



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC
Agenția Elvețiană pentru Dezvoltare și Cooperare
Швейцарское управление по развитию и сотрудничеству



Migrație și
Dezvoltare
Locală



GHENADIE IVAȘCENCO

CUM RELANSĂM ECONOMIILE LOCALE DIN MOLDOVA

GHID DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ
PENTRU ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ LOCALĂ





GHENADIE IVAȘCENCO

CUM RELANSĂM ECONOMIILE LOCALE DIN MOLDOVA

**GHID DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ
PENTRU ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ LOCALĂ**

Chișinău, 2019



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC
Agenția Elvețiană pentru Dezvoltare și Cooperare
Швейцарское управление по развитию и сотрудничеству



Migrație și
Dezvoltare
Locală

Acest ghid a fost elaborat în cadrul Proiectului „Migrație și Dezvoltare Locală”, implementat de Guvernul Republicii Moldova cu asistența Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD) și cu sprijinul financiar al Guvernului Elveției.

Opiniile exprimate în această publicație nu reflectă neapărat politicile sau viziunile oficiale ale Guvernului Republicii Moldova, PNUD Moldova sau ale Guvernului Elveției.

Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare lucrează cu oamenii la toate nivelurile societății pentru a sprijini crearea unor țări rezistente la crize și pentru a ghida și susține o dezvoltare, care contribuie la îmbunătățirea vieții fiecărui om. Prezenți în 177 de țări și teritorii, noi oferim o perspectivă globală și soluții locale pentru abilitarea oamenilor și pentru crearea unor țări rezistente.

Pentru mai multe informații despre acțiunile PNUD vă rugăm să vizitați: www.undp.org, www.undp.md

CUPRINS:

1. Prefață	4		
2. Cum funcționează economia locală	6		
2.1 Ce înseamnă economia locală	6		
2.2 Cum se delimitează economia locală	11		
2.3 Cum circulă banii în economia locală	14		
2.4 Cine poartă responsabilitatea pentru dezvoltarea economiei locale	22		
2.4.1 Rolul sectorului privat	25		
2.4.2 Rolul administrației publice locale	26		
2.4.3 Rolul grupurilor comunitare	28		
2.5 De unde vin soluțiile pentru economia locală	30		
2.6 Cum se măsoară economia locală	33		
2.7 Tipuri de economii locale în Moldova	36		
3. Ce factori influențează succesul economiei locale	40		
3.1 Competitivitatea economiei naționale	42		
3.2 Competitivitatea firmelor și antreprenorilor locali	47		
3.3 Competitivitatea factorilor de localizare	51		
3.3.1 Factorii de localizare tangibili	52		
		3.3.2 Factorii de localizare intangibili importanți pentru business	56
		3.3.3 Factorii de localizare intangibili importanți pentru specialiști	57
		3.4 Competitivitatea populației locale	58
		4. Cum promovăm dezvoltarea economiei locale	61
		4.1 Cum atragem investitorii în economia locală	66
		4.1.1 Identificarea „produsului investițional local”	66
		4.1.2 Identificarea profilului potențialilor investitori	81
		4.1.3 Promovarea investițională a localității	83
		4.2 Cum sprijinim dezvoltarea și extinderea afacerilor existente	87
		4.2.1 Politici țargetate de sprijinire a afacerilor existente	88
		4.2.2 Politici transversale de sprijinire a afacerilor existente	93
		4.3 Cum sprijinim creșterea și dezvoltarea de noi antreprenori locali	103
		Glosar de Termeni	108
		Bibliografie	111



PREFAȚĂ



În prezent, satele și orașele din Republica Moldova traversează, probabil, una dintre cele mai grele perioade din istoria modernă. Evident, au mai fost timpuri dificile și complicate. Totuși, niciodată în ultimii 200 de ani, localitățile Moldovei nu au suportat așa tendințe puternice de depopulare și depresiune, ca rezultat al migrației interne și externe, cu toate consecințele economice și sociale aferente.

Astfel, orașele moldovenești de 15 mii de locuitori s-au transformat deja în orașele de 10 mii de locuitori. Satele de 5 mii de locuitori se transformă rapid în sate cu trei mii de persoane. Cele de trei mii - în sate de 1,5-2 mii. Totodată, ponderea tinerilor se reduce dramatic, ceea ce deja are un impact serios asupra potențialului local în termen scurt și mediu.

Este o perioadă de răscruce pentru dezvoltarea locală în Republica Moldova. În următorii 5-10 ani, pe harta Moldovei se vor configura deja clar „localitățile cu perspectivă” și „localitățile fără perspectivă”. Asemenea „bifurcații economice” se petrec rar în istorie, iar consecințele rămân pentru decenii înainte. Ulterior, banii, oamenii și investițiile vor tinde să se concentreze anume în regiunile și localitățile „cu perspectivă”, care însă vor fi în minoritate. Foarte multe localități vor deveni periferii marginalizate și sărăcite.

Ce înseamnă aceasta pentru administrația publică locală?

Acest lucru înseamnă că acțiunile primarilor și Consiliilor locale de până acum și în perioada următoare vor avea un impact decisiv asupra viitorului localităților lor pentru cel puțin următorii 20-30 de ani... De fapt, primarii de azi sunt cei care croiesc harta economică a Moldovei de mâine, hașurând localitățile cu perspectivă și cele fără perspectivă.

În asemenea perioade, prioritatea numărul unu a oricărei localități devine supraviețuirea economică. Fără o economie locală sănătoasă, nici o localitate din țară nu va putea supraviețui social și demografic. Mai degrabă existența unui sector privat local puternic, și mai puțin existența școlii și primăriei, este astăzi pre-condiția supraviețuirii unei localități moldovenești. Pentru că dacă va fi o economie locală sănătoasă și în creștere, atunci va fi spor demografic și condiții pentru dezvoltarea obiectivelor de educație, ocrotire a sănătății, culturale, administrative și sociale.

Peste 95% din aleșii locali și funcționarii publici din administrația publică locală din Republica Moldova nu au participat la nici un program de formare profesională în domeniul economic. Mai mult, în domeniul promovării dezvoltării economice locale nu există nici măcar un ghid practic sau un curs specializat la vreo instituție de formare profesională din Moldova.

Scopul acestui ghid este să ajute reprezentanții administrației publice locale din Republica Moldova să înțeleagă mai bine mecanismele de funcționare a economiei localității lor, precum și instrumentele și pârghiile pe care le au la dispoziție pentru promovarea unor politici locale de dezvoltare economică: de atragere a investițiilor, de sprijinire a afacerilor existente și de creștere de noi antreprenori locali.

Acest ghid nu este unul academic. Respectiv, nu operează cu termeni științifici. Acest ghid a fost scris într-o manieră cât mai practică posibilă, oferind o paletă largă de exemple ilustrative și studii de caz relevante.



2.1 CE ÎNSEAMNĂ ECONOMIA LOCALĂ

Din punct de vedere teritorial, economia națională a Republicii Moldova se prezintă ca un puzzle enorm format din 898 de fragmente, fiecare reprezentând economia locală a unei unități administrativ-teritoriale (primării) separate din țară.

Aceste 898 de economii locale sunt diferite ca mărime, specializare, dinamică și perspective de dezvoltare. Unele comunități locale au o economie bazată pe industrie, iar altele pe agricultură. Unele sate sunt specializate în cerealiere, altele în legume, iar altele în sfeclă de zahăr. În unele localități spiritul de antreprenariat al populației este foarte dezvoltat, iar în altele predomină o mentalitate pasivă și indiferentă.

Deoarece majoritatea indicatorilor statistici care caracterizează dezvoltarea economiei naționale a Republicii Moldova sunt calculați prin sumarea indicatorilor de dezvoltare a celor 898 de economii locale, renașterea economică a țării depinde de nivelul de dezvoltare economică a fiecărui sat și oraș. Cu cât mai prospere vor fi economiile satelor și orașelor noastre, cu atât mai dezvoltată va fi economia națională, și invers, cu cât mai slabe vor fi economiile locale,

cu atât mai astenică va fi economia națională a Republicii Moldova.

Până la începutul anilor 1990, dezvoltarea economică a localităților moldovenești depindea foarte puțin de însăși comunitățile locale. Soarta economică a orașelor și satelor era decisă "de sus în jos" de către GOSPLAN¹ și tot aparatul sovietic de planificare economi-

Economia locală este o subdiviziune teritorială a economiei naționale, care reprezintă activitățile economice dintr-o unitate administrativ-teritorială (primărie) separată



că centralizată, care erau responsabili pentru majoritatea deciziilor cu privire la investiții și amplasarea teritorială a factorilor de producție.

Fără îndoială, existau și anumiți actori locali care puteau influența economiile locale. Spre exemplu, un președinte de

colhoz sau lider local de partid înțelept putea, în anumite circumstanțe, să influențeze pozitiv decidenții din centru în vederea alocării unor resurse suplimentare pentru localitatea sa. Până în zilele noastre, în multe sate și orașele moldovenești mai bântuie legende despre anumiți conducători locali "de la Dumnezeu", care au reușit să "convingă" șefii din Chișinău (sau chiar de la Moscova) privind construcția sau modernizarea unei fabrici, ferme sau uzine în localitățile sale. Totuși, aceste situații erau mai degrabă excepții și nu aveau un impact sistemic.

Totodată, localitățile moldovenești, unde populația tradițional avea un spirit antreprenorial mai dezvoltat, reușeau să-și asigure un nivel de trai relativ mai bun decât media pe republică, datorită proliferării unor activități comerciale "quasi-legale" încă din perioada sovietică (oamenii simpli practicau comerțul sezonier cu fructe și legume, vin, țuică, nuci, puieti și mături în Rusia/Belarus/Kazahstan/Ucraina, astfel obținând venituri economice suplimentare – așa numitele activități "speculative"). Tradițional, se consideră că locuitorii din Nordul Moldovei sunt cei care posedă cele mai bune abilități antreprenoriale și pro-business.

¹ Fiind bazată pe sistemul proprietății de stat, economia sovietică a fost condusă prin intermediul GOSPLAN - Comitetul de stat al planificării.



Situația s-a schimbat radical la începutul anilor 1990. **Gradual, în rezultatul tranziției spre economia de piață, descentralizării și globalizării, economiile locale s-au transformat din "obiect" în "subiect" al economiei naționale**, comunitățile locale obținând o anumită putere de decizie în ceea ce privește modelarea propriului destin economic.

Tranziția spre economia de piață și privatizarea în masă de la începutul anilor 1990 au redus cardinal rolul guvernului central asupra deciziilor economice la nivel local. Toate fabricile, uzinele, fermele de animale, terenurile agricole și întreprinderile de logistică au trecut în proprietate privată. Modalitatea și mecanismele după care s-a petrecut privatizarea în Moldova sunt o temă aparte, care încă nu a fost evaluată și analizată obiectiv. Cert este însă, că deja de 30 de ani, nu atât guvernul central, cât mai degrabă câteva zeci de mii de businessmeni autohtoni și străini au devenit cei care mișcă (sau blochează) motoarele economiilor locale din Moldova.

În zonele rurale, comunitățile locale au devenit proprietari ai principalilor factori de producție (terenuri, construcții, utilaje) transformându-se în participanți activi la tot ce s-a întâmplat și se întâmplă cu economia satelor lor. În acest context, există localități care au avut noroc de elite economice locale suficient de înțelepte și curajoase, care au reușit să ges-

tioneze relativ mai bine aceste procese dificile și riscante. Însă, în absoluta majoritate a cazurilor, tranziția spre economia de piață a avut un impact devastator asupra economiilor locale, generând falimentări în masă și colapsul unor întregi ramuri economice.

În ultimii 30 de ani, comunitățile locale din Moldova s-au transformat din „martori” în „părtași” la tot ceea ce se întâmplă cu economiile lor locale.



Procesul de descentralizare a puterii în Moldova, cu toate că încă este foarte lent și spinos, deja a transformat de-jure autoritățile publice locale (primăriile și consiliile locale) în principalii responsabili de promovarea dezvoltării economice locale. Astăzi, autoritățile publice locale din Moldova dețin competențe depline în fixarea taxelor locale, în reglementarea construcțiilor și modului de folosire a terenurilor, în gestiunea patrimoniului local, în dezvoltarea și gestiunea infrastructurii locale de utilitate publică (apă, canalizare, iluminat, salubritate,

depozitare deșeuri, drumuri de acces etc.). Totodată, autoritățile publice locale au fost mandatate cu competențe în ceea ce privește inițierea creării și managementului de parcuri industriale, incubatoare de afaceri și parteneriate public-private.

Faptul că, din cauza unor factori obiectivi și subiectivi, autoritățile publice locale din Moldova încă nu au devenit niște facilitatori de-facto eficienți ai dezvoltării economice locale, rămâne un subiect deschis, care necesită dezbateri suplimentare pentru a găsi soluții la mai multe provocări. Totuși, în rezultatul tuturor acestor procese, comunitățile locale au devenit principalii responsabili de dezvoltarea propriilor economii locale.

Nu în ultimul rând, **globalizarea (care a început să se manifeste în lumea liberă încă din anii 1960-1970, iar la noi abia după căderea URSS și proclamarea Independenței) a produs pentru economiile locale din Moldova schimbări structurale și sistemice de neimaginat anterior, internaționalizând puternic mobilitatea populației, capitalului și comerțului.**

Pentru Republica Moldova, cel mai puternic impact al globalizării îl constituie emigrarea populației. Într-o perioadă de 20-25 ani, localitățile moldovenești au pierdut în medie câte 30-35% din populație, în special persoane tinere și pro-actives. Mai mult, dacă este să ne conducem de prognozele existente, aceste tendințe

migraționiste vor continua cel puțin încă pentru următorii 10-15 ani. Respectiv, ar trebui deja să ne consolăm cu gândul că orașele cu o populație de 15 mii de oameni se vor transforma în localități de 7-8 mii de locuitori, iar satele de 5-6 mii de locuitori în sate de 2-3 mii, cele de 3-4 mii în 1-2 mii ș.a.m.d. Evident, poziția dominantă a municipiului Chișinău se va consolida și mai mult, iar într-un viitor previzibil ar putea concentra până la 50% din toată populația Moldovei.

Totodată, **în contextul globalizării, localitățile moldovenești au devenit mai accesibile pentru companiile multinaționale**, care caută să-și plaseze anumite verigi din lanțurile sale valorice globale (producții sau servicii) în zone "low cost", adică unde își pot reduce costurile de producție, datorită unor salarii de 5-10 ori mai mici decât în statele dezvoltate. Ca rezultat, spre exemplu, practic toate fabricile textile din Moldova au fost integrate în lanțuri valorice globale, transformându-se în "entități captive" ale brandurilor internaționale. Întreprinderile moldovenești primesc comenzi exacte (inclusiv materia primă, designul și croiala) și predau producția finită. Aceasta înseamnă nu altceva decât exportul de servicii de manoperă ieftină, cu profituri mizere și fără a-și dezvolta capacitățile proprii de inovare și marketing.

Pe parcursul ultimilor 15 ani, pe harta economică a Moldovei a apărut o nouă



ramură industrială – "automotive" – prin deschiderea de către investitorii străini a peste zece uzine și fabrici mari în Zonele Economice Libere, care produc diverse componente pentru industria automobilistică internațională.

Totodată, globalizarea a adus oportunități enorme pentru dezvoltarea sectorului IT din Moldova, care în scurt timp a devenit una dintre cele mai dinamice ramuri economice ale țării. Actualmente, Moldova exportă anual servicii IT de circa 100 milioane de euro, și această cifră este în continuă creștere (spre comparație, exporturile totale de vin din Moldova se cifrează, de asemenea, la cca 100 milioane de euro anual).

O problemă majoră a economiilor locale din Republica Moldova este divizarea teritorială excesivă, din cauza fragmentării administrativ-teritoriale exagerate.



Aici este important să conștientizăm că investitorii străini analizează ca locație investițională nu doar țara, dar și localitățile concrete, deoarece unii din cei mai importanți factori sunt în responsabilitatea comunităților locale, inclusiv ceea ce ține de existența terenurilor pentru construcții și dotarea lor cu infrastructură edilitară, existența forței de muncă, precum și calitatea administrației publice locale.

Există mai multe cazuri când investitorii străini analizau inițial un oraș pentru localizarea investiției sale, iar ulterior își schimbau decizia în favoarea altui oraș. Spre exemplu, investitorii italieni doreau inițial localizarea fabricii de cablaje "Trivineta Cavi" într-o altă localitate, dar ulterior și-au schimbat preferințele în favoarea municipiului Strășeni, grație unor abordări mai pro-active din partea Primăriei locale.

Așa cum în Moldova există 898 de primării, dezvoltarea economiei naționale la nivel local este delegată la 898 de primari și Consilii locale, ceea ce înseamnă de-facto că avem 898 de economii locale. Peste 90% din economiile locale din Republica Moldova au la bază un număr mai mic de 5 mii de locuitori, iar 50% din ele au de-facto chiar mai puțin de o mie de locuitori, ceea ce are un impact extrem de negativ asupra capacităților comunităților locale de a gândi și realiza inițiative proprii de dezvoltare economică locală.

Experiența internațională arată că pentru promovarea unor politici eficiente de dezvoltare economică locală, este nevoie inclusiv de o masă critică de populație de minim 4-5 mii de locuitori pentru o administrație publică locală. În acest sens, spre exemplu, o primărie medie din Uniunea Europeană are o populație de peste 4.500 de locuitori.



2.2 CUM SE DELIMITEAZĂ ECONOMIA LOCALĂ

În ultima perioadă, în Republica Moldova **s-a amplificat fenomenul "navetei de muncă", când cetățenii locuiesc într-o localitate, dar lucrează în alta.** Acest fenomen este foarte răspândit în statele dezvoltate, dar în Moldova este relativ nou și într-o continuă creștere.

Este paradoxal să avem o economie națională fărâmițată administrativ în 898 de economii locale, în condițiile în care economia națională a Marii Britanii este organizată în 435 de economii locale, a Danemarcei – în 98, a Suediei – în 290, a Portugaliei – în 308, iar a Norvegiei în 431 de economii locale.

Această tendință aduce cu sine anumițe ajustări în înțelegerea și, respectiv, gândirea soluțiilor de dezvoltare economică locală.

Cu 15-20 de ani în urmă, în Moldova deja existau situații când anumite persoane locuiau pe teritoriul unei primării, dar lucrau pe teritoriul alteia, dar acestea erau mai degrabă excepții. Peste 95% din cetățenii Moldovei își aveau reședința și locul de muncă pe teritoriul aceleiași primării, iar dacă și acceptau să facă naveta, atunci la o distanță nu mai mare decât localitatea vecină.

În prezent, această stare de lucruri trece printr-un proces de schimbare profundă. Spre exemplu, peste 70%



din toți angajații celor mai mari uzine și fabrici din țară deschise în ultima perioadă ("Draxelmaier" din Bălți, "Sumitomo Electric Bordnetze" din Orhei, "Fujikura" din Comrat ș.a.) locuiesc la distanțe de până la 50-55 km de locul de muncă, făcând zilnic naveta cu autovehiculele angajatorilor. Nu există deocamdată statistici relevante la acest subiect, dar este deja cert că în Moldova se creează aceleași tendințe ca și în economiile occidentale.

În viitorul apropiat vor exista multe situații, când absoluta majoritate a locuitorilor de pe teritoriul unei primării vor lucra pe teritoriul altei primării. Cum definim în acest caz o economie locală? Există, spre exemplu, astăzi o economie locală în orașele Ialoveni, Codru sau Durlești, unde peste 80% din populație lucrează în orașul Chișinău? Sau am putea deja considera orașele Codru și Durlești ca părți componente ale economiei locale a Chișinăului? Care ar trebui să fie în acest sens politica de dezvoltare economică locală a Primăriei Durlești?

Apar multe întrebări dificile, care încă urmează a fi clarificate, inclusiv din punct de vedere a percepției impozitelor. Pentru că cetățenii vor achita impozitele unei primării (unde lucrează), iar investiții în servicii și infrastructură vor fi cerute de la altă primărie (unde locuiesc).

În așa mod, nu doar primăriile (centrele administrative), dar și businessul (generatorii de locuri de muncă) este un factor determinant în delimitarea granițelor economiilor locale. Totodată, după modelul economiilor statelor dezvoltate, putem anticipa că se va adânci o încrengătură dintre economiile locale, în care anumiți oameni din localitatea A vor lucra în localitatea B, iar alții din localitatea B vor lucra în localitatea A. În acest caz, vor apărea și funcționa economii micro-regionale, compuse din mai multe economii locale proxime.

În general, la nivel internațional, specialiștii sunt din ce în ce mai înclinați să definească granițele unei economii locale ca o arie geografică de "navetă domiciliu-locul de lucru" unde majoritatea locuitorilor (peste 75%) își au simultan și locul de reședință și locul de muncă. În cazul în care mai mult de 25% din populația locală muncește în alte localități, această economie locală nu mai poate fi considerată o "entitate separată autonomă și funcțională", ci este integrată deja organic într-o economie micro-regională mai extinsă.

Tot mai mulți cetățeni moldoveni consideră "acceptabil" să trăiască într-o localitate și să lucreze în alta. La nivel internațional, se consideră acceptabil să călătorești 20-30 km zilnic până la locul de muncă. Într-un viitor previzibil,

ar trebui să anticipăm aceeași realitate și în Republica Moldova.

Înainte de a începe a gândi vreo inițiativă de dezvoltare economică locală, trebuie de analizat contextul micro-regional al localității respective și definiți "granița analitică a economiei locale". Ignorarea acestor factori, poate duce la un diagnostic eronat al situației curente, inclusiv în auto-plafonări artificiale în valorificarea potențialelor oportunități economice și investiționale.

Spre exemplu, sunt răspândite cazurile când autoritățile publice locale consi-

„Navetismul forței de muncă” este un fenomen în creștere în Moldova.

Deja nu doar primăriile, dar și agenții economici vor delimita granițele economiilor locale.



O hală din cadrul uzinei „Sammy Cablaggi” din satul Albinețul Vechi (r-nul Fălești)



deră că în localitatea lor nu sunt locuri de muncă, pe când (de-facto) în localitate nu mai există forță de muncă, deoarece majoritatea locuitorilor lucrează în localitățile vecine. Și viceversa, multe localități par "neattractive" la prima vedere pentru potențiali investitori din cauza datelor statistice cu care se operează privind numărul mic al populației active, fără a lua în considerare potențialul de atragere a forței de muncă din localitățile proximale.

Un exemplu interesant în acest sens este satul Albinețul Vechi din raionul Fălești. Cu toate că localitatea are o

populație de doar două mii de locuitori, aceasta a atras încă din 2007 o investiție italiană majoră, specializată în producerea de cablaje ("Sammy Cablaggi"), care a construit o uzină unde lucrează peste 800 de persoane. Cu alte cuvinte, economia locală a Albinețului nu se bazează pe forța de muncă din localitate. Majoritatea angajaților locuiesc în alte localități din vecinătate, inclusiv în orașul Fălești, amplasat la doar 8 km distanță. Din anul 2018, în satul Albinețul Vechi a fost creată o (sub) Zonă Economică Liberă, iar investitorul planifică extinderea producției și creșterea numărului de angajați.

Dacă într-o localitate sunt mai mulți bani, acest lucru se reflectă printr-un nivel mai înalt de trai al populației, mai multe oportunități economice pentru business și mai multe taxe colectate la bugetul local. Și invers, o cantitate redusă de bani într-o economie locală se reflectă într-un nivel mai jos al nivelului de trai al populației, mai puține oportunități pentru business și colectări mai mici la bugetul local.



2.3 CUM CIRCULĂ BANII ÎN ECONOMIA LOCALĂ

Prosperitatea economică a unei localități este în strânsă legătură cu cantitatea de bani care circulă în economia locală.

În orice economie locală, chiar și cea mai săracă, întotdeauna există o anumită cantitate de bani. Această cantitate de bani este într-o continuă circulație, determinată de cantitățile de bani care intră și care ies din economia locală.

Să ne imaginăm că economia unei localități are forma unui butoi plin cu vin. Vinul din acest butoi reprezintă cantitatea de bani care circulă în economia acestei localități. Există câteva robinete prin care butoiul este alimentat cu vin (bani) și există câteva robinete prin care vinul (banii) se scurge din butoi.

Dacă în butoi (economia locală) intră mai mulți bani decât se scurg, atunci cantitatea existentă de bani în localitate va crește, iar comunitatea va deveni mai prosperă (nivelul vinului din butoi se va ridica).

Și invers, dacă ieșirile de bani din economia locală sunt mai mari decât intrările, atunci peste o perioadă de timp economia locală va rămâne în general fără bani, lăsând economia locală să intre în criză și chiar un posibil colaps.

În continuare vom analiza de ce depind, cum funcționează și cum pot fi reglate aceste fluxuri și refluxuri de bani într-o economie locală.

De fiecare dată când un locuitor cumpără ceva care nu este produs în localitatea sa (de exemplu un automobil, un

televizor, benzină, electricitate, produse alimentare etc.), o anumită cantitate de bani din această localitate este extrasă și transferată spre altă localitate sau chiar altă țară de unde aceste mărfuri au fost aduse. Așa cum nu există nici o localitate care ar produce absolut totul ce consumă locuitorii săi, aceste extrageri de bani din economia locală sunt continue. De asemenea, de fiecare dată când se merge în concediu sau când se achită impozite în bugetul central, banii iarăși se extrag din economia locală.

Toate aceste activități, prin care banii sunt extrași din economia locală, se numesc – **Activități Economice Consumatoare**. În această categorie intră toți agenții economici care desfășoară activități de comerț cu bunuri și servicii aduse din alte localități sau din afara țării. De fapt, majoritatea magazinelor funcționează ca niște "aspiratoare" care curăță localitatea de bani, pe care ulterior îi transferă în localitățile și țările de origine a acestor mărfuri și servicii.

În Republica Moldova, majoritatea produselor de consum, cu excepția parțială a produselor alimentare, sunt de import. Respectiv, în cea mai mare parte, banii din economiile locale se transferă foarte rapid - prin intermediul magazinelor și agenților economici importatori – spre economiile locale din



Activități economice contribuabile



Influxul și refluxul de bani într-o economie locală

străinătate, unde aceste mărfuri sunt produse.

Pe de altă parte, de fiecare dată când un agent economic își vinde producția în afara localității sale, el aduce o anumită cantitate de bani în economia locală. Ulterior, din această cantitate de bani adusă, el plătește salariile angajaților săi, achită impozitele și își deduce propriul profit. La fel, de fiecare dată când un cetățean primește pensia sau salariul de la bugetul central, primește un transfer de peste hotare sau primește salariul de la o companie aflată în altă localitate, el aduce bani în economia locală.

Toate aceste activități, prin care banii sunt aduși în economia locală, se numesc **Activități Economice Contribuabile**. În această categorie intră toate

O economie locală se consideră sănătoasă, dacă cel puțin 25% din locurile de muncă din localitate se referă la activități economice contribuabile.



afacerile din domeniul agriculturii, turismului, industriei, serviciilor logistice și financiare, care sunt destinate consumatorilor din afara localității date.

