

ESENȚA ECONOMICĂ A COMPETITIVITĂȚII PRODUSELOR AGROALIMENTARE ȘI A MANAGEMENTULUI ACESTEIA

*Cornel COȘER, drd.,
asistent universitar, UASM*

Abordarea competitivității produselor agroalimentare se regăsește în studiile mai multor cercetători din domeniu. Ele relevă esența competitivității agroalimentare, totodată exprimând instrumentele și modalitățile de gestionare ale acesteia. La nivelul managementului competitivității produselor agroalimentare, articolul scoate în evidență și posibilitatea influențării factorilor care determină caracteristicile definitorii ale competitivității respective.

Cuvinte cheie: competitivitate, management, produse agroalimentare, factor, sector, strategie, politici.

Introducere. Argumentarea unui management al competitivității produselor agroalimentare rezultă atât din necesitatea formulării aspectelor specifice acestei producții, cât și din exigența abordării consecvente și structurale a studiului respectiv. O astfel de modalitate implică comparabilitatea unor studii externe, dar și a cercetărilor naționale din domeniu. Astfel, în literatura franceză, Jacques Gallezot și Emmanuelle Chevassus-Lozza [2, pag. 143-154] prezintă competitivitatea agroalimentară bazată pe conceptele *preț/non-preț*, dar și din perspectiva comerțului agroalimentar. Autorii enunță propriile reflecții cu privire la elementele constitutive ale competitivității produselor agroalimentare și concluzionează, că aceasta se manifestă, în special, în cadrul procesului de externalizare (exportul producției) și prin diferențierea produselor de concurență.

Studiile economiștilor ruși cu privire la competitivitatea produselor agroalimentare (ca și în cazul analizei managementului competitivității) sunt de o complexitate aparte. Spre exemplu, Болоболов А. [4, p.25-28] tratează competitivitatea producției agroalimentare prin prisma productivității resurselor interne ale întreprinderii din domeniu, dar și al economiei resurselor.

Conținutul de bază. Evaluarea competitivității agroalimentare este realizată prin intermediul unor diverse metode [6, p.51-56]: metoda indexului (care ne arată raportul dintre indexul integral al calității și indexul integral economic), metoda punctajului etc. Aceste metodologii, utilizate în anumite conjuncturi, dar și pentru anumite categorii de produse agroalimentare, se complică, din considerentul specificului unui anumit produs (sau grupă), dar ajută la înțelegerea esenței economice a competitivității respective.

Economiștii români expun o abordare foarte diversificată a fenomenului de competitivitate agroalimentară. Raluca Andreea Ion [3, p.57-88] relevă și argumentează filiera internă și cea externă, pe care poate fi evaluată această competitivitate. De vreme ce filiera internă se vrea caracterizată prin factori interni (randamentele producției, infrastructură etc.), cea externă ține direct de manifestarea comercială a sectorului agroalimentar. În acest mod, se poate

ECONOMIC ESSENCE OF COMPETITIVENESS OF AGRO-FOOD PRODUCTS AND ITS MANAGEMENT

*Cornel COSER, PhD student,
Assistant Lecturer, SAUM*

Approach of the competitiveness of food products can be found in many research studies in the field. They reveal the essence of agro-food competitiveness, while expressing management tools and method. At the level of agro-food competitiveness management, this article highlights also the possibility of influencing factors determining the defining characteristics of the respective competitiveness.

Key words: competitiveness, management, agro-food products, factor, sector, strategy, policies.

JEL classification: O13, Q13, Q18, F12

Introduction. Argumentation of management of agro-food competitiveness stems from the need of formulating specific aspects of this production, as well as the requirement of consistent and structured approach to the study. Such a method involves the comparability of external studies, but also national research in the field. Thus, in French literature, Jacques Gallezot and Emmanuelle Chevassus-Lozzi [2, p. 143-154] present the agro-food competitiveness based on *price-non-price* concepts, but also in terms of agro-food trade. The authors lay down their own reflections on elements of agro-food competitiveness and conclude that it manifests, especially in outsourcing process (production export) and by product differentiation based on competition.

