

## DIAGNOSTICUL CONTEXTULUI ANTREPRENORIAL AL COMERȚULUI INTERIOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

**Natalia ȘERBAN**

*Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

The implementation and development of market's mechanisms, trade liberalization in Moldova generated essential changes in the organization and activity of this sector, with a benefic impact on the development of commercial entrepreneurship. An important premise for reconsidering the national commercial politics, facilitating the evolution of this sector and advancing the trade in a modern and efficient frame is to know the situation and tendencies which are manifested in this area. These aspects are being touched in the below writing.

Evoluția mecanismelor de piață, dezvoltarea sectorului businessului mic și mijlociu, privatizarea unităților comerciale și susținerea antreprenoriatului pe toate dimensiunile activității economice în Moldova au creat premise și au favorizat dezvoltarea micului business în sfera comerțului cu ritmuri mult mai avansate decât în alte ramuri ale economiei naționale și au stimulat crearea întreprinderilor mici și mijlocii (ÎMM).

Dintr-un aparat comercial condus pe bază administrativă, centralizat, comerțul s-a transformat într-un sistem de agenți economici juxtapuși, cu autonomie în luarea deciziilor și cu largă libertate în desfășurarea relațiilor de piață. Aceste schimbări constituie premisele viitorului dinamism al comerțului, odată cu intensificarea acțiunii favorabile a factorilor de creștere a pieței interne.

În asemenea condiții crește substanțial rolul antreprenoriatului comercial, care, fiind parte a ramurii economice – de comerț, participă la formarea PIB (13,1% în a. 2008) [1], contribuind și la formarea bugetului. Totodată, plasându-se la interfață cu consumatorii, acest sector exercită o influență substanțială asupra calității vieții.

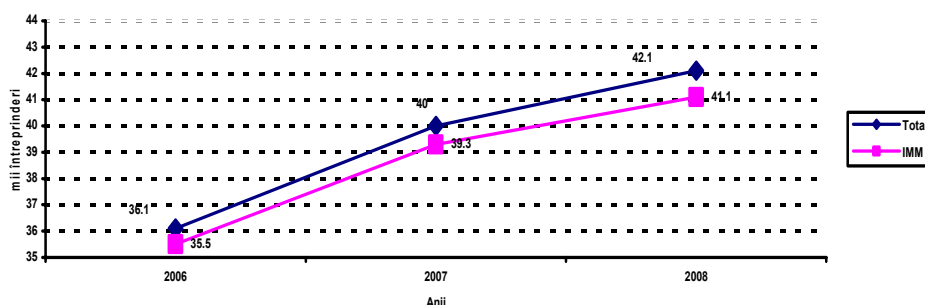
Pe parcursul ultimelor două decenii comerțul din Republica Moldova trece printr-o continuă transformare și reorganizare, adaptându-se la realitățile economice, sociale și la mediul concurențial, toate acestea cu impact diferit asupra organizării, managementului și eficienței activității comerciale.

În acest context, studierea mutațiilor structurale și a tendințelor ce se manifestă în sfera comerțului constituie o premisă importantă pentru conturarea orientărilor de dezvoltare a pieței interne, realizării misiunii de bază a comerțului și sporirii calității vieții populației.

Analiza tendințelor în dezvoltarea antreprenoriatului comercial de pe piața internă din țară scoate în evidență următoarele.

*Aprofundarea relațiilor de piață a favorizat creșterea rapidă a numărului de agenți economici preocupați de businessul comercial.* Astfel, conform Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova [2], în a. 2008 în activitatea de comerț cu ridicata și cu amănuntul au fost antrenați 17247 de agenți economici, sau cu 24,0% mai mult în raport cu a. 2005 (cu 58,3% mai mult în comparație cu a. 2002). În structura întreprinderilor din domeniul antreprenoriatului agenții economici din sfera comerțului (cu ridicata și cu amănuntul) dețin stabil o pondere substanțială – 40,9% în a. 2008 (42,0% în a. 2005 [3]).

Adoptarea cadrului normativ specific: Legea cu privire la susținerea și protecția micului business, cu modificările și completările ulterioare, nr.112-XIII din 20 mai 1994, Legea privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, nr.206-XVI din 7 iulie 2006, precum și acțiunile de susținere a mediului de afaceri au stimulat dezvoltarea rapidă a întreprinderilor mici și mijlocii (ÎMM). Astfel, cota acestei categorii de agenți ai antreprenoriatului a avansat până la 97,6% din numărul total de întreprinderi în a. 2008 (Fig.1).



