

SITUAȚIA PE PIAȚA AUTOHTONĂ ȘI COMPETITIVITATEA BUNURILOR

*Tatiana GUTIUM[®], cercetător științific,
Institutul Național de Cercetări Economice, Republica Moldova*

Republica Moldova este o economie deschisă cu un grad înalt de deschidere a pieței interne pentru bunurile importate. Cu toate că Moldova este o țară agrară, care nu deține așa ramuri ca metalurgia, industria constructoare de mașini, totuși, bunurile de import predomină nu numai pe piața bunurilor industriale, dar și pe piața produselor agroalimentare. Cu cât ponderea bunurilor autohtone pe piața internă este mai mică, cu atât va fi mai mică cifra de afaceri a agenților economici autohtoni și nivelul Produsului Intern Brut. Cota bunurilor autohtone pe piața internă depinde de competitivitatea lor. Prin urmare, este actuală studierea tandemului dintre piața internă și competitivitatea bunurilor autohtone. Scopul propus al cercetării este analiza comerțului intern și estimarea competitivității bunurilor autohtone. În procesul de cercetare sunt utilizate metodele teoretice și metodele empirice. Rezultatul cercetării este elaborarea măsurilor pentru majorarea atât a competitivității bunurilor, cât și pentru sporirea cotei bunurilor autohtone pe piața internă.

Cuvinte-cheie: piața autohtonă; comerțul interior de bunuri; valoarea vânzărilor de mărfuri cu amănuntul; competitivitatea bunurilor; avantaje; dezavantaje.

The Republic of Moldova is an open economy with a high degree of openness of the internal market for imported goods. Although Moldova is an agrarian country, which does not have such branches as metallurgy, machinery industry, however imported goods predominate not only in the industrial goods market but also on the foodstuff products market. The lower the share of indigenous goods in the internal market, the lower will be the turnover of domestic economic agents and the level of Gross Domestic Product. The share of indigenous goods in the domestic market depends on their competitiveness. Therefore, it is relevant to study the tandem between the internal market and the competitiveness of indigenous goods. The proposed goal of the research is to analyze domestic trade and estimate the competitiveness of indigenous goods. The theoretical and empirical methods are used in the research. The result of the research is the elaboration of measures to increase both the competitiveness of goods and the share of indigenous goods on the domestic market.

Key words: the internal market; domestic trade of goods; the volume of retail trade turnover; the competitiveness of goods; advantages; disadvantages.

JEL Classification: L81, Q02, M31.

Introducere. Republica Moldova este un stat agrar-industrial cu o economie mică deschisă, cu un grad înalt de deschidere a economiei, care în anul 2017 a constituit 88,1%. Piața autohtonă este invadată cu mărfuri de import, ponderea importului de bunuri și servicii în consumul final (exclusiv bunurile și serviciile procurate de către rezidenți peste hotare) constituie în anul de raport 56,7%. Diminuarea cotei bunurilor autohtone pe piața internă, va cauza scăderea atât a cifrei de afaceri a agenților economici autohtoni, cât și a nivelului Produsului Intern Brut și bunăstării populației. Toate circumstanțele enumerate demonstrează actualitatea temei de cercetare propuse, deoarece anume sporirea competitivității bunurilor autohtone va ameliora situația pe piața națională, și va asigura stabilirea unei ponderi însemnate a bunurilor autohtone pe piața internă.

Competitivitatea bunurilor pe piața internă diferă de competitivitatea pe piața externă, deoarece situația pe aceste piețe, în special în cazul unei economii mici deschise, se deosebește cardinal prin dimensiunea sa, mărimea cererii solvabile, nivelul prețurilor. Statul aplicând pârghiile bugetar-fiscale și monetar-creditară poate influența asupra competitivității bunurilor autohtone pe piața internă, însă este destul de problematic cu ajutorul politicilor economice de asigurat sporirea competitivității bunurilor autohtone pe piața externă.

Obiectul de cercetare este situația pe piața internă și competitivitatea bunurilor pe piața dată. Sarcinile propuse sunt: analiza comerțului interior, evaluarea competitivității bunurilor autohtone pe piața națională și elaborarea măsurilor de sporire a competitivității.

