

I. ECONOMIC AND SOCIAL SCIENCES

I. ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI SOCIALE

1.1. ECONOMICS SCIENCES

1.1. ȘTIINȚE ECONOMICE

<https://doi.org/10.54481/ecosoen.2023.3.01>

UDC: 338.43, 658.8

JEL Classification: M31, Q13

CHALLENGES OF MARKETING ACTIVITIES FOR THE DEVELOPMENT OF  
ECOLOGICAL POULTRY

PROVOCĂRI ALE ACTIVITĂȚILOR DE MARKETING PENTRU DEZVOLTAREA  
AVICULTURII ECOLOGICE

*GANGAN Svetlana, Ph.D of economic sciences, Associate Professor,  
Technical University of Moldova, Chisinau  
(ORCID 0000-0003-4146-6440)*

*BURBULEA<sup>1</sup> Rodica, Ph.D of economic sciences, Associate Professor,  
Technical University of Moldova, Chisinau  
(ORCID 0000-0003-4462-6534)*

*GANGAN Iulian, Ph.D student,  
Academy of Economic Studies of Moldova, Chișinău  
(ORCID 0009-0007-6985-1064)*

*GANGAN Svetlana, doctor în științe economice, conferențiar universitar,  
Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău  
(ORCID 0000-0003-4146-6440)*

*BURBULEA Rodica, doctor în științe economice, conferențiar universitar,  
Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău  
(ORCID 0000-0003-4462-6534)*

*GANGAN Iulian, student, ciclul III,  
Academia de Studii Economice a Moldovei, Chișinău  
(ORCID 0009-0007-6985-1064)*

*Annotation: Agriculture is currently receiving special attention in all countries of the world, regardless of the level of economic development. In the contemporary world, the most economically developed countries are also the largest producers and exporters of agricultural products. The Republic of Moldova has a unanimously recognized agricultural potential, located at the level of ensuring the agricultural production necessary for a large population. Due to the varied relief, the hydrological and climatic regime, the structure of the agricultural production is very varied and complete, most of the plants and species of domestic animals can be cultivated and grown.*

*The role and place of Moldovan agriculture at national and European level cannot be determined without knowing the stages in the various social and economic systems. The current level of development is the direct consequence of these stages. Poultry farming, as a field of animal husbandry - the branch of agriculture, is the science that deals with the development of methods for raising, feeding, maintaining and*

---

<sup>1</sup> [burbulea2000@mail.ru](mailto:burbulea2000@mail.ru)

improving species and breeds of birds for economic purposes. It is a branch of animal husbandry, constituting, in addition to egg production, an important means of increasing meat production, which faced the greatest challenge, on which depended survival and adaptation to new economic conditions, increasing productivity, efficiency, of profitability at parameters comparable to those in the European Union and worldwide.

**Adnotare:** Agricultura primește în prezent o atenție deosebită în toate țările lumii, indiferent de nivelul de dezvoltare economică. În lumea contemporană, țările cele mai dezvoltate economic sunt și cei mai mari producători și exportatori de produse agricole. Republica Moldova dispune de un potențial agricol unanim recunoscut, situat la nivelul asigurării producției agricole necesare unei populații numeroase. Datorită reliefului variat, regimului hidrologic și climatic, structura producției agricole este foarte variată și completă, majoritatea plantelor și speciilor de animale domestice pot fi cultivate și cultivate.

Rolul și locul agriculturii moldovenești la nivel național și european nu pot fi determinate fără cunoașterea etapelor din diferitele sisteme sociale și economice. Nivelul actual de dezvoltare este consecința directă a acestor etape. Avicultura, ca domeniu al zootehniei - ramura agriculturii, este știința care se ocupă cu dezvoltarea metodelor de creștere, hrănire, întreținere și ameliorare a speciilor și raselor de păsări în scop economic. Este o ramură a zootehniei, constituind, pe lângă producția de ouă, un mijloc important de creștere a producției de carne, care s-a confruntat cu cea mai mare provocare, de care depindea supraviețuirea și adaptarea la noile condiții economice, creșterea productivității, eficienței, a rentabilității la parametri comparabile cu cele din Uniunea Europeană și din întreaga lume.

