

## EVALUAREA INFRASTRUCTURII COMPETITIVITĂȚII EXPORTULUI AGROALIMENTAR AL REPUBLICII MOLDOVA

*Cornel COȘER, drd., asistent universitar, UASM*

*Cuantificarea competitivității exportului agroalimentar al Republicii Moldova stabilește sarcina de determinare a indicilor și aspectelor care efectiv formează imaginea sectorială. Trecând dincolo de cunoscutele expresii de performanță a exportului, lucrarea scoate în evidență dinamica competitivității, itemii de logistică și de abordare tarifară. Făcând abstractizare la ceilalți factori, ajungem la concluzii și recomandări care vizează nuanțările reflectate, atât din perspectiva acționării micro-managementului, cât și a politicilor guvernamentale.*

**Cuvinte cheie:** competitivitate, export agroalimentar, infrastructură, performanță logistică, tarife.

**Introducere.** Introducerea aspectelor de performanță și, implicit, a celor de manifestare a competitivității ține, nemijlocit, de manifestarea exporturilor agroalimentare ale Republicii Moldova la nivelul grupelor de produse și a detaliilor acestora. Întrucât abordarea piețelor din perspectiva potențialului de realizare a produselor autohtone, dar și a aspectelor de proximitate și creștere a cererii interne a importatorilor este una din cele mai obiective, acest fapt poziționează (desigur, prin ipoteza excluderii/izolării altor factori) exportul agroalimentar sub raportul manifestărilor de competitivitate pe piețele respective. Astfel, în cazul grupelor de produse unde nu se atestă dinamici pozitive, sau acestea sunt mici, entitățile economice ar putea reconsidera, reieșind din cele expuse mai sus, destinații cu cereri mari, dinamici comparative pozitive și distanțe relative de transportare a mărfurilor.

**Conținutul de bază.** Considerăm necesară abordarea aspectelor de competitivitate mai întâi din perspectiva examinării direcțiilor de orientare a fluxurilor agroalimentare de export, prin diagnosticarea dinamizării partenerilor actuali, a creșterii valorice a exportului pe produse și a cererii internaționale pe state și poziții. Astfel avem posibilitatea de a reflecta potențialul insuficient exploatat, pierderea de competitivitate și posibilitatea lansării pe noi piețe, reieșind din dinamica acestora și aspectul proximității [4].

## COMPETITIVENESS INFRASTRUCTURE ASSESSMENT OF MOLDOVA'S AGRI-FOOD EXPORT

*Cornel COSER, PhD Student, Assistant Lecturer, SAUM*

*Quantifying the agri-food export competitiveness of the Republic of Moldova sets the task to determine those indices and aspects that actually form the sectoral image. Going beyond the familiar expressions of export performance, the paper highlights the competitiveness' dynamics, logistical and tariff approach items. Making abstraction of other factors, we reach conclusions and recommendations on reflected nuances both in terms of micro-management, as well as government policies.*

**Key words:** competitiveness, agri-food export, infrastructure, logistics performance, tariffs.

**JEL Classification:** F12, Q0, Q11, Q17

**Introduction.** Introducing the aspects of performance and hence those of the competitiveness manifestation is related, directly, to Moldova's agri-food exports manifestation at the level of groups of products and their particularization. Since the approach of markets in terms of domestic products selling potential but also of proximity issues and importers' domestic demand growth is one of the most objective, this fact positions (of course, through the assumption of exclusion / isolation of other factors) the agri-food export in terms of manifestations of competitiveness on those markets. Thus in the case of groups of products where there are not observed positive dynamics, or these are small, the economic entities might reconsider, based on the above, destinations with strong demand, positive comparative dynamics and relative distances of transportation of goods.

**The basic content.** We consider necessary to approach the competitiveness issues first from the perspective of examining the orientation directions of export agri-food flows, through diagnosis of boosting of existing partners, value growth of exports by products and of international demand on countries and positions. This allows us to reflect the insufficiently exploited potential, the loss of competitiveness and the possibility of launching into new markets, based on their dynamics and layout of proximity [4].

*Tabelul 1 / Table 1*

### Caracteristica de dinamică a piețelor de desfacere a produselor agroalimentare ale Republicii Moldova și previziuni de potențial și competitivitate/ The characteristic of dynamic of Republic of Moldova's agri-food products sales markets and predictions of potential and competitiveness

Poziția/ Position	Top 3 parteneri importatori ca valoare, 2012/ Top 3 importing partners as value, 2012	Creștere în valoarea exportată (2008- 2012, %, p.a.)/ Growth in the exported value (2008-2012, %, p.a.)	Creștere în valoarea importată totală a produsului dat în țara partener (2008-2012, %, p.a.)/ Growth in the total imported value of the respective product in partner country (2008-2012, %, p.a.)	Estimare potențial și previziune direcții creștere competitivitate/ Potential estimation and competitiveness growth directions predictions
1	2	3	4	5
Vin din struguri proaspeți/ Wine of fresh grapes	1.Rusia/Russia 2.Belarus/Belorussia 3.Kazakhstan	-4 -5 19	8 1 18	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator 3- Italia/Italy, Slovacia/Slovakia, China 2. Top țări indicator 4 /Top countries indicator 4- China, Georgia, Vietnam
Rachieri, lichioruri, alte băuturi spirtoase/Spirits,	1.Rusia/Russia 2.Ucraina/Ukraine	12 19	10 23	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator 3- SUA/USA, Mongolia, Belgia/Belgium

