

COMERȚUL INTERIOR – BOGĂȚIA ȚĂRII

Ionela PASKUI

Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Inginerie Economică și Business, Departamentul Marketing și Logistica, ML-191, Chișinău, Republica Moldova

paskui1109@gmail.com

Rezumat. Numeroase dovezi demonstrează legăturile directe dintre comerț și dezvoltarea umană a țării. În general, gradul sporit de deschidere a economiei contribuie pozitiv la creșterea potențialului uman al țării. În sfera comerțului este întâlnită activitatea prestată de către deținătorii de patentă de întreprinzător. Chiar dacă este o ocupație profitabilă, încasările în bugetul de stat sunt nesemnificative din cauza lipsei evidenței fiscale. Majoritatea întreprinderilor mici și mijlocii practică activități comerciale pentru că sunt mai multe facilități în a conduce afacerea. Deși în comerț este antrenat un număr mare din populația aptă de lucru, aceasta ramură are foarte multe cadre necalificate. Astfel, din cauză lipsei cunoștințelor și caracteristicilor produsului, consumatorul nu cunoaște informația necesară și apar divergențe atât între consumatori, cât și între vânzători și consumatori.

Cuvinte-cheie: economie, cifra de afaceri, comerț cu amănuntul, patentă, piață.

Introducere

Noțiunea de comerț a apărut încă din perioada preistorică, fiind o facilitate pentru oamenii din acea perioadă, care făceau schimburi de mărfuri și servicii unul față de celălalt. În prezent, comerțul este o funcție economică ce constă în procesul de vânzare/cumpărare a produselor și serviciilor. Comerțul reprezintă una dintre cele mai importante laturi ale economiei moderne, devenind elementul principal al economiei de piață, indiferent de forma acesteia.

Comerțul intern de bunuri

Odată cu evoluția în timp a mecanismelor de piață, au fost create condiții favorabile ce au favorizat dezvoltarea micului business în sfera comerțului în ritmuri mult mai rapide decât în alte ramuri ale economiei, stimulând fondarea întreprinderilor mici și mijlocii.

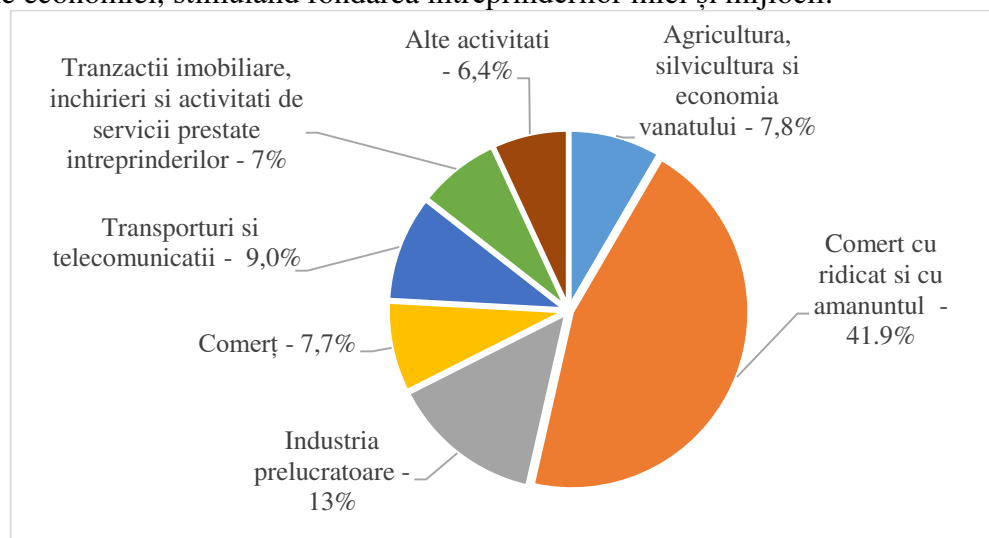


Figura 1. Repartizarea IMM în conformitate cu domeniul de desfășurare

Din numărul total de 47,3 mii de întreprinderi mici și mijlocii existente la data de 1 ianuarie 2012, aproximativ 49,1% practică activități comerciale, în timp ce în alte sfere importante se înregistrează o pondere mai scăzută: în agricultură – 7,8%, în industria prelucrătoare – 13,0%, construcții – 7,7% etc. (Figura 1). Situația se explică prin faptul că în comerț afacerea este mai ușor de organizat, necesită capital inițial mic, este posibilă recuperarea rapidă a investițiilor, se

poate obține un profit într-un timp relativ redus și, în consecință, comerțul este mai atractiv, în comparație cu alte genuri de activitate.