O economie locală sănătoasă se bazează pe agenți economici care produc marfă și/sau servicii, pe care le comercializează în afara localității. Cantitatea de bani dintr-o economie locală și, respectiv, prosperitatea localității, sunt în dependență directă de performanța economică a acestor agenți economici.

În Republica Moldova, majoritatea localităților și-au pierdut baza economică locală. Activitățile contribuabile sunt în prezent mai degrabă subdezvoltate, iar economiile locale sunt dominate de activități economice consumatoare (magazine, cârciumi, baruri și case de nunți). De unde atunci se alimentează aceste localități cu bani, pentru a avea cu ce achita toate serviciile și mărfurile importate, inclusiv plata pentru gaze, energie electrică, produse petroliere, reparații? Evident, din remitențe și din veniturile din bugetul de stat (pensii, indemnizații sociale și salariile bugetarilor). În medie, într-un sat moldovenesc ordinar de 4 mii de locuitori, anual intră circa 1,5 milioane de euro prin transferuri de peste hotare. În multe localități, în special cele mai sărace, remitențele constituie până la 50% din toate influxurile de bani în comunitate, iar altele 30-40% din intrările de bani



sunt asigurate de pensii, indemnizații și salariile bugetarilor.

În afară de aceste "robinete", prin care banii vin și pleacă din economia locală, mai există un robinet specific – așa-numitul "robinet - pompă". Acest robinet re-circulă banii în economia locală. Adică pompează înapoi banii care se scurg, prin aceasta prelungind perioada de aflare a banilor în economia locală. De fiecare dată când un localnic cumpără un litru de lapte de la un producător local, el scoate din buzunar o sumă de bani, dar această sumă de bani nu pleacă în afara localității, ci rămâne în economia locală. La fel se întâmplă în situațiile când localnicii cumpără oricare alt produs sau serviciu produs local (spre exemplu pâine, servicii de taxi, servicii juridice, anumite produse agroalimentare, lucrări de construcție etc.).

În toate aceste cazuri, banii trec dintr-un buzunar în altul, dar nu pleacă din localitate. La fel se întâmplă când achităm serviciile unui frezor din localitate sau autoservice sau spălătorie auto: banii cheltuiți rămân în localitate (cel puțin parțial), iar bogăția locală nu se scurge în afară. În acest sens, trezește nedumerire situația când în foarte multe localități rurale din țară, alimentarea copiilor în școli și grădinițe se face cu produse procurate în alte localități, în condițiile în care fermierii locali se con-

fruntă cu problema comercializării produselor agricole similare.

Toate aceste activități, prin care banii sunt re-circulați în interiorul economiei locale, se numesc – **Activități Economice Multiplicatoare**. În această categorie intră toate afacerile care comercializează local mărfuri și servicii produse pe loc. Din această categorie fac parte toate serviciile de utilități publice locale – salubritate, alimentare cu apă, servicii locale de transport etc.

Respectiv, se poate de observat că doar o parte din activitățile economice contribuie la alimentarea economiei locale cu bani și la asigurarea creșterii economice. Vedem că **nu toți agenții economici locali au același impact asupra dezvoltării economice locale**. Astfel, doar o parte din agenții economici locali aduc bani în economia locală. Aceste activități sunt realizate de agenții economici "contribuabili", reprezentați în principal de cei care produc local și comercializează în afara localității, precum și de orice transfer de bani aferent remitențelor, granturilor, investițiilor din afara localității și cheltuielilor din bugetul de stat.

Activitățile economice consumatoare nu generează, dar extrag banii din cadrul unei economii locale. De fapt, ei "mănâncă" banii aduși în economia locală de activitățile economice contribuabile.

Nivelul de dezvoltare a afacerilor consumatoare (de exemplu a comerțului) este o derivată a nivelului de dezvoltare a activităților contribuabile. Respectiv, dezvoltarea afacerilor care extrag banii din economie nu ar trebui să fie niciodată scopul unei inițiative sau politici de dezvoltare economică locală.

Activitățile economice multiplicatoare, la fel nu alimentează cu bani o economie locală, dar re-circulă și multiplică banii deja existenți, transferându-i "dintr-un buzunar în altul". Cu alte cuvinte, afacerile din acest domeniu prelungesc perioada de aflare în localitate a banilor aduși prin intermediul activităților contribuabile, până la scoaterea lor definitivă din economia locală de către agenții economici consumatori. Într-o economie locală sănătoasă, banii circulă și re-circulă în localitate pe cât de mult este posibil, în acest mod multiplicând impactul economic al activităților contribuabile.

Într-o economie locală sănătoasă, fiecare leu (sau euro, sau dolar) trebuie să facă cel puțin trei circulații din momentul în care este adus în localitate de către vreo activitate contribuabilă și momentul în care este extras afară de vreo activitate consumatoare.

O politică înțeleaptă de dezvoltare economică locală trebuie să se concentreze prioritar pe agenții economici care "produc" bani. Dacă aceștia vor merge bine, atunci agenții economici care "consumă" bani vor fi capabili să se descurce și singuri.



Totuși, chiar dacă nu contribuie la alimentarea cu bani a economiei locale, activitățile economice consumatoare sunt o necesitate absolută și indispensabilă pentru stimularea dezvoltării afacerilor contribuabile, precum și pentru menținerea unui nivel adecvat al calității vieții, deoarece acestea asigură necesitățile populației și businessului în bunuri și servicii care nu sunt produse local, inclusiv cu materii prime și resurse energetice.



TIPURI DE ACTIVITĂȚI ECONOMICE DUPĂ IMPACTUL MONETAR ASUPRA ECONOMIEI LOCALE

Tipul de activități economice	Impactul asupra economiei locale	Reprezentare
ACTIVITĂȚI ECONOMICE CONTRIBUABILE	In-fluxul banilor într-o economie locală Se referă la activitățile economice care produc bunuri și servicii pentru a fi comercializate în afara localității, astfel de-facto contribuind la "importul" banilor în economia locală.	Agricultura, industria, turismul, remitențele, pensiile plătite de stat, investitori externi, instituțiile finanțate din bugetul de stat.
ACTIVITĂȚI ECONOMICE CONSUMATOARE	Re-fluxul banilor dintr-o economie locală Se referă la activitățile economice care comercializează în localitate bunuri și servicii produse în altă parte, astfel de-facto, contribuind la extragerea banilor din economia locală.	Comerțul cu bunuri aduse din afară, produse alimentare și băuturi aduse din afară, benzinăriile, furnizorii de gaz și electricitate, prestatorii de servicii din exterior.
ACTIVITĂȚI ECONOMICE MULTIPLICATOARE	Circulația banilor într-o economie locală Se referă la activitățile economice care comercializează bunuri și servicii produse local, astfel de-facto "circulând" banii în cadrul economiei locale "dintr-un buzunar în altul".	Magazine care comercializează bunuri produse în localitate, prestatorii de servicii de utilitate publică locală (salubritate, apă, canalizare), servicii locale de transport și taxi, unități de alimentare publică cu produse proprii, facilități de agrement și recreere locale.

POVESTEA „TURISTULUI ZGÂRCIT” ȘI CIRCULAȚIA BANILOR ÎNTR-O ECONOMIE LOCALĂ:

În august, într-un oraș mic, cade o ploaie torențială și câteva zile orașelul pare pustiu. Era ceva timp de când criza a afectat acest loc, toți având probleme și înglodându-se în datorii. Într-o după amiază liniștită, sosește în acel oraș un turist singuratic. Acesta intră în unicul hotel care era în acel orașel. Era obosit și dorea să facă un popas. Negociază cu patronul hotelului un set de servicii cină-cazare-dejun la un preț de 100 de euro. Scoate din portmoneu o bancnotă de 100 euro, o pune pe masa recepției și merge să se cazeze la ultimul etaj, în cea mai bună cameră a hotelului.

Patronul hotelului ia bancnota și fuge să-și plătească datoriile cu măcelarul. Acesta ia bancnota și fuge să-și plătească datoria cu crescătorul de porci. Acesta pleacă să plătească ceea ce datorează furnizorului de hrană pentru animale. Proprietarul morii ia bancnota în zbor și fuge să-și lichideze datoria cu ... același patron de hotel, căruia îi rămăseseră dator pentru organizarea cu ceva timp în urmă a unei petreceri de familie în restaurantul hotelului.

Între timp, turistul ... începe să regreta că a achitat tocmai 100 de euro pentru niște servicii, care cel mai probabil ar fi costat maximum 50 de euro în altă parte. Fiind profund afectat de această "criză de zgârcenie", turistul se răzgândește, își strânge bagajul și coboară înapoi la recepție. Explică că trebuie urgent să plece, solicitând banii înapoi. Primește înapoi aceeași bancnotă de 100 de euro, urcă în mașină și în scurt timp părăsește localitatea...

Nimeni nu a câștigat nici un ban, dar nimeni nu mai este pe minus. Toți și-au achitat datoriile și au devenit mai optimiști.

Morala: Cu cât mai mult circulă banii într-o economie locală, cu atât mai prosperă devine localitatea.



2.4 CINE POARTĂ RESPONSABILITATEA PENTRU DEZVOLTAREA ECONOMIEI LOCALE

Există două abordări conceptuale diferite cu privire la „cine este responsabil de dezvoltarea economică a unei localități”: (1) abordare pasivă și (2) abordare proactivă.

Prima abordare (pasivă) tratează economia unei localități ca un "obiect" al economiei naționale, considerând că aceasta nu deține suficiente capacități și pârghii pentru a-și influența propria dezvoltare și este un simplu spectator la acțiunile guvernului central și inițiativele private ale businessului. Această abordare plasează responsabilitatea principală pe politicile macro-economice ale statului și inițiativa economică individuală a agenților economici din localitate.

A doua abordare (proactivă) tratează economia unei localități ca un "subiect" autonom al economiei naționale, considerând că aceasta deține suficiente capacități endogene pentru a putea influența traiectoria și dinamica propriei dezvoltări. Această abordare plasează responsabilitatea principală pe capacitatea actorilor locali (administrația publică locală, businessmenii locali și populația locală) să coopereze și să acționeze colectiv pentru a-și promova propriile interese economice.

Prima abordare este, în mod special, caracteristică statelor centralizate și celor cu economia planificată, așa cum a fost și Moldova în perioada sovietică. A doua abordare este specifică statelor cu economie de piață și un anumit grad de des-

centralizare a responsabilităților pentru autoritățile publice locale.

Este evident că economiile locale depind mult de guvernul central, care deține toate competențele de elaborare și implementare a politicilor macro-economice, de reglementare a antreprenoriatului, de infrastructura fizică de bază (șosele, căi ferate, port, aeroport, energie electrică) de politicile de comerț exterior ș.a.m.d. Totuși, aceste politici macro prezintă doar contextul național de dezvoltare economică locală. În rest, cum ne adaptăm la acest context în fiecare localitate în parte, cum minimizăm constrângerile și cum valorificăm oportunitățile – ține în exclusivitate de comunitățile locale și acțiunile (sau inacțiunile) lor.

Trebuie să recunoaștem că foarte multe comunități locale din Moldova continuă, din inerție, să-și considere propria dezvoltare economică locală ca pe o consecință exclusivă a impactului politicilor naționale, fără a admite asumarea unui rol activ în creșterea propriului destin economic. Există foarte mulți primari (dar și businessmenii locali și liderii comunitari) care preferă să se poziționeze mai degrabă în calitate de "jertfe" a politicilor macro-economice și acțiunilor guvernului. Mai grav, mulți consideră că nimic nu mai poate fi făcut local pentru a redresa propria situație.

În orice economie națională există diferențe vizibile de dezvoltare dintre localități (inclusiv între localitățile vecine), în

Responsabilitatea de bază pentru dezvoltarea economică locală aparține însăși comunității locale.



condițiile în care contextul macro-economic este absolut identic pentru toți. Majoritatea dintre noi am călătorit mult în România în ultimii 10-15 ani și am putut observa evoluția localităților de acolo după aderarea țării la Uniunea Europeană în 2007 și accesul la finanțări și oportunități de dezvoltare extinse. Este observabil cum multe comune și orașele s-au europeanizat după aderarea la Uniunea Europeană, iar altele continuă să stagneze, cu toate că există finanțări europene enorme pentru dezvoltare, care pur și simplu nu se valorifică în întregime. Găsim comune bogate în Moldova de peste Prut (care este cea mai săracă regiune din România) și găsim comune sărace în proximitate de București (care este cea mai bogată zonă din România, cu un Produs Regional Brut chiar mai mare decât media pe Uniunea Europeană (+30%)). Același lucru este valabil și pentru restul țărilor, atât din Uniunea



Europeană, cât și din statele din vecinătatea estică. În aceleași condiții macro-economice găsim localități vecine cu un nivel de dezvoltare economică locală foarte diferit. Mai mult, aceste diferențe cresc în context regional. Spre exemplu, în Ucraina, diferența dintre cea mai săracă și cea mai bogată regiune (după nivelul Produsului Regional Brut pe locuitor) este de 1:7, în România de 1:4, în Italia de 1:3, în Polonia de 1:2.

Un exemplu clasic este Italia. O perioadă îndelungată, Sudul și Nordul Italiei s-au dezvoltat în aceleași condiții macro-economice. Totuși, diferențele dintre localitățile sudice și cele nordice nu doar că continuă să fie mari, dar sunt și în creștere de la an la an. Mai mult, după al Doilea Război Mondial, guvernul de la Roma a investit zeci de miliarde de euro în regiunile sudice, pentru a le ridica la nivelul mediei pe țară, iar ulterior investiții enorme au venit și din bugetul UE prin fondurile structurale. Situația din Italia a dat denumire unui termen economic specific – "efectul Mezzogiorno", care demonstrează că contextul local nu este mai puțin important decât contextul național în asigurarea unei creșteri economice.

Cineva veșnic "bocește" și aruncă toată vina pe guvernul central, iar altcineva caută încontinuu soluții inovative pentru a reuși și a merge înainte.

În Moldova avem localități de 5 mii de locuitori, care practic nu au nici un agent

economic prosper, economia locală fiind dominată de o agricultură de subzistență. Și avem, spre exemplu, localitatea Tvardița (din raionul Taraclia) de 5 mii de locuitori, unde în ultimii 20 de ani s-au dezvoltat de la zero trei noi fabrici de băuturi alcoolice, o fabrică de țigări, un combinat de mezeluri, o fabrică farmaceutică, două fabrici de textile. Este adevărat că, parțial, această dezvoltare s-a datorat existenței unei Zone Economice Libere. Dar, în același timp, în Moldova erau și alte Zone Economice Libere, care în aceeași perioadă nu au putut atrage nici măcar un investitor.

În această ordine de idei, un alt exemplu ilustrativ îl prezintă satul Brăviceni din raionul Orhei. În această localitate, în ultimii 15-20 ani s-a dezvoltat o economie locală dinamică, care a minimizat migrația și a favorizat implicarea activă a tinerilor în deschiderea de noi afaceri. În această perioadă, cu susținerea și încurajarea autorităților publice locale (fostul primar Vladimir Cociorvă), localitatea a reușit atragerea a peste 50 de finanțări nerambursabile (granturi) pentru deschiderea de noi afaceri de către persoane tinere (ferme de iepuri, sere, producere ciuperci, cultivare legume etc.). Totodată, afacerile agricole existente au fost extinse în așa măsură, încât în anul 2018 economia locală a satului Brăviceni (cu o populație de cca 2.000 de locuitori) a reușit să producă și să comercializeze marfă de peste 80 milioane de lei, ceea

ce a propulsat această localitate printre campionii naționali ai dezvoltării economice rurale.

Așadar, **în contextul dezvoltării economice locale, responsabilitatea de bază revine în primul rând comunității locale.**

Când vorbim despre „comunitatea locală”, se au în vedere cei trei actori locali clasici:

- Administrația publică locală (primarul și Consiliul local).
- Businessmenii locali (antreprenori din localitate și cei din afară care au afaceri în localitate).
- Grupurile comunitare locale (intelectualitatea, ONG-urile, biserica, sindicatele, meseriașii, salariații, șomerii, grupurile vulnerabile, „rețele de neamuri” etc.).

2.4.1 Rolul sectorului privat

Într-o economie de piață, nu primăria, dar antreprenorii locali creează locuri de muncă și aduc bani în comunitate. Respectiv, **principalul actor de dezvoltare economică locală este businessul local.**

Practic, tot ceea ce s-a întâmplat după independență încoace cu economiile localităților moldovenești a fost rezultatul unor inițiative private, de cele mai multe ori fără implicarea autorităților publice locale și în pofida descurajărilor și constrângerilor existente. Ca rezultat, localitățile care au avut noroc de oameni de afaceri abili și activi, s-au ales cu o economie locală mai dezvoltată. Iar localitățile care "au avut noroc" de oameni de afaceri mai slăbuți (care au preluat activele economice din perioada sovietică, dar nu au avut capacitatea să le valorifice), s-au ales cu o degradare continuă a economiilor locale.

Din perioada sovietică, în Moldova au rămas câteva zeci de fabrici mari de conserve. După independență, acestea au activat în aceleași condiții macro-economice. Doar că unele din ele au falimentat (spre exemplu fabricile din Coșnița și Nisporeni), iar altele au supraviețuit și chiar s-au modernizat (spre exemplu fabricile din Cupcini, Soroca și Orhei).

Reforma agrară s-a petrecut în Moldova în același fel în toate localitățile. Doar că în anumite localități aceste schimbări au condus la o ruinare totală a economiei locale, iar în alte localități (datorită unor inițiative private) a fost posibilă supraviețuirea și chiar modernizarea anumitor producții locale.

Am menționat mai sus exemplul or. Tvardița, care a reușit în ultimii 20 de ani să deschidă opt noi întreprinderi industria-



le mari. Aici trebuie să continuăm prin a spune că în spatele acestei performanțe s-a aflat un singur antreprenor (investitor), care practic a revoluționat economia locală. Dacă nu ar fi fost acest antreprenor, probabil că Tvardița ar fi fost astăzi similară altor localități rurale din zonă. Spre exemplu, o altă localitate vecină din raionul Taraclia - Vinogradovca

Într-o economie de piață, sectorul privat este unicul care organizează activități economice și creează locuri de muncă.



- a avut acum 20 de ani un potențial de dezvoltare a industriei vinicole net superior celui din Tvardița, datorită amplasării renumitei vinării "Ciumbai" – una din perlele industriei vinicole moldovenești. Doar că în Vinogradovca, antreprenorii locali au fost mai puțin performanți, iar, ca rezultat, industria vinicolă locală practic a fost "falimentată" în totalitate. Astfel, în timp ce în Tvardița erau aduse și instalate noi linii de îmbuteliere a vinurilor, spumantelor și divinurilor, în Vinogradovca erau demontate liniile de îmbuteliere moștenite din perioada sovietică.

Totodată, chiar dacă au rolul cel mai important în dezvoltarea economică a localităților, businessmenii locali nu au nici un "mandat" din partea comunității locale și nici o obligație față de guvernul central pentru a promova dezvoltarea economică locală. Ei doar își urmăresc propriile interese și propriul profit.

2.4.2 Rolul administrației publice locale

Mandatul comunitar și responsabilitatea administrativă pentru dezvoltarea economică locală sunt deținute de Primar și Consiliul local. Respectiv, **administrația publică locală este un actor de dezvoltare economică locală la fel de important ca și sectorul privat**. Poate chiar deține un rol mai important, datorită faptului că prezin-

tă cea mai legitimă putere locală, aleasă de către întreaga comunitate pentru a avea grijă și de a promova interesele social-economice ale localității.

Într-un final, Primarul și Consiliul local sunt cei care poartă responsabilitatea maximă pentru nivelul actual de dezvoltare economică a localității și pentru exis-

tența (sau lipsa) unor strategii viabile de redresare a situației.

Este adevărat că legislația națională este încă foarte superficială în ceea ce ține de rolul administrației publice locale în promovarea dezvoltării economice locale. Spre exemplu, Legea cu privire la descentralizarea administrativă (N435 din 28.12.2006) specifică doar foarte vag² promovarea dezvoltării economice locale în calitate de domeniu de activitate a Primăriei și Consiliilor locale. Această responsabilitate este reflectată în două puncte ale articolului 4 (aliniatul 1) cu referire la domeniile de activitate:

- (Lit. k): "Amenajarea piețelor agricole, a spațiilor comerciale, realizarea oricăror alte măsuri necesare pentru dezvoltarea economică a unității administrativ-teritoriale"
- (Lit. l): "Instituirea și gestionarea întreprinderilor municipale și organizarea oricărei alte activități necesare dezvoltării economice a unității administrativ-teritoriale".

În Legea cu privire la administrația publică locală (N436 din 28.12.2006), la atribuțiile primarului (articolul 29), cuvântul "economic" este menționat doar de două ori, dar și atunci cu puțină relevanță:

² Prevederile sunt mult mai clare în ceea ce privește autoritățile publice locale de nivelul 2, care prevăd "susținerea și stimularea inițiativelor privind dezvoltarea economică a unității administrativ-teritoriale (articolul 4, aliniat 2, litera f);

- Care prevede prezentarea de către primar o dată în an Consiliului local a unui raport cu privire la situația social-economică a localității, și
- Care prevede mobilizarea agenților economici de către primar în caz de situații excepționale.

Atât. Nimic mai mult. Totuși, indiferent de caracterul vag al prevederilor legale, absoluta majoritate a administrațiilor publice locale din țară au priorizat domeniul de dezvoltare economică locală. Acest lucru se reflectă foarte bine atât în baza programelor electorale ale candidaților pentru funcțiile de primari și consilieri locali, cât și prin faptul că toate strategiile de dezvoltare locală din Moldova prevăd obiective și acțiuni de dezvoltare economică locală. Problema constă în faptul că toate aceste deziderate economice (politice și administrative) sunt, în absoluta majoritate a cazurilor, vagi și confuze, fără a prevedea mecanisme clare și fezabile de implementare.

De cele mai multe ori, personalitatea primarului este determinantă pentru formarea filosofiei comunității privind dezvoltarea economică locală. Un primar care înțelege businessul, și care este respectat de oamenii de afaceri, are mult mai multe șanse să producă ceva pozitiv pentru economia locală. Și invers, de foarte multe ori,



anumiți primari care au o înțelegere limitată (sau eronată) despre business și businessmeni – devin o adevărată "pacoste" pentru dezvoltarea economică locală, fiind mai mult antrenați în conflicte cu antreprenorii locali. Un primar bun poate fi și un factor de coeziune, care va uni oamenii

2.4.3 Rolul grupurilor comunitare

Pe lângă businessmenii locali și autoritățile publice locale, **responsabilitatea pentru dezvoltarea economică locală în egală măsură revine și grupurilor comunitare locale, care reprezintă masele largi ale populației din localitate.** Pentru că nimic nu poate fi realizat într-o localitate fără susținerea locuitorilor. În primul rând, primarul și consilierii locali sunt politicieni, care (prin definiție) întotdeauna vor tinde să facă doar ceea ce este susținut de comunitate și vor evita să facă ceva din ceea ce este în contradicție cu așteptările maselor. Respectiv, pentru o politică economică locală pro-activă trebuie să existe o comunitate pro-business care ar susține acțiuni și investiții publice pentru sprijinirea sectorului privat. Într-o comunitate în care bugetul local este sărac, investițiile publice pro-business (spre exemplu, extinderea canalizării spre un cartier unde sunt amplasați agenții economici) va fi defavorizat aproape întotdeauna față de investițiile pro-comunitate (spre exemplu,

în jurul unor obiective pozitive de dezvoltare, iar un primar "neadecvat" poate fi un factor care va adânci și mai mult dezbinarea între oameni și care poate crea atâtea probleme pe durata unui mandat, încât vor fi necesare alte două mandate de primari buni pentru a le rezolva.

aceeași canalizare, dar pentru un cartier populat de persoane în etate). Această situație este prezentă în multe localități din țară: comunitățile locale sunt mai degrabă reticente față de doleanțele businessului, iar pe alocuri chiar neprietenoase față de interesele businessmenilor locali.

În foarte multe situații, primarii preferă să se țină la distanță de interesele oamenilor de afaceri, pentru că imediat riscă să fie catalogați de către oponenți ca "promotori de interese private meschine". Această abordare neprietenoasă față de mediul de afaceri, cu părere de rău, este încă răspândită în foarte multe localități din Moldova. Evident, această abordare a comunităților locale a fost formată în timp, inclusiv în rezultatul multiplelor abuzuri din partea intereselor private înguste în detrimentul intereselor publice. Totuși, situația ar trebui schimbată, pentru că fără comunități cu mentalitate pro-business, este greu de promovat politici active de dezvoltare economică locală.

În al doilea rând, atitudinile și mentalitățile care domină într-o localitate sunt de o importanță majoră în organizarea activităților economice. Spre exemplu, din cauza nivelului redus al capitalului social (ceea ce înseamnă că încrederea dintre oameni și capacitatea lor de a lucra împreună este nesatisfăcătoare), în majoritatea localităților este foarte greu (iar în unele cazuri chiar imposibil) de promovat asocierea micilor producători agricoli, ceea ce ar putea duce inevitabil la un impact economic pozitiv pentru toată lumea implicată. Ca rezultat, spre exemplu, majoritatea comunităților rurale așa și nu reușesc să se miște în direcția unei agriculturi mai performante. În lipsa asocierii, producătorilor mici le este foarte dificil să dezvolte infrastructura post-recoltare și să promoveze activități economice cu valoare adăugată mai înaltă.

Așadar, **atunci când vorbim despre actorii de dezvoltare economică locală, trebuie să înțelegem că nici unul nu este mai important decât altul. Implicarea fiecărui partener - businessului local, administrației publice locale și grupurilor comunitare locale - este la fel de important pentru a asigura o dezvoltare economică locală sustenabilă. Mai mult, pentru a fi eficienți, actorii locali trebuie să coopereze și să lucreze împreună.**

Nici un primar nu va putea face nimic pentru economia localității sale fără a coopera eficient și sincer cu sectorul privat. Iniți-

ativele de dezvoltare economică locală în care nu participă cei mai influenți și importanți agenți economici din localitate sunt inutile și sortite eșecului. În același timp, absoluta majoritate a primarilor nu vor risca cu propria carieră politică, ajutând businessul cu ceva ce poate fi catalogat de oamenii de rând ca "interese ascunse".

Totodată, nici un businessman local nu va putea avea succes dacă va fi în conflict cu autoritățile publice locale, deoarece acestea au multiple pârghii prin care îi pot influența afacerile. Pentru a se dezvolta, businessul are nevoie de taxe locale ne-discriminatorii, de infrastructură locală adecvată (apă, canalizare, drumuri de acces, gaz), de prețuri rezonabile la serviciile locale (fără, spre exemplu, aplicarea tarifelor exagerate la apă pentru agenții economici, în vederea subvenționării gospodăriilor casnice), de un proces eficient și incoruptibil de reglementare a relațiilor funciare și eliberare a autorizațiilor de construcție ș.a.m.d.

