MODALITĂŢI DE EFICIENTIZARE A FUNCŢIUNII COMERCIALE ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII „SA SUPRATEN”

Alexandra CHIRTOC

CZU: [339.138 + 658.8]:334.71(478) chirtoc.alexandra@mail.ru

The commercial function is the most important function for any commercial enterprise, because it aims to maintain the relations of the companies with the external environment by supplying the materials and selling the marketed products. The supply of qualitative material resources and in the necessary quantities, leads to the increase of its production and quality.

Funcțiunea comercială este cea mai importantă funcțiune pentru orice întreprindere comercială, deoarece are ca scop să mențină relațiile companiei cu mediul ambiant extern prin aprovizionarea materialelor și vânzarea produselor comercializate.

Funcțiunea comercială are trei activități de bază pe care le îndeplinește: aprovizionarea, desfacerea și marketingul. Prosperitatea întreprinderilor nu se datorează doar unei activități, cum ar fi vânzarea produselor, care este și scopul oricărei organizații, dar și departamentului de aprovizionare, de marketing și de producție, care îi permite unei organizații să-și satisfacă clienții prin produse de o calitate mai înaltă, la un preț accesibil [1]. Vânzarea produselor reprezintă activitatea prin care se asigura valorificarea rezultatelor producției, ea reprezentând un moment al activitatii de desfacere care finalizeaza toate acțiunile întreprinderii producatoare și ale agentului său de vânzari, pentru ca produsul fabricat să fie solicitat și acceptat de beneficiari [2].

Compania „SA Supraten” este lider în producția de vopsele și amestecuri uscate pentru construcții din Republica Moldova. SA Supraten produce peste 100 de tipuri de amestecuri uscate pe bază de ipsos și ciment, vopsele, grunduri, gleturi, adezivi și alte materiale de construcții. Dar gama de produse ale companiei este mult mai largă – compania produce mobilier de baie. Produsele de calitate înaltă „SA Supraten” sunt validate de certificatul sistemului de management al calității internațional ISO 9001:2015 [3].

Activitatea de aprovizionare la compania „SA Supraten” este foarte complexă, deoarece compania dispune de o gamă largă de produse. Compania dispune de 137 de grupe de mărfuri, 1474 de subgrupe și aproximativ 60 000 de poziții de marfă. Compania „SA Supraten” dispune de un număr mare de furnizori din Republica Moldova, China, Rusia, Polonia, Ucraina, Germania, România, Turcia, Bielorusia, Italia, Cehia, Spania, Serbia, Bulgaria, Olanda, India, Belgia, Suedia, Slovenia, Estonia, Franța, Emiratele Arabe Unite.

Planul anul al activităților de marketing întrunește un șir de activități legate de analiza pieței, publicitate, stimularea vânzărilor, promoții și multe alte activități care vor contribui la satisfacerea clienților, dar și la creșterea veniturilor companiei. Publicitatea în compania „SA Supraten” se efectuează pe mai multe căi: publicitatea vizuală și publicitatea media. Publicitatea vizuală este foarte importantă și include banere, cărți de vizită, broșuri sezoniere, flayere.

Direcția comercială este cheia de succes a companiei „SA Supraten”, deoarece de vânzările acesteia depinde profitabilitatea și rentabilitatea ei.

Compania dispune de de 3 grupe mari de clienți:

1. *Constructori.* Compania „SA Supraten” încheie contracte cu persoanele juridice din domeniul construcțiilor, care procură produsele companei.
2. *Utilizatori*. Acestia sunt persoanele fizice.
3. *Magazine-dealeri.* Compania „SA Supraten” are peste 400 de dealeri și 700 de puncte de vânzare în toată republica, care reprezintă marfa brandului Supraten.

Contractele de vânzare-cumpărare se elaborează pentru fiecare tip de client în parte, în care se indică toate condițiile, drepturile și obligațiunile ambelor părți.

În cadrul companiei „SA Supraten” s-au adoptat o serie de soluții de optimizare a activității comerciale, cum ar fi:

- Creșterea vânzărilor online
- Încheierea contractelor cu noi furnizori

Folosirea noilor tehnici de promovare, cum ar fi loteria

- Optimizarea activității de producere în uzinele de amestecuri uscate, pentru a reduce neconformitățile
- Lansarea produselor noi
- Extinderea afacerii, prin procurarea mărfurilor de la UE.

În cele ce urmează vom prezenta soluțiile de perfecționare a funcțiunii comerciale a întreprinderii „SA Supraten”, conform problemelor depistate.

1. Creșterea numărului de furnizori prin:

- Analiza pieței din RM și identificarea produselor necesare pe piața autohtonă.
- Analiza ofertelor care sunt trimise companiei „SA Supraten” pe poșta companiei, analiza price-listurile și, astfel, încheierea contractelor de parteneriat cu companiile care propun produse noi.

2. Micșorarea stocurilor prin:

- Implementarea softului Streamline, care contribuie la optimizarea lanțului de aprovizionare, astfel programa face alerta de stoc dacă aceasta este în exces. Acest soft contribuie și la prognoza exactă a cererii, la planificarea comenzilor și la optimizarea inventarului.
- Softul Logility Solutions. SkuBrain de Logilitatea este o soluție web de prognoză a cererii și de optimizare a stocurilor.

3. Creşterea puterii de cumpărare a produsului finit prin

- Lărgirea gamei de produse ale amestecurilor uscate şi ale vopselelor, deoarece sunt produsele cele mai vândute de companie. Atfel, optimizarea procesului de producţie ar contribui la creşterea produselor finite
- Creşterea comenzilor la produsele cel mai bine vândute şi care contribuie la majorarea venitului, cum ar fi produsele de marca Total, Brilliant, Mono, Works, Kress.

În urma celor expuse concluzionăm că compania „SA Supraten" se confruntă cu un şir de probleme care impiedică buna desfăşurare a activităţii sale. Conflictul din ţara vecină a influenţat activitatea companiei, ceea ce a dus la stoparea relaţiilor de parteneriat cu furnizorii vecini. Prosperitatea întreprinderilor se datorează nu doar unei activităţi, cum ar fi vânzarea produselor, care este şi scopul oricărei organizaţii, dar şi departamentului de aprovizionare, de marketing şi de producţie, care permite organizaţiei să-şi satisfacă clienţii prin produse de o calitate mai înaltă, la un preţa accesibil. Pe lângă toate procesele ce au loc într-o organizaţie, marketingul joacă un rol primordial şi constituie veriga de succes a companiei, deoarece marketerii au funcţia de a organiza un set de procese pentru elaborarea, comunicarea şi transmiterea informaţiei clienţilor şi menţin relaţii cu clienţii într-un aşa mod încât acestea să aducă beneficii întreprinderii.

Referinţe:

1. BĂLEANU, V. *Managementul aprovizionării şi desfacerii*. Petroşani, 2012.
2. *Economia întreprinderii*: Curs universitar. Capitolul 7: *Activitatea comercială a întreprinderii*, 2015 http://cis01.central.ucv.ro/csv/curs/ei/c7.html
3. Saitul oficial al companiei SA Supraten „Despre companie" https://supraten.md/despre-compania

Recomandat
***Tatiana DIACONU**, dr., lector univ.*