DOI: https://doi.org/10.53486/sstc2026.v2.54
CZU: 366.1:330.567.2(478)

COMPARATIVE STUDY ON THE FINANCIAL ACTIVITY OF ECONOMIC AGENTS BY REGIONS OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

RELEVANȚA TEORIILOR PRIVIND COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI IN CONTEXTUL ACTUAL ÎN REPUBLICA MOLDOVA

NEGRU Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: + 373 68990217
e-mail autor: daniela.negru.q74c@ase.md

Abstract: *This paper explores the relevance of both classical and modern theories of consumer behavior in the current economic context of the Republic of Moldova. It combines traditional concepts, such as utility theory and consumer equilibrium, with behavioral economics approaches. The analysis is based on recent data from the National Bureau of Statistics of the Republic of Moldova, reflecting trends in income, consumption, and inflation during 2024–2025. The findings show that classical theories remain important for explaining rational decisions, while behavioral approaches provide a more realistic view by considering psychological factors. In Moldova, inflation and income changes significantly influence consumer choices, with a focus on essential goods. The study highlights the need to integrate both approaches in developing effective economic and marketing strategies.*
Key words: *consumer behavior, utility, behavioral economics, consumption, Republic of Moldova*
JEL CLASSIFICATION: D11, D12, E21

INTRODUCERE

În contextul transformărilor economice actuale, analiza comportamentului consumatorului reprezintă un element esențial pentru înțelegerea mecanismelor pieței și a modului de formare a cererii. În Republica Moldova, nivelul veniturilor, dinamica prețurilor și influența factorilor sociali determină particularități specifice ale deciziilor de consum.

Actualitatea temei este evidentă în Republica Moldova, unde deciziile de consum sunt influențate simultan de evoluția veniturilor, modificarea prețurilor, gradul de acces la servicii digitale și nivelul de protecție instituțională a consumatorului (Inspectoratului de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor, 2026). Analiza indicatorilor economici pentru perioada 2021–2025 evidențiază o creștere a veniturilor disponibile și a cheltuielilor de consum, însă și menținerea unei ponderi ridicate a consumului pentru nevoi esențiale. De exemplu, în anul 2024 veniturile disponibile lunare au constituit în medie 5283,8 lei pe persoană, iar cheltuielile de consum 4407,0 lei, ceea ce confirmă faptul că o parte semnificativă a bugetului gospodăriilor este orientată spre bunuri de bază (Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova - BNS, 2025).

Scopul prezentului articol constă în evidențierea relevanței teoriilor privind comportamentul consumatorului în contextul actual din Republica Moldova, prin corelarea conceptelor microeconomice clasice și moderne cu realitățile economice recente. În acest sens, lucrarea urmărește să demonstreze că modelele tradiționale rămân valabile pentru explicarea alegerii economice, însă interpretarea completă a comportamentului de consum necesită și aportul economiei comportamentale, al analizei instituționale și al transformărilor digitale (Angelescu, 2009; Samuelson & Nordhaus, 2009; Tomșa, 2016).

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analiza comportamentului consumatorului își are fundamentul în ***teoria utilității***, conform căreia individul urmărește maximizarea satisfacției în condiții de resurse limitate (Angelescu, 2009; Marshall, 1890; Samuelson & Nordhaus, 2009; Tomșa, 2016). Evoluția veniturilor și a cheltuielilor de consum în perioada 2021–2025 confirmă relevanța acestei teorii, deoarece creșterea veniturilor determină majorarea consumului (BNS, 2025). Legea utilității marginale descrescătoare explică faptul că satisfacția suplimentară scade pe măsură ce consumul crește, aspect reflectat prin faptul că ritmul cheltuielilor este mai redus decât cel al veniturilor (Angelescu, 2009; Samuelson & Nordhaus, 2009).

