64	Hârtie, carton și articole conexe	0,32	0,31	0,35	0,38	0,36	0,37
65	Fire, țesături, articole textile	3,68	3,32	2,63	2,22	2,52	2,57
66	Articole din minerale nemetalice	1,71	1,37	1,83	1,73	2,03	2,12
67	Fier și oțel	0,16	0,12	0,15	0,12	0,06	0,41
68	Metale neferoase	0,10	0,14	0,08	0,06	0,09	0,06
69	Articole prelucrate din metal	1,33	1,10	0,87	0,86	1,06	1,32
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0,12	0,13	0,11	0,15	0,08	0,07
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	0,52	0,42	0,49	0,51	0,60	0,43
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0,11	0,06	0,08	0,09	0,12	0,13
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	1,39	1,22	0,75	0,86	0,82	0,80
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	0,11	0,04	0,04	0,05	0,09	0,06
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	0,14	0,16	0,14	0,16	0,10	0,09
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	12,18	14,08	19,26	20,55	19,24	16,60
78	Vehicule rutiere	1,29	1,03	0,74	0,84	1,18	1,97
79	Alte echipamente de transport	0,03	0,64	0,04	0,11	0,02	0,04
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	0,30	0,38	0,31	0,33	0,48	0,48
82	Mobilă și părțile ei	5,98	5,57	5,83	5,22	5,65	5,00
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,72	0,51	0,60	0,53	0,49	0,46
84	Îmbrăcăminte și accesorii	11,93	11,47	11,42	9,98	9,76	8,78
85	Încălțăminte	1,41	1,37	1,33	1,24	1,35	1,18
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	1,19	0,98	0,86	1,03	0,99	0,73
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	0,10	0,13	0,14	0,16	0,12	0,13
89	Alte articole diverse	1,40	1,75	2,12	2,38	2,19	2,02
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,02	0,03	0,04	0,03	0,02	0,03
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*



**Structura importurilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
00	Animale vii	0.18	0.11	0.15	0.16	0.32	0.21
01	Carne și preparate din carne	0.76	0.65	0.85	0.88	1.05	0.71
02	Produse lactate și ouă de păsări	0.69	0.64	0.76	0.89	0.82	0.87
03	Peste, crustacee, moluște	1.07	0.90	0.99	0.97	0.94	0.92
04	Cereale și preparate din cereale	1.50	1.49	1.60	1.49	1.40	1.46
05	Legume și fructe	2.88	2.54	2.44	2.30	2.22	2.94
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	0.33	0.44	0.59	0.69	0.33	0.34
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	1.19	1.07	1.07	1.05	1.02	1.11
08	Hrană destinată animalelor	0.47	0.37	0.42	0.44	0.56	0.66
09	Produse și preparate alimentare	1.56	1.44	1.46	1.48	1.54	1.60
11	Băuturi	1.16	0.92	1.29	1.38	1.08	0.99
12	Tutun brut și prelucrat	2.37	1.79	1.59	1.39	1.13	1.50
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
22	Semințe și fructe oleaginoase	0.51	0.24	0.28	0.31	0.37	0.59
23	Cauciuc brut	0.06	0.16	0.14	0.15	0.13	0.07
24	Lemn și plută	0.60	0.52	0.50	0.50	0.55	0.68
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01
26	Fibre textile și deșeurile lor	0.25	0.34	0.30	0.25	0.26	0.29
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	0.24	0.21	0.31	0.35	0.30	0.26
28	Minereuri metalifere și deșeuri de metale	0.16	0.23	0.04	0.02	0.02	0.02
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	0.42	0.38	0.43	0.50	0.47	0.58
32	Cărbune, cocs și brichete	0.55	0.57	0.48	0.51	0.33	0.49
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	11.09	12.27	11.88	11.82	11.48	10.23
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	8.83	8.82	9.52	8.33	8.62	7.25
35	Energie electrică	0.05	0.78	1.09	1.83	0.94	0.03
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	0.04	0.02	0.04	0.04	0.04	0.02
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	0.13	0.13	0.23	0.25	0.17	0.16
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0.06	0.06	0.05	0.05	0.03	0.04
51	Produse chimice organice	0.26	0.32	0.33	0.27	0.27	0.31
52	Produse chimice anorganice	0.32	0.31	0.24	0.33	0.32	0.32
53	Produse tanante și colorante	0.64	0.59	0.64	0.62	0.66	0.69
54	Produse medicinale și farmaceutice	4.70	4.19	4.27	4.75	5.17	4.85
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	2.29	2.24	2.69	2.58	2.46	2.79
56	Îngrășăminte minerale, chimice	0.53	0.80	0.77	0.96	0.97	1.28
57	Materiale plastice sub forme primare	1.21	1.14	1.11	1.07	1.15	1.24

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 7

**Structura importurilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
00	Animale vii	0.16	0.13	0.08	0.09	0.12	0.08
01	Carne și preparate din carne	0.63	0.76	0.69	0.79	0.77	0.90
02	Produse lactate și ouă de păsări	0.99	1.05	1.01	1.16	1.46	1.33
03	Peste, crustacee, moluște	1.07	0.98	0.91	1.00	1.12	1.07
04	Cereale și preparate din cereale	1.45	1.34	1.28	1.40	1.79	1.43
05	Legume și fructe	2.36	2.28	2.60	2.81	3.15	2.43
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	0.66	0.75	0.32	0.31	0.37	0.27
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	1.23	1.11	0.98	0.98	1.11	0.98
08	Hrană destinată animalelor	0.68	0.66	0.61	0.55	0.71	0.68
09	Produse și preparate alimentare	1.72	1.50	1.27	1.37	1.57	1.55
11	Băuturi	1.24	1.15	1.07	1.07	1.00	1.08
12	Tutun brut și prelucrat	1.47	1.40	1.10	1.12	0.96	0.76
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
22	Semințe și fructe oleaginoase	0.64	0.59	0.66	0.55	0.64	0.67
23	Cauciuc brut	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03	0.04
24	Lemn și plută	0.68	0.69	0.62	0.66	0.73	0.79
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
26	Fibre textile și deșeurile lor	0.20	0.19	0.15	0.14	0.15	0.15
27	Îngrășămintele naturale și minerale naturale	0.28	0.24	0.28	0.41	0.33	0.27
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	0.02	0.03	0.07	0.03	0.03	0.02
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	0.54	0.55	0.64	0.57	0.62	0.64
32	Cărbune, cocs și brichete	0.24	0.51	0.32	0.32	0.28	0.25
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	9.34	9.86	10.98	10.06	7.00	8.77
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	5.71	4.19	4.93	4.72	3.44	5.82
35	Energie electrică	0.01	1.18	0.96	0.68	0.18	0.11
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	0.18	0.24	0.13	0.12	0.16	0.14
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0.05	0.06	0.05	0.04	0.03	0.03
51	Produse chimice organice	0.44	0.44	0.39	0.39	0.24	0.22
52	Produse chimice anorganice	0.32	0.29	0.29	0.29	0.29	0.23
53	Produse tanante și colorante	0.72	0.68	0.64	0.67	0.79	0.71
54	Produse medicinale și farmaceutice	4.60	4.55	4.15	4.60	4.76	4.69
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	2.76	2.30	1.97	1.99	2.11	1.96
56	Îngrășămintele minerale, chimice	1.28	1.31	1.50	1.45	1.34	1.23
57	Materiale plastice sub forme primare	1.12	1.07	1.02	0.91	0.87	1.02

