

UNIVERSITATEA LIBERĂ INTERNAȚIONALĂ DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris
C.Z.U. 339.97 (478) (043.3) = 135.1

BĂDĂRĂU ELENA

**EFICIENTIZAREA COMERȚULUI EXTERIOR LA
ÎNCEPUTUL SECOLULUI XXI**

**Specialitatea 521.02 - Economie mondială;
relații economice internaționale**

**AUTOREFERATUL
tezei de doctor în științe economice**

CHIȘINĂU, 2017

Teza a fost elaborată în cadrul catedrei Business Administrare, Relații Economice Internaționale și Turism a Universității Libere Internaționale din Moldova.

Conducător științific:

GRIBINCEA Alexandru, doctor habilitat în economie, profesor universitar, ULIM

Referenți oficiali:

CHISTRUGA Boris- doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, ASEM.

FRUMUSACHI Eduard-doctor în științe economice, Șeful Biroului Vamal Centru.

Componenta Consiliului științific specializat:

ȚÂU Nicolaie- președinte, doctor habilitat în Științe economice, profesor universitar, ASEM

PESTUȘCO Nina- secretar științific, doctor în științe economice, conferențiar universitar, ULIM

ROȘCA Petru- doctor habilitat în Științe economice, profesor universitar, ULIM

CROTENCO Iurii- doctor habilitat în Științe economice, profesor universitar, IRIM

OHRIMENCO Serghei- doctor habilitat în Științe economice, profesor universitar, ASEM

SPÎNU Ana- doctor în științe economice, conferențiar universitar, ULIM

Susținerea va avea loc la data de 28 august 2017 ora 10, în ședința Consiliului științific specializat D 34-531.02, din cadrul Universității Libere Internaționale din Moldova, pe adresa: 2017, Moldova, or. Chișinău, str. Vlaicu Pârcălab, nr.52, ULIM, sala 212, etajul II.

Teza de doctor și autoreferatul pot fi consultate la Biblioteca ULIM și la pagina Web a C.N.A.A. (www.cnaa.md)

Autoreferatul a fost expediat la data de 24 iulie 2017

Secretar științific al Consiliului
științific specializat,



PESTUȘCO Nina, doctor, conf. univ., ULIM

Conducător științific:



GRIBINCEA Alexandru, doctor habilitat în
economie, profesor universitar, ULIM

Autor



BĂDĂRĂU Elena

© **BĂDĂRĂU Elena, 2017**

I. REPERELE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea și importanța temei de cercetare. Pe parcursul a mai multor secole comerțul exterior, a fost și rămâne cea mai importantă formă de cooperare economică externă care își păstrează rolul de factor principal în dezvoltarea economiilor naționale și în economia mondială în ansamblu. În prezent, se trece printr-o perioadă dificilă de schimbări calitative legate de tendințele de dezvoltare a globalizării și a transformării post-industriale a economiei mondiale.

Aceste tendințe de dezvoltare a comerțului exterior se reflectă prin concentrarea și internaționalizarea producției și a structurilor transnaționale de capital, apariția piețelor globale, conversia informațiilor, cunoașterea și integrarea lor în producerea inovațiilor ca un resurs de bază în procesul de producție, mijloc de victorie în materie de concurență și de creștere a profiturilor.

În opinia noastră, aceste schimbări formează pentru economiile naționale noi provocări, la care nu toate țările pot să facă față, ceea ce împiedică integrarea efectivă a acestora în sistemul economic mondial modern. Cele expuse sânt observate în totalitate în economia Republicii Moldova. În mediul actual al economiei Republicii Moldova există o discrepanță tot mai mare între dinamica și structura importului de mărfuri față de export, tendințelor de dezvoltare-cheie ale diviziunii internaționale a muncii și a comerțului mondial.

În aceste condiții, crește valoarea alegerii direcției cu privire la strategia de dezvoltare pe termen lung a comerțului exterior al Republicii Moldova, luând în considerare tendințele predominante la nivel mondial, care să permită realizarea oportunității existente și potențialele avantaje competitive ale țării, precum și să crească contribuția comerțului exterior pentru a face up-grade economiei interne și nevoilor populației.

Actualmente, relațiile comerciale electronice sunt răspândite larg în lume, asigurând reorientarea geografică a acestor relații. De menționat, că situația comerțului exterior al Republicii Moldova se află într-o situație dificilă, iar utilizarea tehnologiilor informaționale în acest domeniu sunt la o etapă începătoare.

Aceaste momente confirmă nivelul scăzut de eficacitate a activității comerciale a țării, fapt ce specifică actualitatea temei de cercetare abordate, determinând necesitatea identificării aspectelor teoretico-metodologice și aplicative, argumentării recomandărilor concrete în contextul sporirii eficacității economice a comerțului electronic în Republica Moldova.

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor de cercetare. Cercetările aspectului de eficientizare al comerțului exterior ne-au îndrumat spre a investiga conceptul de eficiență, aspectele legate de problemele eficientizării comerțului exterior și impactul acestora asupra economiei naționale și globale. La momentul actual tratarea conceptului de comerț exterior și a

proceselor de eficientizare sunt cercetate de mulți cercetători din lume. Cercetătorii autohtoni au efectuat deja investigații în acest domeniu, însă în ciuda unui interes pronunțat conținutului, principiile de organizare și tendințele în dezvoltarea comerțului exterior nu sunt depășite pe deplin. Incertitudinile teoretice și metodologice în formarea unui număr de indicatori conceptuali, de evaluare a performanței comerțului exterior țin seama de impactul acestuia asupra dezvoltării economiei naționale. Ele necesită sistematizare și percepere a factorilor de influență asupra comerțului exterior și al tendințelor moderne de dezvoltare ale economiei mondiale. Astfel, ne-am propus implementarea comerțului electronic ca o relevantă bazată pe generalizarea și adaptarea experienței internaționale prin vizualizarea direcțiilor noi pentru îmbunătățirea cooperării comerțului exterior al Republicii Moldova.

Scopul și obiectivele de cercetare impun identificarea căilor de eficientizare economică a relațiilor comerciale ale Republicii Moldova pe piața mondială și elaborarea recomandărilor teoretico-practice privind dezvoltarea durabilă ale acestor relații, promovând comerțul electronic și sporind eficiența lui. Scopul principal al tezei constituie scoaterea în evidență a problemelor apărute în vederea eficientizării comerțului exterior și stabilirea direcțiilor de dezvoltare a relațiilor comerciale internaționale prin expunerea comerțului electronic ca modalitate de dezvoltare a acestora.

La realizarea acestui scop au fost identificate următoarele **obiective principale**:

- studierea aspectelor teoretico-metodice cu privire la comerțul exterior și impactul tendințelor fundamentale de dezvoltare a economiei mondiale prin valorificarea comerțului exterior la începutul secolului XXI;
- analiza problemelor de eficientizare a comerțului exterior prin prisma utilizării comerțului electronic în epoca proceselor de globalizare ;
- demonstrarea metodei matematice cu privire la competitivitatea comerțului tradițional vs comerțul electronic;
- identificarea perspectivelor de dezvoltare a comerțului exterior în Republica Moldova prin implimentarea e-comerțului ;
- cercetarea comparativă a metodicilor de content tradiționale și propunerea dezvoltării Sistemelor de Recomandare cu priorități incluse, care sunt orientate spre furnizarea informației necesare consumătorului în timp real;
- analiza metodelor de securitate economico-informațională;
- elaborarea complexului de măsuri în vederea desăvârșirii comerțului exterior al Republicii Moldova și abordarea științifică a oportunităților propuse în mecanismul de derulare al

relațiilor electronice de export/ import privind sporirea eficienței relațiilor de comerț electronic ale țării pe piața mondială.

Metodologia cercetării științifice. Pentru investigarea aspectelor teoretice ale comerțului exterior au fost analizate lucrările reprezentanților școlii mercantiliste: F. Quesnay, T. Mun, A. Turgot, care considerau că în cadrul economiei naționale comerțul pentru ea este singura modalitate de a obține monedă în cazul în care valoarea mărfurilor exportate v-a depăși costul produselor importate. Într-o perioadă ulterioară opiniile lor au fost dezvoltate în lucrările clasice ale lui P. Krugman, Wassily Leontief, B. Ohlin, D. Ricardo, P. Samuelson, A. Smith, E. Heckscher, D. Hume care justifică, teoretic, alegerea specializării naționale, direcțiilor eficiente de comerț exterior și locul țării în diviziunea internațională a muncii. Diferite aspecte ale evaluării eficienței comerțului exterior și impactul acestuia asupra economiei sunt studiate în lucrările lui J. Bhagwati, I. Wallerstein, S. Linder, M. Porter, E. Engel etc. O atenție considerabilă în lucrările economiștilor străini și interni este dată impactului asupra comerțului exterior al globalizării tendințelor mondiale de transformare postindustrială a economiei mondiale. Printre aceștia: M. Castells, T. Levitt, A. Libman, G. Mine, R. Solow, etc., care încearcă să identifice conceptele comerciale la nivel mondial, ținând cont de transformările care au loc în comerțul exterior. Un bun suport teoretic în contextul cercetării comerțului exterior la începutul secolului XXI și metodologiei cuantificării eficienței economice a relațiilor externe în domeniu au servit lucrările savanților: Roșca P., Stratan A., Țâu N., Burlacu N., Chistruga B., Crotenco Iu., Galben I., Gribincea A., Spînu A., Bibere C., Pestușco N. etc.

În lucrare au fost folosite următoarele metode: compararea, analiza și sinteza, metode grafice și tabelare, clasificarea, gruparea, metoda sondajului, metodele sistemice, analiza statistică, modelarea matematică. Un suport informațional l-au constituit datele Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, acte normative și legislative al Republicii Moldova, precum și rezultatele sondajului de opinii, efectuat de autor, în vederea utilizării comerțului electronic. Aplicarea acestor metode a permis identificarea problemelor în eficientizarea comerțului exterior.

Obiectul cercetării. Această temă propune o abordare complexă, deoarece tratează probleme de eficientizare a comerțului exterior la începutul secolului XXI prin dezvoltarea comerțului electronic ca o formă inovatoare de derulare a tranzacțiilor comerciale.

Noutatea și originalitatea științifică a tezei. Noutatea științifică este determinată de scopul și obiectivele propuse de autor.