În același timp, teoria echilibrului consumatorului evidențiază adaptarea deciziilor în funcție de venit și prețuri, fiind confirmată de influența inflației asupra puterii de cumpărare (BNS, 2026). De asemenea, curba lui Engel este reflectată în structura consumului, unde o pondere semnificativă a cheltuielilor este destinată bunurilor de bază, ceea ce indică un nivel relativ moderat al veniturilor (BNS, 2025). Economia comportamentală demonstrează faptul că deciziile de consum sunt influențate și de factori psihologici și sociali, în special în contextul digital actual (Hicks & Allen, 1934; Samuelson & Nordhaus, 2009; Tomșa, 2016). La baza acestor abordări se află axiomele comportării consumatorului are explică modul în care se formează preferințele și se structurează alegerile economice.

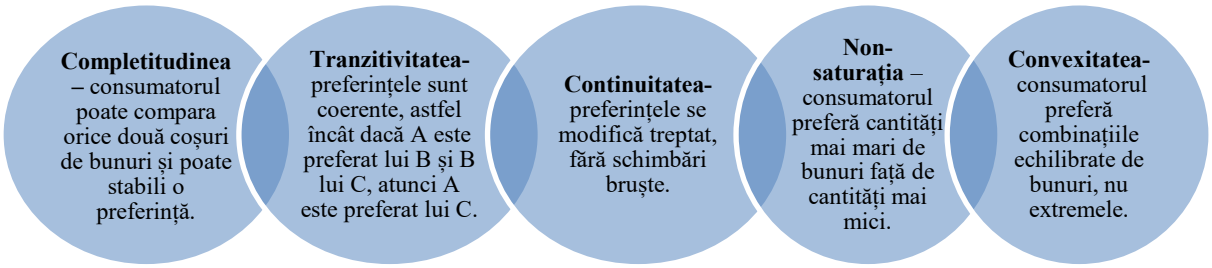


Figura 1. Axiomele de bază ale comportamentului consumatorului

Sursa: Elaborat de autor în baza (Angelescu, 2009; Samuelson & Nordhaus, 2009; Tomșa, 2016)

Axiomele prezentate în *Figura 1* confirmă faptul că deciziile consumatorului au la bază preferințe coerente și o anumită logică a alegerii, ceea ce susține modelele clasice ale utilității și ale echilibrului consumatorului **(**Angelescu, 2009; Marshall, 1890; Samuelson & Nordhaus, 2009; Tomșa, 2016).

Această realitate este reflectată în structura consumului din Republica Moldova, unde o pondere semnificativă a cheltuielilor este destinată bunurilor de bază. Astfel, aproape 39,9% din cheltuieli sunt alocate alimentelor, iar 17,2% locuinței și utilităților (BNS, 2025). Această orientare a consumului este influențată nu doar de nivelul veniturilor, ci și de dinamica prețurilor, care afectează direct puterea de cumpărare a populației.

Pentru a evidenția impactul direct al inflației asupra comportamentului consumatorului, în Figura 2 este prezentată evoluția indicelui prețurilor de consum în perioada 2021–2025.

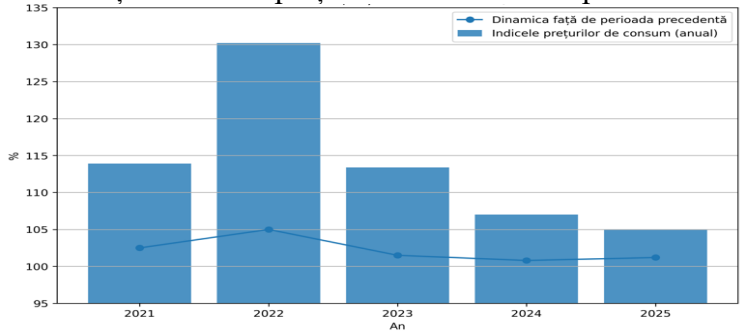


Figura 2. Dinamica indicelui prețurilor de consum (2021-2025)

Sursa: Elaborat de autor în baza (Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, 2026)

Se observă o creștere accentuată a inflației la sfârșitul anului 2022 (30,24%), urmată de o diminuare treptată până la aproximativ 5% în 2025**,** ceea ce indică o perioadă de instabilitate urmată de stabilizare economică. În condițiile unui nivel ridicat al prețurilor, consumatorii sunt constrânși să își reducă sau să își restructureze consumul, orientându-se către bunuri esențiale. Această reacție confirmă în mod direct teoria echilibrului consumatorului, conform căreia modificarea prețurilor determină ajustarea alegerilor economice (BNS, 2026). Pentru o analiză mai detaliată a relației dintre venituri și puterea de cumpărare, în Figura 3 este ilustrată evoluția câștigului salarial nominal și real în raport cu inflația.

