

PREZENTĂRI ÎN PLEN

THE ROLE OF THE EXPORT PROMOTION COMPANIES IN SUPPORTING THE PRODUCERS DURING THE PANDEMIC

ROLUL COMPANIILOR CU FUNCȚIE DE FACILITARE ȘI PROMOVARE A EXPORTURILOR ÎN SUSȚINEREA PRODUCĂTORILOR PE TIMP DE PANDEMIE

BRAD Ecaterina, masterandă

Programul: Tranzacții Internaționale și Diplomatie Economică

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: ecaterinabrad163@gmail.com

Abstract. Exports are an important component of a country's economy. Through this research, the authors described the correlation between exports and the national economy. The topic is actual insofar as it illustrates the role of exports in a country's economy and how the Government or organizations with the function of promoting exports can influence the exports trend. As the object of study serves exports, and as subject, products, services, producers, entrepreneurs. As the main methods of study, the conceptual analysis/conceptual approach, and empirical analysis were used. The obtained results contributed to a deeper understanding of the researched topic.

Key words: exports, producers, economy, pandemic, Baltic countries

JEL CLASSIFICATION: L60

INTRODUCERE

În ultima perioadă se accentuează tot mai mult rolul exportului, ca factor direct cu aport semnificativ la dezvoltarea produsului intern brut (PIB) și al creșterii economice a unei țări. Nu poate fi trecut cu vederea, întrucât o balanța comercială pozitivă poate fi atinsă doar dacă exporturile unei țări depășesc importurile ei.

În 2020, economia mondială a suferit schimbări vizibile din cauza pandemiei COVID-19 și continuă să le resimtă în toate ramurile economice. Cele mai bogate țări au impus și ele restricții în lupta cu virusul, ceea ce a dus la scăderea bruscă a productivității muncii, lucrul de birou a fost înlocuit cu cel de acasă, centrele comerciale nu activau. În această perioadă, firmele de pe mapamond pentru a supraviețui și a-și dezvolta produsele și serviciile sale, au trebuit să implementeze într-un timp record metode de menținere a vânzărilor, ca să facă față pandemiei. Multe afaceri au falimentat, alte noi idei de business au apărut. În această perioadă de cumpănă, firmele, care aplică pe larg inovația și creativitatea reușesc să supraviețuiască focarului pandemic, căci inovația reprezintă generatorul creșterii economice a unei țări.

Cercetarea respectivă e despre exporturi și rolul acestora în susținerea și internaționalizarea afacerilor. Aceasta își propune ca obiective primordiale:

- ✚ analiza conceptului de „exporturi” prin consultarea surselor din literatura de specialitate;
- ✚ analiza exporturilor Republicii Moldova către alte țări, prin consultarea platformei Intracen;
- ✚ exemplificarea rolului organizațiilor cu funcție de facilitare și promovare a exporturilor în susținerea producătorilor autohtoni, ca suport oferit în internaționalizarea afacerilor;
- ✚ recomandarea de politici de dezvoltare a exporturilor, având ca punct de pornire experiența străină.

Ca obiect de studiu al cercetării îl constituie exporturile.

Pentru a exprima rolul exportului în dezvoltarea economică, ca subiecte de studiu se descriu pe larg produsele și serviciile companiilor și suportul de care au nevoie în internaționalizarea afacerilor.

Ca metodă principală de studiu, s-a folosit analiza conceptuală/abordarea conceptuală, atunci când s-a analizat noțiunile de exporturi prin consultarea surselor din literatura de specialitate și analiza empirică, când s-a operat cu colectarea de date statistice privind exporturile Republicii Moldova către Țările Baltice.

1. PREZENTAREA GENERALĂ A NOȚIUNII DE EXPORTURI

Literatura de specialitate prezintă un șir de noțiuni sau concepte ale exporturilor, cu rol direct în dezvoltarea economică.

Exporturile contribuie la tot ce înseamnă consolidarea economiei și dezvoltarea unei țări. Această idee este susținută de Helpman și Krugman, care consideră că exporturile promovează creșterea economică prin creșterea câștigurilor valutare (astfel relaxând constrângerile balanței de plăți), economiile de scară și accesul la noi tehnologii și cunoștințe [5, 2017].

De regulă, exporturile semnifică deplasarea de bunuri dintr-o țară în alta. Astfel are loc o înțelegere sau un contract între două părți. Vânzătorul acestor bunuri și servicii este numit exportator; cumpărătorul străin este considerat importator [9, Charles W. L. Hill, 2015, p. 454].