Concomitent, nici o comunitate locală (chiar dacă are multe ONG-uri și grupuri comunitare active) nu va putea realiza o inițiativă economică de succes fără participarea activă a businessmenilor locali și autorităților publice locale. Da, se pot scrie multe strategii și programe frumoase, dar acestea vor rămâne cel mai degrabă doar pe hârtie, dacă nu va fi asigurată o implicare eficientă atât a sectorului public, cât și a celui privat.



BANC ECONOMIC: PRIN CE SE DEOSEBEȘTE ECONOMIA RAIULUI DE ECONOMIA IADULUI

Odată, în cadrul unei lecții publice, un celebru economist american și laureat al Premiului Nobel a fost provocat (de primarul orașului – gazdă) cu următoarea întrebare: "Dacă ar exista iadul și raiul, cum ar funcționa și prin ce s-ar deosebi economiile lor locale?" Economistul, după ce s-a gândit puțin, i-a răspuns în felul următor: "Diferența dintre economia iadului și economia raiului constă în împărțirea diferită a rolurilor. Astfel, în rai, administrația face politici locale, businessul face afaceri, iar populația votează "cu capul" (rațional). În iad, însă, administrația face business, businessul face politică, iar populația votează "cu picioarele" (emoțional)...."



2.5 DE UNDE VIN SOLUȚIILE PENTRU ECONOMIA LOCALĂ

Actorii locali nu doar că pot avea viziuni diferite cu privire la direcțiile de dezvoltare locală, dar și cu privire la "adresa" unde trebuie căutate aceste soluții.

Anumiți actori locali (atât primari, cât și agenți economici și lideri comunitari) au devenit atât de descurajați și de pesimiști, încât au devenit ferm convingși că nu mai există nici o soluție pentru problemele existente. Alții, din contra, sunt excesiv de optimiști și încrezători.

În acest context, putem distinge patru modele comportamentale ale actorilor locali în ceea ce privește abordarea potențialelor soluții pentru dezvoltarea economică locală.

- **Așteptarea soluțiilor economice "de sus"**. Există atât oameni de afaceri locali, cât și (în special) reprezentanți ai administrației publice locale, care nu cred că ei mai pot face ceva cu forțele proprii. În opinia acestora, soluțiile pentru problemele economice existente pot veni doar de la administrația publică centrală (Guvern, Parlament, Președinție, partide politice). Parțial, acest mod de gândire este o reminiscență a trecutului sovietic, când dezvoltarea economică ținea strict de competența statului. Totuși, acest mod de gândire este în continuare alimentat de către reprezentanții puterii centrale, în special prin prisma promisiunilor politice și campaniilor mediatice de promovare a liderilor politici naționali în calitate de "rezolvatori ai problemelor locale".

- **Așteptarea soluțiilor economice "din altă parte"**. Actorii locali din această categorie nu au încredere nici în forțele proprii și nici în capacitatea statului de a rezolva problemele economice ale localităților lor. Nu au încredere în stat pentru că înțeleg că acesta nu are suficiente resurse pentru a sprijini toate localitățile, chiar dacă și-ar dori mult acest lucru. Acești actori, însă, sunt foarte încrezuți în puterea donatorilor și investitorilor internaționali de a veni cu soluții fezabile și eficiente. Această abordare domină pentru moment mentalitatea actorilor locali nu doar în

Moldova, dar și în absoluta majoritate a statelor în tranziție și în curs de dezvoltare.

În ceea ce ține de investitorii străini, trebuie să conștientizăm că cererea pentru investiții este mai mare decât oferta. Investitorii caută să obțină anumite stimulente economice și privilegii financiare. În final, aleg localitatea care le oferă privilegiile și/sau avantaje mai generoase. De aceea, trebuie de luat în considerare că competiția între localități pentru atragerea investitorilor strategici este foarte acerbă. Multe localități investesc practic toate resursele disponibile în crearea unor facilități pentru potențialii investitori. În final, însă, doar o minoritate câștigă, ca și în orice altă competiție. În acest sens, putem învăța mult din experiențele negative de dezvoltare economică locală din Statele Unite ale Americii, unde foarte multe comunități sărăcite s-au creditat la greu de la băncile comerciale pentru a investi în infrastructura parcurilor industriale, în așteptarea unor mari investitori strategici. În multe cazuri, acești investitori strategici așa și nu au mai venit, iar comunitățile au ajuns la faliment.

- **Așteptarea soluțiilor economice "de nicăieri"**. Actorii locali din această categorie nu mai au încredere în nimeni. Sunt copleșiți de scepticism și fatalism cu privire la viitorul economic al



propriilor localități. Unica soluție plauzibilă pe care o mai analizează este de a emigra în afară țării sau cel puțin în capitală. La momentul actual, această stare de spirit este caracteristică unei părți însemnate a comunităților locale din Moldova.

Pe parcursul ultimilor 20 de ani, ponderea celor care cred că societatea se mișcă într-o direcție greșită a fost întotdeauna mai mare de 60-70%, ceea ce este un indicator extrem de nefavorabil pentru promovarea de inițiative de dezvoltare economică locală. Chiar și localitățile rurale moldovenești care până nu demult "rezistaseră" tendințelor migraționiste, au cedat în ultima perioadă. Astfel, spre exemplu, din comuna Mileștii Mici (raionul Ialoveni) doar în anii 2017-2018 au plecat peste hotare peste 300 de persoane, ceea ce constituie aproape 8% din numărul total al populației. Cu părere de rău, acest pesimism local a cuprins și tineretul, mentalitatea cărora a devenit puternic ancorată în "emigrarea cu orice preț" – ca fiind unica alternativă reală pentru un viitor destoinic.

- **Caută soluții "din interior"**. Acești actori locali sunt conștienți că dezvoltarea economică locală depinde în exclusivitate de propria motivație, energie și activitate. Asemenea actori locali au încredere în forțele proprii și sunt su-

Există foarte puține soluții economice pentru comunitățile locale dominate de indiferență, negativism și pasivitate.



ficient de motivați pentru a valorifica oricare oportunitate economică ivită. Acești actori locali sunt încrezuți că lucrurile pot să înceapă a fi schimbate, chiar și cu puținele resurse (umane, financiare, tehnice) pe care le au astăzi la dispoziție. Anume asemenea abordare pro-activă produce cele mai spectaculoase rezultate de dezvoltare economică locală. Experiența internațională arată că anume acest tip de actori locali reușesc cel mai bine să atragă investiții străine și/sau sprijin din partea donatorilor internaționali și naționali.

Aceste modele de comportament nu se exclud reciproc. În practică, de cele mai multe ori se întâlnesc variate combinații de abordări și așteptări din partea actorilor locali. Aici contează care abordare este predominantă.

În orice combinație, **dezvoltarea economică locală solicită o predominare a abordărilor pozitive și pro-active de "auto-ajutorare" din partea comunităților locale**. Nici o economie locală nu poate fi revigorată sau dinamizată fără implicarea actorilor locali. Nu pot exista miracole economice în localități dominate de indiferență, negativism și pasivitate.



2.6 CUM SE MĂSOARĂ ECONOMIA LOCALĂ

Evaluarea tendințelor și stării de moment în dezvoltarea unei economii locale trebuie să se bazeze pe anumiți indicatori statistici.

Nici un investitor și nici un donator nu iubește să lucreze cu comunități care în permanență "își plâng de milă". Această abordare de "sărăcie" a lucrat bine în contextul proiectelor sociale și de infrastructură, dar este contraproductivă atunci când este vorba de proiecte de dezvoltare economică.

Fără indicatori statistici relevanți, nu putem evalua nici dinamica de dezvoltare economică a unei localități și nici nu putem compara economiile locale între ele.

Acești indicatori trebuie să reflecte două elemente principale:

- **Mărimea** economiei locale.
- **Calitatea** economiei locale.

Pe plan internațional, indicatorul de bază prin care se măsoară mărimea și dinamica dezvoltării economice locale este Produsul Regional Brut (PRB) – care este un fel de Produs Intern Brut (PIB) calculat pentru o localitate sau regiune și care reflectă suma valorii de piață a tuturor mărfurilor și serviciilor destinate consumului final, produse în decurs de un an. Cu alte cuvinte, este valoarea bănească a tot ceea ce produce economia

**PRODUSUL REGIONAL BRUT NOMINAL/LOCUIITOR
PE REGIUNILE DE DEZVOLTARE, MII MDL**

Regiunile de Dezvoltare	2013	2014	2015	Raportat la mun. Chișinău
Municipiul Chișinău	69,83	77,90	88,1	100%
Nord	18,44	20,66	22,1	25,1%
Centru	15,05	16,96	18,8	21,3%
Sud	16,78	18,14	18,9	21,5%
UTA Găgăuzia	17,52	18,94	19,8	22,5%
TOTAL	28,25	31,51	34,5	39,2%

Sursa: GIZ/Guvernul Republicii Moldova, Documentul de politici „O nouă paradigmă de dezvoltare regională în Republica Moldova”, 2018

unei localități sau regiuni timp de un an. Valoarea absolută a Produsului Regional Brut indică asupra mărimii economiei locale, iar raportarea sa la numărul de locuitori indică asupra calității economiei locale.

Cu părere de rău, în Republica Moldova statistica încă nu calculează mărimea Produsului Regional Brut pe localități. A existat doar o evaluare experimentală a Produsului Regional Brut pentru anii 2013-2015 pe regiunile de dezvoltare (a se vedea tabelul de mai sus). În prezent, acest indicator nu se calculează nici măcar pentru municipiul Chișinău.

Totodată, statistica moldovenească nu oferă cu părere de rău în general informații cu referire la dezvoltarea eco-

nomică a localităților. Toată statistica teritorială existentă se referă ori la regiunile de dezvoltare, ori la raioane. Există informații statistice doar cu referire la mun. Chișinău și mun. Bălți, în rest ne confruntăm practic cu o lipsă absolută de date. Respectiv, în condițiile în care statistica moldovenească nu calculează și nu oferă informații cu privire la dezvoltarea economică a localităților, comunitățile urmează să identifice alternative proprii de estimare și calculare a unor indicatori proprii cu care s-ar putea opera.

În corespundere cu practica internațională, cei mai relevanți indicatori de măsurare a dezvoltării economice locale (care pot fi calculați sau estimați local) se referă la numărul și calitatea locuri-

lor de muncă dintr-o localitate. Evident, majoritatea primăriilor nu au la îndemână acești indicatori. Totuși, aceștia ar putea fi estimați, în baza suprapunerii informațiilor existente în primării și anumite solicitări de informații de la servi-

ciile desconcentrate (fisc și statistica teritorială), precum și anumite evaluări proprii (spre exemplu – nivelul salariului mediu).

În acest sens, se recomandă folosirea următorilor 4 indicatori de bază:

MĂRIMEA ECONOMIEI LOCALE	Numărului total al locurilor de muncă existente în localitate (se referă doar la locurile de muncă în economia formală)
CALITATEA ECONOMIEI LOCALE	Nivelul salariului mediu din localitate (se referă la salariile plătite în economia formală)
PUTEREA ECONOMIEI LOCALE	Gradul de ocupare economică a populației localității (reprezintă ponderea persoanelor cu loc de muncă formal în total numărul populației economic active).
REZILIENȚA ECONOMIEI LOCALE	Ponderea locurilor de muncă din activități contribuabile (reprezintă ponderea locurilor de muncă din activitățile economice care alimentează economia locală cu bani („contribuabile” ³) în total numărul de locuri de muncă din comunitate).

O economie locală sănătoasă trebuie să crească încontinuu. Această creștere trebuie să fie atât cantitativă, cât și calitativă. Adică, nu doar crearea de noi lo-

curi de muncă trebuie să reflecte o politică economică locală, cât (mai ales) creșterea salariului mediu, în rezultatul creșterii productivității muncii.

³ Clasificarea activităților economice locale în contribuabile, consumatoare și multiplicatoare este descrisă în capitolul „Circulația banilor în economia locală”.



2.7 TIPURI DE ECONOMII LOCALE ÎN MOLDOVA

Toate economiile locale din Moldova pot fi împărțite în 5 grupe mari, care posedă caracteristici specifice și diferite abordări ale dezvoltării:

- Localități rurale mici.
- Localități rurale mari.
- Localități urbane mici.
- Localități urbane medii.
- Municipiul Chișinău.

Localitățile rurale mici sunt cele cu o populație de până la 4 mii de locuitori. Economia acestor localități este dominată de agricultură de subsistență. În majoritatea cazurilor, lipsește o masă critică



Afacere turistică în satul Butuceni (Orheiul Vechi)

de antreprenori orientați spre creștere. Forța de muncă este îmbătrânită, necalificată și deficitară. În cea mai mare parte, în aceste localități practic nu există locuri de muncă decente. Infrastructura tehnico-edilitară este de obicei subdezvoltată. În peste 90% din cazuri lipsește canalizarea și serviciul de salubritate. Sectorul ne-agricol este reprezentat de câteva unități de comerț (magazine mixte) și de alimentație publică (baruri și cârciumi). Administrația publică locală este dominată de personalitatea primarului. Primăria are capacități administrative extrem de scăzute. În Primărie lucrează

doar câțiva oameni (primarul, secretarul, percepătorul fiscal, inginerul cadastral). Există foarte puțin tineret. Prima și principala soluție economică pentru aceste localități constă în promovarea asocierii producătorilor agricoli și tranziția spre o agricultură cu valoare adăugată mai înaltă. De asemenea, acolo unde există avantaje, s-ar putea promova turismul rural.

Localitățile rurale mari sunt cele cu o populație de peste 4 mii de locuitori. Economii locale sunt dominate de agricultură, dar în multe cazuri există deja și o



Investiții în infrastructură post-recoltare modernă (satul Negureni, r-nul Telenești)



infrastructură post-recoltare (frigidere, depozite, silozuri). Există o masă critică de agenți economici locali. Predomină forța de muncă relativ necalificată. Nivelul de dezvoltare a infrastructurii este mult mai bun decât în satele mici: în foarte multe localități funcționează servicii de salubritate, iar rețelele de alimentare cu apă sunt mult mai extinse. Multe localități dețin întreprinderi municipale, prin intermediul cărora este organizată prestarea serviciilor comunale. De obicei, principalele străzi din localitate sunt cu îmbrăcăminte rigidă. Capacitățile administrative ale primăriilor sunt mai mari ca în primăriile mici. Puterea și influența primarului în localitate nu este la fel de puternică ca în satele mici. Consiliile locale prezintă o oarecare competiție politică. Principalele soluții economice constau în dezvoltarea infrastructurii de procesare a materiei prime agricole. Turismul rural, de asemenea, trebuie analizat ca o prioritate.

Localitățile urbane mici sunt orașele cu o populație de până la 15 mii de locuitori. Majoritatea orașelelor dețin și statutul de centre raionale, ceea ce se reflectă printr-o concentrare micro-regională de servicii administrative, sociale și economice. Primăriile dețin o capacitate administrativă relativ mai mare, inclusiv există și funcția de viceprimar. Totuși, influența primarului este limitată de existența altor lideri comunitari și economici la fel de puternici (sau poate chiar și mai

puternici). În linii mari, acestea au o infrastructură și o economie mai dezvoltată decât a satelor mari. Agricultură are o pondere mult mai mică decât serviciile și activitățile industriale (în special textile și de procesare a producției agricole). Totuși, predomină comerțul. Multe orașele îndeplinesc și rolul de "târguri" micro-regionale pentru zonele rurale proxime. Principalele soluții economice țin de atragerea investițiilor pentru crearea unor entități economice care ar procesa producția agricolă din proximitatea rurală și/sau care s-ar baza pe forța de muncă relativ ieftină din satele din împrejurimi.

Localități urbane medii sunt orașele cu o populație de peste 15 mii de locuitori. Economia locală este mult mai diversificată. Există forță de muncă relativ calificată. Predomină activitățile industriale și de prestări servicii. Localitățile se poziționează ca centre regionale. Primarul este doar unul din liderii comunitari, care trebuie să țină cont de opinia atât a liderilor politici din Consiliul local, cât și de interesele oamenilor de afaceri mai influenți din localitate. Principalele soluții economice țin de atragerea investițiilor pentru activități economice care ar necesita forță de muncă calificată și care ar genera o valoare adăugată mai înaltă.

Municipiul Chișinău – este economia locală dominantă a Republicii Moldova. Concentrează circa 30% din populație și

Chișinău Digital IT Park
(din cadrul Parcului Industrial "Tracom")



până la 75% din toate resursele financiare. Este poarta investițională a țării. Atrage absolută majoritate a cadrelor calificate și a tineretului din țară. Economia municipală, care înglobează și economiile locale ale localităților suburbane, este foarte diversificată, cu mai multe ramuri și subramuri, caracterizate de o diferită dinamică de dezvoltare. Administrarea

politică este complicată, implicând atât diferite grupuri locale puternice, cât și interesele politice de la nivel național. Soluțiile economice principale pentru Chișinău țin de atragerea de investiții strategice în ramuri cu valoare adăugată înaltă și orientate la export, care necesită forță de muncă calificată, oferă salarii decente și cu impact "spill-over" mare.



CE FACTORI INFLUENȚEAZĂ SUCESUL ECONOMIEI LOCALE



Succesul sau eșecul unei economii locale depinde de capacitatea acesteia de a crea condiții favorabile sectorului privat pentru a dezvolta afaceri profitabile. **Această capacitate a economiei locale de a crea condiții favorabile pentru dezvoltarea businessului se numește competitivitate locală.**

Pentru a fi competitivă, o economie locală trebuie să dețină anumite avantaje competitive, de care să profite sectorul privat. Aceste avantaje competitive trebuie să fie comparativ mai bune decât cele deținute de alte economii locale.

În linii mari, fundamentul competitivității unei economii locale este construit în baza a patru piloni de bază, care sunt determinați de:

- Condițiile macro-economice și calitatea guvernării din țară, adică competitivitatea în general a economiei naționale din care face parte localitatea.
- Nivelul de dezvoltare a antreprenoriatului din localitate, adică competitivitatea firmelor locale.
- Așezarea economico-geografică a localității și dotarea ei cu resurse și infrastructură, adică competitivitatea factorilor de localizare.
- Specificul mentalității oamenilor din localitate, adică competitivitatea populației locale.





3.1 COMPETITIVITATEA ECONOMIEI NAȚIONALE

Dezvoltarea unei economii locale depinde mult de competitivitatea în general a economiei naționale din care face parte.

Evident, o comunitate locală din Germania sau Franța este mult mai favorizată decât o comunitate locală din Moldova sau Ucraina. Pentru că în acele țări nivelul de corupție este mai mic, prețul creditelor este mai mic, inflația este mai mică, subvențiile statului sunt mai mari, puterea de cumpărare a populației este mai mare, infrastructura este mai bună, nu există șocuri geopolitice (când de la un scrutin la altul te poți aștepta la fel de fel de embargouri comerciale) și există foarte multă previzibilitate față de viitor. Nu în ultimul rând, pentru că guvernele statelor dezvoltate au o capacitate mai mare de a gestiona crizele ciclice ale economiei⁴.

Cât de competitivă este în prezent Republica Moldova? Reieșind din Raportul Competitivității Globale (elaborat de Forumul Economic Global), în anul 2018 economia Republicii Moldova s-a plasat pe locul 88 din 140 de țări analizate. **După nivelul de competitivitate, Moldova este depășită de toți vecinii:** România – locul 52, Ucraina – locul 83, Albania – locul 76, Armenia – locul 70, Georgia – locul 66.

⁴ Trebuie să înțelegem că orice economie națională este caracterizată de o dezvoltare ciclică, marcată de alternarea fazelor de expansiune economică și contracție economică. În general, un ciclu economic cuprinde o perioadă de 10-12 ani. Respectiv, scopul politicilor economice ale guvernelor constă în prelungirea perioadei de expansiune economică și reducerea perioadei de contracție economică, precum și maximizarea amplitudinii de creștere și respectiv minimizarea amplitudinii de contracție economică.

Este foarte greu de promovat dezvoltarea economică locală într-o țară dominată de corupție, instabilitate politică și mediu de afaceri nefavorabil



Competitivitatea economiei naționale este determinată de următorii factori:

- Calitatea politicilor macro-economice în domeniile fiscal, monetar, ratei de schimb, legislației muncii și reglementării comerțului.
- Stabilitatea politică din țară.
- Performanțele geopolitice ale țării și convergența politică cu principalele piețe de desfacere.
- Nivelul, calitatea și prețul dotărilor de infrastructură națională în domeniul transportului (drumuri, porturi, aeroporturi, cale ferată) și energiei (electricitate, gaz, produse petroliere).
- Nivelul corupției din țară.
- Calitatea politicilor de reglementare a activităților antreprenoriale.

Este foarte dificil (iar pe alocuri chiar imposibil) de susținut dezvoltarea unei economii locale, în condițiile unor politici macro-economice dezastruoase. Pre-condiția de bază pentru stimularea dezvoltării economice locale este existența unei stabilități politice în țară și existența unor politici calitative de reglementare a businessului.

Un exemplu ilustrativ în ceea ce privește influența politicilor guvernamentale asupra economiei locale o reprezintă situația cu subvenționarea agriculturii în Uniunea Europeană. Așa cum agricultura este rama de bază a majorității localităților rurale din Moldova, este interesant de văzut cum aceasta este sprijinită în Uniunea Europeană și de ce (de foarte multe ori) anumite produse europene sunt chiar mai ieftine decât cele moldovenești. Astfel, anual, în medie 40% din bugetul Uniunii Europene este direcționat pentru sprijinirea Politicii Agricole Comune (Common Agricultural Policy – CAP) și dezvoltare rurală. Aceasta înseamnă circa 65 miliarde de euro anual pentru subvenționarea fermierilor și infrastructurii publice pentru ei. Estimativ, peste 20% din toate veniturile fermierilor europeni sunt formate din subvenții. Aici, putem menționa, spre exemplu, că fiecare vită primește în medie câte 2,5 euro subvenții pe zi, adică cca 75 de euro pe lună și cca 900 de euro pe an. Este interesant de observat la acest capitol beneficiile României. În ultimii 15 ani (inclusiv din perioada de pre-aderare) fermierii

POZIȚIONAREA ECONOMIEI NAȚIONALE ÎN CONTEXT INTERNAȚIONAL (2018)

Categorii de țări	PIB/locuitor (PPC)	Exemple
Nivel inferior de dezvoltare	<2 500\$	Republica Central Africană (871\$), Burkina Faso (1 975\$), Liberia (1 306\$)
Nivel mediu inferior de dezvoltare	2 500 – 10 000\$	Tadjikistan (3 443\$), Kârgâzstan (\$3 877), Uzbekistan (7 020\$), Moldova (7 300\$), Ucraina (\$9 233)
Nivel mediu superior de dezvoltare	10 000 – 25 000\$	Armenia (10 324\$), Georgia (11 420\$), Albania (13 325\$), Belarus (19 959\$), China (18 210\$), Kosovo (11 367\$), Turkmenistan (19 270\$), Muntenegru (20 494\$)
Nivel superior de dezvoltare	>25 000\$	România (28 206\$), Federația Rusă (27 143\$), Estonia (35 450\$), Franța (45 342\$), SUA (62 641\$), Elveția (68 095\$), Irlanda (83 203\$), Luxemburg (111 103\$).

Sursa: Banca Mondială, 2018

români au beneficiat de suport și subvenții europene în valoare de peste 24 miliarde de euro. În prezent, fermierii români sunt sprijiniți financiar prin intermediul a peste 100 de scheme de suport funcționale.

Competitivitatea redusă a economiei naționale se reflectă în nivelul scăzut de

dezvoltare economică, nivelul scăzut al dinamicii antreprenoriale, nivelul scăzut al investițiilor străine și nivelul scăzut al exporturilor.

După indicatorul Produsului Intern Brut (PIB) pe locuitor, la paritatea puterii de cumpărare (PPC)⁵, Republica Moldova

⁵ Nivelul de dezvoltare economică a unei țări poate fi descris și măsurat prin prisma mai multor indicatori, care reflectă calitatea vieții, rata de ocupare a forței de muncă, șomajul, salariul mediu etc. Totuși, cel mai relevant și general indicator de măsurare a nivelului de dezvoltare economică a unei țări este Produsul Intern Brut (PIB), care reflectă suma valorii de piață a tuturor mărfurilor și serviciilor destinate consumului final, produse în interiorul unei țări în decurs de un an. Fiecare țară își calculează PIB în valuta sa națională. Pentru a asigura o mai bună comparație între țări, se calculează PIB la paritatea puterii de cumpărare (PPC), care asigură convertirea valorii indicatorului dintr-o valută națională într-o unitate valutară internațională (de regulă, dolari americani) în baza unui curs valutar alternativ, care ia în considerare diferențele de prețuri dintre economii.

se plasează pe ultimul loc dintre toate statele atât din Europa de Est, cât și din Parteneriatul Estic.

Dacă la începutul anilor 1990 Moldova împărțea împreună cu Albania ultimul loc în Europa după dezvoltare, atunci, în prezent, Albania deja ne-a depășit de două ori după nivelul PIB/locuitor. Pentru a ajunge din nou Albania, Moldova ar avea nevoie de o creștere anuală de minim 7% pentru vreo 10 de ani, cu condiția că Albania nu va progresa deloc în toată această perioadă. Adică, rămânerea noastră în urmă este deja sistemică și ar necesita măsuri extraordinare, care ar presupune ritmuri de creștere anuală de minim 10-15%.

Totuși, indiferent de contextul mai degrabă negativ care caracterizează competitivitatea economiei naționale, **Republica Moldova posedă anumite avantaje competitive, care pot și trebuie luate în considerare în contextul promovării dezvoltării economice locale.**

În acest sens, spre exemplu, după nivelul salariului mediu, Moldova este una dintre cele mai atractive state din Europa de Est, ceea ce este un factor important în vederea atragerii investițiilor străine. În general, salariul mediu în Moldova constituie circa 20% din nivelul salariului mediu în Uniunea Europeană. În 2018, salariul mediu oficial în Moldova a con-

POVARA FISCALĂ COMPARATIVĂ ASUPRA BUSINESSULUI ÎN REGIUNE (2018)

	Impozitul pe venit al persoanelor juridice	Impozitul pe venit al persoanelor fizice	Taxa pe valoarea adăugată	Contribuții sociale
Moldova	12%	12%	20%	24% (18% - angajatorul și 6% angajatul)
România	16%	10%	19%	27,25% (2,25% angajatorul și 25% angajatul)
Ucraina	18%	18%	20%	22%
Polonia	18-32%	18-32%	23%	32,92% - 37,62%
Bulgaria	10%	10%	20%	33%

Sursa: Agenția de Investiții a Republicii Moldova, 2018



stituit 298 de euro (în zona rurală fiind chiar 200 de euro), pe când în România peste 600 de euro, în Polonia peste 900 de euro.

Totodată, nivelul de impozitare a businessului în Moldova este printre cel mai mic în regiune.

