

MANAGEMENTUL APROVIZIONARII ȘI DESFACERII

Nicoleta IONEL, st. gr. IMC 1206

Universitatea Tehnică a Moldovei

„Câștigători sunt aceia care restructurează maniera în care informația circulă în întreprinderea lor.” – Bill Gates

Abstract: Managementul aprovizionării este componenta a funcțiunii comerciale a întreprinderii și asigură echilibrul între necesitățile și resursele materiale care poate fi asigurat de o unitate economică. Managementul aprovizionării reprezintă activitatea prin care se asigură elementele materiale și tehnice necesare producției în volumul și structura care să permită realizarea obiectivelor generale ale întreprinderii în condițiile unor costuri minime și ale unui profit cât mai mare.

Cuvinte cheie: Managementul aprovizionării, aprovizionarea directă, aprovizionarea prin tranzit organizat, aprovizionarea prin tranzit achitat, aprovizionarea de la depozitele intermediarilor comerciali.

Managementul aprovizionării reprezintă acea componentă a managementului de ansamblu al firmei care asigură previziunea, organizarea, conducerea-coordonarea, antrenarea, controlul evaluarea procesului de aprovizionare, astfel încât să se atingă obiectivele generale ale firmei în condiții de eficiență.

Dacă ar fi să facem o mică analiză a tuturor investițiilor în domeniul construcțiilor, putem observa că de la an la an sunt modificări esențiale în această ramură. Conform Biroului Național de Statistică, putem face o analiză a ultimilor doi ani și anul 2015 pentru primele două trimestre, putem afirma în anul 2015 indicele pretului producătorilor în construcții să majorat cu 2,97 % față de anul 2013 și față de anul 2014 cu 0,94 % pentru toate tipurile de investiții.

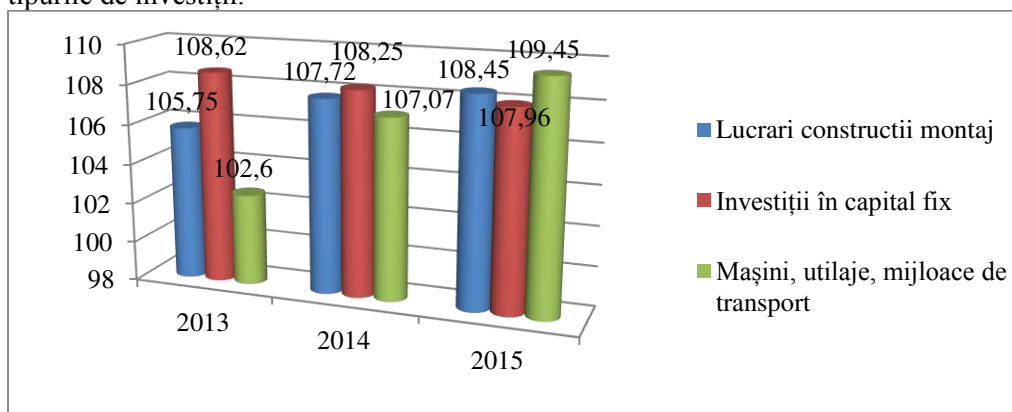


Fig. 1 Indicii prețurilor producătorilor în construcție

Obiectivul de bază al managementului aprovizionării îl constituie asigurarea completă și complexă a resurselor materiale necesare desfășurării continue a activității firmei, la locul, la termenele și în condițiile (cantitative și calitative) solicitate, cu un cost cât mai redus.

Principalele grupe de activități specifice necesare pentru realizarea acestui obiectiv sunt:

- identificarea și specificarea necesităților reale de resurse materiale și fundamentarea tehnico-economică a planurilor/programelor de aprovizionare;
- studiul pieței de aprovizionare pentru elaborarea strategiilor și politicilor de aprovizionare, alegerea formelor și surselor de aprovizionare adecvate în funcție de caracteristicile cererii de consum și ale ofertei pieței;
- consolidarea relațiilor cu furnizorii aleși;
- asigurarea condițiilor necesare primirii-recepției resurselor materiale, gestionarea stocurilor;
- organizarea și coordonarea adecvată a compartimentelor de aprovizionare;
- analiza, urmărirea și controlul modului de realizare a procesului de aprovizionare.

Aprovizionarea se poate realiza prin 2 modalități :

- Aprovizionarea directă de la producător sau furnizor;

2. Aproximarea prin unitatile specializate in sistem en-gros, deci prin intermediari comerciali care imbraca trei variante : aproximarea prin tranzit organizat, aproximarea prin tranzit achitat, aproximarea prin tranzit de la depozitul en-grosistului

Aproximarea directa prevede ca toate activitațile sa se realizeze direct intre unitatea consumatoare și cea producatoare, aceasta forma este avantajoasa in cazul de cumpararii a unor cantitati mari, vagonabile, materiale de masa sau produse de serie mare. Se pot obtine preturi avantajoase la achizitie, rabaturi sau bonificatii iar cheltuielile de transport sunt mici.

Aproximarea prin tranzit organizat presupune și inlesnirea de catre un intermediar comercial a activitatii de organizare și concretizare a relatiilor dintre consumatori și furnizori, urmand ca livrarea produselor și decontarea facturilor sa se realizeze direct intre ultimii factori. Pentru serviciile prestate, intermediarul primeste un comision de 3% din partea consumatorului.

Aproximarea prin tranzit achitat prin care atat contractarea cat și achitarea contravalorii produselor le asigura intermediarul, iar livrarea se face direct de la producator la consumator. Pentru aceasta operatiune consumatorul cedeaza 5% din valoarea tranzactiei intermediarului o data cu plata contravalorii produselor livrate.

Aceste modalitati scurteaza perioada de contractare, usureaza munca producatorilor și a consumatorilor pentru studierea pietii, negocierile se fac mai usor, intermediarii fiind specializati, iar acestia pot impulsiona cu mai mare eficienta realizarea contractelor.

Aproximarea de la depozitele intermediarilor comerciali, aceasta fiind o forma care presupune ca toate cele 3 activitati sa se realizeze de aceiasi unitate specializata pentru care in pret include un adaos comercial ce-i acopera cheltuielile și îi asigura și un profit .

În urma celor prezentate putem spune că managementul aproximării este una din principalele specialități care ar trebuie să fie în fiecare din companiile noastre, deoarece prin intermediu ei firmele vor câștiga timp și vor majora profiturile sale. Managementul aproximării are o mulțime de avantaje: crește gradul de certitudine in asigurarea cu materiale a micilor producatori, reduce stocurile de la consumatori, simplifica activitatea de aproximarea a acestora, conduce la promovarea cu mai mare usurinta și eficienta a produselor noi realizate de producator.

Bibliografie

1. Biroul Național de Statistică, Indicile prețurilor producatorilor in construcție, <http://statbank.statistica.md/pxweb/Dialog/view.asp?ma=PRE0402&ti=Indicii+preturilor+producatorilor+in+constructie+by+Ani%2C+Trimestre+and+Indicatori&path=../quicktables/RO/05%20PRE/PRE04/&lang=1> accesat la data de 22.11.2015
2. Scrioșteanu, A., „Managementul aproximării”, Ed. Universitaria, Craiova, 2005;
3. Managementul aproximării și desfacerii (vânzări)/ Dr. Gheorghe Bășanu, Dr. Mihai Pricop;