

PRELUAREA CELOR MAI BUNE PRACTICI ALE UNIUNII EUROPENE ÎN VEDEREA SOLUȚIONĂRII PROBLEMELOR COMERȚULUI INTERIOR DE BUNURI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Arina IFTODII, Rina ȚURCAN

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: Reieșind din considerente că în condițiile economiei de piață principala problemă a agenților economici constă în comercializarea producției, prezentul articol este dedicat analizei tendințelor dezvoltării comerțului intern a Republicii Moldova. Ramura comerțului intern este una dominantă în structura economiei Republicii Moldova, astfel încât, în condițiile relațiilor de piață ea influențează producția de bunuri și servicii, starea economiei, indicatorii de performanță, și nu în ultimul rând nivelul de trai al populației.

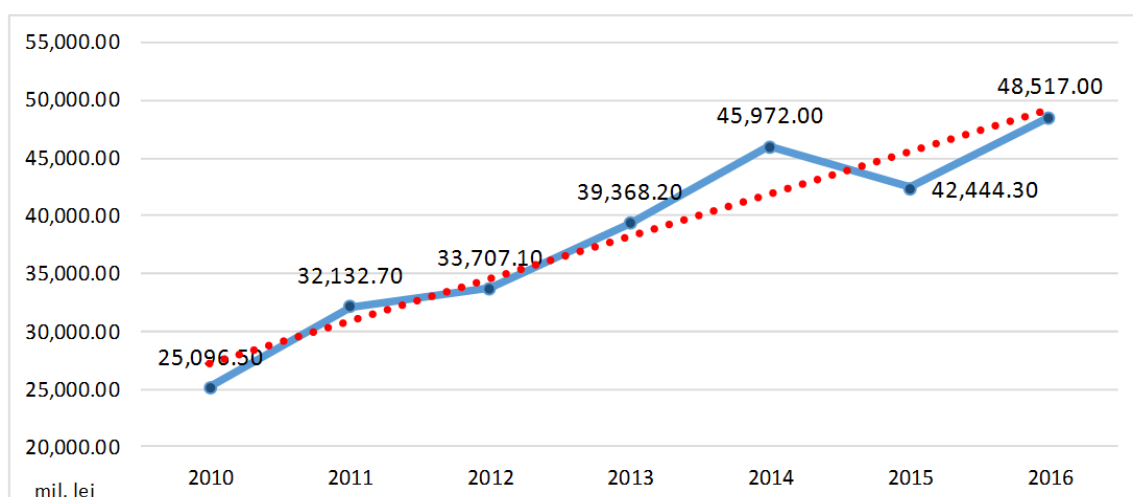
Cuvinte cheie: Bunurile, mărfurile, comerțul interior, comerțul cu amănuntul, unități comerciale.

Conform legislației Republicii Moldova activitatea de comerț reprezintă activitate de întreprinzător inițiată în baza raporturilor stabilite în domeniul comercializării mărfurilor produse, prelucrate sau procurate, precum și în domeniul executării diverselor lucrări și prestării serviciilor, având ca scop satisfacerea intereselor economice private și asigurarea unei surse de venit [1]. Transformările moderne ale pieței în activitatea de tranzacționare a țării au asigurat dezvoltarea pieței de consum cu un nivel de saturație suficient de mare cu bunuri, prevalența achiziției și vânzării gratuite, un nivel ridicat de concurență atât în general, cât și în regiunile Moldovei.

Pe teritoriul Republicii Moldova se deosebesc următoarele forme de organizare a comerțului [1]:

- comerț cu ridicata – activitate desfășurată de comercianții care cumpără produse în scopul revânzării acestora către alți comercianți sau utilizatori profesionali (producători agricoli, industriași, prestatori de servicii, meșteșugari);
- comerț cu amănuntul – activitate desfășurată de comercianții care vând produse direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora (consumul final);
- comerț cash and carry – formă de comerț cu autoservire pe baza legitimației de acces, păstrând regimul diferențiat de preț cu ridicata/cu amănuntul.

În următoarea figură este prezentată evoluția comerțului cu amănuntul pe toate categorii de mărfuri în Republica Moldova.