Capitolul I. Analiza comerțului interior al Republicii Moldova

Comerțul interior reprezintă operațiile de cumpărare-vânzare, efectuate între hotarele unei țări, a bunurilor și serviciilor autohtone și celor de import, predestinate consumului atât intermediar, cât și final. Comerțul cu amănuntul reprezintă parte componentă a comerțului interior, „veriga finală a circulației mărfurilor, când din sfera dată, ele trec în sfera consumului final” [3, pag.259]. Comerțul interior este o parte componentă a infrastructurii economiei naționale. „De diversitatea tipurilor de comerț, de nivelul lui de dezvoltare, depinde în mare măsură eficiența, volumul și viteza cu care mărfurile produse pe teritoriul țării și cele importate ajung la consumator. Prin urmare, încurajând dezvoltarea calitativă a acestui sector, statul poate contribui la crearea condițiilor necesare pentru promovarea producției diferitor ramuri, la majorarea competitivității bunurilor” [3, pag.259].

Comerțul interior, ca și oricare alt gen de activitate, contribuie la formarea Produsului Intern Brut (PIB). În perioada anilor 2010-2017, ponderea comerțului cu ridicata și cu amănuntul; întreținerea și repararea autovehiculelor și a motocicletelor la crearea PIB-ului a înregistrat un trend crescător, și în anul 2017 a crescut cu circa 3 puncte procentuale în raport cu anul 2010 (Figura 1).

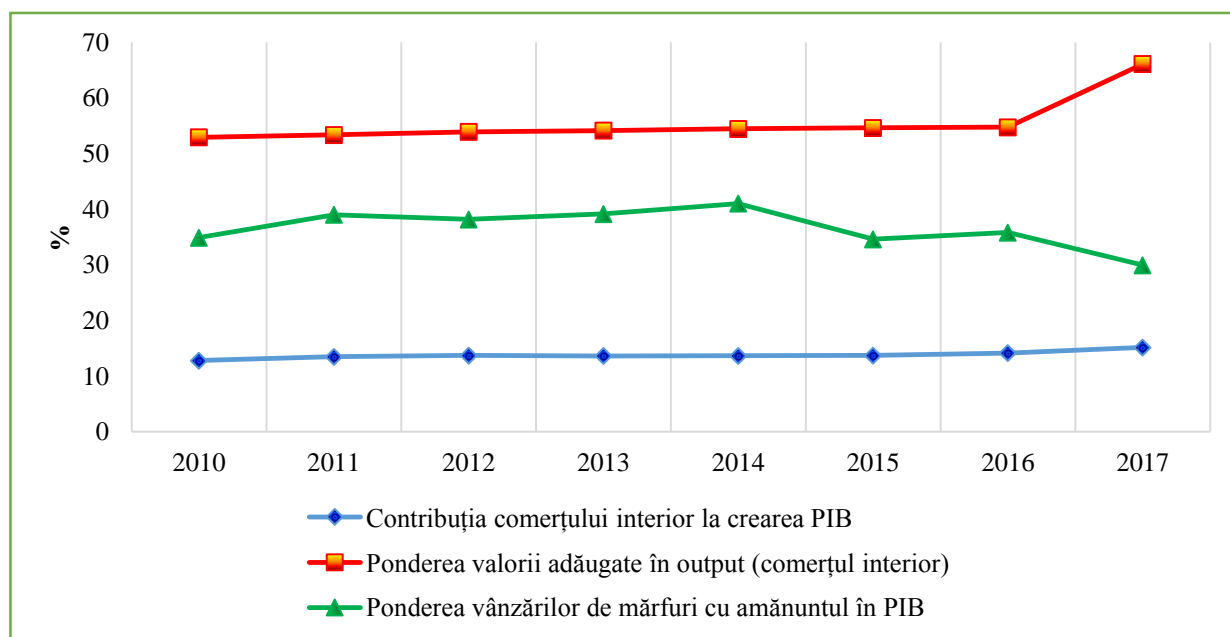


Figura 1. Dinamica indicatorilor relativi ai comerțului interior (%)

Sursa: elaborat de autor conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8]

În a.2016 în Kazahstan, Republica Moldova și Ucraina cea mai mare contribuție în formarea PIB-ului îi revine anume comerțului interior, pe când în Republica Belarus cea mai mare cotă o deține industria prelucrătoare (20,15%), care prevalează comerțul cu circa 9,2 puncte procentuale (Tabelul 1). Pe locul doi, la capitolul dat, în cazul Republicii Moldova, se află agricultura, silvicultura și pescuitul, iar în cazul Republicii Kazahstan – industria extractivă, urmată de industria prelucrătoare. În pofida faptului că în anii 2014-2015 în Ucraina a fost înregistrat declinul economic, totuși contribuția industriei prelucrătoare în formarea PIB-ului continue să atingă un nivel însemnat (12,22%). Ucraina și-a păstrat pozițiile, privind industria prelucrătoare, datorită faptului că promovează politica prețurilor dumping, ceea ce ia permis să nu piardă piețele sale de desfacere, să majoreze exportul bunurilor.

