

PROMOVAREA PRODUSELOR AGROALIMENTARE AUTOHTONE PE PIEȚELE EXTERNE

Olga SÂRBU, conf. univ., dr.,
Universitatea Agrară de Stat din Moldova
e-mail: osarbu@mail.ru

Silvia ZAHARCO, conf. univ., dr.,
Universitatea Agrară de Stat din Moldova
e-mail: silviazaharco@mail.ru

În acest articol am plecat de la faptul că activitatea economică internațională, respectiv exportul produselor agroalimentare au efecte certe asupra modificării Produsului Intern Brut, cel mai important indicator de rezultate la nivel național. Creșterea și diversificarea exporturilor sunt acțiunile pe care Republica Moldova trebuie să le urmeze pentru a atinge o îmbunătățire semnificativă a standardelor de viață. În acest articol, am urmărit să evidențiem măsurile și instrumentele de promovare a exportului de produse agroalimentare în Republica Moldova și efectul acestora asupra valorii comerțului internațional. Competitivitatea exporturilor moldovenești este subminată de un șir de factori de ordin intern. În special, se evidențiază decalajul tehnologic, pentru recuperarea căruia sunt necesare investiții majore. În acest context se desprinde concluzia că creșterea și diversificarea exporturilor de produse agroalimentare derivă din ameliorarea activității investiționale. Investițiile au un rol major în extinderea capacităților de producție și a ofertei de export a țării. În cazul Republicii Moldova, performanțele în atragerea investițiilor străine directe sunt mai reduse în comparație cu alte țări din regiune. Nivelul scăzut al investițiilor străine directe subminează competitivitatea și dezvoltarea durabilă a țării.

Cuvinte-cheie: Export, Produse agroalimentare, Comerț, Investiții, Competitivitate, Promovare.

In this article we started from the fact that the international economic activity, respectively the export of the agri-food products, has certain effects on the modifications of the Gross Domestic Product, the most important indicator of national results. Growth and diversification of exports are the actions the Republic of Moldova has to follow to achieve a significant improvement in living standards. In this article, we aimed to highlight the measures and instruments of promotion of the agri-food products export in the Republic of Moldova and their effect on the value of international trade. The competitiveness of Moldovan exports is undermined by a number of internal factors. In particular, the technological gap is highlighted, for which major investment is needed. In this context, it is concluded that the growth and diversification of agri-food products exports derives from the improvement of the investment activity. Investments have a major role in expanding the country's production capacities and export offer. In the case of the Republic of Moldova, the performance in attracting foreign direct investment is lower compared to other countries in the region. The low level of foreign direct investment undermines the country's competitiveness and sustainable development.

Keywords: Export, Agri-food products, Commerce, Investments, Competitiveness, Promotion.

JEL Classification: F15, G14.

Introducere

Promovarea exportului include un ansamblu de acțiuni și mijloace vizînd informarea și atragerea cumpărătorilor potențiali în vederea satisfacerii necesităților și dorințelor acestora și, implicit, a creșterii eficienței economice a activității întreprinderilor producătoare.[5] Actualmente, economiei Republicii Moldova îi sunt specifice următoarele caracteristici:

- creșterea deficitului balanței comerciale;
- orientarea geografică unilaterală spre anumite piețe de desfacere (CSI);
- utilizarea insuficientă a piețelor din UE;
- competitivitatea redusă a produselor agroalimentare autohtone pe piețele externe.

Dezvoltarea economiei Republicii Moldova depinde de amplasarea geografică a țării, de eficiența relațiilor economice externe a acesteia, precum și de posibilitățile ei de amplificare a exportului.

