

# **ROLUL MARKETINGULUI ȘI AL MANAGEMENTULUI ÎN ACTIVITATEA AGENTULUI ECONOMIC**

**ÎNDRUMĂTOR: ASIST. UNIV. DR. POP IZABELA**

**STUDENT  
:PETRUȚ-CRAINIC DIANA  
SPECIALIZARE: ECONOMIA FIRMEI  
ANUL AL III-LEA**

- Marketingul este o știință tânără, care a apărut la începutul secolului al 20-lea, această știință bazându-se foarte mult pe vânzări, la început, ceea ce a dus la dezvoltarea tehnicilor de vânzare.

## Ce este marketingul?

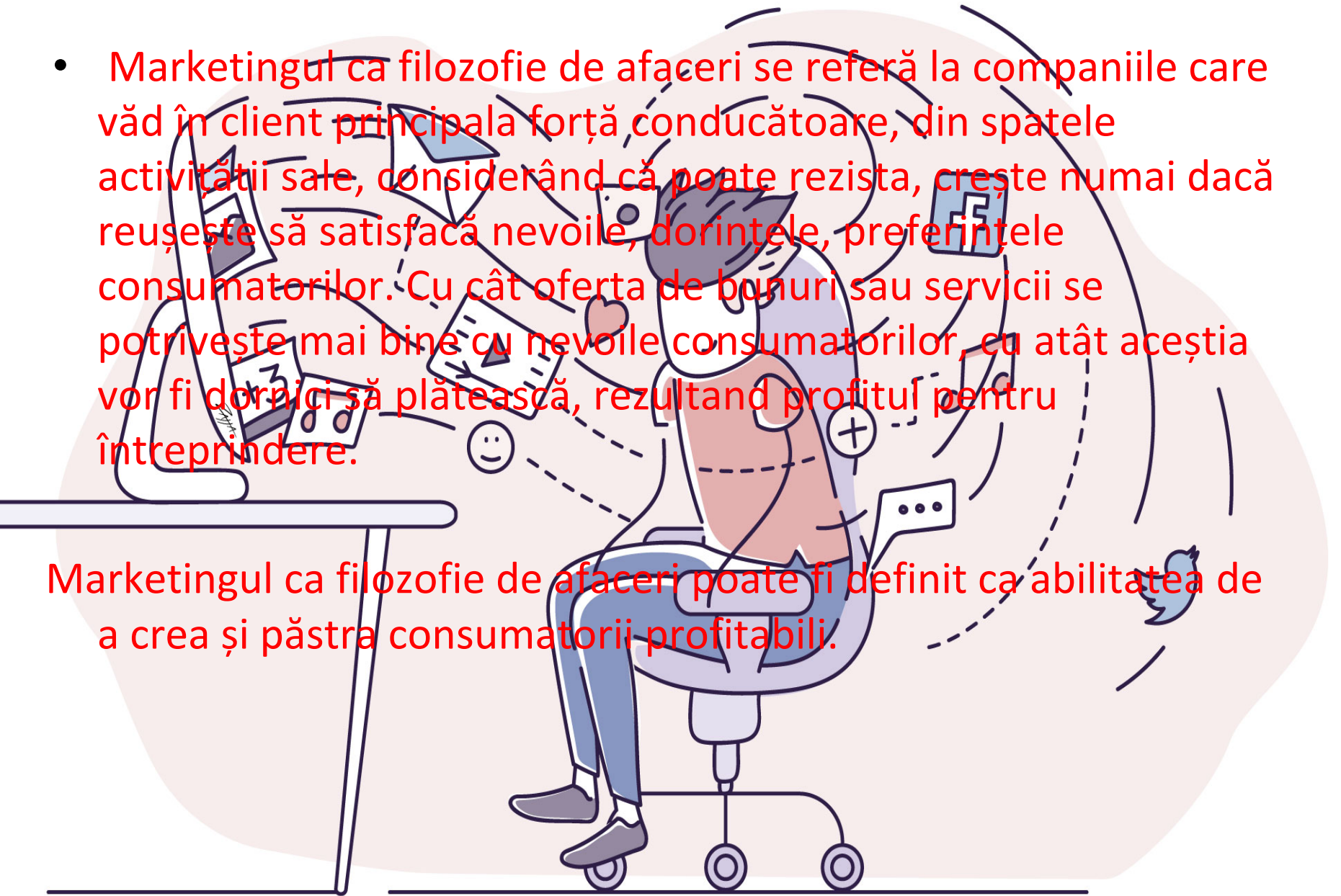


- Marketingul reprezintă un mod de gândire și de acțiune în sfera pieței, realizează o acțiune sistematică a fluxului de activități ce leagă producția de consum.



