

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris
C.Z.U.: 338.43:339.166.8 (043.2)

DIACONU TATIANA

**EFICIENTIZAREA MANAGEMENTULUI COMERCIAL
ÎN SECTORUL AGRO-ALIMENTAR**

**SPECIALITATEA 521.03 – ECONOMIE ȘI MANAGEMENT
ÎN DOMENIUL DE ACTIVITATE**

Autoreferatul
tezei de doctor în științe economice

CHIȘINĂU, 2018

Teza a fost elaborată în cadrul departamentului „Administrarea Afacerilor”, Facultatea
Științe Economice a Universității de Stat din Moldova

Coordonator științific:

PASCARI Ludmila, doctor în științe economice, conferențiar universitar

Recenzenți oficiali:

ROȘCA Petru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, ULIM

TOMIȚA Petru, doctor în științe economice, profesor universitar, UASM

Componența Consiliului Științific Specializat:

BABII Leonid, *președinte* al CȘS, doctor habilitat în științe economice, conferențiar universitar

POSTICĂ Maia, *secretar științific* al CȘS, doctor în științe economice, conferențiar universitar

DOGA Valeriu, membru al CȘS, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar

STRATAN Alexandru, membru al CȘS, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, m.c.

CERNAVCA Mihail, membru al CȘS, doctor în științe economice, conferențiar universitar

Susținerea tezei va avea loc la 05 septembrie 2018, ora 14⁰⁰ în ședința Consiliului Științific Specializat D 30.521.03-05 din cadrul Universității de Stat din Moldova, pe adresa: MD 2009, or. Chișinău, str. Al. Mateevici 60, blocul central, sala 312.

Teza de doctor și autoreferatul pot fi consultate la Biblioteca Universității de Stat din Moldova, Biblioteca Națională și pe pagina web a C.N.A.A. (www.cnaa.md).

Autoreferatul a fost expediat la 10 iulie 2018.

Secretar științific al Consiliului

Științific Specializat:

doctor în științe economice,
conferențiar universitar

POSTICĂ Maia

Conducător științific:

doctor în științe economice,
conferențiar universitar

PASCARI Ludmila

Autor:

DIACONU Tatiana

© Diaconu Tatiana, 2018

REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea și importanța problemei abordate. Pentru Republica Moldova, comerțul cu produse agroalimentare are importanță strategică în scopul dezvoltării echilibrate și viabile a sistemelor economice și sociale ce dețin un grad ridicat de complexitate. Din acest considerent, dezvoltarea comerțului în sectorul agro-alimentar are un rol esențial în relansarea economiei naționale. Cu toate acestea, la ora actuală, sectorul agro-alimentar este vulnerabil și ineficient din cauza investițiilor scăzute, a productivității mici și a costurilor exagerate, iar producătorii autohtoni au devenit necompetitivi, din cauza majorării prețurilor de achiziție la materie primă, fluctuației cursului valutar, numărului exagerat de intermediari și lipsei cooperării dintre producători.

În contextul pătrunderii pe noi piețe de desfacere și al aspirațiilor europene, problema primordială a Republicii Moldova constă și în faptul că reformele sectorului agro-alimentar trebuie să se conformeze cerințelor piețelor internaționale și să-și direcționeze eforturile pentru implementarea unor strategii sau mecanisme de acces pe noi piețe de desfacere.

Importanța cercetării sectorului agro-alimentar, orientat spre dezvoltarea continuă a sistemului economiei naționale, rezultă și din faptul că în condițiile resurselor și capacităților limitate ale pieței interne și a constrângerilor externe, eficientizarea managementului comercial la nivel sectorial poate deveni pilonul de dezvoltare a potențialului de export care să creeze, la rândul său, oferta produselor agroalimentare competitive. Ținând seama de aceste constrângeri, Republica Moldova trebuie să-și utilizeze potențialul intern în mod util și eficient. În același timp, considerăm oportun implementarea unui management comercial eficient, care să ofere o șansă reală fermierilor de a realiza produsele și a asigura necesitatea exportului cu produse agroalimentare, generând o dezvoltare durabilă a sectorului agro-alimentar, ceea ce va conduce nemijlocit la creșterea bunăstării economiei naționale.

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor de cercetare. Puține cercetări științifice au fost consacrate studierii managementului comercial, fiecare autor fiind original prin aplicarea diverselor metode de cercetare și a recomandărilor propuse ce vizează și domeniul investigat. Cei mai de văză oameni de știință care s-au preocupat de studierea managementului comercial sunt: D. Patriche, C. Mutu, V. Mercioiu, C. Puiu., Gh.S. Toma., S. Lisandru, E. Burduș, S. Prada, T. Georgescu, M. Dogaru, E. Nicorescu, D. Miron, T. Purcarea. Subiectul cercetat a fost abordat și în cercetările autorilor străini, precum: I. Blanc, T. Nikolaeva, M. Sorokina, M. Press, D. Lowe.

Un aport considerabil în studierea rolului și a importanței sectorului agro-alimentar în dezvoltarea durabilă a economiei naționale, precum și a politicilor comerciale privind produsele agricole, îl au oamenii de știință din țară L. Babii, A. Stratan, V. Doga, M. Cernavca, A. Litvin, P. Roșca, T. Bajura, P. Tomița, O. Sârbu, P. Țurcanu, R. Perciun, E. Timofti ș.a.

Problemele vizate în lucrările specialiștilor din domeniu nu descoperă suficient conceptul managementului comercial în sectorul agro-alimentar, iar autorul consideră că acesta poate fi dezvoltat în vederea creării direcțiilor de eficientizare a comerțului cu produse agroalimentare.

Scopul cercetării constă în elaborarea modalităților de eficientizare a managementului comercial în sectorul agro-alimentar din Republica Moldova.

În vederea atingerii scopului de bază al cercetării, au fost trasate următoarele **obiective**:

1. Definirea conceptului de management comercial.
2. Fundamentarea unui concept privind abordarea sistemică a managementului comercial.
3. Identificarea factorilor cu impact asupra dezvoltării sistemului de management comercial în sectorul agro-alimentar.
4. Analiza indicatorilor activității întreprinderilor și identificarea evoluției trendului sectorului agro-alimentar.
5. Identificarea indicatorilor de eficiență, ca instrument de evaluare a eficienței managementului comercial în sectorul agro-alimentar.
6. Determinarea obstacolelor în realizarea managementului comercial în întreprinderile din sectorul agro-alimentar.
7. Prezentarea recomandărilor privind eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar.

Metodologia cercetării științifice. Pe parcursul cercetării științifice a managementului comercial, în funcție de natura problemelor soluționate, au fost aplicate: metoda abstracției științifice, metoda analizei și sintezei, metoda logică, metoda inducției și deducției, metoda comparației, metoda grupării și clasificării, metoda tabelor și a graficelor, metode statistice și matematice, metodele cercetării empirice (chestionarul, interviul, observarea), elaborarea modelelor economice și statistice. În scopul analizei și prelucrării informațiilor sondajului realizat, a fost utilizat software-ul SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Drept suport teoretico-științific al tezei au constituit lucrările și publicațiile unor renumiți oameni de știință, atât din țară, cât și de peste hotare: L. Babii, S. Certan, A. Stratan, A. Litvin, G. Ulian, V. Doga, P. Roșca, M. Cernavca, R. Perciun, P. Tomița, O. Nicolescu, D. Patriche, C. Mutu, V. Mercioiu, C. Puiu, Gh.S. Toma., A. Andonic, Ș. Gavril, N. Lisandru, L. Șavga, A. Golban, I. Blank, T. Nicolaeva, M. Sorokina, M. Press, D. Lowe ș.a. **Baza informațională** a tezei de doctor

sunt actele legislative ale Republicii Moldova care reglementează comerțul cu produse agroalimentare, datele statistice ale Organizației Mondiale a Comerțului, Camerei de Comerț și Industrie, Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, Ministerului Economiei, Organizației de Cooperare și Dezvoltare Economică, rapoartele publicate de Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului. Drept bază de informare au servit și hotărârile Guvernului Republicii Moldova, precum și alte publicații ce țin de tema cercetată.

Noutatea științifică a lucrării constă în completarea demersului teoretic cu privire la „managementul comercial”, „managementul comercial în sectorul agro-alimentar”, „managementul comercial intern”, „managementul comercial internațional”, „managementul comercial la nivel macro- și microeconomic”, „managementul comercial în sfera producției”, „managementul comercial în sfera serviciilor”, „managementul comercial în sfera circulației bunurilor” și stabilirea criteriilor de clasificare a managementului comercial; elaborarea algoritmului privind eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar prin abordarea sistemică a sectorului agro-alimentar; sistematizarea indicatorilor de evaluare a eficienței managementului comercial în sectorul agro-alimentar, aplicați la nivel macro- mezo- și microeconomic; elaborarea modelului econometric multifactorial al variației exportului de produse agroalimentare în vederea optimizării gestiunii și fundamentării strategiilor economice și comerciale atât la nivel de întreprindere, cât și la nivel de sector; elaborarea recomandărilor cu privire la eficientizarea managementului comercial cu produse agroalimentare din Republica Moldova.

Problema științifică importantă soluționată în domeniul de cercetare constă în fundamentarea științifică și conceptual-metodologică a managementului comercial în sectorul agro-alimentar, fapt care a determinat necesitatea abordării sistemice a managementului comercial și identificarea problemelor producătorilor autohtoni în procesul de comercializare a produselor agroalimentare conducând la elaborarea algoritmului de eficientizare a acestuia.

Importanța teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. Studiul abordărilor științifice în domeniul analizat a permis formarea unei viziuni proprii referitor la abordarea sistemică a managementului comercial în sectorul agro-alimentar. În urma cercetărilor empirice, au fost identificate principalele probleme care țin de activitatea comercială a întreprinzătorilor din sectorul agro-alimentar, atât la nivel macroeconomic, cât și microeconomic. Rezultatul analizei efectuate și al sondajului, realizat în cadrul întreprinderilor din sectorul agro-alimentar al Republicii Moldova, a permis crearea unui algoritm și formularea unor propuneri de eficientizare a comerțului cu produse agroalimentare. Rezultatele studiului pot fi utilizate de către organele de conducere a statului în vederea elaborării politicilor de susținere a producătorilor autohtoni din

sectorul agro-alimentar, precum și în instruirea studenților la cursurile universitare „Management” și „Management comercial” sau la cele de masterat la disciplinele de profil.

Rezultatele științifice principale înaintate spre susținere sunt:

- Recomandarea utilizării indicatorilor sistematizați de autor în vederea evaluării eficienței managementului comercial în sectorul agro-alimentar, aplicați la nivel macro - mezo și microeconomic;
- Elaborarea algoritmului privind eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar prin abordarea sistemică a sectorului agro-alimentar;
- Propunerea aplicării modelului econometric multifactorial al variației exportului de produse agroalimentare în vederea optimizării gestiunii și fundamentării strategiilor economice și comerciale atât la nivel de întreprindere, cât și la nivel de sector;
- Elaborarea recomandărilor cu privire la eficientizarea managementului comercial cu produse agroalimentare din Republica Moldova.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele cercetărilor științifice efectuate au fost recepționate și acceptate spre implementare de către Ministerul Agriculturi, Dezvoltării Regionale și Mediului al Republicii Moldova și în cadrul întreprinderii agricole „1000 oferte” SRL.