Sectorul agroalimentar ocupă un rol esențial în sistemul economiei naționale, reieșind din numărul sporit al populației ocupate în sector, importanța social-economică a agriculturii în cadrul economiei naționale, a volumului de export agroalimentar în totalul exportului național. Deși, în dinamică, consumul de produse agroalimentare a evoluat odată cu dezvoltarea proceselor de integrare din regiune, Moldova nu a reușit să urmeze această direcție. În ultimii 8-10 ani nu se manifestă schimbări semnificative cu privire la structura exporturilor, care este dominat practic de aceleași produse, în special de producția agricolă neprocesată. Înrăutățirea relațiilor cu partenerii din est și interzicerea unor produse pe piața rusă au generat micșorarea exportului agroalimentar. Pe când oportunitățile create de către Acordul de Liber Schimb între Uniunea Europeană și Republica Moldova nu au fost valorificate corespunzător.

Un obiectiv major în promovarea exportului îl constituie amplificarea rolului statului prin acordarea unui suport permanent producătorilor și exportatorilor de produse agroalimentare. În acest context, este necesară nu doar liberalizarea condițiilor de comerț, dar și crearea mecanismelor și pârghiilor de promovare a produselor respective.

Promovarea exporturilor constituie factorul fundamental de echilibrare a balanței comerciale, crearea de noi locuri de muncă și asigurarea unei dezvoltări economice durabile.

Gradul de investigare a problemei la momentul actual, scopul cercetării

Un șir de teorii economice au demonstrat câștigul pe care îl poate aduce activitatea de comerț exterior pentru țările participante. David Ricardo (1817) a susținut teoria avantajelor comparative, potrivit căreia, țările au interesul să se specializeze (pentru export), în acele sectoare ale producției, ale căror costuri relative de producție sunt cele mai scăzute și să importe acele produse a căror realizare îi dezavantajează. [POPA, F., 2, 2013, p. 281] Actualmente se pune accentul pe promovarea exportului prin atragerea de investiții, considerându-se că liberul schimb este capabil să aducă câștiguri țărilor, dacă acestea se specializează în funcție de dotările relative ale factorilor de producție.

Scopul lucrării îl constituie evidențierea măsurilor și instrumentelor de promovare a exportului de produse agroalimentare în Republica Moldova. Problema abordată presupune analiza teoretico-practică a tendințelor exportului de produse agroalimentare autohtone din perspectiva ascendenței integrării economiei Republicii Moldova în economia mondială, în special, în cea a Uniunii Europene.

Metode și materiale aplicate

Corelațiile stabilite între producția agroalimentară și comerțul extern le-am analizat utilizând metode de cercetare economică: analiza cantitativă și calitativă, sinteza, metoda istorică și comparativă, metoda tabelară și grafică. În acest sens am recurs la analiza corelației prin reprezentarea grafică și studiul evoluției în dinamică a datelor supuse analizei.

Baza informațională au constituit-o datele și publicațiile Biroului Național de Statistică, hotărârile Guvernului Republicii Moldova.

Rezultate obținute și discuții

Una din căile de creștere economică și reducere a sărăciei Republicii Moldova o constituie valorificarea beneficiilor comerțului agroalimentar. Piața internă este relativ mică, având o capacitate de absorbție limitată, agricultura fiind sursa esențială a exporturilor moldovenești.

Creșterea exporturilor producției agroalimentare produce un impact pozitiv asupra consumului și veniturilor pe termen mediu și lung, servind, totodată, drept stimulent major economiei nonagricole din mediul rural. Dar, creșterea exporturilor depinde de capacitatea Republicii Moldova de a exploata avantajele sale comparative și de capacitatea de implicare la sistemul comercial internațional.

O barieră majoră în calea comerțului de produse agroalimentare sunt piețele agricole subdezvoltate și dispersate, ce constituie un factor esențial de reducere a veniturilor obținute de producătorii agricoli. Prețurile locale de care beneficiază producătorii agricoli sunt mult mai scăzute decât cele internaționale, fapt ce afectează rentabilitatea agriculturii, care în prezent este mai redusă comparativ cu alte sectoare ale economiei.