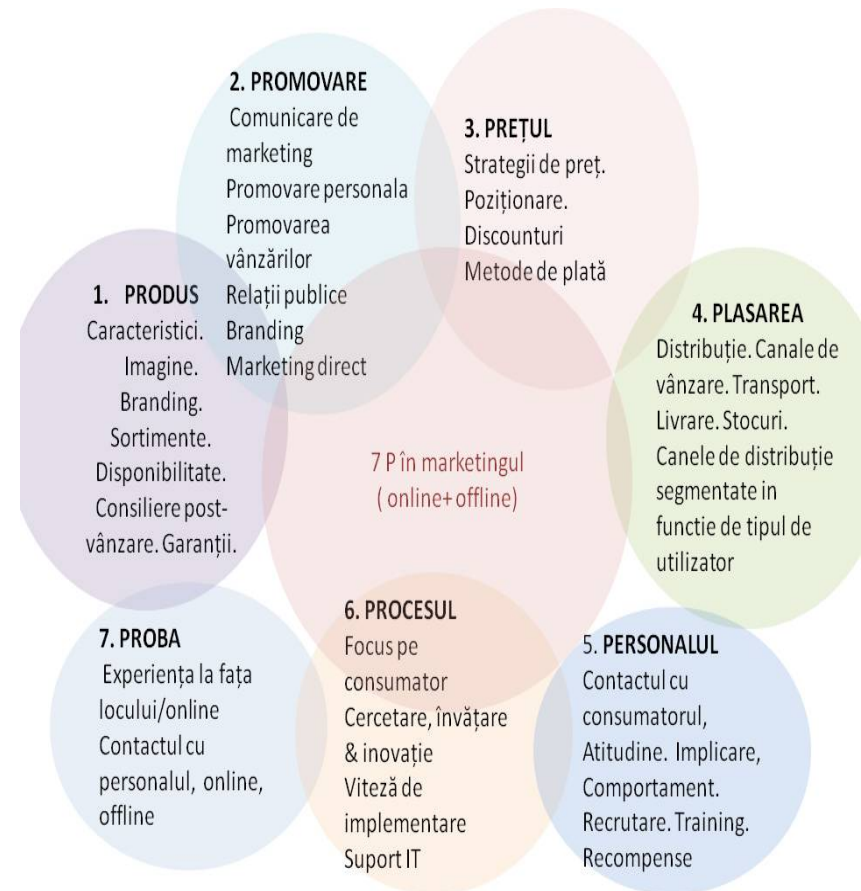
- Marketingul ca filozofie de afaceri se referă la companiile care văd în client principala forță conducătoare, din spatele activității sale, considerând că poate rezista, crește numai dacă reușește să satisfacă nevoile, dorințele, preferințele consumatorilor. Cu cât oferta de bunuri sau servicii se potrivește mai bine cu nevoile consumatorilor, cu atât aceștia vor fi dornici să plătească, rezultand profitul pentru întreprindere.

Marketingul ca filozofie de afaceri poate fi definit ca abilitatea de a crea și păstra consumatorii profitabili.



## Activitățile practice specifice marketingului sunt:

- investigarea pieței și a consumului;
- testarea de acceptabilitate pe piață a produselor;
- activități promoționale;
- urmărirea produselor în consum.



Domeniile de aplicare ale marketingului sunt:

- Cercetarea produsului și a posibilităților interne de producție;
- Măsurarea dimensiunilor cantitative ale pieței;
- Luarea deciziei de producere a bunurilor cerute pe piața internă și externă și de efectuare a investițiilor necesare pentru realizarea acestor mărfuri;
- Pregătirea pieței pentru acceptarea produsului, lansarea acestuia și menținerea atenției cumpărătorilor asupra produsului respectiv: distribuția produsului de la producător la consumator,
- Proiectarea viitorului produs a unei game de produse noi pentru satisfacerea nevoilor și preferințelor consumatorilor;



- Organizarea și impulsionearea vânzării, asocierea produselor în vânzare și organizarea de prestări de servicii în favoarea consumatorilor în vederea satisfacerii complete a unor nevoi;
- Evaluarea cererii de consum (mărime, evoluție);
- Prețurile și condițiile de plată;
- Promovarea produselor și serviciilor;

❖ Marketingul pornește cu piața și consumatorii, în cadrul pieței consumatorul reprezintă elementul central de referință al oricărui întreprinzător. Importanța acordată satisfacerii consumatorului este reflectarea locului central pe care acesta îl ocupă în gândirea și practica de marketing.