Ponderea valorii adăugate în outputul comerțului interior al Republicii Moldova a înregistrat un trend crescător în anii 2010-2017 (Figura 1). În ratingul genurilor de activitate după cota valorii adăugate în volumul de producție, „comerțul cu ridicata și cu amănuntul; întreținerea și repararea autovehiculelor și a motocicletelor” s-a situat pe locul VII, înregistrând 66,1% în a.2017 și 54,8% în a.2016 (Figura 2).

Tabelul 1. Indicatorii relativi ai comerțului interior pe țări, pentru anul 2016 (%)

	Belarus	Kazahstan	Moldova	Ucraina
Contribuția comerțului interior la crearea PIB	10,97	16,82	14,15	13,33
Ponderea valorii adăugate în output (comerțul interior)	60,37	63,69	54,76	49,06

Sursa: elaborat de autor conform datelor Comitetului Național de Statistică al Republicii Belarus [6, pag.38], Comitetului de Statistică a Republicii Kazahstan [7], Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8] și Serviciului de Statistică al Ucrainei [9].

Analiza comparativă a mărimii indicatorului menționat pentru unele țări, a arătat, că cel mai înalt nivel a înregistrat Republica Kazahstan, iar cel mai scăzut – Ucraina (Tabelul 1). Cu toate că cota valorii adăugate a comerțului interior în output, în cazul Republicii Kazahstan, este cu 9 puncte procentuale mai mare ca în Republica Moldova, totuși genul dat de activitate, în clasament, se află pe locul XII. Situația dată poate fi explicată prin faptul că în Kazahstan se creează valori adăugate noi, iar Republica Moldova se transformă treptat în piață de desfacere, într-o economie de consum, finanțată din remitențe, granturi și credite.

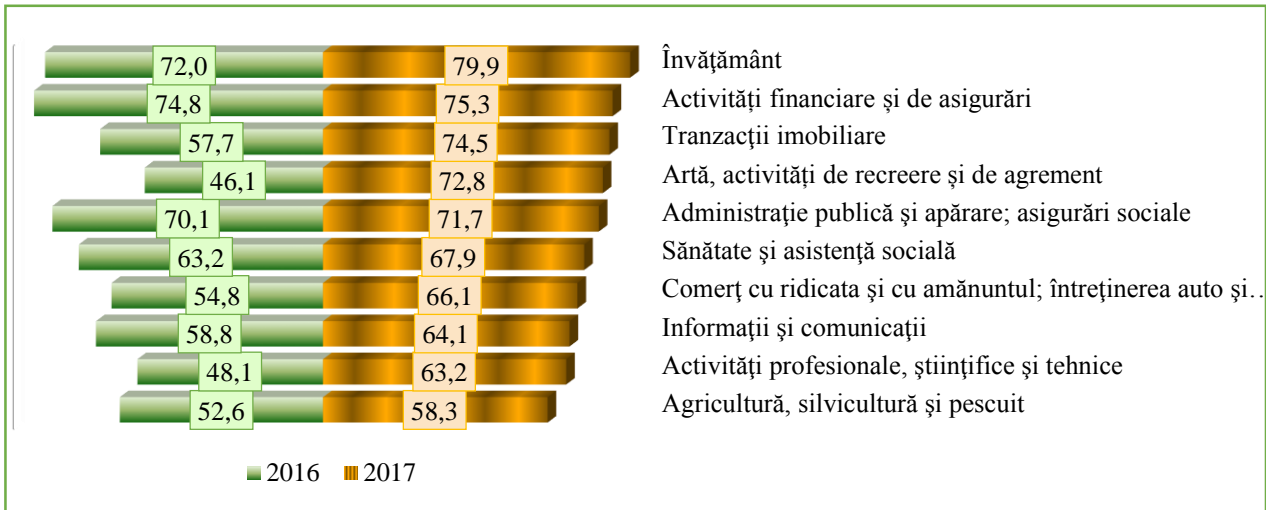


Figura 2. Ponderea valorii adăugate în output, topul genurilor de activitate, Republica Moldova (%)

Sursa: elaborat de autor conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8].

