

MANAGEMENTUL EVALUĂRII COMPETITIVITĂȚII BUNURILOR ÎN CONTEXTUL PERFECTIONĂRII POLITICII COMERCIALE

Autor: GUTIU, Tatiana

DOI: <https://doi.org/10.36004/nier.2022.978-9975-3590-0-9>

Scopul studiului constă în elaborarea unui nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor și a indicatorilor de cuantificare a competitivității bunurilor în vederea elaborării recomandărilor de perfecționare a politicii comerciale a RM

Noutatea și originalitatea științifică a lucrării:

1. Elaborarea unui nou concept al managementului evaluării competitivității bunurilor.

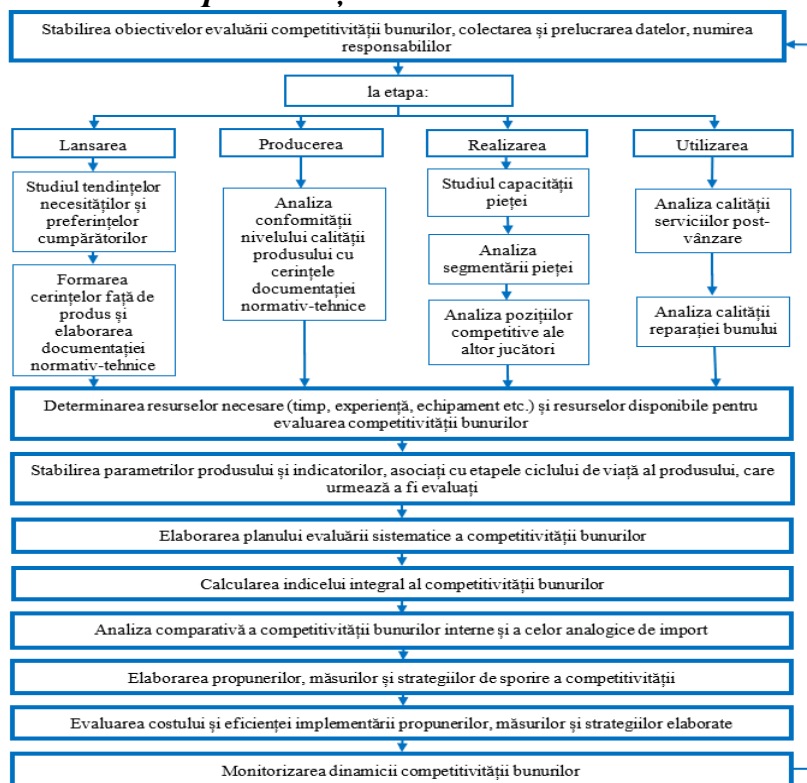


Fig. 1. Etapele de gestionare a evaluării competitivității bunurilor

2. Elaborarea unui nou indicator pentru evaluarea competitivității bunurilor autohtone pe piața internă.

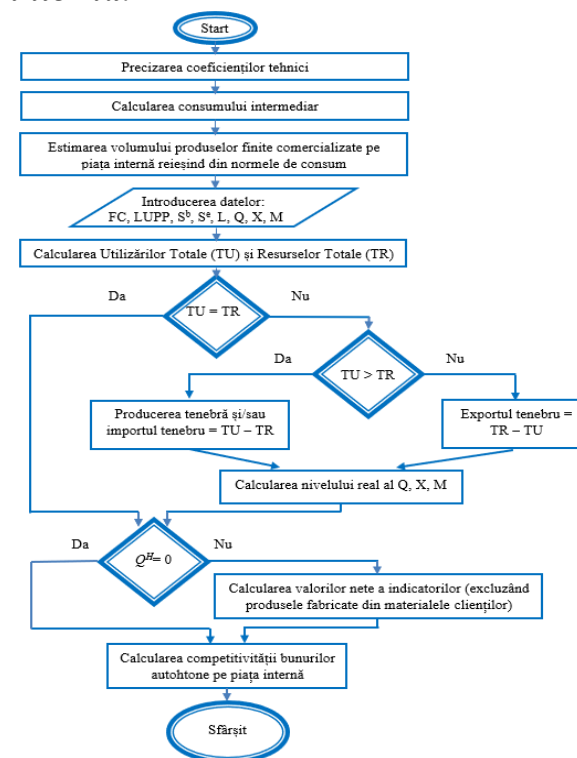


Fig. 2. Algoritmul evaluării competitivității bunurilor autohtone pe piața internă

3. Identificarea unui nou grup de factori de influență a competitivității bunurilor și includerea acestuia în clasificatorul nou creat.