**Keywords:** the consumer, the poultry sector, import, export, investments.

**Cuvinte-cheie:** consumator, sector avicol, import, export, investiții.

### Introducere

Agricultura se bucură în prezent de o deosebită atenție în toate țările lumii, indiferent de nivelul de dezvoltare economică. În lumea contemporană țările cele mai dezvoltate din punct de vedere economic sunt și cele mai mari producătoare și exportatoare de produse agricole. Republica Moldova are un potențial agricol unanim recunoscut, situat la nivelul asigurării producției agricole necesare pentru o populație numeroasă. Datorită reliefului variat, regimului hidrologic și climatic, structura producției agricole este foarte variată și completă, se pot cultiva și crește majoritatea plantelor și speciilor de animale domestice. Rolul și locul agriculturii moldovenești la nivel național și european nu poate fi determinat fără cunoașterea etapelor parcurse în diferitele sisteme sociale și economice. Nivelul actual de dezvoltare este consecința nemijlocită a acestor etape. Avicultura, ca domeniu al zootehniei – ramura a agriculturii, este știința care se ocupă cu elaborarea metodelor privitoare la creșterea, hrănirea, întreținerea și îmbunătățirea speciilor și raselor de păsări în scopuri economice. Este o ramură a zootehniei, constituind, pe lângă producția de ouă, un mijloc important de creștere a producției de carne, care a avut de înfruntat cea mai mare provocare, de care a depins supraviețuirea și adaptarea la noile condiții economice, creșterea productivității, eficienței, a rentabilității la parametri comparabili cu cei din Uniunea Europeana și pe plan mondial.

### Material și metodă

Pentru realizarea cercetărilor autorii au apelat la informația primară, cumulată de Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare cu referire la dezvoltarea sectorului zootehnic, nemijlocit a domeniului avicol, informația oficială propusă de Biroul Național de Statistică a Republicii Moldova, informația publicată pe site-ul oficial al FAO. Cercetările s-au realizat prin utilizarea metodelor: **cantitativă**, calitativă, **inductivă**, **analitică**, monografică, comparativă.

### Rezultate și discuții

În cadrul ramurii zootehnice a agriculturii, sectorul avicol a făcut față celei mai mari provocări, fiind astfel restructurat din temelii ca formă de proprietate, re tehnologizat masiv ca urmare a uzurii morale și tehnologice moștenite, modernizat și extins din mers conform reglementărilor și standardelor UE privind calitatea producțiilor avicole și măsurilor de bunăstare a animalelor adoptate

în ultimii ani, asigurând în același timp un nivel al producției relativ constant pe piața internă și reușind să recâștige mare parte din piețele de export și să acceseze alte piețe noi din Uniunea Europeană sau pe terțe piețe.

Avantajele acestei ramuri a zootehniei, rezultate din caracteristicile biologice și fiziologice ale păsărilor, particularităților de reproducție și de creștere a acestora, viteza de înlocuire a generațiilor, greutatea corporală, randamentul de sacrificare, viteza de creștere, precum și particularitățile geoclimatice, structura producției vegetale, tradițiile de consum ale populației, evoluția în creștere a cererii de carne de pasăre la nivel mondial pe fonul exploziei demografice fără precedent, sunt extrem de favorabile creșterii și exploatarei păsărilor, obținerii unei producții avicole extrem de diverse și de cea mai bună calitate, cu rezultate economice foarte avantajoase pe termen mediu și lung.

