https://doi.org/10.52673/18570461.26.2-81.18
CZU: 339.138:334.7(478)

SECTORUL COMERȚULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA: TENDINȚE, PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE

Cercetător științific **Lidia MAIER**
E-mail: lidiamaier61@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6781-9764
Doctor în economie, conferențiar cercetător **Natalia VINOGRADOVA**
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4485-668X
E-mail: vinogradova.natalia@ase.md
Institutul Național de Cercetări Economice al Academiei de Științe Economice din Moldova
© 2026. Drepturile de autor aparțin autorilor. Licență: CC BY 4.0.

THE TRADE SECTOR IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: TRENDS, CHALLENGES, AND PERSPECTIVES

Summary. The trade sector in the Republic of Moldova underwent significant transformations during the period 2015–2023, driven by digitalization, the modernization of distribution channels, and European economic integration. This article analyses the main trends in the activity of enterprises operating in the trade sector, highlights key challenges (deficiencies in logistics infrastructure, illegal trade, and low competitiveness), and outlines development perspectives through modernization, digitalization, the expansion of logistics infrastructure, strengthening the logistics infrastructure and the stimulation of private investment. The study relies on official statistical data and specialized analyses to provide a clear picture of the sector's evolution and the strategies required for sustainable growth. The article was developed within Subprogram 030101 "Strengthening the resilience, competitiveness, and sustainability of the economy of the Republic of Moldova in the context of the European Union Accession Process".

Keywords: trade sector, competitiveness, wholesale and retail trade, informal economy, modernization, innovation, digitalization, European Union.

Rezumat. Sectorul comerțului din Republica Moldova a trecut prin transformări semnificative în perioada 2015–2023, determinate de digitalizare, modernizarea canalelor de distribuție și integrarea economică europeană. Acest articol analizează principalele tendințe în activitatea întreprinderilor din sectorul comerțului, evidențiază provocările sectorului (deficiențele în infrastructura logistică, comerțul ilegal și competitivitatea scăzută) și oferă perspective de dezvoltare prin modernizare, digitalizare, extinderea rețelelor de distribuție, consolidarea infrastructurii logistice și stimularea investițiilor private. Studiul utilizează date statistice oficiale și analize de specialitate pentru a oferi o imagine clară asupra evoluției sectorului și a strategiilor necesare pentru asigurarea unei creșteri sustenabile. Articolul a fost elaborat în cadrul Subprogramului 030101 „Fortificarea rezilienței, competitivității și durabilității economiei Republicii Moldova în contextul procesului de aderare la Uniunea Europeană".

Cuvinte-cheie: sectorul comerțului, competitivitate, comerț cu ridicata și cu amănuntul, economie informală, modernizare, inovație, digitalizare, Uniunea Europeană.

INTRODUCERE

Sectorul comerțului din Republica Moldova reprezintă una dintre cele mai dinamice și importante ramuri ale economiei naționale, având un rol esențial în formarea produsului intern brut (PIB) și în crearea locurilor de muncă. Acesta servește drept interfață între producători și consumatori, facilitând circulația mărfurilor și a serviciilor atât pe piața internă, cât și în cadrul schimburilor comerciale externe. Într-un context economic caracterizat de procese complexe de integrare regională, liberalizare a piețelor și transformări tehnologice rapide, comerțul autohton se află într-un proces continuu de adaptare și modernizare.

În ultimele decenii, activitatea comercială din Republica Moldova a cunoscut o evoluție semnificativă, impulsionată de creșterea investițiilor, diversificarea formelor de comerț și extinderea rețelelor de distribuție. Comerțul cu amănuntul s-a modernizat prin apariția centrelor comerciale, a lanțurilor de supermarketuri și prin digitalizarea treptată a proceselor de vânzare, în timp ce comerțul cu ridicata și cel exterior au fost influențate de evoluțiile piețelor internaționale

și de acordurile economice încheiate cu Uniunea Europeană.

Totodată, extinderea comerțului electronic și creșterea accesului la tehnologiile informaționale au contribuit la diversificarea canalelor de distribuție, oferind întreprinderilor oportunități sporite de a ajunge la consumatori. Cu toate acestea, sectorul se confruntă în continuare cu o serie de provocări, precum concurența neloială, infrastructura logistică insuficient dezvoltată și necesitatea alinierii la standardele europene de calitate și transparență.

În perioada 2015–2023, sectorul comerțului din Republica Moldova a fost marcat de transformări semnificative. Acestea au fost determinate de aprofundarea integrării economice cu Uniunea Europeană, dezvoltarea activă a comerțului electronic și a serviciilor digitale, precum și de schimbările în comportamentul consumatorilor, legate de creșterea cerințelor privind viteza de deservire și confortul cumpărătorilor.

Scopul prezentului articol constă în analiza evoluției sectorului comerțului din Republica Moldova în perioada 2015–2023, prin identificarea principalelor tendințe structurale, economice și inovative, determinarea problemelor-cheie ale dezvoltării sectorului, precum și fundamentarea perspectivelor și a direcțiilor prioritare de dezvoltare a acestuia în condițiile integrării europene și transformării digitale a economiei.

CADRUL TEORETIC AL CERCETĂRII SECTORULUI COMERȚULUI

Sectorul comerțului reprezintă unul dintre elementele-cheie ale economiei moderne, asigurând circulația bunurilor și serviciilor, dezvoltarea pieței interne, crearea locurilor de muncă și susținerea activității antreprenoriale. Transformarea digitală a economiei mondiale determină schimbări structurale semnificative în cadrul acestei ramuri.

Conform cercetărilor OCDE, sectorul de retail rămâne unul dintre cei mai mari angajatori și unul dintre cele mai importante segmente ale economiei țărilor UE, iar dezvoltarea acestuia este determinată în mare măsură de digitalizare, extinderea comerțului electronic (e-commerce) și intensificarea presiunii concurențiale din partea companiilor mari și a platformelor digitale [1]. În acest context, în literatura științifică contemporană, competitivitatea sectorului comerțului este analizată prin prisma productivității, a capacității întreprinderilor de a se adapta la schimbările mediului extern, de a implementa inovații și de a utiliza tehnologii moderne, inclusiv comerțul electronic. Astfel, J. Guo ș.a. [2] menționează că utilizarea e-commerce-ului, a platformelor digitale și a modelelor de afaceri inovative contribuie la extinderea pieței de desfacere, sporirea rezilienței întreprinderilor în fața fenomenelor de criză și la îmbunătățirea rezultatelor financiare, în special în cazul IMM-urilor [2]. Dezvoltarea marketplace-urilor digitale modifică modelele tradiționale de comerț, intensificând concurența și, în același timp, creând noi oportunități pentru întreprinderi. T. Wulfert și R. Schütte [3] arată că întreprinderile comerciale moderne nu doar vând propriile produse, ci, tot mai frecvent, acționează și în calitate de organizatori ai platformelor digitale, care asigură interacțiunea dintre vânzătorii independenți și cumpărători [3].

