

Introducere

Motto: "Rolul marketingului este de a transforma nevoile societății în posibilități de afaceri profitabile"

Anonim

Apariția schimbului de bunuri și evoluția acestuia a dat naștere la piață. Piața și procesele pe piață se vor sfârși odată cu sfârșitul omenirii. Așadar în lucrarea de față am avut drept scop să demonstrez marea importanță a pieței cărnii în România și în special pentru Municipiul Tecuci. Piața este locul întâlnirii a ofertei vânzătorilor și cererii consumatorilor, a confruntării dintre ele. În mecanismul de funcționare a unei economii moderne piața ocupă un loc esențial determinând într-o proporție însemnată deciziile și comportamentele agenților economici. Deci, pe piață se reflectă raporturile reale dintre producție și consum, prin intermediul categoriilor relative de cerere și ofertă și a categoriilor de preț.

Problema alimentară a constituit și constituie în continuare o preocupare majoră, atât la nivel național, cât și la nivel mondial, vizând în principal soluționarea cât mai eficace a raportului dintre resurse și necesitățile de consum.

Asigurarea consumului fiziologic normal pentru întreaga populație este strâns legat de dezvoltarea economică a unei țări. În funcție de acesta populația dispune, sau nu dispune de venituri suficiente pentru a-și asigura cerințele fiziologice de consum alimentar, în special cel de proteine de origine animală.

La orice popor, de-a lungul existenței și pe parcursul dezvoltării lui, s-au instalat, mai mult sau mai puțin durabil, tradiții, obiceiuri și deprinderi alimentare, care continuă și vor continua să joace un rol predominant în nutriția populației respective, chiar și sub impactul afirmării principiilor moderne ale alimentației, bazate pe caracterul științific și rațional al acestora și a rezolvării fără precedent a căilor și mijloacelor pentru transport.

Pe parcursul integrării va fi greu să devenim competitivi pe ansamblul activităților economice. De aceea va trebui să căutăm complementarități pe ramuri și sectoare cum ar fi cel agricol și în cel al creșterii animalelor. În agricultură însă, această problemă trebuie pusă în mod diferit la nivelul de asigurare a autosuficienței alimentare, pentru obține avantaje pe seama acestui sector care are capacități de redresare rapidă sub raportul sporurilor de producție. Pe lângă asigurare unei asemenea dezvoltări agricole va trebui să creăm structuri agricole de producție care să asigure complementarități în vederea relansării exportului unor produse agroalimentare să găsim niște nișe de piață în Uniunea Europeană, și nu numai în acest spațiu. Deși eforturile viitoare vor fi îndreptate spre apropierea de spațiul rural european, va trebui avută în primul rând, în vedere, construcția unei piețe agricole interne funcționale.

Datorită valorii lor nutritive, alimentele de origine animală sunt solicitate să participe în cantități din ce în ce mai mari în hrana populației. Ca urmare a importanței ce se acordă îmbunătățirii structurii alimentației populației pe plan mondial, s-a ajuns la concluzia că indicatorii consumului de carne, lapte, ouă, unt etc. calculați pe locuitor, constituie alături de cei ai consumului de energie electrică, metal, cărbune, țesături etc. indicatori importanți în aprecierea standardului de viață al populației unei țări. Desigur că nivelul consumului de alimente de origine animală pe locuitor este dependent, în diferite țări ale lumii, nu numai de cantitățile de alimente produse de o țară la un moment dat, ci și de alți factori economici și sociali.(3, 7, 8,14, 27,72). După cum se cunoaște, carnea este unul din alimentele care se folosește cel mai frecvent în alimentație. Dat fiind diversitatea provenienței (de bovine, porcine, ovine, pasăre, etc) se va acorda o atenție deosebită pieței de desfacere a acestui produs. Se consumă sau se prelucrează în principal carnea obținută de la: animale de măcelărie (bovine, porcine, ovine, caprine, cabaline), păsări domestice (găini, curci, rațe, găște).

Lucrarea își propune să studieze cererea și oferta producției de carne de pe piața Municipiului Tecuci, din Județul Galați, pornind de la cerințele de consum ale populației, pe de o parte, de la resursele existente în prezent pentru creșterea animalieră și de la cerințele și potențialul ce se va crea în perspectivă. De asemenea întregul demers are în vedere analiza producției de carne în condițiile economice avantajoase pentru ambii parteneri: producători și consumatori. În viitor, principalele orientări strategice ale producătorilor de carne din România sunt concepute astfel încât carnea și derivatele din carne să îndeplinească exigențele consumatorilor pe piața internă și cerințele de calitate impuse de normele Uniunii Europene, pentru a face față concurenței pe piața globalizată.

Suportul metodologic și teoretico-științific. (*The methodological and theoretical- scientific*). La baza studiului stă principiul metodologic al abordării complexe și sistemice a conceptelor economice contemporane.

Reperul teoretic al lucrării îl constituie lucrările fundamentale în domeniul marketingului, ale cercetătorilor de renume mondial M. Porter, P. Drucker, Ph. Kotler, T. Levitt, și cercetătorilor români care au publicații referitoare la problematica lucrării M. Constantin, C. Florescu, O. Nicolescu, V. Balaure, I. Cătoi, L. Anghel, N. Teodorescu, P. Stanciu, C. Criveanu, Gr. Belostecinic, D. Moldovanu.