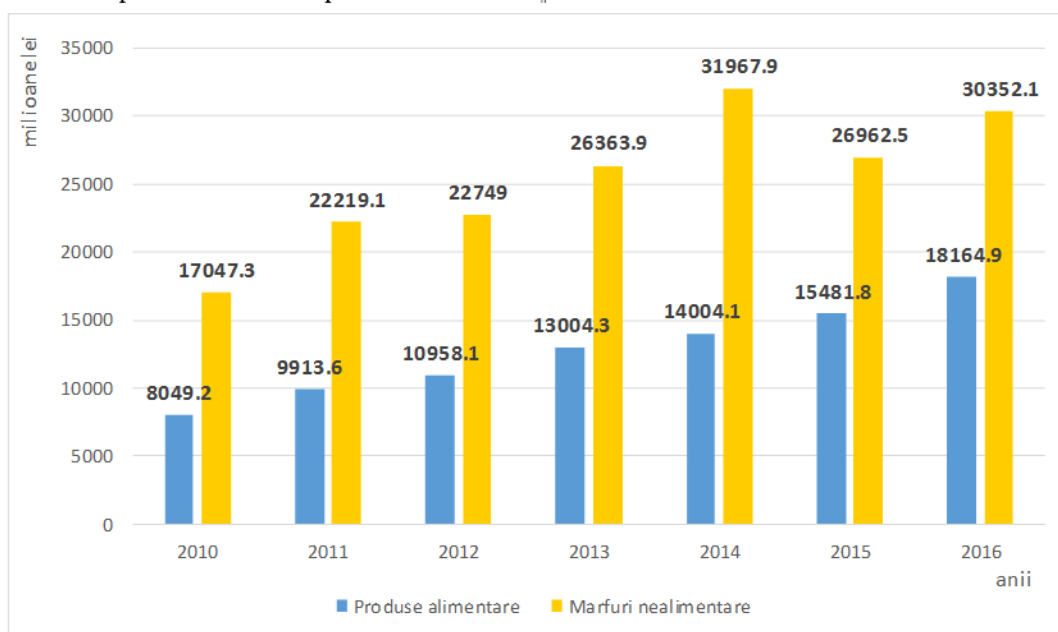


Figură 1. Evoluția comerțului cu amănuntul pe toate categorii de mărfuri în Republica Moldova în perioada 2010-2016

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor www.statistica.md

Conform datelor biroului național de statistică în perioada 2010 - 2016, indicatorii comerțului intern au crescut de la 25096,5 până la 48517,0 milioane lei, ceea ce constituie o creștere de 23420.5 milioane lei sau

de 93%. În afară de aceasta se observă cea mai înaltă creștere a indicatorului în 2016 față de nivelul anului precedent, în valoarea comerțului intern a sporit cu 14,3%. Linia trendului atestă o tendință fermă de creștere a valorii comerțului cu amănuntul pe toate categorii de mărfuri în Republica Moldova în perioada analizată. Sub aspect juridic, noțiunea de comerț definește transferul titlurilor de proprietate asupra materialelor sau serviciilor, precum și prestațiile de servicii realizate între diferitele stadii ale producției sau direct între producător și consumator care, de asemenea, se considera ca reprezintă acte de comerț. În următoarea figură este prezentată evoluția comparativă a comerțului cu amănuntul pe categorii de mărfuri în Republica Moldova în perioada 2010-2016.



Figură 2. Evoluția comparativă a comerțului cu amănuntul pe categorii de mărfuri în Republica Moldova în perioada 2010-2016

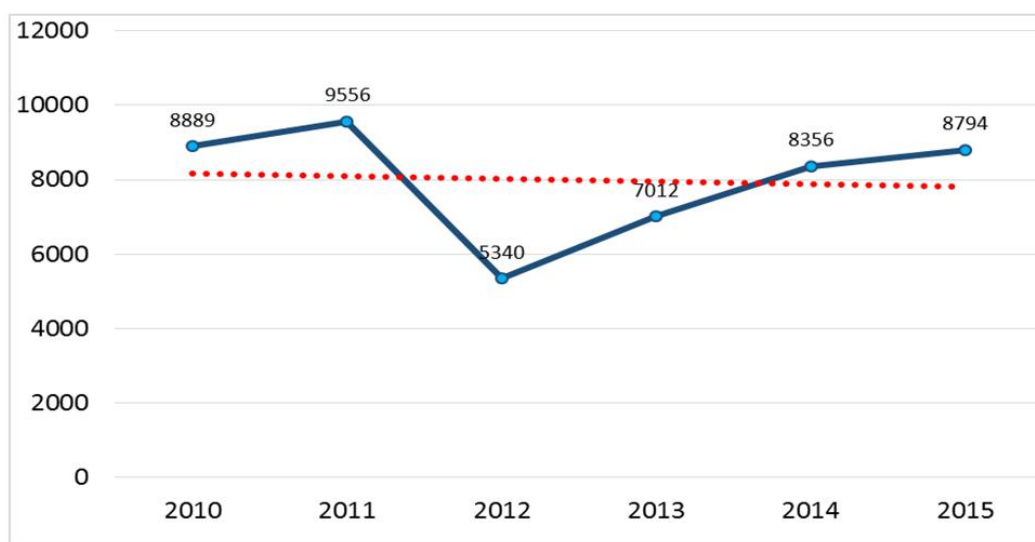
Sursa: Elaborat de autor în baza datelor www.statistica.md

