

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF PROMOTING ECONOMIC VALUES AT THE MICROECONOMIC LEVEL

ASPECTE TEORETICE ȘI PRACTICE DE PROMOVARE A VALORILOR ECONOMICE LA NIVEL MICROECONOMIC

¹ POSTORONCA Cătălina, elevă, specialitatea: Contabilitate

e-mail autor: postoronca.catalina@ase.md

² CHILIANCIUC Anastasia, elevă, specialitatea: Contabilitate

e-mail autor: chilianciuc.anastasia@ase.md

^{1,2} Colegiul Național de Comerț al ASEM, Republica Moldova,
Chișinău, str. Petru Rareș 18, www.cnc.ase.md

Abstract: *The promotion of economic values at the microeconomic level plays a crucial role in shaping sustainable business strategies and enhancing market competitiveness. Key factors such as efficiency, innovation, competitiveness, and social responsibility contribute to the long-term stability and growth of businesses. Microeconomic policies influence resource allocation, production processes, and pricing mechanisms, directly impacting consumer welfare and economic development. A deeper understanding of economic values at the microeconomic level allows firms to optimize decision-making, improve productivity, and align business objectives with broader economic goals. By integrating sustainable practices, businesses can achieve financial success while contributing to economic resilience and social well-being.*
Key words: *economic values, microeconomics, efficiency, competitiveness, sustainable business strategies.*

JEL CLASSIFICATION: D21, L10, M21.

Într-o economie de piață modernă, valorile economice la nivel microeconomic – precum eficiența, competitivitatea, inovația și responsabilitatea socială – joacă un rol important în dezvoltarea sustenabilă a companiilor și în îmbunătățirea condițiilor economice generale. Aceste principii determină strategia firmelor, influențând nu doar profitabilitatea acestora, ci și impactul asupra consumatorilor și economiei naționale. Studiul valorilor economice la nivel microeconomic este relevant în contextul actual, unde companiile trebuie să se adapteze rapid la schimbările pieței, la reglementările economice și la cerințele tot mai mari ale consumatorilor. Economia modernă este caracterizată de concurență intensă, digitalizare și globalizare, ceea ce impune agenților economici să implementeze politici de management eficiente, să optimizeze resursele și să investească în tehnologii inovatoare pentru a-și menține competitivitatea.

Alfred Marshall – un economist englez și unul dintre cei mai influenți economiști ai timpului său, a definit valoarea economică și a unit *teoria valorii-muncă* a liberalilor clasici cu *teoria valorii-utilitate* a neoclasicilor, afirmând că valoarea este fundamentată pe utilitatea finală și pe cheltuielile de producție. Marshall a formulat teoria „*prețurilor fără valoare*”, conform căreia prețul este stabilit prin concursul a trei factori: cheltuielile de producție, utilitatea marginală, cererea și oferta. Prețul unui bun nu poate fi mai mic decât costurile totale de producție pe termen lung, altfel producătorii ar ieși din piață. Dacă raportăm situația în Republica Moldova vom observa că costul de import al carburanților, taxele impuse de ANRE și cheltuielile de transport influențează prețul final al benzinei și motorinei. Dacă cheltuielile cresc, companiile petroliere precum Lukoil Moldova, 2025 vor trebui să majoreze prețurile pentru a menține profitabilitatea. (Marshall, 1890).

Într-o altă abordare, a lui economist german - Karl Marx vom determina că valoarea unui bun este determinată de cantitatea de muncă socialmente necesară pentru producerea lui. Economistul

introduce conceptul de *plusvaloare*, care reprezintă diferența dintre valoarea produsului și costul forței de muncă folosite în producția lui. În aceeași idee Marx susține că, valoarea forței de muncă este egală cu costul de întreținere a muncitorului și a familiei sale, iar profitul capitalistului provine din munca neplătită a muncitorilor. În sectorul petrolier din Republica Moldova, compania precum Lukoil Moldova controlează distribuția carburanților. Aceasta compania angajează muncitori pentru transport și vânzare, însă salariile acestora sunt semnificativ mai mici decât valoarea economică pe care o creează. Un lucrător la o benzinărie poate câștiga în jur de 10.000 de lei pe lună, în timp ce vânzările zilnice de combustibil ating sume de sute de mii de lei. Deși activitatea lui este fundamentală pentru companie, el primește doar o mică parte din valoarea generată, iar restul profitului revine angajatorului. Astfel, valoarea economică reprezintă importanța pe care o atribuie oamenii unui bun, serviciu sau resursă în funcție de utilitatea și raritatea acestuia. Valoarea poate fi măsurată prin prețul de piață, costul de producție sau prin beneficiile pe care le aduce consumatorului (Marx, 1867).

