

**STUDIU PRIVIND DEZVOLTAREA AFACERILOR ÎN
DOMENIUL PANIFICATIEI ÎN JUDEȚUL
CARAS-SEVERIN**

Venera MANCIU, conf. unv., dr., rector,
Universitatea "Eftimie Murgu" din Resita, România
e-mail: v.manciu@uem.ro

Suzana DEMYEN, asist. univ. dr.,
Universitatea "Eftimie Murgu" din Resita, România
e-mail: s.demyen@uem.ro

JEL: L26

Noile afaceri inițiate într-un anumit domeniu au menirea de a contribui la dezvoltarea regiunii în care se află (Ciurea et al, 2008). Inițiativele antreprenoriale sunt sprijinite atât prin posibilitatea accesării de fonduri nerambursabile din partea Uniunii Europene, cât și prin fondurile guvernamentale menite să sprijine punerea în aplicare a ideilor de afaceri ale potențialilor antreprenori (Manciu, Tănase, 2010). În domeniul panificației, profitabilitatea unei brutării este condiționată în principal de capacitatea acesteia de producție, dar concomitent și de calitatea utilajelor folosite, respectiv de nivelul de

performanță al acestora. Totuși, un rol esențial este jucat totodată de strategiile de marketing aplicate, respectiv de calitatea personalului angajat.

Vom analiza în continuare extinderea unei societăți comerciale din domeniul panificației, din județul Caraș-Severin, România, care va fi denumită în continuare generic, Societatea, pentru a păstra confidențialitatea datelor.

În momentul fondării afacerii, principalele obiective formulate au fost mărirea producției de pâine, respectiv stabilirea unei rețele de clienți fideli, care să permită obținerea lunară a unei cifre de afaceri corespunzătoare planului de investiții inițial.

Societatea a fost fondată în anul 1998, fiind ca formă de organizare o societate cu răspundere limitată, cu sediul în mediul rural, proprietatea a doi asociați, fiecare având o cotă de 50% din părțile sociale. Obiectul de activitate constă în obținerea de produse de panificație și vânzarea acestora, atât prin intermediul unui magazin propriu, cât și prin intermediari. De-a lungul timpului, cererea a fost una mare, profitul înregistrat a fost unul ridicat, ceea ce a determinat realizarea de investiții care să permită dezvoltarea societății și implicat a activității de ansamblu a firmei, cu scopul de a extinde activitatea și în domeniul fabricării altor produse de panificație. Fluctuația de personal a fost una mică de-a lungul anilor, angajații demonstrând loialitate și stabilitate, personalul cu studii medii fiind majoritar, existând o pondere mare mai ales în activitatea efectivă de producție. Personalul tânăr, de până la 35 de ani, are o pondere mare în cadrul societății, firma fiind deschisă inițiativei angajaților tineri. Ca strategie viitoare de marketing, firma urmărește să se extindă și în domeniul patiseriei, deservind o arie foarte largă, piața fiind reprezentată de consumatori din întregul județ Caraș - Severin, chiar dacă sediul firmei este în mediul rural. Distribuitorii și intermediarii fac ca produsele fabricate să poată fi comercializate pe o arie largă. Strategia viitoare urmărită a fi implementată este așadar una de diversificare a produselor, concomitent însă cu cea de ridicare a calității produselor.

O analiză mai atentă ne indică drept puncte tari ale firmei următoarele: existența unui portofoliu de clienți stabili, și în același timp fideli, orientarea către perfecționare continuă în domeniul de activitate, existența unui portofoliu larg de contracte încheiate pe un termen lung pentru desfacerea produselor fabricate, deținerea unui ansamblu performant de utilaje și echipamente de producție.

Dezavantajul actual constă într-o varietate redusă de sortimente și un nivel redus de diversitate, ceea ce însă ar putea constitui o oportunitate pentru o eventuală evoluție viitoare pozitivă a societății. Produsele de panificație și patiserie sunt tot mai utilizate în societatea modernă, din cauza modificărilor în stilul de viață și obiceiurile consumatorilor, în principal, ceea ce face ca viitorul afacerilor în acest domeniu să fie influențat pozitiv (Manciu, 2014).

Bibliografie:

1. Ciurea, J., Rindasu, V., Milos, L., Milos, M., Rudolf, C, et al., *Dezvoltarea afacerilor- practica antreprenorială de succes pentru societățile din Caras-Severin și Bor*, Editura „Eftimie Murgu”, Reșița, 2008 ISBN 978-973-1906-11-9
2. Manciu V., Tănase A., *Aspects of entrepreneurship in Caras-Severin county*, publicat în Suplimentul revistei Analele Universității Eftimie Murgu Reșița, Fascicola II-Studii Economice, 2010 ISSN 1584-0972
3. Manciu V., *Consumer behavior in Resita between domestic and imported goods*. Analele UEMR, Fascicola II, Studii Economice, 2014 ISSN 23446315