În ceea ce privește "ușurința de a face afaceri", în anul 2018 Republica Moldova s-a clasat pe locul 47 dintre 190 de state analizate de Banca Mondială în raportul său anual "Ease of Doing Business". După acest indicator, Moldova se clasează mai bine ca vecinii săi – România (locul 52), Bulgaria (locul 59), Albania (locul 63), Ucraina (locul 71). Totuși, continuăm să fim depășiți semnificativ de statele care ne sunt concurenți în atragerea de investiții străine: Georgia (locul

6), Macedonia (locul 10), Belarus (locul 37). În același timp, trebuie de menționat că situația în Moldova s-a schimbat spre bine doar în ultimii ani (datorită mai multor reforme fiscale și regulatorii implementate cu asistența partenerilor de dezvoltare). Cu doar câțiva ani în urmă, Moldova era plasată pe ultima poziție dintre toate statele din Europa de Est (eram locul 99 în clasamentul din 2010).

Nu în ultimul rând, Moldova are semnate acorduri de comerț liber cu Uniunea Europeană (2014), Turcia (2017), statele din Comunitatea Statelor Independente (2012), statele CEFTA (2007), ceea ce înseamnă acces privilegiat al mărfurilor moldovenești pe piețe cu o populație totală de peste 800 milioane de consumatori.



3.2 COMPETITIVITATEA FIRMELOR ȘI ANTREPRENORILOR LOCALI

Soarta economică a oricărei localități depinde de mentalitatea antreprenorilor locali, precum și de specializarea și stratagemele firmelor existente în localitate.

În general, în fiecare localitate pot fi identificate trei tipuri de businessmeni locali:

- **Businessmeni locali orientați spre creștere**, adică cei care sunt activi, motivați să-și extindă afacerile și/sau să-și asume riscuri pentru noi proiecte de business, fiind înclinați spre inovații.
- **Businessmeni locali orientați spre supraviețuire**, adică cei care sunt pasivi și slabi, nu au nici capacități de creștere, dar nici nu sunt ambițioși, se tem să-și asume riscuri adiționale, nu prea sunt încrezuți în forțele proprii și au capacități scăzute de inovare.
- **Businessmeni locali „în hibernare”**, adică cei care tradițional erau orientați spre creștere, dar din anumite motive au intrat într-o fază de pasivitate și stagnare. Ei încă nu sunt lipsiți de ambiții și vizi-

Fără antreprenori locali motivați și orientați spre creștere nu poate exista dezvoltare economică locală





une, dar preferă să rămână temporar în starea de "standby" (pauză temporară).

Această segmentare a businessmenilor locali se referă mai degrabă la "starea lor de spirit", decât la potența lor financiară sau amplitudinea afacerilor pe care le desfășoară.

În general, businessmenii mari sunt orientați spre creștere, iar businessmenii mici sunt orientați spre supraviețuire. Totuși, există multe excepții. Există businessmeni tineri și începători, care au viziune și ambiție de creștere. Experiența arată că o bună parte din ei își vor crește și extinde afacerile într-o perioadă medie. Și invers: există mulți businessmeni mari și înstăriți, care au intrat într-o fază de pasivitate accentuată și neîncredere. Acești businessmeni, cel mai probabil, vor deveni în timp mici sau chiar vor falimenta.

Pentru ca o localitate să se dezvolte economic, aceasta are nevoie de cât mai mulți businessmeni orientați spre creștere. Doar această categorie de oameni de afaceri mișcă economiile locale înainte.

Actualmente, în multe localități rurale din Moldova activează lideri agricoli mari, care dețin de la 1/3 până la 2/3 din toate terenurile agricole din localitate. Mulți dintre acești lideri sunt deja de o vârstă înaintată și nu mai au nici ambiții și nici entuziasm pentru dezvoltare. Ei sunt înclinați spre culturi "mai puțin riscante" și cu valoare adăugată scăzută, în

special cereale. Aceștia au puțin interes să dezvolte infrastructura post-recoltare (frigidere, procesare, ambalare, sortare), deoarece acestea implică investiții pe termen lung și riscuri suplimentare. Ca rezultat, aceste localități intră într-o fază accentuată de decădere economică și amplificarea migrației.

Un alt exemplu din Moldova, în special cu referire la centrele raionale, se referă la patrimoniul moștenit din perioada sovietică și gestionat de MOLDCOOP (care deține clădirile celor mai mari magazine din localități, pieți comerciale, depozite, terenuri ș.a.). În absoluta majoritate a cazurilor, acest patrimoniu ori se folosește parțial, ori nu se folosește deloc, degradând continuu.

Asemenea situații au fost specifice la anumite etape inclusiv economiilor occidentale. În acest sens, destul de ilustrativă a fost situația din Valea Rinului (Germania) din anii 1960. În acea perioadă, această regiune, care era "leagănul industriei germane", trecea printr-o criză economică profundă și sistemică. Ramurile economice de bază (cărbunele și fonta) erau într-un declin structural ireversibil. Între timp, profitând de existența forței de muncă calificate și infrastructură dezvoltată, mai mulți investitori americani au venit în zonă cu intenții investiționale. Însă, marii afaceriști din zonă (deținătorii marilor combinate semi-falite) făceau tot ce le stătea în puteri

pentru a zădărnici venirea investitorilor americani. În fond, teama lor era că își vor pierde salariații calificați (manageri, finanțiști, contabili, ingineri), dat fiind faptul că noii investitori erau mult mai prosperi și puteau plăti salarii mai mari. Astfel, vechii industriași germani făceau tot posibilul pentru a bloca orice tranzacție cu terenurile în zonă – nu permiteau ca investitorii americani să cumpere terenuri pentru construcția de noi fabrici și uzine. Pe de o parte, ei nu acceptau să vândă terenurile pe care le posedau, iar pe de altă parte, ei erau suficient de puternici ca să influențeze consiliile locale în vederea blocării tranzacțiilor cu terenuri publice. Astfel, spre exemplu, compania "Ford" a fost atât de mult "hărțuită" și "batjocorită", încât într-un final a decis să plece din Germania în Belgia (orașul Gent), unde în doar câțiva ani a construit una dintre cele mai mari uzine de automobile din Europa. Însă, este mult mai interesant ce s-a întâmplat în orașul Bochum. Aici, primarul localității, în cooperare cu americanii de la "General Motors", a inventat și pus în practică o schemă secretă, care în final a dus la inducerea în eroare a industriașilor locali și preluarea unui teren de către investito-

rul american, unde în scurt timp a și fost dată în exploatare una dintre cele mai moderne uzine de automobile de la acea vreme din Germania⁶.

În aceeași ordine de idei, o mare importanță o are **specializarea firmelor existente și co-localizarea lor geografică**. Atunci când localitatea este dominată de anumite activități economice care reprezintă ramuri în declin, aceasta este o problemă pentru localitate. Și invers, o localitate are foarte mult de câștigat, dacă firmele existente sunt într-un domeniu de perspectivă.

O mare importanță o are **specializarea localității și existența clusterelor economice teritoriale**. Se consideră că, cu cât localitatea are o specializare mai pronunțată, cu atât ea este mai competitivă. Când pe un teritoriu compact sunt amplasate zeci, sute sau chiar mii de agenți economici specializați în același domeniu, acestea formează cluster economic, care generează așa-numită "eficiență colectivă", prin reducerea costurilor tranzacționale⁷.

Un impact economic semnificativ asupra economiilor locale îl are modalitatea de **integrare a firmelor locale în lanțurile**

⁶ În anul 2014, după 52 de ani de funcționare, uzina "Opel" din Bochum a fost închisă, iar producția mutată într-o țară din Europa post-comunistă, unde nivelul salariilor este mai mic.

⁷ Costurile tranzacționale reflectă toate cheltuielile financiare și non-financiare pe care le suportă agentul economic pentru a se asigura cu materii prime /componente și pentru a comercializa producția, inclusiv serviciile de servare a procesului de producție.

valorice regionale și internaționale. În majoritatea cazurilor, firmele locale produc materii prime, componente sau produse care sunt vândute pe alte piețe. În prezent, lanțurile valorice sunt dominate în special de firmele comerciale (deținătorii de branduri, rețelele de supermarket, distribuitori etc.). Respectiv, are o mare importanță în care lanț valoric (unul puternic și în ascensiune sau unul slab și în decădere) sunt integrate firmele locale. Spre exemplu, o localitate rurală specializată în creșterea pomuşoarelor ar putea fi integrată într-un lanț valoric european de producere a iaurturilor pentru piața Germaniei (spre exemplu "Danone" sau "Muller"), ceea ce presupune cerințe de calitate înalte, prețuri mai mari și predictibilitate pentru următorii ani. Dar, în același timp, aceeași producere locală de mure ar putea fi integrată

într-un lanț valoric local, care presupune vinderea acestor mure pe piața en-gros din Chișinău. În acest caz, avem o impredictibilitate totală față de prețuri, cerințe mai mici față de calitate și certificare, dar și venituri mai mici.

Totodată, este importantă poziționarea relativă a firmelor locale în lanțurile valorice existente: vindem merele intermediarilor direct de pe deal, atunci când prețurile sunt mici? Sau vindem merele după o perioadă de păstrare în frigider, deja cu un preț mai mare? Sau vindem aceleași mere deja sortate și ambalate? Le vindem unor intermediari locali sau avem relații directe cu importatorii din străinătate? Toate aceste elemente pot crea valoare adăugată suplimentară pentru economia locală sau pot menține localitatea într-o stare generală de supraviețuire economică.



3.3 COMPETITIVITATEA FACTORILOR DE LOCALIZARE

Capacitatea de dezvoltare a unei economii locale este, de asemenea, în mare măsură, influențată de nivelul de dotare a localității cu resurse, infrastructură și instituții locale – așa numiții „factori de localizare”.

Acești „factori de localizare” sunt de două tipuri distincte:

FACTORI DE LOCALIZARE DE TIP "HARD" (TANGIBILI) – care influențează direct costurile de producție

- Așezarea geografică favorabilă (sau nefavorabilă) a localității
- Dotarea cu resurse naturale (terenuri, calitatea solului, accesul la apă, resurse minerale, zăcăminte naturale ș.a.)
- Dotarea cu infrastructură de utilități publice locale (apă, canalizare, gaz, drumuri de acces)
- Dotarea cu infrastructura de suport al afacerilor
- Nivelul taxelor și impozitelor locale

FACTORI DE LOCALIZARE DE TIP "SOFT" (INTANGIBILI) – care influențează indirect costurile de producție

FACTORI INTANGIBILI IMPORTANȚI PENTRU BUSINESS

- Calitatea administrației publice locale
- Proximitatea furnizorilor, consumatorilor și altor parteneri de afaceri

FACTORI INTANGIBILI IMPORTANȚI PENTRU SPECIALIȘTI

- Oportunități profesionale
- Calitatea spațiilor publice din localitate (drumuri și trotuare, iluminat public, parcuri, zone pietonale, shopping, infrastructura de recreere)
- Calitatea serviciilor publice locale (grădinițe, școli, spitale, cinema, teatre etc.)
- Reputația localității

3.3.1 Factorii de localizare tangibili

Factorii de localizare de tip "hard" (tangibili) se referă la dotarea localității cu infrastructură și resurse pentru dezvoltarea businessului. Acești factori influențează în mod direct costurile de producție, ceea ce afectează competitivitatea mărfurilor produse de agenții economici locali.

Așezarea geografică favorabilă (sau nefavorabilă) a localității. Pentru business este importantă proximitatea de consumatori și/sau de furnizori, ceea ce influențează cheltuielile de transport și depozitare. Respectiv, toți agenții economici tind să-și localizeze afacerile cât mai aproape de marile orașe (unde este piața de desfacere) și/sau de materia primă (unde sunt localizați furnizorii), în dependență de tipul businessului practicat. De asemenea, pentru business este importantă localizarea în apropiere de nodurile și coridoarele de transport, care sunt pre-condiții obligatorii pentru funcționarea majorității tipurilor de activități economice.

Un exemplu în acest sens este re-localizarea fabricii "NEFIS" din Florești în Cojușna. Inițial, în anul 1997, investitorul din Turcia a deschis o fabrică de producere a biscuiților în or. Florești din nordul republicii. Ulterior, în anul 2010, investitorul și-a migrat producția în satul Cojușna, în apropiere de Chișinău,

unde este atât piața de desfacere, cât și o mai bună proximitate față de logistica de transport și export a mărfii.

Astăzi, în Moldova, cea mai favorabilă locație geografică o au localitățile aflate în raza de 25 kilometri de Chișinău, amplasate pe principalele axe de transport rutier în direcția Nord (Chișinău-Orhei), Vest (Chișinău-Strășeni), Sud (Chișinău-Hâncești), și Est (Chișinău-Aneni Noi).

Dotarea cu resurse umane este determinantă. Fără forță de muncă nu poate fi dezvoltată nici o activitate economică. Are importanță nu doar cantitatea disponibilă de brațe de muncă, dar în special calitatea lor. Pentru a fi antrenată în activități economice, forța de muncă trebuie să fie deja calificată, ori (cel puțin) predispusă spre calificare suplimentară și/sau recalificare. Totodată, calitatea forței de muncă nu se referă doar la abilități tehnice, cât și la etica muncii, disciplina de muncă și corectitudine inter-umană. În acest sens, foarte mulți investitori străini din Moldova se plâng pe etica muncii angajaților moldoveni, în special în zona rurală. Mentalitatea activităților agricole nu a dezvoltat simțul punctualității și responsabilității. Spre exemplu, după primul an de dare în exploatare a fabricii "Lear Corporation" din Ungheni (produse de tapiserie

pentru automobilele "Mercedes"), managementul întreprinderii menționa că a suportat pierderi financiare sensibile, datorate absenteismului nemotivat frecvent de care dădeau dovadă angajații.

Dotarea cu resurse naturale (terenuri, calitatea solului, accesul la apă, zăcăminte minerale ș.a.) are o influență semnificativă asupra potențialului economic local. O localitate/regiune bogată în resurse minerale (spre exemplu petrol sau metale) este din start predispusă spre un dinamism economic sporit. Astfel, localitățile din Moldova care dețin anumite zăcăminte de materiale de construcție (spre exemplu Cosăuți, Cricova, Mileștii Mici) sau zăcăminte de cuarț pentru producerea sticlei (Florești) au din start o predispoziție pentru anumite activități economice, care pot fi dezvoltate și diversificate.

Nu în ultimul rând, contează foarte mult **costul forței de muncă**, adică nivelul salariului la care oamenii sunt dispuși să se angajeze. Evident, așteptările salariale trebuie să fie comparabile și să corespundă cu nivelul actual de calificare. Totodată, nivelul salariilor trebuie să corespundă cu nivelul de productivitate a muncii pe care îl au angajații. O forță de muncă "ieftină", dar "puțin productivă", prezintă puțin interes pentru sectorul privat. Din contra, angajatorii sunt mult mai dispuși să plătească un

salariu mai mare pentru un personal care demonstrează un randament mai mare.

Dotarea cu infrastructură de suport a afacerilor se referă la existența de Parcuri Industriale, Zone Economice Libere, Incubatoare de Afaceri, centre de business, servicii de consultanță, instituții financiar-bancare etc. Existența unor asemenea elemente constituie "stimulente economice și/sau financiare" suplimentare pentru business, care pot reduce costurile tranzacționale ale businessului. Respectiv, aceste dotări sporesc competitivitatea economiei locale.

Dotarea cu infrastructură de utilități publice locale (apă, canalizare, gaz, drumuri de acces) are o influență mare asupra capacității businessului de a se dezvolta și de a fi competitiv pe piață. Mai mult, pentru dezvoltarea economică locală are importanță nu doar existența acestor dotări de utilități ingineresti, cât și calitatea și prețul acestora. Anumite activități economice pur și simplu nu pot fi organizate în lipsa unuia sau mai multor elemente de utilități publice locale.

Aplicarea și nivelul taxelor locale ține de competența Consiliilor locale. Conform Codului Fiscal (titlul VII) al Republicii Moldova, autoritățile publice locale pot determina autonom nivelul taxelor locale (în anumite limite fixate de lege).



DOUĂ CATEGORII DE FACTORI DE LOCALIZARE: „STATICI” ȘI „DINAMICI”.

Un aspect important în analiza factorilor competitivi de localizare este distincția dintre cele două categorii ale sale: „statici” și „dinamici”. Factorii „statici” sunt cei pe care localitatea i-a „moștenit” de la Dumnezeu, iar cei „dinamici” sunt cei care au fost creați de comunitate în baza celor „statici”.

Să analizăm această distincție în baza unui exemplu. Să ne imaginăm complexul muzeal Orheiul Vechi din satul Butuceni. Doar faptul existenței aceluia peisaj pitoresc (stânci, peșteri, râu) constituie un factor suficient pentru a atrage turiști în zonă. Acesta este un factor competitiv „static”. Între timp, în zonă s-au dezvoltat câteva pensiuni și restaurante de calitate, care oferă servicii impecabile de cazare și alimentație. Respectiv, numărul de vizitatori ai zonei a crescut semnificativ, fiind atrași inclusiv de restaurantele și pensiunile apărute. Respectiv, aceste pensiuni și restaurante sunt „factori dinamici” de competitivitate locală, care au fost dezvoltați în baza celor „statici”.

Să ne imaginăm acum că în localitatea Țipova/Lalova din raionul Rezina (care este o zonă cu avantaje turistice „statice” aproape similare) decide să vină un mare investitor din domeniul turismului, care construiește acolo nu doar câteva pensiuni și restaurante, dar organizează și un șir de servicii turistice adiționale: hipism, drumeții, călătorie cu vaporul pe Nistru (Țipova – Lalova – Saharna – Râbnița), piață artizanală, grătare la aer liber, prezență permanentă de artiști etc. Cel mai probabil, această nouă combinație va atrage nu doar noi vizitatori, dar și va „fura” mulți vizitatori de la Butuceni. Aceste noi organizări turistice sunt „factori dinamici” suplimentari.

Acest exemplu ilustrează diferența dintre factorii „statici” și cei „dinamici”. Factorii „statici” nu pot fi multiplicați, pe când factorii „dinamici” pot și trebuie multiplicați încontinuu, pentru a construi și avansa competitivitatea economiei locale. De fapt, dezvoltarea economică locală presupune anume această abordare: valorificarea continuă a factorilor „statici” și inventarea și dezvoltarea de noi factori „dinamici” de sporire a competitivității locale.

Sunt reglementate 12 taxe locale, inclusiv taxele pentru unitățile comerciale, aplicarea simbolicii locale, pentru cazare, pentru amplasarea publicității, pen-

tru amenajarea localităților care au birouri vamale. De asemenea, autoritățile publice locale au competențe în fixarea nivelului impozitului imobiliar.



Dezvoltarea turismului în satul Butuceni („Orheiul Vechi”) a început cu 15 ani în urmă. Astăzi, satul Butuceni este vizitat anual de peste 120 mii de turiști și această cifră este în creștere. Activează mai multe restaurante și pensiuni de clasa „premium”, absoluta majoritate fiind deschise de investitori veniți din Chișinău. În ultimii 15 ani, prețurile la case au crescut de 10 ori.

3.3.2 Factorii de localizare intangibili importanți pentru business

Factorii de localizare de tip "soft" (intangibili) se referă în general la caracteristicile social-administrative, care fac ca sectorul privat să se simtă confortabil (sau neconfortabil) în această localitate. În acest sens, sunt două sub-categorii de factori "soft":

- cei care sunt importanți pentru business
- cei care sunt importanți pentru specialiști.

Ce este important pentru business? În special businessul are nevoie de (a) o administrație publică locală prietenoasă, și (b) apropierea de firmele-partenere pe care se bazează afacerea sa: furnizori, clienți și prestatori de servicii.

Calitatea administrației publice locale. Anterior, businessul era mulțumit cu situația când administrația publică locală nu crea cel puțin probleme și nu pune bariere. În prezent, însă, localitățile au început din ce în ce mai mult să concureze între ele pentru atragerea și menținerea businessului. Respectiv, au crescut și așteptările din partea oamenilor de afa-

ceri față de autoritățile publice locale, anticipând că primarii (și Consiliile locale) nu doar că nu vor crea probleme, dar chiar vor depune eforturi organizatorice și financiare pentru a crea condiții favorabile pentru dezvoltarea sectorului privat. În acest sens, se așteaptă ca primăriile să creeze un context local favorabil pentru business, ceea ce ar însemna: lipsa "schemelor" în primărie și consiliu, o reglementare clară și predictibilă a relațiilor funciare și în domeniul construcțiilor, examinarea într-un termen rezonabil a cererilor din partea businessului etc.

Proximitatea furnizorilor, consumatorilor și altor parteneri de afaceri. Orice business tinde să se co-localizeze în apropiere de partenerii săi de afaceri (clienți, furnizori, prestatori de servicii) pentru a minimiza costurile de tranzacție și creșterea productivității. Respectiv, existența unor elemente de clusterizare locală (concentrare geografică de firme dintr-un domeniu economic anume) este din ce în ce mai importantă pentru businessmenii, deoarece are un impact sporit asupra costurilor sale tranzacționale.

3.3.3 Factorii de localizare intangibili importanți pentru specialiști

De asemenea, trebuie să avem în vedere că într-o lume globalizată, cetățeanul nu mai este "legat" de localitatea de baștină și cu atât mai mult de oricare altă localitate. Respectiv, majoritatea persoanelor, și în mod special specialiștii calificați, vor căuta să accepte un loc de muncă prioritar în localități care oferă un mai bun confort de trai.

Este vorba de patru factori majori: (I) o diversitate de oportunități profesionale, (II) spații publice de calitate, (III) un nivel adecvat de servicii publice locale și (IV) o reputație bună a localității.

Oportunități profesionale. Persoanele tinere și cele cu calificare înaltă tind să se stabilească în localități urbane prospere, care le oferă o paletă sporită de oportunități de creștere profesională. Evident, localitățile rurale mici sunt puțin atractive pentru specialiști tineri, talentați și ambițioși.

Calitatea spațiilor publice (drumuri și trotuare, iluminat public, parcuri, zone pietonale, shopping, infrastructura de recreere) are o mare importanță pentru persoanele tinere și calificate, în procesul de luare a deciziei privind stabilirea sau mutarea cu traiul într-o localitate anume. Localitățile rurale, cu infrastructura de bază subdezvoltată, niciodată nu vor fi atractive pentru persoanele tinere și calificate.

Calitatea serviciilor publice locale (grădinițe, școli, spitale, cinema, teatre etc.) este, de asemenea, importantă pentru atragerea în localitate a forței de muncă calificate și tinere. În lipsa acestora, localitatea trebuie să aibă alte avantaje comparative pentru a compensa aceste constrângeri.

Reputația localității. Un sat cu o reputație de "localitate fără perspectivă" niciodată nu va fi atractiv pentru forța de muncă tânără și calificată. Mai degrabă aceasta va tinde să emigreze cât mai repede de acolo, indiferent de situația reală. Iată de ce, reputația și bunul nume trebuie cultivate și promovate cu mare grijă de comunitățile publice locale, dacă cu adevărat doresc să-și dezvolte economia.

Trebuie de menționat că factorii de localizare au o pondere diferită în definierea competitivității economiei locale. Evident, cei mai relevanți sunt factorii "hard", care se referă la dotarea cu infrastructură, resurse umane și o așezare geografică favorabilă. Factorii intangibili sunt de asemenea importanți, doar că fără rezolvarea primordială a problemei infrastructurii de bază, ei sunt încă puțin relevanți.

Majoritatea experților străini din statele dezvoltate se focusează în speci-



al pe factorii "soft" în ceea ce ține de mediul de afaceri, calitatea guvernării și diverse programe de conștientizare. Evident, în statele dezvoltate, acestea sunt priorități absolute. Pentru că, în cazul lor, problemele de bază în privința

infrastructurii au fost deja rezolvate. În cazul Moldovei, însă, prioritatea numărul unu rămâne a fi dezvoltarea infrastructurii economice și tehnico-edilitare, fără care sectorul privat nu prea poate fi competitiv.



3.4 COMPETITIVITATEA POPULAȚIEI LOCALE

Atât experiența internațională, cât și cea locală, ne demonstrează că cel mai important factor care influențează dezvoltarea economică a unei localități se referă la mentalitatea locuitorilor săi: spiritul antreprenorial, etica muncii și capacitatea de cooperare dintre oameni.

Spiritul de inițiativă și antreprenorial se referă la abilitatea oamenilor de a fi proactivi și de a transforma "ideile în acțiuni". Existența spiritului antreprenorial este importantă nu doar cu referire la antreprenori, dar și pentru oamenii simpli, deoarece dezvoltarea economică are nevoie nu doar de antreprenori, dar și de angajați cu inițiativă și spirit de inovare.

O localitate în care oamenii sunt proactivi este întotdeauna mai competitivă decât o localitate cu populație apatică. Spiritul de inițiativă face ca businessmenii să fie orientați în permanență spre creștere și inovație, iar angajații să fie orientați spre performanță și evidențiere. O localitate în care predomină mentalitatea de "asistați social" are puține șanse să prospere în condițiile economiei de piață. Mai mult, localitățile se diferențiază după atitudinea colectivă față de "business și bogăție". Există localități

O localitate în care predomină mentalitatea de "asistați sociali" are foarte puține șanse să-și construiască o economie locală prosperă.



unde este rușine să fii sărac și există localități unde diferențierea pozitivă nu este salutăată.

Până nu demult, se considera că spiritul antreprenorial este o abilitate înnăscută a oamenilor, respectiv este ceva ce se transmite (ori nu se transmite) genetic. Între timp, știința și practica au demonstrat că spiritul antreprenorial este o competență dobândită, nu înnăscută. Respectiv, orice persoană și la orice vârstă poate fi învățată să-și dezvolte spiritul antreprenorial. În acest sens, la nivelul Uniunii Europene s-a elaborat un document oficial - „EntreComp” – care descrie în detaliu ce abilități stau la baza spiritului antreprenorial (compus din opt competențe-cheie) și cum acestea pot fi dezvoltate. De altfel, învățământul antreprenorial a fost introdus deja ca disciplină obligatorie practic în toate școlile din

țările UE. Republica Moldova, cu asistența partenerilor de dezvoltare, la fel încearcă să integreze dezvoltarea spiritului antreprenorial în curricula școlară și universitară. Cu toate că anumite progrese au fost înregistrate, trebuie să recunoaștem că astăzi nici măcar toți studenții de la instituțiile de învățământ economic superior din Moldova nu sunt instruiți în domeniul antreprenoriatului (pentru mai mult de jumătate de specialități, cursul de "antreprenoriat" este opțional, nu obligatoriu).

Un alt element important al mentalității populației locale este capacitatea oamenilor de a coopera și a lucra împreună pentru realizarea unor acțiuni colective. Această capacitate de cooperare între oameni se numește "capital social". Există multe teorii care demonstrează că nivelul de dezvoltare al capitalului social este cauza decalajului dintre societățile bogate de societățile sărace. Probabil, fiecare dintre noi a observat că la nivel individual sunt puține deosebiri între oameni de diferite naționalități, iar diferența apare atunci când ei acționează colectiv.