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 7

**Structura importurilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2010	2011	2012	2013	2014	2015
58	Materiale plastice prelucrate	1.95	1.69	1.81	1.87	2.20	2.13
59	Alte materiale și produse chimice	1.60	1.68	1.69	1.79	1.79	2.08
61	Piele, blană prelucrate	0.57	0.56	0.45	0.48	0.64	0.81
62	Cauciuc prelucrat	1.36	1.48	1.44	1.32	1.25	1.33
63	Articole din lemn	1.29	1.19	1.27	1.26	1.37	1.44
64	Hârtie, carton și articole conexe	2.11	2.07	1.85	1.91	1.87	1.98
65	Fire, țesături, articole textile	5.25	5.45	5.42	5.03	4.79	5.21
66	Articole din minerale nemetalice	2.61	2.45	2.39	2.45	2.40	2.48
67	Fier și oțel	2.55	2.51	2.24	2.46	2.50	2.52
68	Metale neferoase	0.48	0.46	0.44	0.56	1.26	1.66
69	Articole prelucrate din metal	2.91	2.64	2.59	2.68	2.58	2.82
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0.34	0.48	0.37	0.34	0.29	0.33
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	2.56	3.22	2.72	2.73	3.54	2.94
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0.11	0.20	0.15	0.11	0.13	0.20
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	2.88	3.23	3.02	3.14	3.05	3.33
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	0.82	0.67	0.86	0.84	0.88	0.76
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	2.92	2.52	2.27	2.19	1.98	2.15
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	5.53	6.21	6.16	6.33	5.95	6.62
78	Vehicule rutiere	4.62	5.60	4.67	4.66	4.75	4.14
79	Alte echipamente de transport	1.11	0.16	0.57	0.22	0.57	0.11
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	0.92	0.77	0.84	0.74	0.87	0.88
82	Mobilă și părțile ei	1.38	1.31	1.39	1.29	1.13	1.05
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0.09	0.08	0.09	0.10	0.12	0.09
84	Îmbrăcăminte și accesorii	1.96	1.73	1.83	1.94	1.85	1.95
85	Încălțăminte	0.53	0.64	0.60	0.57	0.51	0.42
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	1.01	0.89	1.04	1.13	1.21	1.32
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	0.19	0.16	0.16	0.17	0.18	0.20
89	Alte articole diverse	3.22	3.22	3.14	3.10	3.19	3.39
96	Monede, care nu au curs legal	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
97	Aur nemonetar	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11

**Sursa:** elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].

Continuarea anexei 7

**Structura importurilor pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
58	Materiale plastice prelucrate	2.13	2.04	1.95	1.97	2.28	2.20
59	Alte materiale și produse chimice	2.29	2.19	2.22	2.13	2.46	2.15
61	Piele, blană prelucrate	0.98	0.94	0.95	0.94	0.89	0.77
62	Cauciuc prelucrat	1.48	1.22	1.18	1.16	1.12	1.06
63	Articole din lemn	1.44	1.50	1.53	1.57	1.68	1.61
64	Hârtie, carton și articole conexe	2.00	1.84	1.75	1.81	1.73	1.59
65	Fire, țesături, articole textile	6.21	5.72	5.13	4.64	4.83	4.48
66	Articole din minerale nemetalice	2.48	2.39	2.23	2.24	2.57	2.29
67	Fier și oțel	2.27	2.28	2.34	2.49	2.46	2.46
68	Metale neferoase	1.34	1.76	1.84	1.57	1.21	1.02
69	Articole prelucrate din metal	3.04	2.91	2.89	2.97	3.20	3.02
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0.30	0.37	0.40	0.37	0.38	0.38
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	3.11	3.24	3.60	3.27	3.06	3.46
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0.17	0.21	0.25	0.19	0.27	0.24
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	2.93	3.03	3.03	3.26	3.76	3.50
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	0.95	0.98	1.00	0.86	1.16	1.09
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	2.27	2.56	2.71	2.92	3.24	2.72
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	6.67	6.68	7.57	7.65	7.88	7.50
78	Vehicule rutiere	5.07	5.23	5.38	5.74	5.50	6.42
79	Alte echipamente de transport	0.03	0.05	0.09	0.15	0.97	0.07
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	0.85	0.85	0.80	0.91	1.04	1.07
82	Mobilă și părțile ei	1.07	1.00	0.93	1.00	1.06	1.10
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0.12	0.27	0.14	0.16	0.17	0.17
84	Îmbrăcăminte și accesorii	2.51	2.68	2.46	2.42	2.56	2.79
85	Încălțăminte	0.62	0.84	0.71	0.78	0.73	0.72
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	0.97	1.06	1.08	1.11	1.15	1.26
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	0.20	0.22	0.22	0.21	0.21	0.24
89	Alte articole diverse	3.58	3.79	3.89	4.20	4.26	4.21
96	Monede, care nu au curs legal	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
97	Aur nemonetar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0.10	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

**Indicele Grubel-Lloyd pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI)**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
00	Animale vii	0,76	0,83	0,93	0,90	0,54	0,90
01	Carne și preparate din carne	0,54	0,78	0,66	0,56	0,75	0,48
02	Produse lactate și ouă de păsări	0,42	0,49	0,40	0,47	0,49	0,59
03	Peste, crustacee, moluște	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Cereale și preparate din cereale	0,85	0,95	0,77	0,74	0,54	0,62
05	Legume și fructe	0,65	0,64	0,63	0,60	0,61	0,63
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	0,58	0,81	0,90	0,94	0,43	0,44
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	0,13	0,10	0,13	0,21	0,22	0,28
08	Hrană destinată animalelor	0,91	0,96	1,00	0,57	0,84	0,75
09	Produse și preparate alimentare	0,05	0,07	0,08	0,06	0,05	0,06
11	Băuturi	0,40	0,42	0,48	0,46	0,46	0,41
12	Tutun brut și prelucrat	0,46	0,47	0,58	0,50	0,43	0,35
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,03	0,05	0,04	0,03	0,06	0,00
22	Semințe și fructe oleaginoase	0,36	0,13	0,26	0,19	0,23	0,23
23	Cauciuc brut	0,91	0,88	0,94	0,90	0,94	0,81
24	Lemn și plută	0,10	0,08	0,08	0,05	0,10	0,14
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,14	0,13	0,17	0,30	0,44	0,31
26	Fibre textile și deșeurile lor	0,12	0,34	0,18	0,21	0,31	0,50
27	Îngrășămintele naturale și minerale naturale	0,99	0,92	0,98	0,80	0,84	0,79
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	0,30	0,29	0,12	0,03	0,07	0,09
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	0,32	0,31	0,28	0,20	0,20	0,26
32	Cărbune, cocs și brichete	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	0,03	0,07	0,03	0,06	0,05	0,05
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	0,01	0,00	0,03	0,04	0,00	0,00
35	Energie electrică	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	0,00	0,00	0,00	0,00	0,88	0,00
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	0,19	0,16	0,24	0,48	0,21	0,16
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0,14	0,09	0,13	0,03	0,22	0,15
51	Produse chimice organice	0,23	0,27	0,13	0,14	0,27	0,65
52	Produse chimice anorganice	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,03
53	Produse tanante și colorante	0,09	0,11	0,11	0,11	0,07	0,08
54	Produse medicinale și farmaceutice	0,50	0,52	0,59	0,61	0,63	0,56
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	0,20	0,40	0,50	0,52	0,46	0,51
56	Îngrășămintele minerale, chimice	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
57	Materiale plastice sub forme primare	0,07	0,18	0,14	0,14	0,07	0,18