Conform Eurostat, exporturile desemnează o schimbare sau tranzacționare de bunuri de la un rezident la un nerezident. În aceeași măsură, mărfurile de contrabandă pot fi incluse în exportul de bunuri [2]. Definierea exporturilor contribuie la înțelegerea mai clară a subiectului studiat. Diferitele abordări ale autorilor rezidă în faptul că fără exporturi o țară nu ar putea atinge un anumit nivel de creștere economică și ar rămâne în urma dezvoltării sale pe o perioadă nedeterminată.

2. REZULTATELE OBȚINUTE VIZAVI DE ANALIZA EXPORTURILOR REPUBLICII MOLDOVA. STUDIU DE CAZ: EXPORTURILE REPUBLICII MOLDOVA CĂTRE ȚĂRILE BALTICE

În mare măsură, Țările Baltice pot fi considerate o destinație prielnică pentru export datorită poziționării sale geografice atractive și a climatului de afaceri.

Conform Intracen se pot evidenția câteva constatări cheie ce țin de importurile Țărilor Baltice:

- În perioada 2015 – 2019 s-a înregistrat o creștere constantă a importurilor Letoniei și Lituaniei (+8%), Estoniei (+6%);
- În perioada 2018 – 2019 în Letonia crește importul de:
 1. medicamente (+27%)
 2. haine pentru femei (+24%)
 3. semințe de floarea – soarelui
 4. (+16%)
 5. vin (+12%)
 6. produse de patiserie (+6%)
- În perioada 2018 – 2019 în Estonia crește importul de:
 1. nuci uscate (+77%)
 2. mobilă (+8%)
- În perioada 2018 – 2019 în Lituania crește importul de:
 1. produse de patiserie (+9%)
 2. nuci uscate (+8%)
 3. produse de ciocolată (+8%)
 4. medicamente (+8%)
 5. mobilă (+5%)
- Țările Baltice cu politici liberale și sprijin acordat investițiilor, oferă bune oportunități antreprenorilor străini.

Republica Moldova încearcă cu pași siguri să cucerească piața Țărilor Baltice, care are specificul său și e mai greu de pătruns pe această piață.

O analiză generală a vecinilor Țărilor Baltice în importurile sale este importantă pentru a elucidă care este Topul țărilor de la care importă regiunea baltică și pe ce poziție se află Republica Moldova la acest capitol. Tabelul 1 proiectează vecinii Țărilor Baltice și valoarea de import.

Tabelul 1. Vecinii Țărilor Baltice în importurile sale

Vecinii Țărilor Baltice, exportatori	Top importator din Țările Baltice, mlrd. USD	Importul Țărilor Baltice, mlrd. USD
Rusia	Letonia – 5.1	8.2
Polonia	Lituania – 3.8	6.8
Finlanda	Estonia – 1.9	3.3
Suedia	Estonia – 1.3	3.0
Belarus	Lituania – 1.1	1.7
Republica Moldova (clasament în importul Țărilor Baltice)	Letonia – 50 (2019), 46 (2015) Lituania – 67 (2019), 65 (2015) Estonia – 80 (2019), 72 (2015)	

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor preluate din Intracen

Conform tabelului proiectat, Republica Moldova în anul 2019 avea cea mai bună poziție în cadrul Letoniei (50). Comparativ cu 2015, exporturile Moldovei către toate Țările Baltice, în 2019 au scăzut, ceea ce impune stabilirea de relații și parteneriate cât mai curând cu Regiunea Baltică în toate domeniile sau atragee de investiții pentru dezvoltare.

În general, când se menționează despre exporturile Republicii Moldova, acestea constau preponderant din: produse vegetale, produse alimentare, băuturi alcoolice, inclusiv vinuri și divinuri, textile, încălțăminte, mobilă și articole de mobilier, ș.a.. Acestea toate reprezintă sectoarele cheie ale Republicii Moldova cu potențial sporit de export.

Pentru a analiza care sunt cele mai populare produse moldovenești pe care le exportăm, se ia ca regiune de studiu, Țările Baltice (Letonia, Lituania și Estonia). Tabelul 2 înfățișează Top 20 de produse moldovenești exportate către Țările Baltice în anul 2019.

