

Curs Agromarketing

Acest **curs** prezintă **Curs Agromarketing**.

În acest PDF poți vizualiza cuprinsul și bibliografia (daca sunt disponibile) și aproximativ două pagini din documentul original.

Arhiva completa de pe site conține un fișier, într-un număr total de **9 pagini**.

Fișierele documentului original au următoarele extensii: doc.

Extras

1. Introducere

Pentru republica noastră conceptul de marketing este o orientare nouă în activitatea social-economică, necesitatea implantării căruia este demonstrată și cerută de așa-numita tranziție la economia de piață.

Promovarea conceptului de marketing înseamnă, în primul rând, acceptarea ideii de orientare a activității întreprinderii către piață, către nevoile de consum în general. Conectarea producătorilor de fructe la mediul social-economic poate fi realizată în prezent numai prin intermediul politicii de marketing.

Marketingul urmărește cunoașterea pieței potențiale actuale și viitoare pentru adaptarea producției corespunzătoare satisfacerii consumatorilor și realizarea de Profit de către întreprindere prin conceperea, schimbul și distribuirea rațională și eficientă a producției obținute.

În prezent serviciile de marketing sunt accesibile numai pentru o mică parte din producătorii din țară. Astfel de studii se efectuează în întreprinderi mari producătoare. Însă pentru fermierii și producătorii mici acest serviciu este inaccesibil din mai multe motive, motivul de bază fiind lipsa acută de mijloace financiare.

Cu toate aceste dificultăți, marketingul ocupă, pas cu pas, un loc din ce în ce mai însemnat în activitatea de producere și, mai mult în cea de desfacere, a întreprinderilor. Studiul pieței referitor la oferta și cererea de produse pomicole, permite producătorului de a se conforma cerințelor pieței și de a alege modelul cel mai favorabil în valorificarea produselor.

2. Metode și materiale

Instrumentarul de analiză a subiectului în cauză este de origine statistico-matematică și se folosește pe larg în agromarketing.

Metodologia respectivă presupune delimitarea sau efectuarea primei etape de investigare: descrierea procesului de distribuție și desfacerea producției pomicole în cadrul filierei pomicole, aprecierea dinamicii desfacerii pe parcursul a patru ani consecutivi, evidențierea canalelor eficiente de desfacere, verificarea rezultatelor folosind metodele statistice și cele econometrice.

În investigația de față se pornește de la delimitarea în direcție verticală a filierei pomicole. Filiera pomicolă în cazul nostru se prezintă printr-un set de elemente strâns conectate integrate vertical în procesul valorificării producției pomicole, având un scop comun de a răspunde prompt la cerințele consumatorilor sau cumpărătorilor. De aceea, la primul pas, s-a considerat filiera de producție pomicolă drept un sistem închis pentru a efectua o analiză din interior a sistemului de valorificare a fructelor, și anume, s-au determinat elementele principale din care este constituit sistemul. La al doilea pas, s-a efectuat o analiză a relațiilor și conexiunilor dintre elementele circuitului de distribuție.

Rezultatele prezentate în continuare sunt o sinteză a studiului în cauză.

3. Rezultate

3.1. Circuitul de distribuție a producției pomicole

Distribuția regrupează toate operațiile materiale care pun produsul agricol sau produsul agroalimentar la dispoziția utilizatorului final. Deci, punctul de pornire într-un circuit de distribuție este producătorul și cel final – consumatorul.

Reieșind din această definiție putem determina următoarele tipuri de circuite de distribuție existente în cadrul filierei pomilegumicole din Republica Moldova (fig. 1).

Circuit direct Circuit indirect

integrat semiintegrat lung mai multe canale

de distribuție

Produsul Produsul

A B

Figura 1. Tipuri de bază ale circuitelor de distribuție

Circuitul de distribuție a producției pomicole include distribuția fizică și distribuția economică. Cea fizică presupune procesul operativ prin care trece produsul pentru a ajunge la consumator, iar cea economică are în vedere relațiile ce intervin între agenții de piață pe parcursul desfacerii producției. Schematic circuitul de distribuție este prezentat în fig. 2.

Procesul tranziției la economia de piață a generat numeroase transformări la nivelul tuturor sectoarelor economice din țara noastră. Distribuția mărfurilor este unul dintre primele domenii în care s-au produs primele programe de reformă prin afirmarea proprietății private.

