

## REPUBLIC OF MOLDOVA: BEYOND STEREOTYPES - AN ECONOMIC ANALYSIS THROUGH THE LENS OF THE NATION'S HEXAGON

## REPUBLICA MOLDOVA: DINCOLO DE STEREOTIPURI - O ANALIZĂ ECONOMICĂ PRIN PRISMA HEXAGONULUI NAȚIUNII

GAIDAMPAS Sofia, studentă, specialitatea: EMREI

CORNIȚĂ Adrian, studentă, specialitatea: EMREI

Academia de Studii Economice din Moldova,

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)

e-mail autor: [gaidampas.sofia@ase.md](mailto:gaidampas.sofia@ase.md),

[cornita.adrian@ase.md](mailto:cornita.adrian@ase.md)

**Abstract:** *The Republic of Moldova, with its intricate history and unique identity, often grapples with stereotypical perceptions internationally, focusing on negative aspects such as poverty, corruption, and political instability. This research endeavors to transcend these stereotypes by providing a detailed economic analysis of Moldova, employing the Nation Brand Hexagon as a conceptual framework. The objectives include analyzing the Hexagon's components, identifying interconnections influencing economic performance, evaluating economic factors' impact on development, and formulating policy recommendations. Drawing on official sources, statistical data, and strategic documents, the research explores Moldova's strengths, development prospects, and challenges. Key findings reveal significant growth in tourism and exports, improvements in governance and investment climate, and the rich cultural heritage contributing to the country's image. Despite progress, challenges like infrastructure, education, and healthcare require sustained attention. Strategies for youth engagement and gender equality are pivotal for addressing demographic concerns and enhancing governance. Overall, this research aims to offer a nuanced understanding of Moldova, facilitating foreign investment attraction and fostering economic growth.*

**Keywords:** *The nation brand hexagon, economic analysis, tourism, exports, governance, investment, culture and heritage.*

**JEL CLASSIFICATION:** P47, O11, O15, O52

### INTRODUCERE

Republica Moldova, o țară cu o istorie complexă și o identitate unică, se confruntă adesea cu o imagine stereotipizată pe plan internațional. Percepția dominantă se concentrează adesea pe aspecte negative, precum sărăcia, corupția sau instabilitatea politică. Această cercetare își propune să depășească limitările stereotipurilor și să ofere o analiză economică detaliată a Republicii Moldova, utilizând ca instrument conceptual Hexagonul Națiunii. Cercetarea va contribui la o imagine mai nuanțată și mai complexă a Republicii Moldova, evidențiind punctele forte ale țării și perspectivele de dezvoltare. Obiectivele cercetării se regăsesc în următoarele aspecte:

- Analiza detaliată a componentelor Hexagonului Națiunii în contextul Republicii Moldova;
- Evaluarea modului în care diferitele componente se interconectează și influențează performanța economică a țării;
- Identificarea modului prin care factorii economici influențează nivelul de trai, bunăstarea populației și perspectivele de dezvoltare ale țării.

Drept suport metodologic pentru elaborarea cercetării au fost utilizate: portalul oficial al Agenției de Investiții din Moldova, care oferă informații utile despre climatul investițional al țării, oportunitățile de afaceri și perspectivele economice; Biroul Național de Statistică- principală sursă oficială de date statistice din Moldova, furnizor de cifre specifice despre multiple sfere economice (producție industrială, comerț exterior, agricultură etc); „Strategia de cooperare pentru dezvoltarea țării”-

definește obiectivele și prioritățile de evoluție ale Republicii Moldova pentru perioada 2023-2030. [SCDT, 2020]. Complementar, s-au analizat documente oficiale, rapoarte de cercetare, studii economice și alte materiale relevante pentru tema cercetării.

## CONȚINUTUL DE BAZĂ

Hexagonul Națiunii, introdus de Simon Anholt în 2003, este un model conceptual utilizat pentru a evalua și a îmbunătăți brandul de țară al unei națiuni. Acesta este format din șase dimensiuni cheie: exporturi, investiții, cultură, turism, guvernare și populație. Fiecare dimensiune este evaluată pe baza percepției publice, influențând reputația generală a țării pe plan internațional. Permițând o evaluare detaliată a punctelor forte și a punctelor slabe ale țării, Hexagonul Națiunii poate facilita identificarea strategiilor eficiente de îmbunătățire a percepției internaționale și de consolidare a brandului de țară. Aplicarea acestui concept va contribui la o imagine mai nuanțată și mai complexă a Republicii Moldova, depășind stereotipurile negative și evidențiind potențialul țării de a deveni o destinație atractivă pentru turiști, investitori și talente. [IA, Brand, 2023]

### **Analiza profilului de țară prin elementul *Turism*:**

Potrivit site-ului Invest Moldova, țara se remarcă prin diverse atuuri turistice, de la turism viticol și gastronomic la ecoturism și turism cultural. Principalele țări de proveniență a turiștilor străini sunt România, Ucraina, Federația Rusă, Germania și Italia. Anul 2022 a cunoscut o creștere semnificativă a turismului în Moldova, conform Biroului Național de Statistică. Numărul total de turiști și excursioniști a atins 477,2 mii de persoane, o creștere de 48,7% comparativ cu anul 2021. Turismul emițător: Numărul de cetățeni moldoveni care au călătorit în străinătate a crescut cu 49,1%, ajungând la 324,0 mii de persoane. Turismul intern: Numărul de turiști moldoveni care au vizitat obiective turistice din țară a crescut cu 56,0%, ajungând la 123,0 mii de persoane. Turismul receptor: Numărul de turiști străini care au vizitat Moldova a crescut cu 20,8%, ajungând la 29,2 mii de persoane. [BNS, 2022]

### **Analiza profilului de țară prin elementul *Export***

Performanța sectorului exporturilor este esențială pentru creșterea economică, competitivitatea globală și imaginea țării pe scena internațională. Moldova exportă o gamă largă de produse, incluzând produse agricole (cereale, fructe, legume), vinuri, textile, articole din piele și încălțăminte. Produsele moldovenești se bucură de o reputație bună pe piețele internaționale, fiind apreciate pentru calitate și competitivitate. Principalele piețe de export pentru produsele moldovenești sunt România, Uniunea Europeană, Federația Rusă și țările CSI. Exporturile către Uniunea Europeană au înregistrat o creștere semnificativă în ultimii ani, datorită Acordului de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA). Exporturile Moldovei în anul 2022 au cunoscut o creștere semnificativă. **Valoarea totală a exporturilor de mărfuri a crescut cu 37,9% în 2022** comparativ cu anul 2021, ajungând la 4335,1 milioane dolari SUA. Această creștere a fost determinată de majorarea exporturilor de mărfuri autohtone și a reexporturilor de mărfuri străine. **Exporturile de mărfuri autohtone** au constituit 68,4% din total exporturi și au înregistrat o creștere de 21,9% în 2022, ajungând la 2966,3 milioane dolari SUA. **Reexporturile de mărfuri străine** au crescut semnificativ, de 1,9 ori, în 2022 comparativ cu anul 2021, ajungând la 1368,8 milioane dolari SUA. Această creștere a contribuit la majorarea cu 20,9% a valorii totale a exporturilor. [BNS, 2023]

### **Analiza profilului de țară prin elementul *Guvernare***

Aspectul guvernării deține o poziție centrală în conturarea Brandului de Țară al Republicii Moldova. Țara se remarcă prin diverse eforturi de îmbunătățire a climatului de afaceri și a cadrului de reglementare, pentru a spori transparența și a combate corupția. Moldova a adoptat un cadru legal modernizat, armonizat cu standardele europene. Au fost create diverse platforme de dialog public-privat pentru a facilita cooperarea dintre Guvern și sectorul privat. Drept rezultat, Moldova a obținut 42 de puncte din 100 la Indicele de percepție a corupției din 2023, raportat de „Transparency International” [MCI, 2023]. Indicele de corupție în Moldova a fost în medie de 31,04 puncte din 1999 până în 2023, atingând un maxim istoric de 42,00 puncte în 2023 și un minim record de 21,00 puncte în 2002.

### **Analiza profilului de țară prin elementul *Investiții și Imigrare***

Moldova oferă o gamă largă de oportunități de investiții în diverse domenii, precum agricultura, industria ușoară, IT, turismul și energia. Guvernul oferă diverse stimulente fiscale și facilități pentru a atrage investiții străine directe, cât și programe de imigrare pentru a atrage antreprenori, investitori și profesioniști calificați. Un studiu recent, realizat de Business Intelligent Services a dezvăluit că investitorii străini din Moldova și-au reinvestit profiturile în economia țării, contrar așteptărilor. Reinvestițiile au crescut de 1,9 ori, conducând la o creștere a ISD în 2022. Companiile cu investiții străine directe sunt semnificativ mai productive decât cele locale, generând 28,2% din veniturile din vânzări ale economiei cu doar 15,4% din forța de muncă. De asemenea, contribuie semnificativ la bugetul țării, cu 25,1% din veniturile din impozitul pe venit. [AIS, FIA, 2023]

### **Analiza profilului de țară prin elementul *Cultură și Moștenire***

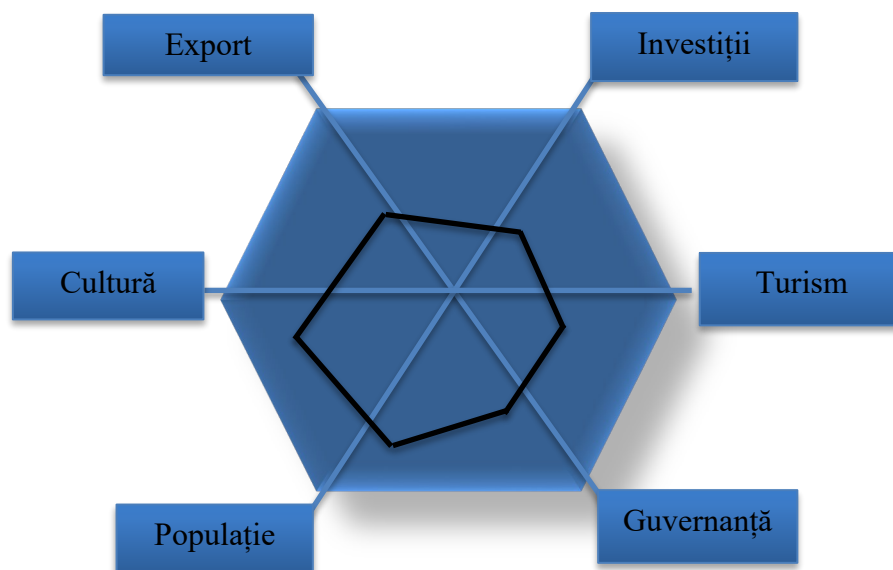
Diversitatea culturală, moștenirea istorică bogată, evenimentele culturale și turismul cultural contribuie la promovarea imaginii țării pe plan internațional și la atragerea de turiști și investitori. Republica Moldova are un patrimoniu cultural, care include monumente istorice, situri arheologice și mănăstiri vechi, printre care se regăsește **Situl arheologic Cucuteni-Tripolie**: o cultură neolitică din mileniile IV-III î.Hr., cunoscută pentru ceramica sa pictată, **Cetatea Neamțului**: o cetate medievală construită în secolul al XIV-lea, situată pe malul râului Neamț. Un rol esențial în protejarea și conservarea patrimoniului cultural al țării îl are Agenția de Inspectare și Restaurare a Monumentelor (AIRM)- o instituție publică subordonată Ministerului Culturii al Republicii Moldova.

### **Analiza profilului de țară prin elementul *Populație* sau *Capital Uman***

Promotori esențiali ai brandului de țară sunt oamenii care locuiesc în ea, fiind ambasadori activi prin intermediul experiențelor și interacțiunilor lor cu ceilalți. Competența, deschiderea și prietenia, toleranța și alte calități ale populației contribuie la crearea unei imagini pozitive a țării pe plan internațional și la atragerea de turiști, investitori și talente. Moldovenii sunt cunoscuți pentru ospitalitatea și deschiderea lor către străini. Vizitatorii sunt primiți cu căldură și bucurie, fiind invitați să experimenteze cultura și tradițiile locale. Există un sentiment puternic de comunitate și solidaritate în Moldova. Totodată, țara se poate mândri cu o populație talentată și diversificată, care contribuie la promovarea țării pe plan internațional prin intermediul artei, muzicii, științei și culturii. Drept exemplu, Dan Bălan este un ambasador al muzicii moldovenești, compozitorul Eugen Doga una dintre cele mai importante figuri din lumea muzicii clasice și contemporane.

Deși Republica Moldova a înregistrat progrese semnificative în ultimii ani, persistă anumite domenii care necesită o atenție sporită și eforturi susținute pentru a consolida prosperitatea și bunăstarea țării. Deficiențele în domenii precum infrastructura, educația și sistemul de sănătate pot afecta negativ competitivitatea Moldovei pe plan internațional și pot limita potențialul de dezvoltare economică și socială.

Strategia de cooperare pentru dezvoltarea Moldovei abordează priorități transversale pentru a răspunde provocărilor complexe cu care se confruntă țara în procesul său de dezvoltare. Printre aceste priorități se numără implicarea tinerilor și promovarea egalității de gen. Plecarea tinerilor din Moldova agravează criza demografică și privează țara de lideri potențiali în creștere. De asemenea, sistemul educațional nu corespunde nevoilor pieței muncii și nu oferă suficiente oportunități pentru dezvoltarea forței de muncă. În acest context, USAID își propune să colaboreze cu tinerii pentru a promova interesele acestora și pentru a îmbunătăți guvernarea și oportunitățile de angajare în Moldova. În ceea ce privește egalitatea de gen, USAID identifică probleme precum abilitarea economică redusă a femeilor, violența domestică, migrația și traficul de persoane și sub-reprezentarea femeilor în politică și în aleșii locali. Pentru a aborda aceste probleme, USAID va promova abilitarea economică a femeilor, inclusiv prin intermediul sectorului privat și al organizațiilor civile, și va sprijini implicarea femeilor în politică și afaceri. [SCDT, 2020].



**Figura 1. Evaluarea Brandului de Țară al Republicii Moldova**

*Sursa: realizat de autor.*

În figura 1 este reprezentată Evaluarea Brandului de Țară al Republicii Moldova conform Metodologiei The Nation Brand Hexagon, propus de economistul Simon Anholt, unde rezultatele sunt oferite pe o scară de la 1 la 7, unde 1 este cel mai mic scor, 4- neutru și 7 este cel mai mare scor. Țara noastră se plasează între punctajul 3 și 5.

## CONCLUZIE

În concluzie, analiza detaliată a Republicii Moldova, folosind instrumentul conceptual al Hexagonului Națiunii, a relevat diverse aspecte ale economiei și societății moldovenești, depășind stereotipurile existente. Segmente precum turismul și exporturile au demonstrat potențialul de creștere și dezvoltare al țării, iar eforturile guvernului în domeniul guvernării și investițiilor au contribuit la îmbunătățirea climatului de afaceri și a imaginii internaționale a Moldovei. Cu toate acestea, persistă provocări în domenii cum ar fi infrastructura, educația și sistemul de sănătate, care necesită atenție și eforturi continue pentru a asigura o creștere sustenabilă și prosperitate pe termen lung. Recomandările includ facilitarea accesului la piețele internaționale, intensificarea reformelor în domeniul guvernării și combaterea corupției pentru a spori transparența și încrederea investitorilor.

## BIBLIOGRAFIE:

1. The Investment Agency (IA, 2023). Country Brand - The Tree, (2023). Disponibil: <https://invest.gov.md/en/country-brand/>
2. USAID Moldova, SCDT (2020). Strategia de cooperare pentru dezvoltarea țării. 18 decembrie 2020 – 18 decembrie 2025. Disponibil la: <https://www.usaid.gov/sites/default/files/2023-01/Strategia%20de%20cooperare%20pentru%20dezvoltarea%20%C8%9B%C4%83rii.pdf>
3. Biroul Național de Statistică, (2022). Activitatea turistică a agențiilor de turism și turoperatorilor în anul 2022. Disponibil la: [https://statistica.gov.md/ro/activitatea-turistica-a-agentiilor-de-turism-si-turoperatorilor-in-anul-2022-9491\\_60307.html](https://statistica.gov.md/ro/activitatea-turistica-a-agentiilor-de-turism-si-turoperatorilor-in-anul-2022-9491_60307.html)
4. Biroul Național de Statistică, (2023). Comerțul internațional cu mărfuri al Republicii Moldova în luna decembrie 2022 și în anul 2022 pe ansamblu. Disponibil la: [https://statistica.gov.md/ro/comertul-international-cu-marfuri-al-republicii-moldova-in-luna-9539\\_60309.html](https://statistica.gov.md/ro/comertul-international-cu-marfuri-al-republicii-moldova-in-luna-9539_60309.html)
5. Trading Economics, (MCI, 2023). Moldova Corruption Index / MCI. Disponibil la: <https://tradingeconomics.com/moldova/corruption-index>
6. Asociația Investitorilor Străini (2023). Investițiile străine directe în Moldova. Disponibil la: [https://fia.md/stiri-md-investitiile-straine-directe-in-moldova-au-crescut-cu-50-in-2022/#:~:text=Press%20About%20Us%20%5C-,stiri.md%3A%20Investi%C8%9Biile%20str%C4%83ine%20directe%20%C3%AEn%20Moldova%20au%20crescut%20cu,Asocia%C5%A3ia%20investitorilor%20str%C4%83ini%20\(FIA\).](https://fia.md/stiri-md-investitiile-straine-directe-in-moldova-au-crescut-cu-50-in-2022/#:~:text=Press%20About%20Us%20%5C-,stiri.md%3A%20Investi%C8%9Biile%20str%C4%83ine%20directe%20%C3%AEn%20Moldova%20au%20crescut%20cu,Asocia%C5%A3ia%20investitorilor%20str%C4%83ini%20(FIA).)

**Coordonator științific: Marina POPA, dr., conf.univ.,**

Academia de Studii Economice din Moldova,

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)

e-mail: [popa.marina@ase.md](mailto:popa.marina@ase.md)