Cu toate acestea, sectorul avicol a avut de înfruntat cea mai mare provocare, de care a depins supraviețuirea și adaptarea la noile condiții economice, creșterea productivității, eficienței, a rentabilității la parametri comparabili cu cei din Uniunea Europeană și pe plan mondial. În acest context și având în vedere evoluția rapidă tehnologiilor de creștere și exploatare a păsărilor la nivel european și mondial și evoluția pieței și a consumului de carne de pasăre, acest sector a necesitat și necesită un mare volum de investiții, diferența între succes și insucces a firmelor avicole din Moldova fiind dată și de posibilitatea accesării unor surse de finanțare avantajoase, sau prezenței capitalului investițional propriu. Deși privat, sectorul avicol autohton se confruntă cu o acută decapitalizare mai ales în ce privește realizarea producției, reprezentate fie de modificarea ofertei, inclusiv din importuri, fie din modificarea comportamentului de consum.

Sectorul avicol prezintă o importanță strategică în dezvoltarea economiei naționale, deoarece are ca destinație – satisfacerea necesităților populației în produse alimentare și asigurarea întreprinderilor de procesare cu materie primă. Carnea de pasăre ocupă o pondere semnificativă în structura sortimentală a unităților comerciale. Acest lucru se datorează apariției unei cereri mai mari din partea consumatorilor pentru acest gen de produse, în condițiile în care aceștia sunt tot mai interesați în a avea o alimentație corectă.

Datorită valorii nutritive, a însușirilor gustative și cantității în care este solicitată și consumată, pe plan mondial carnea deține o pondere importantă în relațiile comerciale dintre state. Alimentația științifică, în condițiile unei civilizații moderne, acordă cărnii și preparatelor din carne un rol deosebit în structura zilnică a rației. Ca atare, consumul de carne reprezintă un indicator al standardului de viață, în statisticile întocmite de economiști și sociologi.

Teoretizând noțiunea „carne” autorii consideră că aceasta poate fi definită ca „țesuturile, nervii, vasele de sânge, ganglionii limfatici, care susțin musculatura striată și este menită să satisfacă necesități fiziologice și economice”. Se are în vedere, că carnea implică anumite aspecte, care influențează gradul de satisfacție al consumatorului, dar și profitabilitatea întreprinderii prin stabilirea unor prețuri în funcție și de costuri, și de cerere. În acest sens, este de menționat, că aici se respectă principiile marketingului, adică se urmărește dubla satisfacție: și consumatorul, satisfăcând necesitățile fiziologice, dar și producătorul prin satisfacerea necesităților financiare.

Începând cu anii 1960 și până în anii 1980 în Moldova avicultura s-a dezvoltat în cadrul economiei de stat. Au fost construite complexe de creștere a păsărilor cu regim închis de producere, s-a dezvoltat sistemul de achiziționare a producției de carne și ouă. Paralel cu aceasta s-a dezvoltat și industria prelucrătoare de carne, inclusiv de pasăre, care a înregistrat cote înalte la comercializate. La începutul anului 1990 efectivul de păsări era de circa 14 milioane de capete în sectorul de stat (fabrici avicole de stat).

Tranziția Republicii Moldova la economia de piață și privatizarea întreprinderilor de stat, au provocat tulburări în subramura avicolă, ca de fapt și alte subramuri ale ramurii zootehnice, care au intrat în impas. O parte din fabricile avicole de stat și-au sistat activitatea și, ulterior, au fost lichidate sau dezmembrate prin proceduri de insolvență sau privatizare. Una dintre cauzele de bază a acestor situații a fost în primul rând lipsa pieței de desfacere, și în al doilea rând insuficiența de furaje

concentrate necesare pentru rația alimentară a păsărilor, în al treilea rând, o bună parte din utilajul fabricilor avicole din acea perioadă erau uzate moral, iar cerințele consumatorilor din țările vecine, în special a celor din țările partenere europene, erau destul de ridicate, iar majoritatea întreprinderilor avicole nu au reușit să satisfacă aceste cerințe din lipsa resurselor necesare dezvoltării.