Tabelul 1. Factorii competitivității bunului

Factorii	Elemente componente
<i>Preț</i>	Prețul producătorului, prețul cu ridicata, prețul cu amănuntul
<i>Calitatea</i>	Parametrii tehnico-economici, compatibilitatea ecologică, design
<i>Deservirea post-vânzare</i>	Disponibilitatea pieselor de schimb și a atelierelor de reparație
<i>Elemente de marketing</i>	Marca, eficacitatea reclamei, posibilitatea de a cumpăra bunul prin intermediul mijloacelor moderne de comunicare (Internet, telefonie mobilă), eticheta de eficiență energetică (în cazul electrocasnicelor), brandul
<i>Factorii psihologici</i>	Patriotismul marfar (preferința de a procura bunul autohton), consum ostentativ, preferința de a procura bunurile hand-made

4. Fundamentarea și elaborarea indicelui integral al competitivității bunurilor, care ia în calcul factorii noi identificați.

$$I_c^{ex} = \frac{b_1}{C_p^x} + b_2 \times C_q^x + b_3 \times C_s^x + b_4 \times C_e^x + b_5 \times C_f^x + G_t,$$

$$C_p^x = \frac{p^x}{p^m}; \quad C_q^x = \frac{q^x}{q^m}; \quad C_s^x = \frac{s^x}{s^m}; \quad C_e^x = \frac{e^x}{e^m}; \quad C_f^x = \frac{f^x}{f^m},$$

unde:

$C_p^x, C_q^x, C_s^x, C_e^x, C_f^x$ – competitivitatea bunului autohton exportat, în raport cu bunul de import, după preț (p), calitatea bunului (q), deservirea post-vânzare (s), elemente de marketing (e), factorii psihologici (f);

G_t – gradul de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului autohton analizat;

p^x, q^x, s^x, e^x, f^x – indicatorii bunului autohton exportat.

Tabelul 2. Estimarea gradului de intensitate tehnologică aplicată la fabricarea bunului

Tipuri de bunuri	G_t
Produse primare neprocesate (cereale, fructe, legume proaspete, piei brute, lână agricolă etc.)	0,5
Produse semiprocesate (făină, uleiuri vegetale, zahăr rafinat, piei tăbăcite, fire de lână etc.)	1,0
Produse procesate (cașcaval, brânză, vin, conserve din carne, sucuri, ciorapi, îmbrăcăminte etc.)	1,5
Produse de înaltă tehnologie (mijloace de transport, utilaj, produse electronice etc.)	2,0

Tabelul 3. Componentele modelelor mono-factoriale și neliniare bi-factoriale ale competitivității bunului

Factorii	Prețul (p)	Calitatea bunului (q)	Deservirea post-vânzare (s)	Elemente de marketing (e)	Factorii psihologici (f)
Prețul (p)	$b_1 \frac{1}{p}$	$b_{12} \frac{q}{p}$	$b_{13} \frac{s}{p}$	$b_{14} \frac{e}{p}$	$b_{15} \frac{f}{p}$
Calitatea bunului (q)		$b_2 q$	$b_{23} qs$	$b_{24} qe$	$b_{25} qf$
Deservirea post-vânzare (s)			$b_3 s$	$b_{34} se$	$b_{35} sf$
Elemente de marketing (e)				$b_4 e$	$b_{45} ef$
Factorii psihologici (f)					$b_5 f$

5. Elaborarea recomandărilor menite să contribuie la perfecționarea politicii comerciale a Republicii Moldova și să asigure creșterea competitivității bunurilor autohtone.