În acest context noutatea științifică a rezultatelor obținute constă în următoarele:

- tratarea sistemică a principalelor teorii contemporane privind comerțul internațional, și evidențierea rolului tehnologiilor informaționale în Noua Economie;

- argumentarea aplicării sistemului de comerț electronic în baza experienței altor țări, și demonstrarea modelului de interpretare matematică a avantajelor comparative al firmelor favorizate de comerț electronic vizavi de firma tradițională;
- determinarea principalilor direcții de sporire a eficienței comerțului exterior autohton;
- identificarea perspectivelor de dezvoltare a comerțului exterior în Republica Moldova prin implimentarea e-comerțului;
- se propune dezvoltarea Sistemelor de Recomandare cu priorități incluse, care sunt orientate spre furnizarea informației necesare consumătorului în timp real, în vederea eficientizării comerțului electronic.

Problema științifică soluționată constă în *conceptualizarea* proceselor de eficientizare al comerțului exterior fiind elaborată o viziune nouă, care include implementarea și dezvoltarea comerțului electronic ca o direcție eficientă, în acest context a fost efectuată analiza sistemelor de recomandare actuale *ceea ce a condus la elaborarea* modelelor noi de sisteme de recomandare cu priorități, care asigura o selecție mai avantajoasă a cumpărătorilor și permite utilizarea lor în mod eficient în domeniul economiei, în special în sfera e-comerțului cu clase de cereri ce posedă anumite privilegii în deservire, *fapt care va contribui* la dezvoltarea și eficientizarea economică al comerțului exterior al Republicii Moldova.

Semnificația teoretică a cercetării. Valoarea teoretică a concluziilor și recomandărilor incluse în lucrare constă în propunerea metodologiei științifico-argumentate de analiză multilaterală a indicatorilor în dezvoltarea comerțului electronic care poate fi pusă la baza elaborării unor programe, direcții de organizare și promovare eficientă a politicii economice externe a Republicii Moldova, inclusiv prin dezvoltarea avantajelor propuse în vederea utilizării comerțului electronic. Propunerile autorului pot fi utile în procesul de instruire a cadrelor în domeniul relațiilor economice internaționale.

Valoarea aplicativă a cercetării Lucrarea poate avea un aport științific, adus teoreticienilor și organelor de dirijare prin includerea concluziilor și propunerilor constructive, benefice pentru argumentarea măsurilor de ameliorare a activităților în domeniul comerțului la micro- și macronivel și, în special, la sporirea eficienței comerțului exterior al Republicii Moldova. Rezultatele științifice ale lucrării pot fi puse la baza unor acțiuni ale organelor de decizie din țară, având scopul de a contribui la perfecționarea metodologiei și practicii eficientizării comerțului, la pregătirea cadrelor de înaltă calificare, care le-ar permite să soluționeze cu succes problemele economiei naționale și internaționale.

Rezultatele științifice înaintate spre susținere:

- au fost analizate aspectele teoretico metodice fundamentale ale comerțului exterior;
- a fost identificat rolului și necesitățile transformărilor esențiale în dezvoltarea noilor mecanisme de derulare a tranzacțiilor economice internaționale visavi de cele clasice;
- au fost conturate problemele apărute în comerțul exterior la începutul secolului XXI;
- a fost analizat ritmul de dezvoltare a tehnologiilor informaționale, precum și gradul de implementare a acestora în diferite domenii economice ca: știința, tehnologiile și inovațiile, care devin vitale pentru o dezvoltare rapidă a unei economii naționale competitive și durabile;
- s-a pus accentul pe creșterea rentabilității economice pentru realizarea scopului finit prin prisma minimalizării costurilor aferente, comerțul electronic fiind o sursă progresivă în acest context;
- a fost demonstrat modelului de interpretare matematică a avantajelor comparative al firmelor favorizate de comerț electronic vizavi de firma tradițională;
- se propune o modernizare la sistemele de recomandări cu priorități în derularea tranzacțiilor online, deoarece sub evoluția factorilor interni și externi orice metodă utilizată în tranzacțiile internaționale necesită o ajustare la condițiile nou create în urma schimbărilor efectuate în conjunctura mediului de afaceri.

Implementarea rezultatelor științifice. Ideile de bază ale tezei au fost publicate în ediții economice, comunicate, puse în discuție și aprobate în cadrul manifestărilor științifice din țară și de peste hotare. Rezultatele cercetării pot fi aplicate în activitatea de gestionare a comerțului exterior, în procesele de evaluare a politicii economice comerciale. Unele recomandări au fost implementate în Întreprinderea de Stat „Centrul Resurselor Informaționale de Stat „Registru”, Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova și de către Societatea cu Răspundere Limitată „Integra Logistic”. Formularea complexă a problemei eficientizării comerțului electronic și metodele sistematice de abordare a problemei în cauză, pot servi drept bază teoretică pentru desfășurarea în continuare a investigațiilor științifice.

Aprobarea rezultatelor științifice. Conținutul lucrării a fost revizuit, completat și aprobat în cadrul unui set de conferințe la nivel național și internațional, publicații în reviste de specialitate, precum și la ședințele catedrei BA, REI și TURISM de la Facultatea Științe Economice ULIM.

Publicații la tema tezei. Pe parcursul perioadei de elaborare a tezei de doctor, au fost publicate 20 articole științifice în revistele științifice naționale și internaționale.

Volumul și structura tezei. Structura lucrării a fost determinată de scopul și obiectul de investigație, de procesele de eficientizare a comerțului exterior la începutul secolului XXI.

Lucrarea include: introducere, trei capitole divizate în subcapitole, concluzii și recomandări, bibliografie - 126 surse, 16 anexe, 26 figuri, 6 tabele, 46 formule.

Cuvintele-cheie: comerț exterior, comerț electronic, relații economice internaționale, investiții, inovare–cercetare, calitatea produselor și serviciilor, marketing, import, export, contracte internaționale, riscuri, prețuri, eficiență economică, sisteme de recomandare, securitatea informațională.

II.CONȚINUTUL TEZEI

În **Întroducere** se evidențiază actualitatea și importanța problemei abordate, scopurile și obiectivele temei investigate, este descrisă noutatea științifică a rezultatelor obținute, semnificația teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. Deasemenea sunt desfășurate modalitățile de aprobare a rezultatelor cercetării și sumarul succint al capitolelor tezei.

Obiectivul primar al cercetării constă în studierea aspectelor teoretico-metodice cu privire la comerțul exterior și impactul tendințelor fundamentale de dezvoltare a economiei mondiale prin valorificarea comerțului exterior la începutul secolului XXI care a fost valorificat în **Capitolul 1 „Aspectele teoretico-metodice fundamentale al comerțului exterior”**. Rezultatele primite în complectamente corespund obiectivelor propuse, fiind ilucidate următoarele repere în privința rolului, evoluției și impactului tendințelor fundamentale de dezvoltare a economiei mondiale prin valorificarea comerțului exterior. Rezultatele cercetării se manifestă prin noutatea sa științifică și originalitate, deoarece prin prisma analizei comparative și a metodelor inedite se estimează și se justifică aspectele teoretice în domeniul comerțului exterior. Este menționat faptul, că pentru o activitate eficientă în domeniul comerțului exterior este necesară studierea și cunoașterea principalele teorii privind comerțul internațional.

În opinia autorului teoriile fundamentale la timpul lor au jucat un rol deosebit în dezvoltarea comerțului internațional, însă în timpul de față asupra relațiilor externe ale țărilor o influență deosebit de puternică o are procesul globalizării. Modernizarea tehnologiilor și implementarea inovațiilor în comerțul exterior la rândul său, determină o creștere a cererii, ceea ce duce la diminuarea prețurilor și demararea exportului acestor bunuri.

Savantul M. Porter, bazându-se pe datele statisticii mondiale, a demonstrat convingător, că relațiile dintre țări și evident, lupta de concurență, pot avea loc chiar în situațiile de nivel egal al factorilor de producere ca urmare a efectului, pe care el l-a numit «discontinuitate tehnologică». Esența acestui efect constă în posesia unei sau altei țări a inovațiilor în domeniul desfășurării activității de producere-comercializare, pe care nu le posedă altă țară (sau țări). Pe o anumită perioadă de timp, până nu va avea loc difuzia inovațiilor și aceasta va deveni accesibilă altor țări,

țara rămâne deținătoare de monopol, exportând marfa corespunzătoare și primind în rezultat un venit suplimentar ridicat de monopol [16, p.123].

Datorită utilizării tehnologiilor progresive, țara primește de asemenea și facilități în utilizarea resurselor de producere în vederea optimizării forței de muncă, resurselor materiale și de capital, care pe bună dreptate, conform concluziei Consiliului american privind politica de competitivitate, joacă un rol central în definirea competitivității naționale [11, p.6-7]. Acest punct de vedere și-a găsit confirmarea și în programul OCDE «Tehnologia și economia», în conformitate cu dispozițiile căreia, baza competitivității naționale conține, pe de o parte, eficiența utilizării capitalului uman, a sistemelor inovatoare, tehnologiei, mediului general social și instituțional, iar pe de altă parte – prețurile și salarizările, rolul cărora diminuează.

În rezultatul dezvoltării tendințelor post-industriale se formează un tip nou al economiei – economia inovatoare, progresul căreia este determinat atât de nivelul acumulat de cunoștințe și modalități de aplicare al acestuia, cât și de capacitatea de producere continuă a noilor aptitudini și abilități [9]. Inovarea este o dezvoltare complexă a descoperirilor și invențiilor aduse în afaceri și în mediul social cu speranțe de răspândire la utilizatori. Crearea Internetului a fost una dintre ele. Odată cu dezvoltarea tehnologiilor informaționale a fost posibilă implementarea tranzacțiilor online care astăzi au devenit mai rapide, mai ieftine și mai convenabile pentru comercianți [8, p.31].

Acest mecanism acționează în două moduri: în primul rând, scăderea prețurilor la tehnologiile digitale a devenit pentru companii și guverne un impuls pentru schimbarea factorilor de producție existenți - forței de muncă și de capital; în al doilea rând, tehnologia digitală duce la creșterea productivității.

În urma cercetărilor efectuate de autor s-a ajuns la concluzia că, prin simplificarea sarcinilor productivității factorilor de producție existenți, Internet-ul poate ajuta la creșterea în mod semnificativ a eficienței economice a întreprinderilor, salariaților și guvernelor. Nivelul maxim de eficiență este atins în cazul, în care tranzacțiile sunt efectuate automat, fără intervenția umană, iar costurile de tranzacționare sunt reduse practic la zero.

Aceasta este - sfera "noii economii", cu motoarele de căutare, platforme de e-commerce, sistemele de plată digitale, cărți electronice, rețele sociale etc.

Internetul facilitează *integrarea, eficientizarea și inovația* [6]. Aceste trei mecanisme în cadrul economiei de pe Internet operează adesea în tandem. (figura 1).