Insuficiența resurselor financiare proprii a multor producători agricoli este cauzată de competitivitatea redusă a producției acestora atât pe piața internă, cât și pe cea externă. O influență negativă are și capacitatea scăzută de modernizare a întreprinderilor prelucrătoare. Majoritatea fabricilor de conserve dispun de echipament învechit și produc o producție care nu corespunde întotdeauna cerințelor pieței europene. Situația respectivă creează condiții de subdezvoltare: scade calitatea produselor, ceea ce determină prețuri scăzute de vânzare și oportunități limitate pe piață. Totodată, veniturile reduse din vânzări împiedică procesul de modernizare și, respectiv, îmbunătățirea calității produselor.

Starea financiară a majorității întreprinderilor de prelucrare nu le permite să crediteze permanent întreprinderile agricole din contul viitoarei recolte. În țară, practic lipsesc sistemele integrate pe verticală, care reunesc producătorii agricoli și procesatorii produselor agricole. Întreprinzătorii agricoli, în multe cazuri, nu dispun de informații cu privire la standarde, cumpărători, prețuri, etc. Situația dată creează o atmosferă de neîncredere dintre producători și cumpărători.

În mod paradoxal, cele mai sigure piețe pentru agricultori sunt piețele culturilor de valoare joasă, așa ca cerealele, porumbul, floarea-soarelui. Aceste culturi, de regulă, nu necesită investiții mari. Piețele relativ stabile, cunoștințele tradiționale privind tehnicile de cultivare și costul mic al investițiilor determină mulți agricultori din republică să cultive în continuare aceste culturi. Exportul produselor agricole menționate sau a produselor obținute prin prelucrarea acestora nu aduce producătorilor venituri considerabile. În această situație, potențialul de export poate fi valorificat numai prin majorarea suprafețelor cultivate, obținând cantități importante a unuia sau câtorva din produsele în care sunt specializate întreprinderile respective [DUMBRĂVEANU, N., 1, 2014, p. 13].

Tendințe în orientarea exportului de produse agroalimentare. În mod tradițional, exportul Republicii Moldova este dominat de produsele agroalimentare. Deși pe parcursul ultimului deceniu produsele agroalimentare și-au diminuat ponderea în exportul țării, de la 53,4% în 2005 la 46,5% în 2015, acestea continuă să fie o categorie importantă.