Aprobarea rezultatelor științifice. Aspectele teoretice, elaborările metodologice și aplicative ale cercetărilor au fost publicate și în diferite reviste recenzate de specialitate și aprobate la diferite conferințe științifice atât în țară, cât și peste hotare, fiind expuse în 22 de lucrări științifice.

Volumul și structura tezei au fost determinate de scopul și sarcinile investigației științifice. Ea include: adnotarea în limbile română, rusă și engleză, lista abrevierilor, introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografia, anexe. În conținutul lucrării sunt expuse 10 anexe, 156 de pagini text de bază, 41 de figuri, 11 tabele și 229 surse bibliografice.

În **Concluzii generale și recomandări** sunt expuse concluziile formulate ca rezultat al cercetării și sunt înaintate recomandări practice în vederea eficientizării managementului comercial în sectorul agro-alimentar din Republica Moldova.

CONȚINUTUL TEZEI

Capitolul 1 „Fundamente teoretico - științifice privind managementul comercial” evidențiază importanța managementului comercial în sectorul agro-alimentar. Sunt abordate delimitările conceptuale ale comerțului, politicile comerciale, indicatorii specifici evaluării

activității comerciale și prezentarea aspectelor conceptuale privind dezvoltarea managementului comercial. Importanța managementului comercial rezidă și în conținutul complex al conceptului de liber schimb sau comerț.

Impactul influenței factorilor atât pe plan intern, cât și extern, a determinat dezvoltarea managementului comercial în cadrul organizației. Conceptul de management comercial a fost cercetat și reflectat în puține lucrări de specialitate. Principalii autori români care au scos în evidență noțiunea de „management comercial” sunt: D. Patriche, C. Mutu, N. Lisandru și V. Mercioiu. Generalizând abordarea managementului comercial în viziunea savanților români, aurorul remarcă că managementul comercial este acea subramură a managementului, care studiază procesele și relațiile de management din întreprinderile comerciale în vederea identificării sistemelor, metodelor și tehnicilor de conducere, menite să asigure creșterea eficienței activității acestora.

Printre autorii străini se remarcă, M. Press, D. Lowe, care au abordat managementul comercial în cadrul organizațiilor orientate pe proiecte la interfața cumpărător-vânzător, prezentând un cadru de administrare comercială, care ilustrează multiplele interacțiuni și conexiuni dintre ciclul de achiziții al cumpărătorului și ciclurile de licitare și de punere în aplicare ale furnizorului [19]. În opinia noastră, nu putem afirma faptul că în lucrarea lui D. Lowe, a fost creat un concept aparte privind managementul comercial cu structura și implicația sa specifică.

Savanții ruși, I. Blank, T. Nikolaeva, M. Sorokina, au abordat managementul comercial prin prisma organizațiilor comerciale, care au menirea de a forma cele mai raționale decizii, de a coordona direcțiile de activitate ale acestora, precum și de a asigura o înaltă eficacitate a rezultatelor finale ale activității comerciale [23, 25, 24].

Analizând critic și generalizând conceptele diferiților autori, propunem dezvoltarea unui nou concept al managementului comercial. ***În opinia noastră, managementul comercial reprezintă procesul de realizare eficientă și eficace prin planificare, organizare, coordonare, motivare și control al activității comerciale, în vederea atingerii obiectivelor organizațiilor de producție și comerciale.***

Altfel spus, managementul comercial cuprinde ansamblul coerent de activități practice, planificate și organizate, ce urmăresc întregul circuit al bunurilor din faza de programare până în faza când produsele ajung la consumatorul final.

Teoria și practica din domeniul comercial au scos în evidență, mai mult sau mai puțin, anumite laturi ale exercitării funcțiilor manageriale în domeniul comercial, ceea ce a permis autorului clasificarea managementului comercial după mai multe criterii.

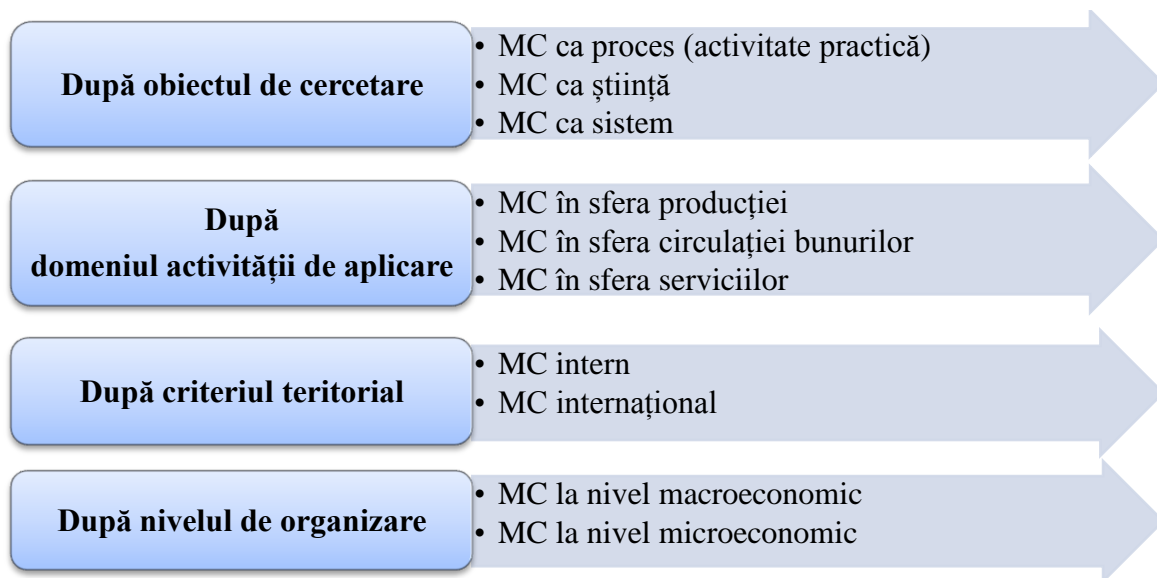


Fig 1.1. Clasificarea managementului comercial

Sursa: Elaborată de autor.

Cercetările enunțate au evidențiat că sunt puține lucrări dedicate managementului comercial în sectorul agro-alimentar. Tangențial, acest domeniu se regăsește în diverse lucrări ale unor cercetători autohtoni: T. Bajura, L. Babii, A. Stratan, P. Țurcanu, A. Litvin, S. Certan, P. Roșca, E. Timofti, L. Șavga., R. Perciun, G. Ulian, P. Tomița, V. Doga.

Sub aspect teoretic privind problema studiată este important de formulat o noțiune a managementului comercial în sectorul agro-alimentar. Astfel, *în accepțiune proprie, considerăm că managementul comercial în sectorul agro-alimentar reprezintă totalitatea proceselor de planificare, organizare, motivare și control al activităților de aprovizionare, marketing și vânzare a produselor agroalimentare, urmărind formarea și întreținerea relațiilor durabile cu principalii parteneri de afaceri (furnizori, clienți, intermediari etc.) pentru a satisface cerințele consumatorilor actuali și potențiali, în scopul obținerii unor beneficii majore.*

Pornind de la cele menționate mai sus, putem conchide că managementul comercial contribuie la creșterea eficienței prin îmbunătățirea calității deservirii, promovarea vânzărilor, elaborarea strategiilor, organizarea activității comerciale, coordonarea eforturilor angajaților în acest domeniu, antrenarea lor în luarea deciziilor și executarea unui control al eficienței organizației pe plan comercial.

Prin eficiența managementului comercial în sectorul agro-alimentar se înțelege integrarea tuturor activităților atât la nivelul entității, cât și la nivelul sistemelor manageriale pentru ca oferta să corespundă cu cererea pieței interne și externe în scopul obținerii unui surplus de eficiență economică și socială.

Pentru a putea aprecia eforturile managementului comercial și al membrilor echipei activității comerciale în întreprinderile agroalimentare, este necesar și oportun, în același timp, să se aplice un set de indicatori care ar determina eficacitatea și eficiența managerială.

Tabelul 1.1. Clasificarea indicatorilor de evaluare a eficienței economice a managementului comercial în sectorul agro-alimentar

Grupe de indicatori, inclusiv:	Nume indicator
La nivel microeconomic	Volumul producției fabricate; venitul din vânzări; productivitatea muncii; rentabilitatea comercială; indicele de satisfacere a cererii cumpărătorului; indicele satisfacerii serviciului vânzătorului; cota-parte de piață de desfacere absolută; cota-parte de piață relativă; cota-parte de piață specifică (servită).
La nivel mezoeconomic	Indicatorul avantajului comparativ relevant; indicatorul Bela Belassa; indicatorul lui Grubel; rata de acoperire; rata de penetrare pe piața internă.
La nivel macroeconomic	Coeficientul de concentrare Gini – Hirshman la export; coeficientul de concentrare Gini – Hirshmann la import; indicele reorientării geografice a importurilor; indicele reorientării geografice a exporturilor; ponderea valorică a exportului în valoarea PIB, %; ponderea valorică a importului în valoarea PIB, %; volumul exportului pe cap de locuitor.

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei [4, p. 18-35; 16, p.171-172; 20, p.29; 3, p.25; 20, p.29; 21; 18, 17].

Capitolul 2 „Aprecierea nivelului de dezvoltare a comerțului cu produse agroalimentare al Republicii Moldova” - include o analiză profundă a comerțului interior și exterior cu produse agroalimentare, sunt determinați indicatorii de eficientizare a sectorului agro-alimentar al Republicii Moldova în scopul îmbunătățirii relațiilor comerciale privind gestionarea piețelor externe. De asemenea, se acordă atenție deosebită factorilor care intervin în crearea obstacolelor privind comercializarea produselor pe plan extern. Totodată, se identifică importanța dezvoltării și promovării comerțului cu unele grupe de produse agroalimentare cu scopul de a dezvolta în continuare sectorul agro-alimentar. Abordând problema cercetării, a fost elaborată o analiză comparativă privind importanța sectorului agrar în produsul intern brut, pentru a aprecia poziția Republicii Moldova în comparație cu unele state membre din UE și CSI. Această comparație ne-a permis să determinăm noi provocări în perspectiva dezvoltării managementului comercial al sectorului agro-alimentar.

Sectorul agro-alimentar al Republicii Moldova prin cota sa în sistemul economiei naționale este reprezentativ datorită contribuției sale la formarea PIB. În pofida acestui fapt, analiza performanțelor întreprinderilor agroalimentare relevă totuși, că în timp ce numărul entităților agroalimentare denotă o tendință de creștere, valoarea investițiilor pe termen lung

precum și numărul salariaților antrenați în sectorul vizat înregistrează cote destul de reduse, iar evoluția acestuia este imprezvizibilă. Pe acest fundal, productivitatea muncii în agricultură rămâne a fi extrem de scăzută. În temeiul cercetărilor efectuate, putem menționa că diminuarea numărului salariaților și a volumului de investiții în sectorul agro-alimentar nu a făcut economia națională mai competitivă, ci doar a ajustat costurile de producție.