❖ Conceptul modern de marketing pornește de la premisa că orice activitate economică trebuie înclinată în direcția satisfacerii nevoilor, dorințelor, preferințelor consumatorilor.

Întreprinderile sunt agrenate într-un sistem complex de comunicare comercială, acestea comunicând cu distribuitorii, consumatorii, cu propriul personal și cu celelalte componente ale mediului său extern.

Obiectivele comunicării sunt:

- Receptarea corectă a mesajului;
- Înțelegerea mesajului;
- Acceptarea mesajului;
- Obținerea unei reacții.

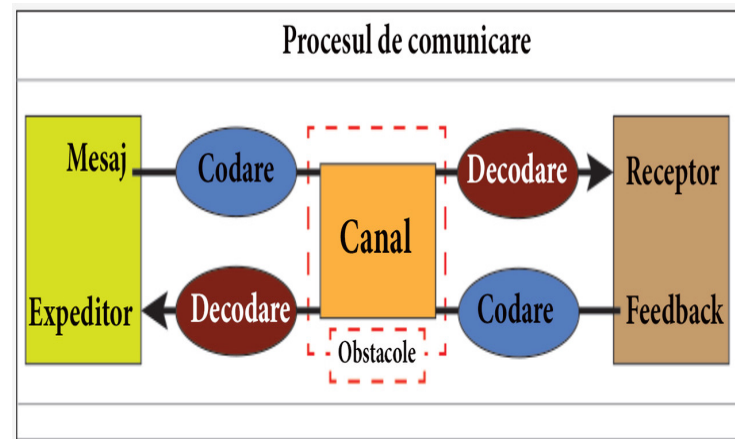
Funcțiile comunicării sunt:

- ✓ Informarea;
- ✓ Socializarea;
- ✓ Motivarea;
- ✓ Educația;
- ✓ Promovarea culturii.



Comunicarea de marketing se realizează atât prin tehnici de comunicare promoțională, presupunând acțiuni cu caracter temporar, ce se desfășoară în cadrul unor campanii și tehnici de comunicare continuă, incluzând demersurile venite să asigureo comunicare neîntreruptă cu publicul vizat.

Comunicarea reprezintă o mare afacere investindu-se sume enorme,subiect care ridică mari divergențe de opinie.





# Definirea managementului

Managementul este definit ca un proces de proiectare și menținere a unui mediu în care persoanele care lucrează împreună în grupuri; îndeplinesc în mod eficace scopuri selectate și bine definite.



Managementul reprezintă arta de a conduce, de a organiza și direcționa diferite sectoare ale unui agent economic, pentru ca acestea, luate împreună, să conducă la obținerea produselor finite sau a serviciilor pe care acel agent economic și le-a propus; și evident pentru a fi eficient pe piață.

Profesorul Ovidiu Niculescu, consideră faptul că decizia este cursul sau elemental de acțiune, ales pentru realizarea unuia sau a mai multor obiective.



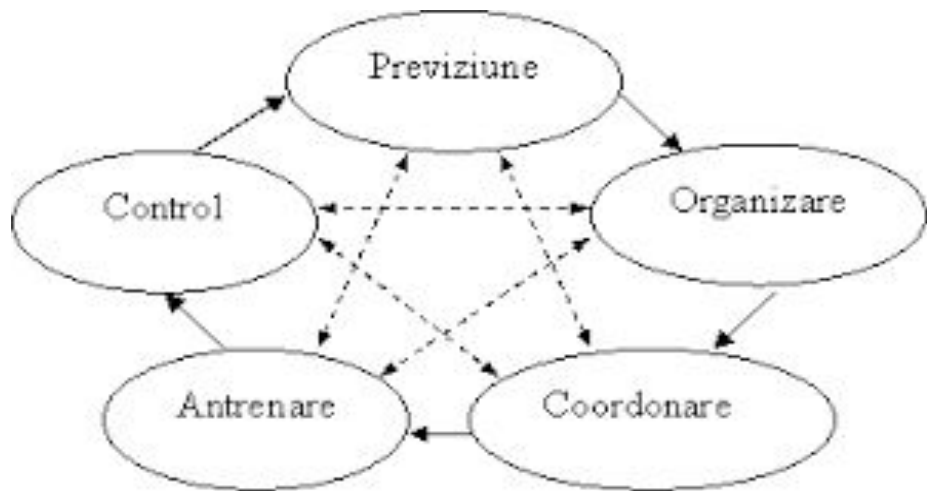
Elementele deciziei manageriale sunt :