Inițiativele de dezvoltare economică locală reușesc mult mai bine în localitățile care sunt caracterizate de un nivel de încredere mai înalt între oameni. În asemenea localități este mult mai simplă crearea unei cooperative agricole sau a unei asocieri a producătorilor locali. De asemenea, localitățile cu lideri comuni-



tari respectați au un mai mare succes în organizarea și promovarea parteneriatelor publice-private. Din contra, localitățile dominate de neîncredere, invidie și vrajbă interpersonală sunt dezavantajate în ceea ce ține de viitorul lor economic. Este foarte dificil (dacă nu chiar imposibil) de promovat parteneriate locale de dezvoltare în localitățile unde relațiile dintre actorii principali (primar, Consiliul local, antreprenori și liderii comunitari) sunt negative și distructive.

Capitalul social al unei comunități locale moldovenești se reflectă prin următoarele aspecte:

- Nivelul de încredere între oamenii simpli: predomină dezbinarea și invidia negativă sau relațiile dintre oameni sunt mai degrabă pozitive?
- Nivelul de încredere al oamenilor simpli în liderii lor locali: care este gradul de reprezentativitate și legitimitate al liderilor comunitari?
- Nivelul de cooperare dintre Primar și Consiliul local: se depășesc ușor divergențele politice atunci când este vorba despre interesul comunitar?
- Nivelul de cooperare dintre businessmeni: există în localitate o cooperare formală (sau cel puțin informală) între oamenii de afaceri? Sau fiecare este pe cont propriu și fiecare este doar pentru el?
- Gradul și calitatea identității locale în rândul localnicilor: oamenii vorbesc cu

admirație sau cu mâhnire despre mentalitatea majorității populației localității?

Influența capitalului social asupra dezvoltării economice poate fi ușor observată în baza unor comunități specifice din Moldova, care se caracterizează printr-un nivel de coeziune mai înalt. Un exemplu: localitatea Pocrovca din raionul Dondușeni, cu o populație de cca 1000 de locuitori, predominant de lipoveni (ruși de rit vechi) cu un puternic spirit de "unitate locală". Absoluta majoritate a localnicilor s-au specializat în creșterea pomușoarelor, asociindu-se în jurul a câțiva lideri locali, care au dezvoltat infrastructura post-recoltare (frigidere) și logistica de export spre Rusia, Ucraina și Polonia. Astăzi, Pocrovca a devenit "capitala pomușoarelor" din Moldova. Emigrația este la un nivel redus. De fapt, practic nimeni nu pleacă din sat, toți prelucrându-și terenurile individual, dar fiind asociați în ceea ce ține de vânzările la export.

Etica muncii înseamnă înclinația oamenilor spre muncă cinstită, onestă și responsabilă. Specificul localnicilor în acest sens este un factor care poate contribui (sau diminua) competitivitatea economiei locale. Cu cât mai harnici și mai responsabili sunt locuitorii, cu atât businessul va fi mai eficient și mai productiv. Și invers, cu oameni înclinați spre lenevie și conflict, oricare afacere locală va avea de suferit la un moment dat.



Conceptul de "dezvoltare economică locală" a fost inventat prin anii 1950-1960 în Europa Occidentală. Acesta a fost dezvoltat de către comunitățile locale care au fost primele "victime" ale globalizării și transformărilor economice structurale de după cel de-al Doilea Război Mondial.

Prin anii 1960, întregi ramuri industriale din Europa și SUA (precum textilele, producția încălțăminte și șantierele navale) au început să "migrez" spre Asia și Africa de Nord, în căutare de forță de muncă mai ieftină. Respectiv, multe localități (anterior prospere) s-au confruntat brusc cu un șomaj în creștere, emigrarea tinerilor și reducerea încasărilor la bugetele locale. Aceste localități au fost puse în situația de a muri economic sau de a găsi alternativă pentru restructurarea economiei locale. La fel, s-a întâmplat și cu localitățile specializate în "industrii vechi" precum sunt minele de cărbune. Piața cerea din ce în ce mai puțin cărbune, iar localitățile miniere, care cu puțin timp în urmă erau printre cele mai bogate, au ajuns într-o situație economică precară: minele se închideau, șomajul creștea, antreprenorii locali intrau în faliment, tineretul și cei activi emigrau spre alte zone. Era nevoie de abordări noi.



Un exemplu tipic de localitate victimă a globalizării este orașul Roubaix din nordul Franței. Până în anii 1960, acesta era unul din centrele industriei textile franceze. În anii 1970, majoritatea fabricilor au fost închise, iar producția mutată în Africa de Nord și Asia de Sud-Est, unde costurile de producție erau mult mai mici. Orașul a depus eforturi considerabile de a-și restructura și diversifica economia locală. Totuși, economia locală nu și-a revenit din criză nici până astăzi, iar Roubaix s-a transformat în unul din cele mai sărace orașe din Franța.

Așa, prin încercări și erori, comunitățile "victime" din Germania, Franța, Marea Britanie și Olanda au dezvoltat metode și abordări individuale de dezvoltare economică locală, care ulterior au fost perfecționate și îmbunătățite de către mediul academic și alți practicieni.

Pe parcurs, dezvoltarea economică locală a devenit o prioritate nu doar a localităților în declin, dar și a celor care erau într-o stare economică relativ bună, pentru că oricând pot apărea situații noi care pot destabiliza și dezechilibra economia locală.

În Moldova, ca și în toate celelalte state din Europa de Est, subiectul dezvoltării economice locale a început să fie abordat abia din a doua jumătate a anilor 1990 și mai cu seamă din anii 2000. Cu alte cuvinte, dezvoltarea economică locală este pentru Moldova încă un domeniu nou, care abia acum devine o prioritate a politicilor de dezvoltare.

Astăzi, comunitățile din Moldova au la îndemână o experiență internațională de peste 70 de ani în promovarea dezvoltării economice locale, de unde putem învăța și de unde ne putem inspira. Totuși, este

de menționat că există anumite limite de metodologie pe care trebuie să le luăm în considerare.

În primul rând, majoritatea experților de dezvoltare economică locală din Europa de Vest s-au format profesional în perioada în care economiile lor naționale erau deja în creștere economică, iar comunitățile locale își rezolvaseră principalele probleme de infrastructură. Astfel, experiența pe care ei au acumulat-o se referă în special la valo-

Conceptul de dezvoltare economică locală a fost inițial inventat în localitățile "victime economice". Astăzi, dezvoltarea economică locală este promovată de localitățile:

- Unde dezvoltarea nu vine de la sine
- Unde sunt ambiții pentru o creștere economică și mai mare
- Unde există previziuni economice negative.



rificarea oportunităților existente și la îmbunătățirea mediului de afaceri local. Ei nu au avut posibilitatea să urmărească procesul de rezolvare a problemelor de declin economic care a avut loc în țările lor prin anii 1950-1970, și cu care se confruntă în prezent localitățile din Moldova. Abordările lor metodologice se bazează pe strategii de menținere a firmelor existente, care sunt tentate să plece în alte țări și orașe cu salarii și impozite mai mici. Totodată, recomandările lor sunt construite pe premisa că în localități deja există o masă critică de antreprenori, un buget local satisfăcător, iar primăria reprezintă o masă critică de birocrati școliți și motivați.

Experții și practicienii internaționali care au fost activi în perioada declinului din statele vest-europene (și care ar fi cei mai buni consultanți pentru noi) sunt acum deja pensionați, în cel mai bun caz.

În al doilea rând, pe parcursul ultimilor 15-20 de ani a fost acumulată o experiență extrem de bogată în domeniul dezvoltării economice locale în statele din Europa Centrală, și în special Cehia, Slovacia, Ungaria și Polonia, care au reușit să treacă cu bine prin criza aferentă tranziției și să intre pe o traiectorie de creștere economică sustenabilă. Această experiență central și est-europeană este de cea mai mare relevanță pentru comunitățile din Moldova.



Orașul Székesfehérvár din Ungaria (100 mii de locuitori) a reușit eficient să treacă peste criza din anii 1990, când practic toată industria orașului a falimentat (inclusiv renumita uzină de autobuze "Ikarus"). În prezent, Székesfehérvár este localitatea cu cea mai mare densitate de parcuri industriale din Ungaria, în care au fost atrase investiții străine majore, inclusiv Ford, IBM, Emerson și Philips.

În special, este relevantă experiența cu referire la crearea parcurilor industriale, atragerea investitorilor străini, experiența cu referire la dezvoltarea infrastructurii agricole post-recoltare și integrarea în lanțurile valorice occidentale.

În al treilea rând, chiar dacă conceptul dezvoltării economice locale este practic deja de mai multe decenii, este surprinzător să vedem un deficit de literatură, material didactic și ghidări practice la acest subiect. Chiar și în limba engleză nu există prea multe materi-

ale, iar în limba română și rusă acestea (cu mici excepții) practic lipsesc. Totodată, materialele existente se referă în special la planificarea DEL, dar nu crearea DEL.

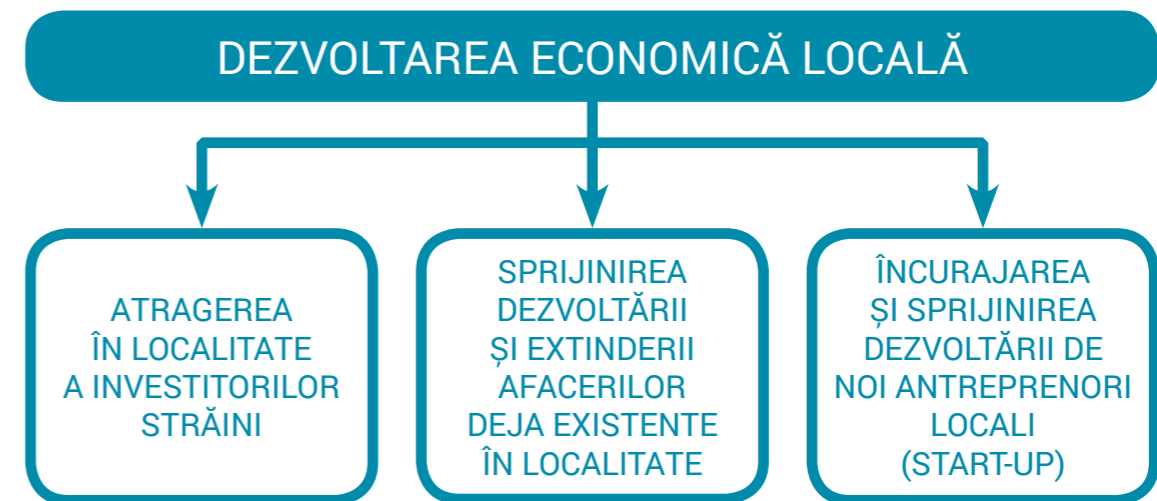
În al patrulea rând, chiar și acest deficit de material metodologic în română și rusă încă nu a fost pe deplin adaptat la condițiile din Republica Moldova. În acest sens, nici măcar Academia de Administrare Publică nu are încă dezvoltat un curs academic în domeniul dezvoltării economice locale. În așa mod, în

următorii 5-10 ani, comunitățile din Moldova, precum și donatorii și experții din domeniu, urmează să experimenteze și să piloteze mai multe abordări existente, pentru a vedea care din acestea au un impact mai mare și ar putea fi replicate.

În linii mari, toate metodologiile de dezvoltare economică locală existente în regiune și în lume se bazează pe trei strategii de bază:

- Atragerea în localitate a investitorilor din afară;
- Sprijinirea dezvoltării și extinderii afacerilor deja existente în localitate;
- Încurajarea și sprijinirea dezvoltării de noi antreprenori locali.

În următorii 5-10 ani, practicienii dezvoltării economice locale din Moldova urmează să experimenteze și să piloteze mai multe abordări de dezvoltare economică locală, pentru a testa care din acestea au un impact mai mare și ar putea fi replicate.





4.1 CUM ATRAGEM INVESTITORII ÎN ECONOMIA LOCALĂ

Localitățile aflate în declin economic și cu antreprenoriat local sub-dezvoltat, dacă doresc să-și dezvolte economiile locale, nu au altă ieșire decât să se orienteze spre atragerea unor businessmeni din afară.

În mod normal, atragerea investitorilor din afara localității trebuie să țintească activități economice de tip "contribuabil", adică afaceri care vor "produce" bani pentru economia locală (industrie, agricultură, servicii și turism, orientate spre consumatori externi), dar nu afaceri care vor "extrage" banii din economia locală (gen supermarket pentru localnici).

Atragerea de investiții este, de regulă, un proces care durează și care necesită multe eforturi susținute. Trebuie să existe anumite argumente "forte" pentru a convinge businessmeni din exterior să vină și să deschidă o producție nouă într-o localitate anume. De fapt, procesul de atragere a investițiilor urmează aceeași logică standard specifică marketingului și vânzărilor, care presupune parcurgerea a trei etape succesive. (a se vedea schema din pagina următoare)

4.1.1 Identificarea "produsului investițional local"

Comunitățile locale din Moldova trebuie să conștientizeze un adevăr suprem și absolut: investitorii au doar un singur interes major și acesta constă în maximizarea propriului profit. Deciziile investitorilor se bazează pe raționamente strict economice, nu de ordin emotiv sau

politic. Ei căuta locații care oferă avantaje pentru businessul lor. Ospitalitatea noastră, caracterul prietenos, mâncarea gustoasă și vinul bun sunt foarte importante, dar joacă un rol secundar, atunci când vine vorba de interese și decizii de business.

1

Localitatea trebuie să determine „produsul investițional” pe care dorește să îl vândă

Identificarea avantajelor investiționale locale („produsul investițional local”) cu ajutorul cărora comunitatea locală ar dori să convingă businessmeni din afară să investească în localitate

2

Localitatea trebuie să definească „profilul investitorului” potențial pentru produsul lor investițional

Identificarea domeniilor și sectoarelor economice, pentru care ar prezenta interes acest „produs investițional local”

3

Localitatea trebuie să promoveze insistent produsul determinat pentru cumpărătorii potențiali

Formularea și promovarea ofertelor investiționale concrete și țargetate

În acest sens, comunitățile locale, care doresc să atragă investiții, trebuie să-și determine exact ce "doresc concret să vândă" unui potențial investitor. Adică să identifice ce avantaje de business concrete are localitatea care ar putea prezenta interes pentru un businessman din afară. Mai mult, este vorba de avantaje unice, care nu există în altă parte, identificate prin prisma interesului inves-

ditorilor (minimizarea costurilor de producție și/sau maximizarea profiturilor).

Aceste "avantaje comparative" pot fi de orice tip, inclusiv ar putea să se refere la următoarele:

- Existența forței de muncă. Cineva are nevoie de forță de muncă ieftină și relativ necalificată. Altcineva are nevoie de forță calificată. Cineva are nevoie



de populație tânără. Altul este interesat doar în femei sau doar în bărbați. Ce resurse umane posedă localitatea pentru a co-interesa un investitor?

- Existența unor cantități mari de materie primă care necesită a fi prelucrată. În acest sens, are importanță existența în zonă a unor cantități mari de producție agricolă de un anumit tip (ce necesită a fi procesată) sau existența în zonă a unor zăcăminte naturale care ar putea fi folosite în producția de materiale de construcție (de exemplu nisip, lut, argilă, piatră).
- Așezarea geografică favorabilă. În acest sens, are importanță, în special, proximitatea față de piața de desfacere (spre exemplu față de capitală pentru anumite afaceri orientate la piața locală) și proximitatea față de infrastructura de transport (șosele naționale, aeroport, port).
- Existența potențialului turistic (obiective cultural-istorice, râuri, lacuri, stânci, păduri, galerii subterane, peisaje pitorești, obiective vitivinicole etc.).
- Existența unor infrastructuri orizontale deja dezvoltate și la costuri adecvate (sisteme de irigare funcționale, dotări tehnico-edilitare complete etc.)
- Altele

În afară de aceste "avantaje comparative", fiecare comunitate locală va trebui să analizeze și un alt element, care, de fapt, este și cel mai important în acest

proces. Este vorba de a stabili "locația" unde urmează să fie localizate potențialele investiții, fie aceasta este un teren liber sau o clădire. Acest lucru este de o importanță crucială.

Existența de imobile în proprietate publică (terenuri libere și/sau clădiri) este primul și cel mai important element, care reflectă capacitatea unei comunități locale de a atrage investiții



Per ansamblu, trebuie să recunoaștem că localitățile din Moldova încă nu dețin oportunități „fantastice” de business, care ar face investitorii străini să stea în rând pentru a fi acceptați de primărie. Trebuie să înțelegem că investitorii caută în Moldova variante de business foarte avantajoase (mai ales primul val de investitori, care sunt mari afaceriști, adică care își asumă riscuri mai mari cu gândul că vor obține profituri mai mari).

Respectiv, **localitatea trebuie să aibă disponibil un teren public adecvat pen-**

tru a fi propus unui potențial investitor. Acest teren trebuie nu doar să fie disponibil, dar să fie "reglementat" și "dotat".

„**Teren reglementat**” – înseamnă un teren pentru care deja a fost elaborată și aprobată toată documentația de urbanism și amenajare a teritoriului (destinație pentru construcție, existența planului urbanistic zonal, certificat de urbanism informațional) pentru a permite investitorului să inițieze cât mai operativ lucrările de proiectare și construcție. Investitorii nu prea sunt interesați în terenuri pentru care încă nu a fost elaborată documentația juridică și urbanistică, cu atât mai mult în terenuri care încă au destinație agricolă, pentru că soluționarea acestor chestiuni ar putea dura foarte mult timp (cel puțin 1-2 ani).

„**Teren dotat**” - înseamnă un teren pentru construcție, care deja este racordat la utilitățile publice (rețele de apeduct și canalizare, energie electrică, gaz, drum de acces etc.). Responsabilitatea pentru această infrastructură aparține administrației publice locale. În anumite situații, investitorii ar fi predispuși să finanțeze anumite lucrări de infrastructură, însă doar în condiții excepționale și doar parțial, deoarece aceste investiții (care nu sunt responsabilitatea sectorului privat) le măresc costurile de producție și le reduc din competitivitate. În general, investitorii doresc terenuri care deja sunt dotate 100% cu toate rețelele tehnico-edilitare.

La fel, "un argument" plauzibil pentru cointeresarea unor potențiali investitori îl constituie existența unor construcții industriale neutilizate aflate în proprietatea administrației publice locale. Pentru anumiți investitori (în special din domeniul industriei ușoare) oportunitatea preluării unei clădiri industriale este chiar mai importantă decât preluarea unui teren liber.

Multe autorități publice locale din Moldova încă dețin în proprietate terenuri pentru construcții (sau terenuri agricole, pentru care ar putea fi schimbată destinația). Aceste terenuri, dacă există, trebuie tratate ca o adevărată "rezervă de aur" a localităților pentru dezvoltarea lor economică. Localitățile care deja și-au irosit toată rezerva funciară (oferind-o, spre exemplu, pentru construcția de case individuale sau acceptând vânzarea terenurilor unor privați pentru scopuri speculative), practic, și-au subminat propriile perspective economice și au fost private de principalul instrument investițional pe care îl dețineau.

Totodată, trebuie de știut că există două tipuri de terenuri care pot fi folosite pentru localizarea noilor investiții. Este vorba despre terenuri libere (așa numitele "greenfield") și terenurile care sunt ocupate cu construcții vechi și nefuncționale (așa numitele "brownfield"). Majoritatea terenurilor de tip "brownfield" se află în proprietate privată, urmare a pro-



cesului de privatizare. În multe cazuri, proprietatea acestor terenuri este confuză: există mai mulți proprietari la diferite imobile amplasate, ceea ce face dificilă valorificarea lor economică. Cu mici excepții, absoluta majoritate a terenurilor economice din proprietatea administrației publice locale din Moldova sunt de tip "greenfield".

În Moldova, procedura de privatizare sau arendare a terenurilor din proprietatea administrațiilor publice locale este strict reglementată. În general, arenda și privatizarea urmează a fi desfășurate prin procedură de licitație publică, ținând obținerea unui preț maxim. Aceasta este o primă opțiune pentru administrațiile publice locale să atragă investitori – prin organizarea de licitații funciare, atunci când sunt abordați de un potențial investitor în vederea preluării unor terenuri concrete.

Totodată, în anumite condiții, administrația publică locală ar putea intra într-un parteneriat public-privat cu un potențial investitor, ceea ce ar oferi o paletă mai extinsă de negociere a investiției și condițiilor de cooperare, în conformitate cu Legea Nr. 179 din 10.07.2008 cu referire la parteneriatul public-privat.

Evident, acestea nu sunt opțiunile cele mai fezabile pentru a "ademeni" un investitor strategic și serios. În primul rând, pentru că aceste proceduri de înstrăinare a patrimoniului public (licitații

și PPP-uri) sunt politizate și ar putea dura mult în timp. În al doilea rând, pentru că licitațiile nu pot fi întotdeauna sincronizate cu intențiile investitorului. În al treilea rând, pentru că investitorii, de regulă, nu prea sunt înclinați să procure terenuri la prețuri mari de piață, atâta timp cât în republică sunt opțiuni "cu stimulente". Aceste opțiuni "cu stimulente" se referă la posibilitatea localizării investiției în Parcuri Industriale și Zone Economice Libere, care oferă condiții mult mai avantajoase.

Pentru moment, legislația Republicii Moldova oferă autorităților publice locale două instrumente eficiente de "valorificare" a terenurilor publice ca platforme pentru atragerea investițiilor:

- Parcuri Industriale, și
- Zone Economice Libere.

În aceste cazuri, investitorii sunt asigurați nu doar cu un "discount de preț", dar și cu un șir de stimulente economice și financiare suplimentare.

În ceea ce privește valorificarea investițională a terenurilor, per general, terenurile mici (1-2 ha) ar putea localiza activități industriale de 50-300 angajați, terenurile medii (2-4 ha) pot acomoda activități industriale cu 500 – 1.000 angajați, și terenurile mari (4-10 hectare) ar putea acomoda peste o mie angajați.

Dezvoltarea Parcurilor Industriale în Republica Moldova este reglementată prin

Legea N182 din 15.07.2010 "cu privire la parcurile industriale". În conformitate cu legea, parcurile industriale sunt definite ca teritorii delimitate ce dispun de infrastructură tehnică și de producție, în care se desfășoară activități economice, preponderent de producție industrială, prestare de servicii, valorificare a cercetărilor științifice și/sau dezvoltare tehnologică într-un regim de facilități specifice în vederea valorificării potențialului uman și material al unei regiuni.

Oricare administrație publică locală din Moldova (la fel ca și agenții economici care dețin terenuri) poate iniția crearea unui Parc Industrial. Decizia de atribuire a titlului de Parc Industrial se aprobă prin Hotărâre de Guvern, dar nu este o procedură prea complicată.

Pentru Parcurile Industriale statul oferă un șir de facilități, de interes atât pentru administrația publică locală, cât și pentru potențialii investitori:

- În primul rând, legislația oferă o scutire totală de plăți compensatorii pentru schimbarea destinației terenurilor agricole.
- În al doilea rând, legislația favorizează investițiile din partea statului (inclusiv prin Fondul de Dezvoltare Regională) pentru dezvoltarea infrastructurii tehnico-edilitare a parcului.
- În al treilea rând, legislația oferă posibilitatea unui preț privilegiat pentru

investitori în ceea ce privește costul arendei terenului (la prețul normativ, diminuat până la coeficientul 0.3).

- În al patrulea rând, legislația permite investitorului să privatizeze terenul proprietate publică aferent construcțiilor la prețul normativ al pământului (după darea în exploatare a construcțiilor industriale, cu condiția că investiția a fost de cel puțin 3 ori mai mare decât prețul normativ al terenului).

Pentru ca un teren să poată pretinde la statutul de Parc Industrial, legislația prevede corespunderea la șase pre-condiții obligatorii:

- Să aibă o suprafață de cel puțin 5 hectare.
- Să se afle în proprietatea solicitantului de parc sau cel puțin pe un termen de 30 de ani.
- Să fie liber de orice sarcină.
- Să nu constituie obiectul unor litigii.
- Să aibă acces la căile de transport.
- Să fie accesibilă racordarea la utilități publice.

Procesul de convertire a unui teren public în Parc Industrial constă din parcurgerea a următoarelor etape obligatorii:

- 1) După identificarea terenului, procesul va fi inițiat printr-o Decizie a Consiliului local, prin care Primarul va fi mandat să formeze o Comisie specială

pentru formarea și funcționarea Parcului Industrial. Comisia va fi compusă din reprezentanți ai APL, instituțiilor cadastrale teritoriale și altor persoane juridice interesate.

- 2) Comisia va coordona toate activitățile de obținere a tuturor documentelor aferente, autorizațiilor, avizelor și coordonărilor necesare cu referire la acest teren, inclusiv de modificare a destinației terenurilor (dacă este necesar).
- 3) Mai departe, Comisia va coordona elaborarea pachetului de documente necesare creării Parcului Industrial. Pachetul de documente va conține:
 - Studiul de Fezabilitate privind crearea Parcului Industrial.
 - Acordul Consiliului local privind crearea Parcului Industrial și declarația de satisfacere a cerințelor înaintate de legislație.
 - Dosarul cadastral al terenului.
 - Planul de amplasare a terenului.
 - Avizele deținătorilor de rețele de utilități publice.
- 4) Următorul pas va consta în înaintarea de către APL a unei cereri (cu întregul pachet de documente anexat) către Ministerul Economiei în vederea examinării oportunității și fezabilității creării acestui Parc Industrial. Ministerul Economiei este obligat să emită

un aviz scris în termen de maxim 30 de zile.

- 5) Ulterior, Ministerul Economiei va prezenta Guvernului spre aprobare proiectul hotărârii în cauză cu privire la atribuirea titlului de Parc Industrial. Titlul se acordă pe o durată de 30 de ani, care ulterior va putea fi prelungită.
- 6) Pentru managementul Parcului Industrial, APL urmează să creeze o întreprindere administratoare sau să selecteze un operator privat în bază de concurs. Toate concursurile ulterioare de arendă a terenurilor pentru rezidenți-investitori vor fi organizate în cadrul unei comisii speciale, compuse din reprezentanții companiei administratoare, APL și Ministerului Economiei.

Până în prezent, în Republica Moldova au fost create zece Parcuri Industriale (a se vedea tabelul de mai jos). La drept vorbind, până la momentul actual, performanța Parcurilor Industriale create a fost mai degrabă modestă. Cu excepția a patru Parcuri Industriale ("Tracom", "Răut", "Trivineta Cavi" și "Edineț"), acestea practic nu au contribuit în nici un fel la atragerea de investiții străine și deschiderea de noi locuri de muncă. Două Parcuri Industriale ("FAIP" din Durlești și "Bioenergoagro" din Țarigrad (raionul Drochia)) au fost create de agenți economici privați pentru a face uz de facilitățile oferite de lege privind scutirea de plăți

pentru schimbarea destinației terenurilor agricole. Totodată, investițiile în cadrul PI "Trivineta Cavi" din Strășeni s-au datorat inclusiv statutului său dublu de

Parc Industrial și de Zonă Economică Liberă. Dezvoltarea reușită a PI "Tracom" se datorează unei poziționări reușite (în centrul Chișinăului).