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

**Indicele Grubel-Lloyd pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI)**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
00	Animale vii	0,79	0,90	0,59	0,71	0,77	0,88
01	Carne și preparate din carne	0,50	0,45	0,39	0,32	0,26	0,22
02	Produse lactate și ouă de păsări	0,64	0,57	0,51	0,35	0,26	0,23
03	Peste, crustacee, moluște	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Cereale și preparate din cereale	0,50	0,49	0,47	0,49	0,85	0,42
05	Legume și fructe	0,63	0,54	0,72	0,72	0,72	0,71
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	0,67	0,94	0,75	0,91	0,96	0,74
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	0,29	0,32	0,34	0,31	0,24	0,27
08	Hrană destinată animalelor	0,73	0,67	0,77	0,89	0,90	0,77
09	Produse și preparate alimentare	0,15	0,08	0,07	0,06	0,08	0,10
11	Băuturi	0,48	0,47	0,48	0,48	0,46	0,57
12	Tutun brut și prelucrat	0,37	0,43	0,53	0,51	0,28	0,38
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,07	0,03	0,05	0,07	0,04	0,03
22	Semințe și fructe oleaginoase	0,22	0,21	0,27	0,22	0,27	0,31
23	Cauciuc brut	0,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
24	Lemn și plută	0,13	0,03	0,04	0,06	0,08	0,08
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,39	0,31	0,27	0,29	0,38	0,20
26	Fibre textile și deșeurile lor	0,18	0,08	0,10	0,08	0,05	0,06
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	0,80	0,94	0,79	0,56	0,63	0,55
28	Minereuri metalifere și deșeuri de metale	0,13	0,15	0,38	0,18	0,12	0,03
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	0,23	0,22	0,23	0,23	0,24	0,18
32	Cărbune, cocs și brichete	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,04
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	0,04	0,07	0,06	0,03	0,07	0,05
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00
35	Energie electrică	0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	0,05	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	0,23	0,36	0,20	0,18	0,15	0,15
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0,17	0,09	0,11	0,02	0,05	0,00
51	Produse chimice organice	0,99	0,95	0,92	0,98	0,42	0,60
52	Produse chimice anorganice	0,13	0,15	0,12	0,15	0,19	0,16
53	Produse tanante și colorante	0,09	0,06	0,14	0,05	0,04	0,11
54	Produse medicinale și farmaceutice	0,42	0,44	0,46	0,53	0,36	0,41
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	0,48	0,40	0,31	0,23	0,18	0,17
56	Îngrășăminte minerale, chimice	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
57	Materiale plastice sub forme primare	0,12	0,13	0,07	0,08	0,08	0,08

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 8

**Indicele Grubel-Lloyd pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI)**

	Grupuri de mărfuri	2010	2011	2012	2013	2014	2015
58	Materiale plastice prelucrate	0,09	0,14	0,13	0,16	0,06	0,05
59	Alte materiale și produse chimice	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,05
61	Piele, blană prelucrate	0,12	0,19	0,23	0,19	0,12	0,09
62	Cauciuc prelucrat	0,21	0,39	0,40	0,35	0,21	0,36
63	Articole din lemn	0,17	0,26	0,29	0,22	0,17	0,19
64	Hârtie, carton și articole conexe	0,16	0,28	0,25	0,32	0,23	0,14
65	Fire, țesături, articole textile	0,32	0,43	0,49	0,44	0,40	0,41
66	Articole din minerale nemetalice	0,52	0,53	0,47	0,58	0,57	0,51
67	Fier și oțel	0,07	0,13	0,15	0,12	0,07	0,05
68	Metale neferoase	0,02	0,11	0,20	0,24	0,06	0,09
69	Articole prelucrate din metal	0,31	0,36	0,35	0,54	0,28	0,30
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0,64	0,64	0,64	0,65	0,66	0,65
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	0,36	0,29	0,25	0,17	0,12	0,17
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0,84	0,79	0,67	0,75	0,58	0,49
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	0,43	0,53	0,45	0,42	0,39	0,43
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	0,05	0,04	0,04	0,04	0,05	0,06
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	0,10	0,15	0,07	0,05	0,06	0,08
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	0,65	0,68	0,75	0,81	0,87	0,94
78	Vehicule rutiere	0,14	0,23	0,31	0,26	0,13	0,13
79	Alte echipamente de transport	0,30	0,99	0,75	0,75	0,46	0,91
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	0,14	0,35	0,33	0,32	0,13	0,17
82	Mobilă și părțile ei	0,84	0,90	0,88	0,80	0,71	0,60
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,37	0,36	0,41	0,42	0,46	0,39
84	Îmbrăcăminte și accesorii	0,49	0,49	0,55	0,58	0,52	0,51
85	Încălțăminte	0,81	0,81	0,88	0,93	0,90	0,83
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	0,47	0,64	0,73	0,76	0,67	0,63
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	0,19	0,14	0,17	0,34	0,25	0,37
89	Alte articole diverse	0,35	0,39	0,42	0,40	0,37	0,38
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,49	0,25	0,10	0,09	0,10	0,15
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 8

**Indicele Grubel-Lloyd pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării  
Standard de Comerț Internațional (CSCI)**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
58	Materiale plastice prelucrate	0,07	0,06	0,03	0,04	0,04	0,05
59	Alte materiale și produse chimice	0,06	0,09	0,04	0,04	0,04	0,07
61	Piele, blană prelucrate	0,11	0,10	0,05	0,02	0,03	0,04
62	Cauciuc prelucrat	0,34	0,07	0,04	0,07	0,07	0,03
63	Articole din lemn	0,24	0,24	0,33	0,36	0,35	0,36
64	Hârtie, carton și articole conexe	0,15	0,15	0,17	0,18	0,18	0,18
65	Fire, țesături, articole textile	0,46	0,45	0,39	0,37	0,38	0,40
66	Articole din minerale nemetalice	0,52	0,45	0,56	0,54	0,53	0,58
67	Fier și oțel	0,07	0,05	0,06	0,05	0,02	0,14
68	Metale neferoase	0,08	0,08	0,04	0,04	0,06	0,05
69	Articole prelucrate din metal	0,36	0,32	0,25	0,24	0,26	0,32
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0,34	0,30	0,23	0,33	0,17	0,16
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	0,16	0,12	0,12	0,14	0,16	0,10
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0,48	0,27	0,27	0,37	0,34	0,39
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	0,39	0,34	0,21	0,22	0,18	0,18
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	0,11	0,04	0,04	0,05	0,07	0,05
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	0,06	0,06	0,05	0,05	0,03	0,03
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	0,96	0,97	0,91	0,88	0,95	0,98
78	Vehicule rutiere	0,23	0,18	0,12	0,13	0,18	0,24
79	Alte echipamente de transport	0,66	0,27	0,36	0,51	0,02	0,38
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	0,31	0,36	0,31	0,30	0,35	0,33
82	Mobilă și părțile ei	0,52	0,53	0,51	0,57	0,58	0,67
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,49	0,97	0,67	0,79	0,87	0,93
84	Îmbrăcăminte și accesorii	0,59	0,63	0,63	0,67	0,73	0,84
85	Încălțăminte	0,93	0,90	0,94	0,86	0,92	0,84
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	0,77	0,63	0,54	0,61	0,56	0,40
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	0,41	0,46	0,46	0,55	0,41	0,37
89	Alte articole diverse	0,33	0,38	0,41	0,43	0,38	0,35
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,08	0,19	0,03	0,01	0,01	0,39
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*