Analizând datele pe categorii de produse, este evident că în ultimii trei ani cheltuielile populației pentru produsele alimentare au crescut cu 28 procente, în timp ce pentru produsele nealimentare a scăzut cu 6,25 procente. În consecință, în ultimii 6 ani, majoritatea cheltuielilor populației sunt alcătuite din produse alimentare, deoarece în această perioadă costurile au crescut de la 32 procente până la 37,44 procente.

În perioada 2010-2016 comerțul cu amănuntul a mărfurilor alimentare a sporit de la 8049,2 milioane lei până la 18164,9 milioane lei, ceea ce constituie o creștere de circa 2,25 ori. În ceea ce privește comerțul cu amănuntul a mărfurilor nealimentare a sporit de la 17047,3 milioane lei până la 30352,1 milioane lei, ceea ce constituie o creștere de 78%. În acest caz concludem că comerțul cu amănuntul a produselor alimentare a înregistrat ritmuri mai înalte de creștere în raport cu comerțul cu amănuntul a produselor nealimentare.

În privința comerțului cu amănuntul pe regiuni putem spune că cea mai mare pondere îl deține municipiul Chișinău în care volumul comerțului constituie 35 352 589,7 mii lei și îi revine în așa fel 73% din valoarea totală a comerțului cu amănuntul în țară. Comerțul cu amănuntul în regiunea centru constituie 11%, regiunea de nord – 10% și regiunea de sud constituie doar 4% din valoarea totală a comerțului cu amănuntul în Republica Moldova.

În continuare se va examina în evoluție și după structură numărul de unități comerciale ce activează în Republica Moldova. Figura 3 reflectă evoluția numărului de unități comerciale în Republica Moldova în perioada 2010-2015.



Figură 3. Evoluția numărului de unități comerciale în Republica Moldova în perioada 2010-2015

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor www.statistica.md

Numărul de unități comerciale în Republica Moldova în perioada 2010-2015 nu înregistrează o tendință unică. Cel mai mic număr de unități comerciale în țară a fost înregistrat în 2012 și a constituit 5340 de unități. Începând cu 2012 indicatorul începe să crească și ajunge la nivelul de 8794 unități în 2015, astfel încât în perioada 2012-2015 numărul unităților de comerț a crescut cu 39,28%. În linii generale, linia trendului atestă o diminuare a numărului de unități comerciale în Republica Moldova, fapt care poate fi apreciat negativ.

Un interes deosebit prezintă repartizarea în profil teritorial a unităților de comerț cu amănuntul ce activează pe teritoriul Republicii Moldova care este prezentată în tabelul ce urmează.

Tabelul 1.

Repartiția numărului de unități de comerț cu amănuntul pe regiuni a Republicii Moldova

Raioane/Regiune	Numărul de unități comerciale
Municipiul Chișinău	3332
Nord	2226
Centru	1932
Sud	827
U.T.A Gagauzia	477
Total pe republică	8794

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor www.statistica.md

Luând în considerare că cea mai mare parte a comerțului cu amănuntul este realizată de magazine, putem evalua structura lor în Republica Moldova. Cel mai mare număr de magazine este situat în municipiul Chișinău- 3332 unități comerciale, ceea ce constituie o pondere de 38% din numărul total. Dacă examinăm repartiția pe regiunile țării, regiunea Nord deține cel mai mare număr de unități comerciale, și anume 2226 de unități, ceea ce constituie o pondere de 25% din numărul total. Cea mai slab dezvoltată rețea de unități comerciale se înregistrează în regiunea de sud a țării în care activează 827 de unități comerciale, deținând doar 9% din numărul total.