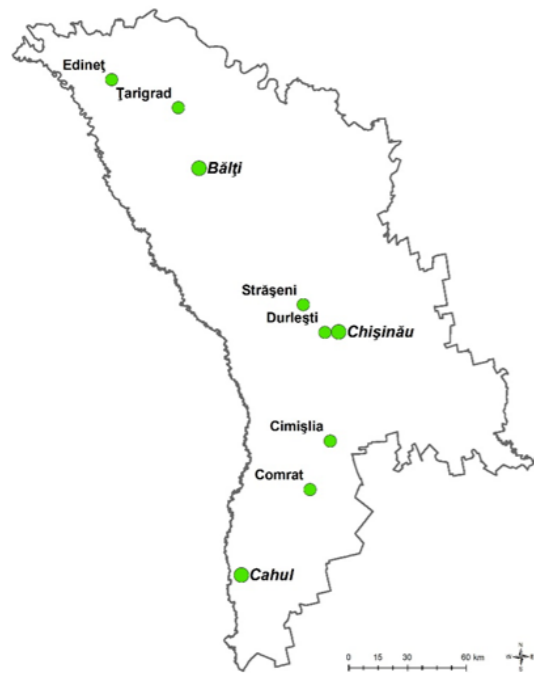
PROFILUL PARCURILOR INDUSTRIALE CREATE ÎN REPUBLICA MOLDOVA (2019)

	Parc Industrial	Anul creării	Domeniu	Suprafața, ha	Locuri de muncă create, persoane
1	Bioenergoagro (Țarigrad, r-nul Drochia)	2010	Producerea biogazului	13,49	5
2	Tracom (Chișinău)	2011	IT, mobilă, mărfuri de uz casnic etc.	32,2	1,907
3	Cimișlia	2011	Agroindustrial	40	-
4	CAAN (Strășeni)	2013	Agroindustrial	21,1	38
5	Răut (Bălți)	2013	Producerea aparatelor și pieselor din metal	9,5	943
6	Edineț	2013	Agroindustrial	17,89	185
7	Trivineta Cavi Development (Strășeni)	2013	Producerea cablurilor pentru sectorul energetic	10,75	154
8	Comrat	2014	Agroindustrial	50	-
9	FAIP (Durlești)	2014	Producerea materialelor de construcție	5	12
10	Cahul	2016	Agroindustrial	5,89	-

Sursa: Ministerul Economiei al Republicii Moldova, Raport privind crearea, dezvoltarea și funcționarea parcurilor industriale pentru anul 2017



DISTRIBUȚIA GEOGRAFICĂ A PARCURILOR INDUSTRIALE



Performanța investițională scăzută de până în prezent a Parcurilor Industriale în Moldova nu ar trebui să descurajeze autoritățile publice locale. În cea mai mare parte, această stare de lucruri se explică prin faptul că, cu mici excepții, aceste platforme investiționale nu au fost promovate în nici un fel. Practic, după atribuirea titlului de Parc Industrial, comunitățile locale n-au întreprins aproape nimic serios și sistemic în privința identificării și atragerii de investitori.

Suplimentar la Parcurile Industriale, **legislația Republicii Moldova prevede un alt instrument de valorificare investițională a terenurilor libere – crearea de Zone Economice Libere (ZEL)**, care se reglementează prin Legea N440 din 27 iulie 2001. Conform legii, Zonele Economice Libere (sau Zonele Antreprenoriatului Liber) sunt definite ca părți ale teritoriului vamal al Republicii Moldova, separate din punct de vedere economic, strict delimitate pe tot perimetrul lor, în care pentru investitorii autohtoni și străini sunt permise, în regim preferențial, genuri ale activității de întreprinzător.

Prin crearea Zonelor Economice Libere, statul urmărește să impulsioneze atragerea de investiții străine și să creeze noi locuri de muncă, în special activități economice orientate spre export. Zonele Economice Libere sunt create prin Legi adoptate de Parlament, la propunerea Guvernului. Pentru fiecare Zonă Economică Liberă, de către Guvern sunt create entități de management (Administratori ZEL). Zonele Economice Libere se creează pentru o perioadă de cel puțin 20 de ani.

Totodată, conform legii, autoritățile publice locale pot, de asemenea, veni cu inițiative și argumenta necesitatea creării de Zone (sau sub-Zone) Economice Libere pe teritoriul lor.

Spre deosebire cu Parcurile Industriale, Zonele Economice Libere oferă un șir de avantaje suplimentare investitorilor, în special celor orientați spre export. Beneficiile amplasării în Zonele Economice Libere sunt următoarele:

- Scutire totală timp de 3 ani de plata impozitului pe venitul obținut din exportul mărfurilor (serviciilor) produse în zona economică liberă în afara teritoriului RM, drept rezultat al investiției în zona liberă a cel puțin 1 milion USD.
- Scutire totală timp de 5 ani de plata impozitului pe venitul obținut din exportul mărfurilor (serviciilor) produse în zona economică liberă în afara teritoriului RM, drept rezultat al investiției în zona liberă a cel puțin 5 milioane USD.
- Scutire de 50% din cota impozitului pe venit, obținut din exportul mărfurilor (serviciilor) produse în Zona Economică Liberă în afara teritoriului RM.
- Scutire de 25% din cota impozitului stabilită în RM pentru venitul obținut din alte activități decât exportul de mărfuri (servicii).
- TVA nu se aplică mărfurilor (serviciilor) livrate în interiorul zonelor libere.
- Cota zero a TVA pentru mărfurile (serviciile) livrate în zona liberă din afara Republicii Moldova.

- Garantarea prevederilor legislative pe parcursul următorilor 10 ani din momentul înregistrării în calitate de Rezydent al Zonei Economice Libere.
- Scutire de plata accizelor pentru mărfurile introduse în zona liberă din afara Republicii Moldova, din alte zone libere, din restul teritoriului Republicii Moldova, precum și mărfurile provenind din această zonă și exportate în afara Republicii Moldova.
- Nu sunt supuse accizelor livrările de mărfuri efectuate în interiorul zonei libere și livrările de mărfuri dintr-o zonă liberă în alta.
- Optimizarea controalelor din partea instituțiilor de stat
- Obținerea preferențială a permiselor de ședere și de muncă pentru angajații străini

Actualmente, în Republica Moldova funcționează șapte Zone și 34 de sub-Zone Economice Libere (Zone ale Antreprenoriatului Liber), în care își desfășoară activitatea peste 200 de rezidenți – investitori.

Aproape jumătate din toate investițiile atrase și peste 65% din totalul locurilor de muncă create revin Zonei Economice Libere Bălți și subzonelor sale.

Un element sensibil în activitatea Zonelor Economice Libere în Republica Moldova îl constituie Acordul de Aso-

PROFILUL ZONELOR ECONOMICE LIBERE CREATE ÎN REPUBLICA MOLDOVA (ANUL 2018)

	Zone Economice Libere	Investiții atrase, mln USD	Locuri de muncă create, pers
1	ZEL Bălți inclusiv sub-zone în Albinețul Vechi (Fălești), Rezina, Orhei, Strășeni, Chișinău, Cimișlia, Căușeni, Ștefan Vodă, Cahul	185,7	10,378
2	ZEL "Ungheni-Business", inclusiv subzone în Soroca, Nisporeni, Hâncești, Tuzara (Călărași)	78	2,918
3	ZAL "Expo-Business-Chișinău", inclusiv o subzonă în orașul Sângera.	46	1,601
4	ZAL „Valkaneș” (Vulcănești), inclusiv două subzone în Comrat și Ceadâr-Lunga	20,5	505
5	ZAL PP „Taraclia”	18,1	140
6	ZAL „Otaci-Business”	8,8	75
7	ZAL „Tvardița”	17,3	250
Total		402	15,867

Sursa: Ministerul Economiei al Republicii Moldova, Raport privind activitatea Zonelor Economice Libere din Republica Moldova pentru anul 2018

ciere cu Uniunea Europeană (!). Astfel, conform articolului 341 aliniatul 3 din Acord, Republica Moldova s-a angajat să alinieze toate schemele de ajutor de stat (inclusiv facilitățile fiscale) care derivă din Legea cu privire la Zonele Economice Libere până în anul 2023. Pentru moment, nu există nici o claritate la acest subiect, ceea ce creează un anumit disconfort în promovarea

acestui instrument în anii următori. Probabil, ar fi o idee bună renegocierea Acordului la acest capitol, chestiune ridicată de multe ori la nivelul administrației publice centrale. Mai ales că prevederi similare privind crearea și funcționarea ZEL există atât în state ale UE (spre exemplu Lituania și Polonia), cât și în state candidate (spre exemplu Serbia).

DISTRIBUȚIA GEOGRAFICĂ A ZONELOR ECONOMICE LIBERE (INCLUSIV SUB-ZONELOR)



În ceea ce privește **clădirile publice**, prezintă interes orice clădire nefinalizată sau neutilizată, care ar putea găzdui anumite activități economice. În special, aceste clădiri prezintă un potențial interes pentru investitori în domeniul industriei ușoare (textile, confecții, jucării moi etc.), industriei de prelucrare (procesare la scară mică a producției agricole), asamblare articole din plastic, prelucrarea mecanică a metalului și construcții metalice, serviciilor sau alte industrii care nu necesită standarde industriale sofisticate.

La acest subiect, există două modalități de abordare a problemei din partea administrației publice locale. Cea mai simplă este, evident, procedura de licitație publică. Spre deosebire de terenuri, în cazul imobilelor această procedură este foarte lesne acceptată de investitori. Aceasta pentru că, spre deosebire de terenuri, în Republica Moldova nu există nici o schemă de suport sau subvenționare a ofertei de clădiri publice pentru activități economice. Respectiv, alegerea nu este așa de mare, iar oferta din partea sectorului privat este mult mai scumpă.

O altă modalitate, mai sofisticată, în ceea ce privește oferirea de clădiri potențialilor investitori – este procedura de parteneriat public-privat (PPP), care este reglementată prin Legea N179 din 10 iulie 2008. Această procedură, la fel, presupune organizarea de licitații publice, dar oferă mai multe posibilități de cointeresarea partenerilor privați și negociere a condițiilor. Schema parteneriatului public-privat presupune parcurgerea mai multor etape obligatorii, inclusiv care presupun avizarea de către Guvern a Studiului de Fezabilitate, adoptarea mai multor decizii ale Consiliului local și organizarea unui concurs de selectare a partenerului privat.

În linii mari, localitățile care nu dețin terenuri și clădiri publice pentru localizarea de noi investiții, se consideră



"localități cu puține perspective investiționale". Totuși, și aici există anumite alternative, pe care le-ar putea folosi autoritățile publice locale. Este vorba despre terenurile și imobilele private neutilizate. În multe situații acestea aparțin unor persoane sau firme, care nu au nici resurse și nici ambiții de a le dezvolta, dar nici nu depun eforturi pentru a le înstrăina celor care ar avea nevoie de ele. Aceste imobile ar mai putea să fie în proprietatea băncilor comerciale (preluate ca gaj pentru credite neperformante) sau chiar pot reprezenta proprietăți "confuze" (în special rămase ca proprietăți colective după privatizare). În toate aceste situații, comunitatea locală (și în special administrația publică locală) ar putea să-și ia rolul de "broker imobiliar" în găsirea unor proprietari mai eficienți,

Existența forței de muncă calificate (sau instruibile) este al doilea cel mai important element, care reflectă capacitatea unei comunități locale să atragă investitori



promovând și făcând publicitate privind vânzarea acestora.

Este ilustrativă în acest sens experiența Primăriei orașului Telenești în privința clădirii fostei tipografii raionale. Această clădire a fost privatizată în anii 1990, ulterior schimbându-și de mai multe ori proprietarii, până a ajuns în proprietatea unei bănci comerciale, unde a fost pusă ca gaj pentru un credit care nu a mai fost întors. Banca făcuseră câteva încercări de a vinde clădirea, dar fără rezultat. În consecință, această clădire din centrul urbei se afla într-un continuu proces de degradare. Situația s-a schimbat după ce Primăria or. Telenești a început să propună acest imobil pentru toți potențialii investitori cu care interacționa. În cele din urmă, în anul 2017, Primăria a reușit să intereseze un investitor din Turcia, care căuta în Moldova o locație pentru o fabrică de textile. Primăria a intermediat contactul cu banca și tranzacția a avut loc. În 2018, în Telenești a fost dată în exploatare această nouă fabrică de textile, care a generat peste 150 locuri noi de muncă. Această investiție, cel mai probabil, nu ar fi avut loc, dacă Primăria or. Telenești nu-și preluase rolul de "broker" pentru acest imobil privat.

Evident, fără angajați nu există nici o activitate economică. În condițiile în care se dorește atragerea unor investiții

tehnologizate cu salarii mari, trebuie să ne întrebăm dacă forța de muncă din localitate corespunde acestor așteptări. Pentru că într-o localitate unde vârsta medie a forței de muncă este de 40-45 de ani, iar nivelul de calificare este redus, așteptările pentru un investitor care va veni și va crea locuri de muncă calificate și cu salarii mari sunt prea optimiste. Asemenea investitori nu vor apărea, pentru că lipsește preconditiona necesară de resursă umană.

Respectiv, **orice localitate, înainte de a gândi o strategie de atragere a investițiilor, trebuie să analizeze și să definească corect și realist cantitatea și nivelul de pregătire profesională a resurselor umane din localitate.**

În ultimii 10 ani putem observa că principalii investitori mari care au venit în Moldova sunt din două domenii de bază:

- Producerea de cabluri și cablaje ("Fujikura" în Chișinău și Comrat, "Draexlmaier" în Bălți și Cahul, "Coroplast Harmess Technology" în Căușeni, "Sumitomo Electric Bordnetze" în Orhei, "Sammy Cablaggy" în Albinețul Vechi (Fălești), "Gebauer&Griller" în Bălți, "Trivinetă Cavi" în Strășeni)
- Cusut industrial ("Lear Corporation" în Ungheni, "Confezioni Andrea Cover Car" în Soroca, "ConTeyor" în Căușeni, "APM Automotive" în Briceni, "Quality Hub" în Bălți).

Aceste activități economice se bazează pe forța de muncă necalificată și relativ ieftină. În fond, sunt necesare doar câteva luni (sau chiar săptămâni) de instruire pentru a "converti" un țăran în muncitor la uzină. Aceste activități corespund nivelului de pregătire și așteptări salariale a unui anumit segment de populație rurală.

Pentru moment, în Moldova persistă opinia că "rezerva de cadre" pentru asemenea activități economice practic s-a epuizat în multe zone ale țării, iar investitorii abia de reușesc să se asigure cu forța de muncă, transportând muncitorii din localități aflate la o distanță de 40-50 km de fabrică. În același timp, unii din cei mai buni experți din domeniu din Moldova consideră că această opinie este nu doar eronată, dar și contraproductivă, deoarece prejudiciază imaginea investițională a țării și descurajează alți investitori să vină în Moldova. În fond, în majoritatea localităților țării rata de ocupare a populației active constituie 30-35%, ceea ce denotă existența unui bazin semnificativ de forță de muncă neantrenată în activități economice (spre exemplu, în România rata de ocupare este de peste 50%, iar în UE de peste 70%). Faptul că investitorii preferă să se asigure cu forța de muncă dintr-o arie atât de mare se explică exclusiv prin ambițiile acestora de a minimiza costurile de producție (de ce să plătești un localnic



În 2019, Fabrica de cablaje "Sumitomo Electric Bordnetze" din Orhei, fiind "sub presiunea" unor mari comenzi din partea concernului "Volkswagen", a reușit pe parcursul a doar câteva luni să crească numărul de angajați de la 2,700 la 3,500 de persoane. Conform opiniei experților, o asemenea creștere de +800 persoane a numărului de angajați în doar câteva luni nu ar fi fost posibilă la nici o fabrică din România sau din altă țară din Europa Centrală.

cu 10 mii lei/lună, dacă poți plăti cu 5 mii lei/lună unul care locuiește la 30-40 km distanță și este gata să facă zilnic naveta la fabrică?). Este suficient să comparăm nivelul de salarizare în producerea de cablaje și textile la fabricile din România și cele din Moldova (chiar și la fabricile aceluiași investitor) pentru a vedea că costul forței de muncă în Moldova este încă foarte atractiv și competitiv (€200-300 vs €500-700), existând încă mari rezerve pentru investitorii din Moldova de a-și mări numărul de angajați.

Este adevărat că, actualmente, din cauza migrației interne și externe, localitățile Republicii Moldova se confruntă cu un deficit acut de forță de muncă

calificată și responsabilă. Acest deficit de personal calificat limitează foarte mult capacitatea locală de a atrage investiții în activități economice cu valoare adăugată înaltă. O problemă majoră este migrația tinerilor, ceea ce practic subminează viitorul economic al multor localități. Totuși, aceste provocări sunt încă gestionabile. Până la momentul de față, toate investițiile care au venit în Moldova și-au rezolvat relativ repede și eficient problema cadrelor. Problema nu constă în existența forței de muncă disponibile, dar în condițiile de muncă și nivelul de salarizare oferite. Totodată, este nevoie de a conștientiza că o persoană care nu a muncit o perioadă îndelungată are nevoie de câteva luni (sau

chiar ani) pentru a fi "re-modelată" într-un angajat eficient (practica fabricilor deschise de investitorii străini probează cu brio aceste noi realități). În general, trebuie descurajate afirmațiile că localitățile Moldovei nu mai au forță de muncă disponibilă, ca fiind dăunătoare eforturilor de dezvoltare economică locală.

4.1.2 Identificarea profilului potențialilor investitori

Cea mai mare greșală pe care poate să o facă o primărie care și-a identificat "produsul investițional local", este să adopte o poziție de "așteptare pasivă a unui posibil investitor". Evident, există situații când investitorii singuri vin și bat la ușa primăriei, dar aceste situații sunt mai degrabă excepții. Pentru a fi eficiente în atragerea investițiilor, autoritățile publice locale trebuie să fie pro-active și insistente.

Astfel, după ce comunitatea locală a decis asupra "argumentelor" pentru atragerea investitorilor (avantaje comparative + locație "cu discount"), aceasta urmează să identifice potențialele domenii și sectoare economice pentru care ar prezenta interes "produsul lor investițional".

Spre exemplu, o localitate cu potențial turistic urmează să se focalizeze pe businessmenii - investitori din domeniul

Conform practicii investitorilor deja veniți în Moldova, curba de "convertire la lucru" a noilor angajați este de circa 4-6 săptămâni la cablaje și de circa 25-30 de săptămâni în textile. Totodată, "convertirea la muncă eficientă și cu grad sporit de responsabilitate" poate dura de la 1 la 2 ani.

HORECA. Iar o localitate în care forța de muncă este necalificată, urmează să se focalizeze pe investitori care caută forță de muncă relativ ieftină, dar cu valoare adăugată mai înaltă. O localitate din suburbia Chișinăului, care are potențial în dezvoltarea unui mare parc de distracții național, ar trebui să se focalizeze doar pe investitori care vin din domeniul acesta. Cu cât mai precisă va fi identificarea, cu atât mai eficiente vor fi activitățile de promovare investițională.

După ce s-au identificat "domeniile economice posibile", urmează a fi identificați însăși potențialii reprezentanți ai investitorilor. Aceasta deoarece diferite categorii de investitori necesită diferite abordări. În linii mari, identificarea potențialilor businessmeni - investitori va lua în considerare următoarele elemente distincte ale evaluării:

Etapă	Conținut	Follow up:
EVALUAREA EX-ANTE:	Orice identificare a unor potențiali investitori începe prin analiza investițiilor similare din țară (sau din țările vecine) din ultima perioadă. Spre exemplu: dacă o localitate are avantaje în domeniul turismului, ar trebui să analizeze inițial ce businessmeni au mai investit în ultima perioadă în Moldova în acest domeniu. Cine sunt? Sunt străini sau autohtoni? Care este succesul lor de până acum? Care sunt planurile lor de viitor?	Urmează a fi purtate discuții de "cercetare" cu investitorii deja existenți în acest domeniu din Moldova (sau în țările vecine), care (potențial) ar fi interesați în extindere sau ar oferi anumite sfaturi relevante.
EVALUAREA STRATEGICĂ	Este nevoie de discutat și de verificat "produsul investițional" al localității cu agențiile și instituțiile naționale care au tangență la acest subiect.	Urmează a fi purtate discuții de "cercetare și consultare" cu Agenția Națională de Investiții, Camera de Comerț și Industrie, Asociațiile de Business etc.
EVALUAREA INTERNĂ	Este nevoie de a discuta subiectul cu însăși comunitatea dată, inclusiv cu Diaspora, care ar putea veni cu anumite informații relevante.	Urmează a fi organizată discuții comunitare (posibil pe rețelele de socializare), prin care membrii comunității vor fi solicitați să contribuie cu informație relevantă, dacă o posedă, cu referire la potențiali investitori în domenii de interes a comunității.

În rezultatul acestei identificări, comunitatea locală trebuie să își formuleze în termeni precizi "profilul potențialilor investitori": Cine sunt? Unde îi gă-

sim? În ce limbă vorbesc? Cum este cel mai bine să-i contactăm? Care este interesul lor? Care sunt prioritățile lor? ș.a.m.d.

4.1.3 Promovarea investițională a localității

După ce s-a stabilit "profilul potențialilor investitori", comunitatea locală urmează să-și clarifice strategia de promovare investițională (strategie nu în termeni de "document scris", dar mai degrabă ca abordare și modalitate de promovare).

În dependență de strategia aleasă, promovarea investițională se va baza pe următoarele activități:

- Broșuri în diferite limbi pentru a fi prezentate la expozițiile investiționale naționale și internaționale (prin intermediul Agenției Naționale de Investiții).
- Abordări individuale ale unor potențiali investitori.
- Oferte scrise (expediate prin poștă) pentru firme/businessmeni din străinătate.
- Participarea activă (cu prezentare) la cât mai multe evenimente naționale și internaționale pe subiecte relevante (spre exemplu la forumuri economice).
- Postări dedicate pe rețelele de socializare.
- Abordarea primăriilor înfrățite.
- Organizarea de misiuni economice.

Într-un final, se va ajunge la faza discuțiilor și negocierilor individuale cu toți cei care și-au manifestat cel puțin un nivel minim de interes. Acest proces trebuie

să fie continuu. Și este nevoie de actualizare continuă a informației, pentru că în proces vor apărea noi oportunități și oameni. De fapt, promovarea investițională a localității trebuie să fie o prioritate transversală a administrației publice locale – activitate zi de zi, dar nu sporadică.

Primarul localității trebuie în permanență să fie în discuții cu potențialii investitori, de multe ori chiar discuții repetate cu businessmenii indeciși.

O experiență interesantă privind atragerea investițiilor străine o oferă municipiul Comrat din UTA Găgăuzia. Astfel, în anul 2017, primăria mun. Comrat, în parteneriat cu autoritățile regionale din UTA Găgăuzia, a inițiat renovarea din surse proprii a unui imobil nefolosit din proprietatea Departamentului Situații Excepționale pentru a interesa atragerea unui investitor străin. În acest sens, au fost alocate cca 12 milioane de lei, inclusiv nouă milioane din partea autorităților regionale și trei milioane din partea autorităților municipale (resurse accesate prin intermediul unui credit bancar). Astfel, a fost pregătită o hală de producție nouă de 3,7 mii m² pentru a fi oferită în arendă companiei "Fujikura". De notat că, contractul cu "Fujikura" a fost semnat pe o durată care ar permite recuperarea investițiilor publice în reabilitarea



STUDIU DE CAZ: CUM A PUTUT ORAȘUL BATUMI (GEORGIA) SĂ SE TRANSFORME DINTR-UN ORAȘ PROVINCIAL ȘI SĂRAC ÎN „LAS-VEGASUL” DE LA MAREA NEAGRĂ



Până la începutul anilor 2000, orașul georgian Batumi de pe litoralul Mării Negre era într-o situație economică precară. Turismul – ramura economică de bază – era într-o criză profundă, urmare a declinului economic din Georgia, separatismului din Adjaria

și prăbușirii numărului de turiști din Federația Rusă. Între timp, infrastructura turistică (hotelele, restaurantele și sanatoriile din perioada sovietică) era într-o fază avansată de uzură fizică și morală. După „Revoluția Rozelor” de la începutul anilor 2000, autoritățile din Batumi și guvernul georgian căutau soluții pentru redresarea situației. Contextul era unul nefavorabil. Adjaria cedează orașelor-balneare din Turcia practic după toți parametri. Apa mării aici nu este chiar curată, deoarece în imediata apropiere de plaje se scurge în mare râul Chorokhi, care aduce impurități, în special după ploi. De asemenea, zona este caracterizată de o microclimă cu foarte multe precipitații. Nu întâmplător, în perioada sovietică Adjaria era supranumită în glumă „vezica urinară a Caucazului”.

Însă, Batumi a întrezărit niște oportunități alternative, care s-au adevărat „magice”. În acea perioadă, câteva țări din regiune (inclusiv Turcia, Azerbaidjan și Israel) au interzis activitățile de cazino. Batumi, însă, le-a creat privilegii și a invitat toate businessurile din domeniu „asediate” în Turcia, Israel și Azerbaidjan să-și schimbe reședința în Batumi. Această inițiativă a fost complementată cu oferte privilegiate de terenuri pe prima linie de la mare și importante investiții din partea statului în modernizarea infrastructurii publice (drumuri, centrul istoric, clădirile publice, zona plajei). În doar 3-5 ani, prima linie de la mare era deja construită cu complexe de hotel-restaurant-cazino sub franciza principalelor rețele hoteliere internaționale (Marriott, Hilton, Kempinski, Radisson, Sheraton etc.). Această infrastructură îmbunătățită, care a fost inițial dezvoltată sub businessul cazinourilor, a atras și turiști-ordinari, plus mulți cetățeni ruși care doreau să-și procure un apartament de vacanță la Marea Neagră. Respectiv, construcțiile imobiliare au explodat. În 10 ani, investițiile străine în Batumi au depășit 1,5 miliarde de dolari. Iată așa, valorificând inteligent o oportunitate regională apărută, orașul Batumi a putut să se transforme în doar 15 ani dintr-o localitate periferică în așa-numitul „Las-Vegas” de la Marea Neagră.



clădirii (această clauză de "recuperare" a fost inclusă în contractul de arendă). Ulterior, compania "Fujikura" a construit pe teritoriul sub-Zonei Economice Libere din Comrat o altă fabrică nouă de peste 10 mii m². În acest sens, autoritățile municipale (în parteneriat cu autoritățile regionale și cu co-finanțarea din Fondul Național de Dezvoltare Regională), au pregătit terenul, construind toată infrastructura necesară (asigurare cu apă,

canalizare, electricitate, drum de acces) în valoare de circa 30 milioane de lei. În final, au fost create peste 1000 de locuri noi de muncă. Luând în considerare că salariul mediu la întreprindere este de circa 7 mii de lei, anual, în bugetul municipal sunt încasați peste 4 milioane de lei doar din impozitul pe venit al persoanelor fizice (conform legii, 45% din încasările aferente sunt vărsate în bugetul mun. Comrat).