**Indicele Michaely pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard  
de Comerț Internațional (CSCI), %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
00	Animale vii	0,55	0,26	0,26	0,14	-0,05	0,31
01	Carne și preparate din carne	-0,05	0,33	0,15	-0,10	0,39	-0,26
02	Produse lactate și ouă de păsări	-0,23	-0,16	-0,31	-0,27	-0,21	-0,14
03	Peste, crustacee, moluște	-1,07	-0,90	-0,98	-0,97	-0,94	-0,92
04	Cereale și preparate din cereale	3,60	2,39	0,80	4,24	7,18	5,09
05	Legume și fructe	11,96	10,12	10,50	9,75	9,27	9,97
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	1,66	0,27	1,14	0,70	2,46	2,11
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	-0,98	-0,93	-0,89	-0,78	-0,74	-0,74
08	Hrană destinată animalelor	0,52	0,42	0,58	-0,04	0,35	0,15
09	Produse și preparate alimentare	-1,46	-1,32	-1,32	-1,38	-1,45	-1,51
11	Băuturi	10,38	7,24	8,65	8,98	7,12	6,87
12	Tutun brut și prelucrat	-0,61	-0,49	-0,01	-0,34	-0,42	-0,85
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,30	0,25	0,24	0,23	0,23	0,21
22	Semințe și fructe oleaginoase	5,27	7,89	4,29	6,51	6,18	8,43
23	Cauciuc brut	0,07	0,13	0,16	0,12	0,12	0,03
24	Lemn și plută	-0,53	-0,47	-0,45	-0,47	-0,48	-0,57
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,10	0,08	0,07	0,06	0,06	0,09
26	Fibre textile și deșeurile lor	-0,21	-0,18	-0,23	-0,18	-0,15	-0,09
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	0,37	0,37	0,46	0,18	0,19	0,08
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	2,02	2,93	1,41	2,25	1,10	0,88
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	-0,22	-0,22	-0,26	-0,37	-0,35	-0,40
32	Cărbune, cocs și brichete	-0,54	-0,57	-0,48	-0,51	-0,33	-0,49
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	-10,71	-11,21	-11,46	-11,06	-10,84	-9,72
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	-8,72	-8,80	-9,23	-7,99	-8,58	-7,25
35	Energie electrică	-0,05	-0,78	-1,09	-1,83	-0,94	-0,03
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	-0,04	-0,02	-0,04	-0,04	0,03	-0,02
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	2,96	3,36	3,91	1,56	3,14	3,50
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	0,55	0,26	0,26	0,14	-0,05	0,31
51	Produse chimice organice	-0,05	0,33	0,15	-0,10	0,39	-0,26
52	Produse chimice anorganice	-0,23	-0,16	-0,31	-0,27	-0,21	-0,14
53	Produse tanante și colorante	-1,07	-0,90	-0,98	-0,97	-0,94	-0,92
54	Produse medicinale și farmaceutice	3,60	2,39	0,80	4,24	7,18	5,09
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	11,96	10,12	10,50	9,75	9,27	9,97
56	Îngrășăminte minerale, chimice	1,66	0,27	1,14	0,70	2,46	2,11
57	Materiale plastice sub forme primare	-0,98	-0,93	-0,89	-0,78	-0,74	-0,74

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 9

**Indicele Michaely pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
00	Animale vii	0,33	0,19	0,35	0,27	0,29	0,15
01	Carne și preparate din carne	-0,21	-0,32	-0,33	-0,47	-0,52	-0,64
02	Produse lactate și ouă de păsări	-0,08	-0,21	-0,27	-0,64	-0,98	-0,94
03	Peste, crustacee, moluște	-1,07	-0,98	-0,91	-1,00	-1,12	-1,07
04	Cereale și preparate din cereale	6,99	6,86	7,59	7,60	3,56	10,93
05	Legume și fructe	7,71	10,14	7,16	7,75	9,15	7,58
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	1,93	0,95	0,82	0,47	0,39	0,77
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	-0,83	-0,69	-0,55	-0,61	-0,77	-0,64
08	Hrană destinată animalelor	0,09	0,01	0,21	0,37	0,58	0,30
09	Produse și preparate alimentare	-1,44	-1,37	-1,16	-1,28	-1,42	-1,37
11	Băuturi	6,49	6,38	6,17	5,98	6,24	5,18
12	Tutun brut și prelucrat	-0,80	-0,64	-0,26	-0,31	-0,61	-0,35
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,17	0,15	0,11	0,06	0,05	0,04
22	Semințe și fructe oleaginoase	9,22	9,34	8,21	8,83	8,38	7,48
23	Cauciuc brut	-0,01	-0,02	-0,02	-0,03	-0,03	-0,04
24	Lemn și plută	-0,58	-0,66	-0,59	-0,62	-0,67	-0,72
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,11	0,11	0,11	0,09	0,07	0,16
26	Fibre textile și deșeurile lor	-0,16	-0,17	-0,13	-0,13	-0,14	-0,14
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	0,09	0,18	0,11	-0,07	0,00	-0,03
28	Mineruri metalifere și deșeuri de metale	0,51	0,60	0,56	0,54	1,06	2,76
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	-0,40	-0,41	-0,47	-0,41	-0,44	-0,50
32	Cărbune, cocs și brichete	-0,24	-0,51	-0,32	-0,32	-0,28	-0,24
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	-9,02	-9,11	-10,30	-9,69	-6,44	-8,28
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	-5,71	-4,19	-4,93	-4,72	-3,42	-5,82
35	Energie electrică	-0,01	-1,18	-0,96	-0,68	-0,18	-0,11
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	-0,02	-0,03	-0,03	-0,03	-0,03	-0,03
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	2,47	1,97	2,34	2,40	4,03	3,71
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	-0,04	-0,05	-0,04	-0,04	-0,03	-0,03
51	Produse chimice organice	0,44	0,52	0,58	0,47	1,76	0,94
52	Produse chimice anorganice	-0,28	-0,24	-0,25	-0,24	-0,23	-0,18
53	Produse tanante și colorante	-0,65	-0,64	-0,54	-0,64	-0,76	-0,62
54	Produse medicinale și farmaceutice	-2,21	-1,97	-1,50	-1,10	-2,47	-1,94
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	-1,05	-1,15	-1,19	-1,44	-1,64	-1,54
56	Îngrășăminte minerale, chimice	-1,28	-1,31	-1,49	-1,45	-1,34	-1,22
57	Materiale plastice sub forme primare	-0,98	-0,92	-0,94	-0,83	-0,79	-0,92

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

**Continuarea anexei 9**

**Indicele Michaely pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
58	Materiale plastice prelucrate	-1,71	-1,38	-1,50	-1,50	-2,03	-2,03
59	Alte materiale și produse chimice	-1,52	-1,63	-1,63	-1,73	-1,73	-1,98
61	Piele, blană prelucrate	-0,48	-0,42	-0,30	-0,37	-0,55	-0,74
62	Cauciuc prelucrat	-0,95	-0,64	-0,56	-0,68	-0,91	-0,75
63	Articole din lemn	-0,99	-0,78	-0,76	-0,90	-1,08	-1,13
64	Hârtie, carton și articole conexe	-1,64	-1,27	-1,22	-1,09	-1,31	-1,67
65	Fire, țesături, articole textile	-2,79	-1,91	-1,14	-1,79	-2,07	-2,51
66	Articole din minerale nemetalice	-0,32	-0,38	-0,62	-0,21	-0,21	-0,77
67	Fier și oțel	-2,31	-2,09	-1,80	-2,09	-2,30	-2,40
68	Metale neferoase	-0,47	-0,40	-0,32	-0,39	-1,17	-1,50
69	Articole prelucrate din metal	-1,57	-1,28	-1,26	-0,47	-1,64	-1,81
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0,06	0,05	0,05	0,03	0,03	-0,01
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	-1,13	-1,95	-1,80	-2,16	-3,04	-2,38
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0,09	0,10	0,03	0,04	-0,01	-0,07
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	-0,93	-0,53	-0,92	-1,25	-1,38	-1,48
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	-0,76	-0,64	-0,82	-0,80	-0,83	-0,71
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	-2,52	-2,04	-2,06	-2,06	-1,84	-1,96
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	1,19	1,21	2,76	3,50	4,49	5,36
78	Vehicule rutiere	-3,77	-3,92	-2,62	-3,07	-3,98	-3,56
79	Alte echipamente de transport	-0,63	0,21	0,26	0,08	-0,18	0,16
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	-0,75	-0,39	-0,44	-0,42	-0,73	-0,71
82	Mobilă și părțile ei	1,13	2,44	2,85	3,07	3,53	3,92
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,89	0,81	0,75	0,74	0,80	0,68
84	Îmbrăcăminte și accesorii	13,15	10,88	9,93	8,79	10,01	9,71
85	Încălțăminte	1,44	1,59	1,24	0,90	0,92	0,78
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	-0,24	0,10	0,41	0,44	0,17	-0,09
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	-0,14	-0,13	-0,12	-0,09	-0,12	-0,11
89	Alte articole diverse	-1,50	-1,39	-1,15	-1,35	-1,55	-1,80
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,01	0,18	0,09	0,02	0,03	0,02
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,11