O activitate importantă în sfera comerțului este activitatea prestată de către deținătorii de patente de întreprinzător. Patenta de întreprinzător este un certificat de stat nominativ, ce atestă dreptul de a desfășura genul de activitate de întreprinzător indicat în ea în decursul unei anumite perioade de timp. Potrivit informației Inspectoratului Fiscal Principal de Stat, în anul 2012 activau 16140 deținători de patentă (dintre care circa 59% în domeniul comerțului), iar în anul 2019 activau 13740 deținători de patentă, (dintre care 52% în domeniul comerțului), adică cu 15% mai puțini întreprinzători față de anul 2012. Aceasta scădere este înregistrată din cauza nemulțumirii deținătorilor de patentă față de birocrație, astfel o parte din aceștia au trecut în economia tenebră sau au emigrat. Este necesar de remarcat faptul că practicarea comerțului în baza patentei de întreprinzător este o ocupație profitabilă. Cu toate acestea, încasările în bugetul de stat de la deținătorii de patentă continuă să fie ne semnificative din cauza lipsei evidenței fiscale a activității acestora. Totodată, o parte considerabilă a volumului de vânzări cu amănuntul, realizat de către deținătorii de patentă, revine comerțului neorganizat (în piațe).

În Figura 2 avem reprezentat numărul unităților de comerț înregistrate în anii 2011, 2015 și 2018.

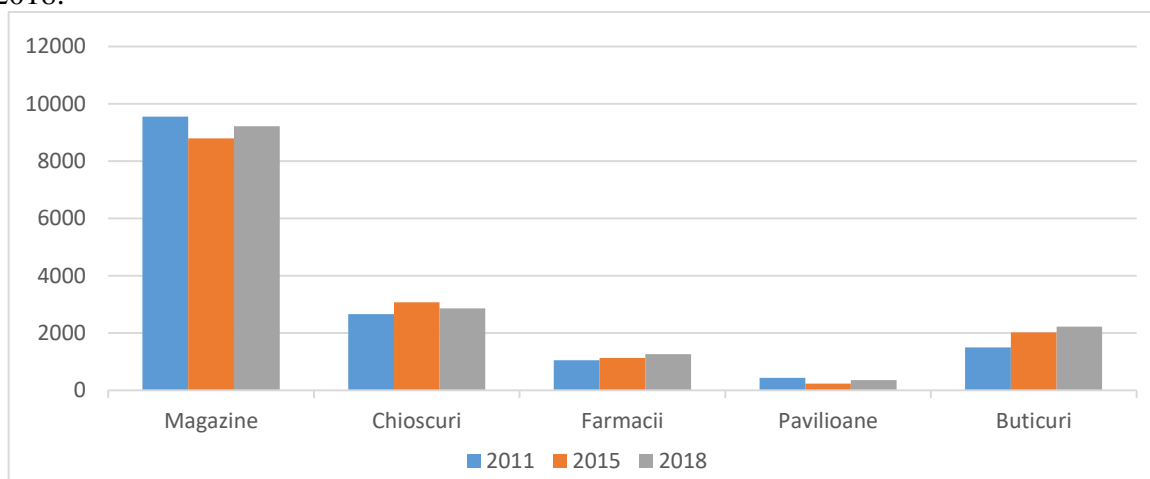


Figura 2. Evoluția numărului unităților de comerț înregistrate în anii 2011, 2015, 2018

Conform Figurii 2 observăm că cea mai mare pondere pe piață o au magazinele, deoarece magazinele mici dispar și se extind magazinele lanț, inclusiv cele de tip “cash and carry”. În Republica Moldova funcționează 15 magazine al S.A. „Oldcom”, 18 magazine ale S.A. „Rogob”, 50 magazine ale S.A. „JLC”, 23 magazine ale S.A. „Franzețuța”, 9 magazine ale S.A. „Ionel” etc. Sunt și câteva aspecte negative în dezvoltarea comerțului interior și anume prezența mărfurilor nesigure pe piață, încălcarea drepturilor consumatorilor, prețurile înalte de consum la produse/servicii, amplasarea neuniformă a unităților comerciale/de prestări servicii sunt rezultatul unor constrângeri și probleme cu care se confruntă domeniul vizat.

