

Influências Positivas E Negativas Da Abertura Comercial Da Cidade De San Antonio - Argentina Para O Comércio Brasileiro De Santo Antonio Do Sudoeste - Pr

*Vislaine Aparecida Pedretti¹, Keitilanger Grisa Hann², Valdete Fiorese³, Kleitson Telmo Grisa⁴

Corresponding author: *Vislaine Aparecida Pedretti

RESUMO: Compreender os impactos econômicos causados pelo comércio internacional em determinado local, saber os pontos positivos e negativos desta busca por produtos ou serviços estrangeiros e através disto procurar atrair os consumidores com diferenciais competitivos é fundamental no mercado atual e também uma forma eficaz de diferenciar-se perante os concorrentes. Desta forma, o presente estudo buscou identificar quais as causas que levam os consumidores brasileiros da cidade de Santo Antonio do Sudoeste – PR, a buscar o mercado de San Antonio – Argentina para realizar suas compras, assim como abordar os pontos positivos e negativos desta abertura comercial para a economia local. A primeira etapa deste estudo constituiu-se em abordar bibliograficamente a economia e suas relações. Na segunda etapa buscou-se analisar o mercado local através de observação e aplicação de questionário, de forma anônima e aleatória a fim de obter maior credibilidade e veracidade as dados deste estudo. Por fim, realizou-se a das informações obtidas, as quais são de grande valor a compreensão do comércio local quanto aos fatores que levam o consumidor a buscar outros mercados para realização de suas compras, e assim procurar atrair esse público consumista e conseqüentemente obter um crescimento econômico esperado. Obteve-se assim resultado satisfatório para os objetivos propostos no estudo, pois, através da análise dos dados possibilitaram caracterizar o mercado em estudo, assim como conhecer o perfil e frequência de compra dos clientes e os reais motivos da escolha do comércio internacional para realizar suas compras.

Palavras-chave: Economia. Microeconomia. Macroeconomia. Comercio Internacional.

I. INTRODUÇÃO

Vista como um estudo insubstituível em qualquer localidade (cidade, estado, país, nação) a economia proporciona uma visão abrangente de como os sistemas econômicos distintos conduzem seus recursos a fim de produzir bens e serviços que atendam as necessidades da população. A economia busca estudar a atividade produtiva, com enfoque na aplicação de recursos materiais escassos para produção de bens e serviços, ou seja, produzir o máximo possível a partir de poucos recursos. Cabe lembrar que as necessidades humanas são constantemente modificadas pelas inovações e pelo desejo de melhorar o padrão de vida. (TEBCHIRANI, 2004). Desta maneira, o comércio internacional se apresenta como uma ferramenta de transformação econômica, pois através da troca de bens e serviços, na maioria dos países acaba

¹Graduada em Administração pela FAMPER – Faculdade de Ampere. E-mail: vislaine_pedretti@hotmail.com.

²Mestra em Desenvolvimento Rural Sustentável pela UNIOESTE – Universidade do Oeste do Paraná. Especialista em Finanças Empresariais e Docência no Ensino Superior - FAMPER - Faculdade de Ampere. Especialista em Gestão Empresarial – Ênfase em Finanças – FAMPER. Graduada em Administração – FAMPER. Graduada em Ciências Contábeis – CPEADC. E-mail: keitigh@hotmail.com.

³ Mestranda em Administração Universidade Federal do Paraná – UFPR. Especialista em Marketing e Propaganda – Faculdade Católica de Administração e Economia – FAE. Graduação em Ciências Econômicas – Faculdade de Ciências Humanas de Francisco Beltrão. E-mail: vau.fiorese@hotmail.com.

⁴ Mestre em Geografia pela UNIOESTE – Universidade do Oeste do Paraná. Especialista em Gestão Ambiental – UFC e Graduação em Gestão Ambiental email: kleitson_realeza@hotmail.com.

representando uma grande porcentagem do PIB local, além de ser um dos indicadores mais visíveis do processo de globalização.