De asemenea, în literatura contemporană este cercetată activ influența lanțurilor globale de valoare (*Global Value Chains*) asupra comerțului și a ocupării forței de muncă. Cercetările OCDE arată că un rol tot mai important în comerțul internațional îl au funcțiile de servicii: logistica, distribuția, marketingul, serviciile digitale și managementul lanțurilor de aprovizionare. Totodată, participarea la lanțurile globale de valoare contribuie la creșterea productivității și la transformarea structurii ocupării forței de muncă [4].

Pentru țările cu economie mică și deschisă, inclusiv Republica Moldova, o importanță deosebită o au cercetările dedicate interdependenței dintre comerț, integrarea internațională și competitivitate. În lucrările lui V. Fala [5] se subliniază că performanța comerțului este determinată de capacitatea economiei de a utiliza eficient avantajele integrării economice externe, de nivelul de dezvoltare a infrastructurii, de nivelul productivității și de activitatea inovativă a întreprinderilor. Totodată, Republica Moldova se caracterizează printr-un nivel relativ redus de implicare în fluxurile comerciale internaționale, în raport cu o serie de țări europene comparabile [5].

Astfel, analiza literaturii arată că dezvoltarea contemporană a sectorului comerțului este strâns legată de digitalizare, activitatea inovațională, transformarea modelelor de afaceri și capacitatea întreprinderilor de a se adapta la schimbările mediului extern. Acest fapt determină necesitatea unei cercetări complexe a tendințelor, problemelor și perspectivelor de dezvoltare a sectorului comerțului din Republica Moldova.

METODOLOGIA CERCETĂRII

Cercetarea privind evoluția sectorului comerțului din Republica Moldova în perioada 2015–2023 a fost realizată printr-o abordare mixtă, combinând metode cantitative și calitative pentru o analiză comprehensivă a fenomenului economic studiat.

Surse de date:

▪ **Date statistice oficiale.** Informațiile privind numărul de întreprinderi și de personal, veniturile din vânzări, rezultatul financiar până la impozitare, profitul net și implementarea inovațiilor au fost preluate din datele oferite de Biroul Național de Statistică (BNS) al Republicii Moldova. Astfel, pe baza datelor BNS, la nivelul sectorului antreprenorial, fără divizarea întreprinderilor în funcție de mărime, s-a realizat analiza activității antreprenoriale în sectorul G00 „Comerțul cu ridicata și cu amănuntul; întreținerea și repararea autovehiculelor și a motocicletelor", conform Clasificatorului activităților din economia Moldovei – CAEM-2, în ansamblu, în perioada 2015–2023. De asemenea, a fost aplicată o analiză structurală pe subsectoarele: G45 „Comerțul cu ridicata și cu amănuntul al autovehiculelor și motocicletelor, întreținerea și repararea acestora", G46 „Comerțul cu ridicata, cu excepția comerțului cu autovehicule și motociclete" și G47 „Comerțul cu amănuntul, cu excepția autovehiculelor și motocicletelor".

▪ **Studii și rapoarte de specialitate.** Au fost utilizate analize sectoriale, rapoarte lunare ale Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării, precum și studii privind digitalizarea comerțului și activitatea de inovare în Republica Moldova.

▪ **Articole științifice și publicații de specialitate.** Acestea au fost utilizate pentru identificarea tendințelor recente, a provocărilor și a percepțiilor din sector.

Metode de analiză: analiza cantitativă, analiza calitativă, comparații temporale.

Limitări metodologice. În Republica Moldova, activitatea antreprenorială în domeniul comerțului poate fi desfășurată:

1) sub forma unei întreprinderi înregistrate (SRL, Întreprindere Individuală, SA, cooperative) sau

2) sub forma activității independente a persoanelor fizice.

Activitatea independentă reprezintă activitatea de comerț desfășurată de către o persoană fizică doar în mod individual, fără constituirea unei forme organizatorico-juridice. Această activitate a fost desfășurată anterior pe baza patentei de întreprinzător și este reglementată de Codul fiscal, Capitolul 10[2], care se referă, în special, la comerțul cu amănuntul desfășurat de persoane fizice fără statut juridic. Datele privind persoanele fizice care desfășoară activități independente în comerțul cu amănuntul sunt limitate și mai greu accesibile publicului. De aceea, analiza activității antreprenoriale în domeniul comerțului a fost realizată doar pe baza datelor statistice ale BNS pentru întreprinderile înregistrate oficial. În plus, referitor la activitatea de inovare a întreprinderilor din comerț, BNS oferă date doar cu referire la comerțul cu ridicata, astfel că articolul prezintă doar o imagine de ansamblu a implementării inovațiilor în acest sector.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Analiza sectorului comercial. Tendințe în evoluție (2015–2023)

Având în vedere tendințele sectorului comerțului în Republica Moldova, în continuare este realizată o analiză a particularităților dezvoltării acestuia în perioada 2015–2023, cu accent pe numărul de întreprinderi și de personal, veniturile din vânzări, rezultatul financiar până la impozitare, profitul net și implementarea inovațiilor.

Numărul mediu de întreprinderi. În anul 2023, în sectorul comerțului activau 21 142 de întreprinderi, cu 0,9% mai puține față de anul 2022, reprezentând 33,1% din totalul întreprinderilor din economia națională. Ponderea acestora a înregistrat o scădere constantă în perioada 2015–2023, de la 39,7% la 33,1%, respectiv cu 6,5 puncte procentuale (p.p.) (Figura 1).