Liqueurs other spirituous beverages	3.SUA/USA	104	6	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4- Guyana, Turcia/Turkey, Irak
Nuci/Nuts	1.Franta/France	15	7	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Irak	82	27	3 – România/Romania, Bulgaria, Marea Britanie/Great Britain
	3.Grecia/Greece	4	-7	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Vietnam, Algeria, China
Mere, pere și gutui/ Apples, pears and quinces	1.Rusia/Russia	17	12	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Belarus/Belorussia	-22	23	3 – România/Romania, Kazakhstan, Rusia/Russia
	3.Kazakhstan	104	26	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Chile, Irak, Egipt/Egypt
Caise, cireșe, piersici, nectarine, prune și porumbe/Apricots, cherries, peaches, nectarines, plums and sloes	1.Rusia/Russia	54	20	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Belarus/Belorussia	-3	8	3 – Rusia/Russia, Belarus/Belorussia, Ucraina/Ukraine
	3.Macedonia	0	92	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Kazakhstan, Macedonia, China
Struguri/Grapes	1.Rusia/Russia	24	2	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Belarus/Belorussia	-3	0	3 - România/Romania, Rusia/Russia, Belarus/Belorussia
	3.România/Romania	108	-7	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Kazakhstan, China, Chile
Semințe de floarea-soarelui/Sunflower seeds	1.Ucraina/Ukraine	57	36	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Noua Zeelandă/New Zealand	0	3	3 - Serbia, Italia/Italy, Lituania/Lithuania
	3.Marea Britanie/Great Britain	64	-4	2. Top țări indicator 4/ Top countries indicator 4 - Irak, Egipt/Egypt, Slovacia/Slovakia
Boabe de soia/Soybeans	1.România/Romania	142	-2	1. Top țări indicator 3/ Top countries indicator
	2.Ucraina/Ukraine	17	23	3 – România/Romania, Marea Britanie/Great Britain, Bulgaria
	3.Marea Britanie/Great Britain	41	4	2. Top țări indicator 4/ Top countries indicator 4 - Serbia, Ucraina/Ukraine, Indonezia/Indonesia
Ulei de floarea-soarelui/Sunflower oil	1.Italia/Italy	0	5	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.România/Romania	-1	5	3 - Bulgaria, Polonia/Poland, Letonia/Latvia
	3.Spania/Spain	0	-2	2. Top țări indicator 4/ Top countries indicator 4 - India, Slovacia/Slovakia, Irak
Ulei de soia/Soybean oil	1.Portugalia/Portugal	0	51	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.România/Romania	33	-19	3 – Polonia/Poland, România/Romania
	3.Polonia/Poland	248	-3	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 – Portugalia/Portugal, India, SUA/USA
<i>continuare tabel 1/table 1 continued</i>				
Sucuri din fructe și legume, nefermentate/ Fruit and vegetable juices, unfermented	1.Polonia/Poland	62	11	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Austria	22	1	3 – Polonia/Poland, Ucraina/Ukraine, Austria
	3.Germania/Germany	7	4	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Mongolia, Turkmenistan, Thailanda/Thailand
Legume preparate sau conservate altfel decât în oțet/ Vegetables prepared or preserved otherwise than by vinegar	1.Rusia/Russia	-5	0	1. Top țări indicator 3/ Top countries indicator
	2.Belarus/Belorussia	19	-7	3 - Belarus, Kirghizstan/Kyrgyzstan, SUA/USA
	3.Kazakhstan	-24	7	2. Top țări indicator 4/ Top countries indicator 4 – Thailanda/Thailand, Turkmenistan, China
Grâu și meslin/ Wheat and meslin	1.Noua Zeelandă/ New Zealand	0	10	1. Top țări indicator 3/ Top countries indicator
	2.România/Romania	5	7	3 – Italia/Italy, Panama, România/Romania
	3.Marea Britanie/Great Britain	5	0	2. Top țări indicator 4/ Top countries indicator 4 - China, Nigeria, Egipt/Egypt
Zahăr/Sugar	1.România/Romania	1	12	1. Top țări indicator 3/ Top countries indicator
	2.Polonia/Poland	0	17	3 – Rusia/Russia, România/Romania
	3.Bulgaria/Bulgaria	0	13	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Nigeria, China, Indonezia/Indonesia
Carne de bovine/Beef	1.Rusia/Russia	0	45	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.-	-	-	3 - -
	3.-	-	-	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 – Ucraina/Ukraine, Rusia/Russia, Chile
Carne de porc/Pork	1.Ungaria/Hungary	0	18	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator 3 - -
	2.-	-	-	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator
	3.-	-	-	4- China, Ungaria/Hungary, Coreea de Sud/South Korea
Legume și tuberculi/ Vegetables and tubers	1.Rusia/Russia	130	14	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Belarus/Belorussia	-21	18	3 - Kazakhstan, Rusia/Russia, România/Romania
	3.România/Romania	28	0	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Kazakhstan, Vietnam, China
Lactate – brânză și caș/ Dairy - cheese and curd	1.Rusia/Russia	740	17	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Kazakhstan	143	0	3 – Rusia/Russia, Kazakhstan
	3.-	-	-	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 - Bulgaria, Sierra Leone, Ucraina/Ukraine
Oua de pasăre/Birds' eggs	1.Irak	0	41	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator 3 - -
	2.-	-	-	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator
	3.-	-	-	4 – Belarus/Belorussia, Irak, Rusia/Russia
Miere naturală/Natural honey	1.Germania/Germany	245	3	1. Top țări indicator 3/Top countries indicator
	2.Cehia/Czech Republic	0	4	3 – Germania/Germany, Slovacia/Slovakia, Canada
	3.Belarus/Belorussia	0	7	2. Top țări indicator 4/Top countries indicator 4 – Rusia/Russia, Polonia/Poland, SUA/USA

Sursa/Source: Elaborat de autor în baza datelor <http://www.trademap.org/tradestat/Bilateral.aspx>.

Developed by the author based on data <http://www.trademap.org/tradestat/Bilateral.aspx>

În urma structurării de mai sus, se evidențiază o serie de produse agroalimentare la care partenerii importatori de top | Following the above structure, it highlights a number of agri-food products to which leading importers feel negative

resimt dinamici negative destul de importante în creșterea fluxului perioadei 2008-2012. Printre acestea se numără *Vinul din struguri proaspeți*, la care piețele principale – Rusia și Belarus arată dinamici de -4 și, respectiv, -5%. O afectare a 2 din 3 parteneri de top se manifestă și în cazul *Legumelor preparate sau conservate* – Rusia (-5%) și Kazakhstan (-24%). Cele mai favorabile trenduri ale pozițiilor, din punct de vedere a dinamicii de piață, s-au dovedit a fi reflectate la nivelul unor astfel de produse, cum ar fi *Rachiurile, lichiorurile, Nucile, Boabele de soia și Sucurile din fructe și legume*; iar categoriile care au demonstrat diminuări pentru 1 partener au fost *Merele, perele și gutuii* (Belarus, - 22%), *Caise, cireșe* etc. fructe (Belarus, -3%), *Struguri* (Belarus, - 3%), *Ulei de floarea-soarelui* (România, -1%), *Legume și tuberculi* (Belarus, -21%).

Totodată, cele mai importante dinamici ca valoare procentuală pe partener au fost înregistrate pentru Rusia la *Brînză și caș* (740%), Polonia la *Ulei de soia* (248%) și Germania, la *Miere naturală* (245%). Însă din punct de vedere al piețelor de destinație în pierdere, un lider la acest capitol este Belarus, care arată un trend negativ de absorbție a exporturilor moldovenești pentru tocmai 5 categorii de produse, dar și Rusia, cu astfel de tendințe pentru 2 poziții (vin și preparate din legume). Contrar, în dezvoltare semnificativă s-au poziționat Rusia, cu creșteri pentru 6 poziții, România, tot pentru 6 poziții, Kazakhstan, pe 3 categorii de mărfuri.

Ca cerere agregată națională pentru importuri, expusă pentru anumite produse pe plan internațional, clasificarea partenerilor Republicii Moldova prin prisma topului ocupat oferă posibilitatea prezicerii destinațiilor de perspectivă și a poziționării competitive pe piețele respective. La categoria *Vin din struguri proaspeți* putem identifica un astfel de sinergism, întrucât Kazakhstanul prezintă creșteri atât pentru valoarea importată a produsului respectiv din Republica Moldova (19%), cât și pentru cererea lui națională orientată pe plan internațional pentru poziția dată (18%). Ucraina, dar și SUA se identifică cu stare similară pentru *Rachiuri, lichioruri, alte băuturi spirtoase*, iar pentru poziția *Nuci*, perspectivele se reflectă spre Irak și Franța. La *Mere, pere și gutui*, Kazakhstanul este lider de dinamică, iar la *Caise, cireșe* etc. fructe și *Struguri* – Rusia. Pentru *Semințele de floarea-soarelui*, lider de dinamică este Ucraina (cu 57 și, respectiv, 36%), iar pentru *Boabele de soia* – Marea Britanie. *Uleiurile de floarea-soarelui și de soia*, dar și *Legumele preparate sau conservate* nu demonstrează parteneri durabili pentru ambele aspecte studiate, pe cînd *Sucurile din fructe și legume* arată Polonia drept liderul cel mai evident (62 și 11% respectiv). România obține un avantaj, deși nu prin decalaj important, pentru *Grîu și Zahăr*, iar Rusia devansează ceilalți parteneri pentru *Legume și tuberculi* (130 și 14%) și *Brînză și caș* (740 și 17%). La celelalte produse de origine animalieră, cum ar fi *Carne de bovine, de porc și Ouă de pasăre* doar un singur partener pentru exporturile moldovenești poate fi identificat în perioada de referință, fără a regăsi aici sinergismul de mai sus. În fine, *Mierea naturală* prezintă Germania ca lider de dinamică.

Totuși, asigurarea produselor competitive pe piețele de export ale pozițiilor agroalimentare ale Republicii Moldova este posibilă reieșind din acțiunile rezultate în urma

dinamici, quite important in increasing the flow of 2008-2012 period. Among these are wine of fresh grapes, at which the main markets – Russia and Belarus show dynamics of -4and, respectively, -5%. An impairment of 2 of 3 top partners manifests itself in the case of prepared or preserved vegetables – Russia (-5%) and Kazakhstan (-24%). The most favorable trends of positions, in terms of market dynamics have been shown to be reflected at the level of such products, as spirits, liquors, nuts, soybeans, fruit and vegetable juices; and categories that have shown reductions for 1 partner were apples, pears and quince (Belarus, - 22%), apricots, cherries, etc. fruit (Belarus, -3%), grapes (Belarus, -3%), sunflower oil (Romania, - 1%), vegetables and tubers (Belarus, -21%).

However, the most important dynamics as percentage value per partner were recorded for Russia at cheese and curd (740%), Poland at soybean oil (248%) and Germany on Natural honey (245%). But in terms of destination markets in loss, a leader in this respect is Belarus, which shows a negative trend of absorption of Moldovan exports for 5 product categories, but also Russia, with such trends for 2 positions (wine and preparations of vegetables). Contrary, in significant development have positioned Russia, with increases for 6 positions, Romania, also for 6 positions, Kazakhstan, on 3 categories of goods.

As national aggregate demand for imports, exposed for certain products at international level, classification of the Republic of Moldova' partners through the occupied top offers the possibility for prediction of perspective destinations and competitive positioning on those markets. At the category wine of fresh grapes we can identify such a synergism, since Kazakhstan presents increases both for imported value of the product concerned from the Republic of Moldova (19%), and for its national demand internationally oriented for the respective position (18%). Ukraine, but also the United States are identified with similar condition for spirits, liqueurs other spirituous beverages and for walnut position the perspectives are reflected to Irak and France. On apples, pears and quinces, Kazakhstan is leader on dynamic and at apricots, cherries, etc. fruits and grapes - Russia. For sunflower seeds, the dynamic leader is Ukraine (with 57 and 36% respectively), while for soybeans - Great Britain. Oils of sunflower and soybean, but also vegetables prepared or preserved do not demonstrate sustainable partners for both aspects studied, while fruit and vegetable juices show Poland as the most obvious lider (62 and 11% respectively). Romania gain an advantage, although not by an important gap for grain and sugar, and Russia surpasses the other partners for vegetables and tubers (130 and 14%) and cheese and curd (740 and 17%). At other animal products such as beef, pork and bird eggs only one partner for Moldovan exports can be identified in the reference period, without retrieving here the above synergism. Finally, natural honey presents Germany as dynamic leader.

However, the insurance of competitive products on export markets of the Republic of Moldova's agri-food positions is possible based on the actions resulting from the quantification of competitiveness,

cuantificării competitivității, sintetizând indicii esențiali, caracteristici conjuncturii reale [3]. O structurare în acest sens este prezentată în tabelul 2, unde indicatorii de competitivitate ai exportului agroalimentar al Republicii Moldova sunt expuși sub raport comparativ și dinamic, cu aspect specific adaptării pe piață, a creșterii exporturilor, dar și a ponderii pe piața internațională.

synthesizing the essential indexes, specific for real situation [3]. A structuring in this respect is shown in Table 2, where competitiveness indicators of the Republic of Moldova's agri-food export are exposed under dynamic and comparative report, with specific aspect for market adaptation, of export growth, but also of the share on the international market.

Tabelul 2/ Table 2

**Indici de competitivitate ai exportului agroalimentar al Republicii Moldova/  
Indexes of the Republic of Moldova's agri-food export competitiveness**