Seguindo esta visão, optou-se por desenvolver um estudo relacionando os pontos positivos e negativos para o comércio brasileiro da cidade de Santo Antonio do Sudoeste – PR, a abertura comercial com o país vizinho, Argentina, mais especificamente com a cidade de San Antonio, a qual faz fronteira. Vê-se que é crucial para o comércio em geral aproximarem-se de seus clientes, conhecer suas expectativas, necessidades e identificar de quais formas podem aproximar-se destes para que não necessitem buscar produtos e serviços em outras localidades. O estudo foi realizado com o tema Economia, visando à prática do comércio internacional e a abertura comercial entre duas cidades fronteiriças. O problema de pesquisa buscou verificar quais os pontos positivos e negativos para a economia local e para o comércio brasileiro, especificamente da cidade de Santo Antonio do Sudoeste – PR, da população realizar suas compras no país vizinho, Argentina?

Para justificar este estudo, a prática da pesquisa possibilita uma visão abrangente do mercado e da situação econômica local, assim como permite as organizações e ao comércio em geral tomar conhecimento dos pontos em destaque da pesquisa, permitindo uma análise dos resultados e através destes uma oportunidade de diferencial competitivo, uma vez que trará os pontos que necessitam de melhorias para alcançar seu cliente. Além de estudos bibliográficos foram utilizados instrumentos como conversas informais, observação e, sobretudo o levantamento de dados através de aplicação de questionário de forma anônima e aleatória à população local. A primeira parte do estudo apresenta o título, resumo e introdução referentes à abordagem do estudo em questão. A segunda parte apresenta o referencial teórico abordando os conceitos que compreendem a economia, a microeconomia, a macroeconomia e o mercado internacional. Essa discussão teórica auxilia a compreensão do objetivo do estudo, assim como proporciona um entendimento dos resultados obtidos através da pesquisa aplicada. Por fim, apresenta-se a análise e considerações sobre os dados obtidos através do questionário aplicado, apresentação das afirmações constatadas seguida da conclusão do estudo. Este trabalho contribui para o meio acadêmico porque expande os conceitos trabalhados anteriormente. No campo pessoal, contribui para o alcance de novos conhecimentos, e por fim, este trabalho é também uma forma de ampliar a prática profissional e levar para essa área os conhecimentos adquiridos no plano teórico.

II. ECONOMIA

A economia tem como objetivo estudar a forma pela qual os indivíduos e a sociedade em geral realizam suas escolhas, a fim de que os recursos disponíveis possam satisfazer suas necessidades individuais e coletivas. (MACHON; TROSTER, 1994). Ao estudar economia, estudam-se quais as maneiras que os diferentes tipos de sistemas econômicos conduzem seus restritos recursos, na busca de produzir bens e serviços e satisfazer sua população como um todo. De acordo com Passos e Nogami (1998, p. 5) “se o objetivo é atender ao máximo as necessidades da população e se os recursos são limitados, então a administração desses recursos tem de ser feita de maneira cuidadosa, econômica (parcimoniosa), racional e eficiente”.

Machon e Troster (1994, p. 5) abordam a economia como cautelosa:

Pode-se dizer que a economia se preocupa com a forma que os indivíduos “economizam” seus recursos, isto é, de como empregam sua renda de forma cuidadosa e sábia, de modo a obter o maior aproveitamento possível. Do ponto de vista da sociedade, em seu conjunto, a economia trata de como os indivíduos alcançam um nível de bem-estar material mais alto possível a partir dos recursos disponíveis. Segundo Marshall apud Rossetti (2010, p. 45) “a economia é um estudo das condições materiais da vida em sociedade e dos motivos que levam os homens a ações que tem consequências econômicas”. Ainda, segundo o autor a economia tem como objetivo de estudo a pobreza, enquanto degradação de grande parte da humanidade, da riqueza enquanto suas motivações, condições e razões, assim como as ações individuais e sociais que viabilizam a obtenção do bem-estar.

Vista dessa forma, a economia é um estudo dos homens tal como vivem, agem e pensam nos assuntos comuns da vida. Mas diz respeito, principalmente, aos motivos que afetam, de modo intenso e constante, a condução do homem no campo das transações mercantis e dos negócios. E como as transações e seus benefícios são mensuráveis, a economia conseguiu avançar mais que os outros ramos do estudo do homem. (MARSHALL apud ROSETTI, 2010, p. 45).