Tabelul 2.1. Evoluția numărului de agenți economici din sectorul agro-alimentar și performanțele obținute pe parcursul anilor 2005-2016

Indicatorii	A n u l							
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Numărul total de întreprinderi în SAA	3425	3721	3783	3846	4030	4224	4561	5113
Numărul de salariați	179678	107260	89014	85997	85685	82395	89712	80693
Venituri din vânzari, mil. lei	16864,6	21281,3	24432,2	24565,6	27337,6	29953,1	38215,2	37059,8
Total investiții mil. lei	1537,1	1695,5	2964	2970,1	3367,9	3508,8	3305,6	3044,1
Rezultatul financiar până la impozitare. Profit (+) Pierdere (-), mil. lei	605,7	1944	2302,4	313,3	438,9	877,6	-260	2298,8
Rentabilitatea comercială (%)	3,59	9,13	9,42	1,28	1,61	2,93	-0,68	6,20
Productivitatea muncii, mil. lei/salariat	0,094	0,198	0,274	0,286	0,319	0,364	0,426	0,459

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei [1].

Din datele prezentate în Tabelul 2.1, rezultă că activitatea sectorului agro-alimentar din Republica Moldova cuprinde trei clase componente: clasa A (agricultura, economia vânatului și silvicultura), clasa B (pescuitul, piscicultura) și clasa D industria prelucrătoare (dintre care numai industria alimentară și a băuturilor și fabricarea produselor de tutun). Iar calculele efectuate ne vorbesc că în sectorul agro-alimentar venitul din vânzări are o evoluție neuniformă pe parcursul perioadei analizate. Astfel, veniturile din vânzarea produselor au înregistrat o creștere în anul 2016, comparativ cu anul 2005, în sumă totală de 20192,2 mil. lei, cu excepția anului 2006, care a fost influențat de embargoul impus de Federația Rusă, și anul 2009 care a coincis cu criza mondială. În componența structurii veniturii din vânzări, aportul cel mai substanțial îi revine veniturilor obținute din clasa D, industria prelucrătoare (dintre care numai industria alimentară și

a băuturilor, și fabricarea produselor de tutun), cota căreia este predominantă, dar descrescătoare (de la 73,74% în anul 2005 la 61,09% în anul 2016) [10].

În capitolul 2, este expusă viziunea autorului asupra estimării comerțului interior cu produse agroalimentare și elucidării cadrului regulatoriu reprezentat de diferite legi și hotărâri ce reglementează sfera circulației produselor agroalimentare pe plan intern prin: Legea vânzării de mărfuri nr. 134 din 03.06.1994; Legea organizării și funcționării piețelor agricole și agroalimentare nr. 257 din 27.07.2006; Legea cu privire la produsele alimentare nr. 78 din 18.03.2004; Hotărârea Guvernului nr. 931 din 08.12. 2011 cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul; Hotărârea Guvernului nr. 966 din 18.10. 2010 cu privire la modul de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor spre comercializare; Hotărârea Guvernului nr. 1068 din 20.10.2000 cu privire recepționarea mărfurilor conform cantității și calității în Republica Moldova etc. Însă este complicat de analizat impactul lor real asupra evoluției comerțului interior cu produse agroalimentare, având în vedere că nu există un sistem instituțional responsabil de evidența comerțului intern sau, cel puțin, acesta nu este încă bine fundamentat.

Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova nu dispune la moment de o secțiune aparte care să vizeze comerțul interior cu produse agroalimentare, iar informațiile prezentate deseori sunt incomplete pentru a ne oferi efectuarea unei analize profunde în domeniul vizat.

În același timp, la ora actuală, practic nu există o bază de date performantă care să faciliteze colectarea, prelucrarea și analiza datelor, ce ar furniza informații cu privire la situația actuală a comerțului intern cu produse agroalimentare, și în cele din urmă ar contribui la perfecționarea diferitelor politici în domeniul respectiv. Luând în considerație aceste lacune, autorul a încercat totuși să prezinte evoluția comerțului interior cu produse agroalimentare al Republicii Moldova, apelând la caracteristici atât calitative, cât și cantitative.

Tabelul 2.2. Evoluția comerțului cu amănuntul al produselor alimentare în Republica Moldova pe anii 2005-2016

Indicatorul	A n u l							
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Valoarea vânzărilor de mărfuri cu amănuntul – total, mil. lei	11030,8	25096,5	32132,7	33707,1	39368,2	45972,0	42444,3	48517,0
din care: produse alimentare, mil. lei	3611,4	8049,2	9913,6	10958,1	13004,3	14004,1	15481,8	18164,9
Produse nealimentare, mil. lei	7419,4	17047,3	22219,1	22749,0	26363,9	31967,7	26962,5	30352,1

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei [1].

Din datele Tabelului 2.2, rezultă că volumul cifrei de afaceri la întreprinderile cu activitate principală de comerț cu amănuntul au înregistrat o majorare în prețuri comparabile de 4,4 ori, în anul 2016 față de 2005. În pofida creșterii prețurilor, valoarea vânzărilor cu amănuntul în prețuri curente, pentru produsele alimentare, cunoaște o tendință ascendentă pe parcursul perioadei analizate cu excepția anului 2009, unde vânzările de produse alimentare au scăzut comparativ cu anul precedent cu 36,9 mil. lei în valori absolute, iar cu 9,6% în valori relative. Creșterea prețurilor produselor generează deseori și diminuarea cererii, care ulterior afectează condițiile locale de livrare. În tabelul de mai jos, sunt prezentate livrările de produse vegetale și animaliere pe principalele segmente de piață.

Tabelul 2.3. Indicatori privind evoluția volumului și a structurii vânzărilor de produse vegetale și animaliere prin diverse canale de distribuție în Republica Moldova

Indicatorul	A n u l						
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vândut – total mii tone, inclusiv:	2837,7	2419,2	2371,3	1912,5	3126,4	3670,5	2638,4
• întreprinderilor și organizațiilor de colectări și prelucrare a producției agricole, mii tone	1074,1	1009,1	890	802,5	1791,9	2307,8	1319,1
• pe alte căi de comercializare (la piață, rețelei proprii de vânzare, prin tranzacții, barter), mii tone	1763,6	1410,1	1481,2	894,4	1334,5	1362,7	1319,3
Ponderele vânzărilor întreprinderilor și organizațiilor de colectări și prelucrare a producției agricole, %	37,85	41,71	37,53	41,96	57,32	62,87	50,00
Ponderele vânzărilor pe alte căi de comercializare (la piață, rețelei proprii de vânzare, prin tranzacții, barter), %	62,15	58,29	62,46	46,77	42,68	37,13	50,00

Sursa: Calculele autorului în baza sursei [1]

Analiza datelor din Tabelul 2.3 ne permite să concluzionăm că actualmente, în Republica Moldova, cele mai importante canale de distribuție a produselor vegetale și animaliere sunt:

- distribuția prin intermediul întreprinderilor și organizațiilor de colectări și prelucrare a producției agricole;
- distribuția prin intermediul pieței, rețelei proprii de vânzare, prin tranzacții sau barter [7].

Activitatea întreprinderilor pe parcursul anilor 2005–2015 este caracterizată negativ de diminuarea cantității vândute în perioada de referință 2015, comparativ cu anul 2005 cu 199,3 mii tone, la următoarele categorii de produse: lână (-70,5) tone, ouă alimentare (-96,6) mil. buc., tutun și legume (-5,1) mii tone și, respectiv, (-18,1) mii tone, struguri (-34,4) mii tone, cereale și leguminoase cu (-10,3) mii tone, sfeclă de zahăr (-267,7) mii tone, fructe, nuci și pomușoare (-3,5) mii tone. Trebuie de menționat că produsele vegetale și animaliere sunt comercializate prin canale de distribuție indirecte, unde participă mai mulți intermediari, iar fiecare intermediar își stabilește un venit suplimentar, care afectează, de regulă, prețul final al produsului. Prin această

formă de distribuție producătorii autohtoni sunt descurajați, deoarece își realizează producția la un preț redus, unde în unele cazuri nu acoperă cheltuielile suportate pentru procesul de producție. Acest factor influențează în mod direct și volumul vânzărilor de produse agroalimentare. Rezultatele obținute denotă că majorarea sau diminuarea volumului de producție agricolă sau industrială vândute în prețuri curente depinde de volatilitatea prețurilor pieței. Astfel dacă prețurile vor crește la producția finită, atunci întreprinzătorii sunt tentați să-și planifice volumul producției în funcție de prețurile curente.

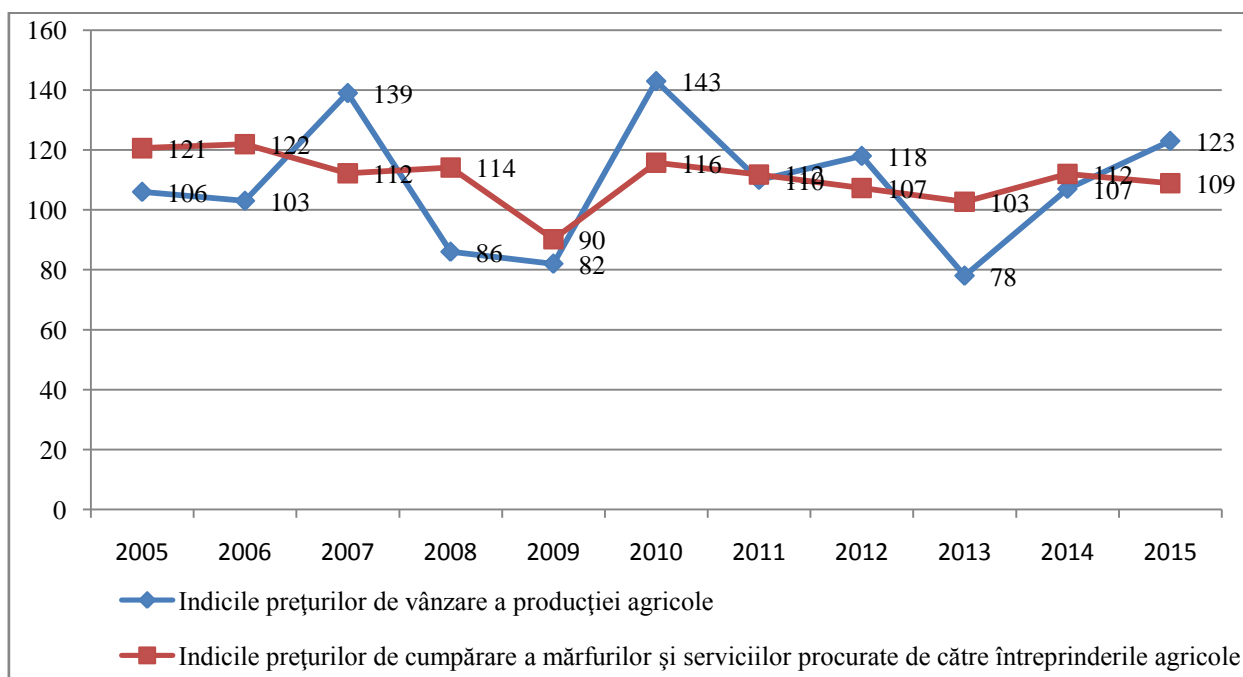


Fig.2.1. Indicii prețurilor de vânzare a producției agricole și indicele prețului de cumpărare a mărfurilor și serviciilor procurate de către întreprinderile agricole pe parcursul anilor 2005-2015 (%)

Sursa: Elaborată de autor în baza sursei [1].