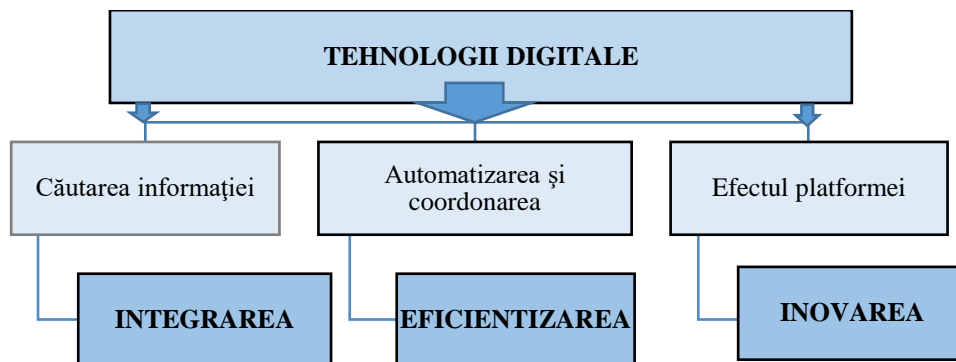


Fig. 1. Reprezentarea principalelor mecanisme în cadrul economiei de pe Internet

Sursa:elaborată de autor conform[5]

Multe companii de pe Internet utilizează platforme, care leagă cumpărătorii cu vânzătorii sau destinatarul serviciilor cu furnizorul. Am putea afirma că platformele sunt un mediu de afaceri digital care promovează comerțul electronic între părțile implicate în acest proces.

În rezultatul cercetărilor s-a constatat, că una din direcțiile de eficientizare a comerțului exterior în procesul globalizării ține direct de restructurarea continuă a calității serviciilor comerciale mai cu seamă prin utilizarea inovațiilor, comerțului electronic și tehnologiilor informaționale, care vor permite majorarea vitezei de utilizare a tranzacțiilor comerciale externe și micșorarea costurilor tranzacționale, ceea ce va avea impact direct asupra creșterii rentabilității activității economice externe.

Succesivitatea abordării constată cercetarea obiectivelor cu privire la analiza problemelor de eficientizare a comerțului exterior, demonstrarea metodei matematice cu privire la competitivitatea comerțului tradițional versus comerțului electronic. Rezultatele corespunzătoare în procesul cercetării sunt obținute și mediate în **Capitolul 2 “Analiza problemelor de dezvoltare și eficientizare al comerțului exterior”**, și anume în punctele: sinteza problemelor de eficientizare al comerțului exterior; importanța și rolul comerțului electronic în epoca proceselor de globalizare; concurența la nivel mondial dintre comerț electronic și cel tradițional, unde nemijlocit sunt analizate soluțiile de eficientizare a comerțului exterior prin utilizarea noilor metode și tehnici în tranzacțiile comerciale complexe.

În opinia autorului, este necesar de remarcat faptul, că comerțul mondial menține rolul său în calitate de domeniu dominant în activitatea economică externă. Conform datelor statistice internaționale, comerțului mondial îi revine 80% din volumul comun al cooperării economice între state [18].

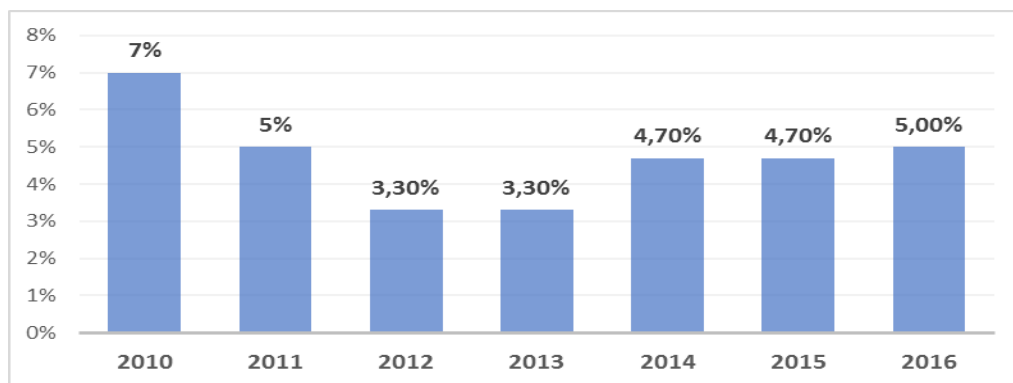


Fig. 2. Ritmul de creștere a comerțului mondial

Sursa: elaborată de autor conform[18]

În conformitate cu abordările tradiționale, evaluarea stării și dinamicii dezvoltării comerțului mondial are loc în baza stabilirii volumului fizic al acestuia, structurii de mărfuri și a celei geografice. Un moment de bază în determinarea indicilor de volum a comerțului mondial îl constituie aceea, că aceștia includ structural în sine două contra-fluxuri de mărfuri și servicii – export și import.

Statistica internațională ne arată (tabelul 1), că pe parcursul unei perioade destul de îndelungate de timp, inclusiv pe perioada anilor 2010-2016 se atestă o creștere stabilă a circuitului extern de comerț pe plan mondial.

Tabelul 1. Comerțul internațional a grupelor de țări selectate, milioane USD

		Comerț cu mărfuri				Pondere 2016 față de 2015	Comerț de servicii				Pondere 2016 față de 2015
		2010	2014	2015	2016		2010	2014	2015	2016	
	În lume	15302	18997	16484	15862	-3,8	3953	5068	4747	4879	2,8
Exporturi	Economii în curs de dezvoltare	6438	8478	7345	7065	-3,8	1125	1472	1435	1436	0,1
	Economii de tranziție	609	764	526	405	-23,0	98	126	103	106	2,9
	Economiile dezvoltate	8255	9755	8614	8097	-6,0	2730	3470	3208	3337	4
	LDCs	162	206	154	126	-18,2	24	39	41	37	-9,8
	În lume	15421	19007	16671	16039	-3,8	3847	4954	4678	4797	2,5
Importuri	Economii în curs de dezvoltare	6020	7988	7033	6765	-3,8	1334	1851	1835	1817	-1
	Economii de tranziție	453	553	384	295	-23,2	122	184	140	126	-10
	Economiile dezvoltate	8947	10467	9254	8698	-6,0	2391	2919	2703	2853	5,5
	LDCs	169	266	242	199	-17,8	60	85	83	68	-18

Sursă: Reprezentare proprie pe baza datelor [120].

Potrivit evaluărilor experților Organizației Mondiale de Comerț, creșterea volumului comerțului internațional în anul 2013 a ajuns la 2,1% , care aproximativ a constituit indicele similar 2,3% din anul precedent. În 2014 el a constituit 4,7% comparativ cu ultimii 20 de ani (5,3%). Rata scăzută de creștere a comerțului mondial în anul 2013 se explică prin cererea scăzută pentru importul din țările dezvoltate (0,2%) și creșterea moderată a importurilor în țările cu economii emergente (4,4%). Sectorul de export în aceste două grupuri a înregistrat doar o ușoară creștere – 1,5% și 3,3% respectiv. De-a lungul ultimilor 20 de ani (din anii 1993 până în 2013), cu excepția perioadei de criză din anii 2009-2010, exportul mondial, a crescut într-un tempou de două ori mai mare, decât PIB-ul global. Cu toate acestea, în ultimii ani acest decalaj, s-a nivelat. Acest fapt relatează despre dependența reciprocă a creșterii economice din lume și a volumul de export la nivel global [17].

În opinia autorului cercetarea aspectului geografic a comerțului mondial permite să evidențiem încă o tendință importantă: țările dezvoltate preferă să realizeze operațiuni comerciale externe în interiorul grupului său. Ponderea acestui tip de comerț constituie 70 % din volumul total. O importanță deosebită au fluxurile de mărfuri pentru export, care unesc trei centre importante ale dezvoltării economice – Europa de Vest, SUA și Japonia. Specific este faptul, că mai mult de 40% în structura acestor fluxuri o constituie produsele high-tech din industriile high-tech. În ceea ce privește țările în curs de dezvoltare, pentru ele în numărul priorităților de comerț extern se află țările dezvoltate. Numai la începutul secolului XXI a început creșterea ponderii comerțului dintre țările în curs de dezvoltare – de la 20% în a doua jumătate a secolului XX până la 45 % pentru export și 55 % pentru import, în prezent.

Este de remarcat faptul că, această comasare se realizează doar la o etapă superioară de dezvoltare a industriei de prelucrare și în special a industriilor high-tech. În America de Nord și Europa de Vest circa 3/4 din export constituie mărfurile finisate, inclusiv 40-50% revine produselor de inginerie. O structură similară ajută în relațiile țărilor-partenere, ca rezultat al utilizării diviziunii internaționale a muncii.

Pe de altă parte, țările cu o structură agrară și de materie primă în economie, produc produse în mare parte similare și sunt în raport de concurență între ele. Din această cauză, ele nu numai că nu merg în întâmpinare, dar și încearcă să se îngrădească și să-și caute piețe receptive de realizare a mărfurilor sale în țările mai dezvoltate [22]. Unele succese în ceea ce privește depășirea tendințelor create o au doar țările noi industriale din America Latină și a Asia de Sud-Est, însă și activitatea acestora este direcționată spre piața externă.

Din punct de vedere a cercetării stării comerțului mondial un interes major îl reprezintă examinarea clasamentelor a unor țări aparte. Pentru determinarea nivelului participării țărilor în

sistemul legăturilor economice globale sau nivelului de deschidere a economiei naționale se utilizează o serie vastă de indicatori. Printre acestea se evidențiază cotele de export și de import, proporția din valoarea exporturilor (importurilor) în valoarea PIB-ului.

Potențialul de export al statului este determinat de cota mărfurilor fabricate, pe care țara le poate realiza pe piața internațională, fără daune economiei naționale și consumului intern. Următorul indice îl constituie raportul ponderii țării în producerea internațională PIB-lui și cotele acesteia în comerțul internațional. Acest indicator oferă posibilitatea de a compara contribuția țării în producerea mondială de mărfuri și servicii și integrarea acesteia în comerțul internațional.

Cu toate acestea, acordând atenție indicelui dat, trebuie să fim prudenți în estimări. O problemă apare în cazul, când țările mari posedă o piață internă dezvoltată, în pofida volumului substanțial de export, cota lor în comerțul internațional ar putea fi ne semnificativă. Într-o măsură mai mare aceasta se referă și la ponderea de export a PIB-lui. În contrariu, țările mici și cele mijlocii, pentru care piețele externe reprezintă un indice specific pentru stabilirea producerii de mari proporții, de regulă, posedă o cotă mică în industria de producere mondială, și o cotă mai mare de participare personală în comerțul internațional. Aceste țări și posedă cea mai mare cotă în ponderea exportului în PIB.

Din analiza efectuată putem concluziona, că indicatorii utilizați ne permit obținerea informației obiective cu referire la dinamica dezvoltării economiei mondiale, cât și interacțiunea țărilor lumii în procesul de diviziune internațională a muncii, prin estimările fluxurilor comerciale față de ritmul de creștere a PIB-ului. Cu toate acestea, trebuie să remarcăm predominarea în termenii analitici a indicilor cantitativi de evaluare și practic absența aproape completă a caracteristicilor calitative, care au proprietatea de a servi ca punct de reper în elaborarea politicii comercial externe a țărilor lumii. În cele din urmă, metoda tradițională nu reflectă în bună măsură acele schimbări apărute în comerțul mondial în urma proceselor de globalizare. Toate acestea presupun necesitatea perfecționării continue a abordărilor metodice existente.

Reieșind din conținutul luat în analiza comerțului mondial, se pot evidenția următoarele direcții de îmbunătățire a acestuia:

- evidența completă și multilaterală a tendințelor globalizării asupra comerțului mondial;
- introducerea în componența indicatorilor analitici care posedă caracteristici specifice cantitative, a indicatorilor care reflectă eficacitatea cooperării comerțului exterior pentru țările lumii și economia mondială în ansamblu;
- perfecționarea metodelor de calcul a indicilor dezvoltării comerțului mondial în direcția reflectării mai exacte a realităților economiei mondiale moderne.

Comerțul exterior reprezintă prin sine și procesul, care se realizează între cumpărători, vânzători și intermediarii din diferite țări. Acesta este legat de mai multe complicații practice și financiare pentru comercianții, care fac parte în acest proces. De rând cu problemele ordinare de comercializare și comerț ce apar în orice formă de business, în comerțul exterior există și probleme suplimentare:

- *timpul și distanța – riscul creditului și timpul executării contractului;*
- *modificarea cursului valutei străine – riscul valutar;*
- *diferența dintre legi și reguli;*
- *dispozițiile de guvern – controlul valutar, inclusiv, riscul suveran și riscul statal.*

Putem afirma, că comerțul exterior până în prezent întâlnește în calea sa foarte multe impedimente, cu toate că, în același timp, prin prisma tendințelor generale pentru integrarea mondială, se creează diferite organizații economice și comerciale dintre țări pentru simplificarea procedurii de realizare al comerțului exterior.

În opinia autorului una din aceste simplificări am putea considera implementarea comerțului electronic în contextul comerțului exterior, deoarece Internetul a devenit un intermediar eficient între comercianții din întreaga lume. Datorită acestui fapt tranzacțiile internaționale cu bunuri și servicii au fost transformate de-a lungul lanțului de aprovizionare. Integrarea tehnologiilor informaționale și a comunicațiilor (TIC) în tranzacțiile comerciale internaționale ne-a oferit noi oportunități de eficientizare a lor pentru întreprinderi, guverne, consumatori și organizații internaționale.

Globalizarea pieței mondiale a provocat o transformare profundă a metodelor de marketing și formarea a rețelelor trans-frontiere de marketing, activitatea cărora depășește jurisdicția anumitor state. Mediul virtual al Internetului permite de a elimina restricțiile comerțului tradițional, legate de depărtarea geografică a participanților la tranzacțiile electronice și de a automatiza în totalmente procesul de vânzare.

Comerțul electronic literalmente «întoarce pe dos» marketingul, transformându-l dintr-o disciplină aplicabilă, care se concentrează pe metodele promovării mărfurilor, într-o bază instituțională a relațiilor economice virtuale. Datorită comunicațiilor nor (cloud), care dominau în modelele tradiționale de repartizare, „monștrii” corporativi cedează locul «corporațiilor non-conținut» (*hollow corporation*), care nu depind de piețele teritoriale, nici de imperfecțiunea instituțională a practicii aplicabile a normelor de drept. În economia de rețea are loc separarea funcțiilor organizării producerii directe de mărfuri și infrastructurii de promovare, care acum reprezintă domenii diferite de activitate economică cu diversificarea participanților în relațiile

instituționale. Mediul virtual al Internetului și a tehnologiilor informaționale anulează formularea opiniei lui R. H. Couse, potrivit căreia reținerile din interiorul firmelor sunt mai mici decât reținerile analogice legate de delegarea atribuțiilor executorilor externi [13, p.250]. Din cauza reducerii drastice a cheltuielilor tranzacționale pe piețele globale de consum, se formează o infrastructură principal nouă, ce formează un mediu de marketing al comerțului electronic.

Această infrastructură acoperă toate tipurile de forme și relații, legate de distribuirea mărfurilor, organizarea plăților și prestarea serviciilor comerciale, formând un strat de furnizori specializați. Ca rezultat, posibilitățile de marketing și capacitatea de concurență a subiecților comerțului electronic devin direct dependente de nivelul de dezvoltare a infrastructurii economiei de rețea.

Comerțul electronic ca sector al economiei, domeniu de activitate și obiectul al activității de analiză științifică, se vizualizează ca un sistem complex în relațiile economice internaționale. La dezvoltarea acesteia influențează un număr impunător de factori [1]. Cu anumite rezerve acestea, pot fi grupate în felul următor:

1. **Factorii economici:** stabilitatea situației macroeconomice; dinamica indicilor producerii naționale și de consum; nivelul monopolizării economiei; nivelul luptei de concurență [23, p.45]; politica fiscală a statului (povara fiscală); atractivitatea investițională (climatul); disponibilitatea sprijinului guvernamental pentru diferite sectoare ale economiei; nivelul investițiilor în dezvoltarea tehnologiilor informaționale.
2. **Factorii de infrastructură:** rata și ritmul creșterii a audienței pe internet; gradul de încredere reciprocă a participanților pieții; nivelul dezvoltării mijloacelor de efectuare a plăților electronice; nivelul potențialului intelectual în domeniul dezvoltării tehnologiilor informaționale; disponibilitatea metodelor convenabile și accesibile în livrarea mărfurilor.
3. **Factorii tehnici:** dezvoltarea tehnologiilor informaționale; nivelul standardizării protocoalelor schimbului de informații; nivelul automatizării a proceselor de business; fiabilitatea rețelei de telecomunicații.
4. **Factorii de conducere:** dinamismul în perceperea ideilor de inovare incluse de manageri; gradul de corespundere a sistemelor de pregătire a cadrelor de conducere, nivelului modern de dezvoltare a comerțului electronic [24, p.15].
5. **Factorii juridici:** nivelul de reglementare juridică a comerțului electronic; gradul de elaborare a aspectelor juridice ale protecției proprietății intelectuale și a datelor personale [12, p.82-84].

Dezvoltarea comerțului electronic provoacă inevitabil schimbări în structura economiei. În mediul virtual are loc formarea clusterelor trans-naționale, ce concentrează «industriile intelectuale și inovatoare, relațiile cu alți producători și consumatori, care sunt în dezvoltare continuă» [25].

În opinia lui Koch R. transformarea structurală a relațiilor economice duce la apariția a celor patru schimbări globale în economia mondială [14, p.279]:

- Creșterea importanței economice globale a rețelelor de afaceri, care determină avantajul competitiv pe piață.
- Separarea fluxurilor informaționale și de mărfuri, deoarece tranzacțiile sunt virtualizate și au loc independent de locul amplasării mărfurilor.
- Stratificarea economiei mondiale, datorită căreia se formează noi ramuri industriale cu creștere rapidă și rentabilitate pozitivă.
- Dezvoltarea prioritară a economiilor cu «venituri în creștere» din contul redistribuirii globale a fluxurilor de informații.

Acest lucru este în deosebi actual «în condițiile recesiunii economice» și scăderii cererii de consum, când, după cum specifică F. Kotler, obiectivul principal ar trebui să fie dezvoltarea unor «măsurii de reducere a costurilor» [21, p.27]. Ca rezultat degradează și suferă transformări comerțul tradițional cu ridicata și cu amănuntul, iar costurile tranzacționale, legate de activitatea acestora, se redistribuie între consumatori și furnizorii de servicii logistice.

Dezvoltarea economică accelerată are loc din contul reducerii lanțurilor de circuit a mărfurilor și atragerii resurselor externe de pe piețele globale. În același timp, creșterea comerțului electronic sub multe aspecte este însoțită de scăderea comerțului tradițional. În economia mondială se observă aceia, ce S. Bowles a numit «represiunea instituțională», care «are loc atunci, când prezența unei instituții perturbă funcționarea alteia» [19, p.124].

La etapa actuală, liderul mondial incontestabil în raitingul dezvoltării comerțului electronic este China. Inițial unul din factorii creșterii fenomenale a economiei chineze a fost «transparența economică, bazată pe modelul de dezvoltare orientat spre export, care presupune din contul creșterii venitului valutar, ridicarea nivelului tehnic și științifico-economic, însușirea noilor tehnologii informaționale de comunicare, introducerea schemelor moderne în industria logistică» [20, p.11-12].

Analiza efectuată, în vederea utilizării de către companii a comerțului electronic pentru internaționalizarea activității sale determină un șir de probleme, cu care se confruntă managerii companiilor și politicienii. Apariția comerțului electronic internațional a provocat schimbări majore pe piețele competitive, cu care activează atât IMM, cât și Corporațiunile Multinaționale. Internetul „împinge” multe companii la formarea resurselor personale în rețea, ceea ce la rândul său necesită decizii de gestionare semnificative, atât la nivel micro, cât și macro-nivel.

Un factor important pentru "cucerirea" cu succes a piețelor străine pentru IMM constituie necesitatea dezvoltării a capacităților acestora, cu privire la resursele tehnice și culturale. Companiile care au resurse interne pentru internaționalizarea activității sale prin intermediul Internetului, vor fi, eventual mai competitive, decât cele ce se confruntă cu lipsa lor. În primul rând această situație înaintea provocări serioase pentru managerii companiilor.

Guvernul și legislativul poate juca un rol activ în crearea și implementarea unor noi factori al mediului de afaceri pentru susținerea procesului de internaționalizare a întreprinderilor autohtone care utilizează internetul. Politicienii trebuie să înțeleagă, că dezvoltarea comerțului electronic și nivelului lui de răspândire depind de atitudinea pozitivă față de acești factori.