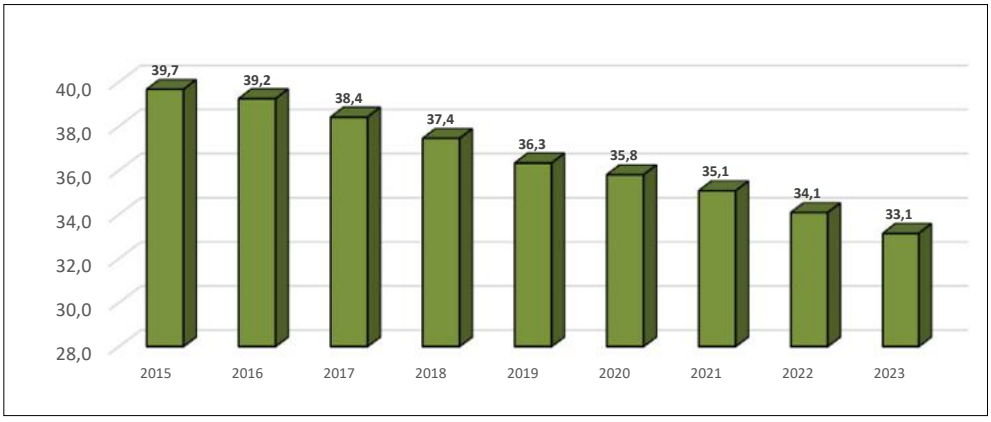


Figura 1. Ponderea întreprinderilor din sectorul comerțului în numărul total de întreprinderi din economia națională, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

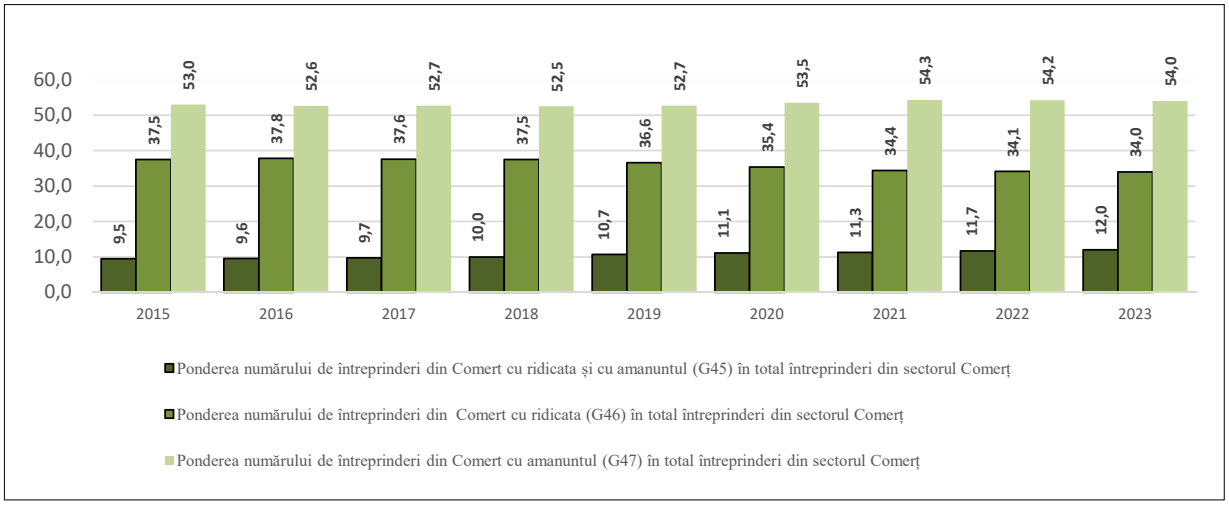


Figura 2. Ponderea întreprinderilor din subsectoarele G45, G46 și G47 în totalul întreprinderilor din sectorul comerțului, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

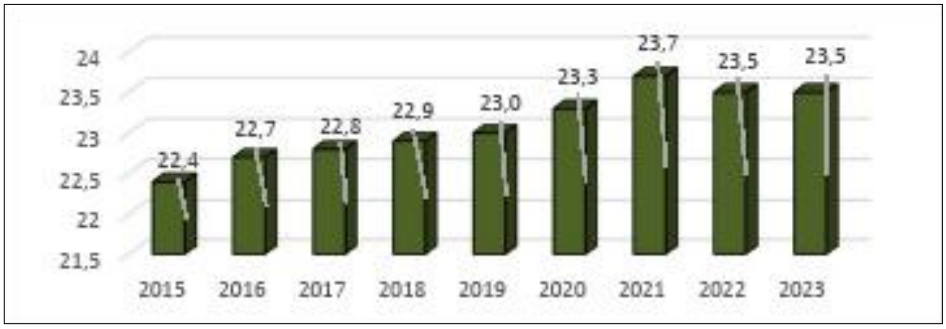


Figura 3. Ponderea numărului de salariați din sectorul comerțului în numărul total de salariați ai economiei naționale, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

Numărul întreprinderilor din sectorul comerțului a avut o evoluție fluctuantă în perioada 2015–2023. În intervalul 2015–2018, s-a înregistrat o creștere de la 20 313 la 21 145 de unități (+4,1 p.p.), urmată, în 2019, de o scădere de 2,6 p.p., pe fondul pandemiei COVID-19. În anii 2020–2022, trendul a redevenit ascendent, atingând 21 341 de întreprinderi în 2022, ceea ce reprezenta 34,1% din totalul întreprinderilor din economia națională. În 2023, s-a consemnat o ușoară diminuare de 0,9 p.p.

În structura sectorului, în 2023, ponderea cea mai mare a revenit subsectorului G47 – Comerțul cu amănuntul (54,0%), în ușoară scădere față de 2022, însă menținându-se pe tot parcursul perioadei analizate peste nivelul de 52,5% (în anul 2018) (Figura 2).

Numărul mediu de personal. În anul 2023, în sectorul comerțului activau 126 716 salariați, ceea ce reprezenta 23,51% din totalul salariaților economiei naționale. Ponderea acestora a crescut în perioada 2015–2021, de la 22,44% la 23,73%, după care a înregistrat fluctuații minore în anii 2022–2023 (Figura 3). Numărul mediu de personal a crescut constant între 2015 și 2019, de la 114 528 la 127 221 de persoane, fiind urmat de o scădere în anul pandemic 2020. În anii următori, au fost înregistrate variații moderate, iar în 2023 s-a consemnat o ușoară creștere, de 1,9 p.p. Pe subsectoare, cea mai mare pondere a salariaților în 2023 a revenit subsectorului G47 – Comerțul cu amănuntul (52,94%), indicator care a variat nesemnificativ pe parcursul perioadei analizate, atingând nivelul maxim în anul 2023 (Figura 4).