În Republica Moldova ponderea vânzărilor de mărfuri cu amănuntul în PIB crește în aa.2010-2014, atingând nivelul maxim de 41,03%, apoi în următorii ani acest indice se micșorează până la 29,95% (a.2017), cel mai mic nivel din perioada analizată (Figura 1). Cauza diminuării menționate pe fondul majorării considerabile a contribuției comerțului interior la creșterea PIB, constă în faptul că începând cu 2017 s-a modificat metodologia evaluării Produsului Intern Brut, a fost aplicată metodologia SCN, ONU-2008 / SEC-2010.

În prezenta lucrare, în afară de scopurile deja atinse, autorul și-a propus încă un șir de sarcini: analiza dinamicii și structurii volumului vânzărilor de mărfuri cu amănuntul pe cap de locuitor; evaluarea structurii vânzărilor de mărfuri cu amănuntul, studierea schimbărilor structurale, ce determină tendințele de dezvoltare a comerțului; studierea cererii populației și gradul de satisfacere a ei; cercetarea legităților dezvoltării volumului vânzărilor de mărfuri cu amănuntul în ansamblu și pe unele grupe de mărfuri; studierea particularităților regionale ale dezvoltării volumului vânzărilor de mărfuri cu amănuntul în ansamblu și pe sisteme comerciale; analiza factorilor, ce influențează asupra modificării volumului și structurii vânzărilor de mărfuri.

„Abaterea în evoluția indicatorilor analizați (Figura 1) are loc sub influența a mai multor factori. În primul rând pe piața internă activează un șir de intermediari, și în al doilea rând majorarea atât a adaosului stabilit de angrosiști, cât și adaosului comercial. Prezența unui șir enorm de intermediari, duce la majorarea prețurilor și pe fondul polarizării societății duce la creșterea numărului populației cu solvabilitatea joasă, are loc micșorarea cererii la mărfuri nealimentare” [4, pag.157]. Începând cu anul 2015 scade ponderea mărfurilor nealimentare (Figura 3).

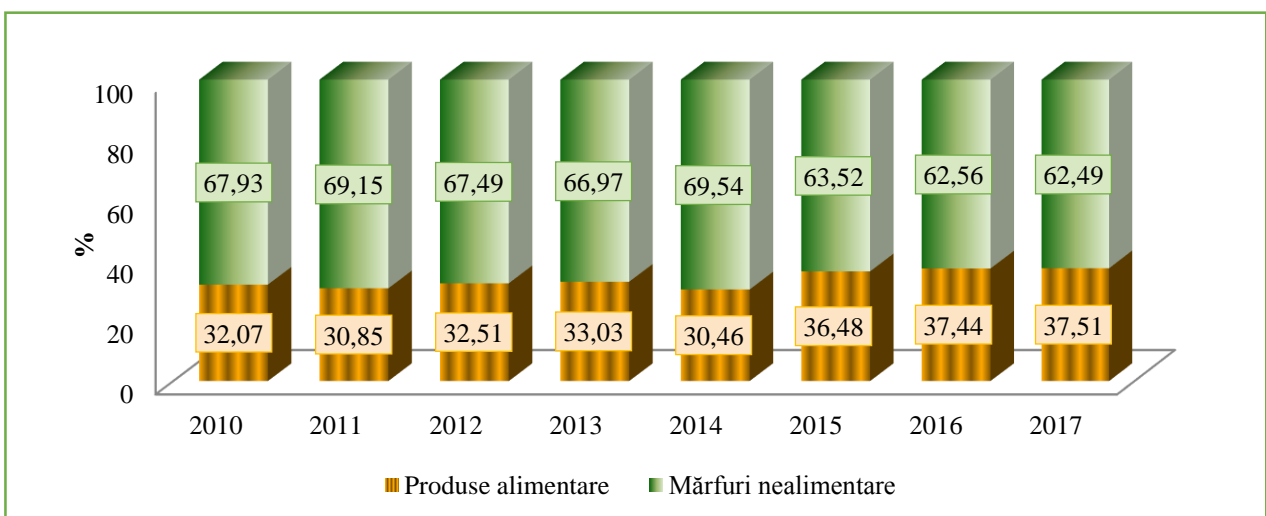


Figura 3. Structura comerțului cu amănuntul pe categorii de mărfuri, Republica Moldova (%)

Sursa: elaborat de autor conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8].