**Fig.1.** Evoluția întreprinderilor mici și mijlocii în anii 2006-2008 [1, p.495, 501; 2, p.497, 503].

Deoarece categorizarea ÎMM s-a reglementat legal și s-a specificat în a. 2006, în cele ce urmează analiza sectorului businessului mic și mijlociu se va efectua în intervalul de timp 2006-2008.

În structura formelor de proprietate a ÎMM ponderea dominantă revine, evident, întreprinderilor private. Acest indicator a constituit 89,8% în a. 2008, menținându-se la acest nivel pe parcursul ultimilor ani (Tab.1). Totodată, se remarcă creșterea numărului de întreprinderi cu capital străin (în a. 2006-2008 cu 0,5 puncte procentuale), astfel evidențiindu-se faptul că în Moldova se creează un mediu de afaceri atractiv. Deși numărul acestora din urmă nu este mare (1,6 mii în a. 2008), ele se disting prin capacități de activitate mult mai mari în comparație cu micii antreprenori autohtoni, asigurând o cotă substanțială în structura activităților economice și a veniturilor. Creșterea numărului de ÎMM străine și a cifrei lor de afaceri, însoțită de „importul” de noi tehnologii, stimulează dezvoltarea competitivității pe piața internă.

Tabelul 1

**Principali indicatori ai activității întreprinderilor mici și mijlocii,  
pe forme de proprietate**

Indicatori	Numărul de întreprinderi, mii		Structura întreprinderilor, %		a. 2008 în raport cu a.2006, %
	2006	2008	2006	2008	
<b>În total</b>	<b>35,5</b>	<b>41,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>115,8</b>
<i>dintre care:</i>					
publică	0,7	0,7	2,0	1,7	100,0
privată	31,8	36,9	89,6	89,8	116,0
mixtă (publică și privată), fără participare străină	0,3	0,2	0,8	0,5	66,7
străină	1,2	1,6	3,4	3,9	133,3
a întreprinderilor mixte	1,5	1,7	4,2	4,1	133,3

Condițiile legale de dezvoltare a businessului mic și mijlociu, favorizarea tranziției activităților economice din sectorul public în cel privat au contribuit atât la majorarea numărului de ÎMM, cât și la creșterea numărului de persoane antrenate în activitatea ÎMM. Astfel, numărul persoanelor care au activat în întreprinderile mici și mijlocii în a. 2008 a constituit 328,1 mii de persoane, deținând 57,3% din numărul total de angajați ai întreprinderilor. Veniturile din vânzări ale întreprinderilor mici și mijlocii au însumat în această perioadă 64984,1 mil. lei, sau 37,1% din venituri din vânzări în total pe economie (Fig.2).

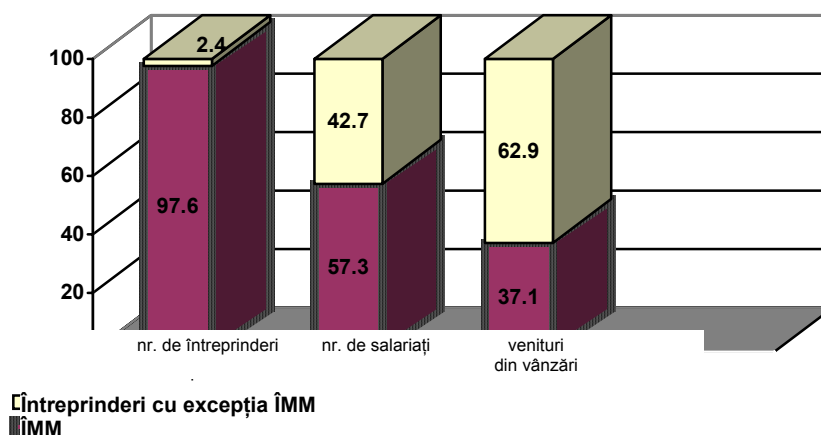


Fig.2. Pondere ÎMM în numărul total al întreprinderilor în secțiunea principalilor indicatori în a. 2008 [4].