- Unul sau mai multe obiective de realizat;
- Identificarea mai multor variante pentru atingerea obiectivelor;
- Selectarea și apoi alegerea, ca procese conștiente, de operare pentru una dintre posibilitățile de realizare concurente.

În România, luarea deciziilor de grup s-a reflectat în instituționalizarea managementului participative ( Adunarea Generală a Acționarilor, Consiliul de Administrație), care au avantaje multiple.

Cunoașterea, înțelegerea și abordarea funcțiilor managementului, într-un mod aprofundat, reprezintă o premisă majoră pentru descifrarea, cunoașterea și analiza conținutului științei și practicii riguroase a managementului, pentru însușirea și utilizarea eficientă a sistemelor, metodelor, tehnicilor procedurilor și modalităților care îi sunt proprii.

Funcțiile de bază ale managementului sunt: funcția de previziune, funcția de organizare, funcția de coordonare, funcția de antrenare și funcția de control și evaluare.



Conducerea managerială presupune atât activități de sintetizare și generalizare a experienței de conducere, de căutare, de formulare, dar și găsirea celor mai eficiente metode de conducere a agenților economici.

# Prezentarea agentului economic

Societatea comerciala S.C. ZEGA AUTO SERVICE S.R.L se ocupă cu întreținerea și repararea autovehiculelor, căruia îi corespunde grupa CAEN 425 – Întreținerea și repararea autovehiculelor.

Este constituită sub formă de societate cu răspundere limitată. Societatea își desfășoară activitatea în conformitate cu legislația în vigoare și ale prezentului act constitutiv.

Sediul societății este în Baia Mare, strada Vasile Lucaci, nr.232, județ Maramureș. Sediul societății poate fi mutat în orice loc, prin hotărârea adunării generale a asociaților. Societatea are un număr de 11 salariați.

S.C. ZEGA AUTO SERVICE S.R.L. are următoarele strategii de marketing: pagină web, materiale promoționale gratuite, relații cu publicul. Service-ul auto comunică eficient cu consumatorii, oferindu-le informații necesare în tot ceea ce privește repararea autovehiculelor.

Din punctul de vedere al prețurilor, întreprinderea, are prețuri variate și oferă discount clienților fideli. Directorii firmei se implică direct în repararea autovehiculelor și în stabilirea prețurilor. Firma adoptă prețurile de tip moderate, medii, prețurile fiind relativ stabile.

Politica de preț a firmei depinde și de tipul pieței, cât și de numărul competitorilor. Oferta de servicii și de produse, a firmei, se constituie din mai multe servicii distincte, cu grade de importanță diferite din perspectiva consumatorilor.



Din punctul de vedere al produsului, societatea achiziționează doar produse de calitate, de la furnizori recunoscuți în plan local, produsele sunt de bună calitate și prezintă garanție.



Promovarea ca parte a mixului de marketing are o importanță mare în ceea ce privește sistemul de comunicare al firmei. Alături de politica de produs, preț și distribuție, politica de promovare asigură desfășurarea unei activități de marketing moderne.

Din punctul de vedere al promovării, societatea are o gamă largă de materiale promoționale: broșuri, cărți de vizită, pliante, pagina web. Pagina de facebook a firmei este: SERVICE AUTO ZEGA.

Factură  
Pagina 1

Beneficiar  
ZEGA AUTO SERVICE s.r.l.  
Str. Vasile Lucaciu nr. 232  
430402 BAIJA MARE  
MARAMUREȘ  
România  
C.I.F.: RO 30365361  
Nr. Inreg.: J24/953/2012  
Banca:  
Cont IBAN:

Furnizor  
ELIT ROMANIA PIESE AUTO ORIGINALE s.r.l.  
Str. Italia 1-7, Depozitul 12, 077040 CHIAJNA  
C.I.F.: RO 2008780  
Nr. Inreg.: J23/1125/2015  
Banca 1: Unicredit Bank  
Cont IBAN 1: RO808AC000000077867000  
Banca 2: Raiffeisen Bank  
Cont IBAN 2: RO45RZBR000000005796012  
Capital social: 15.379.400 RON