În procesul de cercetare s-a apelat și la metode și tehnici de cercetare tradiționale: analiza literaturii științifice, analiza datelor statistice, utilizarea bazei de date, anchete, sondaje, tehnici de măsurare folosite în cercetările de marketing (diferențiala semantică, scala lui Likert, metoda corelării rangurilor, modelul Fishbein-Rosenberg etc.). La prelucrarea datelor au fost folosite metodele de analiză statistică și grafică.

Baza informațională a tezei o constituie literatura științifică și metodologică în domeniul cercetat, unele acte legislative și normative, date furnizate de Institutul Național de Statistică al României, precum și rezultatele investigațiilor proprii.

Stadiul cercetărilor (The research study). **Stadiul cercetărilor în literatura de specialitate privind „Contribuții la studiul privind marketingul cărnii pe piața municipiului Tecuci, Județul Galați”** cuprinde o sinteză bibliografică bazată pe cele 179 titluri din literatura de specialitate din țară și din străinătate.

Sunt abordate o multitudine de aspecte, dintre care cele mai importante sunt următoarele:

➤ Unele considerații privind conceptul de piață în contextul perioadei de tranziție din țara noastră și din perspectiva integrării în Uniunea Europeană, caracterul reproductibil al consumului și relația dintre nevoi și consum.

➤ Situația existentă la nivelul Municipiului Tecuci privind creșterea animalelor respectiv resursele existente în teritoriu: importanță, efective, producții, sistemele de exploatare și rezultatele tehnico-economice. Lucrarea are tendința de a surprinde caracteristicile piețelor principalelor produse din carne în cadrul unei filiere specifice care începe de la crescătorul de animale, până la achiziționarea produsului de către consumatorul familial.;

➤ Cererea și oferta la carne și preparate din carne pe piața Municipiului Tecuci aduce în prim plan mecanismul formării cererii în funcție de nevoie și impuls. În cadrul lucrării se aduce în prim plan dinamica veniturilor și cheltuielilor precum și rolul acestora în consum. Am considerat că abordarea acestui subiect trebuie realizată cu ajutorul datelor statistice, de aceea pentru a da o viziune cât mai cuprinzătoare a acestui subiect am optat pentru prezentarea sub formă grafică a acestora. Pe parcursul acestui capitol, am considerat oportun să prezint aspecte legate de costul vieții și nivelul de trai al populației. Astfel forma de marketing a produselor animaliere constituie un sistem multidimensional de comportament de a tuturor producătorilor de carne din cadrul filierei producțiilor animaliere.

➤ Tradiția și cantități consumate al românilor și la nivel european. Facem referiri la patru laturi esențiale contura te prin: caracteristicile pieței, oferta și cererea, canalul de distribuție și comportamentul agenților economici în cadrul filierei. Pornind

de la caracteristicile sociale și demografice ale populației s-a studiat influența acestora asupra consumului individului sau a gospodăriei din care acesta face parte individul. În acest capitol se prezintă teorii privind comportamentul consumatorului, stilul de viață, precum și tipologia de cumpărare a acestuia.

➤ Aspecte ale eficienței economice în producerea și valorificarea cărnii *este consacrat analizei eficienței economice, constituind de fapt chintesența prezentei lucrări.*

➤ Metode și tehnici de promovare și valorificare a cărnii și preparatelor din carne studiază modele de promovare, comercializare și diversificarea a producției pentru a crea o economie de piață funcțională, compatibilă cu principiile, normele, mecanismele și politicile Uniunii Europene.

Toate aceste aspecte au fost prezentate în detaliu și au avut drept scop evidențierea poziției pe care o ocupă municipiul Tecuci comparativ cu situația din România și țările dezvoltate și în special și de cele din Uniunea Europeană.

Din studiul comparativ prezentat, rezultă cu claritate unde se află România, care sunt punctele comune și cele antagonice față de cerințele integrării în U.E.

Scopul cercetărilor (*Purpose of Study*). Studiile de piață constituie o preocupare permanentă a agenților economici, întrucât atât producătorul agricol, cât și intermediarul sunt obligați și interesați să cunoască permanent evoluția pieței.

Tema abordată prin teza de doctorat are ca obiectiv principal analiza cererii și ofertei produselor din carne la nivelul Municipiului Tecuci, analiza factorilor care să contribuie la creșterea eficienței economice și realizarea unei game sortimentale cât mai complete, pentru asigurarea cererii anuale de consum a populației locale pentru carne și suproduse din carne.

De asemenea, în această lucrare se caută cunoașterea unor probleme descriptive de identificare a filierei pentru producția de carne cu referire la interdependența în timp, în cadrul pieței agroalimentare, între produsele existente în diferitele etape ale filierei, studierea reacțiilor și comportamentului la producătorul-

oferant și consumatorul-solicitant al acestor produse.

Analiza s-a realizat în perioada 2000-2006 și a avut drept scop prezentarea celor mai importante modificări ale sistemului de indicatori ales și consecințele acestora, în concordanță cu cerințele Uniunii Europene.

Materialul și metoda de cercetare (*The material and research method*). Metodologia de cercetare utilizată în cadrul tezei de doctorat a avut în vedere următoarele aspecte:

- *studiul bibliografic din literatura de specialitate internă și internațională;*
- *culegerea informațiilor concrete din cadrul zonei cercetate;*
- *ordonarea, prelucrarea și prezentarea rezultatelor în formă sintetică;*
- *analiza și interpretarea rezultatelor, formularea concluziilor și a recomandărilor.*