4.2 CUM SPRIJINIM DEZVOLTAREA ȘI EXTINDEREA AFACERILOR EXISTENTE

Cea mai importantă (dar și cea mai puțin costisitoare) stratagemă de dezvoltare economică locală constă în sprijinirea modernizării și extinderii agenților economici care deja există la acest moment în localitate. Această abordare trebuie să fie mai prioritară decât atragerea în localitate a investitorilor din exterior.

Privilegierea businessmenilor locali față de cei străini este una din regulile de aur a dezvoltării economice locale. În primul rând, businessmenii locali nu doar fac afaceri în comunitate, dar și locuiesc aici. Respectiv, lor le pasă nu doar de propriul profit, dar și de condițiile socio-economice generale ale comunității, ceea ce înseamnă că ei sunt mai înclinați spre abordări pro-comunitare. În al doilea rând, investitorii din afară pot oricând pleca la fel de ușor cum au venit, atunci când vor identifica o altă locație mai interesantă și cu condiții mai bune. Și în al treilea rând, businessmenii locali păstrează profitul în localitate, alimentând economia locală cu bani, iar cei străini extrag și transferă profiturile în localitățile unde își au oficiul central și unde locuiesc proprietarii.

Privilegierea businessmenilor locali față de cei străini este una din regulile de aur a dezvoltării economice locale



Pentru ca afacerile existente să prospere și să se extindă (astfel creând mai multe locuri de muncă și/sau plătit salarii mai mari), acestea trebuie să devină mai profitabile. Pentru a fi mai profitabile, în linii generale, acestea trebuie:

- 1) Să-și reducă costurile de producție.
- 2) Să vândă la prețuri mai mari.
- 3) Să vândă în cantități mai mari.

4.2.1 Politici țargetate de sprijinire a afacerilor existente

Ce ar putea face o comunitate locală pentru a sprijini dezvoltarea și extinderea afacerilor existente? De la început este nevoie de a înțelege care ar fi necesitățile businessului. În contextul promovării politicilor locale de sprijinire a afacerilor existente, trebuie să luăm în considerare că există patru tipuri de firme locale, fiecare necesitând o abordare specifică.

- Întreprinderi mari (peste 250 de angajați)
- Întreprinderi mijlocii (50 – 249 angajați)
- Întreprinderi mici (10-49 de angajați)
- Întreprinderi micro (până la 9 angajați)

Întreprinderile mari sunt, de obicei, conduse de antreprenori "orientați spre

În cea mai mare parte, profitabilitatea firmelor locale depinde de capacitatea managementului acestor firme de a se adapta la condițiile economice existente și de a valorifica oportunitățile care există la momentul actual pe piață. Totuși, prosperitatea agenților economici depinde nu doar de ei, dar și de factorii locali de competitivitate, cum ar fi resursele și infrastructura locală, mentalitatea locală a oamenilor și abordarea din partea administrației publice locale.

creștere". În general, aceste întreprinderi posedă suficiente capacități manageriale și au strategii clare de dezvoltare. De foarte multe ori, în special în zona rurală, aceste întreprinderi au capacități financiare și administrative mult mai mari decât cele ale administrației publice locale. În mod normal, businessmenii care conduc asemenea afaceri pot formula clar și vorbi cu voce tare despre solicitările lor față de comunitatea locală. Mai mult, de multe ori acești businessmeni pot avea chiar un comportament arogant față de administrația publică locală, reieșind din puterea lor economică și (de foarte multe ori) politică.

Totuși, ar fi o greșeală din partea administrației publice locale să aștepte pasivă până când va fi abordată de acești

businessmenii cu vreo problemă sau cu vreo propunere. Orice primar are obligația morală și profesională să fie însuși el inițiatorul dialogului permanent cu reprezentanții acestor agenți economici. În general, sprijinul de care ar avea nevoie acești agenți economici de la comunitate ar putea ține de următoarele aspecte:

- Oferirea unui teren pentru extinderea afacerii. Evident, aici ar fi locul pentru mai multe opțiuni, care ar permite un cost mai mic, în condițiile în care investiția ar aduce beneficii economice ulterioare pentru comunitate.
- Asigurarea adecvată cu utilități publice locale. Se are în vedere atât accesul la rețele, cât și prețul serviciilor. Spre exemplu, în foarte multe localități din Moldova se practică tarife diferențiate mai mari pentru agenții economici, care sunt folosite pentru a subvenționa tarifele mai mici pentru populație. Astfel, astăzi tariful mediu la apă în localitățile urbane din Moldova este de 13,5 lei, iar pentru agenții economici de 36 lei.
- Reglementarea unui nivel adecvat al taxelor locale, fără a admite exagerări și abuzuri din partea autorităților.
- Sprijin în asigurarea cu forță de muncă. Astăzi, agenții economici se confruntă cu mari probleme în ceea ce privește pregătirea profesională a cadrelor. În acest sens, APL ar putea acorda un anumit sprijin, în special

prin intermediul accesării unor fonduri din partea donatorilor, parteneriatul cu anumite firme de consultanță și/sau o mai bună negociere cu organele de stat responsabile pentru învățământul profesional-tehnic.

- Sprijin în soluționarea problemelor de mediu existente. Foarte mulți agenți economici mari sunt și mari poluanți ai mediului în zonele unde își desfășoară activitățile. Aceste situații se datorează atât unor cauze obiective (spre exemplu: Combinatul de Vinuri de Calitate din Mileștii Mici nu are acces la sistem de canalizare local, toate reziduurile fiind revărsate fără tratare), dar și din cauze subiective (exemplu: multe ferme de porci încă nu și-au dezvoltat sisteme proprii de tratare a deșeurilor lichide și solide). În aceste situații, agenții economici ar avea nevoie de o înțelegere și un sprijin în găsirea unor soluții fezabile, dar nu de o presiune și mai mare, care într-un final ar putea duce inclusiv la stoparea producției.
- Sprijin în dezvoltarea unei atitudini pro-business a populației. În foarte multe localități predomină o mentalitate negativă a populației față de businessmenii mari. Această stare de lucruri influențează negativ capacitatea și dorința businessmenilor de a-și extinde afacerile în localitate. Evident, o comunitate inteligentă trebuie să cultive



o atitudine prietenoasă din partea comunității față de businessmeni.

Businessul mare, de regulă, preferă abordări și comunicare individuală cu reprezentanții autorităților publice locale. Ei vor să fie întrebați, ascultați și auziți individual. Ei nu prea sunt înclinați spre ședințe publice. Respectiv, pentru această categorie de afaceri locale, administrația publică locală trebuie în primul rând să stabilească relații bazate pe încredere și să mențină întâlniri individuale cu managementul acestor întreprinderi. În acest sens, este recomandabil ca însăși reprezentantul administrației publice locale să viziteze aceste întreprinderi, pentru a le asculta solicitările și propunerile la fața locului. Este suficient câte o vizită pe an a primarului la fiecare din agenții economici mari.

Întreprinderile mijlocii necesită din partea administrației publice locale o abordare practic similară cu întreprinderile mari. Totodată, cele cu până la 100-150 de angajați au un șir de alte probleme de rezolvat, care sunt mai degrabă specifice businessului mic (în special legate de accesul la informație și dialogul cu serviciile publice desconcentrate - FISC, poliție, medicina preventivă etc.).

În acest sens, se recomandă organizarea unor Consilii Economice pe lângă Primar, pentru a permite ridicarea și clarificarea cu regularitate a problemelor apărute. Până în prezent au existat mai multe asemenea

inițiative din partea autorităților publice locale din Moldova, inclusiv sprijinite de către partenerii străini de dezvoltare. Totuși, în cea mai mare parte, aceste inițiative s-au "ofilit" imediat după prima sau a doua ședință. De ce s-a întâmplat acest lucru și ce s-ar putea de făcut pentru a le face mai eficiente? În mod special, ar fi nevoie de două lucruri. În primul rând, organizarea acestor ședințe trebuie pregătită bine din timp, altfel acestea riscă să se desfășoare ineficient (unii participanți vor monopoliza discuțiile cu problemele personale, iar alții vor rămâne excluși). În acest sens, trebuie să existe un secretariat (compus din specialiști ai tuturor părților interesate: APL, business, servicii desconcentrate, Camera de Comerț, autorități raionale) care va colecta, prelucra și sistematiza în prealabil toate problemele și propunerile apărute. Respectiv, aceasta va permite o organizare mai structurată și eficientă a ședințelor cu participarea șefilor de instituții, servicii și organe de stat. În al doilea rând, este nevoie de un sistem de monitorizare a implementării deciziilor luate. Altfel, se creează o percepție că aceste discuții nu au o finalitate și, respectiv, sunt inutile (iar agenții economici oricum trebuie să abordeze personal și individual instituțiile la care se referă problemele sau propunerile sale).

Întreprinderile mici și micro constituie absoluta majoritate a firmelor locale și sunt cele mai vulnerabile și problematice. Caracteristicile comune ale antreprenori-

lor mici din Moldova sunt următoarele:

- Au capacități de business limitate, nu au ambiții mari și nu sunt înclinați să-și asume riscuri mari. Absoluta majoritate sunt orientați spre supraviețuire, nu spre creștere.
- Nu sunt la curent cu toată informația relevantă despre oportunitățile existente (financiare, cu privire la piețele de desfacere, cu privire la furnizori etc.).
- Deoarece sunt mici, au o putere foarte mică de negociere cu furnizorii lor.
- Cei care sunt specializați în producție, nu prea au acces la piața de desfacere, din cauza cantităților mici comercializate. Ei nu prea prezintă interes pentru distribuitorii și comercianții mari, care domină piețele. Ca rezultat, sunt nevoiți să colaboreze cu intermediari (de mâna a doua sau chiar a treia) care nu le oferă cele mai bune prețuri și condiții.
- Capacitatea pentru inovații este foarte joasă. De fapt, este redusă însăși capacitatea de absorbție a inovațiilor deja existente.
- Capacitate joasă de acumulare a capitalului.
- Capacitatea de investiții este foarte redusă.

Respectiv, în comparație cu întreprinderile mari și mijlocii, în acest caz pentru administrația publică locală nu este suficientă abordarea standard de "întrebat

– ascultat – auzit - rezolvat". Pentru că întreprinderile mici de multe ori nici nu-și conștientizează sursa adevărată a propriilor probleme și nici nu au întotdeauna o claritate asupra oportunităților posibile pentru businessul lor. Simpla participare a lor la ședințele Consiliului Economic de pe lângă Primar poate fi insuficientă. În acest caz, este nevoie de un sprijin mult mai mare din partea administrației publice locale. O politică locală coerentă de sprijinire a afacerilor mici și micro ar putea să se focuseze pe următoarele:

- Emanciparea economică ("economic empowerment"). Micii antreprenori trebuie încurajați pe toate căile: de la sprijinirea accesului la mici licitații publice până la oferirea de "recunoștințe publice" în cadrul unor evenimente comunitare. Starea de "apatie" și "pasivitate" poate și trebuie să fie schimbată. În acest sens, administrația publică locală poate promova diverse activități comunitare de creștere a motivației, entuziasmului și încrederii în forțele proprii.
- Asigurarea cu informații actualizate despre oportunități noi cu privire la finanțare (granturi, credite privilegiate, consultanță gratuită sau subvenționată etc.) tehnologii și comercializarea producției (noi piețe, noi importatori, cerințe, posibilități etc.). Este recomandabil ca primăriile să organizeze cu regularitate întâlniri cu reprezentanți ai mediului de consultanță (dar



și proiecte economice ale donatorilor), care ar oferi informații despre posibile noi oportunități. Cea mai mare parte a unor asemenea evenimente nu vor implica costuri suplimentare. Altele vor necesita acoperirea unor costuri, care însă vor fi mai degrabă modeste și "ușor digerabile" pentru APL. Inițial, ar putea să nu fie mare interes din partea antreprenorilor pentru a frecventa asemenea evenimente, deoarece ei au devenit "prizonieri ai rutinei", iar capacitatea lor de absorbție informațională a scăzut dramatic. Cu timpul, însă, interesul lor va crește constant.

- Sprijinirea și facilitarea asocierii micilor producători și prestatori de servicii (în agricultură, în turism, în meșteșugărit, mici activități industriale etc.). Acesta este unul dintre principalele instrumente pe care APL poate să-l folosească în sprijinirea micilor antreprenori. Cu părere de rău, amintirea colectivizării comuniste face asocierea un proces extrem de anevoios în tot spațiul post-sovietic. Chiar dacă conștientizează că asocierea aduce avantaje enorme, antreprenorii locali (în special din agricultură) nu se pot auto-mobiliza în acest scop, fiind nevoie de un facilitator exterior.

SUCESUL ASOCIERII PRODUCĂTORILOR AGRICOLI MICI

Asocierea producătorilor mici este un proces dificil nu doar în Moldova, dar în toate statele în tranziție și în curs de dezvoltare. Există trei factori care trebuie abordați de la bun început pentru a asigura succesul unei inițiative de asociere:

- *Existența unui "lider-comerțiant" cu experiență în vânzări/export, care ar face conexiunea informațională dintre producători și distribuitori/importatori. În lipsa unui lider motivat, nici o inițiativă nu va avea succes, deoarece va fi artificială din start.*
- *Existența unei "mase critice" de cantitate de producție în vederea cointeresării cumpărătorilor/importatorilor și promovării unei abordări comune de marketing.*
- *Existența unei "mase critice" de membri activi și implicați.*

- Cât n-ar părea de paradoxal, dar un primar este probabil și cel mai bun facilitator local pentru a impulsiona acest proces. Evident, eforturile de asociere a micilor producători vor necesita mult timp, deoarece implică și schimbarea mentalității. În orice caz, trebuie să conștientizăm că fără o asociere a producătorilor agricoli mici, nu este posibilă o dezvoltare profitabilă a activităților agricole. Fără cantități mari de producție calitativă, omogenă și certificată, micii agricultori vor rămâne în zona subzistenței – comercializând pe marginea drumului, vânzând producția unui intermediar la prețuri mici, sau (în cel mai fe-

ricit caz) vânzând la piețele en-gros. Totodată, fără asociere și unire a eforturilor, inclusiv dezvoltarea infrastructurii post-recoltare (depozite, sortare, ambalare, frigidere, linii de procesare) este aproape imposibilă dezvoltarea afacerilor mici⁹.

- Sprijinirea promovării comune a producătorilor locali prin folosirea brandurilor locale și prin organizarea evenimentelor locale de vizibilitate și publicitate.
- Stimularea inovațiilor prin facilitarea schimburilor informaționale, diseminarea unor practici inovative, organizarea de misiuni economice comune (chiar și în interiorul țării).

4.2.2 Politici transversale de sprijinire a afacerilor existente

În afară de măsurile țargetate de sprijinire a întreprinderilor locale existente (pe categorii de întreprinderi: mari, mijlocii și mici), **comunitățile locale trebuie să gândească și să aplice politici sistematice transversale**. În acest sens, comunitățile locale au la îndemână următoarele trei instrumente majore:

1. Sprijinirea "clusterizării" economiei locale.

2. Sprijinirea integrării economiei locale în lanțurile valorice cu valoare adăugată mai înaltă.
3. Corelarea bazei economice locale cu toate evenimentele locale (festivaluri, hramuri, iarmaroace cu târguri).

Firmele care domină economiile locale din Moldova sunt în marea lor majoritate de dimensiuni mici și micro. Chiar și cele mai mari companii din Moldova sunt de

⁹ Practic toți producătorii agricoli mici din Uniunea Europeană sunt organizați în cooperative. Astfel, spre exemplu, cooperativele de mici producători asigură peste 80% din producția agricolă a Olandei, peste 55% în Finlanda, iar în Irlanda ponderea acestora în producția de lapte și produse lactate este de aproape 100%.



dimensiuni mai degrabă mici în comparație cu companiile multinaționale, care domină astăzi practic toate piețele de desfacere. Evident, în aceste condiții de globalizare și internaționalizare a comerțului, companiile locale din Moldova pierd din competitivitate nu doar pe piețele externe, dar și pe piața locală de desfacere.

Experiența internațională arată că **economii locale, reprezentate de întreprinderi mici, își pot păstra și consolida competitivitatea doar în condiții de specializare colectivă și clusterizare.** Atunci când într-o regiune sau localitate operează zeci sau sute de firme din același sector economic, acestea devin mult mai competitive. Concentrarea geografică de firme dintr-un domeniu face ca acestea să coopereze și să concureze între ele, ceea ce se răsfrânge în dinamismul și inovativitatea lor. Totodată, această concentrare geografică face firmele mai accesibile atât pentru furni-

Clusterelor se definesc ca concentrații geografice de firme și activități conexe din același sector economic



zori, cât și pentru cumpărători, ceea ce reduce semnificativ costurile tranzacțiilor economice și costurile de producție. Nu în ultimul rând, aceste concentrații geografice duc la dezvoltarea instituțiilor de formare profesională în domeniu și de cercetare-dezvoltare. Aceste fenomene economice de "eficiență colectivă" se numesc cluster.

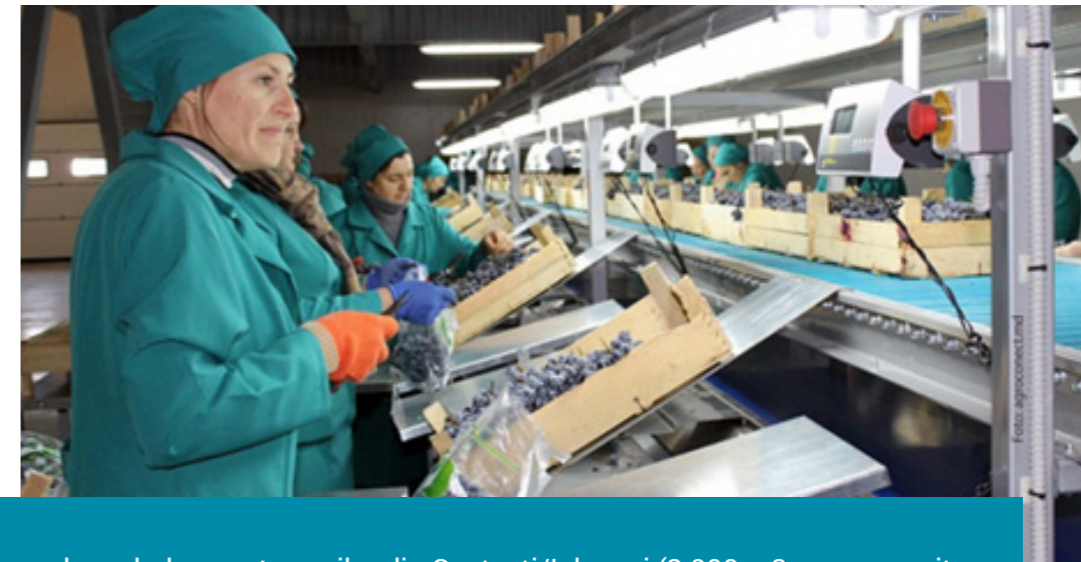
Economia globală de astăzi este foarte mult reprezentată de cluster.

Unele dintre ele devin atât de puternice, încât domină întregi segmente ale comerțului internațional. Spre exemplu, toți cunosc că Olanda este principalul producător de flori din lume. Însă puțini știu că practic toată producția de flori din Olanda este asigurată de 45.000 de fermieri amplasați pe teritoriul doar a câteva primării (regiunea Westland, care are o suprafață de trei ori mai mică decât cea a raionului Nisporeni). Acești 45.000 de floriști au fondat împreună o cooperativă ("Royal Flora Holland"), care în 2018 a avut o cifră de afaceri de circa 5 miliarde de euro. În aceeași ordine de idei, practic toată producția italiană și spaniolă de ceramică este concentrată în două orașe: Castellon de la Plana din Spania și Sassuolo din Italia. În aceste orașe sunt sute și mii de firme mici specializate în producerea gresiei și tot ce-i legat de fabricarea și comercializarea ei. Germania și Pakistan sunt considerate principalele țări producătoare de instrumente chirurgicale și aceste industrii sunt reprezentate de mii

de companii interconectate. Însă, absolută majoritate a acestor companii sunt amplasate în doar două localități: orașul german Tuttlingen și orașul pakistanez Sialkot.

Conștientizând efectul specializării și aglomerației, politicile de dezvoltare economică locală bazate pe cluster s-au răspândit la ora actuală practic în toate statele lumii. Exemplele de mai sus re-

flectă anumite cluster globale puternice, dar marea majoritate a clusterelor rămân a fi regionale, care permit multor economii locale să rămână dinamice și competitive, chiar dacă sunt dominate de firme mici și mijlocii. În acest sens, probabil, cea mai reprezentativă țară este Italia. Economia italiană este supra-populată cu cluster (așa-numitele "districte industriale").



Casa de ambalare a strugurilor din Costești/Ialoveni (2.000 m² cu o capacitate de 1.600 tone) a fost dată în exploatare în 2015 și este gestionată de asociația producătorilor locali - cooperativa "FructBioImpex". Complexul conține linie de sortare și ambalare, spații de pre-răcire și spații frigorifice de depozitare. A fost un proiect de parteneriat public-privat. Primăria a alocat terenul, iar donatorii (Bugetul de Stat, USAID, Guvernul României) au finanțat construcția clădirii și dotarea cu echipamente. Casa de Ambalare este proprietatea APL Costești și a fost transmisă în gestiune cooperativei locale "FructBioImpex".



Există localități din Moldova cu economii locale specializate istoric. Satul Dubăsarii Vechi din Criuleni, spre exemplu, a fost tradițional specializat în cultivarea roșiilor. Peste jumătate din populația satului practică cultivarea roșiilor în sere. Satul Pocrovca din raionul Dondușeni este specializat în creșterea murelor. Satul Domulgeni (Florești) în producția de afumături. Însă, majoritatea localităților au economii locale dispersate, în care lipsește o "masă critică" de antreprenori într-un singur domeniu economic.

Fiecare localitate ar trebui să-și evalueze avantajele competitive și să-și determine una (sau maximum două) ramuri strategice ale economiei locale, pe care s-ar baza dezvoltarea economică locală. În timp, această specializare economică va contribui la sporirea eficienței economice a firmelor existente și prosperarea economiei locale. **Există chiar o abordare globală care promovează specializarea economiilor locale după principiul "one village – one product", adică "un sat – un produs".**

În general, în evaluarea potențialei specializări economice, o comunitate locală trebuie să pornească de la o evaluare a ramurilor economice existente în dependență de impact (influențează mult sau puțin economia locală) și dinamism (este în creștere sau în declin).

Clusterizarea reprezintă o politică eficientă de dezvoltare locală, care ar

putea fi promovată prin următoarele acțiuni:

- Încurajarea cooperării dintre firmele locale dintr-un domeniu anume (creare de cooperative agricole, asociații de producători, hub-uri IT, consorții exportatoare etc.)
- Crearea și promovarea unor specializări specifice ale Parcurilor Industriale, conectate cu specializarea economică existentă a economiei locale și urmărind concentrarea mai multor activități inter-conexe din această ramură.

În Republica Moldova s-au configurat deja câteva potențiale cluster regionale. Anumite cluster pot fi formate chiar în jurul unor entități economice mari. Spre exemplu, întreprinderile deschise în ultimul timp în Zonele Economice Libere din Moldova (specializate în producția de componente auto) ar putea forma un cluster național "automotive". Majoritatea acestor întreprinderi produc cablaje. Pentru producerea lor, ele importă componente în valoare de 500 milioane de euro pe an. Producerea acestor componente ar putea fi organizată în întreprinderi moldovenești din proximitatea uzinelor mari. Totodată, aceste întreprinderi s-au implicat activ în crearea și consolidarea Colegiului de Inginerie din Strășeni în calitate de pioner al învățământului dual în Moldova.

Alături de clusterizare și specializare a economiei locale, un alt instrument de

Lanț valoric – înseamnă toată consecutivitatea de transformare și mișcare a unui produs de la materia primă până la vânzarea către consumatorul final.



sprijinire a antreprenorilor existenți se referă la **îmbunătățirea poziției relative în lanțurile valorice existente sau migrarea spre lanțuri valorice cu valoare adăugată mai înaltă.**

În contextul poziționării economiei locale în lanțuri valorice, este important de analizat trei momente de bază:

1. Care este poziția relativă a producătorilor locali în lanțurile valorice în care activează? În acest sens, are importanță atât poziționarea pe verticală (adică vindem materie primă sau produs prelucrat), cât și poziționarea pe orizontală (vindem consumatorilor finali, unor intermediari "de mână a doua" sau către distribuitorii mari).
2. În care lanț valoric sunt integrați producătorii locali (vânzările sunt pe piața locală, raională, națională sau la export?)

3. Care este relația comercială cu următoarea verigă din lanțul valoric (prețul se stabilește în rezultatul negocierilor sau prețul este dictat de sus în jos?)

În ceea ce privește poziția relativă a producătorilor în lanțurile valorice, trebuie să recunoaștem că majoritatea economiilor locale se află la nivelul cel mai jos, adică comercializează produse agricole neprelucrate în calitate de materie primă. Spre exemplu, una din specializările economice de bază ale satului Cărpineni (raionul Hâncești) este producerea de cereale. Doar că în localitate nu există nici măcar un depozit de păstrare (siloz) a cerealelor. Respectiv, producătorii sunt nevoiți să vândă marfa "direct de pe deal", în plin sezon de recoltare, atunci când prețurile sunt cele mai mici, iar puterea de negociere cu cumpărătorii este foarte mică.

Una din ramurile de bază a economiei locale a satului Manta (Cahul) este cultivarea strugurilor de masă. Producătorii locali nu vând strugurii în plin sezon agricol, dar îi depozitează în frigider pentru a fi comercializați ulterior, când prețurile sunt mai mari. În prezent, producătorii planifică dezvoltarea unor facilități moderne de sortare și ambalare, ceea ce ar permite exportul producției pe alte piețe și, respectiv, ar asigura atât prețuri mai bune, cât și cantități mai mari.

În același timp, **sunt foarte importante canalele prin care producătorii locali își comercializează marfa.** Prețul cel mai



bun se obține atunci când producția este vândută consumatorului final sau distribuitorului. Opțiunea cea mai ușoară – de a vinde producția de acasă primului venit – este și soluția cea mai dezavantajoasă. Creșterea capacității de comercializare a producției trebuie să devină o altă obsesie a comunităților locale. Evident, un producător mic are capacități limitate de a ieși la un distribuitor mare (mai ales de peste hotare), dar dacă s-ar uni cu mai mulți producători locali, acest lucru ar deveni mult mai fezabil.

Procesarea cât mai avansată a producției agricole și creșterea valorii adăugate trebuie să fie o obsesie a comunităților rurale din Moldova.



Este cert că piața locală nu oferă oportunități mari pentru creșterea vânzărilor și îmbunătățirea situației economice, din cauza mărimii mici a pieței. Iată de ce, orientarea spre export trebuie să devină o prioritate a economiilor locale.