**Sursa:** elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].

Continuarea anexei 9

**Indicele Michaely pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
58	Materiale plastice prelucrate	-1,97	-1,91	-1,88	-1,88	-2,17	-2,08
59	Alte materiale și produse chimice	-2,14	-1,99	-2,12	-2,05	-2,33	-1,98
61	Piele, blană prelucrate	-0,86	-0,85	-0,90	-0,92	-0,86	-0,74
62	Cauciuc prelucrat	-0,88	-1,13	-1,13	-1,07	-1,03	-1,02
63	Articole din lemn	-1,06	-1,09	-0,90	-0,84	-0,89	-0,80
64	Hârtie, carton și articole conexe	-1,68	-1,54	-1,40	-1,43	-1,36	-1,22
65	Fire, țesături, articole textile	-2,53	-2,40	-2,51	-2,42	-2,30	-1,92
66	Articole din minerale nemetalice	-0,76	-1,02	-0,39	-0,51	-0,54	-0,17
67	Fier și oțel	-2,10	-2,16	-2,18	-2,37	-2,40	-2,06
68	Metale neferoase	-1,24	-1,62	-1,76	-1,51	-1,12	-0,96
69	Articole prelucrate din metal	-1,71	-1,81	-2,01	-2,11	-2,15	-1,70
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	-0,18	-0,24	-0,29	-0,21	-0,30	-0,30
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	-2,59	-2,82	-3,11	-2,75	-2,46	-3,03
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	-0,07	-0,14	-0,17	-0,10	-0,15	-0,11
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	-1,54	-1,81	-2,29	-2,39	-2,94	-2,70
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	-0,84	-0,94	-0,96	-0,81	-1,07	-1,03
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	-2,12	-2,40	-2,57	-2,76	-3,14	-2,64
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	5,51	7,40	11,69	12,91	11,36	9,10
78	Vehicule rutiere	-3,79	-4,20	-4,64	-4,90	-4,32	-4,45
79	Alte echipamente de transport	0,00	0,59	-0,05	-0,04	-0,95	-0,03
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	-0,54	-0,48	-0,48	-0,57	-0,56	-0,59
82	Mobilă și părțile ei	4,92	4,57	4,89	4,22	4,59	3,90
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,60	0,24	0,46	0,36	0,32	0,28
84	Îmbrăcăminte și accesorii	9,42	8,79	8,96	7,57	7,20	5,98
85	Încălțăminte	0,79	0,54	0,62	0,46	0,62	0,46
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	0,23	-0,09	-0,22	-0,08	-0,16	-0,53
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	-0,10	-0,09	-0,08	-0,04	-0,09	-0,11
89	Alte articole diverse	-2,17	-2,05	-1,77	-1,81	-2,07	-2,20
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,02	0,03	0,04	0,03	0,02	0,02
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	-0,10	-0,02	-0,02	-0,01	-0,01	-0,01

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

**Indicele Lafay pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de  
Comerț Internațional (CSCI), %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
00	Animale vii	0,22	0,11	0,11	0,06	-0,02	0,14
01	Carne și preparate din carne	-0,02	0,14	0,06	-0,04	0,16	-0,11
02	Produse lactate și ouă de păsări	-0,09	-0,07	-0,13	-0,11	-0,09	-0,06
03	Peste, crustacee, moluște	-0,44	-0,38	-0,41	-0,41	-0,40	-0,41
04	Cereale și preparate din cereale	1,47	1,00	0,33	1,80	3,05	2,25
05	Legume și fructe	4,88	4,24	4,35	4,15	3,93	4,41
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	0,68	0,11	0,47	0,30	1,05	0,93
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	-0,40	-0,39	-0,37	-0,33	-0,31	-0,33
08	Hrană destinată animalelor	0,21	0,18	0,24	-0,02	0,15	0,07
09	Produse și preparate alimentare	-0,60	-0,55	-0,55	-0,59	-0,62	-0,67
11	Băuturi	4,24	3,04	3,58	3,82	3,02	3,04
12	Tutun brut și prelucrat	-0,25	-0,21	0,00	-0,14	-0,18	-0,38
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,12	0,11	0,10	0,10	0,10	0,09
22	Semințe și fructe oleaginoase	2,15	3,31	1,78	2,77	2,62	3,73
23	Cauciuc brut	0,03	0,05	0,06	0,05	0,05	0,01
24	Lemn și plută	-0,22	-0,20	-0,19	-0,20	-0,21	-0,25
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
26	Fibre textile și deșeurile lor	-0,09	-0,07	-0,10	-0,08	-0,06	-0,04
27	Îngrășămintele naturale și minerale naturale	0,15	0,16	0,19	0,08	0,08	0,04
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	0,82	1,23	0,58	0,96	0,47	0,39
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	-0,09	-0,09	-0,11	-0,16	-0,15	-0,18
32	Cărbune, cocs și brichete	-0,22	-0,24	-0,20	-0,22	-0,14	-0,22
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	-4,37	-4,70	-4,75	-4,70	-4,60	-4,30
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	-3,56	-3,69	-3,82	-3,40	-3,64	-3,21
35	Energie electrică	-0,02	-0,33	-0,45	-0,78	-0,40	-0,01
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	-0,02	-0,01	-0,01	-0,01	0,01	-0,01
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	1,21	1,41	1,62	0,66	1,33	1,55
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	-0,02	-0,02	-0,02	-0,02	-0,01	-0,02
51	Produse chimice organice	-0,07	-0,08	-0,11	-0,10	-0,08	0,00
52	Produse chimice anorganice	-0,13	-0,13	-0,10	-0,14	-0,13	-0,14
53	Produse tanante și colorante	-0,23	-0,22	-0,23	-0,23	-0,26	-0,28
54	Produse medicinale și farmaceutice	-0,32	-0,30	0,04	-0,03	0,08	-0,44
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	-0,68	-0,40	-0,22	-0,23	-0,33	-0,37
56	Îngrășămintele minerale, chimice	-0,21	-0,34	-0,32	-0,41	-0,41	-0,57
57	Materiale plastice sub forme primare	-0,45	-0,36	-0,37	-0,38	-0,45	-0,44

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 10

**Indicele Lafay pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
00	Animale vii	0,15	0,08	0,15	0,12	0,12	0,06
01	Carne și preparate din carne	-0,10	-0,14	-0,15	-0,21	-0,22	-0,27
02	Produse lactate și ouă de păsări	-0,04	-0,09	-0,12	-0,28	-0,42	-0,40
03	Peste, crustacee, moluște	-0,48	-0,43	-0,39	-0,44	-0,48	-0,45
04	Cereale și preparate din cereale	3,12	3,05	3,30	3,32	1,53	4,63
05	Legume și fructe	3,45	4,51	3,12	3,38	3,93	3,21
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	0,86	0,42	0,36	0,21	0,17	0,33
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	-0,37	-0,31	-0,24	-0,27	-0,33	-0,27
08	Hrană destinată animalelor	0,04	0,00	0,09	0,16	0,25	0,13
09	Produse și preparate alimentare	-0,64	-0,61	-0,51	-0,56	-0,61	-0,58
11	Băuturi	2,90	2,84	2,68	2,61	2,68	2,19
12	Tutun brut și prelucrat	-0,36	-0,28	-0,11	-0,14	-0,26	-0,15
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	0,08	0,07	0,05	0,03	0,02	0,02
22	Semințe și fructe oleaginoase	4,12	4,16	3,57	3,86	3,60	3,17
23	Cauciuc brut	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	-0,02
24	Lemn și plută	-0,26	-0,30	-0,25	-0,27	-0,29	-0,30
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	0,05	0,05	0,05	0,04	0,03	0,07
26	Fibre textile și deșeurile lor	-0,07	-0,08	-0,06	-0,06	-0,06	-0,06
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	0,04	0,08	0,05	-0,03	0,00	-0,01
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	0,23	0,26	0,25	0,24	0,46	1,17
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	-0,18	-0,18	-0,20	-0,18	-0,19	-0,21
32	Cărbune, cocs și brichete	-0,11	-0,23	-0,14	-0,14	-0,12	-0,10
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	-4,03	-4,05	-4,48	-4,23	-2,77	-3,51
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	-2,55	-1,86	-2,14	-2,06	-1,47	-2,46
35	Energie electrică	0,00	-0,52	-0,42	-0,30	-0,08	-0,05
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	1,10	0,88	1,02	1,05	1,73	1,57
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	-0,02	-0,02	-0,02	-0,02	-0,01	-0,01
51	Produse chimice organice	0,20	0,23	0,25	0,20	0,76	0,40
52	Produse chimice anorganice	-0,12	-0,11	-0,11	-0,11	-0,10	-0,08
53	Produse tanante și colorante	-0,29	-0,28	-0,23	-0,28	-0,33	-0,26
54	Produse medicinale și farmaceutice	-0,99	-0,87	-0,65	-0,48	-1,06	-0,82
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	-0,47	-0,51	-0,52	-0,63	-0,71	-0,65
56	Îngrășăminte minerale, chimice	-0,57	-0,58	-0,65	-0,63	-0,58	-0,52
57	Materiale plastice sub forme primare	-0,44	-0,41	-0,41	-0,36	-0,34	-0,39