Poziții/grup de poziții/ Positions/group of positions	Număr țări partener/ Number of partner countries			Cuantificarea competitivității produselor agroalimentare/ Quantification of agri-food products competitiveness		
	2008	2010	2012	Indici/ Indexes	Produse agroalimentare proaspete, rezultat: 2010, 2011, 2012/ Fresh agri-food products, result: 2010, 2011, 2012	Produse agroalimentare procesate, rezultat: 2010, 2011, 2012/Processed agri- food products, result: 2010, 2011, 2012
01 Animale vii/ Live animals	4	5	6	<i>Efectul competitivității (2006, 2007, 2008 – anii de raportare), p.a., %/ Competitiveness effect (2006, 2007, 2008 – reporting years), p.a., %</i>	12.96 (poziția 19 pe glob/19th position on the globe)	-4.03 (poziția 128 pe glob/128th position on the globe)
02 Carne/Meat	4	4	4		15.44 (21)	0.62 (76)
03 Pește, crustacee/ Fish, crustaceans	2	3	2		6.63 (36)	1.21 (63)
04 Produse lactate, ouă, miere/ Dairy products, eggs, honey	13	10	13	<i>Schimbarea relativă a cotei-părți pe piața globală, p.a., %/ Relative change of quota on the global market, p.a., %</i>	13.24	-4.41
05 Produse de origine animală/ Products of animal origin	6	5	9		15.75	-3.13
07 Legume/Vegetables	9	13	13		8.76	1.02
08 Fructe, nuci/Fruit, nuts	35	36	48	<i>Efectul adaptării (2006, 2007, 2008 – anii de raportare), p.a., %/ Adaptation effect (2006, 2007, 2008 – reporting years), p.a., %</i>	-13.17 (poziția 173 pe glob/173th position on the globe)	-6.30 (poziția 144 pe glob/144th position on the globe)
09 Cafea, ceai, condiment/ Coffee, tea, spices	6	4	3		-1.00 (108)	-3.91 (141)
10 Cereale/Cereals	23	29	16		2.02 (55)	-0.39 (98)
12 Seminte oleaginoase, fructe oleaginoase/ Oil seed, oleag fruits	31	37	39	<i>Creșterea exporturilor în valoare, p.a., %/ Export growth in value, p.a., %</i>	25 (poziția 16 pe glob/16th position on the globe)	3 (poziția 129 pe glob/129th position on the globe)
15 Grăsimi animale, vegetale și uleiuri/Animal, vegetable fats and oils	21	19	20		29 (20)	5 (119)
16 Preparate din carne, pește/ Meat, fish preparations	6	3	2		16 (32)	5 (71)
17 Zaharuri/Sugars	25	23	24	<i>Exporturi pe cap de locuitor (USD/locuitor)/ Exports per capita (USD/capita)</i>	107.2 (poziția 70 pe glob/70th position on the globe)	100.8 (poziția 66 pe glob/66th position on the globe)
18 Cacao și preparate din cacao/ Cocoa and cocoa preparations	22	19	22		146.8 (66)	114.1 (70)
19 Preparate cerealiere, din amidon, lactate/ Cereal, starch, milk preparations	23	26	27		114.9 (73)	134.3 (60)
20 Preparate vegetale, din fructe, nuci/ Vegetable, fruit, nut food preparations	30	34	33	<i>Pondere pe piața globală (%)/Share on the global market (%)</i>	0.06 (poziția 93 pe glob/93th position on the globe)	0.06 (poziția 88 pe glob/88th position on the globe)
21 Diverse preparate comestibile/ Miscellaneous edible preparations	16	16	18		0.07 (93)	0.06 (86)
22 Băuturi, spirtoase și oțet/ Beverages, spirits and vinegar	50	54	59		0.05 (93)	0.07 (79)
24 Tutun și înlocuitori de tutun prelucrați/Tobacco and manufactured tobacco substitutes	19	20	18			

*Sursa /Source: Elaborat de autor în baza datelor <http://legacy.intracen.org>/Developed by the author based on data <http://legacy.intracen.org>.*

Observăm că cea mai pronunțată dinamică și, ca atare, însuși numărul de parteneri importatori mai semnificativ este We note that the most pronounced dynamic and as such, itself more significant number of importers partners is

caracteristică *Fructelor și nucilor, Semințelor oleaginoase, Preparatelor din cereale și lapte și Băuturilor*. Contrar, valorile numerice cele mai mici sunt concentrate la grupele produselor de origine animalieră, lactate, legume, preparate din carne. Totuși, cel mai obiectiv și complex reflectă situația anume indicatorii care cuantifică cota-parte, reacția de piață, penetrarea piețelor etc. de către exportatorii naționali.

Astfel:

**1. Efectul competitivității** elucidează reflectarea schimbării procentuale a competitivității exporturilor unei țări pe piața mondială, pentru sectorul ales, în perioada vizată. În acest mod, indicii reflectă schimbarea în cota țării exportatoare spre piețele de import, relaționată cu cota inițială a importurilor țării partenere în comerțul global. Cea mai favorabilă situația a fost pentru *produsele proaspete*, din punct de vedere al valorii indicatorului, în perioada de raportare 2011/2007 (15,44%), iar ca poziție, în perioada 2010/2006 – locul 19 mondial, o performanță care nu s-a mai înregistrat pentru indicatorul dat în perioada de referință. Pe de altă parte, *produsele procesate* sunt mai puțin competitive, indicii de efect înregistrează valori negative (-4,03) pentru 2010/2006, iar pentru 2011/2007 și 2012/2008 valorile sunt deja pozitive, cu avansarea inclusiv a poziției Republicii Moldova pe glob.

**2. Schimbarea relativă a cotei-părți pe piața globală** – arată schimbarea procentuală a exporturilor unui stat pe piața mondială, pentru un anumit sector, între timpul  $0$  și timpul  $t$ . Valorile pozitive ale acestui indice relevă creșterea importanței sectorului respectiv al țării pe piața externă. În cazul de față, se observă o ușoară creștere (de la 2010/2009 spre 2011/2010) a acestui indice pentru *produsele proaspete* (de la 13,24 la 15,75%), adică o majorare a importanței produselor respective în structura exportului autohton; ulterior (2012/2011) valoarea indicatorului scade sub nivelul primei perioade analizate. *Produsele procesate* însă, deși înregistrează valori negative (-4,41 și -3,13%) în primele 2 perioade de referință, a treia perioadă confirmă dinamica pozitivă a indicelui prin valoarea de 1,02% pentru 2012/2011, astfel confirmând o creștere a semnificației acestor produse având, totuși, ritmuri destul de lente.

**3. Efectul adaptării** prezintă abilitatea de a ajusta oferta de export a unui sector anume la schimbările în cererea mondială. Indicatorul respectiv reflectă, astfel, performanța mobilității pe piețe, în sensul schimbării fluxurilor în dependență de starea țării partenere. Efectul este pozitiv, dacă ponderea pe piață a țării date se majorează pe piața importatoare în creștere sau ponderea pe piață a țării date se diminuează pe piața importatoare în declin. Totodată, efectul este negativ, dacă ponderea pe piață a țării date se majorează pe piața importatoare în declin sau ponderea pe piață a țării date se diminuează pe piața importatoare în creștere.

Trecute prin prisma acestui indice, atât evoluțiile *produselor proaspete*, cât și cele ale *produselor procesate* sunt orientate spre ameliorarea situației. Totuși, efectul este negativ pentru 2 din 3 perioade de referință ale produselor proaspete, ceea ce sugerează scenariul 3 și scenariul 4 de mai sus, ambele destul de periculoase pentru competitivitatea de perspectivă a exportului agroalimentar. Mai evidențiat și pozitiv se arată indicii de adaptare pentru perioada 2012/2008 (2,02%), fapt care a contribuit la clasarea Moldovei pe locul 55 mondial la

caracteristic to fruit and nuts, oilseeds, cereals and milk preparations and beverages. On the contrary, the smaller numerical values are concentrated at groups of animal products, dairy, vegetables, meat preparations. However, the most comprehensive and objectively reflect the situation namely indicators that quantify share, market reaction, market penetrating etc. by domestic exporters.

Thus:

**1. Competitiveness effect** elucidates the reflection of percentage change of a country's export competitiveness on the world market, for the chosen sector, in respective period. In this way, the index reflects the change in the share of the exporting country to import markets, related to the initial share of imports of partner countries in global trade. The most favorable situation was for fresh products, in terms of indicator value, in the reporting period 2011/2007 (15.44%), and as position, in the period 2010/2006 - 19th place worldwide, a performance that has never been recorded for this indicator during the reporting period. On the other hand, the processed products are less competitive, the effect index registers negative values (-4.03) for 2010/2006, and for 2011/2007 and 2012/2008 the values are already positive, with the advancement including of position of the Republic of Moldova on the globe.

**2. Relative change of quota on the global market** - it shows the percentage change of a country's export \_ on the world market for a particular sector, between time 0 and time t. Positive values of this index reveals the increasing importance of this sector of the country on the foreign market. In the present case, there is a slight increase (from 2010/2009 to 2011/2010) of the index for fresh products (from 13.24 to 15.75%), ie an increase of the importance of these products in the structure of domestic export; thereafter (2012/2011) the indicator value falls below the level of the first analyzed period. Processed products but, although register negative values (-4.41 and -3.13%) in the first 2 reference periods, the third period confirms the positive dynamics of the index by value of 1.02% for 2012/2011, thus confirming an increase of the significance of these products having, however, pretty slow rhythms.

**3. Adaptation effect** shows the ability to adjust the export supply of a particular sector to changes in global demand. This indicator reflects, thus, mobility performance on markets, in the sense of flows change depending on the state of the partner country. The effect is positive if the country's market share is increasing on growing importing market or market share of a given country is diminishing on declining importing market. However, the effect is negative if the market share of the country is increasing on the declining importing market or market share of the country is diminishing on growing importing market. Passed through the prism of this index, both fresh products developments, as well as the processed products are geared towards improving the situation. However, the effect is negative for 2 of 3 reference periods of fresh products, which suggests scenario 3 and scenario 4 above, both quite dangerous for the future competitiveness of agri-food export. More highlighted and positive it is shown the adaptation index for the period 2012/2008 (2.02%), which contributed to Moldova's ranking on 55th place worldwide

manifestarea acestor procese.

**4. Creșterea exporturilor în valoare** reflectă dezvoltarea exporturilor unui sector în perioada analizată, iar indicele pozitiv arată că exporturile au crescut în valoare. Dacă anul 2010 a demonstrat pentru *produsele proaspete* o poziționare pe locul 16 mondial la capitolul dinamicii de creștere a exporturilor, ulterior, aceasta din urmă și-a diminuat ritmurile la 16% anual în 2012, adică sub nivelul anului 2010, iar *produsele procesate* au arătat creșteri modeste (3-5%), însă fără a elucida careva tendințe de diminuare.

**5. Exporturile pe cap de locuitor** exprimă măsura în care populația unei țări produce pentru piața mondială. Pentru ambele categorii de produse acest indicator clasează Republica Moldova la nivel mondial în limitele locurilor 60-73, adică destul de favorabil comparativ cu alți indici de mai sus, cel puțin din punct de vedere al extremelor atinse. Totuși, din punct de vedere valoric, acest raport s-a dovedit a fi unul cu trend fragmentat, dar în creștere, pentru *produsele proaspete* (107.2 USD în 2010, 146.8 în 2011 și 114.9 în 2012) și unul continuu în creștere pentru *produsele procesate*.

**6. Pondere pe piața globală** indică cât de importantă este țara respectivă în profilul exportului mondial pentru un sector anume. Evident, cea mai nefavorabilă situație se prezintă pentru Republica Moldova anume la valorile acestui indicator, întrucât, atât pentru *produsele proaspete*, cât și pentru cele *procesate*, ponderea pe piața globală este una foarte mică, aproape neglijabilă (0,05-0,07%), ceea ce duce, implicit, la o clasare pe ultimele locuri, iar ineficiența operatorilor naționali, caracterul limitat al investițiilor și prezența unei infrastructuri incipiente au catalizat crearea situației de astăzi.

Esential pentru desfășurarea procedurilor de export și pentru o poziționare competitivă pe piață, atât ca rapiditate, infrastructură, cât și ca transport, **aspectul logistic** este primordial pentru perceperea calității mediului de desfășurare a exportului agroalimentar. Raportarea la țările vecine, dar și la unele state cu similitudini de conjunctură macroeconomică, poate fi îndeplinită prin intermediul Indicatorului de Performanță Logistică (IPL). Pentru anul 2012, Republica Moldova s-a clasat pe poziția 132 din 155 de state supuse analizei [2], aflându-se ca scor și poziție între Gabon și Guyana și cumulând un scor de 2.33 de puncte; astfel, performanța reflectată a fost de doar 42.6% din rezultatele liderului de clasament – Singapore. Detalierea itemilor din studiu a fost compilată în tabelul 3, pentru a evidenția complex și comparativ posibilitatea de intervenție asupra aspectelor de logistică în asigurarea unor exporturi mai competitive.

Pe situația din interior, pentru anul 2012, cel mai bun punctaj Republica Moldova l-a acumulat la *Promptitudine*, adică, de fapt, respectarea angajamentelor ce țin de livrarea în timp a mărfurilor. Totuși, chiar fiind scorul cel mai bun, comparativ cu statele de referință Moldova este în urma Georgiei (2.86 puncte), a Ucrainei (3.31), a Albaniei (3.58) și, cu atât mai mult, a României (3.82). Cel mai problematic s-a dovedit a fi indicele care exprimă *Aranjarea transportului internațional* (acest indice este cel mai mic din toți cei vizați doar în cazul Georgiei) – 2.08 puncte, iar în România și Albania acesta ocupă locul secund ca punctaj maxim.

at the manifestation of these processes.

**4. Export growth in value** reflects the development of sector's exports during the analyzed period, and a positive index shows that exports increased in value. While 2010 proved for fresh products a positioning on 16th place globally to chapter of export growth dynamics, thereafter, the latter has declined rhythms to 16% annually in 2012, ie below the level of 2010 and the processed products showed modest increases (3-5%), but without elucidating any diminishing trends.

**5. Exports per capita** expresses the extent to which the population of a country produces for the world market. For both product categories, this index ranks the Republic of Moldova globally within the limits of 60-73 places, ie quite favorable compared to other above indices, at least in terms of extremes achieved. However, in terms of value, this report proved to be one with fragmented trending, but growing for fresh products (107.2 USD in 2010, 146.8 in 2011 and 114.9 in 2012) and one growing continuously for processed products.

**6. Share on the global market** indicates how important is the respective country in global export profile for a specific industry. Obviously, the most unfavorable situation exists for Republic of Moldova namely at values of this indicator, since, both for fresh products and for processed ones, the share on the global market is a very small one, almost negligible (0.05-0.07%), which leads implicitly to a ranking on last places, and the ineffectiveness of national operators, the limited nature of the investment and presence of an incipient infrastructure catalyzed the creation of today's situation.

Essential for carrying out export procedures and for competitive positioning on market, as speed, infrastructure, as well as transport, **the logistic aspect** is crucial for the perception of quality of environment for conducting agri-food export. Reporting at neighboring countries well as at some countries with similarities of macroeconomic conjuncture can be satisfied through the Logistics Performance Indicator (LPI). For 2012, the Republic of Moldova was ranked 132 of 155 countries subjected to analysis [2], being as score and position between Gabon and Guyana and accumulating a score of 2.33 points; thus, the reflected performance was only 42.6% of results of ranking leader – Singapore. Detailing of items in the study was compiled in Table 3 to highlight complex and comparatively the possibility of intervention on logistics aspects in ensuring more competitive exports.