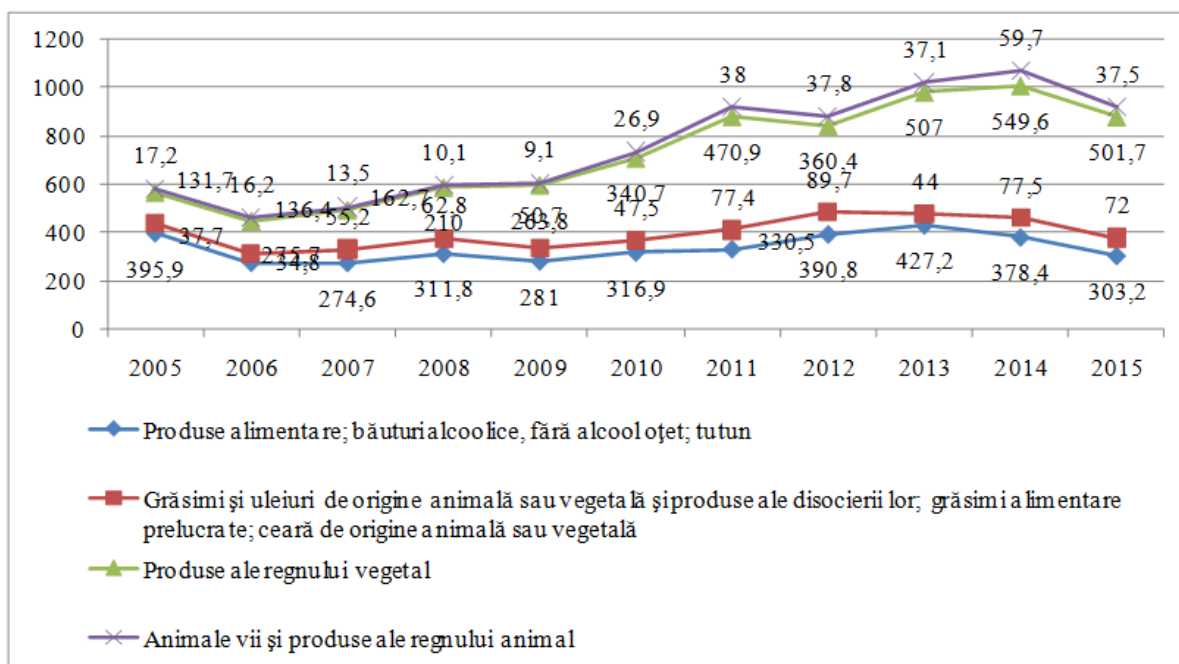


Figura 1. Evoluția exportului agroalimentar în Republica Moldova, mil. USD
Sursa: Elaborat de autori în baza datelor Biroului Național de Statistică [3].

Luat în ansamblu, exportul de produse agroalimentare din republică în ultimii ani a avut o tendință ne semnificativă de creștere. În perioada 2005-2014 se constată o tendință accentuată de creștere a exportului de produse ale regnului vegetal (de la 131,7 mil. USD în anul 2005 la 549,6 mil. USD în anul 2014), după care, în anul 2015 are loc o reducere de 8,8%. Începând cu anul 2007, a sporit și exportul produselor alimentare și a băuturilor alcoolice de la 274,6 mil. USD în anul 2007 la 427,2 mil. USD în anul 2013. În următorii ani urmează descreșterea valorii de export la categoria respectivă. Concomitent, se constată aceeași tendință de creștere până în anul 2013 și mai apoi de diminuare a exportului de grăsimi și uleiuri de origine animală și vegetală, precum și de animale vii și produse ale regnului animal. Un impact indirect negativ asupra evoluției exporturilor de produse agroalimentare l-au avut și tensiunile regionale, care au rezultat în sancțiuni economice și restricții comerciale aplicate reciproc de UE și Federația Rusă.

Principala piață de desfacere a produselor agroalimentare din Republica Moldova rămâne a fi cea a Comunității Statelor Independente, care deține o pondere principală la export – 48,5%. Țărilor Uniunii Europene și Europei Centrale și de Est le revine, respectiv, 40% și 11,5%.