Analizând informația oferită de FAO pe site-ul <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP> pentru obținerea unei tone de carne de găină în anul 2014 se sacrificau 664 pui, iar în anul 2018 acest indicator s-a majorat până la 784 de păsări sau cu 120 de găini mai mult. Această situație ne este demonstrată de către cel de-al treilea indicator al tabelului – greutatea carcanei. În anul 2014 greutatea medie a carcanei unui pui a constituit 1,5 kg, iar în anul 2020 – 1,27kg. Reducerea carcanei cu circa 230 de grame în ultimii ani a influențat și nivelul producției globale de carne de găină semnificativ la nivel național. Pierderile cantitative de carne în anul 2020 a constituit 1030 de tone. Reducerea greutății medii a carcanei în ultimii ani se explică prin tendințele crescătorilor de găini de a reduce numărul zilelor furajate a unei găini/pui la creștere și îngrășare cu scopul de a micșora durata procesului tehnologic în scopul unui număr mai mare a rotației resurselor financiare. În asemenea condiții piața de carne de pui autohtonă în anii 2021- 2022 este cu carcane mai mici după greutate decât în comparație cu anii 2014 – 2015.

Evident, din punct de vedere al consumatorului, aceasta nici cum nu influențează benefic asupra calității cărnii. Consumatorul caută informația și despre calitatea hranei, și despre condițiile de creștere, și tehnologiile de sacrificare și păstrare etc.

Dezvoltarea sectorului de carne în Republica Moldova este influențat și de comerțul exterior cu produsele respective. Carnea de pasăre din Republica Moldova nu se exportă din două motive:

1) lipsa certificărilor internaționale referitor la standardizare, calitate și inofensivitate a produsului;

2) cererea stabilă la producția de carne de pasăre pe piața internă.

Cercetările realizate demonstrează că producția de carne de pasăre pe piețele mondiale se reduce în dinamică. Aceasta este o bună ocazie pentru producătorii de carne de pasăre să realizeze cercetări insistente de piață pentru a găsi tehnologii moderne de creștere a păsărilor, producere și comercializare a cărnii de pasăre. Totodată, este de menționat, că reducerea cantității de carne de pasăre importată în prezent este și meritul producătorilor autohtoni, care au și majorat semnificativ și în aspect cantitativ, dar și calitativ producția de carne .

La importul de carne de curcan în lista țărilor sunt Belgia, Polonia, România, Franța și Germania. În acest grup în comparație cu cel al cărnii de pui apar România, Franța și Germania. Cele mai mari cantități se importă din Polonia și Belgia. Prin urmare, principalele țări partenere în importul de carne de pasăre sunt Ucraina, Polonia și Belgia pentru toate segmentele de produse de carne. Producția obținută în entitățile din țară și cantitatea importului de carne reprezintă cantitatea consumului de carne de pasăre în Republica Moldova. Consumul de carne de pasăre include carnea în stare proaspătă răcită, carnea congelată, cea procesată în mezeluri și comercializată prin centre specializate. Calculele analizelor noastre demonstrează că nivelul de autoaprovizionare cu producție de carne autohtonă este la 74-76% în funcție de perioadă. În anul 2018, de exemplu, acest indicator a ajuns la nivelul de 76%, ceea ce înseamnă că dintr-un kilogram de carne de pasăre, doar 760 de grame sunt obținute din păsări crescute în fermele și entitățile din țară. În acest sens, producerea cărnii de pasăre în Republica Moldova, deține o serie de rezerve ce trebuie identificate. Reieșind din faptul că, sectorul asociativ din acest domeniu este neobservat, iar majoritatea producătorilor din acest domeniu nu sunt asociați în organizații , prin care ar putea fi auziți mai bine decât de unii singuri aceasta devine o problemă în funcționarea mecanismului economic al sectorului.