Veniturile din vânzări. În anul 2023, veniturile din vânzări ale întreprinderilor din sectorul comerțului au constituit 636 124,72 milioane de lei, reprezentând 45,53% din totalul veniturilor din vânzări ale economiei naționale. Ponderea acestora a crescut în perioada 2015–2021 de la 45,29% la 48,77%, după care, în intervalul 2021–2023, a înregistrat o diminuare treptată până la 45,53% (Figura 5).

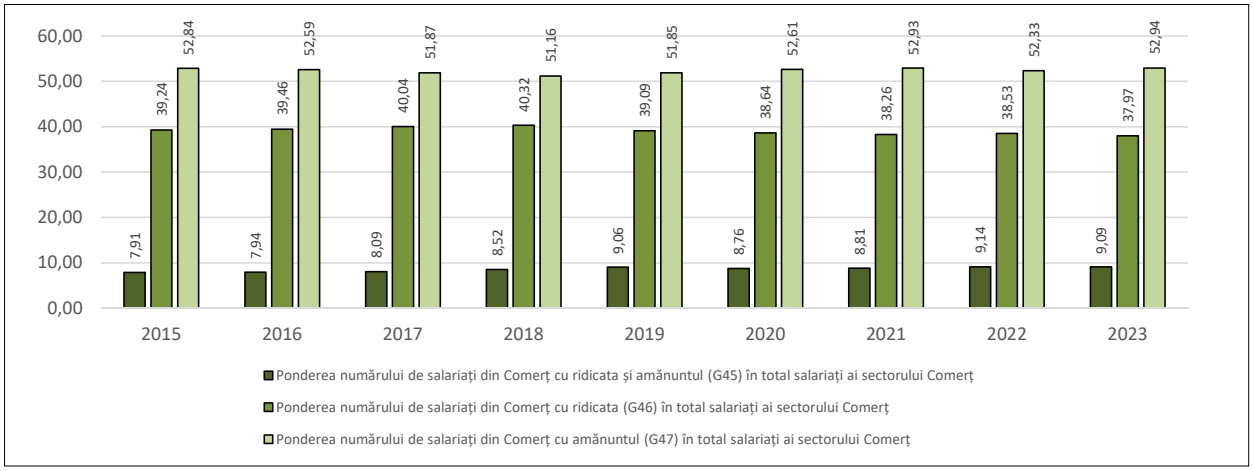


Figura 4. Ponderea numărului de salariați din subsectoarele G45, G46 și G47 în numărul total de salariați ai sectorului comerțului, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

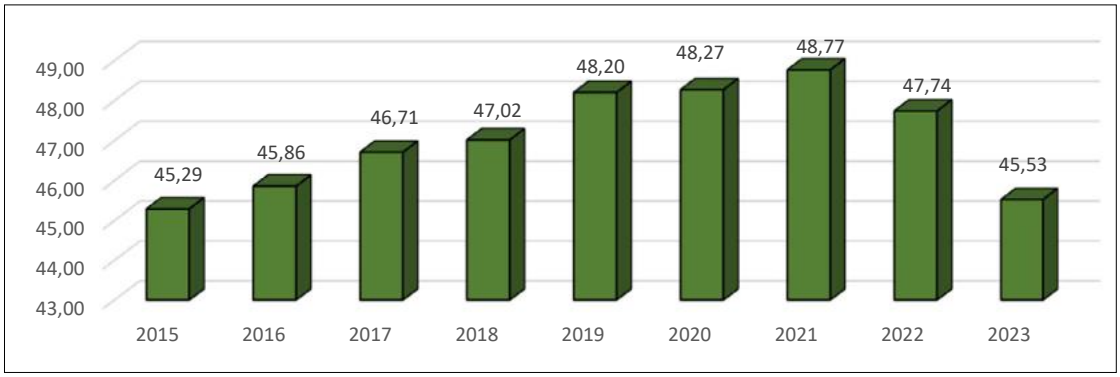


Figura 5. Ponderea veniturilor din vânzări ale întreprinderilor din sectorul comerțului în totalul veniturilor din vânzări ale întreprinderilor din economia națională, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

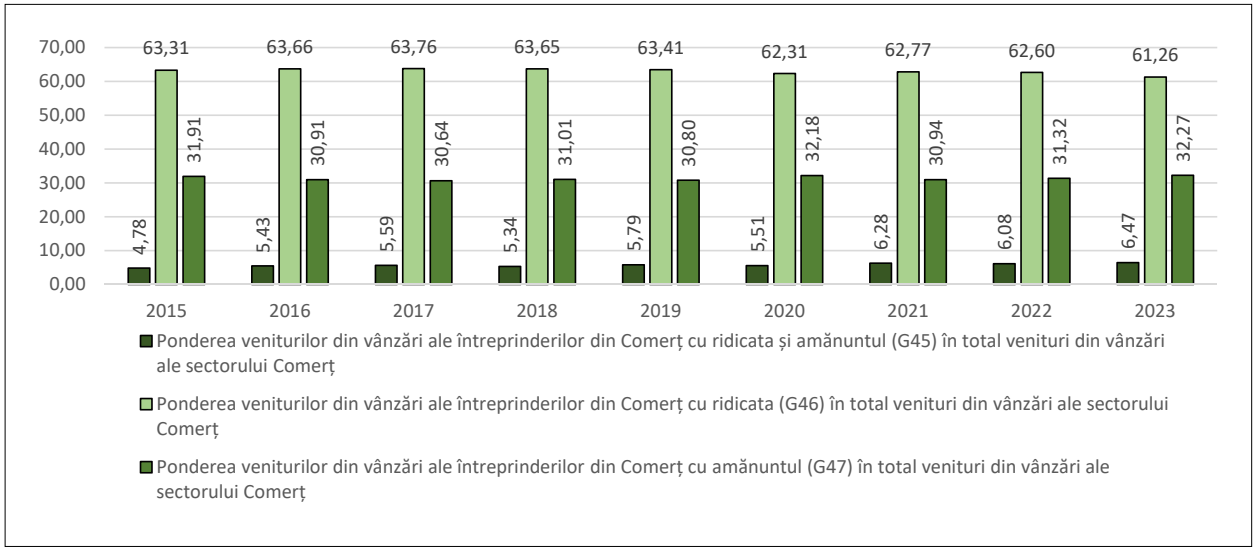


Figura 6. Ponderea veniturilor din vânzări ale întreprinderilor din subsectoarele G45, G46 și G47 în totalul veniturilor din vânzări ale întreprinderilor din sectorul comerțului, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

Tabelul 1

Indicatori comparativi ai sectorului „comerțului cu ridicata și cu amănuntul; întreținerea și repararea autovehiculelor și a motocicletelor" (Secțiunea G, CAEM-2, NACE) în Republica Moldova și UE, 2022

Indicator	UE	Republica Moldova
Ponderea în numărul întreprinderilor, %	18,2	34,1
Ponderea în numărul salariaților, %	18,4	23,5
Ponderea în veniturile din vânzări/*value added*, %	15,8	47,0

Sursa: calculat de autori pe baza datelor Eurostat [8] și BNS [6].