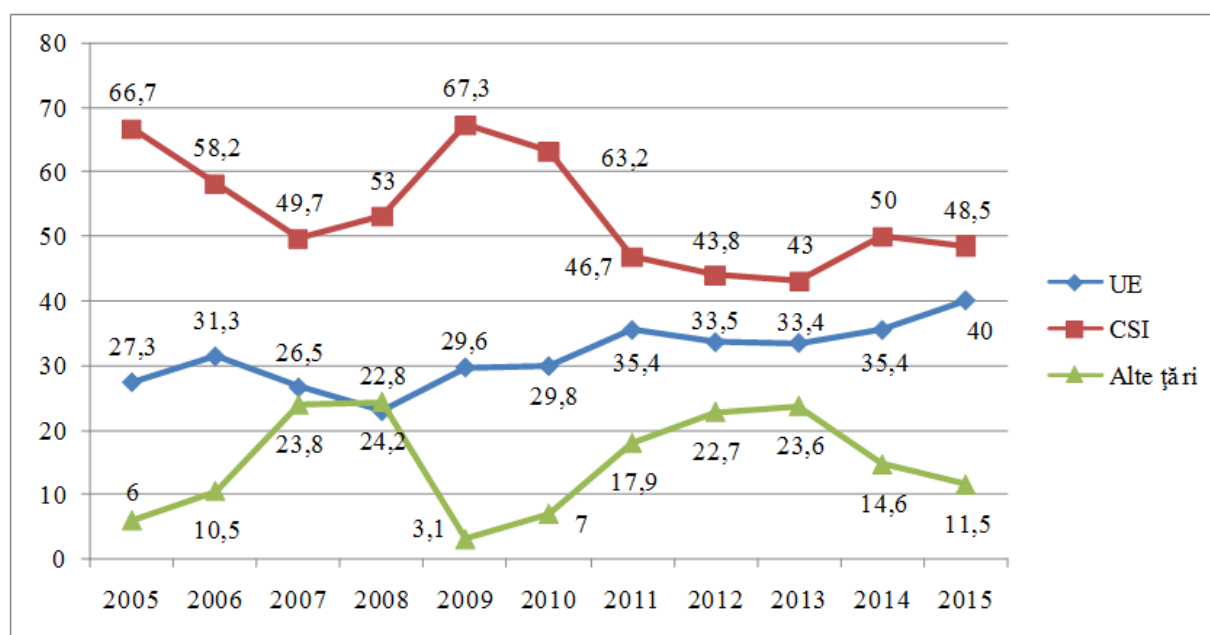


Figura 2. Structura geografică a exportului agroalimentar în Republica Moldova, %
Sursa: Elaborat de autori în baza datelor Biroului Național de Statistică [3].

Structura geografică a exporturilor de produse agroalimentare s-a schimbat fundamental în ultimul deceniu: ponderea exporturilor spre țările CSI s-a diminuat de la 66,7% în anul 2005 la 48,5% în anul 2015, în timp ce ponderea exporturilor spre UE a crescut de la 27,3% la 40%. O altă schimbare importantă este creșterea ponderii țărilor terțe în totalul exportului agroalimentar – de la 6% în anul 2005 la 11,5% în anul 2015, variind semnificativ în decursul perioadei respective.

Reorientarea geografică a exporturilor de produse agroalimentare s-a datorat mai multor oportunități, dar și multor constrângeri. Latura negativă constă în faptul că în anii 2006 și 2013 s-au înrăutățit relațiile comerciale cu Federația Rusă, aceasta aplicând restricții comerciale la importul de băuturi alcoolice din țara noastră, iar în anul 2014 a impus embargou la importul de carne procesată și fructe. Ca factor pozitiv evidențiem relațiile comerciale cu Uniunea Europeană: anul 2006 – intrarea în vigoare a Sistemului Generalizat de Preferințe, anul 2007 - extinderea acestuia - Sistemul Generalizat de Preferințe plus, anul 2008 - aplicarea Preferințelor Comerciale Autonome, anul 2014 - instituirea Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană.

Tendențele menționate denotă necesitatea adoptării unor măsuri eficiente de promovare a exportului de produse agroalimentare, și anume [5]:

1. *Determinarea domeniilor și produselor prioritare ce urmează a fi restructurate și orientate spre export.* În scopul promovării eficiente a exportului de produse agroalimentare, este necesară determinarea priorităților de dezvoltare a exporturilor în domeniile existente, precum și lansarea produselor noi. Acest fapt va ajuta producătorii autohtoni să descopere noi piețe și să propună spre realizare produse de mare interes.

La determinarea domeniilor prioritare și a produselor pentru export, în sectorul agroalimentar trebuie să se țină cont de tendințele existente pe piețele externe privind consumul de produse alimentare; de competitivitatea produselor; de măsurile întreprinse vizând atragerea investițiilor.

2. *Implementarea tehnologiilor moderne și atragerea investițiilor străine.* Realizarea acestei măsuri prevede elaborarea și adoptarea unor programe speciale de susținere a producerii produselor agroalimentare orientate spre export.