Tabelul 2. Top 20 de produse moldovenești exportate către Țările Baltice, 2019

	Top Produse	Valoare export, mln. USD	Tip Produs
1	Medicamente terapeutice sau profilactice	3.0	NEALIMENTARE
2	Vinuri din struguri	2.6	ALIMENTARE
3	Semințe de floarea-soarelui	2.0	ALIMENTARE
4	Alcool etilic nedenaturat cu o tărie alcoolică <80%; băuturi spirtoase, lichioruri și altele	1.0	ALIMENTARE
5	Nuci proaspete, uscate sau decojite	0.9	ALIMENTARE
6	Struguri, proaspeți sau uscați	0.9	ALIMENTARE
7	Prosoape igienice și tampoane, șervețele pentru bebeluși și articole similare	0.8	NEALIMENTARE
8	Mașini de muls și mașini pentru lactate (cu excepția echipamentelor frigorifice sau de tratare termică)	0.5	NEALIMENTARE
9	Melasă rezultată din extracția sau rafinarea zahărului	0.5	ALIMENTARE
10	Caise, cireșe, piersici incl. nectarine, și prune proaspete	0.5	ALIMENTARE
11	Ape, incl. ape minerale și ape gazoase, cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori	0.5	ALIMENTARE

12	Ceasuri de mână, ceasuri de buzunar și alte ceasuri	0.4	NEALIMENTARE
13	Contoare de alimentare sau producere de gaze, lichide sau electricitate	0.3	NEALIMENTARE
14	Pâine, produse de patiserie și brutărie, prăjituri, biscuiți și alte produse de panificație, cu sau fără cacao	0.3	ALIMENTARE
15	Mobilier și părți ale acestora (cu excepția scaunelor medicinale, chirurgicale, dentare sau veterinare)	0.2	NEALIMENTARE
16	Bere din malț	0.2	ALIMENTARE
17	Alte mașini și aparate pentru terasarea, nivelarea, decaparea, excavarea, compactarea, extracția sau forarea pământului, mineralelor sau minereurilor	0.2	NEALIMENTARE
18	Costume pentru femei sau fete, jachete, sacouri, rochii, fuste, pantaloni	0.2	NEALIMENTARE
19	Cofetărie de zahăr care nu conține cacao, incl. ciocolata albă	0.2	ALIMENTARE
20	Sucuri de fructe, incl. must de struguri și sucuri de legume, nefermentate, fără adaos de alcool	0.2	ALIMENTARE

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor preluate din Intracen [6, 7, 8]

Ca generalizare, acestea sunt cele mai importante produse exportate de Republica Moldova în Țările Baltice conform valorii în ordine descrescătoare. Din analiză rezultă totuși că medicamentele terapeutice sau profilactice, vinurile și semințele de floarea-soarelui se situează în topul clasamentului.

Cele mai mici valori sunt ocupate de bere din malț, costume pentru femei și sucuri de fructe (a câte 0.2 mln. USD fiecare).

3. ROLUL ORGANIZAȚIILOR CU FUNCȚIE DE FACILITARE ȘI PROMOVARE A EXPORTURILOR ÎN SUSȚINEREA PRODUCĂTORILOR AUTOHTONI

Organizațiile cu funcție de facilitare și promovare a exporturilor își desfășoară activitatea pe teritoriul oricărei țări. Acestea sunt absolut indispensabile, întrucât pot oferi consultanță și mentorat în desfășurarea afacerilor.

În Republica Moldova, un rol important în susținerea producătorilor și exportatorilor autohtoni îi revine Agenției de Investiții a Republicii Moldova (fostul MIEPO). Aceasta este o autoritate administrativă centrală din subordinea Guvernului, unica instituție mandată să promoveze imaginea Republicii Moldova pe dimensiunea economică și investițională, fiind administrator al Brandului de Țară pentru buna poziționare pe harta economică globală.

Funcțiile de bază ale Agenției de Investiții sunt:

- Promovarea imaginii țării;
- Promovarea exporturilor;
- Promovarea turismului;
- Susținerea activității investiționale și protejarea investițiilor;
- Fortificarea și implementarea diplomației economice [1].

Agenția de Investiții implementează o serie de proiecte și misiuni B2B pentru susținerea producătorilor din sectoarele cheie ale Republicii Moldova.

De rând cu Agenția de Investiții, în Republica Moldova își desfășoară activitatea compania de consultanță, cu funcție de facilitare a exporturilor – Gateway&Partners Moldova, care în parteneriat cu Agenția, cu proiectul USAID Agricultură Performantă și PNUD realizează proiecte în susținerea producătorilor autohtoni [4].