Producția de carne importată din Ucraina este scutită de taxele vamale, astfel aceasta devine mai ieftină decât cea autohtonă. Crescătorii de păsări din Republica Moldova propun să fie micșorată valoarea ratei reale de achitare a TVA până la 40% pentru crescătorii de păsări pentru carne, care

livrează pe teritoriul țării producția proprie în formă naturală, sacrificată sau masă vie. Partea rămasă de 60% acumulată și înregistrată să rămână la dispoziția agentului economic.

Productivitatea cărnii de pui în Republica Moldova este sub nivelul principalelor țări producătoare din lume. Spre exemplu, în comparație cu Argentina este de 2,2 ori mai mic, față de Brazilia de 1,83 ori, iar față de Federația Rusă de 1,4 ori mai mic. Conform acestui indicator există rezerve semnificative pentru sporirea productivității unui pui la producția de carne. Ritmul de creștere a indicatorului productivității este în scădere.

Un product important pentru vitalitatea umană sunt și ouăle. Producția de ouă în lume crește constant, fiind susținută de cererea mare de alimente și de numărul populației în creștere. Ouăle de găină sunt o sursă unică de proteine ușor digerabile, cu o gamă completă de aminoacizi esențiali și alte substanțe benefice. Cu doar un ou pe zi, o persoană acoperă până la 15% din necesarul zilnic de proteine.

În prezent, în lume există un deficit de proteine dietetice, care probabil va persista și în următoarele decenii. Deficitul total de proteine de pe planetă este estimat la 17-28 de milioane de tone pe an. Din cei 7 miliarde de oameni pe glob, aproximativ jumătate suferă de lipsa ei. În Africa de Nord și Asia, unde problema disponibilității proteice este deosebit de acută, ouăle de pui sunt foarte solicitate. și în cazul factorilor religioși, ouăle devin un substituent demn al cărnii pentru consumul uman. Orice respingere sau lipsa cărnii contribuie la sporirea cererii de ouă.

Conform prognozelor ONU, consumul global de ouă va crește de la 68,1 milioane tone în 2019, la 69,9 milioane tone în 2020 și 71,9 milioane tone în 2021. Mai mult, Asia va consuma cele mai multe ouă – aproape jumătate din producția mondială. Conform rezultatelor anului 2019, consumul din această regiune a atins 42,16 milioane tone, în 2020 a crescut până la 43,77 milioane tone, în 2021 – la 45,40 milioane tone.

La nivel mondial anual se produc între 1 732 926 și 1 843 817 milioane ouă anual. Cel mai mare producător de ouă în lume este China. Anual producția de ouă chineză ajunge la 458 448 milioane ouă. În structura producției mondiale, cea chineză are o pondere de 24,86%, circa ¼. Următoarele nouă din grupul țărilor – lider la producția de ouă sunt devansate semnificativ față de prima țară. Al doilea în acest grup este SUA, cu o producție de 109 192,1 milioane ouă, ceea ce constituie doar a cincea parte din producția chineză. Ponderea producției de ouă din SUA în volumul producției mondiale constituie 5,92%. Urmează așa țări ca India, Mexic, Brazilia, Federația Rusă, Japonia, Indonezia, Turcia și Ucraina. Ponderea producției a acestor țări în cea mondială variază între 0,8 – 5,2%. Din aceste cercetări constatăm că, în grupul celor mai mari producători de ouă de găină la nivel mondial se regăsesc majoritatea din grupul celor mai mari producători mondiali de carne de pasăre, cu excepția Iranului și Argentinei care a fost preluat de Turcia și Ucraina.