Analizând prețurile la produsele agricole, observăm că acestea au crescut considerabil pe parcursul perioadei analizate, iar condițiile de comerț rămân a fi nefavorabile pentru fermierii din Republica Moldova. Totuși decalajul dintre evoluția indicelui prețurilor de vânzare a producției agricole și indicele prețului de cumpărare a mărfurilor și serviciilor procurate de către întreprinderile agricole este extrem de mare, iar în unele cazuri au afectat producătorii autohtoni pe piața internă [7].

Examinarea comerțului sub aspect calitativ demonstrează că persistă probleme care au o influență majoră asupra dezvoltării comerțului intern cu produse agroalimentare. Dintre acestea fac parte: prezența mărfurilor alimentare nesigure pe piața internă, încălcarea drepturilor consumatorilor, prețurile înalte de consum la produse/servicii utilizate de producătorii autohtoni, amplasarea neuniformă a unităților comerciale cu produse agroalimentare sau, în unele cazuri, și

prezența comerțului ilicit. În opinia noastră, pentru dezvoltarea economiei naționale și sporirea calității vieții populației, este absolut necesar ca autoritățile publice din Republica Moldova să-și direcționeze eforturile pentru stimularea producătorilor autohtoni, în special prin majorarea investițiilor în ramurile sectorului cu o valoare adăugată înaltă, precum și perfecționarea cadrului normativ privind comerțul intern cu produse agroalimentare în corespundere cu practica europeană. Iar în cele din urmă, considerăm că aceste măsuri vor impulsiona pe viitor dezvoltarea comerțului cu produse agroalimentare atât pe plan intern, cât și extern, având ca tendință integrarea Republicii Moldova în fluxurile comerciale internaționale.

Abordând problema cercetării, autorul acordă o atenție deosebită dezvoltării și promovării comerțului pe plan extern pentru stabilirea importantelor modificări de structură și dinamică în scopul determinării unor noi provocări în perspectiva dezvoltării managementului comercial.

Tabelul 2.4. Indicatori de potențial și deschidere comercială, Sectorul agro-alimentar al Republicii Moldova, perioada 2005-2016

Indicatori	2005	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total export de produse agroalimentare, mii USD	582715	917103	878881	1015546	1065358	914500,3	955546,1
Total import de produse agroalimentare, mii USD	279575	687785	743340	783796	719326	586552,8	608048,5
Balanța comercială mii, USD	303140	229319	135541	231750	346032	327947,5	347497,6
Ponderea exportului de produse agroalimentare, din exportul total al RM, %	53,42	41,37	40,65	41,82	45,54	46,49	46,72
Ponderea importului de produse agroalimentare, din importul total al RM, %	12,20	13,25	14,26	14,27	13,53	14,71	15,12
Ponderea exportului de produse agroalimentare / PIB, %	19,50	13,07	12,06	12,72	13,34	13,96	14,16
Ponderea importului de produse agroalimentare / PIB, %	9,36	9,80	10,20	9,82	9,01	8,95	9,01
Gradul de deschidere a economiei EX(PAA)+IM(PAA)/PIB, %	28,86	22,88	22,27	22,53	22,36	22,91	23,17

Sursa: Calculele autorului în baza sursei [1].

Perioada de după aderarea Moldovei la OMC a fost caracterizată prin liberalizarea comerțului exterior. Pe acest fundal, putem menționa că ritmul de creștere al exporturilor de produse agroalimentare a depășit ritmul de creștere al importurilor, generând un sold pozitiv al balanței comerciale pe parcursul perioadei analizate, de la 303,1 mil. USD în anul 2005, până la 347,5 mil. USD în anul 2016, excepție fiind numai în anul 2008. Acțiunile întreprinse de exportatorii autohtoni au determinat performanțe slabe, iar majorarea exporturilor a fost bazată în

mare parte pe produse tradiționale pe piețele tradiționale. Cel mai important moment este faptul că exporturile produselor agroalimentare sunt dependente de piețele tradiționale, dar și de produsele tradiționale. Exportul de produse agroalimentare, abordat pe grupe de țări, denotă că datorită embargourilor impuse Republicii Moldova de către Federația Rusă, a fost determinată o concentrare excesivă a exporturilor agroalimentare în anul 2016 pe piața europeană cu o pondere de 56,81%, alte țări cu 24,72%, iar țărilor CSI revenindu-le numai 18,39%. În structura exporturilor de produse agroalimentare rezultate din activitățile agricole pentru anul 2016, ponderea principală i-a revenit mărfurilor din secțiunea „Produse ale regnului vegetal” cu o cotă de 25,9% [9; 11].

În capitolul 3 „Modalități de eficientizare a managementului comercial în sectorul agro-alimentar al R. Moldova” se prezintă o viziune a autorului asupra rolului statului pentru perfecționarea politicilor în susținerea întreprinzătorilor agroalimentari, se reliefează problemele producătorilor autohtoni ce vizează gestionarea comercializării produselor agroalimentare atât pe piața internă, cât și pe cea externă și se propun modalități de eficientizare a managementului comercial prin abordarea sistemică a sectorului agro-alimentar.

Capitolul face referință la cadrul strategic național care, în opinia autorului, se atribuie la strategiile de dezvoltare și programele de susținere și promovare a comerțului. În acest context, pentru a facilita procesul de comercializare a produselor agroalimentare, au fost elaborate mai multe strategii, acte normative, politici, programe conform standardelor UE pentru a spori competitivitatea acestora atât pe plan intern, cât și extern. Principalele acțiuni se referă la: transparență, reducerea costurilor de eliberare a autorizațiilor, simplificarea procedurii de licențiere, reducerea costurilor și a duratei pentru procedurile de import și export etc. Totuși, în pofida acțiunilor întreprinse de organele instituționale, contribuția statului este insuficientă pentru susținerea sectorului agro-alimentar, iar această concluzie este confirmată și de rezultatele sondajului realizat.

În scopul de a determina problemele și dificultățile cu care se confruntă întreprinderile din sectorul agro-alimentar în activitatea comercială, pe care o desfășoară în condiții de instabilitate a mediului de afaceri, autorul a realizat o investigație pe un eșantion de 190, întreprinderi care produc și unele dintre ele care exportă produse agroalimentare. La cercetarea care a fost realizată, ponderea primordială dintre participanți au constituit-o fondatorii companiilor, ce produc produse agroalimentare. Cercetările s-au efectuat în toate zonele Republicii Moldova, inclusiv în diferite raioane și sate. Întrebările din cadrul chestionarului au fost structurate în următoarele compartimente - comerț, management, informație generală despre întreprindere.

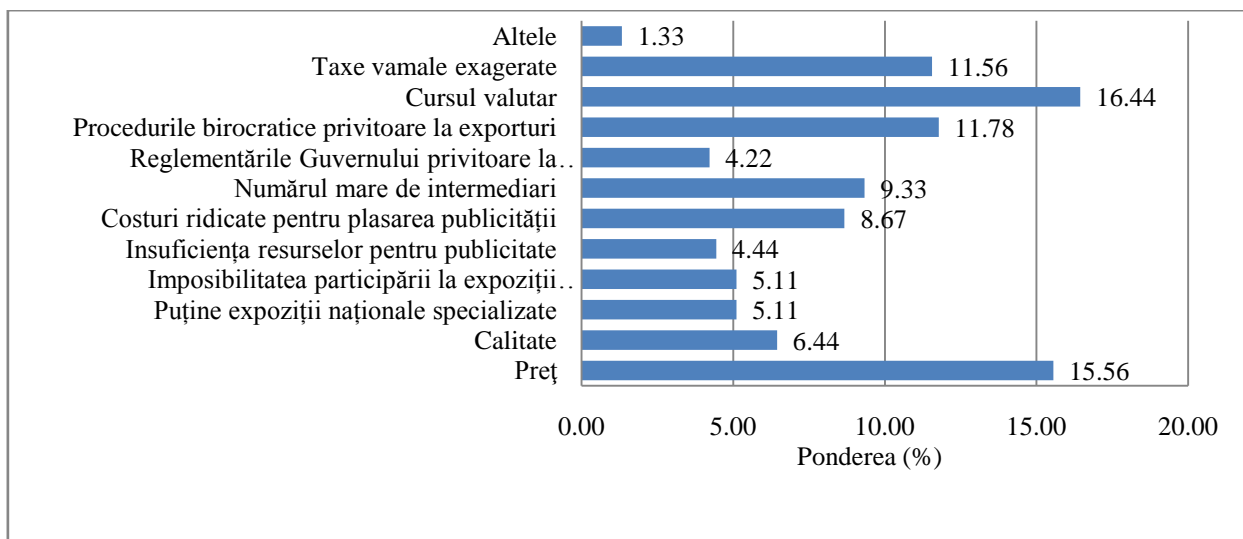


Fig. 3.1. Obstacolele întâmpinate de respondenți în desfășurarea activității de desfacere
Sursa: Elaborat de autor.

Din datele prelucrate, în urma analizei sondajului, menționăm că principalele obstacole în activitatea de desfacere, pe care le întâmpină antreprenorii autohtoni la ora actuală, este cursul valutar, ce alcătuiește 16,44%, prețul, cu o cotă de – 15,56 1%, procedurile birocratice – 11,78%, taxele vamale exagerate – 11,56%, costurile ridicate pentru plasarea publicității – 8,68%, nivel de calitate și profitabilitatea scăzută – 6,44%. Printre alte obstacole, stabilite de respondenți, sunt: instabilitate, preț ridicat la materie primă, impozite, concurenții, reglementările Guvernului la export, neimplicarea autorităților locale etc. De asemenea, sondajul realizat a scos în evidență și principalele probleme cu care se confruntă întreprinderile autohtone în scopul pătrunderii pe piața externă. Printre acestea se enumeră: concurența – este cea mai considerabilă problemă, specificată de 55,9% dintre respondenți, inclusiv de întreprinderile autohtone, cerințele față de certificare, impuse de către importatori, creează probleme pentru 47,6% din exportatorii autohtoni intervievați. Pe următoarea poziție se plasează procedurile vamale cu 44,1%. Lipsa informației cu privire la piețele de desfacere – 40% din respondenți. Studiul efectuat a relevat și constrângeri vizavi de standardele private ale cumpărătorilor internaționali, precizată de 21,8% dintre respondenți. Pătrunderea dificilă pe piața externă este legată și de dificultățile ce țin de comunicare și de cultură pentru 10,6% din persoanele participante la sondaj, în special a celor care tind spre piața din UE. Printre alte probleme suplimentare stabilite de exportatori se enumeră: restricții la produsele autohtone, proceduri de intrare pe piață, lipsa unei colaborări eficiente cu alte țări, absența unor producători la expoziții, insuficiența cantității necesare pentru export, sau cazul unor gospodării țărănești care nu au nevoie de a pătrunde pe piața externă.

Luând în considerație problemele cu care se confruntă producătorii, dar și lipsa cunoștințelor în domeniu, se propune ca sectorul agro-alimentar să fie într-o interacțiune

complexă cu mediul academic. Implicarea activă a universităților în mediul de afaceri din sectorul vizat va susține întreprinderile cu programe de perfecționare, cu studii care să vizeze pregătirea managerilor, asigurarea cu personal calificat, dar și informarea managerilor cu privire la tendințele progresului tehnico-științific. Această colaborare, va contribui la sporirea performanțelor și a competitivității firmelor autohtone.