Russian economists' studies on agro-food products competitiveness (as in the case of competitiveness management analysis) are of a particular complexity. For example, Болоболов А. [4, p.25-28] treats agro-food products competitiveness in terms of internal resources productivity of the enterprise in the field, but also in terms of resources' economy.

The basic content. Evaluation of agro-food competitiveness is achieved through different methods [6, p.51-56]: index method (which shows the ratio of full index of quality and full economic index), score method etc. These methodologies, used in certain circumstances and for certain categories of agro-food products, is complicating, from the reason of a specific product (or group), but it helps to understand the economic essence of respective competitiveness.

Romanian economists exhibit a very diverse approach to the phenomenon of agro-food competitiveness. Raluca Andreea Ion [3, p.57-88] reveals and argues the internal and external branch on which this competitiveness can be assessed. Since the internal branch wants to be characterized by internal factors (production yields, infrastructure, etc.), the external one is directly related to the agro-food sector trade manifestation. In this way, one can already request the help from respective functional

de apelat deja la instrumentele funcționale respective, în sensul influențării acelor factori, care determină o anumită dezvoltare rezultativă (cu ajutorul lanțului logico-economic: instrumente-factori-indicatori-rezultat).

Procesele de inovare, precum și premisele instituționalizate ale Uniunii Europene de susținere a acestei inovări, pot crea, în opinia noastră, cadrul necesar (deși nu primordial, cel puțin foarte important) unei realizări apreciable a competitivității agroalimentare.

Totodată, credem, că studiul paralel al impactului inovării, cât și al ponderii acesteia la crearea produselor agroalimentare competitive, va permite:

- completarea sistemului de factori ce influențează la obținerea competitivității respective;
- lărgirea posibilității de acțiune asupra variabilei de inovare și astfel, a căpăta eventualitatea unui rezultat mai performant;
- crearea unei strategii de competitivitate mult mai integrale și coerente.

Ansamblul acestor acțiuni caracterizează, în modul cel mai elocvent, abordarea corectă și obiectivă a structurilor de impact asupra competitivității agroalimentare, furnizând un avantaj, dar și o responsabilitate extinsă.

Necesitatea analizării acestor elemente vine în legătură directă cu exigența cercetării dezvoltării potențialului competitiv al entităților economice. Importantă este elucidarea anume a rezervelor interne ale întreprinderii, rezerve asupra cărora se poate acționa în direcția eficientizării utilizării lor, dar și implicării acestora în procesul de producție, livrare etc. În această ordine de idei, putem constitui două grupe semnificative de constituenți, ce pot fi modelați în dependență de volumul de producție și specificul operațional al acesteia:

- materiile prime, finanțele și personalul întreprinderii;
- componenta tehnologică.

Argumentarea separării componentei tehnologice apare din necesitatea aspectelor conexe. Se are în vedere, în primul rând, procesele tehnologice responsabile de crearea și asigurarea continuă a produselor conform normelor și cerințelor de standardizare și certificare. Totodată, se impune și componenta managerială, care este una mai complexă și complicată la nivelul tratărilor tehnologice, impunându-se necesitatea consultărilor specialiștilor din domeniu.

Nuanțarea componentelor interne, ce pot fi responsabile de crearea produselor agroalimentare competitive [1, p. 91-95] capătă conturul unei strategii interne a agentului economic, care rezultă din întreg procesul de producere, antrenare a resurselor și prevenire a eventualelor disfuncționalități. Totodată, putem observa o mare diversitate în cercetarea competitivității produselor agroalimentare, în cadrul studiilor internaționale sau naționale. Aceasta rezultă, în opinia noastră, din natura complexă a competitivității respective, dar și din multitudinea de aspecte care pot fi tratate. Rezultativ, *managementul competitivității produselor agroalimentare* vine să releve aspectele manageriale și să explice mecanismul coordonării competitivității agroalimentare. Credem, că anume studiile ce țin de factorii implicați în gestionarea competitivității respective, de instrumentele și mecanismele de implicare în majorarea competitivității agroalimentare sunt cercetările cele mai obiective și elocvente, întrucât conțin,

instrumente, for the purpose of influencing the factors that determines some resultative development (using the economic and logic chain: tools- factors – indicators - result).