Întreprinderile din Republica Moldova pot utiliza un șir de factori favorabili ce s-au format pe piața contemporană pentru dezvoltarea rapidă a comerțului electronic și integrarea ei pe piața internațională. Disponibilitatea de experți cu înaltă calificare în domeniul tehnologiilor informaționale și al telecomunicațiilor, asigurarea legitimității tuturor formelor de comerț electronic din partea statului, sprijinul fiscal și juridic a industriilor inovatoare permit întreprinderilor cu diferite forme de proprietate și dimensiuni mai rapid să se asimileze în domeniul comerțului electronic internațional [4]. De perspectivă este și crearea societăților mixte și a companiilor independente în domeniul logisticii, software și a sistemelor informaționale de afaceri internaționale.

Analizând datele evaluării companiei de consultanță internațională A.T. Kearney, în anul 2015 volumul global de comerț electronic a ajuns la 994,5 miliarde de dolari, având o creștere față de anul precedent cu 16 % și a prognozat în continuare o creștere continuie. Nu este lipsit de interes și faptul, că comerțul electronic în corespundere cu așteptările experților va continua să câștige impuls și în continuare – în figura de mai jos este prezentată prognoza dezvoltării sale până în anul 2018 (Fig.3) [10].

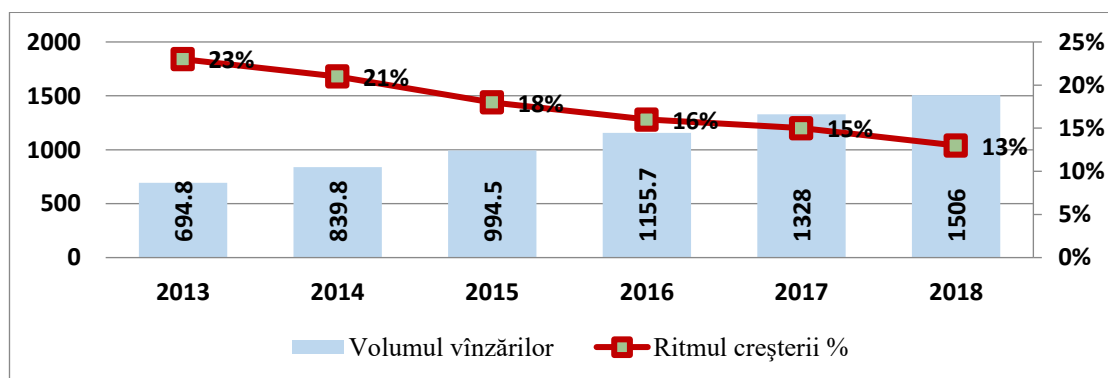


Fig.3. Dinamica volumului mondial de internet-vânzări pe perioada anilor 2013-2018 (Mld. USD)

Sursa: elaborată de autor conform [10].

Ritmul de dezvoltare al comerțului electronic este în prezent mai semnificativ, decât cel de dezvoltare a comerțului mondial în ansamblul, reflectat în activitatea Organizației Mondiale a Comerțului. Internet-magazinele se extind, se încadrează pe piețele noi, propun o gamă din ce în ce mai variată de produse. Conform estimărilor efectuate de Internet Society (ISOC) în anul 2015 numărul utilizatorilor de internet, înregistrați în lume a depășit 3 miliarde de oameni și anual această număr este în creștere în mediu cu 12%. Este de menționat faptul, că cea mai mare parte a creșterii are loc nu în țările dezvoltate ci în țările în curs de dezvoltare, inclusiv cele slab dezvoltate, cum ar fi Africa de Sud, Centrală și Pacificul [15].

De asemenea, o tendință importantă se manifestă prin utilizarea tot mai mare a varietății de dispozitive mobile. Numărul de proprietari de smartphone-uri în țările în curs de dezvoltare este mai mare decât în cele dezvoltate. Prețul la telefonie inteligentă este în permanentă scădere. Conform prognozelor Băncii Mondiale, până în 2020, suplimentar, încă un miliard de oameni vor avea acces la internet și anume din contul creșterii utilizării dispozitivelor mobile [10].

În opinia autorului, comerțul electronic în lumea modernă și-a conturat un caracter global și ramificat. S-a evidențiat un proces rapid de internaționalizare, inclusiv și al globalizării piețelor, care se manifestă printr-o tranzacție triplă: companiile de producere a mărfurilor sunt deserviți de furnizorii din țara contractantă; organizează operațiuni de asamblare în altă țară, iar produsul finit îl pot vinde în țara terță. Posibilitatea de a procura mărfuri prin intermediul Internetului, asigură însoțirea și supravegherea acestora "de la ușă la ușă"; efectuarea plăților electronice, posibilitatea desfășurării unei publicități ample, organizarea și menținerea relațiilor de afaceri, conduce lumea la un nou fenomen global, sub denumirea de "digital" sau "noua" economie.

Analizând exemplul celor mai mari puteri ale lumii autorul demonstrează, că comerțul electronic a ocupat un loc sigur în sistemul priorităților de bază ale țărilor lider din sistemul mondial. Deja dispar îndoielile experților și politicienilor în vederea utilității comerțului electronic ca o manivelă puternică a creșterii economice, sau ca o platformă necesară pentru trecerea economiilor naționale la un nivel nou mai calitativ de dezvoltare. Astfel, elanul principal a celor mai mari puteri ale lumii, constă în a-și asigura pozițiile de lider și control al mediului informațional la nivel mondial, fapt care ar fi un factor decisiv în echilibrul celor mai mari forțe din lume.

Concurența dintre comerțul electronic și cel tradițional pe piață prezintă un aspect nou comparativ cu analiza clasică a concurenței, deoarece aceste două tipuri de forme concurează între ele, dar se confirmă cu diferite constrângeri, în special cu cea geografică. Pentru comerțul tradițional proximitatea consumatorilor este esențială, deoarece ea determină alegerea consumatorilor de a se deplasa sau nu până la magazin. Dimpotrivă, în comerțul electronic aceasta

constrângere nu mai acționează, din moment ce consumatorul poate să acceseze un ansamblu de site-uri de vânzare în rețea [2].

Vom considera un model de concurență dintre două firme: una provine din comerțul electronic și alta provine din comerțul tradițional. Vom evalua impactul introducerii unei firme de comerț electronic la nivel de concurență și vom evidenția avantajele comparative dintre cele două forme de comerț. Evident, există diferite caracteristici ce trebuie luate în considerație în studiul concurenței între un web site și un magazin fix: încrederea consumatorilor în sistemele de plăți online, loialitatea față de un brand, etc. În model ne vom axa asupra aspectului geografic din două motive. În primul rând, costurile logistice sunt relevante pentru determinarea prețurilor firmelor online și în al doilea rând, livrarea la domiciliu este unul din elementele principale din punct de vedere al consumatorilor.

Fie ca două firme notate prin i (pentru comerț electronic) și m (pentru magazinul fix) oferă același bun omogen. Ele sunt situate la capetele unui segment de lungime unu, respectiv în punctele 0 și 1. Se presupune că clienții sunt repartizați uniform de-a lungul acestui segment și consumă fiecare o unitate de produs. Așa cum produsul este omogen, consumatorul procură bunul respectiv la firma, care v-a oferi cel mai mic preț (inclusiv transportul).

Fie c_i – prețul site-ului, c_m – cel al magazinului fix, $p(x)$ – prețul de transport până la consumatorul ce se află la distanța x (de regulă, se presupune direct proporțional cu distanța x , $p(x) = p \cdot x$). Astfel pentru consumatorul x_0 , căruia îi este indiferent de la care magazin procură bunul, avem

$$c_i = c_m + p(1 - x_0) \quad (1.1)$$

În cazul produselor personalizate cerințele consumatorului sunt satisfăcute perfect și el este gata să achite un preț mai mare pentru acest serviciu (similar includerea prețului de livrare în modelul studiat; T poate fi interpretat ca costul pentru a face un bun ideal pentru consumator).

În cazul produsului standardizat, prețul lui poate fi mai mic, dar el nu corespunde exact preferințelor consumatorului (similar cheltuielilor de transport în modelul studiat, t poate fi interpretat ca atașamentul consumatorului față de produsul ideal).

Această problemă este de asemenea relevantă comerțului electronic, deoarece tot mai mulți vânzători în rețea propun produse personalizate.

Rezultatele modelului analizat se transpun simplu în cazul modelului cu produse personalizate (aici studiul dintre t și T nu este relevant).

Astfel autorul a demonstrat că:

- cu cât mai atașați sunt consumatorii de produsul ideal, cu atât firma de comerț electronic obține un profit mai mare. Acest lucru este relevant nu doar pentru firma de comerț electronic, dar și pentru magazinul fix, deși cota lui pe piață scade;
- alegerea unui preț unic produsului personalizat pentru toți consumatorii oferă un avantaj strategic firmei de comerț electronic.

Concluzii:

- s-a demonstrat că deși vânzătorul online propune un preț fix ce include livrarea la domiciliu, indiferent de locația consumatorului, existența costurilor de transport pentru consumatori împiedică o concurență perfectă;
- tarifarea uniformă la livrarea produsului oferă un avantaj strategic firmei de comerț electronic;
- modelul poate fi aplicat și în cazul produselor personalizate, el ilustrează concurența între firma online ce propune produse „pe lista” cu cele ce propun un singur produs.

Obiectivele finale ale cercetării sunt concepute în elaborarea complexului de măsuri în vederea desăvârșirii comerțului exterior al Republicii Moldova și abordarea științifică a oportunităților propuse în mecanismul de derulare al relațiilor electronice de export/ import privind sporirea eficienței relațiilor de comerț electronic ale țării pe piața mondială; identificarea perspectivelor de dezvoltare al comerțului exterior în Republica Moldova prin implimentarea e-comerțului; cercetarea comparativă a metodicilor de content tradiționale și propunerea dezvoltării Sistemelor de Recomandare cu priorități incluse, care sunt orientate spre furnizarea informației necesare consumătorului în timp real; analiza metodelor de securitate economico-informațională.

Rezultatele obținute pe deplin argumentează sarcinile propuse de autor și nominalizează complexul de măsuri în vederea desăvârșirii și implementării rezultatelor obținute. Cele expuse se reflectă în **Capitolul 3, „Complexul de măsuri în vederea desăvârșirii comerțului exterior în Republica Moldova prin prisma dezvoltării tehnologiilor informaționale”** și anume în punctele: reperele de dezvoltare a comerțului Republicii Moldova la începutul secolului XXI; eficientizarea comerțului prin implementarea e-comerțului; noi generații de sisteme de recomandare și algoritmi, implementate în comerțul electronic întru eficientizarea acestuia; securizarea electronică națională și estimarea riscurilor electronice în spațiul economic.

