MODERNIZAREA STRATEGIILOR, TEHNICILOR ŞI TACTICILOR DE NEGOCIERE ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII

Valeria TONU,

studentă, anul 3, Facultatea Științe Economice, Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 005.57:334.72 E-mail:valeriatonu18@gmail.com

This thesis analyzes and explores the modernization of negotiation strategies, techniques and tactics in business context, focusing on the case of SC „STARNET” SRL. The research combines theoretical analysis with empirical insights to propose optimized negotiation models that enhance organizational efficiency and competitiveness.

În această lucrare se abordează o temă actuală şi esenţială pentru domeniul managementului afacerilor – modernizarea strategiilor, tehnicilor și tacticilor de negociere în cadrul unei întreprinderi. Studiul a fost realizat în baza datelor din cadrul companiei SC „Starnet” SRL, care este un actor important pe piața serviciilor IT și telecomunicațiilor din Republica Moldova, și vizează optimizarea procesului decizional prin perfecționarea componentelor negocierii.

Scopul cercetării constă în analiza și modernizarea strategiilor, tehnicilor şi tacticilor de negociere utilizate în cadrul companiei, în vederea consolidării relațiilor comerciale, sporirii eficienței și creșterii competitivității organizației. În acest sens, lucrarea îmbină dimensiunea teoretică cu cercetarea aplicativă, urmărind atât conceptualizarea procesului de negociere, cât și aplicabilitatea lui în realitatea practică.

Teza de licență a fost structurată în trei direcții principale. Începând cu Capitolul I, care a fost dedicat cadrului teoretico-metodologic, prezentând conceptele de bază ale negocierii, tipologiile acesteia, etapele procesului, precum și strategiile clasice și moderne utilizate în diverse contexte organizaționale. Apoi s-a efectuat Capitolul II, unde a fost analizată structura și activitatea SC „Starnet” SRL, punând accent pe situația economico-financiară,, particularitățile procesului decizional și strategiile actuale de negociere aplicate în cadrul întreprinderii. În urma acesteia identificând și principalele impedimente pe care le întâmpină compania în cadrul negocierilor. Iar după acestea, s-a încheiat cu Capitolul III, în care au fost formulate propuneri de modernizare a procesului de negociere, pe baza concluziilor și dificulatăților extrase din cercetarea internă efectuată.

Metodologia utilizată include atât instrumente calitative (interviuri clienți, dar și angajați analiza documentelor interne), cât și cantitative (chestionare aplicate angajaților, chestionare aplicate clienților), asigurând o imagine completă asupra realităților organizaționale. Rezultatele au scos în evidență predominanța strategiilor

colaborative (41,4%), urmate de cele competitive (31%) şi de compromis (27,6%), (Figura 2.7), sugerând o orientare generală spre parteneriate durabile şi flexibilitate în tratativele comerciale.

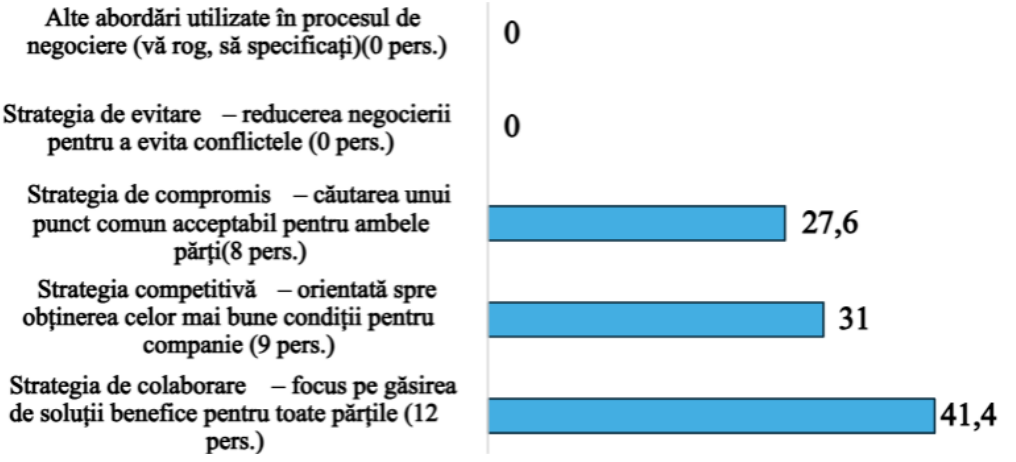


Figura 1. Prezentarea strategiilor de negociere cele mai frecvent utilizate, %

Sursa: Elaborată de autor

În acelaşi timp, analiza empirică a indicat o serie de lacune în procesul de negociere al companiei: lipsa standardizării etapelor, dependenţa de intuiţia negociatorilor, insuficienta pregătire strategică şi presiunea timpului. Aceste provocări au fost traduse în propuneri concrete de optimizare, cum ar fi: elaborarea unui ghid intern de negociere, organizarea trainingurilor periodice, utilizarea CRM-ului în pregătirea tratativelor, digitalizarea arhivei de negocieri, precum şi promovarea unei culturi organizaţionale bazate pe etică şi transparenţă.