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 10

**Indicele Lafay pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
58	Materiale plastice prelucrate	-0,70	-0,58	-0,62	-0,64	-0,86	-0,90
59	Alte materiale și produse chimice	-0,62	-0,68	-0,68	-0,74	-0,73	-0,87
61	Piele, blană prelucrate	-0,20	-0,18	-0,13	-0,16	-0,23	-0,33
62	Cauciuc prelucrat	-0,39	-0,27	-0,23	-0,29	-0,39	-0,33
63	Articole din lemn	-0,40	-0,33	-0,31	-0,38	-0,46	-0,50
64	Hârtie, carton și articole conexe	-0,67	-0,53	-0,51	-0,46	-0,55	-0,74
65	Fire, țesături, articole textile	-1,14	-0,80	-0,47	-0,76	-0,88	-1,11
66	Articole din minerale nemetalice	-0,13	-0,16	-0,26	-0,09	-0,09	-0,34
67	Fier și oțel	-0,94	-0,88	-0,74	-0,89	-0,98	-1,06
68	Metale neferoase	-0,19	-0,17	-0,13	-0,16	-0,50	-0,66
69	Articole prelucrate din metal	-0,64	-0,54	-0,52	-0,20	-0,70	-0,80
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,00
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	-0,46	-0,82	-0,74	-0,92	-1,29	-1,05
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	0,04	0,04	0,01	0,02	0,00	-0,03
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	-0,38	-0,22	-0,38	-0,53	-0,58	-0,66
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	-0,31	-0,27	-0,34	-0,34	-0,35	-0,32
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	-1,03	-0,86	-0,85	-0,88	-0,78	-0,87
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	0,49	0,51	1,15	1,49	1,91	2,37
78	Vehicule rutiere	-1,54	-1,64	-1,09	-1,30	-1,69	-1,57
79	Alte echipamente de transport	-0,26	0,09	0,11	0,03	-0,08	0,07
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	-0,31	-0,17	-0,18	-0,18	-0,31	-0,31
82	Mobilă și părțile ei	0,46	1,02	1,18	1,31	1,50	1,73
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,36	0,34	0,31	0,31	0,34	0,30
84	Îmbrăcăminte și accesorii	5,37	4,56	4,12	3,74	4,25	4,29
85	Încălțăminte	0,59	0,67	0,51	0,38	0,39	0,35
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	-0,10	0,04	0,17	0,19	0,07	-0,04
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	-0,06	-0,06	-0,05	-0,04	-0,05	-0,05
89	Alte articole diverse	-0,61	-0,58	-0,47	-0,57	-0,66	-0,80
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,01	0,08	0,04	0,01	0,01	0,01
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,05

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 10

**Indicele Lafay pe grupuri de mărfuri, conform Clasificării Standard de Comerț Internațional (CSCI), %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
58	Materiale plastice prelucrate	-0,88	-0,85	-0,82	-0,82	-0,93	-0,88
59	Alte materiale și produse chimice	-0,96	-0,88	-0,92	-0,90	-1,00	-0,84
61	Piele, blană prelucrate	-0,39	-0,38	-0,39	-0,40	-0,37	-0,31
62	Cauciuc prelucrat	-0,39	-0,50	-0,49	-0,47	-0,44	-0,43
63	Articole din lemn	-0,47	-0,48	-0,39	-0,37	-0,38	-0,34
64	Hârtie, carton și articole conexe	-0,75	-0,68	-0,61	-0,62	-0,59	-0,52
65	Fire, țesături, articole textile	-1,13	-1,07	-1,09	-1,06	-0,99	-0,81
66	Articole din minerale nemetalice	-0,34	-0,45	-0,17	-0,22	-0,23	-0,07
67	Fier și oțel	-0,94	-0,96	-0,95	-1,03	-1,03	-0,87
68	Metale neferoase	-0,55	-0,72	-0,76	-0,66	-0,48	-0,41
69	Articole prelucrate din metal	-0,76	-0,81	-0,88	-0,92	-0,92	-0,72
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	-0,08	-0,11	-0,13	-0,09	-0,13	-0,13
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	-1,16	-1,26	-1,35	-1,20	-1,06	-1,28
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	-0,03	-0,06	-0,07	-0,04	-0,06	-0,05
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	-0,69	-0,80	-0,99	-1,05	-1,26	-1,14
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	-0,37	-0,42	-0,42	-0,35	-0,46	-0,44
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	-0,95	-1,07	-1,12	-1,21	-1,35	-1,12
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	2,46	3,29	5,08	5,64	4,88	3,86
78	Vehicule rutiere	-1,69	-1,87	-2,02	-2,14	-1,86	-1,89
79	Alte echipamente de transport	0,00	0,26	-0,02	-0,02	-0,41	-0,01
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	-0,24	-0,21	-0,21	-0,25	-0,24	-0,25
82	Mobilă și părțile ei	2,20	2,03	2,13	1,84	1,97	1,65
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	0,27	0,11	0,20	0,16	0,14	0,12
84	Îmbrăcăminte și accesorii	4,21	3,91	3,90	3,31	3,10	2,54
85	Încălțăminte	0,35	0,24	0,27	0,20	0,27	0,20
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	0,10	-0,04	-0,10	-0,03	-0,07	-0,23
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	-0,04	-0,04	-0,04	-0,02	-0,04	-0,05
89	Alte articole diverse	-0,97	-0,91	-0,77	-0,79	-0,89	-0,93
96	Monede, care nu au curs legal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
97	Aur nemonetar	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01
99	Bunuri livrate în calitate de ajutoare	-0,05	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	0,00

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*



## Testarea statistică a modelului regresiei logaritmice $\ln(c_{mobil})$

Equation: EQ\_2 Workfile: MODEL\_MOBIL2::Mo...

View Proc Object Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids

Dependent Variable: LOG(C\_MOBIL)  
 Method: Least Squares  
 Date: 02/04/21 Time: 03:19  
 Sample (adjusted): 2006 2019  
 Included observations: 14 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.572993	0.080989	7.074904	0.0000
LOG(C_MOBIL(-1))	0.314050	0.022276	14.09798	0.0000
LOG(P_ENER)	-3.645803	0.555452	-6.563667	0.0001
D09	-1.315887	0.208422	-6.313573	0.0001

R-squared	0.962604	Mean dependent var	-0.129412
Adjusted R-squared	0.951385	S.D. dependent var	0.908733
S.E. of regression	0.200366	Akaike info criterion	-0.142389
Sum squared resid	0.401464	Schwarz criterion	0.040199
Log likelihood	4.996722	Hannan-Quinn criter.	-0.159291
F-statistic	85.80167	Durbin-Watson stat	2.062465
Prob(F-statistic)	0.000000		

*Sursa: elaborat de autor cu ajutorul pachetului EViews.*

Testarea statistică a modelului regresiei logaritmice  $\ln(c\_mobil)$

Equation: EQ\_2 Workfile: MODEL\_MOBIL2::Mo...