Extensia ÎMM se datorează, în primul rând, dezvoltării mecanismelor de piață, liberalizării pieței, proceselor de privatizare. De consemnat, că aceste tendințe și procese au penetrat rapid sfera relațiilor comerciale. Datorită acestui fapt, agenții din sfera comerțului au cunoscut un ritm avansat de dezvoltare. În 2008 întreprinderile mici și mijlocii au fost în număr de 16,9 mii (în 2006 – 14,7 mii), deținând 98,3% din numărul întreprinderilor cu profil comerț cu ridicata și cu amănuntul ce operează pe piața internă. În structura activităților economice acestora le revin 41,1% (Tab.2), în timp ce altor sfere importante de activitate economică le revine o pondere scăzută (agriculturii – 5,1%, industriei prelucrătoare – 12,2%). Situația se explică prin faptul că

businessul comercial este mai ușor de organizat, necesită capital de pornire mic, este posibilă o recuperare rapidă a investițiilor, datorită vitezei de rotație mai mari a mijloacelor bănești, se poate obține profit într-un timp relativ redus și este mai profitabil, respectiv mai atractiv în comparație cu alte genuri de activități de antreprenoriat. Însă, în condițiile Republicii Moldova, țară cu profil agrar, inferioritatea dezvoltării sectorului agrar și industrial (procesare) nu poate asigura o dezvoltare echilibrată economică și socială. Iar activitatea de comerț în asemenea condiții pune accent pe mărfuri de import cu toate consecințele ce derivă din aceasta.

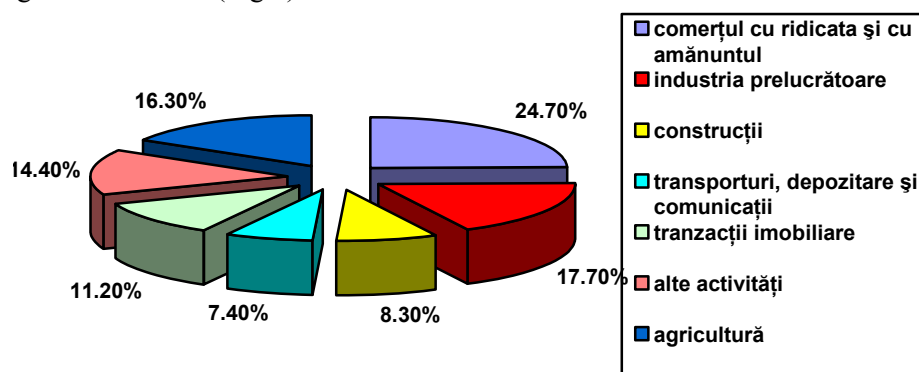
Tabelul 2

## Dinamica întreprinderilor mici și mijlocii (ÎMM) pe genuri de activitate în Republica Moldova

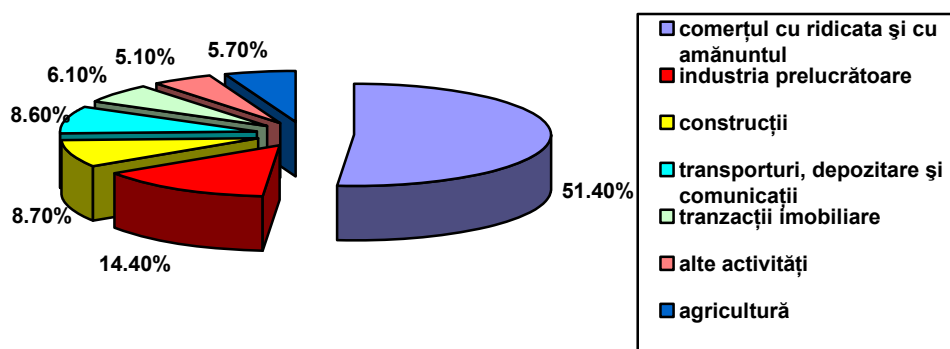
Tipuri de activități	2006				2008				ÎMM a. 2008 (%) în raport cu a. 2006
	Nr. agenți economici (mii)	Nr. întreprinderi mici și mijlocii, (mii)	Ponderea ÎMM		Nr. agenți economici (mii)	Nr. întreprinderi mici și mijlocii (mii)	Ponderea ÎMM		
			Total agenți economici, %	După tip de activități %			În total agenți economici, %	După tip de activități, %	
<b>În total</b>	<b>36,2</b>	<b>35,5</b>	<b>98,1</b>	<b>100</b>	<b>42,1</b>	<b>41,1</b>	<b>97,6</b>	<b>100</b>	<b>115,8</b>
<i>dintre care:</i>									
- agricultură, economia vânatului și sevicultură	2,1	2,0	100,0	5,6	2,2	2,1	95,5	5,1	105,0
- industrie prelucrătoare	4,7	4,5	95,7	12,7	5,2	5,0	96,2	12,2	111,1
- construcții	2,1	2,1	100,0	5,9	2,6	2,5	96,2	6,0	119,0
- <b>comerț cu ridicata și cu amănuntul</b>	<b>14,9</b>	<b>14,7</b>	<b>98,7</b>	<b>41,4</b>	<b>17,2</b>	<b>16,9</b>	<b>98,3</b>	<b>41,1</b>	<b>115,0</b>
- transporturi și comunicații	2,6	2,5	96,2	7,0	3,0	2,9	96,7	7,1	116,0
- alte activități	9,8	9,7	99,0	27,4	11,9	11,7	99,3	28,5	120,6