Filiata  
ELIT Baia Mare  
Str. București, nr. 44  
Telefon: 0316203472 Fax: 0262220446

Livrare la adresă:  
ZEGA AUTO SERVICE s.r.l.  
Str. Vasile Lucaciu nr. 232  
430402 BAIJA MARE  
MARAMUREȘ

Ora emiterii facturii 14:53:38  
Data scadente 11.06.20

Cod agent livrare BMLLV1

Nr. Denumirea produselor Crt. sau a serviciilor	Cant.	U.M.	Preț unitar (fără TVA)	Valoare	Valoare T.V.A.
1 S NA SWL-SPET	3	Buc	4,71	14,12	2,68
2 FD-14E9EC	1	Buc	80,00	80,00	15,20
3	4,5		0,30	1,35	0,26
Total RON				95,47	18,14

113,61

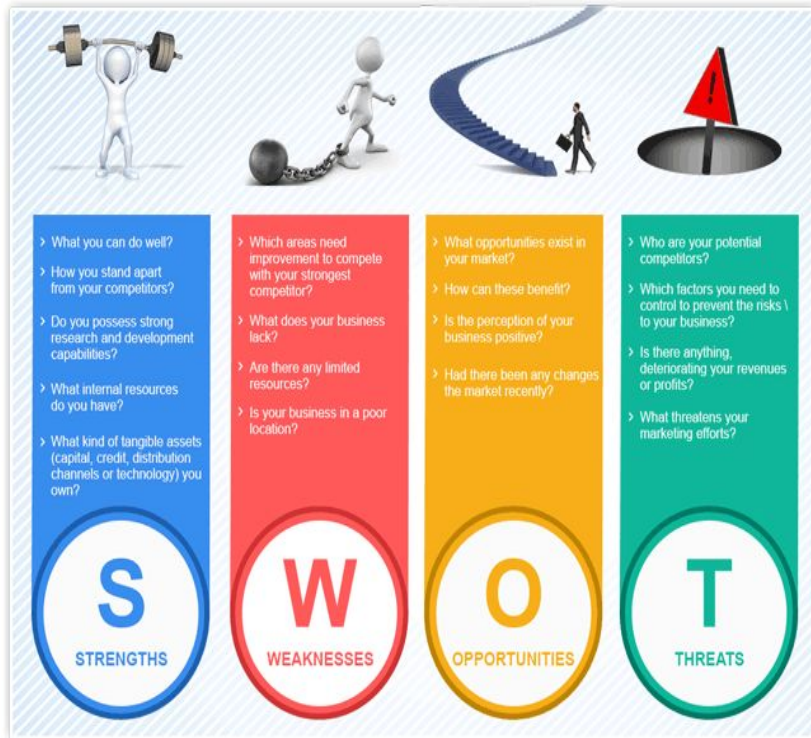
Conștient de dreptul pentru produse pot fi consultate în calitate accesând următorul link: <http://www.elit.ro/documente/spitate.html> sau în orice magazin "comenzi de retur"

Semnătura și ștampila furnizorului  
Robert-Cătălin Cnean  
AN 794271

Numele delegatului  
Semnătura  
George-Raul Beru

la data 12.05.20 ora 14:53:38

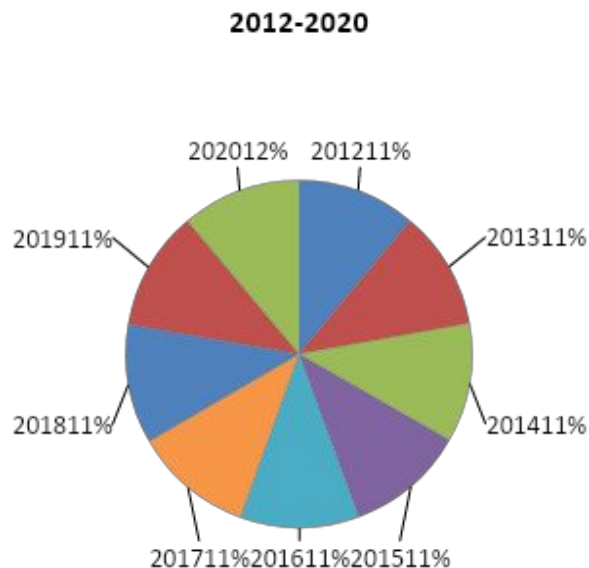
Punctele tari ale aceste firme sunt: componente în domeniul auto, posedă experiență în domeniul- dealer și alte mărci, lider de piață locală recunoscut, are strategii de piață bine concepute, asistență totală a autovehiculelor. Punctele slabe sunt: existența pe piață a altor firme concurente, prețul variază în funcție de serviciile oferite, timpul ridicat în repararea autovehiculelor.