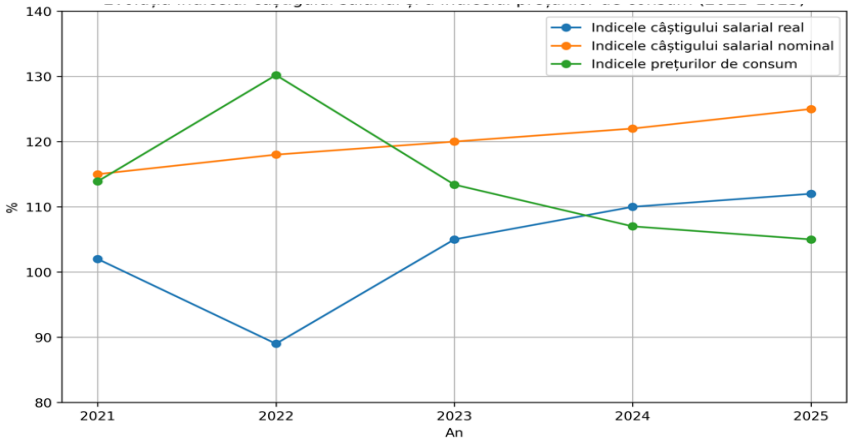


Figura 3. Evoluția indicelui câștigului salarial mediu lunar nominal brut, a celui real și a indicelui prețurilor de consum (2021-2025)

Sursa: Elaborat de autor în baza (Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, 2025)

Datele arată că salariile cresc constant (de la aproximativ 8980 lei în 2021 la peste 16 100 lei în 2025), însă câștigul real este afectat de inflație, în special în perioada 2022–2023, când creșterea prețurilor reduce semnificativ puterea de cumpărare (BNS, 2025; BNS, 2026). Această evoluție a inflației a fost determinată în mare parte de majorarea prețurilor la resursele energetice și de perturbările lanțurilor de aprovizionare generate de contextul regional și internațional, ceea ce a dus la scumpirea bunurilor de consum. Astfel, consumatorii nu reacționează doar la venitul nominal, ci la cel real, ceea ce confirmă atât teoria utilității, cât și teoria echilibrului consumatorului**,** deoarece deciziile de consum sunt adaptate în funcție de venitul efectiv disponibil. O imagine de ansamblu este oferită de Tabelul 1, care sintetizează principalii indicatori ai comportamentului consumatorului.

Tabelul 1. Indicatorii comportamentului consumatorului în Republica Moldova (2021–2025)

Indicator	2021	2022	2023	2024	2025*
Venit disponibil lunar/persoană (lei)	3 200	3 900	4 600	5 283,8	5 800
Cheltuieli de consum lunar/persoană (lei)	2 900	3 500	4 100	4 407,0	4 700
Salariu mediu brut (lei)	8 980	10 447	11 700	14 096,7	16 100
Rata inflației (%)	13,9	30,2	13,4	7,0	5,0
Pondere cheltuieli alimentare (%)	42	41	40	39,9	39

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei (Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, 2025, 2026; Guvernul Republicii Moldova, 2025)

Creșterea veniturilor disponibile (de la 3200 lei la aproximativ 5800 lei) prezentate în *Tabelul 1,* este însoțită de o creștere mai lentă a cheltuielilor de consum, ceea ce indică o utilizare mai eficientă a resurselor și o orientare către consum selectiv (BNS, 2025)**.** Această evoluție confirmă în mod concret legea utilității marginale descrescătoare, deoarece consumatorii nu își majorează consumul proporțional cu veniturile, ci acordă prioritate bunurilor cu utilitate mai ridicată.