Pe piața internă a Republicii Moldova predomină comerțul neorganizat, care variază în dependență de bunul oferit spre realizare. La unele mărfuri cota comerțului neorganizat constituie circa 70% din volumul vânzărilor prin toate căile de realizare. O parte însemnată a comerțului neorganizat îi revine deținătorilor de patentă. Guvernul întreprinde măsuri pentru reducerea genului dat de comerț, însă măsurile implementate nu dau rezultate dorite pe termen mediu. Eficiența măsurilor ar spori, dacă ar crește, în termeni reali, venitul disponibil al tuturor păturilor sociale și nivelul de bunăstare al populației.

„Este necesar ca în viitorul apropiat să se reducă cota comerțului angro, deoarece întreprinzătorii care activează pe această piață nu raportează complet și deplin privind circulația de mărfuri și veniturile obținute. Vânzările angro presupun existența intermediarilor, serviciile cărora duc la majorarea prețului cu ridicata, și în final a prețului cu amănuntul” [4, pag.157]. Sporirea prețurilor are un impact negativ asupra competitivității bunurilor pe ambele piețe, atât pe piața externă, cât și pe piața internă.

În practica mondială s-au utilizat diverse metode de constrângere a piețelor angro. În Polonia aplicarea rațională a pârgheii fiscale a asigurat reducerea piețelor angro, de la 40% până la 20%, și înlocuirea lor cu rețele oficiale ale comerțului cu amănuntul.

Analiza comerțului intern al țării a arătat că, în ultimii cinci ani toți indicatorii care caracterizează situația în sectorul dat, au înregistrat trend crescător: volumul vânzărilor de bunuri, contribuția comerțului interior la crearea PIB-lui, ponderea valorii adăugate în output, numărului unităților comerciale și al populației antrenate în acest domeniu.

Toate unitățile din comerțul organizat pot fi divizate în șase categorii, cea mai mare pondere îi revine magazinelor, urmate de chioșcuri (Figura 4). Numărul secțiilor de mărfuri, în perioada anilor 2010-2018 s-a dublat, și ca urmare a crescut aproape de 2 ori cota acestor unități comerciale.

În anul 2012 economia națională a fost afectată de secetă și de recesiunea înregistrată de economiile principalilor parteneri comerciali ai Republicii Moldova. Ca consecință, a scăzut cererea la bunurile moldovenești atât pe piața externă, cât și pe cea internă. Micșorarea cererii solvabile a cauzat scăderea numărului de unități comerciale. Cele mai însemnate diminuări în a.2012, în raport cu anul precedent, au înregistrat secțiile de mărfuri (-46,5%), pavilioanele (-46,1%), magazinele (-44,1%). În pofida faptului că în următorii cinci ani s-au deschis magazine noi, totuși, nivelul anului 2011, nu a fost atins nici la începutul anului 2018.

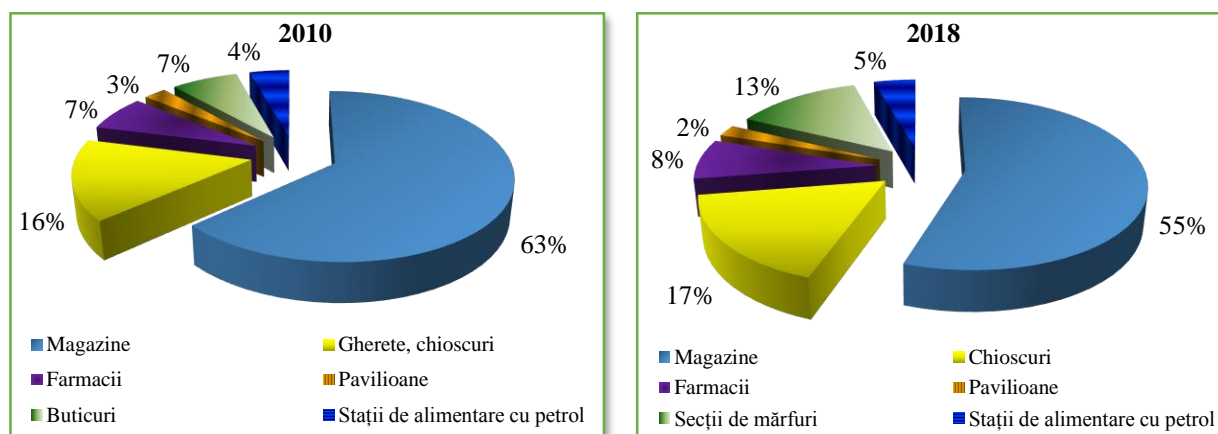


Figura 4. Structura comerțului cu amănuntul pe categorii de unități comerciale, la 1 ianuarie 2010 și 2018, Republica Moldova (%)