Rezultatele propuse pentru susținerea publică posedă o valoare științifico-practică, se desemnează printr-o nouă științifică și originalitate, mai cu seamă soluțiile și recomandările propuse sunt cu succes aprobate la Întreprinderea de Stat „Centrul Resurselor Informaționale de Stat „Registru”, Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova și de către Societatea cu Răspundere

Limitată „Integra Logistic”, ceea ce v-a permite perfecționarea politicii comerciale în vederea reglementării la nivel de stat în domeniul comerțului exterior și în așa mod v-a accelera creșterea dezvoltării economice al Republicii Moldova.

Experții afirmă că structura comerțului exterior, în special a exporturilor, este un indicator al nivelului de dezvoltare și stabilitatea țării respective. În Republica Moldova, exportul este asigurat de mai mult de o treime din reexport. Sarcina principală la momentul dat pentru economia Republicii Moldova este de a crește competitivitatea și eficiența țării, inclusiv și prin intensificarea tranzacțiilor comerciale ceea ce va permite companiilor locale să reziste la presiunea producătorilor la nivel mondial. Pentru a accelera reformele structurale în vederea îmbunătățirii climatului investițional și mediului de afaceri, este necesar de a implementa programe naționale pentru dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii prin promovarea exportului.

Reieșind din situația în care se află comerțul țării la etapa actuală, autorul a formulat unele direcții de promovare ale politicii comerciale externe în Republica Moldova, care în opinia lui ar asigura o sporire a operațiunilor de export–import.

Una din direcțiile de eficientizare a problemelor aferente comerțului exterior ar putea fi implementarea și dezvoltarea comerțului electronic, din motivul că astăzi Internetul a devenit un intermediar eficient între comercianții din întreaga lume. Analiza situației referitor la dezvoltarea și implementarea comerțului electronic în Republica Moldova este dificilă, deoarece în formele de date statistice primare domeniul nu este evidențiat aparte. Reieșind din aceste considerente, au fost prezentate unele informații de ordin general.

Piața comerțului exterior electronic din Republica Moldova se află la o etapă activă de dezvoltare. La momentul actual tot mai mulți agenți economici conștientizează beneficiile de la transpunere a afacerii lor în afaceri online (ceea ce nu exclude dezvoltarea paralelă a afacerilor tradiționale).

Comerțul electronic în segmentul afacerilor permite, de a primi comenzi fără atragerea personalului suplimentar, în efectuarea comerțului exterior pe diferite piețe și țări. Cumpărătorului îi este mai ușor și mai rapid de a găsi produsele necesare pe internet și de a compara ofertele diferiților furnizori, precum este prețul, condițiile de livrare, care de obicei sunt mai acceptabile. Conexiunea disponibilă online ca un canal suplimentar de vânzări pentru întreprinderi este justificat, în special în fața crizei economice din Moldova

Internetul contemporan oferă utilizatorului o cantitate enormă de informație diversificată, în care este tot mai dificil de orientat și navigat, iar sistemele clasice de căutare și sistematizare a informației nu mai verifică necesitățile utilizatorului. Ca urmare au apărut așa numitele Sisteme de Recomandare (SR), orientate spre furnizarea de informații la maxim posibil verificând

interesele utilizatorului. SR reprezintă soft-uri prin intermediul cărora se încearcă de a elabora pronosticuri referitor ce bunuri și/ sau servicii (cărți, filme, algoritmi, hoteluri, restaurante, etc.) ar putea dori utilizatorul, având anumite informații despre profilul lui[3].

În acest context autorul:

- a efectuat analiza comparativă a metodicilor de content atât tradiționale (bazate pe principiul de căutare a informației) cât și celor ce sunt bazate pe învățarea automată sau analiza statistică.
- a analizat abordarea probalistică a SR bazate pe implimentarea analizei Bayes, lanțurilor Markov și metodei Monte-Carlo în baza cărora se propune dezvoltarea Sistemelor de Recomandare cu priorități incluse, avantajul cărora constă în faptul, că modelele de deservire cu priorități iau în considerație diferite pierderi de timp și sunt invariante în raport cu funcțiile de repartiție a variabilelor aleatoare care participă la formalizarea evoluției sistemului.

Perfecționarea în continuare a SR este necesară pentru o utilizare mai vastă și mai efectivă în situații reale pentru elaborarea de recomandări ce se referă de exemplu, la călătorii, servicii financiare pentru investitori, mărfuri în magazine procurate prin intermediul cardului „inteligent” al consumatorului, diferite servicii. Devin necesare metode noi pentru urmărirea comportamentului consumatorului și informația propusă lui, modele performante de elaborare a recomandărilor, ce includ în sine informația referitor la contextul de procurare, utilizarea unui sistem multifactorial de estimare, reguli speciale de prioritate, modele de comportament virtual, la fel ca și folosirea sau adoptarea diferitor compartimente ale matematicii contemporane, ce ar permite elaborarea unor SR mai flexibile și mai puțin sofisticate.

Se propune modelul de SR cu priorități incluse. Este normal că în anumite condiții unele cereri sau clase de cereri să posede anumite privilegii în deservire. Măsura acestor privilegii se numește prioritate. Prioritatea poate fi introdusă atât din exteriorul sistemului cât și din interiorul lui în dependență de anumite circumstanțe, mai mult,ca atât pot fi considerate priorități dinamice – priorități ce se schimbă în dependență de starea sistemului. Dezvoltarea SR cu priorități poate fi justificată și de faptul demonstrării că din toate recomandările legate de deservire a cererilor, deservirea cu priorități este optimală [3].

În concluzie putem afirma că cel mai important avantaj al SR cu priorități constă în semimarkovitatea disciplinelor de prioritate generalizate, ceea ce înseamnă, că ele sunt invariante în raport cu tipul funcțiilor de repartiție. Este propusă dezvoltarea de Sisteme de Recomandare cu priorități incluse, avantajul cărora constă în faptul, că modelele de deservire cu priorități iau în considerație diferite pierderi de timp și sunt invariante în raport cu funcțiile de repartiție.

Valorificarea potențialului economic al Republicii Moldova în vederea utilizării comerțului electronic este posibilă prin dezvoltarea și răspândirea rapidă a tehnologiilor informaționale care la rândul lor prevăd și crearea unui complex de măsuri cu referire la securizarea electronică.

În opinia autorului direcțiile strategice și curente ale politicii interne și externe de stat în domeniul asigurării securității informaționale se formează în baza intereselor naționale de bază ale statului în domeniul informațional, precum și ținând cont de pericolele pentru securitatea informațională [7, p.34]. Drept urmare, aceste măsuri primordiale de realizare a politicii de stat privind asigurarea securității informaționale ar putea fi:

- a) perfecționarea legislației privind asigurarea securității informaționale a Republicii Moldova, prevenirea și combaterea crimelor informatice, protecția proprietății intelectuale și a datelor cu caracter personal;
- b) elaborarea și realizarea programului național privind crearea sistemului complex unic de protecție a informației în Republica Moldova, crearea sistemelor de stat de protecție tehnică și criptografică a informației;
- c) elaborarea și realizarea programului național de creare a sistemului național modern de comunicații guvernamentale (legătura securizată internațională (pe segmentul național), interurbană, orășenească, mobilă, specială, de campanie);
- d) elaborarea și realizarea programului național de pregătire a cadrelor în domeniul asigurării securității informaționale;
- e) armonizarea standardelor naționale în domeniul informatizării și securității informaționale cu standardele internaționale;
- f) elaborarea și promovarea politicii de stat și de exercitare a controlului în domeniul aplicării tuturor tipurilor de semnături electronice.

În concluzie putem să enunțăm faptul că, dezvoltarea rapidă a tehnologiilor de informații și comunicare, au condus la crearea unui spațiu cibernetic dinamic fără frontiere.

III.CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

În urma obiectivelor stabilite și a cercetării efectuate a fost soluționată problema științifică de identificare a procedurilor de eficientizare al comerțului exterior fapt, ce a determinat implementarea și dezvoltarea comerțului electronic în vederea creării unei direcții eficiente în epoca proceselor de globalizare. Ca rezultat al soluționării acestei probleme autorul tezei a formulat o serie de **concluzii generale**, precum:

1. Derularea eficientă a activității în domeniul comerțului exterior necesită studierea și cunoașterea teoriilor aferente comerțului internațional. Rămâne vădit faptul că orice agent

economic participant la relațiile economice internaționale trebuie să analizeze profund eficiența fluxurilor comerciale cu partenerii străini, asigurând argumentarea științifică a deciziilor în baza selectării variantelor optime în operațiunile de export-import.

2. În procesul de gestiune strategică a activității de comerț exterior este important de a evalua rezultatele implementării strategiei de dezvoltare a altor state potrivit unui sistem de indicatori care să permită rapiditate, flexibilitate și corectitudine în luarea deciziilor.

3. Implementarea noilor metode de comerț va deschide noi piețe de desfacere. În plus, comerțul electronic va permite reducerea la minimum a costurilor de distribuție, minimalizând tranzacțiile pe hârtie sau chiar înlocuindu-le în întregime prin tranzacțiile electronice.

4. Dezvoltarea comerțului electronic impune următoarele aspecte necesare în vederea desfășurării unui cadru legislativ adecvat: transferul electronic de fonduri, utilizarea cardurilor de debit/credit, liberalizarea telecomunicațiilor, recunoașterea documentelor electronice, protecția consumatorilor.

5. La momentul actual, comerțul electronic este o formă modernă a afacerilor care este orientată spre satisfacerea necesităților consumatorilor finali, ce constă atât în realizarea actelor de comerț și a operațiilor de logistică comercială, cât și în realizarea unor acțiuni de marketing menite să asigure raționalitatea fluxului de mărfuri cu „răspuns eficient consumatorului” în timp real.

6. În mediul virtual businessul electronic este trans-național și trans-frontier, astfel participanții la businessul virtual, pot migra ușor dintr-o jurisdicție în alta.

7. Piața comerțului exterior electronic din Republica Moldova se află la o etapă activă de dezvoltare. La momentul actual tot mai mulți agenți economici conștientizează beneficiile din transpunerea afacerii lor în afacere online (ceea ce nu exclude dezvoltarea paralelă a afacerilor tradiționale). Conexiunea disponibilă online ca un canal suplimentar de vânzări pentru întreprinderi este justificată în special, în situații economice dificile.