Innovation processes and institutional premises of the European Union to support this innovation, may create, in our opinion, the necessary framework (though not primarily, at least very important) of considerable achievements of agro-food competitiveness.

However, we believe that parallel study of the impact of innovation and its share in the creation of competitive agro-food products will allow:

- completion of the factors system influencing to achieve respective competitiveness;
- widening the possibility of acting on innovation variable and thus get an eventuality of a more efficient result;
- creating a more integrated and coherent competitiveness strategy.

All these actions characterize, in the most eloquent way, a fair and objective approach of impact structures on agro-food competitiveness, providing an advantage but also a wider responsibility.

The need to analyze these elements is directly related to requirement of research of development of competitive potential of economic entities. It is important the elucidation of the company's internal reserves, reserves on which one can work towards streamlining their use and their involvement in the production process, delivery etc. In this sense, in our opinion, we can provide two significant groups of constituents, which can be modeled depending on production volume and its operational specific:

- raw materials, finances and company staff;
- technological component.

The argumentation of separation of technological component arises from need of related to it issues. It is envisaged, first of all, technological processes, responsible for creating and continuous ensuring of products under the rules and standards and certification requirements. However, it is required the management component too, which is more complex and complicated at technological treatments level, imposing the need of specialists consultation.

Refinement of internal components that may be responsible of creating competitive agro-food products [1, p. 91-95] takes the form of an internal strategy in the respective company, resulting from the entire production process, attracting resources and preventing possible malfunctions. Also, we can see a great diversity in research of agro-food competitiveness, in international or national studies. It follows, in our view, from the complex nature of such competitiveness, but also from the multitude of issues which can be treated. As result, *the management of agro-food products competitiveness* comes to reveal management aspects and to explain the coordination mechanism of agro-food competitiveness. We believe that namely studies related to the factors involved in managing this competitiveness, the tools and the mechanisms involved in increasing agro-food competitiveness are the most objective and eloquent studies, as they contain,

practic, majoritatea componentelor, care ajută la influențarea nivelului competitivității în sensul majorării nivelului acesteia.

O conturare a importanței gestionării competitivității agroalimentare poate fi realizată doar în cadrul procesului managerial intern, luând în considerare atât abilitățile administratorului/managerului general, cât și a specialiștilor, care gestionează procesele de marketing ale întreprinderii. O atare reflecție permite identificarea vicisitudinilor la nivelul comunicării manageriale și a intervențiilor macroeconomice [5, p.44-45].

În același timp, majorarea potențialului competitiv al sectorului agroalimentar nu poate fi un subiect izolat de restul sistemului economiei naționale atât ca analiză a ponderii producției agricole în Produsul Intern Brut (PIB), cât și ca mediu de referință pentru acțiunile inovatoare și investiționale. Credem, că anume contextul competitiv al altor sectoare ale economiei naționale, determină, mai devreme sau mai târziu, crearea instrumentelor pentru specificarea anume a implementărilor în sectorul agroalimentar, fiind o exigență națională, întrucât aceasta ține de securitatea alimentară a întregii populații.

Astfel vom putea determina care sunt întreprinderile lider (în profil regional sau național) la producerea diverselor categorii de produse, ce factori le-au determinat nivelul de competitivitate, care este raportul dintre ponderea influențelor interne și a celor externe în gestionarea competitivității agroalimentare etc. Cu atât este mai multilaterală această configurație, cu cât manifestă implicații majore asupra managementului competitivității întregului sector agroalimentar, a profilului teritorial, sau a economiei naționale în întregime. O serie de condiții importante (cum ar fi, rentabilitatea producției, balanța comercială a produselor agroalimentare etc.) ne demonstrează complexa intercorelare între toate unitățile sectorului agroalimentar [7, p.36-39]. În opinia noastră, coordonarea acțiunilor interne ale agentului economic, cu o strategie unitară a sectorului agroalimentar, permite, cel mai probabil, de a obține un avantaj competitiv atât pe piața internă, cât și pe cea externă, în raport cu acei indicatori de performanță, care au fost înregistrați de către întreprinderile lider din domeniu.