Neste sentido, pode-se dizer que as necessidades são ilimitadas, assim sempre existirão necessidades e algumas destas não poderão ser satisfeitas. Normalmente, as pessoas procuram fixar suas preferências, sendo os primeiros bens desejados de necessidade básica, como alimentação, vestuário, saúde, entre outros.

Satisfeitas as necessidades primárias os indivíduos procuram as mais refinadas, como turismo e lazer, a fim de obter melhor qualidade de vida e bem-estar. (MACHON; TROSTER, 1994).

2.1 Microeconomia

A microeconomia busca avaliar o funcionamento da oferta e demanda na formação de preços do mercado, ou seja, o preço obtido através da interação de um grupo de consumidores com um grupo de empresas que fabricam determinados bens ou serviços. (VASCONCELLOS; GARCIA, 2004). [...] a Microeconomia não tem seu foco específico na empresa (não deve ser confundida com Administração de Empresas), mas no mercado no qual as empresas e consumidores interagem, analisando os fatores econômicos que determinam tanto o comportamento do consumidor quanto o comportamento da empresa. (VASCONCELLOS; GARCIA, 2006, p. 29).

De acordo com Pinho e Vasconcellos (1998, p. 69) a microeconomia é um ramo da ciência que estuda “o comportamento das unidades de consumo representadas pelos indivíduos e/ou famílias, [...] o estudo das empresas, suas respectivas produções e custos e o estudo da geração e preços dos diversos bens, serviços e fatores produtivos”. A teoria microeconômica é distinta da economia de empresas, pois possuem enfoques diferentes. A microeconomia estuda como ocorre a formação de preços no mercado e as influências sobre esse, o funcionamento da oferta e demanda, por sua vez, a economia de empresas busca estudar uma empresa específica, com enfoque na visão contábil-financeira baseando-se nos custos de produção para formação de preços. (VASCONCELLOS; GARCIA, 2004).

2.2 Macroeconomia

A macroeconomia estuda o desempenho do sistema econômico por um número restrito de variáveis, como o produto, produção, emprego, investimento, consumo, o nível de preços de uma economia, entre outros aspectos. (MACHON; TROSTER, 1994). A macroeconomia busca a imagem que mostre o funcionamento da economia em seu conjunto. Seu propósito é obter uma visão simplificada do funcionamento da economia que, porém, permita ao mesmo tempo conhecer e atuar sobre o nível da atividade econômica de um determinado país ou de um conjunto de países. (MACHON; TROSTER, 1994, p. 174).

Segundo Passos e Nogami (1998) ao estudar a macroeconomia se devem observar três níveis de análise. A explicação, que permite com base em dados estatísticos justificar fenômenos ocorridos no passado, assim como analisar como os agentes econômicos se comportaram conforme previsto e se não, quais as razões dessa alteração. A previsão, que permite simular o comportamento das variáveis para o futuro com base nas observações do passado. E por fim, a ação política que está calcada nas simulações da Previsão, porém seus resultados variam conforme a interpretação dos dados e resultados. Machon e Troster (1994, p. 174) ressaltam que a macroeconomia analisa uma série de variáveis-chave para estudar o funcionamento da economia como um todo, que permite estabelecer objetivos e traçar a política macroeconômica. “A política macroeconômica é integrada pelo conjunto de medidas governamentais destinadas a influir sobre a marcha da economia no seu conjunto.”

A política econômica traz três grandes objetivos de estudo a inflação, o desemprego e o crescimento, além destes direciona-se uma atenção especial pelas autoridades econômicas o orçamento público a as contas com mercado externo. No Brasil em especial o déficit público, ou seja, a diferença entre os gastos públicos e a receita pública, surge como uma restrição que condiciona a política macroeconômica. (MACHON; TROSTER, 1994).

2.3 Mercado Internacional

Segundo Machon e Troster (1994, p. 271) “o comércio internacional consiste no intercâmbio de bens, serviços e capital entre os diferentes países”. Grande parte dos países vem mantendo relações comerciais, esse fato se deve principalmente a não poder produzir todos os bens que necessitam. Esse intercâmbio internacional de mercadorias justificasse no fato de que todas as nações têm recursos e capacidades tecnológicas distintas. Essas diferenças podem ser climáticas, de riqueza mineral e natural, tecnológica, quantidades disponíveis de mão-de-obra, capital e terra cultivável. (MACHON; TROSTER, 1994). Segundo Passos e Nogami (1998) existem fortes razões que induzem os países ao comércio exterior de bens e serviços.