Volumul veniturilor din vânzări ale întreprinderilor din sectorul comerțului a crescut constant în perioada 2015–2019, de la 127 836,00 milioane de lei la 191 808,34 milioane de lei (+ 50,0%), creșterea fiind urmată de o ușoară scădere în anul 2020. În intervalul 2020–2022, indicatorul a revenit pe un trend ascendent, atingând 292 195,65 milioane de lei (+58,5 p.p.), iar în 2023 s-a înregistrat o diminuare nesemnificativă de 0,9 p.p.

În structura veniturilor, subsectorul G46 – Comerțul cu ridicata – a deținut cea mai mare pondere în 2023 (61,26%), în ușoară scădere față de 2022, menținând însă variații moderate pe parcursul perioadei analizate și un nivel cu 2,5 p.p. mai mic comparativ cu anul 2015 (Figura 6).

Compararea ponderii sectorului comerțului în numărul total de întreprinderi, în numărul personalului ocupat și în volumul veniturilor din vânzări cu indicatorii similari calculați ca medie la nivelul Uniunii Europene arată că acest sector joacă un rol semnificativ mai important în economia Republicii Moldova (Tabelul 1). Deși indicatorul veniturilor din vânzări și indicatorul privind valoarea adăugată (*value added*) utilizat de Eurostat nu sunt complet identici, deoarece cel din urmă reflectă valoarea nou-creată, aceștia pot fi utilizați pentru o evaluare comparativă generală a importanței economice a sectorului.

În Republica Moldova, sectorului comerțului îi revine mai mult de o treime din totalul întreprinderilor, în timp ce, în medie, în Uniunea Europeană, acest indicator constituie aproximativ 18%. O situație similară se observă și în domeniul ocupării forței de muncă: ponderea salariaților ocupați în sectorul comerțului în Republica Moldova depășește nivelul mediu european cu aproximativ 5 p.p. Cea mai semnificativă diferență se observă în cazul ponderii sectorului în veniturile din vânzări, unde valoarea pentru Republica Moldova depășește de aproape trei ori media Uniunii Europene. Acest fapt indică o concentrare semnificativă a activității economice în domeniul comerțului cu ridicata și cu amănuntul în economia Republicii Moldova și, respectiv, un nivel mai redus de diversificare a economiei comparativ cu statele membre ale UE.

Rezultatul financiar până la impozitare. În anul 2023, rezultatul financiar până la impozitare al întreprinderilor din sectorul comerțului a constituit 17 234,52 milioane de lei, reprezentând 37,35% din totalul rezultatului financiar obținut în economia națională. Ponderea acestuia a înregistrat fluctuații semnificative în perioada 2015–2023, cu o scădere accentuată până în 2017, urmată de alternări între creștere și diminuare în anii următori (Figura 7).

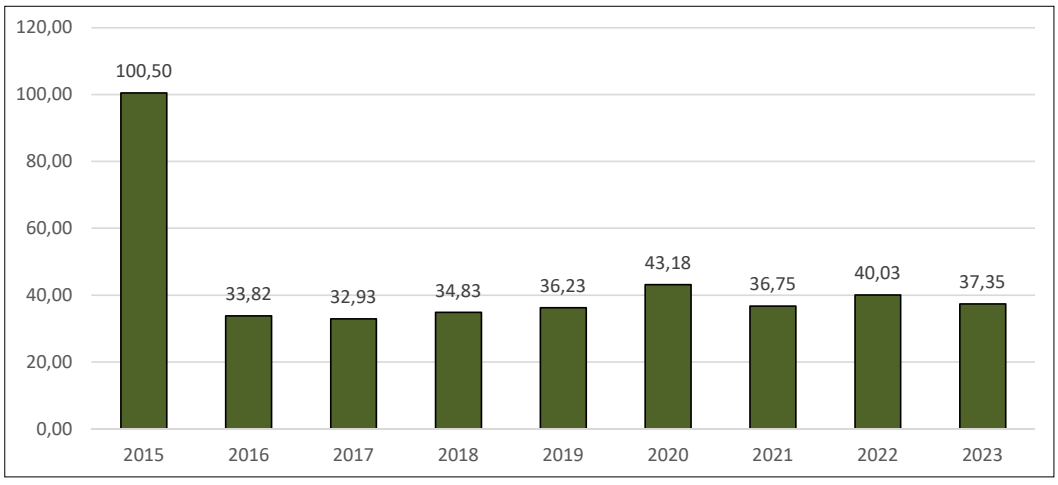


Figura 7. Ponderea rezultatului financiar soldat până la impozitare al întreprinderilor din sectorul comerțului în totalul rezultatul financiar soldat până la impozitare obținut de întreprinderile din economia națională, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

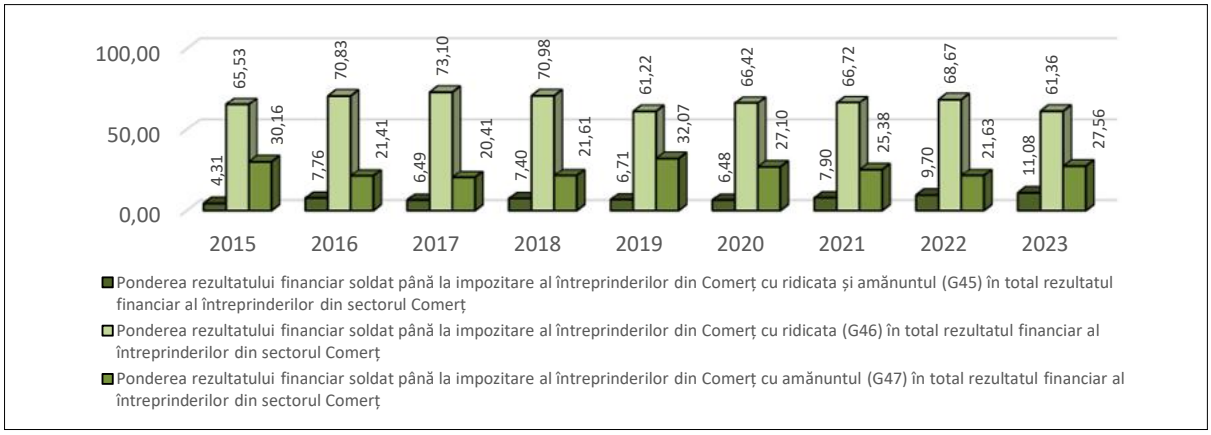


Figura 8. Ponderea rezultatului financiar până la impozitare al întreprinderilor din subsectoarele G45, G46 și G47 în totalul rezultatul financiar soldat până la impozitare al întreprinderilor comerciale, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