În scopul creșterii competitivității firmelor, sectorul agro-alimentar necesită să fie abordat sau analizat sistemic. Un sistem eficient trebuie să cuprindă trei sectoare: (1) – agricultura; (2) – procesarea materiei prime agricole; (3) – comercializarea produselor agroalimentare (Fig.3.2). Produsele agroalimentare ajunse în sectorul comercial au un „trend” prin trei sectoare: Agricol; de Procesare a materiei prime agricole; Comercial. Săgețile de la „stânga spre dreapta” constituie conexiunile directe, iar cele de la „dreapta la stânga” reprezintă conexiunile inverse. Fiecare sector din cele trei este condus de managerii respectivi R_1, R_2, R_3 și managerii r, r_2, r_3 , progresul tehnic, tehnologic în agricultură, în procesare a materiei prime agricole, în comercializare a produselor agroalimentare. Iar fiecare bloc $S_1, S_2, S_3; R_1, R_2, R_3; r_1, r_2, r_3$, constituie operatori care transformă „intrările” în „ieșiri”. Activitățile operatorilor pot fi cuantificate și exprimate analitic în figura 3.2.

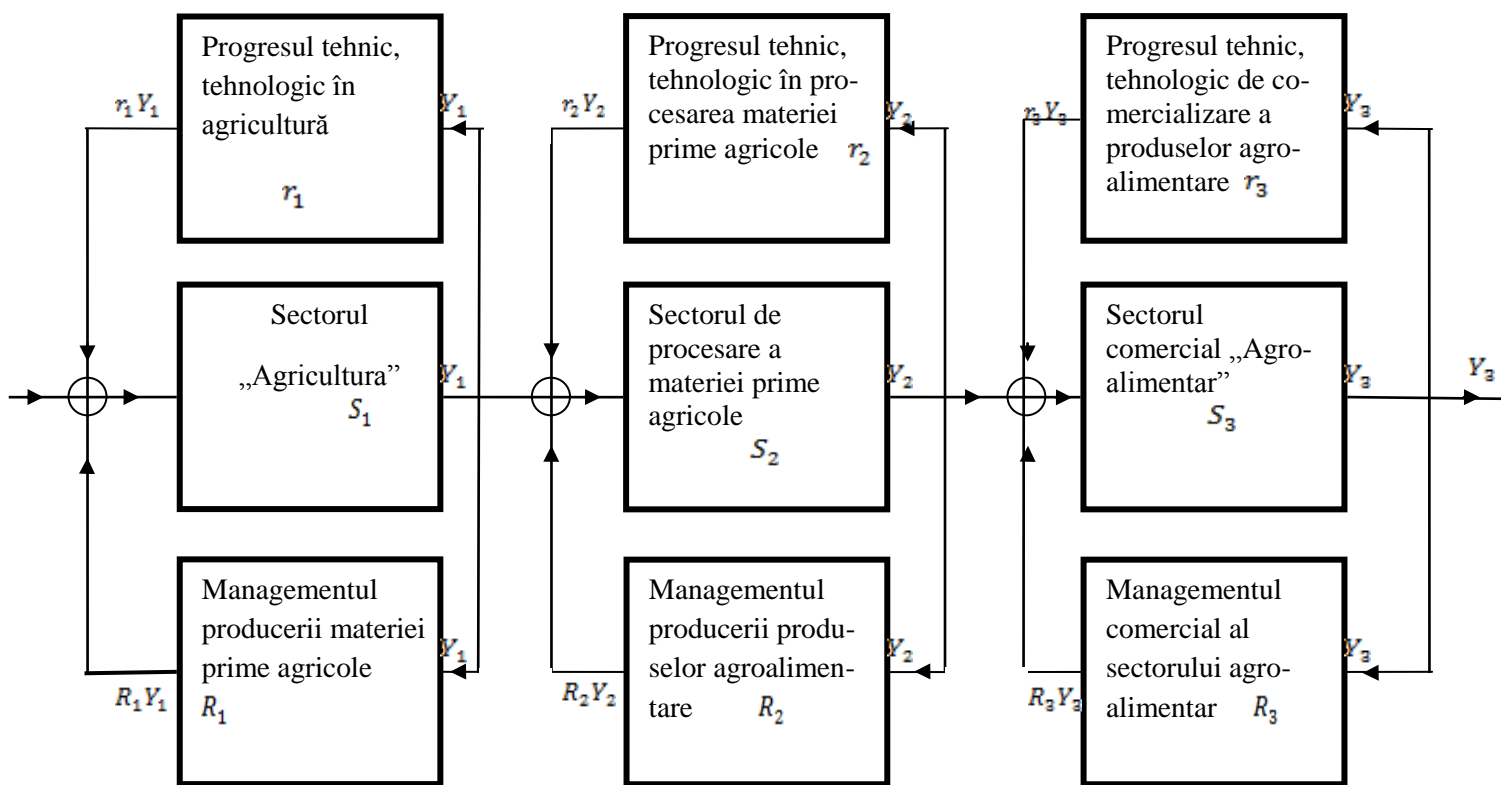


Fig.3.2. Schema-bloc „Interpretarea cibernetică a sectoarelor producătoare de produse agroalimentare”

Sursa: Elaborată de autor.

În Figura 3.2, sistemul S_1 , operatorul este reglat de doi operatori R_1 și r_1 . Să facem calculul operatorilor S_1, R_1, r_1 . Rezultatul general al unui asemenea sistem de reglare poate fi scris sub forma unei singure transformări. Notăm transformările acestea prin R_1, Y_1 și $r_1 Y_1$.

$$\text{Deci } Y_1 = S_1(X + R_1 Y_1 + r_1 Y_1); Y_1 = S_1 X + S_1 R_1 Y_1 + S_1 r_1 Y_1. \quad (1)$$

$$\text{de unde } Y_1(1 - S_1 R_1 - S_1 r_1) = S_1 X. \quad (2)$$

$$Y_1 = \frac{1}{1 - S_1(R_1 + r_1)} \cdot S_1 X. \quad (3)$$

$$\text{Similar determinăm } Y_2 = \frac{1}{1 - S_2(R_2 + r_2)} \cdot S_2 Y_1. \quad (4)$$

$$Y_3 = \frac{1}{1 - S_3(R_3 + r_3)} \cdot S_3 Y_2. \quad (5)$$

de unde obținem:

$$Y_3 = \frac{S_3}{(-S_3(R_3 + r_3))} \cdot \frac{S_2}{(-S_2(R_2 + r_2))} \cdot \frac{S_1}{(-S_1(R_1 + r_1))} \cdot X \quad (6)$$

Deci, în concluzie, putem afirma că succesele managementului comercial sunt determinate nu numai de către operatorii R_3 și r_3 , dar și de către operatorii (sistemele manageriale) din sectorul de procesare a materiei prime agricole, precum și cel din sectorul agriculturii. Iar ca rezultat, deciziile adoptate pot fi utile la elaborarea diferitelor politici și strategii care au drept scop creșterea nivelului competitivității sectorului agro-alimentar și maximizării valorii exportului cu produse agroalimentare [12].

Valoarea producției agroalimentare exportate este un indicator important al eficienței managementului comercial. Pentru factorii decidenți din cadrul entităților economice, precum și pentru guvernanți, este important ca acest indicator să înregistreze un trend ascendent. Evoluția exportului de produse agroalimentare este influențată de un șir de factori interni și externi, de natură diferită: economică, politică, financiară ș.a. Pentru a da o apreciere tendinței de evoluție a exportului de produse agroalimentare din Republica Moldova, au fost colectate date privind exporturile de produse agroalimentare pentru perioada 2005 – 2016. Evoluția exportului de produse agroalimentare în perioada indicată din Republica Moldova are un caracter variabil, cu o tendință specifică, care poate fi exprimată cu ajutorul modelelor statistice.

Metodologia aplicată în lucrare s-a bazat pe modelul regresiei liniare multifactoriale. Prin estimări econometrice au fost determinate corelațiile dintre diferiți factori și variabila dependentă – exportul de produse agroalimentare – considerată caracteristica reprezentativă a comerțului exterior al Republicii Moldova.

În contextul dat, am considerat necesar identificarea factorilor de influență asupra evoluției exporturilor de produse agroalimentare și efectuarea calculelor necesare în justificarea includerii acestora într-un model econometric multifactorial pentru previziunea evoluției acestora. Din

multitudinea de factori considerați relevanți pentru cercetarea evoluției exportului de produse agroalimentare, exprimat în lei moldovenești, au fost selectați la etapa inițială nouă factori de natură economică și financiară. Demersul științific a fost îndreptat spre următorii factori independenți: valoarea producției agricole obținute, valoarea producției alimentare fabricate, valoarea investițiilor în active imobilizate (pe termen lung) efectuate în sectorul agro-alimentar, efectivul de personal angajat în sectorul agro-alimentar, indicii prețurilor la bunurile și serviciile achiziționate de către întreprinderile agricole, indicii prețurilor de consum al produselor alimentare pe piața internă, indicii prețurilor de vânzare a produselor agricole, cursul de schimb valutar al leului moldovenesc față de dolarul SUA, rata anuală a inflației. După prelucrarea celor nouă factori nominalizați supra prin metodele statistice corespunzătoare și testarea acestora după un șir de criterii (eroarea aproximării (\bar{A}), coeficientul de elasticitate (E) și coeficientul de determinație (R^2), autocorelație, t -student, testul (F), au fost selectați doar patru factori de natură financiară, care determină modelul dat, fapt confirmat de testele evaluării calității modelului. Valorile factorilor selectați și cele ale factorului rezultativ (exporturile de produse agroalimentare) sunt prezentate în Tabelul 3.1.

Tabelul 3. 1. Date inițiale pentru elaborarea modelului econometric multifactorial, perioada 2005 – 2016

Anul	Exportul de produse agroalimentare, mil. lei	Indicii prețurilor de consum al produselor alimentare, %	Indicii prețurilor de vânzare a producției agricole, în % față de anul precedent	Cursul de schimb al leului moldovenesc în raport cu USD	Rata anuală a inflației, %
n	Y	X1	X2	X3	X4
2005	6506,682	113,7	106	12,6003	11,8
2006	7652,157	109,1	103	13,1319	12,9
2007	5622,614	111	139	12,1362	12,1
2008	5259,276	115,6	86	10,3895	12,9
2009	6612,428	94,4	82	11,1134	-0,1
2010	7478,466	105,7	143	12,3663	7,4
2011	8593,960	108,4	110	11,737	7,6
2012	11108,136	103,8	118	12,1122	4,6
2013	11065,728	106,6	78	12,5907	4,6
2014	14257,047	106,5	107	14,0388	5,1
2015	20045,882	109,8	123	18,8161	9,7
2016	18220,321	107,4	97	19,9238	6,4

Sursă: Elaborat de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică (www.statistica.md) și ale Băncii Naționale a Moldovei (www.bnm.md).