Sursa: elaborat de autor conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8].

Analiza dinamicii volumul vânzărilor de mărfuri cu amănuntul pe cap de locuitor ne va permite să efectuăm o analiză economică mai detaliată a comerțului interior. Volumul comerțului cu amănuntul pe cap de locuitor reprezintă mărimea medie a vânzărilor de mărfuri pe locuitor atât în centrele urbane, cât și în localitățile rurale. Mărimea acestui indicator depinde atât de volumul comerțului cu amănuntul, cât și de numărul mediu al populației. Rezultatele evaluării influenței acestor factori pentru aa.2011-2017 sunt prezentate în tabelul 2.

Tabelul 2. Modelul analizei factoriale a indicelui vânzărilor de mărfuri cu amănuntul, %

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Indicele comerțului cu amănuntul	128,04	104,90	116,79	116,77	92,33	114,31	109,13
Indicele vânzărilor de mărfuri cu amănuntul pe cap de locuitor	128,11	104,90	116,83	116,87	92,38	114,38	109,21
Indicele numărului mediu anual al populației	99,94	100,00	99,97	99,92	99,95	99,94	99,92

Sursa: elaborat de autor conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8].

Datele tabelului 2 ne arată că în perioada analizată, cu excepția anului 2015, crește volumul vânzărilor de mărfuri cu amănuntul pe cap de locuitor. Această majorare este asigurată de afluxul de mijloace bănești sub formă de remitențe. Influența indicatorului dat asupra comerțului cu amănuntul este majoră, pe când influența celui alt factor, numărul mediu anual al populației, este neînsemnată. În anul 2015 comerțul cu amănuntul a diminuat considerabil. Cauzele: recesiunea economică din Federația Rusă și Ucraina, reducerea remitențelor, seceta din vara anului 2015, furtul miliardului din sistemul bancar al Republicii Moldova.

Analiza evoluției volumului vânzărilor pe cap de locuitor în centre urbane și în localități rurale a arătat că în centrele urbane consumul crește, iar în localitățile rurale scade.

O însemnătate impunătoare o are analiza sporului absolut al volumului vânzărilor de mărfuri cu amănuntul prin unitățile comerciale sub influența factorilor. Asupra sporului dat influențează următorii doi factori: modificarea volumului vânzărilor de mărfuri cu amănuntul pe cap de locuitor; modificarea numărului populației. Rezultatele calculelor sunt date în tabelul 3.

Tabelul 3. Modificarea comerțului cu amănuntul sub influența factorilor, mil.lei

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sporul absolut al vânzărilor de mărfuri cu amănuntul prin unități comerciale	7036,2	1574,4	5661,1	6603,8	-3527,7	6072,7	4427,6
Sporul comerțului cu amănuntul ca urmare a modificării volumului vânzărilor de mărfuri cu amănuntul pe cap de locuitor	7054,7	1574,4	5672,2	6642,6	-3505,1	6101,5	4469,4
Sporul comerțului cu amănuntul în rezultatul modificării numărului mediu anual al populației	-18,5	0,0	-11,1	-38,8	-22,6	-28,8	-41,8

Sursa: elaborat de autor conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [8].

Modificarea generală a vânzărilor de mărfuri cu amănuntul prin unitățile comerciale este egală cu suma a două sporuri. Rezultatele analizei efectuate arată că modificarea numărului populației, și anume diminuarea numărului mediu anual al populației, în perioada aa.2011-2017, a dus la micșorarea neînsemnată a comerțului cu amănuntul. Însă datorită majorării esențiale a vânzărilor de mărfuri pe cap de locuitor, sporul absolut al comerțului cu amănuntul prin unitățile comerciale crește, și în a.2014 a înregistrat cel mai mare nivel – 6603,8 mil.lei.