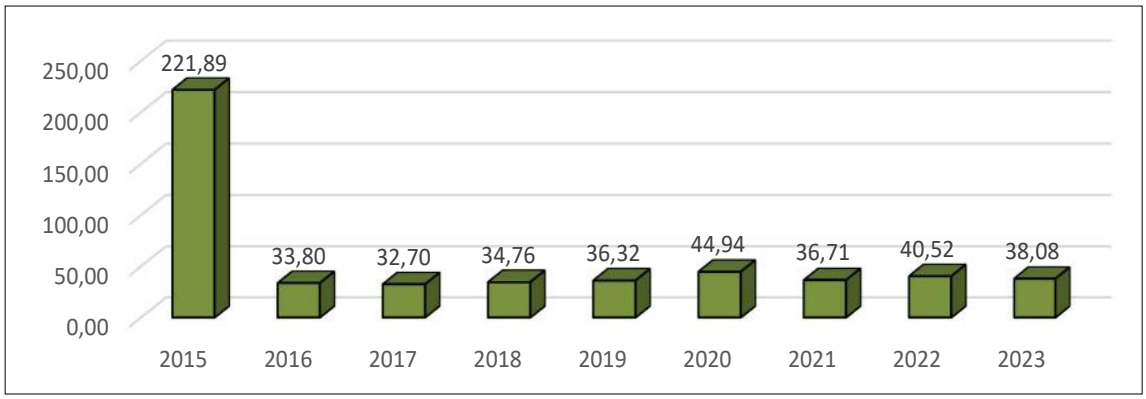


Figura 9. Ponderea profitului net (pierderii nete) al întreprinderilor din sectorul comerțului în totalul profitului net (pierderii nete) al întreprinderilor din economia națională, % (2015–2023).
Sursa: elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

Evoluția valorii absolute a rezultatului financiar arată o creștere puternică în perioada 2015–2017, de la 3 470,78 milioane de lei la 8 112,17 milioane de lei, urmată de variații moderate și de o nouă creștere substanțială în intervalul 2020–2022, când indicatorul a atins 17 663,76 milioane de lei. În 2023, s-a înregistrat o ușoară scădere, cu 2,4 p.p., față de anul precedent.

Din punct de vedere structural, subsectorul G46 – Comerțul cu ridicata a deținut cea mai mare pondere în rezultatul financiar al sectorului comerțului în anul 2023 (61,36%), indicator care a variat de-a lungul perioadei analizate, cu tendințe alternative de creștere și diminuare (Figura 8).

Profitul net. În anul 2023, profitul net al întreprinderilor din sectorul comerțului a constituit 14 986,04 milioane de lei, reprezentând 38,08% din totalul profitului net al economiei naționale. Ponderea acestuia a înregistrat variații semnificative în perioada 2015–2023, atingând un minim în 2017, urmat de o creștere până în anul 2020 și de fluctuații moderate în anii următori, cu o diminuare de 2,44 p.p. față de 2022 (Figura 9).

Volumul profitului net a crescut accentuat între 2015 și 2017, de la 2 642,55 milioane de lei la 7 040,30 milioane de lei, după care a înregistrat evoluții alternante. După o scădere în 2020, indicatorul a crescut de 2,3 ori până în 2022, atingând 15 280,48 milioane de lei, iar în 2023 s-a consemnat o ușoară diminuare de 1,9 p.p.

Din punct de vedere structural, subsectorul G46 – Comerțul cu ridicata a deținut cea mai mare pondere în profitul net al sectorului comerțului în 2023 (61,44%), evoluția acestui indicator în perioada analizată fiind caracterizată de fluctuații anuale, cu alternanțe de creștere și scădere. În anul 2023, ponderea profitului net (pierderii nete) al întreprinderilor din subsector în totalul profitului net (pierderii nete) al întreprinderilor comerciale s-a diminuat cu 7,72 p.p. față de anul 2022 (Figura 10).

Activitatea de inovare a întreprinderilor din sectorul comerțului

În Republica Moldova, sectorul comerțului a înregistrat transformări semnificative în ultimii ani, deter-

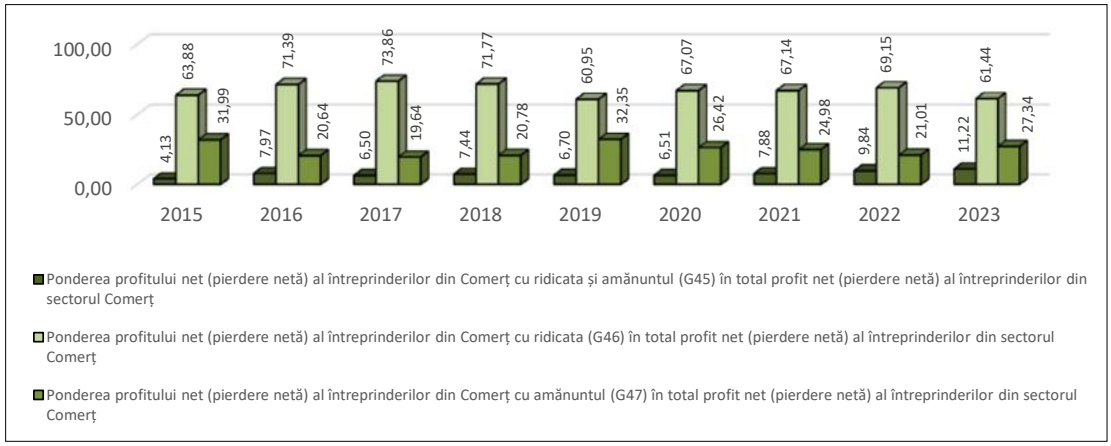


Figura 10. Ponderea profitului net (pierderii nete) al întreprinderilor din subsectoarele G45, G46 și G47 în totalul profitului net (pierderii nete) al întreprinderilor din sectorul comerțului, % (2015–2023).
Sursa: Elaborată de autori pe baza datelor BNS [6; 7].

minate de extinderea comerțului electronic, apariția tehnologiilor emergente și adoptarea unor modele de afaceri inovative. Inovațiile au devenit un factor important pentru modernizarea sectorului și adaptarea acestuia la cerințele pieței, în special în contextul pandemiei COVID-19.