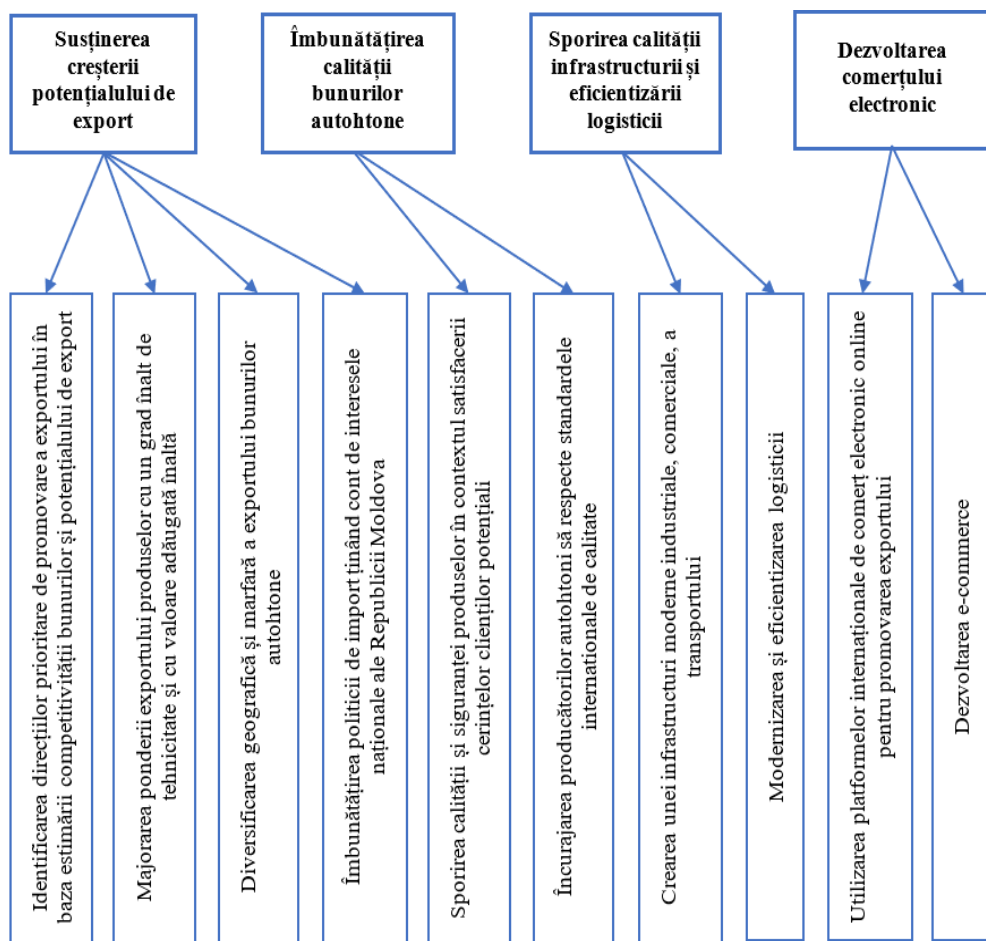


Fig. 3. Obiectivele generale și specifice ale perfecționării politicii comerciale

Semnificația teoretică cuprinde: sistematizarea abordărilor conceptuale privind esența competitivității bunului autohton și a managementului evaluării competitivității bunurilor autohtone; clasificarea factorilor de influență a competitivității bunurilor autohtone, inclusiv a factorilor noi identificați; fundamentarea teoretică și metodologică a cuantificării factorului calitativ pentru evaluarea competitivității bunurilor autohtone; fundamentarea teoretică și metodologică a noilor algoritmi de calcul al competitivității bunului autohton: algoritmul de calcul al indicelui integral al competitivității și algoritmul de calcul al indicelui compozit al avantajului comparativ.

Valoarea aplicativă a cercetării constă în faptul că: sunt elaborate obiective generale, obiective specifice și măsuri, care se recomandă a fi incluse în strategiile și programele de stat de promovare a exportului, de sporire a competitivității și sunt propuși indicatori de monitorizare a realizării obiectivelor. De asemenea, rezultatele cercetării pot fi utilizate pentru perfecționarea politicii comerciale, promovate de Republica Moldova.

Implementarea rezultatelor științifice a fost efectuată în cadrul proiectului internațional GIZ „Raport privind evaluarea impactului strategiei naționale pentru atragerea investițiilor și promovarea exporturilor”, efectuat la comanda Ministerului Economiei și Infrastructurii al Republicii Moldova. În plus, rezultatele cercetării au fost acceptate spre implementare de către fabrica de mobilă TANDEM, Asociația Patronală „Uniunea Transportatorilor și Drumarilor”, Asociația Expeditorilor și Brokerilor Vamali din Republica Moldova „AEM-TRANS”