Componenta managerială, în opinia noastră, trebuie să țină cont și de direcțiile de acțiune în sensul diferențierii și individualizării propriilor strategii și instrumente în majorarea competitivității agroalimentare a unității aflate în gestionare. Credem, că sistemul strategic, în cazul dat, are nevoie de următoarele specificări:

- depistarea și înțelegerea strategiilor de competitivitate ale concurenților semnificativi;
- revelarea mecanismului de prețuri ale competitorilor importanți;
- perceperea concepțiilor strategice proprii și elucidarea punctelor, care îl fac pe agentul economic respectiv să se diferențieze de concurenți;
- crearea programei proprii cu privire la sistemul de calitate, care ar trebui să fie unul individualizat, cât și al celui de gestionare a proceselor tehnologice.

În această ordine de idei, confruntarea produselor agroalimentare cu problema eficienței manageriale interne, induce ideea perpetuării acesteia pe întreg lanțul comercial. Concomitent, o analiză a suportului guvernamental și a

practic, most components that help to influence the competitiveness level in sense of its increasing.

An outline of the importance of managing agro-food competitiveness can only be achieved within the internal management process, taking into account both manager's and marketing professionals' skills, who manage the business processes. Such a reflection allows identifying the vicissitudes at the level of managerial communication and of macroeconomic interventions [5, p.44-45].

At the same time, increase of the competitive potential of the agro-food sector can not be an isolated issue from the rest system of the national economy, so that analysis of the share of agricultural output in Gross Domestic Product (GDP), and the environment for innovation and investment activities. We believe that namely competitive context of other sectors of the national economy, causes, sooner or later, the creation of tools for specifying the implementations in agro-food sector, being a national requirement, since it is related to the food security of the entire population.

Thus we can determine the business leaders (at regional or national profile) in producing various types of products, what factors have determined their level of competitiveness, which is the ratio between the internal and external influences in managing agro-food competitiveness. The more this configuration is comprehensive, the more manifests major implications on competitiveness management of the entire agro-food sector, of the territorial profile or of the national economy as a whole. A number of important conditions (such as production profitability, agro-food trade balance etc.) demonstrates the complex correlation between all units of agro-food sector [7, p.36-39]. In our opinion, coordination of the economic entity internal actions with a unified strategy of agro-food sector, allows, most likely, to gain a competitive advantage both on domestic, foreign markets, also in relation to those performance indicators that were recorded by the leading companies in the field.

Management component, in our opinion, must also take account of the course of action for the purposes of differentiation and individualization of own strategies and instruments to increase agro-food competitiveness of the managed units. We believe that strategic system, in this case, needs the following specifications:

- detection and understanding of competitiveness strategies of the significant competitors;
- price mechanism revelation of the leading competitors;
- perception of own strategic concepts and clarifying points that make the economic agent to differentiate itself from competitors;
- creation of own programs on quality system, which should be individual, as well as management of technological processes.

In this context, confrontation of food products with the problem of internal managerial efficiency, leads to the idea of its perpetuating throughout the entire commercial chain. Simultaneously, an analysis of government support and its objective effect under the form of higher productivity and quality levels, respectively, under the form of a strategic

efectului obiectiv al acestuia, sub forma unor nivele de productivitate și calitate mai înalte, respectiv, sub forma unei competitivități gestionate strategic, este un constituent important al raționalității aportului național la dezvoltarea unui sau altui agent economic din domeniu, sau a întregului sector agroalimentar. Așadar, contribuția financiară în sprijinul perfecționării gestionării competitivității agroalimentare comportă un caracter de „feedback” – aport-rezultat.