View Proc Object Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.227131	Prob. F(3,10)	0.8754
Obs*R-squared	0.893096	Prob. Chi-Square(3)	0.8271
Scaled explained SS	0.468111	Prob. Chi-Square(3)	0.9258

Test Equation:  
 Dependent Variable: RESID^2  
 Method: Least Squares  
 Date: 02/04/21 Time: 06:03  
 Sample: 2006 2019  
 Included observations: 14

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.035732	0.019021	1.878542	0.0897
LOG(C_MOBIL(-1))	0.002725	0.005232	0.520910	0.6138
LOG(P_ENER)	-0.027675	0.130455	-0.212142	0.8363
D09	-0.030177	0.048951	-0.616478	0.5514

R-squared	0.063793	Mean dependent var	0.028676
Adjusted R-squared	-0.217070	S.D. dependent var	0.042656
S.E. of regression	0.047058	Akaike info criterion	-3.039899
Sum squared resid	0.022145	Schwarz criterion	-2.857311
Log likelihood	25.27929	Hannan-Quinn criter.	-3.056801
F-statistic	0.227131	Durbin-Watson stat	2.195601
Prob(F-statistic)	0.875400		

Sursa: elaborat de autor cu ajutorul pachetului EViews.

**Indicele simetric a avantajului comparativ relevat pe piața externă pe  
grupuri de mărfuri, conform CSCI, %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
00	Animale vii	60,7	53,8	47,0	30,3	-8,2	42,9
01	Carne și preparate din carne	-3,6	20,3	8,3	-6,3	15,5	-22,2
02	Produse lactate și ouă de păsări	-19,8	-13,9	-25,5	-17,8	-14,5	-8,6
03	Peste, crustacee, moluște	-99,6	-99,9	-99,1	-99,9	-99,2	-99,3
04	Cereale și preparate din cereale	54,6	44,6	20,1	58,7	71,9	63,6
05	Legume și fructe	67,5	66,6	68,2	68,0	67,7	62,9
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	71,7	23,2	49,0	33,7	78,7	75,9
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	-70,1	-77,3	-71,8	-58,8	-56,1	-50,4
08	Hrană destinată animalelor	35,5	36,6	41,2	-4,9	24,0	10,2
09	Produse și preparate alimentare	-87,9	-84,7	-81,7	-87,1	-88,4	-88,6
11	Băuturi	81,7	79,7	77,1	76,5	76,8	77,6
12	Tutun brut și prelucrat	-14,8	-16,0	-0,3	-13,8	-22,7	-39,8
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	98,9	97,7	98,1	98,4	97,1	99,8
22	Semințe și fructe oleaginoase	83,8	94,3	88,4	91,3	89,2	87,7
23	Cauciuc brut	35,4	29,5	36,0	29,7	33,2	15,9
24	Lemn și plută	-77,5	-81,7	-82,7	-89,1	-77,9	-73,1
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	94,1	94,1	92,8	85,6	77,7	83,4
26	Fibre textile și deșeurile lor	-72,3	-35,4	-61,2	-57,5	-41,3	-18,9
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	43,9	46,5	43,1	20,4	23,9	13,7
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	86,7	86,4	95,0	98,6	96,7	95,3
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	-35,5	-40,7	-43,1	-59,2	-59,6	-52,9
32	Cărbune, cocs și brichete	-96,8	-100,0	-100,0	-99,9	-99,7	-99,8
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	-93,4	-84,1	-93,2	-87,9	-89,4	-90,5
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	-97,5	-99,5	-93,9	-92,0	-99,0	-99,9
35	Energie electrică	-97,8	-99,9	-99,9	-100,0	-99,9	-97,0
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	28,1	-100,0
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	92,0	92,8	89,3	75,6	90,4	91,6
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	-69,2	-81,0	-71,9	-92,4	-56,6	-71,6
51	Produse chimice organice	-51,8	-46,2	-70,3	-70,2	-47,9	-1,7
52	Produse chimice anorganice	-93,9	-95,3	-92,2	-93,9	-94,3	-94,2
53	Produse tanante și colorante	-79,9	-76,6	-75,5	-76,3	-85,2	-83,7
54	Produse medicinale și farmaceutice	-9,0	-9,3	1,0	-0,9	1,7	-11,3
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	-57,2	-26,7	-10,8	-11,7	-18,7	-17,6
56	Îngrășăminte minerale, chimice	-98,7	-99,7	-99,5	-99,9	-99,7	-99,4
57	Materiale plastice sub forme primare	-83,3	-61,9	-68,8	-70,7	-84,0	-67,4

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 12

**Indicele simetric a avantajului comparativ relevat pe piața externă pe grupuri de mărfuri, conform CSCI, %**

	Grupuri de mărfuri	2016	2017	2018	2019	2020	2021
00	Animale vii	49,9	42,2	67,4	58,3	55,5	48,9
01	Carne și preparate din carne	-20,5	-26,2	-31,7	-42,9	-51,2	-55,4
02	Produse lactate și ouă de păsări	-4,2	-11,1	-15,4	-38,2	-50,3	-54,6
03	Peste, crustacee, moluște	-99,8	-99,8	-99,8	-99,8	-99,9	-99,8
04	Cereale și preparate din cereale	70,7	71,9	74,8	73,1	49,8	79,3
05	Legume și fructe	62,0	69,0	58,0	58,0	59,2	60,9
06	Zahăr, preparate pe bază de zahăr	59,5	38,8	56,4	43,4	34,2	59,3
07	Cafea, ceai, cacao, condimente	-50,3	-45,1	-39,3	-45,1	-53,3	-48,1
08	Hrană destinată animalelor	6,4	0,6	14,6	25,5	28,9	17,9
09	Produse și preparate alimentare	-71,9	-84,1	-85,1	-86,9	-82,3	-79,4
11	Băuturi	72,3	73,5	74,2	73,6	75,8	70,5
12	Tutun brut și prelucrat	-37,6	-29,3	-13,3	-16,3	-46,8	-30,3
21	Piei brute, piei tăbăcite și blănuri	96,2	98,3	97,9	96,8	98,1	98,8
22	Semințe și fructe oleaginoase	87,9	88,8	86,2	88,9	86,8	84,9
23	Cauciuc brut	-51,3	-99,8	-99,5	-99,7	-99,9	-99,8
24	Lemn și plută	-75,6	-93,6	-90,8	-87,5	-84,1	-82,6
25	Pastă de hârtie, deșeuri de hârtie	78,1	83,3	86,1	84,9	80,6	90,8
26	Fibre textile și deșeurile lor	-67,2	-84,5	-79,1	-83,8	-90,1	-87,1
27	Îngrășăminte naturale și minerale naturale	13,1	27,6	16,3	-9,8	0,2	-6,6
28	Minerale metalifere și deșeuri de metale	93,0	92,1	80,2	91,2	94,1	98,5
29	Alte materii brute de origine animală sau vegetală	-59,0	-59,8	-57,0	-57,7	-54,1	-63,0
32	Cărbune, cocs și brichete	-100,0	-99,8	-99,6	-99,9	-96,7	-90,5
33	Petrol, produse petroliere și produse înrudite	-93,2	-85,8	-88,3	-92,9	-85,2	-89,5
34	Gaz și produse industriale obținute din gaz	-100,0	-100,0	-100,0	-99,9	-98,8	-100,0
35	Energie electrică	-90,3	-99,9	-99,9	-99,9	-99,7	-99,6
41	Uleiuri și grăsimi de origine animală	-90,5	-100,0	-100,0	-100,0	-98,5	-97,8
42	Grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate	87,3	80,4	90,1	91,0	92,7	92,9
43	Alte uleiuri și grăsimi animale sau vegetale prelucrate	-68,3	-83,3	-77,1	-95,0	-89,8	-99,3
51	Produse chimice organice	33,4	37,2	42,9	37,5	78,7	68,6
52	Produse chimice anorganice	-75,9	-72,3	-75,7	-71,3	-63,3	-66,2
53	Produse tanante și colorante	-82,5	-87,5	-72,7	-90,7	-90,8	-76,7
54	Produse medicinale și farmaceutice	-31,6	-27,6	-22,0	-13,6	-35,0	-26,1
55	Uleiuri esențiale, rezinoide și substanțe parfumate	-23,4	-33,3	-43,5	-57,1	-63,7	-64,8
56	Îngrășăminte minerale, chimice	-99,8	-99,7	-99,8	-99,8	-99,8	-99,1
57	Materiale plastice sub forme primare	-77,0	-76,3	-85,2	-84,8	-83,0	-82,6