De asemenea, în final, după toate analizele efectuate, datele identificate şi informaţiile acumulate, lucrarea propune o strategie de negociere orientată spre valoare adăugată, inspirată din bune practici internaţionale şi adaptată specificului local. Această abordare presupune identificarea intereselor comune, formularea de soluţii mutual avantajoase şi consolidarea parteneriatelor pe termen lung. Modelul propus este aplicabil nu doar în cadrul SC „Starnet" SRL, ci poate fi replicat şi în alte întreprinderi autohtone care urmăresc maturizarea procesului de negociere.

Aplicarea acestei strategii are un impact considerabil şi măsurabil în cazul companie SC „Starnet" SRL, oferindu-le avantaje semnificative. În urma recalibrării abordării comerciale şi a tranziţiei de la reduceri de preţ către soluţii personalizate şi pachete de valoare, compania prognozează o creştere a veniturilor din vânzări cu 18–22% pe segmentul B2B (business to business) în primul an de implementare. În paralel, rentabilitatea totală a vânzărilor este trebuie să crească cu 9–11%, ca efect al reducerii concesiilor comerciale neplanificate şi al introducerii unor limite clare

privind discounturile. Valoarea medie a contractelor va crește, iar marja de profit pe contractele comerciale este se va majora cu 6–8 puncte procentuale.

Durata medie de finalizare a negocierilor ar putea scădea cu până la 25%, datorită structurării procesului și digitalizării acestuia, în timp ce percepția brandului va fi reorientată către o imagine de furnizor premium. În relația cu furnizorii, strategia permite negocierea unor acorduri-cadru stabile, care reduc incertitudinea și susțin cooperarea pe termen lung. Prin aceste rezultate, SC „Starnet” SRL nu doar că își consolidează poziția pe piață, dar transformă negocierea într-un instrument strategic de diferențiere și creștere sustenabilă

Luând toate acestea în considerare, se poate menționa faptul că, lucrarea aceasta reprezintă o contribuție relevantă atât la nivel teoretic, cât și practic în domeniul negocierii în afaceri, evidențiind importanța modernizării continue a strategiilor utilizate de întreprinderi într-un mediu economic tot mai competitiv. Prin corelarea cadrului conceptual cu analiza aplicată în cazul SC „Starnet” SRL, studiul demonstrează că procesul de negociere nu mai poate fi tratat ca un simplu schimb tranzacțional, ci trebuie abordat strategic, ca un instrument de generare a valorii, fidelizare a partenerilor și diferențiere pe piață. Cercetarea a validat faptul că implementarea unei strategii de negociere orientate spre valoare adăugată este necesară pentru companie, iar impactul acestuia, confirmă că negocierea devine un vector esențial în optimizarea deciziilor comerciale și în atingerea unei sustenabilități economice pe termen lung.

Referințe:

1. BRUCE PATTON. *Negotiation.The Handbook of Dispute Resolution*. Editura: Jossey-Bass, 2005. 112-279 p. ISBN: 978-0787975388.
2. CASTLE TIM. *The Art of Negotiation: How to get what you want (every time).*Editura: Ilustrado, 2018. 67 p. ISBN: 978-1912615124.
3. CHRIS V., TAHL R. *Arta Negocierii*. Editura: Globo, 2020. 89 P. ISBN: 978-6069456323
4. RAY F., *Effective Negotiation: From Research to Results. 3rd Edición.* Editura: Cambridge University Press, 2016. 29-90 p. ISBN: 978-1107578647
5. DIACONU TATIANA, MOLDOVAN IRINA. *Diagnosticarea potențialului de inovare a întreprinderilor din Republica Moldova.* Instrumentul Bibliometric Național. Universitatea de Stat a Moldovei, 2022.
6. BUJOR TATIANA. *Managementul strategic al întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova.* Google Scholar. Universitatea de Stat a Moldovei, 2020.

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