On the inside situation, for 2012, the best score the Republic of Moldova accumulated at Promptness, that, in fact, the respect of commitments related to the goods delivery in time. However, even being the best score, compared with reference states Moldova is behind Georgia (2.86 points), Ukraine (3.31), Albania (3.58) and, more so, Romania (3.82). The most problematic turned out to be the index expressing Arrangement of international transport (this index is the lowest of all concerned only in the case of Georgia) – 2.08 points, while in Romania and Albania it ranks the second place as the maximum score.

Tabelul 3/ Table 3

**Evaluarea pe țară și comparativă a Indicelui de Performanță Logistică, anul 2012/  
On country and comparative evaluation of Logistics Performance Index, 2012**

Indicator de Performanță Logistică/ Logistics Performance Index	Punctaj Moldova / Moldova's score	Punctaj România/ Romania's score	Punctaj Ucraina/ Ukraine's score	Punctaj Georgia/ Georgia's score	Punctaj Albania/ Albania's score
1. Eficiența procedurilor vamale -viteză, simplitate/Efficiency of customs procedures - speed, simplicity	2.17	2.65	2.41	2.90	2.43
2. Calitatea infrastructurii tangente transportului și comerțului - porturi, drumuri, căi ferate, tehnologia informației/Quality of trade and transport tangent infrastructure - ports, roads, railways, information technology	2.44	2.51	2.69	2.85	2.43
3. Transporturi internaționale – ușurința de aranjare a transportului competitiv ca preț/ International transports - ease of arranging priced competitively transport	2.08	2.99	2.72	2.68	2.84
4. Competența logistică – competența și calitatea serviciilor de logistică (operatori de transport, brokeri vamali etc.)/Logistics competence - the competence and quality of logistics services (transport operators, customs brokers etc.)	2.15	2.83	2.85	2.78	2.65
5. Promptitudine – promptitudinea transportului în atingerea destinației în termenii timpului de livrare planificat sau așteptat/Promptness - transport promptitude in reaching destination in terms of planned or expected delivery time	2.74	3.82	3.31	2.86	3.58

*Sursa /Source: Elaborat de autor în baza datelor <http://lpi.worldbank.org/international/scorecard/> / Developed by the author based on data <http://lpi.worldbank.org/international/scorecard/>.*

Prin prisma unei analize de comparație, situația Republicii Moldova, cercetată prin raportare la zone de referință similare și proxime geografic, este una destul de îngrijorătoare. *Eficiența procedurilor vamale* (2.17) cumulează un scor minim din cele 5 state expuse în tabel, iar *Calitatea infrastructurii de transport și comerț* (2.44) a Moldovei nu este devansată doar de Albania. La ceilalți 3 itemi - *Transporturi internaționale*, *Competență logistică* și *Promptitudine* – Moldova este devansată destul de detașat de către toate 4 țări. În afara clasamentului global, dacă analizăm ca similitudine economică, din punct de vedere al valorilor de punctaj exprimate pe fiecare din indicii de mai sus, ”starea de țară” a Republicii Moldova se apropie de cea a Albaniei (care este pe locul 78 în clasamentul global) și a Georgiei (locul 77), rezultat obținut prin găsirea valorii celei mai apropiate de cea a Republicii Moldova, procedeu repetat pe întreaga gamă de indici și, ulterior, a sintezei cazurilor de frecvență. Acest lucru scoate în evidență posibilitatea Republicii Moldova de a avansa pe linia Indicatorului de Performanță Logistică, așa cum au făcut-o Georgia și Albania – fapt ce implică elementul de gestionare și promovarea politicilor adecvate.

**Abordarea tarifară.** Pentru a oferi o rampă de raportare în negocierile inter-guvernamentale, în afară de conjunctura economică specifică țărilor respective, instituțiile de stat tind a face referință la regimurile comerciale, pentru a putea stabili interrelaționări cu entitățile economice care prezintă interes sporit.

Elucidate detaliat în tabelul 4, pozițiile au diverse aplicări tarifare de import [1] ale țărilor cu care Republica Moldova derulează proceduri de export în prezent, sau poate să le desfășoare în perspectivă, devenind mai competitivă și reieșind din prețurile implicit mai mici cu care ar putea expune produsele agroalimentare pe piața respectivă.

Ca regulă generală, în anul 2012 Moldova a exportat produse pe piețele ce aplică o cotă tarifară de 0% la importul pozițiilor respective, dar sunt și excepții destul de evidente: pentru grupul 04 – Germania, 10-Turcia, 16 – toate țările partenere de top, 17 – toate țările partenere de top, 22 – Rusia, 24 – SUA. În aceste cazuri, cel mai probabil, este vorba despre relații comerciale devenite tradiționale și

Through the comparative analysis, the situation of the Republic of Moldova, assessed by reporting to similar and geographically close reference areas, is one quite worrying. Efficiency of customs procedures (2.17) accumulates a minimum score of the 5 countries presented in the table and Quality of transport and trade infrastructure (2.44) of Moldova is not surpassed only by Albania. For the other 3 items - International transports, Logistics competence and Promptness - Moldova is surpassed pretty detached by all 4 countries. Besides the global ranking, if we analyze as economic similarity, in terms of scoring values expressed on each of the above indexes, the "country state" of the Republic of Moldova comes close to that of Albania (which is ranked 78 in the global top) and of Georgia (place 77), result obtained by finding the closest value to the Republic of Moldova's, procedure repeated throughout the range of indices and, thereafter, of synthesis of frequency cases. That highlights the possibility of the Republic of Moldova to advance in line of Logistics Performance Index, as did Georgia and Albania – fact that involves the element of management and promotion of appropriate policies.

**Tariff approach.** To provide a platform of reporting in inter-governmental negotiations, in addition to respective countries' specific economic situation, state institutions tend to refer to the trade regimes, in order to be able to establish interrelationships with economic entities which are of increased interest.

Elucidated in detail in Table 4, the positions have different import tariff applications [1] of countries with which the Republic of Moldova has currently export procedures or may undertake in the future, becoming more competitive and based on the implicitly lower prices with that would expose the agri-food products on the respective market.