Analiza demografică a ÎMM, conform informațiilor Biroului Național de Statistică, denotă că în anul 2006 pragul ÎMM a fost depășit de către 116 întreprinderi considerate ÎMM în anul 2005, în anul 2007 – de 211 întreprinderi, în anul 2008 – de 196 întreprinderi. Datorită acestui fapt, întreprinderile nominalizate care au trecut pragul ÎMM au contribuit la majorarea veniturii din vânzări al întreprinderilor mari în anul 2006 cu 5269,1 mln. lei, în anul 2007 – cu 10003,3 mln. lei, în anul 2008 – cu 8947,8 mln. lei [5, p.501; 6, p.503].

Comerțul deține primatul în cadrul ÎMM și numărul de angajați în cadrul acestor întreprinderi depășește numărul celor ocupați în alte domenii strategice ale economiei naționale. În activitatea de comerț cu ridicata și cu amănuntul sunt antrenați 79,7 mii salariați, sau 24,0% din numărul angajaților în cadrul ÎMM. Totodată, veniturile din vânzări obținute de ÎMM ce operează în sfera comerțului alcătuiesc 51,4% din totalul veniturilor din vânzări înregistrate de ÎMM (Fig.2).



a) salariați



b) venitul din vânzări

**Fig.2.** Structura salariaților (a) și a veniturilor din vânzări (b) în cadrul IMM pe genuri de activitate ale unităților acestui sector [1, 3,4].

Totodată, se remarcă tendința de micșorare a numărului mediu al angajaților reveniți unei întreprinderi mici și mijlocii. Astfel, acest indicator s-a micșorat în perioada 2006-2008 de la 5,4 la 4,8 angajați în IMM din sfera comerțului cu ridicata și cu amănuntul (în totalul IMM acesta a diminuat de la 9,4 la 8,0 salariați în medie la o întreprindere din sfera businessului mic și mijlociu). O asemenea tendință a fost însoțită de sporirea productivității muncii. În perioada de referință, veniturile din vânzări revenite unui salariat din cadrul IMM din domeniul comerț au crescut cu 10,1% și în a. 2008 au constituit 411,3 mii de lei, înscriind o valoare de 2,1 ori mai mare în raport cu indicatorul similar înregistrat în totalul IMM (198,1 mii de lei). În ceea ce privește veniturile din vânzări revenite în medie unei IMM cu profil comercial, situația este în diminuare: de la 2026,2 mii de lei în a. 2006 la 1976,3 mii de lei în a. 2008, aceasta în condițiile creșterii continue a numărului de IMM.

Analiza situației financiare a IMM scoate în evidență faptul că în perioada 2005-2008 profitul înregistrat de IMM de toate genurile s-a majorat de 4,5 ori, al celor ce desfășoară activitate de comerț cu ridicata și cu amănuntul – de 4,2 ori. Acestea din urmă au obținut 38,9% din profitul IMM în a. 2008 (în a. 2005 – 39,3%).