Creдем, că realele elemente componente ale procesului în cauză determină participanții acestuia să fie influențați de cel puțin 2 factori subiectivi: percepția conform căreia suportul guvernamental este unul „gratuit”, deci nerambursabil și concepția structurilor de administrare a proceselor ce țin de competitivitate că acest aport financiar nu ar contribui nemijlocit la majorarea competitivității producției agroalimentare respective. Aceste „bariere”, în principal de natură psihologică, pot aduce o lipsă de flexibilitate în tratarea problemei corespunzătoare.

Aspectul de corelație, dintre competitivitatea producției sectoriale și cea a situației de piață a agenților economici importanți din ramură a fost analizată de către economistul rus P.A. Фатхутдинов [8, pag. 264-266]. Argumentarea creșterii cotei de piață a unei entități anumite se prezintă ca un rezultat direct al modului în care acest agent economic își gestionează și își sporește competitivitatea. O majorare a competitivității entității economice antrenează o creștere a cotei de piață a acesteia. Deci, cu atât mai mult sunt importante abordările structurale, inovative și instrumentale, cu cât acestea proiectează efecte semnificative asupra cererii și a poziționării pe piață, aducând, astfel, un important spor financiar.

Sintetizând, se percepe multitudinea de influențe asupra gestionării competitivității agroalimentare, fapt ce condiționează acest proces să fie unul multilateral. Se înțelege că managementul competitivității produselor agroalimentare ține, pe de o parte, de ierarhizarea nivelurilor economice și gestionarea acestora (sectorul agroalimentar, întreprinderile agricole etc.), iar pe de altă parte, de crearea unor strategii, care să dea răspunsuri la întrebările legate de crearea și gestionarea competitivității agroalimentare.

În opinia noastră, o tratare a gestionării enunțate mai sus la nivelul sectorului agroalimentar ține de „închegarea mecanismului interior”, deci de stabilirea conexiunii competitive „sănătoase” între agenții economici din sector, cât și a conlucrării în ceea ce privește procesarea, prelucrarea, ambalarea și depozitarea producției respective. Știind deja acest cadru operațional, putem realiza și aplica o serie de strategii, fie ele cu tentă financiară, managerială, sau tehnologică. În fine, pentru un sistem complet, organizat și integrat, în ceea ce privește aplicabilitatea componentelor manageriale la nivelul competitivității agroalimentare, aportul diversilor factori - de preț, de cost, inovaționali, de intervenție, investiționali etc., rămâne a fi unul important, atât din punct de vedere pur economic, cât și managerial.

În sensul definirii managementului competitivității produselor agroalimentare, ținem să specificăm că acesta determină gestionarea potențialului competitiv prin procesele interne, de producere și eficiență economică, cât și coordonarea manifestării pe piață a produselor agroalimentare, proces ce implică politica prețului și costului competitiv, strategia competitivă, dar și a celei privind

managed competitiveness is an important constituent of the rationality of national contribution to the development of one or another economic agent from the respective field, or the entire agro-food sector. Therefore, the financial contribution in support of management improving of agro-food competitiveness involves a "feedback" character - contribution -result.

We believe that real component elements of the process in question determines its participants to be influenced by at least 2 subjective factors: the perception that government support is "free", so non refundable and the conception of the structures managing the processes related to competitiveness that this financial contribution would not directly contribute to increase the competitiveness of respective agro-food production. These "barriers", mainly psychological, can bring a lack of flexibility in solving the appropriate problem.

Correlation aspect, between the competitiveness of the sector production and the market situation of the branch leading operators was analyzed by Russian economist R.A. Fathutdinov [8, pp. 264-266]. The argumentation of market share increase of a particular entity is presented as a direct result of how it manages and increases its competitiveness. An increase of the competitiveness of the economic entity involves an increase of its market share. So, the more important structural, innovative and instrumental approaches are, the more these project significant effects on demand and market positioning, bringing, thus, a significant financial gain.