Ipotezele care au stat la baza acestui model sunt următoarele:

1. Exportul de produse agroalimentare este influențat și depinde de indicii prețurilor de vânzare a produselor agricole.

2. Exportul de produse agroalimentare este influențat și depinde de indicii prețurilor de consum al produselor alimentare pe piața internă.
3. Exportul de produse agroalimentare este influențat și depinde de cursul de schimb valutar dolar/leu.
4. Exportul de produse agroalimentare este influențat și depinde de rata anuală a inflației.

Pentru analiza datelor, autorul a utilizat instrumentarul statistic de analiză, iar aplicarea modului *Data Analysis* în *Excel* a permis elaborarea modelului de regresie liniară multifactorială, în care factorul rezultativ este valoarea exportului de produse agroalimentare (Y), iar factorii (x_i) sunt cei patru nominalizați mai sus:

- indicii prețurilor de consum al produselor alimentare (x_1);
- indicii prețurilor de vânzare a produselor agricole (x_2);
- cursul de schimb valutar MDL/USD (x_3);
- rata anuală a inflației (x_4).

În rezultatele analizei statistice de regresie s-au obținut următorul model multifactorial de regresie:

$$Y = -47,809 + 0,403X_1 + 0,01189 X_2 + 1,4526 X_3 - 0,7765 X_4 \quad (7)$$

Acest model ne va permite să estimăm influența unor factori determinanți ai dinamicii comerțului extern al sectorului agro-alimentar, precum și cadrul de verificare empirică a celor patru ipoteze enunțate mai sus.

Interpretarea parametrilor modelului de regresie multifactorială au scos în evidență măsura în care fiecare dintre variabilele factoriale incluse în model pot fi considerați determinanți ai exportului produselor agroalimentare, putând oferi managerilor entităților posibilitatea să aleagă varianta optimă pe care dorește să o utilizeze în analiza evoluției exportului produselor agroalimentare [22].

În ultimul timp, se remarcă tendința statului de a întreprinde diverse măsuri în scopul de a dezvolta sectorul agro-alimentar indicat în diverse politici sau strategii. Printre acestea se enumeră:

- oferirea de stimulente financiare necesare la formarea asociațiilor și stabilirea unor angajamente cu piețele;
- preluarea și implementarea sistemului de calitate și control al Uniunii Europene pe piața fructelor și legumelor;
- facilitarea creării, recunoașterii și funcționării grupurilor de producători agricoli;

- creșterea capacităților producătorilor agricoli în domeniul valorii adăugate și a marketingului produselor agroalimentare;
- elaborarea și promovarea cadrului normativ-legal privind instituirea Fondului de garantare a creditelor agricole;
- dezvoltarea și promovarea sistemului de agricultură ecologică;
- fermierii au posibilitatea ca, o perioadă de 5 ani, să prezinte produsele lor la 18 târguri și expoziții internaționale din Europa și Asia (cu suportul Proiectului de Competitivitate Agricolă (ACED) al USAID);
- instruirea fermierilor în cadrul unui program intensiv de asistență tehnică și training, ceea ce le-a permis să investească în capacitățile de producție și postrecoltare etc.

Pentru dezvoltarea, dar și eficientizarea sectorului agro-alimentar, lista poate fi completată cu unele *recomandări*:

1. elaborarea unei strategii naționale de dezvoltare a sectorului agro-alimentar pentru perioada 2020-2030;
2. promovarea mai intensă a mărcilor locale pe piața din UE;
3. creșterea subvențiilor fermierilor pentru construirea și modernizarea spațiilor de păstrare a produselor;
4. inițierea unor parteneriate între fermieri/producători și mediul academic;
5. substituirea tehnologiilor „tradiționale” cu tehnologii moderne;
6. întreprinderea unor acțiuni pentru sporirea gradului de acoperire a consumului de alimente din producția internă în concordanță cu volumul producției sectorial și stimularea exportului de produse ecologic pure ș.a.

O privire retrospectivă asupra dezvoltării sectorului agro-alimentar ne sugerează că acestea au avut un impact redus asupra dezvoltării sectorului de până acum. Atare lucru se explică prin instrumentele slabe aplicate de minister, care, în fond, au fost insuficiente pentru rezolvarea problemelor producătorilor autohtoni. În baza sondajului realizat, a fost sesizat că producătorii autohtoni din sectorul agro-alimentar se confruntă cu diverse probleme care, în cele din urmă, au condus la obținerea pierderilor financiare. Suntem conștienți de faptul că obținerea pierderilor, sau câștigurilor de către întreprinderi, este dirijată de conjunctura cererii și ofertei de pe piață. În acest caz, sunt necesare măsuri care să conducă la susținerea întreprinzătorilor agroalimentari, ca să obțină acces mai ușor și liber pe piața națională și internațională. Considerăm că o variantă de soluționare a problemelor privind comercializarea produselor agroalimentare în Republica Moldova ar fi formarea Asociației Naționale de Comerț care va realiza produsele agroalimentare printr-un brand unic, specific sectorului analizat.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

În urma cercetărilor teoretice și practice efectuate, pot fi trase următoarele concluzii:

1. În literatura de specialitate nu este redată o claritate în definirea terminologică privind esența managementului comercial pentru întreprinderile agroalimentare. În opinia noastră, *managementul comercial în sectorul agro-alimentar reprezintă totalitatea proceselor de planificare, organizare, motivare și control al activităților de aprovizionare, marketing și vânzare a produselor agroalimentare, urmărind formarea și întreținerea relațiilor durabile cu principalii parteneri de afaceri (furnizori, clienți, intermediari ș.a.) pentru a satisface cerințele consumatorilor actuali și potențiali, în scopul obținerii unor beneficii majore* [12 p30].

2. Abordările conceptuale expuse de către diferiți autori presupun că managementul comercial este acea subramură a managementului, care studiază procesele și relațiile de management din întreprinderile comerciale, în vederea identificării sistemelor, metodelor și tehnicilor de conducere menite să asigure creșterea eficienței activității [12, p.29].

3. Dezvoltarea managementului comercial este posibilă nu numai în condițiile formării și dezvoltării cunoștințelor și aptitudinilor manageriale, dar și în procesul de stabilire a prețurilor, al reglementării pieței și dezvoltării relațiilor comerciale creând premise pentru dezvoltarea comerțului exterior cu produse agroalimentare [15].

4. Managementul comercial în sectorul agro-alimentar, în unele cazuri, în Republica Moldova nu este întodeauna argumentat științifico-practic. Iar în bibliografia științifico-practică la această temă el este tratat într-un mod simplist.

5. Datele evidenței analitice în sectorul agro-alimentar demonstrează că numărul întreprinderilor din acest sector înregistrează o tendință de creștere cu 1688 de unități în anul 2016 comparativ cu anul 2005, în pofida faptului că productivitatea muncii întreprinderilor sectorului investigat este destul de redusă, de cca 0,46 mil. lei/ salariat pentru anul 2016 [10].

6. Reducerea numărului de salariați în sectorul agro-alimentar de 2,23 ori nu a făcut economia națională mai competitivă, ci doar a ajustat costurile de producție. Ocuparea forței de muncă în sectorul agro-alimentar al Republicii Moldova rămâne a fi în continuare una importantă, fiind totuși în declin.

7. Analiza comerțului pe plan intern relevă faptul că sub aspect calitativ acesta se confruntă cu probleme majore care influențează dezvoltarea comerțului intern cu produse agroalimentare, cum ar fi: comerțul ilicit, prezența produselor nesigure, prețuri înalte la consum de produse sau servicii utilizate de producătorii autohtoni ș.a. [7 p.125].

8. Cadrul strategic național privind gestionarea comerțului cu produse agroalimentare este pe alocuri confuz, iar instituțiile responsabile pentru implementarea măsurilor nu au atribuții depline.

9. Rezultatele obținute privind analiza comerțului exterior cu produse agroalimentare al Republicii Moldova demonstrează un sold pozitiv al balanței comerciale pe parcursul perioadei analizate, cu excepția anului 2008. Iar impactul embargourilor impuse de Federația Rusă a determinat o concentrare excesivă a exporturilor agroalimentare pe piața europeană [6].

10. Lipsa unei piețe de desfacere, diminuarea investițiilor, dar și creșterea costurilor de producție, în același timp, a condus ca Republica Moldova să nu mai fie atractivă din punctul de vedere al sectorului agro-alimentar, dar să fie dependentă tot mai mult de produsele din import.

11. Rezultatele chestionarului au permis să constatăm că principalele obstacole în calea dezvoltării managementului comercial din sectorul agro-alimentar sunt: cererea insuficientă sau instabilă pe piață, condițiile de creditare, corupția, restricțiile impuse de către statele membre, lipsa piețelor de desfacere, birocrăția etc. [14].

12. Managementul comercial în sectorul agro-alimentar: este o continuare a managementului sectorului agricol al industriei procesatoare, iar Sectorul 3 – „comercial” contribuie nu numai la comercializarea produselor agroalimentare, dar și poate identifica cererea în profilul produselor agroalimentare, în funcție de calitatea și prețul de comercializare a acestora.

Soluționarea problemei științifică importantă în domeniul de cercetare – constă în fundamentarea științifică și conceptual – metodologică a managementului comercial în sectorul agro-alimentar, fapt care a determinat necesitatea abordării sistemice a managementului comercial și identificarea problemelor producătorilor autohtoni în procesul de comercializare a produselor agroalimentare conducând la elaborarea algoritmului de eficientizare a acestuia.

Soluționarea problemei științifice a condus la concluzia că sectorul agro-alimentar poate fi eficientizat prin intermediul următoarelor **recomandări**.

În vederea eficientizării managementului comercial în sectorul agro-alimentar, **se recomandă producătorilor:**

1. Aplicarea sistemului de indicatori pentru evaluarea eficienței economice a managementului comercial sistematizați de către autor.

2. Aplicarea prețurilor discriminatorii în funcție de elasticitatea cererii. Pe lângă avantajele economice obținute de producător, o asemenea politică de preț va soluționa și unele probleme cu caracter social.

3. Înlocuirea tehnologiilor existente tradiționale cu tehnologii performante sau inovative.

4. Utilizarea modelului matematic pentru creșterea vânzărilor prin stimularea cererii (atragera clientelei).

Recomandări pentru Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului al RM

5. În vederea eficientizării sectorului agro-alimentar, este necesar ca managementul comercial să fie abordat sistemic, în profilul celor trei sectoare: agricultura, industria de procesare și sectorul comercial. Acest obiectiv va putea fi realizat prin elaborarea și implementarea de către Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului al RM a unei strategii naționale de dezvoltare a sectorului agro-alimentar pe perioada 2020-2030, privind promovarea învățământului tehnic și profesional agricol de înaltă calitate [12].

6. Pentru fundamentarea strategiei naționale de dezvoltare a sectorului agro-alimentar pe perioada 2020-2030, se recomandă aplicarea sistemului de indicatori privind evaluarea eficienței managementului comercial la nivel de sector.

7. Elaborarea unui proiect care presupune acordarea unor plăți anuale fixe pe parcursul a 5 ani pentru agricultorii în vârstă care-și vând sau își închiriază terenurile. Acest proiect ar avea drept scop încurajarea tinerilor ca să se implice în agricultură, deoarece sunt mult mai receptivi la asociere, la aplicarea noilor tehnologii, dar și la problemele care ar asigura protecția mediului.

8. Întreprinderea unor acțiuni pentru sporirea gradului de acoperire a consumului de alimente din producția internă în concordanță cu volumul producției sectoriale și stimularea exportului de produse agroalimentare ecologic pure.