Cu toate acestea, în perioada 2015–2023, se constată o diminuare a numărului de întreprinderi inovative din sectorul comerțului, de la 153 la 85 de unități. Din perspectiva tipurilor de inovații, întreprinderile comerciale au optat preponderent pentru implementarea simultană a mai multor forme de inovare – de produs, de proces, de organizare și de marketing –, care, în anul 2023, au reprezentat 35,3% din totalul inovațiilor realizate în sector, nivel relativ constant comparativ cu anii anteriori, cu excepția perioadei pandemice [9].

Inovațiile non-tehnologice (metode de organizare și marketing) au deținut o pondere semnificativă în structura inovațiilor, constituind 25,9% în anul 2023, indicator aflat în creștere față de perioada 2015–2020. În schimb, inovațiile tehnologice au avut o pondere redusă, situându-se la nivelul de 1-2% din totalul inovațiilor realizate de întreprinderile din acest domeniu.

Tendințele evidențiate mai sus contrastează semnificativ cu procesele contemporane de accelerare a digitalizării comerțului în ultimul deceniu, observate în țările Uniunii Europene. Conform datelor OCDE, în perioada 2013–2023, ponderea întreprinderilor comerciale care primesc comenzi online a crescut de la 31% la 43% în comerțul cu ridicata și de la 23% la 43% în sectorul comerțului cu amănuntul, fiind remarcată concomitent extinderea rapidă a utilizării serviciilor de *cloud computing* și a tehnologiilor bazate pe inteligența artificială [1]. În aceste condiții, nivelul redus al inovațiilor tehnologice în sectorul comerțului din Republica Moldova evidențiază necesitatea accelerării transformării digitale și dezvoltării competențelor digitale ale întreprinderilor comerciale.

Așadar, analiza sectorului comerțului din Republica Moldova în perioada 2015–2023 arată că acesta rămâne un pilon important al economiei, cu o pondere semnificativă în numărul de întreprinderi, ocuparea forței de muncă, veniturile din vânzări și rezultatele financiare. Peste jumătate din întreprinderi activează în comerțul cu amănuntul (G47), în timp ce comerțul cu ridicata (G46) generează majoritatea veniturilor și a profitului. În anul 2023, sectorul a înregistrat ușoare scăderi ale numărului de întreprinderi și ale indicatorilor financiari, dar numărul salariaților a crescut moderat, reflectând presiunile economice și logistice. Pe termen lung, tendința principalilor indicatori a fost ascendentă, cu excepția anilor afectați de pandemie și de dificultățile logistice recente. Sectorul a demonstrat reziliență, însă, pentru menținerea competitivității, sunt necesare consolidarea sustenabilității, diversificarea activităților și impulsionarea implementării inovațiilor [9].

Problemele sectorului comerțului în Republica Moldova

În pofida progreselor înregistrate, sectorul comerțului din Republica Moldova se confruntă cu o serie de probleme structurale și funcționale, care limitează potențialul său de dezvoltare. Una dintre principalele dificultăți o reprezintă nivelul insuficient de modernizare a infrastructurii comerciale și logistice, care afectează eficiența distribuției mărfurilor și crește costurile de operare pentru întreprinderi. În plus, războiul din Ucraina a dus la perturbarea activității de transport și logistică, cu efecte negative asupra comerțului. Potrivit estimărilor efectuate cu susținerea USAID [10], parcursul mărfurilor prin ocolirea Ucrainei pe ruta nordică presupune o majorare a costurilor de 3-4 ori, în timp ce transportul mărfurilor prin ocolirea Ucrai-

nei prin România, Bulgaria, Turcia și Georgia implică o majorare a costurilor de 4-7 ori. Majorarea cheltuielilor de transport, legată de necesitatea ocolirii zonelor afectate de război, se suprapune cu creșterea costurilor pentru carburanți.

De asemenea, fragmentarea pieței interne și prezența unui număr mare de comercianți mici, care dispun de resurse limitate, reduc competitivitatea sectorului și capacitatea acestuia de a se adapta la standardele internaționale [11].

O altă problemă majoră este reprezentată de concurența neloială, economia informală și evaziunea fiscală, fenomene care distorsionează mediul concurențial și afectează veniturile bugetare [12]. În plus, instabilitatea cadrului legislativ, birocrația excesivă și lipsa unor politici comerciale coerente creează dificultăți în desfășurarea activităților economice și descurajează investițiile interne și externe [13]. Totodată, deficitul de forță de muncă calificată limitează inovația și dezvoltarea profesională a sectorului [11].

În contextul procesului de integrare economică europeană, comerțul autohton se confruntă și cu provocări legate de alinierea la standardele de calitate, siguranță și transparență impuse de Uniunea Europeană, ceea ce necesită investiții semnificative și o mai bună coordonare între sectorul public și cel privat [14].

De asemenea, nu trebuie neglijați factorii externi, cum ar fi:

- pandemia COVID-19, care, suprapusă cu seceta severă din anul 2020, a determinat diminuarea unor indicatori în acea perioadă;
- crizele economice, inclusiv cea energetică, începută în anul 2021, care a generat o inflație ridicată și a afectat negativ activitatea comercială;

Deși se constată că Republica Moldova a dat dovadă de reziliență în abordarea provocărilor fără precedent generate de războiul Rusiei împotriva Ucrainei [12], sunt necesare reforme suplimentare. Toate aceste dificultăți evidențiază necesitatea implementării unor politici economice coerente și durabile, orientate spre modernizarea infrastructurii, digitalizarea proceselor comerciale și consolidarea unui mediu concurențial echitabil.

