



**UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI
MEDICINĂ VETERINARĂ IAȘI**

TEZĂ DE ABILITARE

**Strategii de marketing privind posibilitățile de
dezvoltare și eficientizare a unităților agricole și
agroturistice**

**Domeniul: Inginerie și management în agricultură și
dezvoltare rurală**

Autor: Conf. dr. Gîndu Elena

2016

Rezumat

Teza de abilitare prezintă o parte a cercetărilor științifice rezultate din activitatea de cercetare desfășurată după finalizarea stagiului de pregătire doctorală, incluzând într-o manieră concisă și relevantă peste 100 de articole publicate în jurnale indexate ISI sau BDI, recunoscute la nivel național și internațional sau prezentate și incluse în volumele unor manifestări științifice internaționale.

În paralel cu activitatea didactică am desfășurat în permanență și activitate de cercetare, care s-a concretizat în elaborarea și depunerea unor granturi de cercetare, participarea în echipele de cercetare ale unor granturi naționale și contracte de cercetare cu agenți economici din România. Activitatea de cercetare științifică am desfășurat-o în cadrul colectivului de cadre didactice de la catedra de Științe Economice și Umaniste, în prezent Departamentul de Agroconomie, alături de doctoranzi, posdoctoranzi și alți specialiști din domeniul economiei, managementului și marketingului agrar.

Cercetările au fost rezultatul unei intense activități interdisciplinare, desfășurată în echipă. Acest demers științific a urmat câteva direcții științifice:

- **cercetări privind management-marketingul dezvoltării integrate a unor unități de producție agricolă (*vegetală și de creștere a animalelor*) din zona centrală a Moldovei;**
- **cercetări privind dezvoltarea, eficientizarea și implementarea marketingului strategic în unitățile agricole;**
- **cercetări în domeniul distribuției și promovării produselor agricole și agroalimentare;**
- **cercetări privind implementarea managementului de protecție a mediului în unitățile agricole;**
- **cercetări privind eficientizarea și promovarea turismului rural și agroturismului.**

În prima parte a tezei de abilitare sunt prezentate o serie de contribuții relevante care au fost încadrate în cinci direcții pe care le prezint sintetic în continuare:

1) implementarea management-marketingului dezvoltării integrate a unor unități de producție agricolă din zona centrală a Moldovei.

Studiile s-au efectuat la unități de profil, integrate pe verticală, cu o dimensiune tehnică în concordanță cu capacitatea de producție existentă și cerințele pieței.

2) *cercetări privind dezvoltarea, eficientizarea și implementarea marketingului strategic în unitățile agricole .*

Cercetările s-au axat pe analiza și proiectarea principalilor indicatori economici care caracterizează eficiența economică a unor ramuri și subramuri de producție agricolă (***cultura cerealelor, creșterea taurinelor, pomicultura, viticultura, ș.a.***).

Pentru optimizarea producției agricole s-a elaborat modelul economico-matematic în vederea dimensionării exploatațiilor (***structura pe specii și soiuri, producțiile medii la hectar, raportul costuri - prețuri, cerere - ofertă, pragul de rentabilitate***), având ca funcție obiectiv asigurarea cererii de consum a populației din zona cercetată cu produsele agricole și a disponibilităților pentru piața internă și externă, în condiții de eficiență economică.

3) *cercetări în domeniul distribuției și promovării produselor agricole și agroalimentare.*

Alegerea unei strategii de distribuție s-a bazat pe analiza și influența unor factori între care menționăm:

- *legătura dintre natura produselor și forma de distribuție;*
- *legătura dintre tipurile de clienți și formele de vânzare;*
- *factorii tehnologici;*
- *factorii juridici.*

Criteriile care au stat la baza opțiunii pentru o anumită strategie de distribuție se referă la următoarele:

- *selectivitatea intermediarilor;*
- *gradul (**puterea**) de acoperire a unui teritoriu dat;*
- *apartenența condițiilor de distribuție și controlul acestora de către producător;*
- *suplețea și convertibilitatea formei de distribuție conform politicii producătorului și a gamei sortimentale de produse;*
- *competența intermediarilor;*
- *alegerea funcțiilor;*
- *repartizarea marjelor între producător și fiecare intermediar;*
- *compatibilitatea cu alte forme de distribuție.*

Menționez faptul că dintre factorii amintiți **performanța așteptată** joacă un rol esențial.

Promovarea produselor agricole și agroalimentare se bazează pe combinarea originală a următoarelor componente: **informarea, publicitatea și relațiile publice.**

Mijloacele de promovare a produselor agricole și agroalimentare folosite de țările din Uniunea Europeană sunt tradiționale, ponderea cea mai mare având-o: *suporturile de vânzare – broșuri, ghiduri, cataloage etc.; obiecte publicitare; participarea la târguri și expoziții naționale și internaționale, simpozioane etc.; mailing; mass-media; publicații, radio, TV etc., la care se adaugă rețelele bancare, zone cu produse tradiționale, etc.*

4) implementarea și îmbunătățirea continuă a unui sistem de management al mediului în unitățile agricole.

Măsurile de agromediu sunt diverse, dar în general, se poate spune că fiecare măsură trebuie să îndeplinească cel puțin unul din cele două obiective generale:

- a) reducerea riscurilor de mediu asociate cu agricultura modernă;*
- b) conservarea naturii și a terenului cultivat;*

Implementarea tehnologiilor curate prin aplicarea continuă a unei strategii de mediu integrate și preventive au avut ca scop îmbunătățirea eficienței și reducerea riscului, atât asupra sănătății umane, cât și a mediului.

5) cercetări privind eficientizarea și promovarea turismului rural și agroturismului

În cea de a doua parte a tezei de abilitare se prezintă perspectivele de dezvoltare ale activităților de cercetare și predare.

În viitor activitatea de cercetare științifică va fi orientată spre următoarele domenii:

- strategii de marketing agrar;*
- calitatea produselor și piața;*
- distribuția și valorificarea produselor agricole și agroalimentare;*
- promovarea produselor agricole și agroalimentare;*
- dezvoltarea integrată a producției agricole.*

Referitor la relevanța și originalitatea cercetării întreprinse, pot afirma că, elaborarea strategiilor de management - marketing constituie un domeniu relativ nou în cercetarea științifică, rezultate științifice remarcabile, existând la nivel internațional.

Demersul de cercetare are un caracter original prin considerarea sistemului integrat

economie-management-marketing, iar rezultatele așteptate vor fi inovative, prin consecințele pozitive asupra aplicabilității directe și imediate.

Demersul științific va fi fundamentat pe concepte și metodologii între științele economice, sociale, de mediu, tehnologice și ecologice. Modul de abordare va fi unul exploratoriu la granița dintre științele amintite, cu finalitate aplicativă, situată, în același timp, atât la nivelul disciplinelor, cât și interdisciplinar.

Activitatea de cercetare viitoare va fi orientată spre dobândirea de cunoștințe științifice noi, precum și spre o formulare și verificare de noi strategii de management-marketing.

Totodată activitățile de cercetare vor fi orientate spre lărgirea ariei de cunoaștere, cu scopul, ca acestea să fie folosite atât în fundamentarea politicilor și strategiilor de dezvoltare durabilă, cât și în cadrul obiectivelor integrate sistemelor decizionale moderne, la nivel micro și macroeconomic.