Tendențele expuse marchează existența unor deficiențe în organizarea, economia și managementul IMM și necesitatea intervenției în reglementarea acestui sector, care ar stimula legalizarea și eficientizarea activității IMM. Printre acțiunile prioritare ce se impun, în opinia noastră, pot fi evidențiate: asigurarea unui cadru legislativ și normativ favorabil înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii; ameliorarea mediului financiar pentru aceste întreprinderi; promovarea culturii antreprenoriale și a performanțelor manageriale ale IMM; dezvoltarea competitivității și internaționalizarea întreprinderilor mici și mijlocii ș.a.

Cu toate acestea, pe lângă contribuția la creșterea economică, sectorul întreprinderilor mici și mijlocii poate fi asociat cu introducerea de inovații și majorarea locurilor de muncă. Acest sector majorează flexibilitatea economiei și contribuie la stabilitatea socială. Practica demonstrează că IMM contribuie la crearea noilor locuri de muncă, la saturarea pieței cu noi produse, se orientează spre o cerere mai individualizată a consumatorilor. De specificat că ponderea IMM în majoritatea țărilor depășește 90% (în Japonia – 99,3%, în Canada – 98%, în Italia – 97%, în Franța – 96%, în Germania – 94%).

Prezintă interes analiza activității IMM în raport cu alte categorii de agenți economici care își desfășoară activitatea în domeniul comerțului cu ridicata și cu amănuntul. Precum s-a menționat anterior, în a. 2008 în sectorul comercial și-au prestat activitatea 17247 de întreprinderi, sau cu 24,0% mai mult decât în a. 2005. Veniturile din vânzări în aceeași perioadă au crescut cu 93,5%, în a. 2008 înregistrând 79045,8 mln. lei. Profitul obținut în a. 2008 de către toți agenții economici din domeniul comerțului cu ridicata și cu amănuntul a înscris valoarea de 4609,3 mln. lei, depășind de 5,7 ori nivelul a. 2005. Deși ponderea întreprinderilor cu profil comerț care au obținut profit s-a majorat în ultimii ani (de la 42,6% în a. 2005 la 46,3% în a. 2008), totuși numărul întreprinderilor ce activează cu pierderi în comerț este enorm de mare – 8336 în a. 2008.

În a. 2008 ponderea IMM în numărul total al întreprinderilor cu activitate în sfera comerțului cu ridicata și cu amănuntul a constituit 98,3%, în veniturile din vânzări – 42,3%, în profitul obținut – 46,3% (Tab.3) [1, 2].

Tabelul 3

**Poziționarea ÎMM în dimensiunile activității agenților economici  
ce profesază în domeniul comerțului cu ridicata și cu amănuntul**

Indicatori	Anul 2006				Anul 2008			
	În total agenți economici cu profil comerț	ÎMM cu profil comerț	Ponderea ÎMM comerciale		În total agenți economici cu profil comerț	ÎMM cu profil comerț	Ponderea ÎMM comerciale	
			În total întreprinderi comerț, %	În total ÎMM, %			În total întreprinderi comerț, %	În total ÎMM, %
Numărul de întreprinderi, mii	14,9	14,7	98,7	41,4	17,2	16,9	97,6	41,1
Venituri din vânzări, mln. lei	49014,1	29785,3	60,8	54,9	79045,8	33400,0	42,3	51,4
Situația financiară, profit (+), pierdere (-) până la impozitare, mln. lei	1221,5	732,0	59,9	41,9	4609,3	2132,2	46,3	38,9

Astfel, doar 1,7% din operatorii comerciali de pe piața internă asigură 57,7% din veniturile din vânzări din sectorul comerțului cu ridicata și cu amănuntul și 53,7% din profitul obținut în acest domeniu.

Veniturile din vânzări revenite în medie unui agent economic din domeniul comerț, exceptând ÎMM, a constituit 227,8 mln. lei în a. 2008 în raport cu 124,1 mii de lei în a. 2006.

În aspect de *eficiență economică* a întreprinderilor din domeniul comerțului cu ridicata și cu amănuntul, este de menționat că rata lichidității absolute a agenților economici din acest sector s-a majorat de la 0,07 lei în a. 2005 până la 0,09 lei în a. 2008, în timp ce rata lichidității generale în aceeași perioadă s-a majorat cu 0,21 lei și în a. 2008 a înregistrat 1,28 lei. Au intervenit modificări favorabile și în rentabilitatea agenților economici din domeniul comerț; astfel, rentabilitatea vânzărilor a crescut în perioada 2005-2008 de la 11,8% până la 15,1%, rentabilitatea economică s-a majorat în aceeași perioadă cu 8,8 puncte procentuale, înscriind 18,0% în a. 2008.