În Republica Moldova activează 60 exploatații zootehnice pentru creșterea și întreținerea păsărilor, dintre acestea, cele mai reprezentative sunt: SRL „Floreni”; SRL „EXPALSA-IMP”; SRL „AVICOLA FARM MEAT”; SRL „Axedum”. Principalele piețe de export pentru carnea de pasăre sunt: Azerbaidjan, Polonia, Irak. În comerțul internațional ea se prezintă și sa cumpărător, dar s ca vânzător. Informația primită de la Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare denotă următoarea situație:

Tabelul 1. Starea actuală a exploatațiilor avicole din Republica Moldova pentru perioada 2020-2021 [elaborat de autori în baza informației MAIA]

Nr d/o	indicatori	perioada	Volumul, tone	Abateri anului 2021 față de 2020, %
1.	s-a produs	2020	49 700	87,7
		2021	43 600	
2.	s-a importat	2020	23 141,6	107,5
		2021	24 879,9	
3.	s-a exportat	2020	364,1	150,6
		2021	548,5	

În scopul promovării produselor ecologice autohtone, propunem a lansa un raft expozițional cu specificația ECO care ar reprezenta inițiativa de promovare a produselor ecologice din Republica Moldova, imagine – care va alinia produsele ecologice din Republica Moldova la tendințele economiei globale, atribuindu-i țării avantaje competitive regionale. De asemenea, misiunilor diplomatice din străinătate trebuie oferite produse ecologice cu valoare înaltă pentru suplinirea Raftului ECO-Moldova, misiunea căruia este de a servi drept carte de vizită a Republicii Moldova pentru oferta de produse ecologice, promovare pe noi piețe a producătorilor autohtoni și stabilirea contactelor directe și ulterior intrarea în lanțul de retail străin.

O bună metodă de informare și comunicare cu consumatorii sunt rețelele de socializare. Chiar dacă promovarea pe aceste rețele costă, pentru a-și promova produsele sale și imaginea propriei afaceri merită a majora bugetul promoțional. Cât privește fenomenul de social media, acesta deși este un fenomen relativ recent, devine o componentă din ce în ce mai importantă a marketingului și dezvoltării bazei de clienți. Percepția acestuia a avut o evoluție rapidă și nu mai este privit ca un moft la modă, ci a devenit o prezență flexibilă și bine gestionată de către „cei trei giganți” (Facebook, Twitter și Google+), fiind o necesitate pentru orice afacere care caută să obțină un loc atât pe piața tradițională, cât și cea digitală.

Referitor la atitudinea respondenților față de producătorii autohtoni de produse ecologice din carne de pasăre, putem menționa, că majoritatea nu fac nici o diferență între producătorii autohtoni de asemenea produse și cei din străinătate. Gama de produse oferite consumatorului fiind enormă, în prezent consumatorii, sunt preocupați de identificarea produselor autentice, deseori sunt confuzi în alegere. Prețul și caracteristicile de bază ale produsului nu sunt unicele elemente care stau la baza deciziei de cumpărare. El mai caută și indicația geografică, imaginea producătorului, gustul specific al produsului, legătura istorică cu locul de origine și altele sunt o alegere perfectă.

Modul în care consumatorii iau decizii de cumpărare este un mecanism foarte complex. Consumatorii folosesc spațiul virtual pentru a lua deciziile de cumpărare – începând de la YouTube și până la Facebook – și devine din ce în ce mai greu, mult mai greu decât înainte vreme, să-i încadrezi într-o categorie sau alta pe oamenii care cumpără anumite produse.

### Concluzii

Cercetările realizate demonstrează că producția provenită din avicultură, fiind una de importanță vitală, pe piețele mondiale se reduce în dinamică. Aceasta este o bună ocazie pentru producătorii avicoli să realizeze cercetări insistente de piață pentru a găsi tehnologii moderne de creștere a păsărilor, producere, procesare și comercializare a produselor avicole ecologice, solicitate tot mai mult de consumatorii individuali și organizaționali.

În vederea dezvoltării pieței produselor avicole, noi am face unele recomandări cu orientare directă spre anumiți decidenți.