9. Sprijinirea cu investiții financiare a întreprinderilor pentru modernizarea activității de procesare și păstrare a produselor agricole, sau dezvoltarea rețelelor comerciale, care să contribuie la satisfacerea cerințelor pieței și la sporirea calității produselor autohtone.

10. Înființarea unor structuri teritoriale de consultanță care vor oferi consiliere micilor producători pe probleme cu referire la: planificarea afacerii, marketing, tehnologiile de prelucrare a producției agricole, accesarea și valorificarea fondurilor, granturilor de la organizații naționale și internaționale.

11. Aplicarea modelului econometric multifactorial, care poate fi un instrument util pentru managerii întreprinderilor agroalimentare care ar permite să prognozeze și să gestioneze veniturile pe termen lung, iar pentru persoanele decidente din structurile guvernamentale va fi un mecanism utilizat în procesul de gestiune și fundamentare a strategiilor economice [22].

12. Pentru reducerea numărului de întreprinderi ce obțin pierderi și în scopul susținerii, promovării producătorilor din Republica Moldova pe piețele externe, se propune crearea unei Asociații de Comerț care va realiza produse printr-un brand unic la nivel de sector [14, p.176].

BIBLIOGRAFIE

1. Anuarul statistic al Republicii Moldova 2006-2013, Comerțul exterior, prețuri, agricultură. Chișinău, 2014. 558 p.
2. Babii L. Teoria și practica sporirii eficienței economice a potențialului productiv viti-vinicol. Autoref. tezei de dr. bab. în șt. economice. Chișinău, 2006. 46 p.
3. Balanuță V. Analiza gestionară. Chișinău: Combinatul Poligrafic, 2003. 120 p.
4. Cristache Silvia-E. Metode statistice de calcul și analiză a eficienței în comerț. București: ASE, 2003. 314 p.
5. Danciu V. Tranzacții comerciale internaționale: concept, mecanisme și practici moderne. București: ASE, 2012. 209 p.
6. Diaconu T. Considerente cu privire la comerțul exterior al Republicii Moldova cu produse agro-alimentare. În: Revista științifică didactică „Economica”, 2015, nr.2(92), p. 28-36.
7. Diaconu T, Diagnosticul situației comerțului interior cu produse agroalimentare în Republica Moldova și priorități de dezvoltare. În: MOLDOSCOPIE (Probleme de analiză politică), 2017, nr.3 (LXXVII), p. 120-128.
8. Diaconu T. Analiza funcțiilor managementului comercial în întreprinderile din sectorul agro-alimentar. În: Conf. Șt. Internaț. „Paradigme moderne ale economiei și antreprenoriatului inovativ”. Chișinău: CEP USM, 2017, p. 86-92.
9. Diaconu T. Analiza schimburilor comerciale ale Republicii Moldova cu UE și perspectivele semnării acordului ZLSAC (Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător). În: Studia Universitas Moldaviae, seria Științe economice, 2014, nr. 7(77), p. 130-138.
10. Diaconu T. Analiza-diagnostic a întreprinderilor din sectorul agro-alimentar și performanțele acestora. În: Revista științifică didactică „Economica”, 2015, nr.4 (94), p. 22-32.
11. Diaconu T., Covalschi T. Aprecierea poziției Republicii Moldova privind relațiile comerciale internaționale în cadrul politicii europene și partenerialului estic și impactul acestora asupra economiei naționale. În: Conf. Șt. Internaț.: „Țările post-sovietice între UE și Federația Rusă - analiza circumstanțelor specifice și tendințelor politice”, Chișinău: CEP USM, 2016, p. 238-247.
12. Diaconu T., Mironov S. Aspecte conceptuale privind tratarea sistemică a managementului comercial cu produse agroalimentare. În: Revista științifică didactică: „Economica”, 2017, nr.3 (101), p. 28-38.
13. Diaconu T., Mironov S. Evoluția comerțului exterior al Republicii Moldova: reflecții, concluzii. În: MOLDOSCOPIE (Probleme de analiză politică), 2017, nr.3 (LXXVII), p. 171-181.
14. Diaconu T., Mironov S. Sectorul agro-alimentar din Republica Moldova: probleme și soluții. În: Studia Universitatis Moldaviae, 2017, nr.2(102), p.170-176.
15. Diaconu T., Pascari L. Căi de eficientizare a managementului comercial în sectorul agro-alimentar. În: Studia Universitatis Moldaviae, 2017, nr.2 (102), p.170-176.
16. Ganea V. Economia comerțului. Chișinău: IRIM, 2009. 220 p.
17. Lisandru N., Lisandru A. Management în comerț. București:ASE, 1995. 162 p.
18. Popescu A. ș.a. Comerț intern și internațional. București: Dominor, 2010. 300 p.
19. Press M. Priorités dans le management des projets commerciaux. București: Colloque, 2001. 54 p.
20. Roșca P. Relații economice internaționale. Chișinău: Centrul Editorial ULIM, 2002. 280 p.
21. Stoian I. Comerț internațional: strategii elemente de bază ale comerțului internațional. Vol.II. București: Caraiman, 2008. 153 p.
22. Cojocaru M., Diaconu T. Determinants of the growth of export of agricultural products in the Republic of Moldova. In: Inter. Conf. „Agriculture for Life, Life for Agriculture”, Book of Abstracts - Section 7 „Management and economics of rural areas”. Bucharest: UASVM, 2018, p. 16.
23. Бланк И.А. Торговый менеджмент. К: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. 408 с
24. Николаева Т.И. Менеджмент в торговле: Учебное пособие, Москва, Кнорус, 2006. 320 с.
25. Сорокина М.В. Менеджмент в торговле: Учеб. пособие. СПб.: Издательский дом „Бизнес-пресса”, 2004. 480 с.

PUBLICAȚII LA TEMA TEZEI

1. Articole publicate în reviste recenzate, categoria B

- 1.1 Diaconu T. Considerente cu privire la comerțul exterior al Republicii Moldova cu produse agroalimentare. In: Revista științifică didactică: Economica. 2015, Nr.2(92). p.28-35. (0,46 c.a.).
- 1.2 Diaconu T. Analiza-diagnostic a întreprinderilor din sectorul agroalimentar și performanțele acestora. In: Revistă științifică didactică: Economica. 2015, Nr.4(94). p. 22-31. (0,58 c.a.).
- 1.3 Diaconu T., Mironov S. Sectorul agroalimentar din Republica Moldova: probleme și soluții. In: Studia Universitatis Moldaviae, 2017, nr.2(102) p.170-176. (0,62 c.a.).
- 1.4 Diaconu T., Pascari L. Căi de eficientizare a managementului comercial în sectorul agroalimentar. In: Studia Universitatis Moldaviae, 2017, Nr.2(102), p.170-176. (0,42 c.a.).
- 1.5 Diaconu T., Mironov S. Aspecte conceptuale privind tratarea sistemică a managementului comercial cu produse agroalimentare. În: Revistă științifică didactică: Economica. 2017, Nr.3 (101). p. 28-38. (0,49 c.a.).

2 Articole publicate în reviste recenzate, categoria C

- 2.1 Diaconu T. Analiza schimburilor comerciale ale Republicii Moldova cu UE și perspectivele semnării acordului ZSLAC. In: Studia Universitatis Moldaviae, 2014, nr.7 (77), p.130-138. (0,77 c.a.).
- 2.2 Diaconu T. Perspectivele comerțului exterior asupra dezvoltării durabile în sprijinul negocierilor ZLSAC dintre UE și Georgia. In: MOLDOSCOPIE (Probleme de analiză politică), 2014, nr. 4 (LXVII), p. 174-186. (0,80 c.a.).
- 2.3 Diaconu T. Modalități de eficientizare a comerțului cu produse agro-alimentare din Republica Moldova. In: MOLDOSCOPIE (Probleme de analiză politică), 2015, [nr. 1](#) (LXVIII), p. 176-184. (0,54 c.a.).
- 2.4 Diaconu T. Diagnosticul situației comerțului interior cu produse agroalimentare în Republica Moldova și priorități de dezvoltare. In: MOLDOSCOPIE (Probleme de analiză politică), 2017, nr.3 (LXXVII), p. 120-128. (0,39 c.a.).
- 2.5 Diaconu T., Mironov S. Evoluția comerțului exterior al Republicii Moldova: reflecții, concluzii. In: MOLDOSCOPIE (Probleme de analiză politică), 2017, nr.3 (LXXVII), p. 171-181. (0,61 c.a.).

3. Articole în reviste științifice și materiale ale comunicărilor științifice naționale și internaționale

- 3.1 Diaconu T. Modalități de eficientizare a managementului întreprinderilor comerciale în contextul globalizării. In: Conf. Șt. Pract. Internaț. „Politici economice și financiare pentru o dezvoltare competitivă”, Chișinău: ULIM, 2013, p. 208-211. (0,47 c.a.).
- 3.2 Diaconu T. Modalități de eficientizare a managementului comercial a întreprinderilor agro-alimentare prin prisma dezvoltării cooperativelor de întreprinzători în condițiile economiei concurențiale. In: Conf. Șt. Pract. Internaț. „Politici economice și financiare pentru o dezvoltare competitivă”, Chișinău: ULIM, 2013, p. 211-214. (0,38 c.a.).
- 3.3 Diaconu T. Aprecierea eficienței economice a exportului de produse agro-alimentare în Republica Moldova prin aplicarea sistemului complex de indicatori. În: Conf. Șt. Internaț. „Inovații, performanță și competitivitate în sectorul financiar”, Chișinău: CEP USM, 2015, p. 239-245. (0,50 c.a.).
- 3.4 Diaconu T., Covalschi T. Aspecte teoretice privind clusterele și importanța acestora în contextul dezvoltării relațiilor comerciale internaționale. In: Conf. Șt. Internaț. Dedicată celei de-a 20-a aniversare FRIȘPA „Știința politică și societatea în schimbare”, Chișinău: CEP USM, 2015, p. 416-423. (0,46 c.a.).
- 3.5 Diaconu T., Covalschi T. Aprecierea poziției Republicii Moldova privind relațiile comerciale internaționale în cadrul politicii europene și partenerialului estic și impactul acestora asupra economiei naționale. In: Conf. Șt. Internaț., „Țările post-sovietice între UE și Federația Rusă - analiza circumstanțelor specifice și tendințelor politice”, Chișinău: CEP USM, 2016, p. 238-247. (0,57 c.a.).
- 3.6 Diaconu T. Analiza funcțiilor managementului comercial în întreprinderile din sectorul agroalimentar. In: Conf. Șt. Internaț. „Paradigme moderne ale economiei și antreprenoriatului inovativ”, Chișinău: CEP USM, 2017, p. 86-92. (0,41 c.a.).
- 3.7 Diaconu T. Sustainable development and food security in the context of agro-food sector of moldova's integration into the European Union. In: Conf. Șt. Internaț. „Agriculture for Life, Life for Agriculture” București, UASVMB., 2015, p. 99-104. (0,58 c.a.).
- 3.8 Diaconu T. The analysis of the agro-food sector trade of the Republic of Moldova and the European Union: possibilities and limits. In: Conf. Șt. Internaț. „Agriculture for Life, Life for Agriculture” București, UASVMB., 2015, p. 105-110. (0,43 c.a.).