As desigualdades entre as nações no tocante às reservas não reprodutíveis (recursos naturais); as diferenças internacionais no tocante a fatores climáticos (que são determinados por fatores relativamente estáticos como altitude, latitude, topografia e tipo de superfície) e a fatores edáficos (natureza e distribuição dos solos); as desigualdades nas disponibilidades estruturais de capital e trabalho e nas diferenças nos estágios de desenvolvimento tecnológico. (PASSOS; NOGAMI, 1999, p. 5).

O intenso desenvolvimento dos fluxos mundiais de comércio relacionados a outros fluxos econômicos associados é um dos indicadores mais visíveis do processo de globalização, “definido como estágio avançado das trocas internacionais intensificadas, em múltiplos campos”. Esse processo econômico não se limita apenas a ordem econômica, mais também a cultura, as instituições, as redes de comunicação, as políticas públicas e as questões sociais, porém é na área econômica e em suas divisões micro e macro que se expressa de forma mais nítida, pois sua consolidação está diretamente relacionada a outros processos econômicos, como a formação de blocos, a constituição de mercados comuns e de áreas ampliadas de livre comércio. (ROSSETTI, 2010, p. 849).

De acordo com Machon e Troster (1994, p. 272) dentre as razões que justificam o comércio internacional, a que tem maior relevância é o fato de permitir que determinado país obtenha uma especialização em certo produto ou mercadorias, permitindo assim maiores vantagens competitivas nas exportações. “O comércio internacional facilita a especialização, ao permitir que cada país possa colocar no resto do mundo os excedentes dos produtos em que se especializou”. São vários os fatores que levam os países a comercializarem entre si, como a variedade de condições de produção e a possibilidade de reduzir os custos de produção de determinado bem vendido internacionalmente. A fim de explicar o comércio internacional os economistas forneceram uma explicação teórica por meio do chamado Princípio das Vantagens Comparativas. (VASCONCELLOS; GARCIA, 2004).

O Princípio das Vantagens Comparativas, base da Teoria Clássica do Comércio Internacional, sugere que cada país deva especializar-se na produção daquela mercadoria em que é relativamente mais eficiente (ou que tenha um custo relativamente menor). Essa será, portanto, a mercadoria a ser exportada. Por outro lado, esse mesmo país deverá importar aqueles bens cuja produção implicar um custo relativamente maior (cuja produção é relativamente menos eficiente). Desse modo, explica-se a especialização dos países na produção de bens diferentes, com base na qual se concretiza o processo de troca entre eles. (VASCONCELLOS; GARCIA, 2004, p. 355-356).

Segundo Mankiw (2005, p. 177), “[...] o comércio é benéfico, porque permite que cada país se especialize em produzir aquilo que faz melhor”. Comparando o preço interno com o preço praticado internacionalmente para determinado produto, se houver diferença entre eles (junto ao custo de transporte), a região que tem um preço menor tem vantagem comparativa sobre as outras no cultivo ou produção desse bem. A atuação econômica no comércio exterior pode ocorrer por meio da política cambial ou comercial. De acordo com Vasconcellos (2009, p. 368) “a política cambial diz respeito a alteração na taxa de câmbio, enquanto a política comercial constitui-se de mecanismos que interferem no fluxo de mercadorias e serviços”. Ainda segundo este entre as políticas comerciais externas destacam-se as tarifas sobre importações, a regulamentação do comércio exterior e os subsídios fiscais e/ou monetários, estes estão sujeitas as normas estabelecidas pela Organização Mundial do Comércio (OMC) a qual tem a função de proteger a produção interna coibindo políticas protecionistas, ou seja, buscando impedir que um país venda seus produtos a preços inferiores que os custos de produção.