Summing up, it is levied a multitude of influences on the management of agro-food competitiveness, which makes this process to be a multilateral one. It is understood that management of agro-food products competitiveness is related, on the one hand, to economic levels prioritization and their management (agro-food sector, agricultural enterprises etc.), and on the other hand, to the creation of some strategies that would provide answers to questions about creation and management of agro-food competitiveness.

In our opinion, a treatment of above stated management at the agro-food sector level is related to "clotting the inside mechanism", so the establishing of a "healthy" competitive connection between sector operators, as well as cooperation in terms of processing, packaging and storage of the respective production. Knowing already this operational framework, we can achieve and implement a series of strategies, whether financial, managerial or technological. Finally, for a complete, organized and integrated system regarding the applicability of managerial components at the level of agro-food competitiveness of food components, the contribution of various factors - price, cost, innovation, intervention, investment etc. remains an important one, both from a purely economic view, as well as managerial view.

For the purpose of defining the management of agro-food competitiveness, we must specify that it determines the management of competitive potential through internal processes, of production and economic efficiency, as well as coordination of agro-food products manifestation on the market, a process that involves price and competitive cost policy, competitive strategy, but also that on the quality.

calitatea. Așadar, credem, că managementul rezervelor interne de creștere a capacităților întreprinderii (sectorului) are un efect direct proporțional cu imaginea și cota sa de piață. Un rezultat performant în domeniul gestionării competitivității agroalimentare ar trebui să întrunească, astfel, o serie de procese care să-l asigure.

Acestea s-ar prezenta în felul următor:

1) *Direcții de sporire a eficienței interne:*

a) crearea și aplicarea metodologiilor și instrumentelor de diminuare a costului/prețului produselor agroalimentare;
b) alocarea și gestionarea eficientă a resurselor financiare destinate cadrului inovațional și perfecționării personalului ce se ocupă de managementul marketingului și de procesele tehnologice;

2) *Direcții de sporire a eficienței de poziționare (față de consumator, concurent și societate):*

a) crearea sistemului de flexibilitate și reacție la conjunctura pieței agroalimentare;

b) proiectarea și realizarea managementului competitivității produselor agroalimentare, care ar trebui să conțină componenta de management a calității acestor produse (inclusiv sistemul de standardizare), strategia de formare a prețurilor și politica de constituire a potențialului competitiv.

Din alt punct de vedere, influența politicilor naționale asupra sectorului agroalimentar comportă atât un caracter direct, cât și unul indirect. Această tendință vine să integreze instrumentele din ce în ce mai sofisticate cu care se operează recent, cu atât mai mult, cu cât analiza competitivității sectorului agroalimentar nu ar putea fi realizată fără a ține cont de:

- baza materiilor prime de care dispune sectorul;
- profilarea pe categorii a întreprinderilor sectorului agroalimentar;
- aspectul investițional și inovațional al entităților economice;
- capacitatea concurențială a întreprinderilor din sectorul agroalimentar național.

Întrucât ne-am propus studierea managementului competitivității din perspectiva stimulării potențialului de export al sectorului agroalimentar al RM, vom aborda accentuarea sectorială a managementului competitivității produselor agroalimentare în figura de mai jos.

Concluzii. Așadar, ca sistem și structură, managementul competitivității produselor agroalimentare combină acele componente, asupra cărora, acționând, obținem rezultate de competitivitate (este vorba de calitate, cost, preț, poziționare pe piața internă și cea externă). Totodată, ca tratare strategică, acest management implică procesualitatea consecutivității de eficiență, de gestionare inovativă, de creare și întărire a potențialului competitiv, cât și a strategiei de diferențiere de competitorii din domeniu. Structura generează astfel strategia, iar aceasta, la rândul ei, are o influență covârșitoare asupra faptului dacă sectorul agroalimentar va fi asigurat cu produse competitive. Dar structura, mai și implică aspectul microeconomic, care, astfel, face legătura cu cel mezo-economic. Nu este de neglijat nici aportul factorilor și determinantilor, care acționează la nivelul acestor două trepte economice. Ei, de fapt, reprezintă cadrul de operaționalitate și pot serios influența atât rezultatele întreprinderii, a grupelor de agenți economici, cât și a sectorului în întregime.