Conform Tabelului 1 observăm că cea mai mare cifră de afaceri este în municipiul Chișinău deoarece aici sunt centrate cele mai multe lanțuri de magazine, chioscuri, farmacii, ș.a. și respectiv cifra de afaceri este mai mare față de celelalte regiuni ale țării.

Deși comerțul este o ramură atractivă pentru dezvoltarea socio-economică a țării, în care sunt antrenați un număr considerabil din populația activă, această ramură se confruntă cu un deficit de cadre calificate și bine instruite. Deficitul de cadre se înregistrează mai cu seamă în rândurile celor cu studii medii profesionale: casieri, vânzători, specialiști pentru prestări servicii, operatori, bucătari, croitori etc. Este necesar de remarcat faptul că din cauza lipsei informației și a cunoștințelor despre caracteristicile de consum ale produselor, vânzătorii acordă consultații greșite, nu creează comodități pentru oferirea produselor, nu cunosc codul de etică în relațiile cu consumatorii. Astfel, se simte insuficiența specialiștilor profesioniști în domeniul vizat, lipsa parteneriatului între mediul academic și cel de afaceri în ceea ce privește pregătirea cadrelor. În plus, programele de studii nu corespund exigențelor practicilor comerciale.

Cifra de afaceri în comerțul cu amănuntul pe teritoriul Republicii Moldova în anul 2018

Regiunea	Cifra de afaceri, mii lei	Ponderea, %
Nord	3 927 641,1	9,56
Centru	4 517 975,4	11
Sud	1 618 628,9	3,9
Municipiul Chișinău	30 082 463,5	73,26
UTA Găgăuzia	915 084,0	2,18
Total pe țară	41 061 792,9	100

Eforturile întreprinderilor producătoare sau ale celor comerciale nu se pot limita doar la producerea de bunuri și servicii. Atât unele, cât și altele, trebuie să-și asigure o permanentă comunicare cu piața, ceea ce presupune o informare atentă a consumatorilor potențiali și a intermediarilor săi, precum și o serie de acțiuni specifice de influențare a comportamentului de cumpărare și consum, de sprijinire a procesului de vânzare. Astfel, trebuie să asigure promovarea produselor prin diferite metode sau tehnici (publicitate la locul vânzării, merchandising, publicitate în mass-media etc.) care să genereze dorința de cumpărare și să provoace actul de cumpărare.

Comerțul stradal neautorizat

Comerțul neautorizat a devenit una dintre cele mai stringente probleme ce afectează imaginea municipiului Chișinău. Acest fenomen s-a răspândit pe străzile orașului, formând anumite focare, care, pe lângă faptul că afectează peisajul urban, se reflectă asupra concurenței loiale pe acest segment. Căuza ce influențează răspândirea fenomenului dat este tendința comercianților de a se eschiva de la achitarea taxelor pentru desfășurarea comerțului pe teritoriul municipiului Chișinău. Este necesar de menționat faptul că pentru produsele vândute în stradă se înregistrează o cerere ascendentă, locuitorii capitalei preferă să cumpere produsele respective ținând cont de prețul mai redus al acestora, comparativ cu cele comercializate în magazine sau piețe. Unii comercianți ambulanți abuzează de facilitățile oferite de către Autoritatea Administrației Publice Locale (AAPL) și sub pretextul că vor comercializa în stradă surplusul agricol, care a fost obținut în urma imposibilității de a-l vinde, își extind activitatea și comercializează fructe exotice și alte tipuri de produse.

Concluzie

În concluzie, pot afirma cu precizie că ar trebui să se continue liberalizarea comerțului cu servicii și să se îmbunătățească concurența atât pentru piața bunurilor cât și pentru piața serviciilor. Trebuie de încurajat și producătorii autohtoni să-și promoveze produsele autohtone pe piața națională și internațională. Totodată, îmbunătățirea și aplicarea tehnologiilor moderne în comerț vor spori investițiile. De asemenea trebuie sporit nivelul de pregătire profesională a personalului încadrat în unitățile de comerț pentru o spori productivitatea întreprinderii.

Referințe

1. <https://comert.chisinau.md/public/files/publicatii/Strategie2015.pdf>
2. https://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__22%20COM__COM010__serii%20anuale/?rxid=9a62a0d7-86c4-45da-b7e4-fecc26003802
3. <https://date.gov.md/ckan/ro/dataset/5251-date-statistice-privind-numarul-detinatorilor-de-patente>