Ainda, a prática do comércio internacional é dependente de fatores ou variáveis que afetam as exportações e importações, as quais comprometem diretamente a política econômica e o estabelecimento de previsões que possibilitam um entendimento da conduta do comércio exterior de um determinado país. (VASCONCELLOS, 2009)

As exportações agregadas de um país dependem de variáveis como:

Preços externos em dólares: se os preços de nossos produtos se elevarem no exterior, as exportações nacionais devem elevar-se. Preços internos (domésticos) em reais: uma elevação dos preços internos de produtos exportáveis pode desestimular as exportações e incentivar a venda no mercado interno. Taxa de câmbio nominal: [...] deve estimular as exportações, seja porque nossos exportadores receberão mais reais pelos mesmos dólares anteriores, seja porque os compradores externos, com os mesmos dólares anteriores, poderão comprar mais produtos nacionais. Renda mundial: um aumento da renda mundial certamente estimulará o comércio internacional e, em consequência, as exportações nacionais. Subsídios e incentivos às exportações: subsídios e incentivos às exportações, sejam de ordem fiscal (isenções de impostos), sejam financeiros (taxas de juros subsidiadas, disponibilidade de financiamentos etc.), sempre representam em fator de estímulo às exportações. (VASCONCELLOS, 2009, p. 366).

Ainda segundo o autor, também existem fatores que determinam o comportamento das importações. Entre eles os preços externos em dólares os quais se aumentarem no exterior ocasionará uma retração das importações brasileiras. Os preços internos em reais, quando há aumento destes ocorre um grande incentivo à compra de produtos similares no exterior, elevando assim as importações. A taxa de câmbio nominal, a elevação desta taxa acarretará numa despesa maior aos importadores. A renda e produto nacional, as

importações estão relacionadas à renda nacional o aumento desta renda significa um crescimento do país e com isso a necessidade de mais produtos importados seja matéria-prima, bens de capital ou de consumo. E por fim, as tarifas e barreiras às importações as quais podem ser quantitativas (elevação das tarifas de importação) ou qualitativas (proibição de importação de determinados produtos através de quotas ou entraves burocráticos), impedindo as compras de produtos importados.

Rossetti (2010) apresenta em seus estudos uma síntese relativa aos custos e benefícios para os países relevantes as trocas externas. Segundo este, os custos apresentados são *menor autossuficiência* aumentando o grau de interdependência entre os países e conseqüentemente elevando o risco de choques de origem externa, *enfraquecimento do poder interno* aumento da dependência da política pública interna a interesses multilaterais ampliando o grau de importância das restrições externas, *desemprego estrutural* causa a redução de organizações, ocasionando menos trabalho e elevação das taxas de desemprego. Já entre os benefícios destacam-se a *diversidade de produtos*, *ganhos de eficiência* e *aceleração de mudanças*, obtendo-se maior diversidade de produtos usufruíveis em diferentes locais, especialmente naqueles com menos atributos naturais, ganhos como maior concorrência, produção ampliada e custos menores e um grande passo as inovações tecnológicas globais.

III. RESULTADO DA PESQUISA E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os conhecimentos de mercado assim como de economia tem influência direta no sucesso das organizações atuais, com a globalização e a abertura de mercados é de suma importância que as empresas busquem diferenciais competitivos a fim de oferecer qualidade e confiabilidade em seus produtos e/ou serviços, visto que os clientes almejam a satisfação de seus desejos, sendo necessários diferenciais como competência, agilidade, segurança, confiabilidade, tranquilidade, entre outros. Desta forma, o cliente é o principal fator para avaliar as expectativas em relação aos produtos e serviços oferecidos pelo comércio local. De acordo com os dados coletados na pesquisa, chegou-se aos seguintes resultados.

A primeira questão abordou quais atrativos o comércio local de Santo Antonio do Sudoeste – PR oferece a seus clientes para que estes o escolham para realizar suas compras. Ao analisar as respostas pode-se observar que a maioria dos pesquisados acreditam que o comércio local não oferece nenhum atrativo à seus clientes, ainda segundo estes o que faz com que o cliente se mantenha comprando no mercado local é a variedade de produtos e serviços, pois apesar de ter menor valor de mercado no país vizinho este ainda oferece poucos produtos e serviços por ser uma cidade de pequeno porte, ainda atrativos como promoções e a possibilidade de abrir crediário para compras a prazo. Em seguida, discutiram-se quais os fatores que levam a população brasileira a comprar no país vizinho, a grande maioria dos pesquisados indicou o preço como o principal fator desta escolha e em casos mais raros alguns produtos que não se encontram no Brasil para comprar.