As a general rule, in 2012 Moldova exported products on markets that apply a tariff quota of 0% at the import of respective positions, but there are also pretty obvious exceptions: for the group 04 – Germany, 10 –Turkey, 16 – all top partner countries, 17 – all top partner countries, 22 – Russia, 24 – U.S.A. In these cases, most likely, it's about trade relations that have become traditional and strongly

parteneriate puternic stabilite (exemplul Rusiei la băuturi și, mai nou, al Turciei la cereale și al SUA la țigări/țigarete), produse destul de competitive, asupra cărora efectul tarifărilor nu are o atât de mare presiune, precum asupra celorlalte (exemplul Germaniei la miere), sau în contextul valorificării contingențelor tarifare acordate de către UE și încadrarea în valorile excluse pentru taxe (cazul grupei 17).

established partnerships (Russia's example at beverages and, more recently, Turkey's at cereals and U.S.A.'s at cigarettes), pretty competitive products, on which the effect of tariff does not have so much pressure as well on other (the example of Germany at honey), or in the context of the realization of tariff contingencies granted by the EU and framing in the duties excluded values (the case of group 17).

Tabelul 4/ Table 4

**Structurarea destinațiilor de perspectivă ale exportului agroalimentar național reieșind din tarife de import aplicate/  
Structuring of perspective destinations of national agri-food export based on the applied import tariffs**

Grup de poziții tarifare/ Group of tariff positions	Parteneri de top ca valoare export, 2012 / tarif de import mediu aplicat, %/ Top partners as export value, 2012 / applied average import tariff, %	Parteneri de perspectivă, aplicanți ai tarifelor avantajoase Republicii Moldova / tarif de import mediu aplicat, %/ Prospective partners, applying advantageous tariffs for the Republic of Moldova / applied average import tariff, %
01 Animale vii/Live animals	Libia/0/Libya	-Albania/0 -Afganistan/3.17 -Islanda/Iceland/0
	Irak/0	-CSI/CIS/0 -Brazilia/Brazil/1.9 -Lebanon/1.95
	Siria/7.5/Syria	-UE/EU/0 -Egipt/Egypt/0.86 -Qatar/0
02 Carne/Meat	Rusia/0/Russia	-Albania/0 -Libia/Libya/0 -Serbia/0.03
	Kazakhstan/0	-CSI/CIS/0 -Oman/4.31
	Belarus/0/Belorussia	-Arabia Saudită/Saudi Arabia/4.31 -Bosnia și Herzegovina/Bosnia and Herzegovina/0
04 Produse lactate, ouă, miere/Dairy products, eggs, honey	Rusia/0/Russia	-Albania/0 -Peru/0.08 -EAU/UAE/4.93
	Kazakhstan/0	-CSI/CIS/0 -Kuwait/4.93 -Qatar/4.93
	Germania/37.4/Germany	-Libia/Libya/0 -Bahrain/4.93 -Mongolia/5.58
05 Produse de origine animală/Products of animal origin	România/0/Romania	-CSI/CIS/0 -Australia/0.33 -Israel/2.22
	Hong Kong (China)/0	-UE/EU/0 -Lebanon/0.93 -Turcia/Turkey/2.23
	Slovenia/0/Slovenia	-SUA/USA/0.13 -Egipt/Egypt/1.78 -Iordania/Jordan/2.72
07 Legume/Vegetables	Rusia/0/Russia	-Albania/0 -Serbia/0.04 -SUA/USA/2.63
	Belarus/0/Belorussia	-CSI/CIS/0 -Australia/0.67 -Egipt/Egypt/2.99
	România/6.1/Romania	-Libia/Libya/0 -Kuwait/2.37 -Chile/6
08 Fructe, nuci/Fruit, nuts	Rusia/0/Russia	-CSI/CIS/0 -UE/EU/0.37 -Australia/1.23
	Franța/0.3/France	-Islanda/Iceland/0 -Canada/1.08 -Oman/1.36
	Irak/0	-Libia/Libya/0 -SUA/USA/1.22 -Arabia Saudită/Saudi Arabia/1.36
10 Cereale/Cereals	Noua Zeelandă/0/New Zealand	-CSI/CIS/0 -Oman/0.03 -Egipt/Egypt/0.47
	Turcia/91.5/Turkey	-Bahrain/0.03 -Africa de Sud/South Africa/0.09
	Belarus/0/Belorussia	-Lebanon/1.15 -Kuwait/0.03 -Yemen/0.2 -Kazakhstan/2
12 Seminte oleaginoase, fructe oleaginoase/Oil seed, oleagic fruits	Ucraina/0.1/Ukraine	-CSI/CIS/0
	România/0/Romania	-Noua Zeelandă/New Zealand/0.02
	Noua Zeelandă/0.02/New Zealand	-Australia/0.23 -UE/EU/0 -Canada/0.04 -Israel/0.7 -Libia/Libya/0 -Serbia/0.07 -Pakistan/1.05
15 Grăsimi animale, vegetale și uleiuri/Animal, vegetable fats and oils	Italia/0/Italy	-CSI/CIS/0 -Peru/2.13 -SUA/USA/2.99
	România/0/Romania	-UE/EU/0 -Australia/2.17 -Siria/Syria/4.26
	Spania/0/Spain	-Serbia/0.23 -Afganistan/2.3 -Egipt/Egypt/4.42
16 Preparate din carne, pește/Meat, fish preparations	Sudanul de Sud/40/South Sudan	-CSI/CIS/0 -SUA/USA/2.33 -Oman/4.78
	Vietnam/31	-Libia/Libya/0 -Australia/2.86 -Mongolia/5
	Iordania/16.4/Jordan	-Serbia/0.18 -UE/EU/3.8 -China/10.52
17 Zaharuri/Sugars	România/13.3/Romania	-CSI/CIS/0 -EAU/UAE/0.35 -Canada/1.18
	Polonia/13.3/Poland	-Bosnia și Herzegovina/Bosnia and Herzegovina/0
	Bulgaria/13.3	-Israel/2.16 -Serbia/0 -Arabia Saudită/Saudi Arabia/0.35 -Rusia/Russia/2.92
19 Preparate cerealiere, din amidon, lactate/Cereal, starch, milk preparations	România/0/Romania	-CSI/CIS/0 -Peru/1.12 -Australia/4.06
	Germania/0/Germany	-UE/EU/0 -EAU/UAE/3.49 -Mongolia/5
	SUA/3.9/USA	-Turcia/Turkey/0.48 -SUA/USA/3.96 -Indonezia/Indonesia/5.08
20 Preparate vegetale, din fructe, nuci/Vegetable, fruit, nut food preparations	Rusia/0/Russia	-CSI/CIS/0 -Singapore/0 -Serbia/2.33
	Polonia/0/Poland	-UE/EU/0 -Thailanda/Thailand/0 -Australia/4.55
	Austria/0	-Libia/Libya/0 -Albania/0 -Canada/4.77



22 Băuturi, spirtoase și oțet/Beverages, spirits and vinegar	Rusia/17.8/Russia	-CSI/CIS/0	-SUA/USA/1.45
	Belarus/0/Belorussia	-Arabia Saudită/Saudi Arabia/2.68	
	Ucraina/0/Ukraine	-Albania/0 -UE/EU/1.67	-Canada/3.29
24 Tutun și înlocuitori de tutun prelucrați/Tobacco and manufactured tobacco substitutes	SUA/27.3/USA	-Libia/Libya/0 -Japonia/Japan/1.92	-Australia/4.31
	Ucraina/2.43/Ukraine	-CSI/CIS/0	-Japonia/Japan/0.82
	Rusia/2.67/Russia	-Rusia/Russia/2.67	
		-UE/EU/0 -Azerbaidjan/1.06	
		-Elveția/Switzerland/3.66	
		-Israel/0.48 -Ucraina/Ukraine/2.43	
		-Lebanon/4.35	