Oportunitățile firmei sunt: extinderea societății, pentru satisfacerea mai multor consumatori pe piață, colaborarea cu mai mulți furnizori, angajarea mai multor mecanici.

Principalele amenințări sunt: prețuri mai mici la firmele concurente, costuri ridicate în vederea utilităților, forța de muncă costisitoare și greu de găsit, extinderea unor firme concurente cu prețuri mai scăzute, creșterea puterii de negociere a furnizorului.

În anul 2012 cifra de afaceri a fost de 166.441 lei, iar în anul 2020 se evidențiază faptul că cifra de afaceri a crescut cu 1.181.633 lei. În anul 2019 s-a înregistrat cea mai mare cifră de afaceri, de 2.122.433.

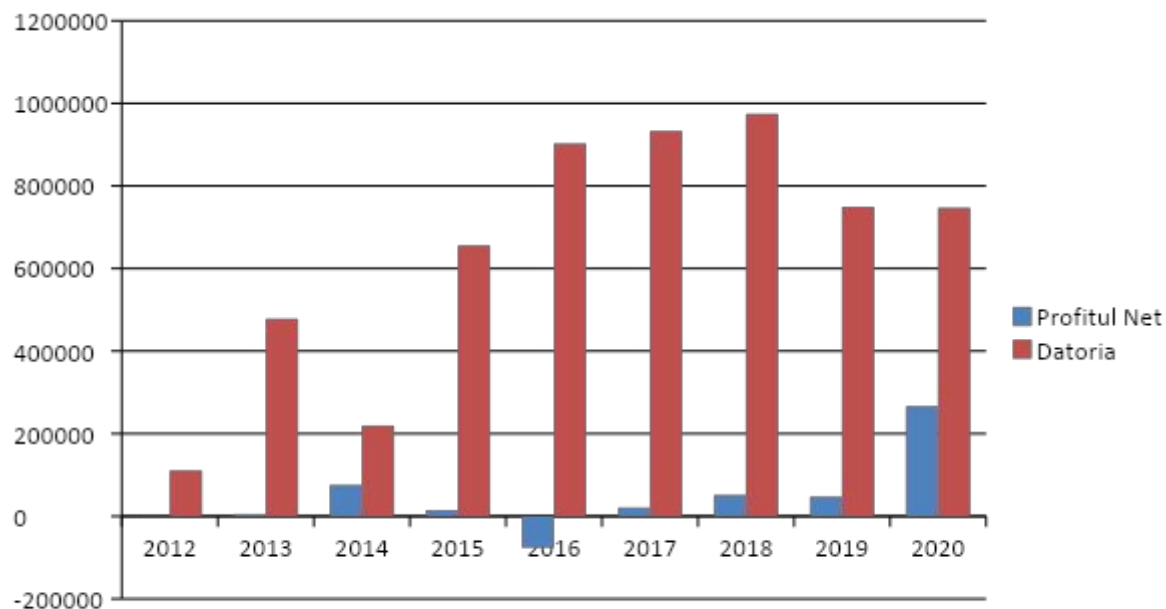


Cu ajutorul acestei figure, observăm ca cel mai mare procent al cifrei de afaceri s-a înregistrat în anul 2020, de 12%, iar între anii 2012-2019 se observă faptul că procentul este egal pentru fiecare an, de 11%.