Na terceira questão optou-se por abordar o que falta no comércio brasileiro que faz com que a população local queira realizar suas compras em outro país. A grande maioria dos pesquisados abordou a questão dos preços e promoções de fachada que não condizem com a realidade, também a questão do atendimento sendo que este é um fator fundamental para a satisfação e fidelização do cliente. E por fim, o que o comércio brasileiro local de Santo Antonio do Sudoeste – PR precisa fazer para atrair seu cliente, nesta questão pose-se observar um ponto econômico muito constante na atualidade, sendo que o preço e as promoções foram à maioria das respostas. Também indicaram fatores como atendimento, produtos de melhor qualidade e um marketing adequado de seus produtos e serviços. Através dos resultados da pesquisa foi possível observar que o público consumidor não está satisfeito com a qualidade e especialmente com os preços dos produtos e serviços ofertados no mercado brasileiro, um percentual de 85% classificam-se como insatisfeitos, com relação a produtos e preços. Já quanto ao atendimento, a média de clientes insatisfeitos diminui para 56%, porém é um dado negativo de grande relevância para o mercado local, já que este é um fator que influencia diretamente na sua satisfação. Desta forma, o comércio pode perceber a importância de estar sempre atentos aos fatores que contribuem para que desenvolvam um relacionamento duradouro com seus clientes.

Ao analisar a atual situação econômica do mercado nacional, podem-se sugerir alguns fatores que possam contribuir para atrair os clientes, como apresentar ofertas de produtos variados, melhorar o marketing pessoal de sua empresa, oferecer cursos de atendimento a seus funcionários. Porém, devemos admitir que o comércio nacional esta a mercê de um mercado em crise, onde as vastas áreas estão enfrentando um momento de especulações e conflitos econômicos, onde a moeda está cada vez mais escassa na mão do cliente e os produtos cada vez com valor maior. O presente trabalho atingiu o objetivo de estudo esperado, pois conseguiu pesquisar os motivos pelos quais os consumidores de Santo Antonio do Sudoeste – PR procuram o país vizinho Argentina, mais especificamente a cidade de San Antonio, na busca pelos serviços e produtos ofertados. Através de estudos e pesquisa aplicada, onde se podem coletar informações confiáveis

relacionadas a vários aspectos que influenciam diretamente a sua satisfação. Assim como permitiu ao comércio local analisar os aspectos positivos, e com base nos dados coletados analisar possíveis melhorias que possam vir a satisfazer e fidelizar seus clientes.

A pesquisa proporcionou ainda, a obtenção de resultados que possibilitaram caracterizar o mercado em estudo, assim como conhecer o perfil e frequência de compra dos clientes. Por meio destes dados os comerciantes locais podem integrar-se mais na relação mercado/cliente, identificar as razões de o consumidor escolher outro mercado para realização de suas compras, compreender as necessidades e desejos mais frequentes dos mesmos e em decorrência buscar inovações que atraiam e conquistem esse público.

IV. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MANKIW, N. Gregory. *Introdução à Economia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- MOCHON MORCILLO, Francisco; TROSTER, Roberto Luis. *Introdução à economia*. São Paulo: Makron Books, 1994
- PASSOS, Carlos Roberto Martins; NOGAMI, Oto. 1998. *Princípios de economia*. São Paulo: Pioneira.
- PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval (Orgs.). *Manual de Economia*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- ROSSETTI, José P. **Introdução à economia**. 20 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- TEBCHIRANI, Flávio Ribas. **Micro e macro: economia**. Curitiba: IBPEX, 2004.
- VASCONCELLOS, Marco Antonio S. *Economia: micro e macro: teoria e exercícios, glossário com os 300 principais conceitos econômicos*. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- _____. _____. São Paulo: Saraiva, 2006.
- VASCONCELLOS, MarcoAntonio S. GARCIA, Manuel E. **Fundamentos da Economia**. São Paulo: Saraiva, 2004.

*Vislaine Aparecida Pedretti. “Influências Positivas E Negativas Da Abertura Comercial Da Cidade De San Antonio -Argentina Para O Comércio Brasileiro De Santo Antonio Do Sudoeste - Pr.” *International Journal Of Modern Engineering Research (IJMER)*, vol. 07, no. 08, 2017, pp. 21–26.