Prezintă interes analiza *numărului mediu de ÎMM la 1000 de locuitori*, care, de fapt, caracterizează spiritul de întreprinzător al populației. În a. 2008 acest indicator a constituit 11,5 întreprinderi; cu referință la sfera comerțului, acest indicator a înregistrat 4,7 ÎMM la 1000 de locuitori. Deși este în creștere, el înscrie substanțiale rămăneri în urmă în comparație cu țările vest-europene (30-40 ÎMM la 1000 de locuitori) sau cu SUA (74 ÎMM la 1000 de locuitori), încurajând promovarea schimbărilor în societatea noastră, dezvoltarea liberei inițiative, formarea unei noi clase – a antreprenorilor.

O sursă eficientă de transfer de inovații în sectorul economic, inclusiv cel comercial, a devenit crearea întreprinderilor cu participarea capitalului străin. Analiza investițiilor străine alocate în sfera comerțului scoate în evidență faptul că investițiile străine alocate în capitalul social al întreprinderilor cu profil comerț la momentul înregistrării lor a crescut în perioada 2006-2008 cu 23,0% și în a. 2008 a alcătuit 1564,9 mln. lei, sau 135,9 mln. dolari SUA. Investițiile străine alocate acestor întreprinderi pentru desfășurarea activității a constituit 687,2 mln. lei în a. 2008, sau 97,6% din valoarea atestată în a. 2006.

O altă dimensiune importantă a mediului concurențial și a activității de antreprenariat, inclusiv în sfera comerțului, o constituie *activitatea prestată de deținătorii patentei de întreprinzător*. Activitatea de antreprenariat în bază de patentă a fost legiferată în Republica Moldova prin intermediul Legii cu privire la patentă de întreprinzător (nr.93 din 15.07.1998), având drept scop îmbunătățirea și susținerea mediului de afaceri din țară, precum și crearea unui mediu fiscal favorabil pentru desfășurarea afacerilor de către cetățenii Republicii Moldova. Drept consecință, în Moldova a startat dezvoltarea activității de antreprenariat în variate forme, precum producerea diverselor bunuri, comercializarea lor, prestarea de servicii etc., acoperind 48 genuri de activitate și înscriind peste 40 mii de patente. Sub aspect ramural, cea mai mare pondere în domeniul patentei o are comerțul cu amănuntul (peste 80% din titulari), în ultimul timp manifestându-se o sporire a activității sferei serviciilor și a microproducerii. În aspect teritorial, mun. Chisinau, cu peste 1/3 din

numărul total de patente, este un lider incontestabil în domeniu, iar titularii de patente din regiunile centru și nord sunt lideri pe piața serviciilor și producerii de mărfuri.

Creșterea continuă a numărului de patente confirmă că această activitate a devenit una profitabilă. Cu toate acestea, încasările de pe urma vânzării mărfurilor rămâneau net inferioare veniturilor obținute de către deținătorii de patentă. Fiind lansat *drept o excepție de la cadrul legal fiscal* și antreprenorial tradițional, oferind posibilitatea autoasigurării cu surse de existență păturilor socialmente vulnerabile prin practicarea activităților antreprenoriale în condiții și cerințe regulatorii preferențiale. Însă, în procesul de aplicare s-a atestat că acest sistem oferă posibilități pentru evaziuni fiscale și activitate antreprenorială tenebră, totodată fiind lezate drepturile și securitatea consumatorilor, de asemenea, dovedindu-se a fi o practică neloială față de agenții economici care practică activitate antreprenorială sub una din formele organizatorico-juridice clasice.

În scopul omiterii deficiențelor atestate, s-a inițiat (prin Legea nr.208-XVI din 7 iulie 2006 care vizează modificările și completările la Legea cu privire la patenta de întreprinzător, nr.93-XIV din 15 iulie 1998) reformarea sistemului de patentare din țară. Reforma urma să se realizeze în trei etape pe parcursul anilor 2007-2009, prin stabilirea restricțiilor de comercializare a unor linii de mărfuri în bază de patentă, urmărind scopul de a crea premise pentru dezvoltarea unui comerț modern, asigurând o creștere durabilă a încasărilor la buget și diminuarea eschivărilor de la plata impozitelor. Conform estimărilor, în rezultatul acestei reforme 21,7 mii titulari de patente urmau să se excludă din sistemul de patentă și să-și schimbe forma de organizare juridică.