8. Înțelegerea importanței și avantajele pieței de comerț electronic în Republica Moldova va ajuta multe întreprinderi și antreprenori de a se încadra în noua economie, pentru a dezvolta businessul propriu, iar consumatorilor de-a obține bunuri în condiții favorabile și optime.

9. Agenții economici trebuie să sesizeze că implementarea comerțului electronic va contribui la eficientizarea și flexibilitatea în operațiile interne, le va permite să conlucreze strâns cu diferiți furnizorii (inclusiv din exterior), să fie mai receptivi la nevoile și așteptările clienților.

În scopul sporirii dezvoltării comerțului exterior și creșterii eficienței acestuia *se recomandă:*

1. Ministerul Finanțelor în comun acord cu Ministerul Economiei să creeze un sistem sau o subdiviziune specializată care v-a elabora ciclul de proceduri eficiente în vederea simplificării și perfectării documentelor electronice standardizate pentru eliminarea riscului birocrăției.
2. Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor, Ministerului Finanțelor se recomandă constituirea unui program de măsuri în scopul gestionării costurilor de vânzări și distribuție a programelor IT, ceea ce va aduce la reducerea costurilor tranzacționale.
3. Guvernului Republicii Moldova prin interdependența Ministerului Economiei și Ministerului Finanțelor să inițieze strategia și măsurile eficiente în vederea îmbunătățirii mediului investițional și crearea facilităților pentru comerțul electronic prin: liberalizarea totală a transferurilor și plăților; simplificarea procedurilor vamale; stabilitatea sistemului fiscal; eliminarea dublei impuneri; acordarea de facilități fiscale; atragerea mai activă și stimularea investițiilor; stabilirea unor relații eficiente cu organismele internaționale, cu agenții semioficiali și neguvernamentali din domeniul investițiilor din alte țări etc.
4. Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor, în comun acord cu Guvernul Republicii Moldova să asigure realizarea Programul național al securității cibernetice al Republicii Moldova care monitorizează gradul de securitate al sistemelor informaționale economice, ceea ce este strigent necesar pentru evitarea fraudelor financiare, atacurilor hacker asupra siturilor etc.
5. Avantajarea agenților economici în utilizarea eficientă a comerțului electronic ce le v-a permite flexibilitate în operațiunile interne, și extinderea nemijlocită pe piețele externe.
6. Ministerul Economiei să formeze, coordoneze și monitorizeze centre comerciale „virtuale” de comunicare și promovare a brand-urilor naționale ceea ce v-a conduce la crearea și apariția noilor operatori de distribuție.
7. Guvernul Republicii Moldova să dezvolte comerțul electronic prin crearea unui climat favorabil afacerilor electronice și să elaboreze reglementări și ajustări legislative necesare creării unui climat prosper afacerilor electronice prin:
 - accelerarea creării sistemului de suport pentru comerțul electronic în domeniul creditării, standardelor, plăților și transportărilor;
 - îmbunătățirea accesului la informație, precum și promovarea comerțului electronic între întreprinderile mari, mijlocii și mici și a consumatorilor;
 - îmbunătățirea bazei tehnice și a sistemului de servicii a comerțului electronic;
 - promovarea necesității pregătirii cadrelor în domeniul comerțului electronic;
 - lărgirea cooperării internaționale, legate de comerțul electronic;

- contribuția participării businessului electronic la expozițiile comerciale internaționale de producere.
8. Elaborarea, promovarea și aplicarea unei inițiative legislative cu privire la protecția consumatorului în rețeaua Internet.

IV.BIBLIOGRAFIA

1. **Bădărău Elena**. Comerțul electronic –componentă de bază a comerțului modern. În: Studia universitatis. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău 2010, CEP USM , Nr.2(32), p.294-296.
2. **Bădărău Elena**. Concurența: e-com versus comerțului traditional. În: Economie și sociologie. Revistă științifică. Chișinău: 2014, nr.3, p.190-200.
3. **Bădărău Elena**, Mișcoi G. Noi generații de sisteme de recomandare și algoritmi pentru implementarea lor în comerțul electronic. În: Studia universitatis. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău 2015, nr.2(82) p.130-140.
4. **Bădărău Elena**, Andreeva Tatiana. Prospect of cyber marketing. În: Anuarul Științific IRIM. Chișinău, 2008, vol.VI, p.105-111.
5. **Bădărău Elena**, Ceban Angela. Inovarea ca direcție prioritară în creșterea economică. În : Relații Internaționale Plus. Revistă Științifico-practică Nr.1(9) Chișinău 2016, p.122-131.
6. **Bădărău Elena**, Ceban Angela. Eficiența și eficacitatea-cerință esențială a economiei. În : Conferința științifico-practică internațională « Particularitățile dezvoltării economiei mondiale în condițiile globalizării » 15 aprilie 2016, IRIM p.227-233.
7. **Bădărău Elena**, Bîrgău Mihai, Gureu Valeriu. Securitatea tehnologiilor informaționale. Note de curs. Chișinău 2016, 159 p.
8. Bibere C. Comerț electronic-provocare a mileniului III. În revista științifică Scintia nr.7/2004 p.31-58.
9. Galben I., Roșca P. Inovarea și cercetarea – factori cheie în sporirea competitivității produselor pe piața internațională. În: Materialele Conferinței științifice internațională cu tema „Transport: economie, inginerie și management” din 16-17.10.2009. Chișinău: UTM, 2009, p. 33-41.
1. At. Kearney Statistics Report <https://www.atkearney.com/> accesat la 4.10.2016
2. Global Competition. The new Reality Report of the President's Commission in Industrial Competitiveness. Washington, 1985, p. 6-7.
3. Gillies L.E. Electronic commerce and international private law: A study of electronic consumer contracts. Farnham: Ashgate Publishing, 2008, pag. 82-84
4. Katz A., Thisse J.-F. Spatial Oligopolies with Uniform Delivered Pricing, Hohte et J.-F. Thisse (eds), Does Economic Space Matter? St Martin's Press, New York, 2013, p.7-13.
5. Koch R. The Financial Times guide to strategy: how to create and pursue a winning strategy. 4th ed. – London: Prentice Hall, 2011. pag. 279
6. Ohlin B. Interregional and International Trade. Cambridge: Harvard University Press, 1933, 520 p.
7. Porter M. The Competitive Advantage of Nations. New York: The Free Press, 1990, 855 p.
8. UNCTAD Statistics Report <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>. accesat la 4.05.2016
9. WorldWaideTehnology. Statistics Report <https://www2.wwt.com/> acesat la 10.11.2016
10. Боулз С. Микроэкономика. Поведение, институты и эволюция. Издательство Дело. Москва, 2011. с. 470.

11. Жуджунь Д., Ковалев М.М., Новик В.В. Феномен экономического развития Китая. Белорусский Государственный Университет, Издательство БГУ, Минск, 2008. с. 345
12. Левитт Т. Глобальные рынки: http://www.labex.ru/page/osnmeqdmak_17.html. accesat la 2.05.2016
13. Кастельс М. Глобальна ли глобальная экономика? Журнал: Экономические стратегии. Номер 7, июль - август. Москва, 2001 г. с. 16.
14. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Профессиональное издание: Вильямс, Москва 2009, с.45.
15. Панкина Т.В. Теоретико-методическое обеспечение процесса развития электронной торговли в малом бизнесе. Диссертация канд. экон. наук. РЭУ, Москва, 2011, с.15.
16. Стрелец И.А. Сетевая экономика. Издательство Эксмо, Москва, 2006, с. 172.

V. LISTA LUCRĂRILOR PUBLICATE LA TEMA TEZEI

Articole în reviste științifice cu recenzenți

1. Bădărău Elena. Aplicarea tehnologiilor informaționale în domeniul comerțului electronic. În: *Studia universitatis*. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău 2009, 26 mai, Nr.2(22), p.207-209, 0,17 c.a, ISSN 1857-2073.
2. Bădărău Elena. Perspective de reducere a riscului în comerț electronic. În: *Studia universitatis*. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău: 2009, 26 mai, Nr.2(22), p.210-211, 0,11 c.a, ISSN 1857-2073.
3. Bădărău Elena. Проблемы электронного денежного обращения в Республике Молдова. În: *Studia universitatis*. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău: 2009, 30 noiembrie, Nr.7(27), p.255-258, 0,22 c.a, ISSN 1857-2073.
4. Bădărău Elena. Problemele eficientizării comerțului la începutul secolului XXI. În: *Studia universitatis*. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău 2010, 30 martie, Nr.2(32), p.290-293, 0,22 c.a, ISSN 1857-2073.
5. Bădărău Elena. Comerțul electronic-componentă de bază a comerțului modern. În: *Studia universitatis*. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău 2010, CEP USM, 30 martie, Nr.2(32), p.294-296, 0,17 c.a, ISSN 1857-2073.
6. Bădărău Elena. Concurență: e-com versus comerțul tradițional. În: *Economie și sociologie*. Revistă științifică. Chișinău: 2014, nr.3, p.190-200, 0,61 c.a, ISSN 1857-4130
7. Bădărău Elena, Gribincea Alexandru. Securizarea electronică națională și estimarea riscurilor electronice în spațiu economic. În revistă științifică: *Economica*, nr 1.(91)₂ martie 2015, p.7-22, 0,88 c.a, ISSN 1810-9136.
8. Bădărău Elena. Securitatea națională și diminuarea riscurilor cibernetice. În revista științifico-didactică În: *Economie și sociologie*. Revistă științifică. Chișinău 2014, nr.4, p.85-103, 1,0 c.a ISSN 1857-4130.
9. Bădărău Elena, Mișcoi Gheorghe. Noi generații de sisteme de recomandare și algoritmi pentru implementarea lor în comerțul electronic. În: *Studia universitatis*. Revistă științifică. Seria: Științe exacte și economice. Chișinău 2015, nr.2(82) p.130-140, 0,5 c.a ISSN 1857-2073
10. Bădărău Elena, Ceban Angela. Inovarea ca direcție prioritară în creșterea economică. În: *Relații Internaționale Plus*. Revistă Științifico-practică Nr.1(9) Chișinău 2016, IRIM, p.122-131, 0,4 c.a, ISSN 1857-4440.
11. Bădărău Elena. Metode și practici de securizare a informației. În: *Relații Internaționale Plus*. Revistă Științifico-practică Nr.1(9) Chișinău 2016, IRIM, p.141-146, 0,2 c.a, ISSN 1857-4440.