Să luăm, spre exemplu, creșterea pomușoarelor. În Moldova, în ultima peri-

oadă acest sector cunoaște o dezvoltare ascendentă. La momentul de față, producția este comercializată majoritar în stare proaspătă pe piața locală sau exportată în Rusia, Ucraina, Polonia. Comercializarea producției în stare proaspătă implică multe riscuri, depinzând foarte mult de prețurile de sezon. În acest sens, o lecție de învățat ne oferă fermierii specializați în producerea pomușoarelor din Serbia și Bosnia. Aceștia s-au reorientat de la comercializarea murelor în stare proaspătă la comercializarea lor în stare înghețată pentru necesitățile industriei producătoare de iaurturi și cofetărie din statele UE. Această reorientare spre piața externă a avut un impact enorm asupra volumelor de producție și veniturilor obținute de fermierii implicați. Mai mult, se știe că experiențele bune devin virale. Sectorul de creștere a pomușoarelor s-a răspândit atât de mult în Serbia, încât a fost supranumit "aurul roșu al Serbiei", datorită cantităților mari de valută pe care le aduce în țară (exporturile anuale se cifrează deja la câteva sute milioane de euro).

Satul Dubăsarii Vechi din raionul Criuleni este amplasat pe malul Nistrului și a fost tradițional specializat în producerea de roșii. Actualmente, producția locală este integrată în trei lanțuri valorice distincte. Primul este cel mai scurt și simplu: producția este vândută la marginea drumului. Respectiv, relația dintre producător și cumpărător este directă. Al doilea

este mai avansat și asigură un business mai bun: producția este comercializată la piața en-gros din Chișinău, unde este cumpărată de intermediari, care ulterior o vând prin piețele din Chișinău și alte orașe din țară. Al treilea este și mai avansat: marfa este vândută unor exportatori din Moldova, care o vând bazelor en-gros din Federația Rusă, de unde roșiile sunt preluate de alți intermediari, care o vând micilor angrosiști, ca într-un final, roșiile să ajungă în piețele agricole din orașele rusești. Câțiva ani în urmă, exportul roșiilor spre Rusia a devenit problematic. Exportatorii care anterior preluau roșiile din Dubăsarii Vechi au început să vină mai rar în sat după marfă, deoarece lipsa unui control al calității face producția foarte vulnerabilă, lipsind certificările necesare de calitate. Mai mult, cumpărătorii erau interesați în producție omogenă, ceea ce este extrem de dificil (astăzi este aproape imposibil de încărcat un TIR cu roșii omogene ca soi și calitate). Această situație a descurajat foarte mult producătorii de roșii din Dubăsarii Vechi. Ramura este în declin. Din ce în ce mai multe persoane, în lipsa unor venituri decente, decid să emigreze în căutarea unui loc de muncă mai bun. Evident, situația nu este una ușoară și simplă. Dar soluțiile potențiale constau în regândirea lanțurilor valorice în care sunt integrați astăzi fermierii și întreprinderea unor măsuri sistemice. Este adevărat că exportul de roșii în stare proas-

pătă în Europa este puțin fezabil, dar, în același timp, în Uniunea Europeană există o cerere mare pentru roșiile uscate în ulei de floare soarelui. Poate de orientat spre acest lanț valoric? Sau poate de creat o cooperativă locală, care ar asigura o calitate omogenă și certificată a roșiilor pentru a satisface cerințele crescute ale importatorilor și lanțurilor naționale de supermarketuri? Evident, aceste re-poziționări nu pot fi făcute individual, dar necesită eforturi colective, ceea ce se încadrează perfect sub o inițiativă de dezvoltare economică locală facilitată de autoritățile publice locale. O soluție revoluționară ar fi reorientarea spre producția de semințe de roșii. Se știe că un kilogram de semințe de roșii de calitate costă chiar mai mult decât un kilogram de aur.

Până în anii 1990, practic toată economia Moldovei era integrată în lanțuri valorice decise "de sus în jos". Nu agenții economici, dar statul (prin intermediul GOSPLAN-ului și GOSSNAB-ului) decidea de unde întreprinderile să cumpere materie primă și componente și unde și cui să-și vândă producția finită. Tranziția spre economia de piață și destrămarea URSS au făcut ca deja piața liberă să decidă relațiile dintre agenții economici, fiecare fiind independent să cumpere de la cine vrea și să vândă unde vrea și cui vrea. Doar că în perioada când Moldova se rupea de fostul sistem economic centralizat și mergea spre economia de



piață, însăși economia de piață a trecut (sub impactul globalizării) prin transformări structurale atât de mari, încât aceasta s-a schimbat radical și din temelii. Comerțul de astăzi (atât pe plan internațional, cât și pe plan local) nu mai este o relație liberă dintre micii producători, cumpărători și magazine individuale. Producerea și comerțul s-au reorganizat în rețele și corporații naționale și transnaționale.

Spre exemplu, comerțul en-detail cu produse alimentare ale oricărei țări nu mai constă din sute sau mii de magazine autonome, ci doar din câteva rețele mari de supermarketuri și hypermarketuri (adesea internaționale, gen "Metro", "Carrefour", "Lidl", "Kaufland") care, practic, au preluat controlul absolut asupra relațiilor cu cumpărătorul final. Evident, era o situație anterior când producătorul agricol putea să aibă relații individuale cu unul sau câteva magazine independente, și cu totul altă situație este acum, când producătorul trebuie să negocieze cu o rețea gigantică de magazine. Rețelele de supermarketuri deja nu cumpără cu mașina. Ele solicită cantități mari, calitate omogenă a mărfii, livrare ritmică și certificări sofisticate de calitate. Același lucru s-a întâmplat și cu angrosiștii: aceștia au devenit mult mai mari și mai puternici, care nu mai au interes în relațiile cu producătorii mici și răzlețiți, dar vor contracte de durată cu furnizori puternici și de încredere.

Același lucru s-a întâmplat și cu producătorii. În ultimii 20-30 de ani, producția de mărfuri și servicii s-a reorganizat în bază de branduri mari și corporații transnaționale gigantice. Dacă intrăm în MALL-uri putem observa că în toate statele europene sunt expuse spre vânzare practic aceleași branduri de haine și încălțăminte. Produsele cosmetice sunt la fel practic aceleași în toate țările. Produsele de uz casnic sunt iarăși reprezentate în mare parte de câteva branduri internaționale. Și companiile aeriene, producătorii de automobile, producătorii de țigări, băncile și producătorii de alimente au trecut prin procese puternice de amalgamări, uniri, preluări și asocieri. Aceste schimbări au adus la aceea că astăzi majoritatea ramurilor economice sunt dominate de un număr limitat de jucători, care controlează cel mai mare segment de piață și poate dicta condițiile tuturor celorlalți.

Totodată, este cazul de menționat că și sectorul de producție s-a schimbat cardinal. Spre exemplu, producătorul de încălțăminte "Nike" nu mai are nici o fabrică de încălțăminte în proprietate. Ei dețin doar brandul, se ocupă cu designul și controlează comerțul (absoluta majoritate a magazinelor de firmă "Nike" nu le aparține, dar activează în bază de franșiză). Aproape similară este situația și în cazul "Adidas" și "Puma". Ei au delegat producția întreprinderilor din țări care pot produce mai ieftin. Gigantul de

mobilă "IKEA" nu mai produce mobilă. Acesta controlează doar comerțul și designul, iar toată producția este subcontractată la mii de producători din toată lumea. Deținătorii de branduri au bugete de sute de milioane de euro pentru publicitate, ceea ce îi face extrem de puternici și practic nu lasă nici o șansă pentru producătorii mici și răzlețiți, cu mărci necunoscute.

Toate aceste transformări ale economiei de piață aduc multe oportunități pentru economiile locale din Moldova, dar și foarte multe riscuri. Pe de o parte, este evident că oricare producător local are posibilitatea să negocieze o integrare sub un brand global, ceea ce i-ar asigura accesul la piața globală, vânzări în creștere și condiții de predictibilitate. Pe de altă parte, aceste relații cu brandurile internaționale implică multe riscuri. În primul rând, aceste colaborări se numesc "captive", ceea ce înseamnă că producătorii locali devin un fel de "prizonieri" ai brandurilor internaționale, care urmăresc în special folosirea forței de muncă ieftine. Toate întreprinderile textile din Moldova, spre exemplu, care au devenit "captivele" brandurilor internaționale, activează în condițiile unor marje minime de profit și lipsa oricăror posibilități de a învăța marketing și design.

În aceeași ordine de idei, absolută majoritate a investițiilor din Moldova din ultima perioadă (și în special producerea de

Lanțurile valorice internaționale sunt organizate în așa fel, încât în medie cca 35% din valoarea adăugată rămâne la agenții economici antrenați în producție, iar 65% la agenții economici antrenați în distribuție și comercializarea către consumatorul final.



cablaje din Zonele Economice Libere) se prezintă sub forma de relații "captive". Întreprinderile din Moldova sunt solicitate să asigure doar procesul standardizat de producție, cu implicarea forței de muncă necalificate. Capacitățile locale de inovație tehnologică și marketing nu sunt în nici un fel abordate și dezvoltate. Cu alte cuvinte, foarte multe investiții care vin în Moldova trebuie analizate doar ca niște soluții temporare, dar nu ca soluții durabile de relansare economică. În perspectivă, accentul de bază trebuie să fie integrarea producătorilor locali în lanțuri valorice care le-ar aduce atât un



nivel adecvat de beneficii financiare, cât și posibilități de dezvoltare a propriilor capacități de inovație și marketing.

În ultimul timp, foarte multe localități din Moldova au inițiat **organizarea de diferite festivaluri naționale** (gen Festivalul prosopului, portului popular, plăcintelor, sarmalelor ș.a.). Organizarea unor asemenea evenimente consumă foarte multe resurse financiare și umane din partea comunităților locale. Totuși, în multe cazuri aceste festivaluri nu au absolut nimic în comun cu produsele în care este specializată economia locală. Respectiv, aceste festivaluri produc doar costuri, practic fără a genera nici o valoare adăugată pentru economia locală.

De aceea este recomandabil de a corela strâns asemenea evenimente cu specializarea economiei locale. Unul din principalele scopuri a unor asemenea evenimente trebuie să fie anume asigurarea publicității și promovării producătorilor locali. În condițiile în care există și un brand local, promovarea va avea un efect și mai mare.

Dacă tematica festivalurilor locale nu este strâns corelată cu baza economică a localității, atunci acestea generează doar cheltuieli, fără a contribui la dezvoltarea economică a localității



4.3 CUM SPRIJINIM CREȘTEREA ȘI DEZVOLTAREA DE NOI ANTREPRENORI LOCALI

Indiferent de nivelul actual și perspectivele de dezvoltare, fiecare comunitate locală trebuie să aibă o prioritate permanentă și continuă – sprijinirea apariției de noi antreprenori locali și fondarea de noi firme locale. Crearea de noi firme (așa-numitele "start-up/uri") trebuie să fie mai presantă în comunitățile în care nu prea există afaceri. Pentru că o comunitate locală fără antreprenori nu are viitor.

O comunitate locală fără antreprenori nu are viitor.



Ce poate și ce ar trebui să facă o comunitate locală pentru a promova dezvoltarea antreprenoriatului și a sprijini crearea de noi firme locale? În acest sens, există câteva instrumente care pot fi luate în considerare.



În ceea ce privește sprijinirea creării de noi agenți economici, comunitățile locale urmează să întreprindă următoarele activități:

- Identificarea potențialilor antreprenori.
- Identificarea și promovarea oportunităților existente pentru potențiale afaceri în localitate.
- Cultivarea spiritului antreprenorial în rândul populației pentru stimularea apariției de noi businessmeni locali.

Identificarea potențialilor antreprenori. Majoritatea primăriilor din Moldova au întocmit liste cu privire la persoanele vulnerabile din localitate. Totodată, foarte puține primării au întocmit liste cu potențiali antreprenori. Fără identificarea unui grup țintă de persoane, este imposibilă organizarea oricăror activități de promovare. Din acest grup ar trebui să facă parte atât tinerii cu abilități antreprenoriale, cât și vârstnicii cu abilități antreprenoriale (așa numita categorie de "seniori", care după o carieră de salariat, ar fi predispuși să se lanseze în business) și reprezentanții Diasporei.

Identificarea și promovarea oportunităților existente pentru potențiale afaceri în localitate. În fiecare localitate există anumite nișe de business ne-ocupate până în prezent. Acestea trebuie identificate și diseminate activ în rândul potențialilor antreprenori. Diseminarea poate fi atât

Fiecare comunitate locală, dacă se gândește serios la dezvoltarea sa economică, este obligată să-și "crească" în permanență noi antreprenori locali.



prin intermediul rețelelor de socializare, cât și prin intermediul discuțiilor individuale și de grup. Totodată, există mai multe oportunități de finanțare și de sprijinire a startup-urilor, prin programe guvernamentale și din partea donatorilor (Programul "Femei în Afaceri", Programul "Tineri în Afaceri", Programul "PARE 1+1", BERD, Banca Mondială, PNUD etc.). O comunitate locală pro-business trebuie să organizeze cel puțin de două ori pe an evenimente de promovare a antreprenoriatului în localitate, la care în calitate de vorbitori să fie invitați reprezentanți ai instituțiilor de stat și/sau ai proiectelor de asistență în domeniu. De cele mai multe ori, asemenea activități nu necesită resurse financiare. Iar dacă și necesită, nu sunt semnificative și pot fi acoperite de orice primărie (în fond, poate fi vorba doar de plata unui consultant din Chișinău pentru un seminar informativ în localitate).

Să luăm spre exemplu localitățile care în prezent au un flux sporit de turiști: Butuceni și Țipova. Implicarea localnicilor în activități de antreprenoriat turistic este extrem de scăzută. Oportunitățile sunt enorme. Un exemplu: în preajma punctelor de atracție din Țipova (vizite anual de cca 45.000 turiști) nu funcționează măcar o unitate comercială, unde s-ar putea cumpăra o sticlă de apă sau o înghețată, nemaivorbind de un grătar sau o terasă. În Butuceni (Orheiul Vechi) avem mai multe restaurante deschise, dar acestea sunt orientate în special pe clienți dispuși să achite pentru un prânz/cină cel puțin 200-250 lei. În schimb, pentru marea majoritate a vizitatorilor (inclusiv copii, tineri, pensionari, bugetari) nu există nici o unitate de alimentație publică, unde s-ar putea mânca ceva repede și la un preț decent. Ani de zile această oportunitate economică nu este valorificată de localnici.

Cultivarea spiritului antreprenorial în rândul populației pentru stimularea apariției de noi businessmeni locali. Spiritul antreprenorial nu este o abilitate înnăscută, dar o abilitate care se învață pe tot parcursul vieții. Dacă o comunitate dorește să devină pro-business, aceasta trebuie să promoveze prin toate metodele dezvoltarea spiritului antreprenorial. De la 1 septembrie 2018, la recomandarea structurilor europene, în toate școlile din Moldova s-a introdus cursul obligatoriu de "antreprenoriat".

Dar, în majoritatea școlilor din țară acesta practic lipsește, din cauza că pentru acest curs nu au fost pregătiți pedagogi speciali, responsabilitatea fiind pusă pe diriginții de clasă. Mulți dintre ei (mai ales cei de vârstă înaintată) nu prea au ei înșiși cunoștințe și abilități în domeniul antreprenoriatului. În același timp, în toate statele din Uniunea Europeană acest curs este unul din cele mai importante. Mai mult, conform curriculumului școlar, fiecare elev este obligat să aibă până la finalizarea școlii cel puțin o experiență antreprenorială (această experiență poate fi atât în domeniul antreprenoriatului business, cât și a antreprenoriatului social, de mediu, cultural sau sportiv – important este ca copilul să deprindă abilitatea de a organiza, de a-și lua responsabilități, de a planifica și de a transforma o idee în practică). Nu este simplu și nu ține direct de responsabilitatea unei primării, dar totuși, o comunitate pro-business ar trebui să se preocupe de acest aspect.

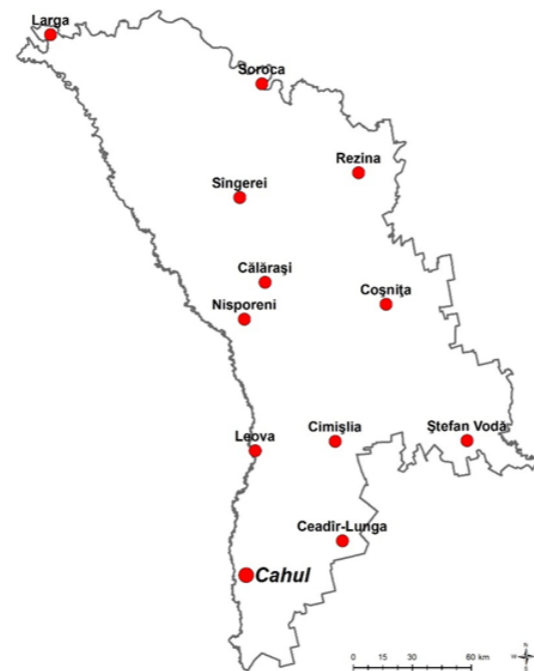
Respectiv, ar trebui depuse mai multe eforturi pentru integrarea școlii cu mediul de afaceri local sau cu Asociația de Băștinași. Ar fi salutar să avem master-class-uri al băștinașilor - businessmenilor pentru elevii din clasele IX-XII. Totodată, cultivarea spiritului antreprenorial se poate face prin diseminarea exemplurilor pozitive și punerea în valoare a businessmenilor existenți, pentru a spori spiritul antreprenorial al tinerei



generații și a contribui la apariția de noi antreprenori locali.

Exemplul clasic, dar și cel mai eficient, de **sprijinire a creării de noi firme este prin intermediul Incubatoarelor de Afaceri, care sunt entități special create pentru a sprijini logistic, motivațional, informațional și financiar afacerile abia deschise și aflate la început de cale.** De obicei, incubatoarele de afaceri sunt clădiri cu multe birouri, pe care le închiriază la prețuri privilegiate pentru întreprinderile abia create. În afară de birou, întreprinderile incubate primesc în primii ani de activitate o asistență consultativă consistentă în ceea ce ține de contabilitate, finanțe, marketing și management. Adicional, incubatoarele de afaceri promovează un șir de alte activități, menite să ajute noile între-

DISTRIBUȚIA GEOGRAFICĂ A INCUBATOARELOR DE AFACERI



Incubatorul de afaceri din mun. Ceadâr-Lunga (UTA Găgăuzia) este unul dintre cele mai de succes în Republica Moldova

prinderi să se consolideze și să devină sustenabile. De obicei, după trei ani de incubare, întreprinderile părăsesc incubatorul, fiind deja capabile să se dezvolte de sine stătător. În Republica Moldova, pe parcursul ultimilor 10 ani au fost create 12 incubatoare de afaceri, inclusiv 11 cu asistența Uniunii Europene (în Cahul, Călărași, Cimișlia, Ceadâr-Lunga, Coșnița, Leova, Nisporeni, Rezina, Sângerei, Soroca și Ștefan Vodă) și unul cu asistența Fondului Național de Dezvoltare Regională (în comuna Larga din raionul Briceni). Suplimentar, există un șir de alte instituții care se numesc incubatoare de afaceri (spre exemplu în Ungheni și Chișinău), dar care de-facto nu corespund tuturor cerințelor pe care trebuie să le satisfacă un incubator de afaceri, fiind specializați în special pe închirierea spațiilor cu prestări sporadice de servicii.

După ce au fost create, incubatoarele de afaceri au fost transmise în gestiune consiliilor raionale respective (cu excepția incubatorului din Larga, care este în proprietatea Consiliului local). Evident, capacitățile autorităților publice locale de a gestiona aceste incubatoare sunt insuficiente. Cu toate acestea, cu excepția incubatorului din Larga, restul incubatoarelor sunt funcționale, fiind în mare parte sprijinite de ODIMM (Or-

ganizația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii din Moldova). La începutul anului 2019, în cadrul celor 11 Incubatoare își desfășurau activitatea 204 companii rezidente, din care 149 prestează servicii, iar alte 55 au activitate de producere și procesare. Totuși, aceste instituții încă funcționează la o capacitate extrem de scăzută față de potențialul său. Primăriile pe teritoriul cărora sunt amplasate incubatoarele ar trebui să depună mai multe eforturi pentru a identifica și a crește o nouă generație de antreprenori locali.

În ceea ce privește incubatoarele de afaceri, trebuie să înțelegem că esența acestora constă 90% din activitățile "soft" (adică consultanță și suport tehnic) și doar 10% din activitățile "hard", adică propuneri de oficii și logistică. Cu părere de rău, în Republica Moldova incubatoarele de afaceri sunt percepute în special ca "spații pentru oficii cu chirie redusă", ceea ce nu este cazul. Iată de ce, în lipsa unor activități de management consultativ adecvat, activitatea multor business incubatoare este inefficientă. În special în zona rurală, unde activitățile agricole și de producție nu au nevoie de spații, acestea având nevoie de motivație, consultanță, expertiză și mentorat, care însă nu prea există.



GLOSAR DE TERMENI

Economie locală	O subdiviziune teritorială a economiei naționale, care reprezintă activitățile economice dintr-o unitate administrativ-teritorială (primărie) separată.
Cluster	Concentrație geografică de firme și activități conexe din același sector economic pe teritoriul unei localități sau regiuni.
Lanț valoric	Consecutivitatea de transformare și mișcare a unui produs de la materia primă până la vânzarea către consumatorul final.
Activități economice contribuabile	Toate activitățile economice dintr-o localitate care produc bunuri și servicii pentru a fi comercializate în afara localității, astfel de-facto contribuind la "importul" banilor în economia locală. În această categorie intră toate afacerile din domeniul agriculturii, turismului, industriei, serviciilor logistice și financiare, care sunt destinate consumatorilor din afara localității date.
Activități economice consumatoare	Toate activitățile economice dintr-o localitate care aduc bunuri și servicii din exterior pentru a fi comercializate în localitate, astfel de-facto, contribuind la extragerea banilor din economia locală. În această categorie intră toți agenții economici care desfășoară activități de comerț cu bunuri și servicii aduse din alte localități sau din afara țării. De fapt, majoritatea magazinelor funcționează ca "aspiratoare" care curăța localitatea de bani, pe care ulterior îi transferă în localitățile și țările de origine a acestor mărfuri și servicii.

Activități economice multiplicatoare	Toate activitățile economice dintr-o localitate care comercializează bunuri și servicii produse local, astfel de-facto "circulând" banii în cadrul economiei locale "dintr-un buzunar în altul". În această categorie intră toți producătorii de bunuri care se comercializează în localitate, prestatorii de servicii de utilitate publică locală (salubritate, apă, canalizare), servicii locale de transport și taxi, unități de alimentare publică cu produse proprii, facilități de agrement și recreere locale.
Businessmeni locali orientați spre creștere	Oameni de afaceri din localitate care sunt activi, motivați să-și extindă afacerile și/sau să-și asume riscuri pentru noi proiecte de business, fiind înclinați spre inovații
Businessmeni locali orientați spre supraviețuire	Oameni de afaceri din localitate care sunt pasivi și slabi, nu au nici capacități de creștere, dar nici nu sunt ambițioși, se tem să-și asume riscuri adiționale, nu prea sunt încrezuți în forțele proprii și au capacități scăzute de inovare.
Businessmeni locali „în hibernare”	Oameni de afaceri din localitate care tradițional erau orientați spre creștere, dar din anumite motive au intrat într-o fază de pasivitate și stagnare. Ei încă nu sunt lipsiți de ambiții și viziune, dar preferă să rămână temporar în starea de "standby" (pauză temporară).
Zonă Economică Liberă	O suprafață din teritoriul unui stat unde pot fi introduse mărfuri în vederea prelucrării și comercializării fără aplicarea restricțiilor tarifare și netarifare ale regimului vamal. Totodată, de obicei, în cadrul Zonelor Economice Libere sunt oferite facilități fiscale suplimentare sub diverse forme. În Republica Moldova, activitatea Zonelor Economice Libere se reglementează prin Legea N440 din 27 iulie 2001.
Parc Industrial	Este un teritoriu special amenajat în scopul dezvoltării industriale (hale de producție, facilități energetice, infrastructură) condus de către o companie specializată. De regulă, prevede facilități economice în privința arendării sau procurării terenurilor de către investitori. În Republica Moldova, activitatea parcurilor industriale se reglementează prin Legea N182 din 15 iulie 2010.
Incubator de afaceri	Un loc unde sunt concentrate firmele nou-create în vederea oferirii de asistență intensivă pentru accelerarea dezvoltării și minimizarea riscurilor care ar duce la eșecul noilor afaceri.



Competitivitatea economiei locale	Capacitatea unei localități de a crea condiții favorabile pentru sectorul privat în vederea dezvoltării de afaceri profitabile.
Capitalul social	Capacitatea oamenilor dintr-o localitate să coopereze și să lucreze împreună pentru realizarea unor acțiuni colective.
Dezvoltarea economică locală	Procesul prin care administrația publică locală cooperează cu sectorul privat și societatea civilă în vederea promovării inițiativelor colective de dezvoltare a economiei locale.



Andres Rodrigues-Pose, Sylvia Tijmstra, The relevance of LED today, ILO, 2016

Bert Helmsing, LED Options for deepening economic and social transformation of Georgia, 2013

Bjorn Bogler, Leveraging clusters for Industrial Development in Moldova, German Economic Team Moldova, Policy Paper #03, 2016

Gwen Swinburn, Soraya Goga, Fergus Murphy, World Bank, LED: a primer, 2006

Margret Will, Local/Regional Economic Development in South-Eastern Europe: Concepts, instruments, and lessons learned, 2006

Meyer-Stamer Jorg, Doug Hindson, The Local Business Environment and LED: Comparing Approaches, Mesopartner Working Paper #11, 2007

Meyer-Stamer Jorg, Governance and Territorial Development, Mesopartner Working Paper #7, 2009

Meyer-Stamer Jorg, How to promote clusters, Mesopartner Working Paper #8, 2009

Meyer-Stamer Jorg, The Hexagon of Local Economic Development, Mesopartner Working Paper #3, 2005

Meyer-Stamer Jorg, Value Chain Promotion, Mesopartner, 2008

Promoting Local Economic Development through Strategic Planning Manual, UN Habitat, 2003

Sorin Ionita, How to avoid 'Mezzogiorno Syndrome', SAR Policy Brief #25, 2007

Vazardat Karpetyan, LED in Armenia Manual, 2017

Victoria Jozsa, Zoltan Topa, Lectures notes in sustainable LED, Szent Istvan University Hungary, 2015

William H. Fruth, The Flow of Money (how local economies grow and expand), Policom Corporation, 2011



Migrație și
Dezvoltare
Locală

CONTACTE:

MD-2012, Chișinău, str. Maria Cebotari 16
tel./fax: 022 820-840
www.md.undp.org
Migrație și Dezvoltare Locală (MiDL) 