Astfel, studiul de mai sus arată că piața consumatorilor joacă un rol important atât în asigurarea nivelului ridicat și a calității vieții populației din regiune, cât și în procesul de reproducere a economiei sale. Formarea piețelor regionale dezvoltate pentru bunurile de consum este un proces destul de complex și de lungă durată, care implică schimbări structurale în producția, circulația și consumul de bunuri. Prin urmare, în fiecare regiune ar trebui dezvoltat un concept pe termen lung pentru dezvoltarea pieței regionale a consumatorilor, inclusiv mai multe etape cu posibile scenarii alternative și opțiuni de dezvoltare, alegerea cărora va fi determinată de condițiile specifice ale situației sociale și economice din regiune.

Constrângerile și problemele, care creează impedimente în dezvoltarea comerțului interior, sunt sintetizate în câteva secțiuni [2, p.14]:

- Imperfecțiunea cadrului normativ și instituțional – presupune unele interpretări duble și discrepanțe în domeniul comercializării produselor și serviciilor, imperfecțiuni în cadrul normativ ce ține de politica vamală și fiscală situație care creează bariere în dezvoltarea mediului de afaceri din comerț.

- Comerțul ilicit - reprezintă un fenomen negativ în dezvoltarea pieței interne de consum și presupune practicarea activității în comerț (import, distribuire, vânzare, cumpărare de bunuri) în afara legii.

- Non-competitivitatea produselor plasate pe piața internă de consum - tot mai multe produse plasate pe piață sunt nesigure și contravin normelor prevăzute de reglementările tehnice în vigoare.

- Dezechilibrul în amplasarea infrastructurii comerciale - dezechilibrul existent în amplasarea și dezvoltarea infrastructurii comerciale în municipii și în restul localităților, precum și ritmul scăzut de extindere a acestora în localitățile rurale.

- Deficitul de cadre calificate antrenate în activitățile din comerț se înregistrează mai cu seamă în rândurile celor cu studii medii profesionale: casieri, vânzători, specialiști pentru prestări servicii, operatori, bucătari, croitori etc.

Dezvoltarea comerțului interior al Republicii Moldova trebuie axată pe astfel de oportunități, cum ar fi:

- Intensificarea relațiilor cu UE în scopul preluării celor mai bune practici în domeniul comerțului;
- Simplificarea procedurii de legalizare a activităților în comerț;
- Aplicarea tehnologiilor moderne în comerț prin sporirea investițiilor străine.

Contribuția comerțului în Produsul Intern Brut al țării demonstrează că plusvaloarea în economie o aduce comerțul, astfel fiind absolut necesară susținerea acestui sector. Comerțul interior al Republicii Moldova necesită stringent perfecționarea instrumentelor juridice de reglementare a comerțului interior și alinierea acestuia la principiile practicate în Uniunea Europeană, diversificarea și eficientizarea canalelor de distribuție a produselor agroalimentare, care vor spori veniturile și bunăstarea populației rurale, consolidarea concurenței loiale și, ca urmare, reducerea prețurilor la produse și servicii și îmbunătățirea calității acestora, ocuparea forței de muncă, în special în localitățile rurale, prin extinderea rețelei comerciale. Perfecționarea continuă a personalului va spori esențial calitatea serviciilor comerciale, asigurând în mai mare măsură protecția drepturilor și intereselor consumatorilor.

Realizarea unui cadru de reglementare în domeniul comerțului interior, perfecționat și ajustat la cerințele și rigorile impuse atât de piața internă, cât și de cea externă, astfel încât să asigure condiții de bună funcționare a întregii economii a țării.

Înlăturarea problemelor existente în sectorul comerțului interior ar spori considerabil veniturile în bugetul de stat, îmbunătățind indicatorii economici ce atestă dezvoltarea economiei Republicii Moldova.

Bibliografie:

1. Legea Nr. 231 cu privire la comerțul interior din 23.09.2010, publicată: 22.10.2010 în Monitorul Oficial Nr. 206-209.
2. Strategia de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020.
3. Guyon, X.: Statistique et econometrie. Ellipses, Paris, 2001
4. Gheorghe M. Pistol, Luminita Pistol, Gheorghe Albu, Gelu Manea Comerțul interior. Teorie și practică. 973-709-027-6, 2004.
5. Florescu, C. (coordonator), Bazele comerțului interior, vol. I, ASE, Bucuresti, 1979.
6. Patriche, D., (coord.) Stanescu, I., Grigorescu, M., Felea, M., Bazele comerțului, Editura Economica, Bucuresti, 1999
7. www.statistica.md