Recomandare pentru întreprinderile avicole: de intensificat folosirea comunicațiilor mobile și virtuale cu consumatorii efectivi și potențiali, în vederea educării consumului de produse ecologice. Apar noi indicatori de performanță cum ar fi „Like”-urile de pe Facebook, „click”-urile pe articole și așa mai departe, care, chiar dacă nu sunt totalmente relevanți, scot în evidență imaginea produsului și a producătorului; d e realizat măsurile de informare, convingere și reamintire pentru consumatorii efectivi și potențiali despre beneficiile consumului de carne de pasăre, inclusiv carne ecologică; de adaptat la tendințele economiei globale, atribuindu-i țării avantaje competitive regionale; misiunilor diplomatice din străinătate trebuie oferite produse ecologice, inclusiv carne și produse din carne de pasăre cu valoare înaltă pentru suplinirea Raftului ECO-Moldova, misiunea căruia este de a servi drept carte de vizită a Republicii Moldova pentru oferta de produse ecologice, promovare pe noi piețe a producătorilor autohtoni și stabilirea contactelor directe și ulterior intrarea în lanțul de retail străin.

Recomandare pentru viitorii crescători de găini să-și angajeze specialiști buni, pentru că există riscul ca păsările să se îmbolnăvească, iar acest lucru poate pune capăt afacerii în care s-a investit mai mulți ani.

Recomandare generală: pentru restructurarea și dezvoltarea pieței cărnii de pasăre se impun direcții de investiții în: echipamente de tăiere; modernizarea și chiar înlocuirea instalațiilor frigorifice în vederea alinierii depozitelor de stocare a cărnii și produselor din carne la normele Uniunii Europene; ambalaje, etichetare, promovare; suplinirea șeptelului de păsări cu cele mai rentabile rase; monitorizare și control la recepția păsărilor, tăiere, procesare, comercializare. Guvernul Republicii Moldova să intervină în micșorarea valorii ratei reale de achitare a TVA până la 40% pentru crescătorii de păsări pentru carne, care livrează pe teritoriul țării producția proprie în formă naturală, sacrificată sau masă vie. Partea rămasă de 60% acumulată și înregistrată să rămână la dispoziția agentului economic.

### Bibliografie

1. Lista principalelor activități întreprinse de Misiunile Diplomatice ale Republicii Moldova în domeniul diplomației economice. Disponibil: <http://www.mfa.gov.md/img/docs/raporttrimestru-II-2016.pdf>;
2. GANGAN, S., DOGA, V., BIRCA, I. Tendințele dezvoltării marketingului online pentru susținerea afacerilor în Republica Moldova. În: Analele Institutului Național de Cercetări Economice. Ch.: INCE, ediția 10, 2020, p. 11-14, ISSN 1857-3630. ISBN 978-9975-4326-6-5. Disponibil: [https://ibn.idsi.md/vizualizare\\_articol/118401](https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/118401)
3. GANGAN, S., GANGAN, I. Perspectivele marketingului holistic în epoca tendinței de aderare la Uniunea Europeană În: Materialele conferinței științifice „Perspectives and achievements within European Integration of Moldova” 30.09-02.10.2021. These activities are part of the Jean MONNET project EUAGRO (610667-Ppe-1-2019-1-Mdeppjmo-Proiect).
4. BURBULEA, R. Current trends in the organization of marketing activity in agro-food enterprises. In: Annals ULIM, Economy series, Vol. 13, 2013, 0.37 c.a. ISSN 1857-1468;
5. Legea nr.1031 din 08.06.2000 Reglementării de stat a activității comerciale externe. În: Monitorul Oficial, 21.09.2000, Nr. 119-120 art. 838. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=66729&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=66729&lang=ro)
6. Legea nr. 231 din 23.09.2010 cu privire la comerțul interior. În: Monitorul Oficial, 19.08.2016, Nr. 265-276, art. 571. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=112409&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112409&lang=ro)