O atenție sporită trebuie acordată asigurării exportatorilor și producătorilor autohtoni cu suportul tehnic necesar, similar celui de care beneficiază concurenții lor externi. Astfel, prin intermediul structurilor naționale și, în primul rând, al Organizației de Promovare a Exportului din Moldova (O.P.E.M.), fondată în anul 1999 și reorganizată în anul 2014 în Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova (MIEPO), are loc acordarea consultațiilor exportatorilor întru accelerarea fluxului de mărfuri, găsirea piețelor noi de desfacere, menținerea și extinderea pozițiilor pe acestea.

Republica Moldova oferă o serie de avantaje de investire companiilor internaționale. Dar anumite deficiențe în cadrul politicii instituționale și legislative interne împiedică atragerea mai multor proiecte de investiții și o promovare mai intensă a exporturilor. Regulamentul de subvenționare pentru 2017 va include o măsură nouă de sprijin "Stimularea activităților de promovare pe piețele externe" ce prevede alocarea mijloacelor financiare pentru susținerea producătorilor agricoli în participarea și organizarea de expoziții, târguri, concursuri cu profil agroalimentar, inclusiv în rețelele de comercializare pe piața externă. În acest context, la 11 aprilie 2017, a fost semnat un Acord de Parteneriat între Organizația de Promovare a Exportului din Moldova (MIEPO) și Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură (AIPA). Prezentul acord prevede susținerea producătorilor agricoli în explorarea de noi piețe întru promovarea de produse moldovenești pe piețele externe în scopul sporirii competitivității și promovării produselor agricole și agroalimentare autohtone [4].

3. *Îmbunătățirea calității produselor agroalimentare.* Calitatea produselor agroalimentare destinate exportului trebuie să corespundă cerințelor piețelor de desfacere respective. De aceea, pentru a îmbunătăți calitatea produselor agroalimentare este necesară implementarea sistemelor de calitate, în conformitate cu standardele internaționale, la întreprinderile producătoare autohtone, etc.

4. *Perfecționarea cadrului instituțional și informațional de promovare a exportului.* Promovarea exportului de produse agroalimentare poate fi realizată doar prin implementarea și aplicarea strategiilor, stimularea exportatorilor, crearea sistemului de informare și prelucrare a informațiilor vizând comerțul, pregătirea profesională, elaborarea programelor de fabricare a produselor de export și dezvoltare a pieței.

5. *Perfecționarea cadrului juridic.* Promovarea exportului de produse agroalimentare este imposibilă fără o bază juridică respectivă. De aceea, este necesară perfecționarea acestuia în vederea corespunderii principiilor și normelor de drept internațional.

6. *Pregătirea și perfecționarea cadrelor.* Promovarea exportului presupune, de asemenea, măsuri de dezvoltare a sistemului de pregătire și perfecționare a cadrelor, realizate atât prin intermediul instituțiilor de învățământ de profil, cât și prin diferite forme de instruire.

Politica comercială. Politica în domeniul comerțului agroalimentar este orientată spre promovarea și stimularea exporturilor de produse agroalimentare, optimizarea importurilor în vederea dezvoltării antreprenoriatului, creând condiții favorabile pentru creșterea competitivității produselor agroalimentare.

Procedurile de realizare a politicii comerciale în domeniul agroalimentar vizează:

- minimizarea sau chiar eliminarea tarifelor vamale pentru pozițiile ce stimulează dezvoltarea producției și exporturilor de produse agroalimentare, totodată maximizarea tarifelor respective la pozițiile ce pot pune în pericol sectorul autohton de producere;

- eliminarea barierelor pe piața internă și pe cea externă cu produse agroalimentare;

- crearea unui mediu favorabil producerii de produse agroalimentare competitive pe piețele externe;

- monitorizarea evoluției importurilor de produse agroalimentare și evaluarea impactului acestora asupra producătorilor agricoli;
- formarea unui cadru juridic al relațiilor comerciale externe în vederea promovării exporturilor, în corespundere cu oportunitățile și evoluțiile înregistrate pe plan regional și internațional.

În scopul realizării obiectivelor menționate, este necesar de continuat negocierile bilaterale cu partenerii comerciali principali ai Republicii Moldova, în vederea respectării integrale a acordurilor de comerț liber și anulării barierelor în comerțul cu țările Comunității Statelor Independente. De asemenea, trebuie întreprinse măsuri pentru promovarea intereselor Republicii Moldova în organizațiile internaționale, în particular, în cadrul Organizației Mondiale a Comerțului.

Politica comercială a statului este orientată spre eliminarea tuturor barierelor în comerțul cu produse agroalimentare atât pe piața internă, cât și pe cea externă. Prin urmare, promovarea vânzărilor se efectuează prin stabilirea unor condiții ce permit producătorilor agricoli să livreze produse de calitate la un preț rezonabil, respectiv să obțină venituri semnificative din comercializarea produselor respective. În calitate de instrumente specifice sunt utilizate: acordarea de asistență pentru promovarea vânzărilor în țară și peste hotare; stimularea transformării produselor la o valoare mai înaltă etc.

Promovarea vânzărilor pe plan intern are drept scop crearea unei atitudini pozitive din partea cumpărătorilor față de produsele agroalimentare autohtone. În acest scop se întreprind măsuri pentru: formarea unei rețele de piețe angro agroalimentare regionale; asigurarea volumelor de produse agroalimentare și controlul calității acestora; monitorizarea continuă a prețurilor etc.

Politica statului de promovare a exporturilor produselor agroalimentare este actuală și imperativă pentru Republica Moldova, deoarece va permite stoparea depopulării satelor și majorarea veniturilor agricultorilor. Pe de altă parte, o politică chibzuită privind identificarea produselor cu potențial major de export ar permite agricultorilor autohtoni obținerea unor beneficii considerabile. Pentru producătorul agricol, care intenționează să producă pentru export, este important să identifice un produs care să-i aducă o valoare adăugată suficientă din punct de vedere al veniturilor [DUMBRĂVEANU, N., 1, 2014, p. 15].

Măsurile de promovare a exportului extern de produse agroalimentare se concentrează pe eliminarea sau atenuarea deficiențelor critice și pe valorificarea punctelor forte ale țării. Totodată, se iau în considerare oportunitățile de îmbunătățire a relațiilor de export și riscurile ce pot apărea (Tabelul 1).

Tabelul 1

Analiza SWOT: promovarea exporturilor în Republica Moldova

PUNCTE TARI	PUNCTE SLABE
<ul style="list-style-type: none"> • Amplasarea geografică favorabilă în raport cu UE, Federația Rusă, Orientul Mijlociu și Asia Centrală; • Comerțul liberalizat cu UE, țările CSI, Turcia și Europa de Sud-Est; • Acorduri bilaterale între Republica Moldova și alte țări privind evitarea dublei impuneri; • Rata impozitului pe venit pentru persoanele juridice competitivă la nivel internațional; • Disponibilitatea activelor neutilizate (terenuri industriale, construcții) în zonele economice libere; • Scutiri fiscale și alte facilități pentru rezidenții din zonele economice libere. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficitul forței de muncă calificate, în special în mediul rural; • Capacitatea slabă de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor, cauzată de finanțarea insuficientă; • Delimitarea neclară a competențelor instituționale în atragerea investițiilor străine directe și în promovarea exporturilor; • Sarcina fiscală totală destul de înaltă în comparație cu țările din regiune; • Insuficiența surselor proprii de materie primă; • Piața agricolă internă fragmentată și insuficiența producției de scară în sectorul respectiv.
OPORTUNITĂȚI	RISURI
<ul style="list-style-type: none"> • Vecinătatea geografică și lipsa barierelor lingvistice, care oferă posibilitatea integrării în lanțurile tehnologice ale firmelor cu investiții străine directe amplasate în România și Ucraina; • Procesul de integrare europeană, care oferă multiple oportunități pentru dezvoltarea capacităților instituționale și competențelor în domeniul atragerii investițiilor străine directe; • Implementarea Acordului de Asociere, care ar putea facilita comerțul internațional și ar redresa problemele ce țin de competitivitate. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instabilitatea macroeconomică continuă și sectorul financiar intern slab, care ar putea spori substanțial nivelul de risc al țării și costurile de finanțare a investițiilor străine directe; • Riscurile bugetare și disciplina fiscală slabă; • Instabilitatea politică, care îndepărtează investitorii străini potențiali și prezenți; • Accelerarea emigrării forței de muncă; • Recesiunea economică în Rusia și creșterea economică fragilă în UE.

Sursa: Strategia națională de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2016-2020, aprobată prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 511 din 25.04.2016. - MO nr. 114-122/565 din 29.04.2016.

Studiile efectuate arată că în ultimii 20 de ani, un număr mare de state în dezvoltare au apelat la protecția agriculturii, fie prin eliminarea taxelor la export, fie prin ajustarea ratei de schimb. Drept efect, supraproducția a generat

reduceri semnificative de prețuri și constrângeri importante pentru a stimula exporturile de calitate. În general, evoluțiile studiate ne indică că strategiile de dezvoltare a sectorului agroalimentar și a exportului acestuia au resimțit evoluții semnificative de-a lungul timpului.

Concluzii

Analiza exportului de produse agroalimentare a scos în evidență o formă incipientă a dezvoltării lor, reacții întârziate cu privire la dinamica piețelor, capacitatea slabă de a crea parteneriate, importante constrângeri în atragerea fondurilor și a implementării unor practici durabile de management.

Exportul agroalimentar al Republicii Moldova a fost afectat de evoluțiile regimurilor comerciale ale partenerilor țării. În sens pozitiv, pe relația cu UE, s-a atestat o dinamică în creștere, generată de Sistemul Generalizat de Preferințe, Preferințele Comerciale Autonome și Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător.

În relația cu CSI, s-a manifestat preponderent aspectul negativ al modificărilor regimului comercial. Odată cu aderarea Rusiei la OMC în 2012, poziția Moldovei pe piața rusă s-a înrăutățit, în special datorită concurenței de preț din partea altor membri OMC exportatori de produse agroalimentare pe piața Federației Ruse. Mai mult, comerțul Moldovei cu CSI a fost afectat la momentul aplicării embargourilor pentru producția agroalimentară din Republica Moldova.

Cadru regulatoriu național privind gestionarea activității economice externe este difuz, iar instrumentele propuse pentru susținerea exportului sunt valorificate insuficient. Reieșind din constrângerile actuale, politicile privind promovarea exportului de produse agroalimentare ar trebui să includă un set de măsuri realiste bazate pe dezvoltarea exportului extern, în special prin atragerea de investiții directe externe.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. DUMBRĂVEANU, N. Procedurile de export al produselor agroalimentare. Ghid practic.Ch.: ACED, 2014. 172 p.
2. POPA, F. Impactul crizei mondiale asupra comerțului internațional. Management intercultural [online]. 2013, nr. 3 (29) Vol. XV, pp. 280-288. ISSN 2285-9292. Accesat: file:///C:/Users/User/Desktop/ Articol%20UCCM/Comert%20international.pdf
3. Biroul Național de Statistică: Comerț exterior. <http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=336&> (vizitat 28.04.2017)
4. Semnarea Acordului de Parteneriat AIPA-MIEPO. <http://aipa.gov.md/ro/content/semnarea-acordului-de-parteneriat-aipa-miepo> (vizitat 21.04.2017)
5. Strategia națională de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2016-2020, aprobată prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 511 din 25.04.2016. - MO nr. 114-122/565 din 29.04.2016. http://www.mec.gov.md/sites/default/files/snaipe_2016-2020_ro.pdf (vizitat 18.03.2017)