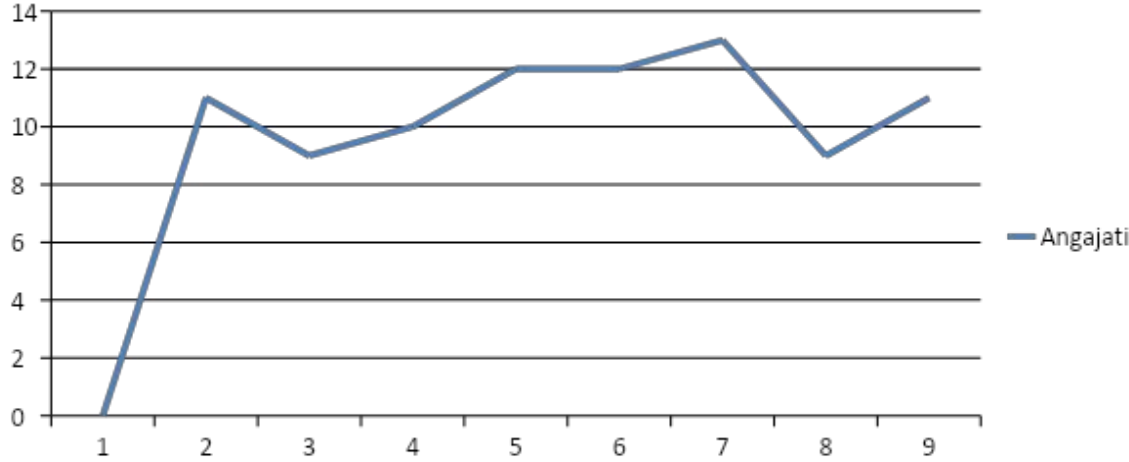


În anul 2012, cand s-a înființat aceasta întreprindere, profitul net înregistrat era de 814 lei, iar datoriile au fost de 110.673 lei. În anul 2020, s-a înregistrat cel mai mare profit net, de pana la 266.341 lei.

Cele mai mari datorii s-au înregistrat în anul 2019, de 974.249 lei.



Societatea Zega Auto Service SRL, are un număr total de 11 angajați (în anul 2020). În anul 2019 societatea avea 9 angajați, dar datorita fluxului continuu de mașini care necesitau o reparație făcută într-un mod profesional, societatea a angajat un personal specializat în acest domeniu. Service-ul auto are 6 mecanici specializați în repararea și întreținerea autovehiculelor.



Se poate observa faptul că întreprinderea, în anul 2012 avea zero angajați, iar în anul 2018 aceasta înregistrează cel mai mare număr de angajați (13 angajați). Din anul 2012 se remarcă o creștere ascendentă până în anul 2013 (11 angajați).

Principalul concurent al service-ului auto Zega Auto Service SRL. este SC. AN-MAR IMPEX SRL. cu sediul în Satu Nou de Jos, nr.276 A, Maramureș. Aceștia au un număr total de 15 angajați și un flux continuu de lucru.

Aceștia au o experiență îndelungată în domeniul reparației și întreținerii autovehiculelor. Un avantaj al firmei concurente ar fi gama extinsa de servicii pe care le oferă clienților, cum ar fi: vulcanizare, tractare, vopsire, tinichigerie, verificare instalații AC, spanesi touch, constatări daune RCA.