Compania Lukoil Moldova, 2025, ca una dintre cele mai mari companii petroliere din lume, utilizează o serie de *strategii de promovare a valorilor economice*, atât la nivel global, cât și în filiale precum Lukoil Moldova. Obiectivele companiei sunt:

- Asigurarea ofertei de produse petroliere pe piața internă a Republicii Moldova;
- Asigurarea unui nivel înalt al calității serviciilor prestate;
- Participarea la dezvoltarea infrastructurii orașului Chișinău și a altor localități din țară;
- Crearea de noi locuri de muncă;
- Derularea unor activități de binefacere și sponsorizare.

Realizarea acestor obiective este garantată prin coordonarea și verificarea activității tuturor subdiviziunilor, care funcționează ca un mecanism bine pus la punct, capabil să facă față tuturor provocărilor. Strategii ale companiei sunt menite să consolideze poziția companiei pe piață, să crească încrederea publicului și să asigure dezvoltarea sustenabilă. LUKOIL Moldova a fost creată în anul 1995 ca filială a companiei ruse de petrol LUKOIL S.A. Actualmente, LUKOIL-Moldova operează cu 3 baze petroliere și un terminal de gaz, precum și 106 de stații de alimentare. Compania are o dimensiune de afacere destul de mare, numărul de angajați fiind 1192 de angajați. La cele mai multe benzinării sunt disponibile marketuri moderne, care pun la dispoziția clienților o varietate de produse și servicii conexe și sunt dotate cu puncte de acces WiFi. Stațiile de alimentare sunt amplasate în toate regiunile țării, ceea ce oferă companiei să mențină pozițiile de lider pe piața produselor petroliere și a gazelor lichefiate din Republica Moldova. Adicional, compania oferă servicii de livrare și alimentare cu combustibil a aeronavelor pe teritoriul complexului Aeroport (mun. Chișinău). Accizele la benzină și combustibil pentru aeronave constituie 8837,49 lei pentru o tonă, accizele motorinei 3718,64 lei pentru o tonă și accizul la gaz (propan, butan) constituie 4144 lei pentru o tonă. „Lukoil Moldova” care asigură 33,5 % din cantitatea total importată de benzină, 40,8% din toată cantitatea importată de motorină, principala și unica sursă de import fiind România. Această dependență poate influența stabilitatea pieței, mai ales în contextul fluctuațiilor prețurilor internaționale și al politicilor comerciale regionale. Ceea ce poate oferi un grad mai mare de securitate energetică, dar și riscuri legate de volatilitatea piețelor externe și de relațiile geopolitice. Această poziție dominantă pe piața importurilor îi conferă Lukoil-Moldova un avantaj strategic, influențând prețurile și concurența în sectorul petrolier al țării (Lukoil Moldova, 2025).

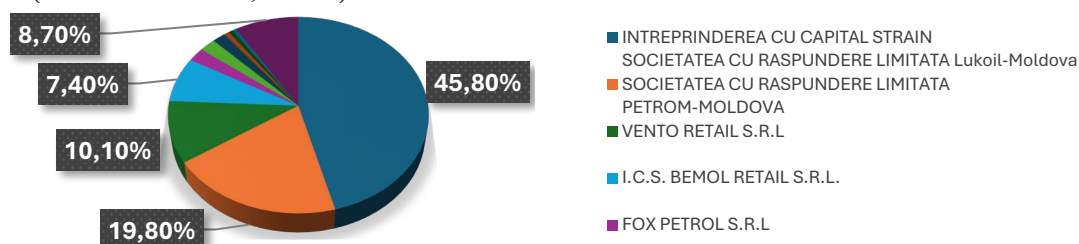


Figura 1. Lideri de piață după volumul vânzărilor în 2023

Sursa: Elaborat de autor

Figura privind liderii de piață arată că sectorul petrolier din Republica Moldova este dominat de câțiva jucători mari, cu compania LUKOIL-MOLDOVA de capital străin deținând 45,8% din piață, urmată de Petrom-Moldova cu 19,8%. Această distribuție indică un oligopol, unde doar câteva companii influențează prețurile și strategiile comerciale. (Data2B, 2025)



Figura 2. Strategii de promovare a valorilor economice de către Lukoil Moldova

Sursa: Elaborat de autor

Parte a concernului internațional Lukoil, compania și-a consolidat poziția pe piața locală printr-o strategie bazată pe inovație, calitate și responsabilitate socială. Pe lângă activitatea sa principală în domeniul distribuției și comercializării produselor petroliere, Lukoil-Moldova promovează valori economice fundamentale, contribuind la dezvoltarea sustenabilă a economiei naționale. Prin aplicarea următoarelor strategii, Lukoil-Moldova este lider pieții, susținut de încredere oamenilor:

1. Compania investește în modernizarea rafinăriilor și *utilizarea tehnologiilor avansate pentru reducerea emisiilor de carbon și optimizarea consumului de resurse*. Lukoil își propune să îmbunătățească eficiența energetică a instalațiilor sale și să minimizeze pierderile de petrol și gaze în timpul extracției și procesării. Proprietățile ecologice îmbunătățite a noilor tipuri de carburanți de marca "LUKOIL" asigură o reducere semnificativă a emisiilor de substanțe cancerogene, compuși ai sulfului, azot și alte substanțe nocive; Datorită conținutului scăzut de sulf și a aromaticii, în combustibilii mărcii "LUKOIL" Euro-5, emisiile totale de produse de ardere în mediu este redus cu mai mult de 2 ori; eliberarea de hidrocarburi cancerogene nitro-poliaromatice a scăzut de 8 ori; emisiile de compuși de azot au scăzut cu mai mult de 2 ori; emisiile de funingine au scăzut de 1,5-2 ori. (Lukoil Moldova, 2025)

2. Implicată în *dezvoltarea infrastructurii* încă de la începuturile sale, "LUKOIL-Moldova" a participat activ și continuă să participe la activități cu caracter social, precum finanțarea lucrărilor de reparație și reconstrucție a monumentelor culturale și istorice. În 2006, compania a contribuit la restaurarea Complexului Memorial „Eternitate” din Chișinău cu aproximativ 1 milion de dolari. În 2009, a oferit 75.000 de lei pentru restaurarea clădirii Mitropoliei Moldovei și 700.000 de lei pentru Memorialul Victoria de la Leușeni și Șerpeni. În 2013, a finanțat Mănăstirea Căpriana cu 100.000 de lei. În 2015, a sponsorizat restaurarea cimitirelor militare cu 90.000 de lei. Tot în 2015, a sprijinit Asociația pentru Conservarea și Restaurarea Edificiilor din Lemn cu o donație de 100.000 de lei, precum și alte proiecte.

3. *Sprijin financiar social*, și mai ales sprijin pentru studenți. În conformitate cu acordul de cooperare încheiat între "LUKOIL-Moldova" și Universitatea Tehnică din Moldova, compania stabilește anual 12 premii personale celor mai buni studenți, 2 burse - celor mai buni doctoranzi și 2 burse personale - tinerilor cercetători în domeniul economic și de management; ajutor financiar pentru 27 de veterani, pensionari, casei de copii, și altor organizații obștești; participarea în organizarea și finanțarea activităților culturale ale capitalei: concerte, spectacole de noi talente, festivaluri naționale de muzică. Ajutor material în suma de 400.000 lei au fost donații veteranilor celui de-al Doilea Războiului Mondial (Lukoil Moldova, 2025).

Promovarea valorilor economice la nivel microeconomic este esențială pentru dezvoltarea sustenabilă a afacerilor și consolidarea economiei de piață. Eficiența, competitivitatea, inovația și responsabilitatea socială influențează succesul firmelor și stabilitatea economică globală. Strategiile microeconomice eficiente permit întreprinderilor să își optimizeze resursele, să răspundă cerințelor pieței și să adauge valoare consumatorilor. Teoriile lui Alfred Marshall și Karl Marx oferă viziuni

diferite asupra generării și distribuirii valorii economice. Marshall pune accent pe utilitate și concurență, în timp ce Marx subliniază rolul forței de muncă și impactul relațiilor de producție. Aceste concepte sunt valabile și în economia modernă, unde succesul unei firme depinde de gestionarea costurilor, investițiile în inovație și adaptabilitatea la schimbările pieței. Astfel, concluzionăm că implementarea strategiilor care promovează valorile economice la nivel microeconomic este crucială pentru creșterea sustenabilă a afacerilor. Prin eficiență operațională, investiții în tehnologie și o abordare responsabilă față de societate, companiile pot atinge un echilibru între profitabilitate și dezvoltare pe termen lung, consolidându-și poziția pe piață și contribuind la progresul economic general (Enachi, 2020).

REFERINȚE:

1. Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*.
2. Data2b. (2025). *Pagina oficială Data2b*. <https://www.data2b.md>
3. Enachi, O. (2020). *Teorie economică I (Microeconomie). Teorie economică II (Macroeconomie): Suport de curs*.
4. Marx, K. (1867). *Das Kapital*.
5. Lukoil Moldova. (2025). *Pagina oficială Lukoil Moldova*. <https://lucoil.md/ro>

Coordonator științific: ENACHI Olga, grad didactic întâi,
Colegiul Național de Comerț al Academiei de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, Chișinău, str. Petru Rareș 18
Email: olgaenachi2015@gmail.com