Materiale ale comunicărilor științifice

1. Bădărău Elena. Procesul de aderare a Republicii Moldova la Uniunea-Europeană—crearea unui sistem informațional unic. În: Conferința științifico- practică internațională „Dreptul național în contextul proceselor integraționiste europene” din 22 decembrie 2007 IRIM p. 349-351. (0,2 c.a.). ISBN 978-9975-9699-5-6.
2. Bădărău Elena. Aplicarea tehnologiilor informaționale în domeniul comerțului electronic. În: Conferința științifico- practică internațională ”Criza economică mondială: Protejarea și promovarea producătorului din Republica Moldova” din 21 noiembrie 2008 IRIM Chișinău p.198 – 201. (0,75 c.a.). ISBN 978-9975-9764-4-2.
3. Bădărău Elena. Unele probleme juridice privind folosirea numelui de domen în Internet. În: Conferința științifico- practică internațională „Dimensiunea economico-juridică a globalizării” din 16 mai 2008 IRIM. Chișinău. p. 215 – 221. (0,25 c.a.).ISBN 978-9975-9699-7-0.
4. Bădărău Elena. Folosirea numelui de domen în Internet. În: Conferința științifică a masteranzilor și doctoranzilor” Cercetare și inovare-perspective de evoluție și integrare europeană” din 23 septembrie 2009 Chișinău CEP USM, C.297-298.(0,25c.a.). ISBN 978-9975- 70-865-4.
5. Bădărău E. Преимущества и перспективы электронной торговли. În: Conferință științifică „ Un deceniu de realizări și experiență a parteneriatului și cooperării Republicii Moldova cu Comunitățile Europene și Statele lor membre” din 20-23 octombrie 2014 Chișinău 2014.USEM C.146-152 (0,4c.a.). ISBN 978-9975-3041-2-2.
6. Bădărău E. Ceban A. Eficiența și eficacitatea – cerință esențială a economiei. În : Conferința științifico-practică internațională « Particularitățile dezvoltării economiei mondiale în condițiile globalizării » 15 aprilie 2016 p.228-234, (0,33) ISBN 978-9975-3092-7-1.

ADNOTARE

la teza de doctor în științe economice cu tema
„Eficientizarea comerțului exterior la începutul secolului XXI”
Bădărău Elena, Chișinău, 2017

Structura tezei constă din: introducere, trei capitole divizate în subcapitole, concluzii și recomandări, bibliografie 126 surse, 150 pagini text de bază, 26 figuri, 6 tabele, 46 formule, 16 anexe. Rezultatele cercetării sunt reflectate în 20 publicații.

Cuvintele-cheie: comerț exterior, investiții, inovare-cercetare, contracte internaționale, riscuri, prețuri, eficiență economică, comerț electronic, securitatea informațională.

Domeniul de studiu al tezei: 521.02 - Economie Mondială și Relații Economice Internaționale.

Scopul și obiectivele de cercetare impun identificarea căilor de eficientizare economică a relațiilor comerciale externe ale Republicii Moldova pe piața mondială și elaborarea recomandărilor teoretico-practice privind dezvoltarea durabilă ale acestor relații, promovând comerțul electronic și sporind eficiența lui. Scopul principal al tezei constituie scoaterea în evidență a problemelor apărute în vederea eficientizării comerțului exterior și stabilirea direcțiilor de dezvoltare a relațiilor comerciale internaționale prin expunerea comerțului electronic ca modalitate de dezvoltare a acestora.

Noutatea și originalitatea științifică a lucrării constă în tratarea sistemică a principalelor teorii contemporane privind comerțul exterior; evidențierea rolului tehnologiilor informaționale în Noua Economie; argumentarea aplicării sistemului de comerț electronic în baza experienței altor țări; demonstrarea modelului de interpretare matematică a avantajelor comparative al firmelor favorizate de comerț electronic vizavi de firma tradițională; determinarea principalilor direcții de sporire a eficienței comerțului exterior autohton; identificarea perspectivelor de dezvoltare a comerțului exterior în Republica Moldova prin implementarea e-comerțului; propunerea dezvoltării noilor sisteme de recomandare cu priorități în vederea eficientizării comerțului electronic; delimitarea măsurilor primordiale de realizare a politicii de stat privind asigurarea securității informaționale în Republica Moldova.

Problema științifică soluționată constă în: identificarea proceselor de eficientizare a comerțului exterior și rolului comerțului electronic în epoca proceselor de globalizare, ceea ce va permite aplicabilitatea și creșterea economică a RM prin utilizarea metodelor moderne în tranzacțiile comerciale ale țării. Sunt propuse soluții la actualele provocări în contextul dezvoltării economice a RM.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. În teză se propune o metodologie științifică argumentată de analiză multilaterală a indicatorilor dezvoltării comerțului electronic care poate fi pusă la baza elaborării unor programe, direcții, principii de organizare și promovare eficiență a politicii comerciale externe al Republicii Moldova. Propunerile autorului pot fi utilizate în procesul de instruire a cadrelor în domeniul relațiilor economice internaționale de către instituțiile de învățământ superior.

Implementarea rezultatelor științifice: unele recomandări au fost implementate în Întreprinderea de Stat „Centrul Resurselor Informaționale de Stat „Registru”, Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova și de către Societatea cu Răspundere Limitată „Integra Logistic”.

АННОТАЦИЯ

диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук на тему
«Эффективность внешней торговли в начале XXI века»
Бэдэрэу Елена, Кишинев, 2017

Структура диссертации: состоит из введения, трех глав, разделенных на подразделы, выводов и рекомендаций, библиографии источников 126, основной текст 150 страницы, рисунки 26, 6 таблиц, 46 формул, 16 приложений. Результаты исследования опубликованы в 20 научных работах.

Ключевые слова: внешняя торговля, инвестиционные, инновационные, научно-исследовательские, международные контракты, риски, цены, экономическая эффективность, электронная торговля, безопасность данных.

Область исследования: 521.02 - Мировая Экономика и Международные Экономические Отношения.

Цель и задачи исследования: основных научных направлений работы является повышение экономической эффективности путем стимулирования электронной коммерции в национальной внешней торговли.

Научная новизна и оригинальность исследования состоит: в системном изучении основных современных теории о внешней торговли; выявление роли информационных технологии в новой экономике; аргументирование применения системы электронной торговли на основе опыта других стран; создание модели для математического интерпретирования сравнительных преимуществ фирм электронной торговли относительно традиционных фирм; определение основных направлений повышения эффективности внешней торговли страны; идентифицирование новых путей развития внешней торговли путем внедрения электронной торговли; разработка новых рекомендательных систем с приоритетами путем формулирования разработанных автором алгоритмов для эффективности электронной торговли; выявление основных мер для разработки государственной политики относительно обеспечения информационной безопасности электронной торговли в Республике Молдова.

Решение научной проблемы: заключается в определении процессов эффективности внешней торговли и роль электронной торговли в эпоху глобализации, которые позволят применимость и рост экономики в РМ путем внедрения современных методов в коммерческие операции страны. Анализированы ряд решения текущих задач на основе экономического развития Республики Молдова.

Теоретическая значимость и практическая ценность исследования: в диссертации предложена научная методика, основанная на аргументации анализа многосторонних показателей развития электронной коммерции, которые могут быть основами программ развития, стратегии, принципами организации и продвижения эффективной внешнеэкономической политики Республики Молдова.

Внедрение результатов научных исследований: часть рекомендаций были внедрены в Государственное Предприятие «Центр государственных информационных ресурсов «Registru», в Министерстве Финансов Республики Молдовы, и О.О.О. «Integra Logistic».

ANNOTATION
to the PhD dissertation in economic science
“Foreign trade efficiency at the beginning of the 21 century”
Bdarau Elena, Chisinau, 2017

The structure of the thesis consists of: introduction, three chapters divided in subchapters, conclusions and recommendations, 126 sources of bibliography, 150 pages of basic texts, 26 figures, 6 charts, 46 formulas, and 16 appendices. The results of the research are in 20 the publications.

The key-words: foreign trade, investments, innovation-research, international contracts, risks, prices, economic efficiency, electronic trade, informational security.

The field of study of the thesis: 521.02 – Global Economics and International Economic Relations.

The aims and objectives of the research impose the identification of the ways of the economic efficiency of the foreign trade relations of the Republic of Moldova on the world market and the elaboration of theoretical-practical recommendations concerning the strong development of these relations, promoting the electronic trade and increasing its efficiency. The main aim of the thesis constitutes the accentuation of the problems appeared in efficiency of foreign trade and the establishment of the directions of development of foreign trade relations by displaying the electronic trade as a way of their development.

The originality of scientific research consists in the systemic processing of main contemporary theories concerning foreign trade ; the accentuation of the informational technology role in the New Economy ; the argumentation of the practice of electronic trade system based on the experience of other countries; the elaboration of the mathematical interpretation pattern of comparative advantage of the firms prospered by the electronic trade opposite the traditional firm; the determination of the main directions of increasing the efficiency of the autochthonous foreign trade; the identification of the developing perspectives of foreign trade in the Republic of Moldova through implementation of e-trade; the elaboration of new systems of recommendation with priorities in formulation of algorithms concerning the efficiency of the electronic trade; delimitation of primordial actions in elaboration of state politics concerning the insurance of informational security of the Republic of Moldova.

The solved scientific problem consists in: the identification of the processes of foreign trade efficiency and the role of electronic trade in the age of globalization, thing that will allow the applicability and economic increase of the Republic of Moldova by using the modern methods in the trade transactions of the country. There are suggested solutions for the actual challenges in the framework of the economical development of the Republic of Moldova.

The theoretical signification and the practical value of the research. In the thesis it is offered a scientific methodology with arguments of multilateral analysis of development of the indicators of electronic trade that can be put on the basis of elaboration of some programs, directions, principles of organization and efficient promotion of foreign trade politics of the Republic of Moldova. The suggestions of the author can be used in the process of staff training in foreign trade relations field by institutions of higher education.

The implementation of scientific results: some recommendations were implemented in the government industry “The Centre of Informational State resource “Registry”, The Ministry of Finance of the Republic of Moldova and by Limited Company “Integra Logistic”.

BĂDĂRĂU ELENA
EFICIENTIZAREA COMERȚULUI EXTERIOR LA ÎNCEPUTUL SECOLULUI
XXI

Specialitatea 521.02 - Economie mondială;
relații economice internaționale

AUTOREFERATUL

tezei de doctor în economie

Aprobat spre tipar: 22.06.2017

Formatul hârtiei 60x84 1/16

Hârtie ofset. Tipar ofset.

Tiraj ex. 50

Coli de tipar 1,0

Comanda nr.

Tipografia Print-Caro, or. Chișinău ,str. Astronom Nicolae Donici, 14

Republica Moldova

Chișinău, 2017