De curând a fost lansată misiunea de export MIA Export Mission, unde o serie de companii/producători din sectorul fructe, mobilă și electronice vor avea posibilitatea să participe la un șir de evenimente online B2B cu distribuitori din România, pentru a încheia potențiale colaborări și a atrage parteneri pentru export. Astfel de misiuni se organizează periodic de aceste organizații. Compania Gateway&Partners activează și în România, Bulgaria și Georgia, care lucrează de comun acord în căutare de clienți companiilor autohtone și de reprezentare a companiilor în străinătate. Pe lângă aceste activități, Gateway&Partners elaborează studii de piață, cercetări pentru a identifica care este piața oportună cu potențial major de export, studii de fezabilitate, brandul de export, Ghidul Exportatorului/Export Handbook și instruire cu privire la activitatea de Export (Export Masterclass, Export Academy).

Însăși deviza Gateway „Export cu spor, Exportă Inteligent ” conduce la ideea că pentru un export reușit trebuie să deții anumite abilități, să fii instruit și să oferi valoare produselor/serviciilor tale.

Internaționalizarea afacerii ca verigă de bază în cadrul comerțului de bunuri și servicii trebuie să fie prerogativa numărului unu a companiilor, care își doresc să devină exportatori profesioniști. O calitate importantă a personalului antrenat în operațiuni de export e capacitatea de negociere și prezentarea sa ca persoană și firmă, când urmează să participe la întruniri.

Pe timp de pandemie afacerile și-au mutat activitatea în online, anume organizațiile sus-menționate fac pași importanți în susținerea firmelor: organizează discuții online la cel mai înalt nivel prin utilizare platformelor contemporane de comunicare (Zoom, Skype for Business, MS Teams, Google Calendar, etc.). Acestea oferă investiții reduse și economie de timp.

4. POLITICI INTERNAȚIONALE DE PROMOVARE A EXPORTURILOR – PUNCT DE REPER PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Republica Moldova se află la faza când sunt necesare revizuirea politicilor de promovare a exporturilor deja existente sau implementarea de noi politici. Nu doar organizațiile cu facilitare a exporturilor au un rol însemnat în promovarea produselor autohtone, ci și Guvernul sau autoritățile publice locale (APL – urile) trebuie să contribuie cu propuneri și schimbări în această direcție.

Pentru a deschide noi piețe pentru întreprinderile mici, Republica Moldova are nevoie de încheierea mai multor acorduri comerciale, anume care să vizeze domeniul exportului de produse autohtone. Întreprinderile mai mici din Moldova întâmpină dificultăți în găsirea de informații despre piețele de export potențiale. Din aceste considerente, acordurile comerciale pot oferi sprijin, impunând guvernelor obligația de a înființa ghișee unice online cu informații privind normele și reglementările din țară.

Norvegia, fiind o țară dezvoltată a încheiat acorduri comerciale în domeniul comerțului internațional de bunuri cu o serie de țări, importante pentru mediul de afaceri norvegian: China, Brazilia, Coreea de Sud, Federația Rusă, Germania, Ucraina și SUA. La fel Norvegia se pronunță pentru încheierea tratatelor cu Turcia și ulterior India. Prin aceste comisii, autoritățile norvegiene pot discuta condițiile cadru și problemele cu care se confruntă comunitatea de afaceri norvegiană în dezvoltarea businessului și să ofere suportul necesar.

În Republica Moldova se încearcă implementarea de politici publice în domeniul exportului... [3 ,Furdui].

Cu referire la export, în Republica Moldova a fost elaborat un document strategic „Strategia Națională de Dezvoltare (SND) pe anii 2008-2011, care conține o analiză destul de profundă și precisă a situației actuale, problemelor și oportunităților existente în domeniul exporturilor.

Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2006-201522 (SAIPE) reprezintă în prezent unul din documentele principale care stabilește cadrul politicilor de stat în domeniul atragerii investițiilor și promovării exporturilor.