În același timp, analiza structurii cheltuielilor arată că aproape 40% din consum este destinat alimentelor, ceea ce evidențiază predominanța nevoilor de bază. Această situație confirmă aplicabilitatea curbei lui Engel, specifică economiilor în care veniturile sunt relativ moderate, iar creșterea acestora nu conduce imediat la diversificarea consumului (Angelescu, 2009; Tomșa, 2016).

Pe lângă factorii economici, comportamentul consumatorului este influențat și de factori non-raționali. În contextul digitalizării și al accesului rapid la informație, consumatorii sunt influențați de percepții, recomandări și tendințe sociale. Această realitate confirmă actualitatea economiei comportamentale, care explică faptul că deciziile de consum nu sunt exclusiv bazate pe raționalitate, ci și pe factori psihologici și sociali (Hicks & Allen, 1934; Samuelson & Nordhaus, 2009; Tomșa, 2016).

Prin urmare, analiza datelor pentru perioada 2021–2025 demonstrează că teoriile clasice rămân pe deplin actuale în explicarea comportamentului consumatorului, însă complexitatea reală a deciziilor economice necesită completarea acestora cu abordări moderne.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Aşadar, teoriile privind comportamentul consumatorului își mențin relevanța în contextul actual din Republica Moldova, însă aplicarea lor necesită o abordare integrată. Modelele clasice explică relația dintre venit, preț și alegere, în timp ce teoriile moderne oferă o perspectivă mai realistă asupra influenței factorilor psihologici, sociali și tehnologici. Datele statistice confirmă faptul că gospodăriile sunt încă orientate spre consumul de bază (BNS, 2025), iar inflația și digitalizarea determină adaptări constante ale comportamentului de consum. În aceste condiții, analiza consumatorului trebuie realizată dintr-o perspectivă interdisciplinară, adaptată realităților economice contemporane. Se recomandă adaptarea strategiilor economice și de marketing la nivelul veniturilor populației, utilizarea mediului digital și monitorizarea constantă a factorilor economici pentru a răspunde eficient schimbărilor din comportamentul consumatorilor.

REFERINȚE:

1. Angelescu, C. (2009). *Economie*. București: Editura Economică.
2. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. (3 martie 2025). *Câștigul salarial mediu lunar brut*. https://statistica.gov.md/ro/castigul-salarial-mediu-lunar-brut-si-indicele-numarului-mediu-9436_61682.html
3. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. (31 martie 2025). *Veniturile şi cheltuielile populației*. https://statistica.gov.md/ro/veniturile-si-cheltuielile-populatiei-in-anul-2024-9442_61726.html
4. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. (3 martie 2025). *Moldova în cifre*. https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Moldova_in_cifre/2025/breviar_ro_2025.pdf
5. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. (10 februarie 2026). *Indicii prețurilor de consum*. https://statistica.gov.md/ro/indicii-preturilor-de-consum-in-republica-moldova-in-luna-ianuarie-2026-9485_62312.html
6. Inspectoratului de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor (26 mai 2025). *Protecția consumatorului*. https://consumator.gov.md/ro/comunicate-de-presa/autoritatile-publice-centrale-abilitate-cu-dreptul-de-protectie-consumatorilor
7. Guvernul Republicii Moldova. (18 decembrie 2024). *Salariul mediu lunar pe economie prognozat*. https://old.gov.md/ro/content/salariul-mediu-lunar-pe-economie-prognozat-pentru-anul-2025-va-constitui-16-100-de-lei
8. Hicks, J. R., & Allen, R. G. D. (1934). *Theory of value*. Editura Economică.
9. Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. Macmillan.
10. Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *Economics*. McGraw-Hill Education.
11. Tomșa, A. (coord.). (2016). *Teorie economică. Microeconomie*. Chișinău: Tipografia Centrală.

Coordonator științific: LIVIȚCHI Oxana, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: + 373 79635690
e-mail: livitchi.oxana@ase.md