Therefore, we believe that management of company (sector) capacities growth internal reserves has a direct proportionally effect with its image and market share. An efficient result in management of agro-food competitiveness should meet, so, a series of processes to assure it.

They would present as follows:

1) *Directions of internal efficiency increase:*

a) creating and applying methodologies and instruments to reduce the cost/price of agro-food products;
b) allocation and efficient management of financial resources for innovation framework and staff development dealing with marketing management and technological processes;

2) *Directions of increase the positioning efficiency (towards consumer, competitor and society):*

a) creation of flexibility and reaction system to the conjuncture of agro-food market;

b) design and implementation of management of agro-food competitiveness, which should include the component of quality management of these products (including standardization system), pricing strategy and policy on establishing the competitive potential.

From another point of view, the influence of national policies on agro-food sector involves both direct and indirect character. This trend comes to integrate more and more sophisticated instruments with which they recently operate; especially, the analysis of agro-food sector competitiveness could not be carried out without taking into account:

- raw materials available to the sector;
- profiling the categories of enterprises from agro-food sector;
- investment and innovation aspects of economic entities;
- competitive ability of enterprises from national agro-food sector.

Since we intend to study management of competitiveness from the perspective of stimulating the export potential of the Moldovan agro-food sector, we will approach the sector emphasizing of the management of agro-food products competitiveness in the figure below.

Conclusions. Therefore, as system and structure, the management of agro-food products competitiveness combines those components on which, acting, we obtain competitive results (that is quality, cost, price, positioning on domestic and foreign markets). At the same time, as strategic treatment, this management involves the processuality of consecutiveness of efficiency, of innovative management, of creation and strengthening of competitive potential, as well as the strategy of differentiation from the competitors in the industry. Structure thus generates strategy and this, in turn, has an overwhelming influence about whether the agro-food sector will be provided with competitive products. But the structure also involves microeconomic aspect, which thus connects to that meso-economic. Also, should not be overlooked the contribution of factors and determinants, which act at the level of these two economic stages. They, actually, represent the operational framework and can seriously affect enterprise, groups of companies, as well as the entire sector results.