*Notă/ Note: În evaluarea partenerilor de perspectivă se face abstracție de barierele non-tarifare (reglementări, standarde de calitate etc.) /In evaluating the prospective partners we exclude the non-tariff barriers (regulations, quality standards.etc.).*

*Sursa /Source: Elaborat de autor în baza datelor <http://www.macmap.org/Main.aspx/> / Developed by the author based on data [http://www.macmap.org/Main.aspx.](http://www.macmap.org/Main.aspx/)*

Rezultând din impactul tarifar de import, efectul general este unul invers proporțional ca aspect economic, demonstrat prin relațiile comerciale stabilite între Republica Moldova și partenerii săi tradiționali sau recent stabiliți. Prin analiza expusă în tabelul de mai sus, se confirmă, cu adăugarea aspectului tarifar, perspectiva și posibilitatea desfășurării exporturilor agroalimentare pe piețele care au dat dovadă și de o creștere importantă a cererii pentru produsele respective (lucru evidențiat în tabelul 1), printre care amintim: Asia Centrală, CSI, Orientul Mijlociu, Europa Centrală.

**Concluzii și recomandări.** Previzunile noastre atestă tendințele de manifestare competitivă a exporturilor moldovenești pe piețele care demonstrează o creștere a cererii pentru importuri, cât și din perspectiva dinamicii de absorbție a exporturilor pe poziții tarifare și destinații. S-au evidențiat, din acest punct de vedere, o serie de piețe importante (dintre partenerii actuali, punctul 3, tabelul 1) ca: România, Rusia, Kazahstan, Polonia, Bulgaria, care au demonstrat performanțe evidente la dinamica absorbției exporturilor agroalimentare moldovenești în perioada 2008-2012, iar alte state, care necesită a fi luate în vizor, din perspectiva creșterii cererii lor pentru produsele analizate, au fost China, Chile, Egipt, Irak ș.a.

Totodată:

- indicii de competitivitate și cei de adaptare la piață au valori superioare în cazul produselor proaspete, comparativ cu cele procesate;
- atât ca valoare, cât și ca dinamică de creștere, exportul produselor proaspete l-a devansat pe cel al produselor procesate.

Evaluarea performanței logistice a scos în evidență pozițiile slabe ale Republicii Moldova, în special pe filiera eficienței procedurilor vamale, a transportului și a calității infrastructurii.

**Drept recomandări,** considerăm că: agenții economici ar trebui să accentueze organizarea studiilor de piață și accesarea programelor de stat (creditare, promovare) în sensul poziționării avantajoase și a manifestării cât mai accentuate a unei competitivități în zonele geografice cele mai dinamice, precum și accentuarea mobilității de produs și piață etc.; organizațiile care au drept scop promovarea exporturilor au misiunea de diversificare a instrumentelor de suport instituțional și de promovare a brandului de țară, de organizare a trainingurilor și seminarelor specializate, crearea unei imagini autentice, de identificare a grupurilor de producători pe piața externă, suport și asistență în stabilirea parteneriatelor etc.; structurile guvernamentale trebuie să intensifice acțiunile de

Resulting from the tariff impact of the import, the overall effect is one inversely proportional as economic aspect, demonstrated by established trade relations between the Republic of Moldova and its traditional partners or newly established. By the analysis exposed in the table above, it is confirmed, with the addition of tariff aspect, the perspective and possibility of conducting agri-food exports on the markets that also proved a significant increase in demand for such products (as evidenced in Table 1), among which: Central Asia, CIS, Middle East, Central Europe.

**Conclusions and recommendations.** Our forecasts attest the trends of competitive manifestation of Moldovan exports on the markets that demonstrate an increase in demand for imports, also in terms of exports' absorption dynamics on tariff positions and destinations. There have shown, from this point of view, a series of important markets (from current partners, point 3, Table 1) as: Romania, Russia, Kazakhstan, Poland, Bulgaria, which showed obvious performance at Moldovan agri-food exports' absorption dynamics in 2008-2012, and other countries, that need to be taken in sight, in terms of their demand increase for examined products, were China, Chile, Egypt, Irak etc.

At the same time:

- indexes of competitiveness and those of adaptation to market have superior values for fresh products, compared to processed ones;
- both as value, as dynamic of growth, the export of fresh products outpaced that of processed products.

Logistics performance evaluation revealed the weak positions of the Republic of Moldova, especially in branch of customs procedures efficiency, of transport and infrastructure quality.

**As recommendations,** we consider that: economic operators should accentuate the organization of market surveys and accession of state programs (crediting, promotion) for the purpose of advantageous positioning and of more pronounced manifestation of a competitiveness in the most dynamic geographical areas as well as growth of mobility of product and market, etc.; organizations which aim the promotion of exports have to diversify the tools of institutional support and of promotion of the country brand, the organization of specialized trainings and seminars, the creation of an authentic image, of identification of producers' groups on the foreign market, support and assistance in establishing partnerships etc.; governmental structures must step up the actions of

dezvoltare a unei infrastructuri de piață și logistice corespunzătoare, aspect esențial în fundamentarea unor decizii de stimulare a competitivității agroalimentare a Republicii Moldova, luarea angajamentului simplificării normelor de certificare, uniformizarea și liberalizarea sistemului de probare a cerințelor sanitare/de siguranță a alimentelor, dar și stimularea asocierii producătorilor agricoli și a consolidării capacităților de producție, perfecționarea cadrului legislativ privind micii producători.

development of a market and logistical corresponding infrastructure, key issue in substantiation of some decisions for the Republic of Moldova's agri-food competitiveness stimulation, making commitment to simplify the rules for certification, smoothing and liberalization of sanitary requirements/food safety proving system, but also stimulation of agricultural producers' association and of production capacities' consolidation, improving the legal framework on small producers.

#### Referințe bibliografice / References

1. INTERNATIONAL TRADE CENTER. Market Access Map. 2013 [accesat 16 iunie 2014]. Disponibil: <http://www.macmap.org/Main.aspx>
2. THE WORLD BANK. Logistics Performance Index. 2012 [accesat 16 mai 2014]. Disponibil: <http://lpi.worldbank.org/international/scorecard>
3. INTERNATIONAL TRADE CENTER. Trade Competitiveness Map. 2013 [accesat 21 iulie 2014]. Disponibil: <http://legacy.intracen.org>
4. INTERNATIONAL TRADE CENTER. Trade Map. Bilateral Trade - 2013 [accesat 15 mai 2014]. Disponibil: <http://www.trademap.org/tradestat/Bilateral.aspx>

**Recomandat spre publicare: 22.05.2014**