Însă, implementarea acestor prevederi s-a confruntat cu o rezistență majoră din partea deținătorilor de patentă și patronatele ce îi reprezintă. Astfel, sub presiunea factorilor interni de ordin social, prin Legea nr.121-XVI din 29.05.2008, s-a extins termenul de valabilitate a patentei de întreprinzător pentru comerțul cu amănuntul la tarabe, tezghele, tonete și din autovehicule în piețe până la 1 ianuarie 2017.

Totodată, în scopul facilitării schimbării formei de activitate din patentă în întreprinderi individuale au fost create condiții favorabile:

- înregistrarea de stat gratuită în calitate de întreprinzător individual a persoanelor fizice care și-au încetat activitatea în baza patentei de întreprinzător;
- prestarea gratuită a serviciilor de perfectare a documentelor, executarea ștampei;
- scutirea de la aplicarea aparatelor de casă și control – pe o perioadă de un an din momentul înregistrării;
- compensarea costurilor suportate de către deținătorii de patente la înregistrarea întreprinderilor individuale;
- oferirea de facilități fiscale foștilor deținători de patentă reînregistrați sub alte forme organizatorico-juridice (scutirea de la plata impozitului pe venit pe trei perioade fiscale consecutiv, scutirea de contribuțiile de asigurări sociale; sistemul simplificat de raportare fiscală).

Deși reforma este în desfășurare și are efecte benefice asupra calității prestațiilor comerciale și protecției consumatorilor, derularea ei se confruntă cu probleme de ordin social-economic. Importanța și necesitatea realizării reformei patentei de întreprinzător, aducerii comerțului într-un cadru organizat, modern, cu prestații de servicii calitative, excluderea evaziunilor fiscale, creșterea încasărilor la buget impun continuarea acțiunilor în domeniu.

În opinia noastră, activitatea în bază de patentă trebuie să fie autorizată pentru micii producători, în special cei implicați în activități de artizanat, care nu au producere în serie, precum și pentru prestatorii de servicii din domeniile în care nu sunt operatori economici specializați. Anume aceste produse și servicii pot constitui obiect al activității de comerț pentru titularii de patentă. Situația actuală, în care deținătorii de patentă comercializează bunuri fabricate, inclusiv produse alimentare în condiții ce nu asigură protecția consumatorilor, în timp ce rețeaua comercială existentă oferă suficiente spații pentru realizarea calitativă a proceselor comercial-tehnologice, este în defavoarea consumatorilor. De aceea, *susținem acțiunile* întreprinse de a trece comerțul cu mărfuri fabricate într-un format organizat. De notat că, conform datelor statistice, în a. 2008 ponderea vânzărilor prin unități comerciale (sector organizat) a constituit în republică 61,7%, prin piețe – 38,3%.

**În concluzie**, ținem să precizăm că, deși comerțul interior marchează în ultimii ani schimbări calitative, în sensul modernizării actelor de schimb, agenților și mijloacelor de comerț, infrastructurii comerciale, realizarea obiectivelor strategice de politică comercială internă este serios influențată de constrângerile de ordin economic, managerial, organizatoric, social, manifestate în prezent și, probabil, în viitorul apropiat în țara noastră.

Cu toate acestea, comerțul în Moldova rămâne a fi în continuare unul dintre cele mai dinamice sectoare ale economiei naționale, aflându-se într-un amplu proces de restructurare sectorială la macro- și micro- nivel.

**Referințe:**

1. Anuarul statistic al Republicii Moldova. - Chișinău, Biroul Național de Statistică, 2009, p.269.
2. Ibidem, p.495.
3. Anuarul statistic al Republicii Moldova. - Chișinău, Biroul Național de Statistică, 2008, p.497.
4. [www.statistica.md](http://www.statistica.md)
5. Anuarul statistic al Republicii Moldova. - Chișinău, Biroul Național de Statistică, 2009, p.501.
6. Anuarul statistic al Republicii Moldova. - Chișinău, Biroul Național de Statistică, 2008, p.503.

*Prezentat la 17.02.2010*