ADNOTARE

Diaconu Tatiana „Eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar”, teză de doctor în științe economice, Chișinău, 2018

Structura tezei include: introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie, 10 anexe, 156 de pagini text de bază, 41 de figuri, 11 tabele. Rezultatele obținute sunt publicate în 22 de lucrări științifice, dintre care 10 sunt în reviste științifice.

Cuvinte-cheie: comerț, management, politici comerciale, sectorul agro-alimentar, sistem, export, import, întreprinderi.

Domeniul de studiu îl constituie aspectele teoretice și practice privind eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar al Republicii Moldova.

Scopul tezei constă în eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar din Republica Moldova.

Obiectivele lucrării constau în: definirea conceptului de management comercial; fundamentarea unui concept privind abordarea sistemică a managementului comercial; identificarea factorilor cu impact asupra dezvoltării sistemului de management comercial în sectorul agro-alimentar; analiza indicatorilor activității întreprinderilor și identificarea evoluției trendului sectorului agro-alimentar; identificarea indicatorilor de eficiență, ca instrument de evaluare a eficienței managementului comercial în sectorul agro-alimentar; determinarea obstacolelor în realizarea managementului comercial în întreprinderile din sectorul agro-alimentar; prezentarea recomandărilor privind eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar.

Noutatea și originalitatea științifică constau în completarea demersului teoretic cu privire la „managementul comercial”, „managementul comercial în sectorul agro-alimentar” „managementul comercial intern”, „managementul comercial internațional”, „managementul comercial la nivel macro și microeconomic”, „managementul comercial în sfera producției”, „managementul comercial în sfera serviciilor”, „managementul comercial în sfera circulației bunurilor” și stabilirea criteriilor de clasificare a managementului comercial; elaborarea algoritmului privind eficientizarea managementului comercial în sectorul agro-alimentar prin abordarea sistemică a sectorului agro-alimentar; sistematizarea indicatorilor de evaluare a eficienței managementului comercial în sectorul agro-alimentar, aplicați la nivel macro-mezo și microeconomic; elaborarea modelului econometric multifactorial al variației exportului de produse agroalimentare în vederea optimizării gestiunii și fundamentării strategiilor economice și comerciale atât la nivel de întreprindere, cât și la nivel de sector; elaborarea recomandărilor cu privire la eficientizarea managementului comercial cu produse agroalimentare în Republica Moldova.

Problema științifică importantă soluționată în domeniul de cercetare - constă în fundamentarea științifică și conceptual - metodologică a managementului comercial în sectorul agro-alimentar, fapt care a determinat necesitatea abordării sistemice a managementului comercial și identificarea problemelor producătorilor autohtoni în procesul de comercializare a produselor agroalimentare conducând la elaborarea algoritmului de eficientizare a acestuia.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. Studiul abordărilor științifice în domeniul analizat au permis formarea unei viziuni proprii referitor la abordarea sistemică a managementului comercial în sectorul agro-alimentar. În urma cercetărilor empirice, au fost identificate principalele probleme care țin de activitatea comercială a întreprinzătorilor din sectorul agro-alimentar, atât la nivel macroeconomic, cât și microeconomic. Rezultatul analizei efectuate și a sondajului, realizat în cadrul întreprinderilor din sectorul agro-alimentar al Republicii Moldova, a permis crearea unui algoritm și formularea unor propuneri de eficientizare a comerțului cu produse agroalimentare. Rezultatele studiului pot fi utilizate de către organele de conducere a statului în vederea elaborării politicilor de susținere a producătorilor autohtoni din sectorul agro-alimentar, precum și în instruirea studenților la cursurile universitare „Management” și „Management comercial” sau la cele de masterat la disciplinele de profil.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele cercetărilor științifice efectuate au fost recepționate și acceptate spre implementare de către Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului al Republicii Moldova și în cadrul întreprinderii agricole „1000 oferte” SRL.

ANNOTATION

Diaconu Tatiana „Efficiency of commercial management in the agri-food sector ”, doctor's thesis in economics, Chişinău, 2018

The structure of the thesis includes: introduction, three chapters, general conclusions and recommendations, bibliography, 10 annexes, 156 basic text pages, 41 figures, 11 tables. The results are published in 22 scientific papers, of which 10 are in scientific journals.

Keywords: trade, management, trade policies, agri-food sector, system, export, import, enterprises.

The field of study is the theoretical and practical aspects regarding the efficiency of commercial management in the agri-food sector of the Republic of Moldova.

The purpose of the thesis is to make commercial management more efficient in the agri-food sector in the Republic of Moldova.

The objectives of the paper are to define the concept of commercial management; to fundament a concept on the systemic management of commercial management; to identify the factors with impact on the development of the commercial management system in the agri-food sector; to analyze business activity indicators and identifying trends in the agri-food sector; to identify efficiency indicators as a tool for assessing the effectiveness of commercial management in the agri-food sector; to determine barriers to commercial management in agri-food enterprises; to present recommendations on the efficiency of commercial management in the agri-food sector.

Novelty and scientific originality is completing the theoretical approach to „commercial management”, „commercial management in the agri-food sector”, „internal commercial management”, „international commercial management”, „commercial macroeconomic management”, „commercial management in the sphere of production”, „commercial management in the sphere of services”, „commercial management in the sphere of goods circulation” and establishing criteria for classification of commercial management; elaboration of the algorithm regarding the efficiency of the commercial management in the agri-food sector through the system approach of the agri-food sector; the systematization of indicators for assessing the effectiveness of commercial management in the agri-food sector, applied at macro- and microeconomic level; elaboration of the multifactorial econometric model of the export of agri-food products, in order to optimize the management and substantiation of the economic and commercial strategies both at the enterprise level and at the sector level; elaborating recommendations on the efficiency of commercial management of agri-food products from the Republic of Moldova.

The important scientific problem solved in the field of research consists in the scientific and methodological conceptual foundation of the commercial management in the agri-food sector, which determined the necessity of systematic approach of the commercial management and identification of the problems of the domestic producers in the marketing of the agri-food products leading to the elaboration of the efficiency algorithm of it.

Theoretical importance and applicative value of the work. The study of the scientific works in the researched field allowed the formation of an own vision regarding the systemic treatment of the commercial management in the agri-food sector. Following empirical research, the main issues related to the commercial activity of agri-food entrepreneurs were identified, both at macroeconomic and microeconomic level. The result of the analysis carried out and of the survey carried out within the agri-food enterprises of the Republic of Moldova allowed the establishment of an algorithm for efficient management of the commercial management and the formulation of some proposals regarding the efficiency of the trade with agri-food products. The results of the study can be used by state government bodies to develop policies to support domestic producers in the agri-food sector, as well as to train students at the „Management” and „Commercial Management” courses, or to master courses in the subjects of profile.

Implementation of scientific results. The results of the scientific researches were received and accepted for implementation by the Ministry of Agriculture, Regional Development and Environment of the Republic of Moldova and within the „1000 offers” SRL.

АННОТАЦИЯ

Диакону Татьяна „Эффективность коммерческого менеджмента в агропродовольственном секторе”, кандидатская диссертация по экономике, Кишинэу, 2018

Структура диссертации включает: введение, три главы, общие выводы и рекомендации, библиографию, 10 приложений, 156 основных текстовых страниц, 41 рисунков, 11 таблиц. Результаты опубликованы в 22 научной работе, из которых 10 - в научных журналах.

Ключевые слова: торговля, менеджмент, торговая политика, агропродовольственный сектор, система, экспорт, импорт, предприятие.

Область исследования: теоретические и практические аспекты эффективности коммерческого менеджмента в агропродовольственном секторе Республики Молдова.

Целью диссертации является повышение эффективности коммерческого менеджмента в агропродовольственном секторе Республики Молдова.

Поставленные задачи: определить концепцию коммерческого менеджмента; обосновать концепцию системного подхода коммерческого менеджмента; выявить факторы, влияющие на развитие коммерческого менеджмента в агропродовольственном секторе; анализ показателей деловой активности и выявление тенденций в агропродовольственном секторе; выявить препятствия для эффективного коммерческого менеджмента на уровне сельскохозяйственных предприятий; представить рекомендации для повышения эффективности коммерческого менеджмента в агропродовольственном секторе.

Новизна и научная оригинальность заключается в дополнении теоретического подхода к коммерческому менеджменту, „коммерческое управление в агропродовольственном секторе”, «коммерческий стажер управления», „Управление международной торговли”, „коммерческое управление на макро- и микроэкономическом”, „коммерческое управление в производстве”, „управление коммерческое”, „коммерческое управление в сфере товарооборота” и установление критериев классификации коммерческого управления; разработка алгоритма эффективности коммерческого управления в агропродовольственном секторе посредством системного подхода агропродовольственного сектора; систематизация показателей для оценки эффективности коммерческого управления в агропродовольственном секторе, применяемых на макро- и микроэкономическом уровне; разработки эконометрической модели варьирования многофакторных экспорта продуктов питания с целью оптимизации управления и обоснования экономических и торговых стратегий как на уровне предприятия и отрасли; разработка рекомендаций по эффективности коммерческого управления агропродовольственными товарами Республики Молдова.

Важной решенной научной проблемой является аргументированная с точки зрения в научно-методологической концептуальной основе коммерческого управления в агропродовольственном секторе, которая определила необходимость систематического подхода коммерческого управления и выявления проблем отечественных производителей по сбыту агропродовольственных продуктов, что привело к разработке алгоритма что делает его более эффективным.

Теоретическая значимость и прикладная ценность работы. Изучение научных работ в исследуемой области позволило сформировать собственное видение системного подхода к коммерческому управлению в агропродовольственном секторе. После проведенных исследований были выявлены основные проблемы, связанные с коммерческой деятельностью предпринимателей агропромышленного комплекса, как на макроэкономическом, так и на микроэкономическом уровне. Анализ результатов опроса компаний, работающих в агропродовольственном секторе Молдовы позволило обосновать алгоритм эффективного коммерческого менеджмента и разработать предложения по улучшению торговли продуктами питания и сельского хозяйства.

Результаты исследования могут быть использованы государственными органами власти для разработки политики поддержки отечественных производителей в агропродовольственном секторе, а также для обучения студентов курсам „Менеджмент” и „Коммерческий менеджмент” или для обучения по предметам профиль

Внедрение научных результатов. Результаты научного исследования были получены и приняты для внедрения Министерством сельского хозяйства, регионального развития и окружающей среды Республики Молдова и на предприятиях О.О.О. „1000 предложений”.

DIACONU TATIANA

**EFICIENTIZAREA MANAGEMENTULUI COMERCIAL
ÎN SECTORUL AGRO-ALIMENTAR**

**SPECIALITATEA 521.03 – ECONOMIE ȘI MANAGEMENT
ÎN DOMENIUL DE ACTIVITATE**

Autoreferatul

tezei de doctor în științe economice

Aprobat spre tipar: 09.07.2018

Formatul hârtiei: 60x84 1/16.

Hârtie ofset. Tipar ofset.

Tiraj 50 ex.

Coli de tipar: 1.8

Comanda nr. 65/18

Centrul Editorial – Poligrafic al Universității de Stat din Moldova

Str. A. Mateevici, 60, Chișinău, MD-2009