Sporul vânzărilor de mărfuri cu amănuntul prin unități comerciale sub influența modificării primului factor a avut loc datorită creșterii venitului disponibil al populației pe cap de locuitor și remitențelor.

În sfera circulației de mărfuri, volumul comerțului cu amănuntul influențează asupra unui șir de indicatori, în special asupra stocului de mărfuri, cheltuielilor de circulație, profitului și rentabilității. Cu toate acestea, el însăși suportă influența altor factori, cum ar starea bazei materiale a comerțului.

În perioada analizată stocul de mărfuri cu amănuntul se majorează, cum în valori absolute, așa și în valori relative. În ultimii doi ani ritmul de creștere a stocului de mărfuri este mai mare decât ritmul de creștere a vânzărilor de mărfuri prin unitățile comerciale și ca rezultat ponderea stocului de mărfuri cu amănuntul în volumul vânzărilor de mărfuri a crescut.

Cauza este adoptarea frecventă a diverselor hotărâri a guvernului cu privire la activitatea economică, și în special modificarea taxelor vamale pentru mărfurile importate, a accizelor. Ca rezultat, agenții economici tind să livreze mărfuri în termen scurt și volum mare, cu scopul minimizării cheltuielilor de transport pe o unitate de producție și pierderilor de la modificarea politicii economice a statului.

Capitolul II. Competitivitatea bunurilor autohtone pe piața internă

„Competitivitatea bunului economic reprezintă abilitatea lui de a satisface maximal, în perioada analizată, așteptările consumatorului, de a corespunde caracteristicilor tehnice, economice, ecologice, de deservire și de altă natură, în comparație cu bunurile, analogice și cele substituibile ale concurenților, și de a fi vândut profitabil pe piața dată” [2, pag.62].

În literatura de specialitate întâlnim preponderent indicatori elaborați pentru evaluarea competitivității bunurilor, care pot fi utilizați pentru estimarea competitivității pe piețele externe, și nu pot fi aplicați la calcularea competitivității bunurilor pe piața internă, separat de cea externă. Arnaud Costinot, Dave Donaldson și Ivana Komunjer în articolul „What Goods Do Countries Trade? A Quantitative Exploration of Ricardo’s Ideas” aplică ideea lui David Ricardo în estimarea competitivității, pentru a depista categoria de bunuri pe care țara trebuie să o promoveze pe piața

externă [1]. Totuși, în lupta pentru piețele externe, nu trebuie de neglijat piața autohtonă.

Autorul în articolul „Quantifying the comparative advantage of domestic goods on the internal market” a propus indicatorul „Indicele avantajului comparativ simetric bunului autohton pe piața internă (SCAID)” pentru a estima competitivitatea bunurilor autohtone pe piața internă [5, pag.42].

În tabelul 4 sunt prezentate rezultatele calculelor efectuate în baza indicatorului menționat.

Tabelul 4. Avantajul comparativ unor bunuri autohtone industriei prelucrătoare pe piața internă, 2017

Bunuri care au înregistrat avantaj	SCAID	Bunuri care au înregistrat dezavantaj	SCAID
Pâine fără adaos de miere, ouă	0,78	Conserve de carne	-0,23
Blocuri și cărămizi pentru construcție din ciment	0,50	Sticle	-0,24
Mezeluri	0,49	Lenjerie de pat, de masă, de toaletă, de bucătărie	-0,29
Ciment	0,44	Încălțăminte	-0,40
Elemente prefabricate din ciment	0,40	Covoare și preșuri	-0,54
Unt	0,32	Articole de ciorăpărie	-0,58
Vinuri spumante	0,32	Margarină	-0,81
Ambalaj de conserve din sticlă	0,22	Țigle, dale și plăci din ceramică	-0,94
Paste făinoase	0,16	Var	-0,94
Conserve din legume și fructe	0,04	Articole din blană	-0,97

Sursa: elaborat de autor.

Bunurile din partea dreaptă a tabelului au înregistrat avantaj comparativ. Unele din ele, cum ar fi pastele făinoase, conservele din legume și fructe, ar putea înregistra un avantaj comparativ mult mai mare. Însă, cu toate că în anul 2017 recolta globală de grâu a constituit 1250,7 mii tone, peste 50% din volumul dat a fost exportat în detrimentul producătorului autohton. În cazul legumelor și fructelor agricultorii la fel preferă să exporte producția recoltată. Materia primă exportată nu poate fi procesată de fabricile autohtone. Cauza situației create este prețul redus a bunurilor date pe piața internă, comparativ cu prețul de vânzare pe piața externă. În plus pe piața externă bunurile se vând nu în lei, ci în valută convertibilă.