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 12

**Indicele simetric a avantajului comparativ relevat pe piața externă pe grupuri de mărfuri, conform CSCI, %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
58	Materiale plastice prelucrate	-78,2	-69,1	-70,9	-67,3	-86,0	-90,5
59	Alte materiale și produse chimice	-90,9	-94,2	-93,7	-93,1	-93,4	-90,4
61	Piele, blană prelucrate	-72,2	-60,2	-51,4	-62,0	-75,0	-83,5
62	Cauciuc prelucrat	-54,0	-27,3	-24,2	-34,6	-57,5	-39,0
63	Articole din lemn	-62,8	-48,8	-42,4	-55,4	-65,4	-65,3
64	Hârtie, carton și articole conexe	-63,3	-44,4	-49,2	-40,0	-53,6	-73,1
65	Fire, țesături, articole textile	-36,1	-21,2	-11,8	-21,6	-27,6	-31,7
66	Articole din minerale nemetalice	-6,6	-8,4	-15,0	-4,5	-4,5	-18,3
67	Fier și oțel	-83,1	-71,3	-67,1	-74,4	-85,0	-90,6
68	Metale neferoase	-93,9	-75,6	-57,8	-52,6	-86,4	-82,1
69	Articole prelucrate din metal	-36,9	-31,9	-32,1	-9,5	-46,6	-47,2
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	8,1	5,3	5,9	3,7	5,6	-1,4
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	-28,5	-43,4	-49,2	-65,5	-75,2	-67,8
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	28,9	20,6	9,3	15,6	-3,4	-21,0
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	-19,2	-8,9	-18,1	-24,9	-29,2	-28,7
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	-87,6	-90,0	-89,7	-90,2	-89,9	-88,4
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	-76,0	-68,1	-83,1	-89,0	-86,6	-83,7
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	9,7	8,9	18,3	21,7	27,4	28,8
78	Vehicule rutiere	-68,7	-53,8	-39,0	-49,1	-72,1	-75,2
79	Alte echipamente de transport	-39,5	39,4	18,5	15,0	-19,3	41,5
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	-69,0	-34,2	-35,3	-40,3	-72,1	-67,7
82	Mobilă și părțile ei	28,9	48,2	50,6	54,4	60,9	65,1
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	83,6	82,7	80,7	79,2	77,0	78,8
84	Îmbrăcăminte și accesorii	77,1	75,8	73,0	69,4	73,0	71,4
85	Încălțăminte	57,5	55,3	51,0	44,2	47,3	48,1
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	-13,2	5,1	16,5	16,4	6,7	-3,5
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	-59,3	-71,0	-62,9	-36,2	-50,7	-36,3
89	Alte articole diverse	-30,3	-27,5	-22,3	-27,8	-32,0	-36,2
96	Monede, care nu au curs legal	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
97	Aur nemonetar	76,8	88,5	95,6	96,0	95,5	92,4
99	Bunuri livrate in calitate de ajutoare	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-100,0

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

Continuarea anexei 12

**Indicele simetric a avantajului comparativ relevat pe piața externă pe grupuri de mărfuri, conform CSCI, %**

	<b>Grupuri de mărfuri</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
58	Materiale plastice prelucrate	-85,9	-87,6	-92,9	-91,5	-91,1	-90,0
59	Alte materiale și produse chimice	-88,1	-83,0	-91,4	-92,4	-90,4	-85,5
61	Piele, blană prelucrate	-79,0	-81,9	-89,8	-95,5	-92,7	-91,7
62	Cauciuc prelucrat	-42,0	-86,3	-92,2	-86,0	-84,9	-92,3
63	Articole din lemn	-58,3	-57,0	-41,4	-36,7	-36,3	-33,0
64	Hârtie, carton și articole conexe	-72,6	-71,5	-66,7	-65,4	-65,2	-62,3
65	Fire, țesături, articole textile	-25,5	-26,6	-32,3	-35,2	-31,3	-27,2
66	Articole din minerale nemetalice	-18,2	-27,2	-9,7	-13,0	-11,7	-3,8
67	Fier și oțel	-86,4	-89,7	-87,7	-90,7	-95,3	-71,6
68	Metale neferoase	-85,8	-85,1	-91,7	-92,7	-86,4	-88,4
69	Articole prelucrate din metal	-39,1	-45,2	-53,6	-55,3	-50,4	-39,2
71	Mașini generatoare de putere și echipamentele lor	-42,1	-47,4	-56,8	-41,5	-65,5	-67,5
72	Mașini și aparate specializate pentru industriile specifice	-71,2	-77,2	-75,8	-72,8	-67,2	-77,8
73	Mașini și aparate pentru prelucrarea metalelor	-23,8	-53,3	-49,7	-35,4	-38,0	-29,5
74	Mașini și aparate industriale cu aplicații generale	-35,6	-42,5	-60,5	-58,1	-64,3	-62,8
75	Mașini și aparate de birou sau pentru prelucrarea automată a datelor	-79,1	-91,9	-91,8	-89,1	-86,0	-89,3
76	Aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea sunetului și imaginii	-88,0	-88,4	-90,3	-89,8	-93,9	-93,9
77	Mașini și aparate electrice și părți ale acestora	29,2	35,6	43,6	45,8	41,9	37,7
78	Vehicule rutiere	-59,6	-67,0	-75,7	-74,4	-64,7	-53,0
79	Alte echipamente de transport	-1,2	85,7	-36,8	-16,1	-95,4	-30,6
81	Construcții prefabricate; alte instalații și accesorii pentru instalații sanitare, de încălzit și de iluminat	-47,2	-38,9	-43,7	-46,2	-37,1	-37,7
82	Mobilă și părțile ei	69,8	69,6	72,4	67,8	68,4	63,9
83	Articole de voiaj; sacoșe și similare	71,6	30,7	61,9	52,8	48,2	44,9
84	Îmbrăcăminte și accesorii	65,2	62,2	64,6	61,0	58,5	51,7
85	Încălțăminte	38,9	24,2	30,6	22,7	30,0	24,4
87	Instrumente și aparate, profesionale, științifice, control	10,4	-4,2	-11,5	-3,7	-7,7	-26,7
88	Aparate fotografice, optică, ceasuri și orologii	-33,0	-25,9	-22,4	-11,7	-27,8	-31,0
89	Alte articole diverse	-43,7	-36,9	-29,4	-27,6	-32,2	-35,2
96	Monede, care nu au curs legal	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0
97	Aur nemonetar	96,1	90,1	98,4	99,6	99,8	81,0
99	Bunuri livrate in calitate de ajutoare	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0

*Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al Republicii Moldova [16].*

**Echipa redacțională:**  
Redactor-șef: Lidia POPA  
Design copertă: Alexandru SANDULESCU

Bun de tipar 13.12.2022. Tirajul 20 ex.  
Coli de autor 9,8. Formatul B5. Com. 6

**Complexul Editorial, INCE, 2022**  
MD 2068, Chișinău, str. Ion Creangă, 45.  
fax. (+37322) 74-37-94, tel.: (+37322) 50-11-30  
[www.ince.md](http://www.ince.md), [lidia.popa@ince.md](mailto:lidia.popa@ince.md)