În prezent, este general recunoscut faptul că stimularea și promovarea exportului sunt instrumente de bază în politica comercială și au drept obiective principale orientarea sectorului de producere spre piețele externe de desfacere și extinderea relațiilor comerciale în exterior. În acest sens, exportul poate fi stimulat prin întreprinderea unor acțiuni de ordin bugetar și financiar-bancar; de eliminare a unor

obstacole de ordin tarifar; de eliminare a unor obstacole de ordin fiscal și valutar. O promovare reală a exportului poate fi realizată printr-un șir de acțiuni, care sunt asigurate de obiecei de organizațiile cu funcție de facilitare și promovare a exporturilor, de Guvern sau APL-uri:

- reprezentarea comercială a firmelor în străinătate (organizațiile cu funcție de facilitare a exporturilor);
- organizarea și participarea la expozițiile și târgurile interne și internaționale străinătate (organizațiile cu funcție de facilitare a exporturilor);
- acordarea de servicii de consultanță și asistență străinătate (organizațiile cu funcție de facilitare a exporturilor);
- acordarea de consultanță și asistență de specialitate străinătate (organizațiile cu funcție de facilitare a exporturilor);
- încheierea de acorduri comerciale și de cooperare (Guvern);
- publicitate comercială (APL-urile).

Printre cele mai importante politici actuale în domeniul exporturilor, care trebuiesc revizuite și ajustate legislației în vigoare sunt:

- Politică de subvenționare și susținere a producătorilor agricoli. În scopul modernizării sectorului agrar, se prevede ca în mod prioritar să se subvenționeze activitățile investiționale legate de crearea unităților de procesare și manipulare a producției agricole, dotarea cu tehnică și utilaj agricol, crearea infrastructurii de colectare a produselor agricole, aprovizionarea cu inputuri agricole, etc..
- Politică comercială. Conform Strategiei de dezvoltare durabilă a complexului agro-industrial pentru anii 2008-2015, politica în domeniul comerțului agro-industrial va fi preponderant orientată spre promovarea și stimularea exporturilor de produse agricole și agro-alimentare, optimizarea importurilor în vederea dezvoltării antreprenorialului, etc.
- Politică investițională. Conform documentelor de planificare strategică actuale, politica generală investițională în sectorul agrar va fi orientată spre crearea sistemului de stimulente pentru atragerea investițiilor de către producători în implementarea celor mai noi tehnologii și inovări de producere, procesare, depozitare, marketing și realizare avantajoasă a producției agro-alimentare atât pe piața internă, cât și pe cea externă.

5. CONCLUZIE

Prin cercetarea dată s-a atins scopul propus. În primul rând definirea noțiunii de exporturi a ajutat cercetătorul să înțeleagă mai bine importanța și actualitatea temei. Prezența organizațiilor cu funcție de facilitare și promovare a exporturilor într-o țară semnifică direcțiile, care se fac pentru prosperarea și dezvoltarea economică durabilă a unui stat. Politicile și strategiile în domeniul exporturilor în Republica Moldova sunt foarte importante de implementat și adaptat conform legislației în vigoare pentru a obține rezultatele scontate. Este indispensabilă susținerea cu granturi și subvenții pentru producătorii din Republica Moldova pentru dezvoltarea activității economice. În final, internaționalizarea afacerii ca verigă de bază în cadrul comerțului de bunuri și servicii trebuie să fie prerogativa numărul unu a companiilor, care își doresc să devină exportatori profesioniști. O calitate importantă a personalului antrenat în operațiuni de export e capacitatea de negociere și prezentarea sa ca persoană și/sau firmă, când urmează să participe la întruniri fie în format fizic, fie online.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Agenția de Investiții. Disponibil online: <https://mei.gov.md/ro/content/agentia-de-investitii-din-moldova>
 2. Eurostat -Export. Disponibil online: <https://bit.ly/3oyrHiJ>
 3. Furdui V. Reglementarea exportului de produse agricole în Republica Moldova: evoluții și probleme actuale. Disponibil online: http://www.viitorul.org/files/library/ST_Furdui%2B%2B_012.pdf
 4. Gateway and Partners Moldova. Disponibil online: www.gatewaypartners.net
 5. Helpman, E., Krugman P. (1985). Market structure and international trade. Disponibil online: <https://bit.ly/3pwXZMo>
 6. Hill, W. L. (2015). International business: competing in the global marketplace (ed. Tenth edition). ISBN 978-0-07-811277-5
 7. Intracen.org. Exporturile Moldovei către Letonia (2019). Disponibil online: <https://bit.ly/3cwvHgS>
 8. Intracen.org. Exporturile Moldovei către Lituania (2019). Disponibil online: <https://bit.ly/2PzwNPV>
 9. Intracen.org. Exporturile Moldovei către Estonia (2019). Disponibil online: <https://bit.ly/2QM8n6t>
-

Coordonator științific: DODU - GUGEA Larisa, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dotu-gugea.larisa@ase.md