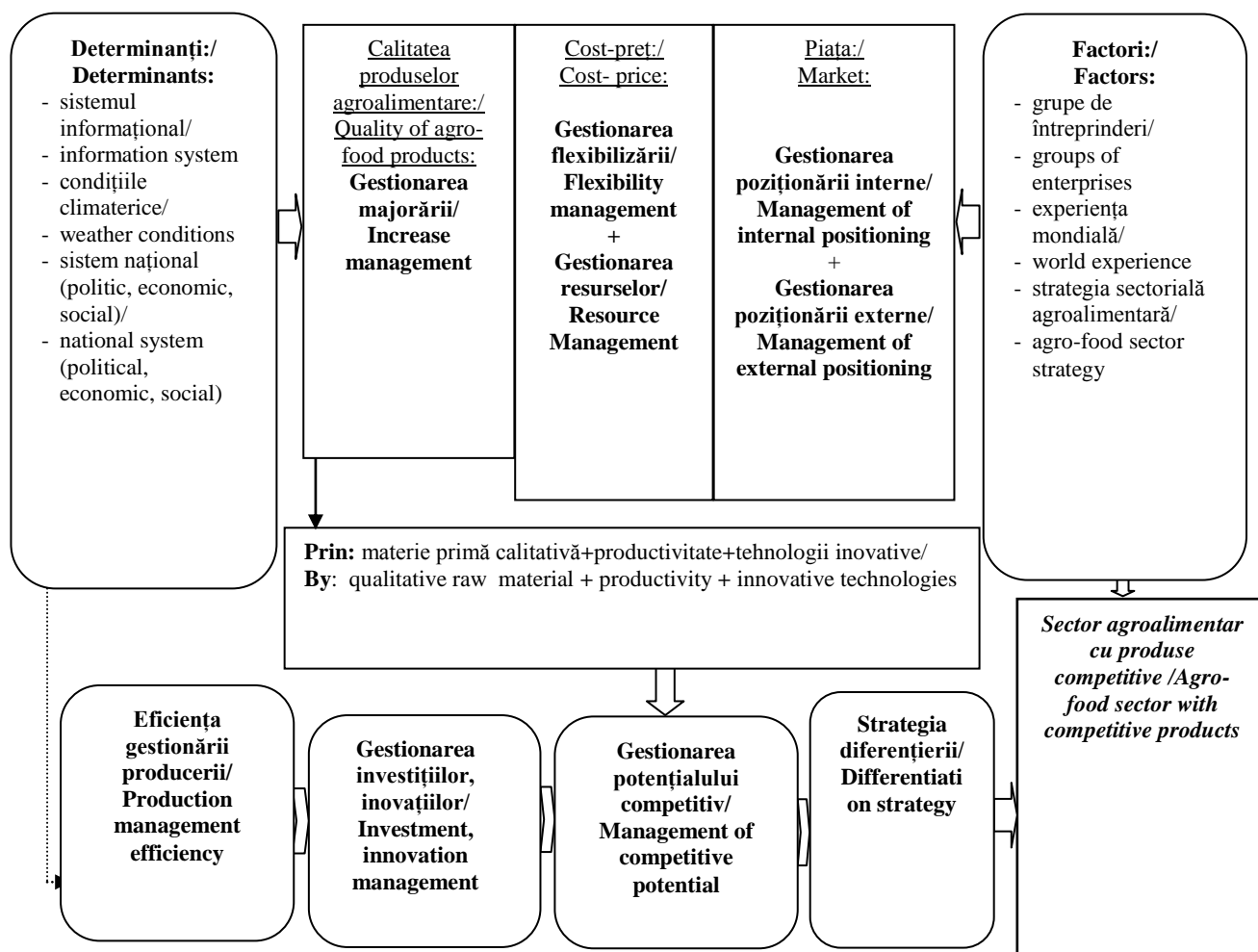


Fig 1. Managementul competitivității produselor agroalimentare din perspectiva sectorială, strategică și componentială / Fig 1. Management of food products in terms of sectoral competitiveness, strategic and components

Sursa/Source: Elaborată de autor / Prepared by author.

Referințe bibliografice / References

1. BALTAG, G., GHERMAN, O. Competitivitatea produselor alimentare exportate. In: Perfecționarea contabilității, fiscalității și auditului în sectorul agroalimentar: viziuni, contribuții și recomandări: culegere interuniversitară de lucrări științifice. Chișinău, 2003, partea 3, pp. 91-95.
2. GALLEZOT, J., CHEVASSUS-LOZZA, E. La compétitivité hors-prix dans les échanges de produits agricoles et agro-alimentaires français sur le marché communautaire. In: Économie & prevision. 1995, vol. 117, nr. 117-118, pp. 143-154.
3. ION, R.A. Competitivitatea produselor agroalimentare. In: Tribuna Economică. 2006, nr. 11, pp. 57-88.
4. БОЛОБОЛОВ, А. Конкурентоспособность аграрного производства. В: Международный сельскохозяйственный журнал. 2003, № 3, сс. 25-28.
5. ДАВЫДОВА, С.В. Управление и конкурентоспособность предприятий АПК. В: Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2011, № 6, сс. 44-45.
6. КЛИМОВА, Н. Оценка конкурентоспособности продовольственной продукции. В: АПК: экономика, управление. 2005, № 2, сс. 51-56.
7. СЕРЕГИН, С., МАГОМЕДОВ, А.Н., КАМИЛОВА, П. Повышение конкурентоспособности продукции пищевой промышленности России. В: АПК: экономика, управление. 2007, № 1, сс. 36-39.
8. ФАТХУТДИНОВ, Р.А. *Стратегическая конкурентоспособность*: учебник. Москва: Экономика, 2005. 504 с.

Recomandat spre publicare: 27.12.2012