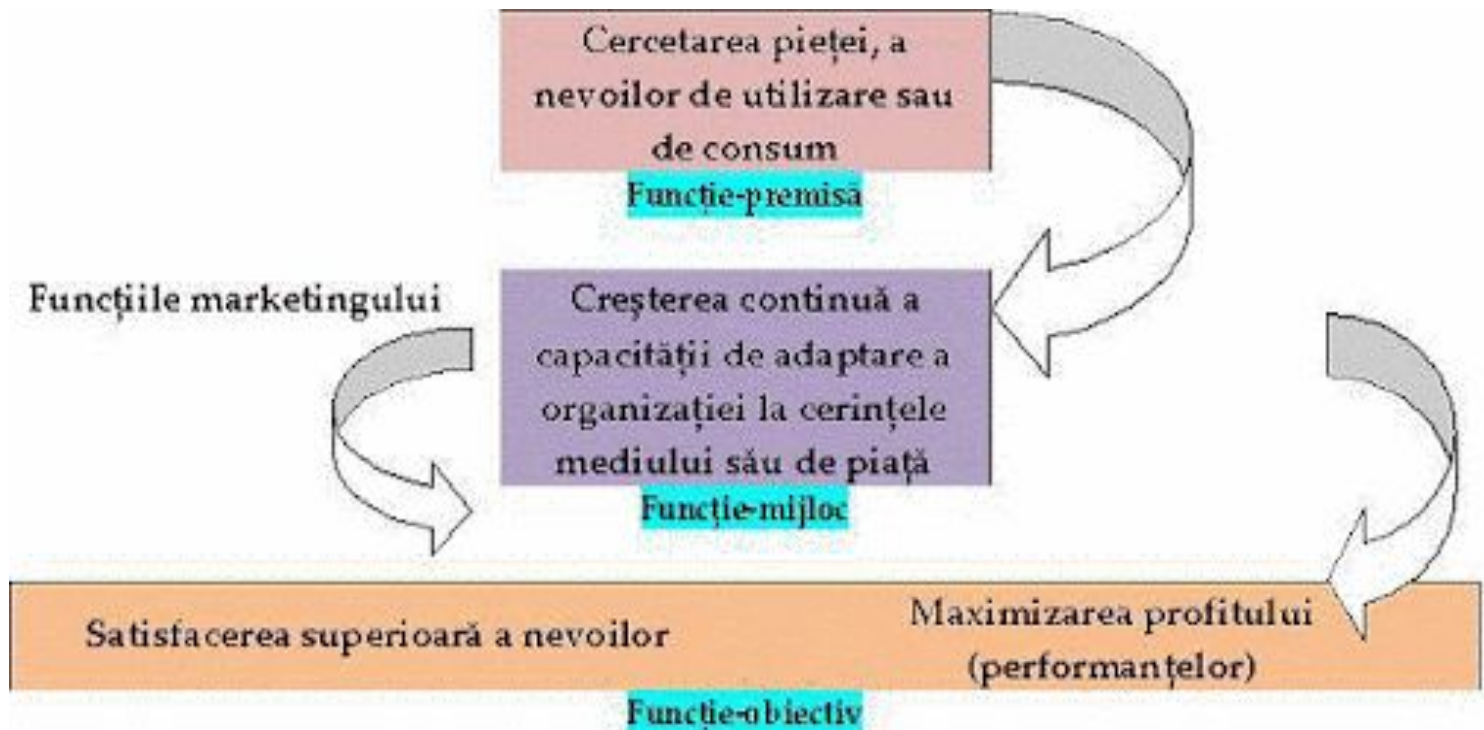


SC Zega Auto Service SRL, reușește să diminueze concurența prin intermediul calității muncii pe care o prestează, specializarea avansată a mecanicilor și implicarea permanentă a celor doi asociați, dar și munca cot la cot, împreună cu mecanicii. În cadrul acestui service auto clienții beneficiază de: dreptul de informare, dreptul de a depune plângere, dreptul de a se opune prelucrării, precum și dreptul la portabilitatea datelor.



În concluzie, marketingul are un rol foarte important în dezvoltarea unei afaceri, având în vedere faptul că strategia de funcționare a firmei, modul de distribuire a produselor și serviciilor oferite, prețul, cât și depistarea potențialilor clienți, reprezintă o activitate de marketing, cu ajutorul căreia întreprinderea își maximizează profitul.

Astfel, marketingul stă la baza oricărei activitate prestată de firmă, fiind elemental central în dezvoltarea întreprinderilor, deoarece principală funcție a marketingului este prezentarea firmei și a produselor, potențialilor clienți.



# BIBLIOGRAFIE

1. Bărăgan Laura-Georgeta, Management general, Editura Pro Universitaria, 2020;
  2. Fifield Paul, Marketing strategy, Editura Routledge, 1998;
  3. Florea Dochița, Gribincea Tatiana, Comunicare și marketing în activitatea managerială, Iași, 2021;
  4. Glodeanu Svetlana, Teoria și practica administrării publice, 2015;
  5. Hahn Rada-Florina, Management, Teorie Aplicații și Studiu de caz, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2017;
  6. Mihăilă Lucia, Extinderea conceptului de marketing în educație, Chișinău, 2019;
  7. Solcan Alexandru, Marketing politic, Chișinău, 2020;
  8. Știbli Florin, Revista forțelor tereste, Managementul procesului decizional, Anul LIV nr.6, 2008;
  9. Niculescu Ovidiu, Managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Economică, București, 2001;
  10. Prof. dr.Cătoi Iacob, Comportamentul consumatorilor, editura Bibliofor, 2005;
  11. Pop Nicolae Alexandru, Marketing relațional, Editura Economică, 2006.
  12. Dumitrescu Bonci Cristian, Revista de investigare a criminalității- Decizie managerială, București 2014.
- <https://www.listafirme.ro/zega-auto-service-srl-30365351/>.
  - <https://doctor-auto.ro/service-auto-ro/maramures/baia-mare/zega-auto-service-srl;>
  - [http://www.anmar.ro/;](http://www.anmar.ro/)