Astfel, pe lângă economia informală și infrastructura logistică insuficientă, sectorul comerțului se confruntă cu volatilitatea prețurilor la energie, incertitudini geopolitice și perturbarea lanțurilor de aprovizionare. Raportul Comisiei Europene (2023) [12] subliniază necesitatea accelerării alinierii la standardele UE în materie de siguranță alimentară, trasabilitate și concurență loială. Studiile IFC/Banca Mondială (2023) [13] evidențiază că procedurile vamale lente și costurile ridicate ale comerțului exterior rămân bariere majore pentru întreprinderile comerciale.

CONCLUZII

Sectorul comerțului din Republica Moldova are o pondere semnificativă în economia națională, atât prin numărul întreprinderilor și al salariaților, cât și prin veniturile și rezultatele financiare generate. Pe termen lung (2015–2023), principalii indicatori au manifestat o tendință preponderent ascendentă, cu excepția perioadelor marcate de pandemie, crize externe sau instabilitate logistică și energetică. Subsectorul comerțului cu amănuntul (G47) concentrează majoritatea întreprinderilor și a forței de muncă, în timp ce comerțul cu ridicata (G46) generează cea mai mare parte a veniturilor și a profitului net. Implementarea lentă a inovațiilor, problemele structurale, concurența neloială, economia informală, birocrația și infrastructura insuficient dezvoltată limitează însă potențialul de creștere al sectorului și subliniază necesitatea reformelor economice și comerciale durabile, orientate spre modernizarea infrastructurii, digitalizarea proceselor, consolidarea unui mediu concurențial echitabil și accelerarea alinierii la standardele UE, pentru a susține competitivitatea și dezvoltarea durabilă a acestui domeniu.

RECOMANDĂRI

1. Modernizarea infrastructurii comerciale și logistice, în vederea eficientizării distribuției și reducerii costurilor.
2. Impulsionarea dezvoltării și implementării inovațiilor.
3. Digitalizarea proceselor comerciale și dezvoltarea competențelor digitale ale angajaților și antreprenorilor.
4. Consolidarea mediului concurențial prin combaterea economiei informale și a evaziunii fiscale.
5. Promovarea investițiilor și reducerea birocrației, cu scopul atragerii capitalului intern și extern.
6. Adaptarea activităților la standardele UE privind calitatea, siguranța și trasabilitatea produselor, pentru o integrare eficientă pe piața europeană.
7. Dezvoltarea resurselor umane calificate și stimularea inovației, în vederea creșterii competitivității sectorului.

Articol recepționat: 28 februarie 2026
Articol acceptat: 18 mai 2026

BIBLIOGRAFIE

1. OECD. Local Retail, Global Trends: How Digital, Green and Skills Shifts in the EU are Reshaping SMEs in Towns and Cities (OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship). Paris: OECD Publishing, 2026. https://doi.org/10.1787/55e2edec-en

2. Guo, J.; Fu, J.; Yan, F.; Lujie, C. E-commerce supply chain finance for SMEs: the role of green innovation, în: International Journal of Logistics Research and Applications. 2024, Volume 27, Issue 9, 1596-1615. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13675567.2023.2167959

3. Wulfert, T.; Schütte, R. Retailer's Dual Role in Digital Marketplaces. SN Computer Science. 2022, 3:206. https://doi.org/10.1007/s42979-022-01098-w

4. OECD. Global Value Chains and Trade in Value-Added: An Initial Assessment of the Impact on Jobs and Productivity. OECD Trade Policy Papers, no. 190. Paris: OECD Publishing, 2016, [online] https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2016/07/global-value-chains-and-trade-in-value-added-an-initial-assessment-of-the-impact-on-jobs-and-productivity_g17a2831/5jlvc7sb5s8w-en.pdf (consultat: 15.12.2025).

5. Fala, Victoria. Perfecţionarea managementului competitivităţii exporturilor în Republica Moldova : Carte de specialitate: studiu ştiinţific. Chișinău: INCE al ASEM, 2025. https://doi.org/10.36004/nier.2025.vf1



Violeta Diordiev. *Ciulin*, 2023, carton, pastel, creioane colorate, 100 × 70 cm.

6. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Banca de date statistice. Statistica economică. Surse de date administrative. Activitatea și poziția financiară a agenților economici după mărime și activități economice, 2021–2024. Chișinău: BNS. [online] http://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__24%20ANT__ANT030/ANT030040.px (consultat: 23.12.2025).

7. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Banca de date statistice. Statistica economică. Surse de date administrative. Activitatea și poziția financiară a agenților economici după mărime și activități economice, 2015–2021. Chișinău: BNS, [online] http://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__24%20ANT__ANT030/ANT030060.px (consultat: 23.12.2025).

8. EUROSTAT. Businesses in distributive trade sector. 2025. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Businesses_in_distributive_trade_sector (consultat: 22.02.2026).

9. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Banca de date statistice. Statistica economică. Antreprenoriat. Inovarea în industrie și servicii. Întreprinderi inovatoare pe activități economice și clase de mărime, 2015–2022. Chișinău: BNS. [online] https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__24%20ANT__INO010/INO010100.px (consultat: 23.12.2025).

10. Consiliul economic pe lângă prim-ministrul Republicii Moldova. Consecințele războiului din Ucraina pentru economia Republicii Moldova. Studiu al vulnerabilităților. Chișinău, aprilie 2022. [online] https://consecon.gov.md/wp-content/uploads/2024/02/Consecintele-razboiului-din-Ucraina-pentru-economia-Republicii-Moldova.pdf (consultat: 23.12.2025).

11. OECD. Promovarea competențelor digitale de afaceri în Republica Moldova. Paris: OECD Publishing, 2023. DOI: https://doi.org/10.1787/e31fc713-ro

12. Republic of Moldova 2023 Report. SWD (2023) 698 final. Bruxelles: European Commission, 2023. [online] https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/72feeeaf-7eee-11ee-99ba-01aa75ed71a1 (consultat: 21.02.2026).

13. IFC; WORLD BANK GROUP. Country Private Sector Diagnostic: Creating Markets in Moldova. Washington, D.C.: World Bank, 2023. [online] https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/2023-delta/cpsd-moldova-en.pdf (consultat: 15.12.2025).

14. Institutul pentru Politici și Reforme Europene (IPRE). Uniunea Europeană continuă să fie principalul partener comercial și economic al Republicii Moldova. Chișinău: IPRE, 2021. [online] https://ipre.md/wp-content/uploads/2021/11/RAPORT-ALTERNATIV_IPRE_7-ANI-DE-IMPLEMENTARE_Draft_Consolidat_26.11.2021_EN_final_online.pdf (consultat: 21.02.2026).