În partea stângă a tabelului sunt prezentate bunurile cu dezavantaj competitiv, care dețin potențial de a înregistra avantaj. În pofida faptului că în Moldova se produc produse animaliere competitive pe piața internă, totuși combinatele de carne preferă să importe carnea congelată, deoarece ea este relativ mai ieftină în raport cu cea autohtonă.

Vinăriile din Moldova preferă să utilizeze pentru îmbuteliere sticla importată din Ucraina, și nu sticla autohtonă. Cauzele scăderii cererii la sticla autohtonă, și în final a competitivității bunului dat, sunt următoarele:

- prețul sticlei autohtone este mai mare față de prețul sticlei importate din Ucraina;
- fabrica de sticlă din Chișinău livrează producția sa numai după achitarea preventivă, însă vinăriile, care au fost la un pas de faliment după situația cu embargo, preferă să achite ambalajul după realizarea producției finite.

În concluzie, în cazul unor bunuri ale industriei prelucrătoare, Republica Moldova trebuie să-și recâștige propria piață.

Concluzii și recomandări

Rezultatele analizei pieței interne ne permit să concluzionăm că în ultimii ani s-a constatat creșterea cererii la mărfuri și servicii, cauzată în primul rând de majorarea venitului disponibil al populației și remitențelor, și în al doilea rând de majorarea înclinației marginale spre consum a menajelor în detrimentul economiilor.

Modificarea raportului dintre produsele alimentare și mărfurile nealimentare semnalizează creșterea polarizării societății, creșterea numărului populației, bugetul căreia este repartizat între achiziționarea produselor alimentare și achitarea serviciilor comunale, pe când mărfurilor nealimentare nu le revine nici un leu sau sunt procurate cele de mână a doua.

Volumul de vânzări a mărfurilor autohtone pe piața internă ar crește, dacă ar spori competitivitatea lor, care la rândul său poate fi obținută în rezultatul implementării următoarelor măsuri: modernizarea procesului de producție; implementarea tehnologiilor contemporane, care ar permite reducerea consumului de energie electrică și gaze naturale, și în final a costului de producție; majorarea volumului investițiilor pe termen lung, prin acordarea creditelor, cu o dobândă atractivă, unităților economice autohtone ofertante de bunuri competitive.

Referințe bibliografice

1. COSTINOT, Arnaud, DONALDSON, Dave, KOMUNJER, Ivana. What Goods Do Countries Trade? A Quantitative Exploration of Ricardo’s Ideas. *Review of Economic Studies*, 2012, volume 79, No. 2, April 2012, pp.581–608. ISSN 0034-6527.
2. GUTIUM, Tatiana. Abordarea conceptuală a competitivității și a interdependenței dintre concurență și competitivitate. *Economica*. 2017, nr. 3 (101), pp. 59-71. ISSN 1810-9136.
3. GUTIUM, Tatiana. Competitivitatea ca factor de decizie. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern.*, 28-29 sept. 2012. Chișinău: ASEM, 2012, vol. 1, pp. 259-263. ISBN 978-9975-75-628-0.
4. GUTIUM, Tatiana. Factorii de creștere a competitivității economice interne. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern.*, 25-26 sept. 2015. Chișinău: ASEM, 2015, vol. 4, pt. 1, pp. 154-160. ISBN 978-9975-75-774-4.
5. GUTIUM, Tatiana. Quantifying the comparative advantage of domestic goods on the internal market. *The Journal Contemporary Economy*. 2018, Volume 3, Issue 1, pp. 38-45. ISSN 2537 – 4222.
6. Национальные Счета Республики Беларусь. Статистический сборник. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Минск, 2018, 214 стр. ISBN 978-985-7184-19-4.
7. http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNationalAccountIntegrated?_afLoop=1272658518906310#%40%3F_afLoop%3D1272658518906310%26_adf.ctrl-state%3Djn8jssvq9_67
8. http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__13%20CNT__CNT010/?rxid=9a62a0d7-86c4-45da-b7e4-fecc26003802
9. <http://www.ukrstat.gov.ua/>