Figura 2. Circuitul de distribuție a producției pomicole

Printre cele mai importante mutații care au avut loc în distribuția fructelor, în special, și a bunurilor de consum, la general enumerăm următoarele:

- apariția operatorilor economici cu capital privat și privatizarea unităților aflate în proprietatea statului;
- apariția unor noi forme de desfășurare a distribuției cu ridicata și cu amănuntul;
- reducerea numărului distribuitorilor specializați în vânzarea anumitor grupe de produse;
- apelarea tot mai frecventă la canalele de distribuție directă și evitarea verigilor intermediare;
- utilizarea noilor tehnologii informatice la punctele de vânzare;
- sporirea și diversificarea ofertei de mărfuri.

În comparație cu deceniile anterioare în care activitățile cu ridicata și respectiv cele cu amănuntul erau realizate de întreprinderi specializate în desfășurarea lor, în prezent are loc un proces de integrare verticală în aval sau în amonte.

Există, de asemenea, numeroase cazuri în care producătorii își constituie magazine proprii, iar firmele ce se ocupă de distribuirea producției se extind în amonte preluând sau creând unități de producție.

Dimensiunile canalelor de distribuție au suferit, la rândul lor, o serie de transformări. Mărfurile nu mai circulă prin canale ale căror număr de verigi este stabilit în mod centralizat. Se constată o tendință

evidentă de utilizare a canalelor directe (producător → comerciant cu amănuntul, producător → consumator) care exclud firmele intermediare.

Trecerea comerțului cu fructe în regim privatizat și lărgirea sortimentului produselor pomicole pe piața internă impune găsirea de noi modalități de valorificare a producției pe tot parcursul anului. În acest sens, este interesant de comparat fostul sistem de desfacere a producției pomicole cu noile modalități de desfacere în condițiile tranziției la economia de piață.

Desfacerea producției pomicole era una din funcțiile Complexului Agroindustrial (CAI). CAI este un complex de ramuri ce asigura producerea și desfacerea producției agricole având o legătură directă cu producerea industrială și cu deservirea agricolă.

În prezent desfacerea producției este problema cea mai acută pentru producătorii agricoli. În urma desființării URSS s-au micșorat posibilitățile de desfacere a producției autohtone peste hotarele republicii, ceea ce reprezenta până în 1990 25% din totalul producției pomicole obținute anual. În prezent exportul produselor pomicole constituie numai 12% din producția totală de fructe. Ca urmare, piața agricolă din republică este suprasaturată cu produse pomicole, ceea ce influențează puternic și prețurile acestor produse. Prețurile de livrare a produselor pomicole nu întotdeauna acoperă cheltuielile de producție.

Producătorii sunt nevoiți să desfacă producția prin forțe proprii deseori fiind descurajați de rezultatele obținute. Pierderea timpului în căutarea piețelor de desfacere și deteriorarea unei părți însemnate din producția destinată vânzării sunt principalele dificultăți pe care le înfruntă producătorul individual.

Întreprinderile producătoare mari, deși nu întâmpină dificultăți de ordin organizatoric, sunt nevoite să le depășească pe cele de ordin financiar și anume: producția livrată conform contractelor este achitată cu mari întârzieri de partenerii de afaceri, ceea ce stopează continuitatea procesului de producere. Pentru a asigura continuitatea activității de producție, se apelează la credite cu dobânzi mari.

Singura cale de desfacere pentru producătorii individuali este livrarea producției sale la întreprinderile de prelucrare. Dar și aici apare o problemă care nu poate fi trecută cu vederea: impunerea prețurilor joase de către aceste organisme. Prețul stabilit de fabricile de industrializare este de două ori mai mic decât cel realizat pe piață. Astfel, producătorii individuali comercializează producția la prețuri care nu le permit recuperarea cheltuielilor de producție.

În ceea ce urmează, vom analiza sistemul de desfacere a producției pomicole în condițiile economiei centralizate și în condițiile actuale ale tranziției la economia de piață.

.....
.....
.....

Documentul complet de 9 pagini il poti citi daca il descarci din Biblioteca.RegieLive.ro

Imagini din documentul complet:

