



Universitatea Tehnică a Moldovei

**EXAMINAREA ACTIVITĂȚII COMERCIALE
LA ÎNTREPRINDERE. MĂSURI DE
ÎMBUNĂTĂȚIRE**

Student:

Malanciuc Doina

Conducător:

**Ciloci Rafael,
dr. conf. univ.**

Chișinău, 2024

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA

Universitatea Tehnică a Moldovei
Facultatea Inginerie Economică și Business
Departamentul Economie și Management

Admis la susținere

Șef departament:

Țurcan Rina, dr. conf. univ.

„_____” _____ 2024

Examinarea activității comerciale la întreprindere.

Măsuri de îmbunătățire

Teză de master

Student:

**Malanciuc Doina, AA-
222 M**

Conducător:

**Ciloci Rafael, dr.
conf. univ.**

Chișinău, 2024

ADNOTARE

A tezei de master cu tema „**Examinarea activității comerciale la întreprindere. Măsuri de îmbunătățire**” elaborată de studenta grupei AA-222 M, Malanciu Doina.

Structura lucrării: prezenta lucrare este elaborată din introducere, trei capitole cu subcapitole, concluzii și anexele atașate la sfârșitul lucrării.

Cuvinte-cheie: analiză, activitate comercială, evaluare, dinamică, previziune

Importanța și actualitatea temei abordate. Tema abordată „Examinarea activității comerciale la întreprindere. Măsuri de îmbunătățire”, își păstrează actualitatea de-a lungul timpului, trecând printr-o schimbare dinamică a tuturor tipurilor de afaceri. Indiferent de ramura cuprinsă, întreprinderile au fost pretutindeni cointerestate de starea activității comerciale și în căutarea căilor de îmbunătățire a situației curente. Activitatea comercială a suferit modificări în perioada de tranziție în inovarea tehnologică precum inteligența artificială, blockchain-ul și internetul lucrurilor care oferă oportunități considerabile pentru îmbunătățirea proceselor și creșterea eficienței în cadrul afacerilor.

Scopul lucrării prezente este de a face cunoștință în profunzime cu subiectul activității comerciale prin prisma întreprinderii „Wellcliff” S.R.L., care deschide obiectivul către perspectiva evaluării performanței economice care comunică despre sănătatea generală a economiei. Activitatea comercială contribuie semnificativ la generarea de venituri și la crearea de locuri de muncă într-o economie modernă. Scopul examinării activității comerciale pentru economie este de a obține o înțelegere profundă a modului în care funcționează și evoluează sectorul comercial în economia țării. Prin intermediul întreprinderilor mici, mijlocii și mari, se creează oportunități pentru angajați și se sprijină consumul prin salarii și venituri. Performanța activității comerciale influențează și comerțul internațional, fiindcă exporturile și importurile sunt strâns legate de performanța economiei interne și de activitatea comercială a întreprinderilor la nivel de stat.

Obiectivele generale propuse de autor în elaborarea lucrării date definește impactul întreprinderii comerciale într-o economie prin: înțelegerea comportamentului pieței, identificarea oportunităților de creștere, gestionarea riscurilor, sprijinirea luării deciziilor strategice, monitorizarea progresului în timp.

Identificarea oportunităților de creștere și dezvoltare pentru întreprindere include identificarea segmentelor de piață neexploatate, dezvoltarea de produse și servicii noi, extinderea în piețe noi sau îmbunătățirea proceselor și strategiilor de afaceri. Obiectivele generale ale examinării activității comerciale sunt de a oferi o înțelegere cuprinzătoare a dezvoltării și impactului întreprinderii comerciale în economie și să ofere informațiile necesare pentru luarea deciziilor strategice și operaționale.

ANNOTATION

Du mémoire de maîtrise ayant pour thème «**Examen de l'activité commerciale dans l'entreprise. Mesures nécessaires**» élaborées par d'élève du groupe AA-222 M, Malanciuc Doina.

La structure de l'article: la présentation de l'article est élaborée à partir de l'introduction, de trois chapitres avec des sous-chapitres, des conclusions et des annexes jointes à la fin de la thèse.

Mots-clés: analyse, activité commerciale, évaluation, dynamique, prévision

L'importance et l'actualité du sujet abordé. Le thème abordait « L'examen de l'activité commerciale de l'entreprise. Mesures de la réalité de l'entreprise", se conserve au fil du temps, subissant une évolution dynamique de toutes sortes. Quel que soit le secteur concerné, les entreprises du monde entier s'intéressaient à l'état de l'activité des entreprises et cherchaient les moyens de créer une situation actuelle. L'activité a connu des changements au cours de la période de transition en matière d'innovation technologique comme l'intelligence artificielle, la blockchain et l'Internet des objets qui offrent des opportunités considérables pour créer des processus et accroître l'efficacité au sein des entreprises.

Le but du présent article est d'approfondir le sujet de l'activité commerciale à travers le prisme de l'entreprise "Wellcliff" S.R.L., ce qui ouvre la perspective de l'évaluation des performances économiques qui communique sur la santé générale de l'économie. L'activité commerciale contribue de manière significative à la génération de revenus et à la création d'emplois dans une économie moderne. L'objectif de l'examen de l'activité des entreprises pour l'économie est d'acquérir une compréhension approfondie de la manière dont le secteur des entreprises fonctionne et évolue dans l'économie du pays. Grâce aux petites, moyennes et grandes entreprises, des opportunités sont créées pour les salariés et la consommation est soutenue par les salaires et les revenus. La performance de l'activité commerciale influence également le commerce international, dans la mesure où les exportations et les importations sont étroitement liées à la performance de l'économie nationale et à l'activité commerciale des entreprises au niveau de l'État.

Les objectifs généraux proposés par l'auteur dans l'élaboration des ouvrages donnés définissent l'impact de l'entreprise commerciale dans une économie par: comprendre le comportement du marché, identifier les opportunités de croissance, gestion des risques, accompagner la prise de décision stratégique, suivre les progrès dans le temps.

L'identification de la croissance et du développement de l'entreprise comprend l'identification des segments de marché inexploités, le développement de nouveaux produits et services, l'expansion sur de nouveaux marchés d'opportunité ou le développement de processus et de stratégies commerciales. Les objectifs généraux de la Business Review sont de fournir un aperçu complet du développement et de l'impact des entreprises dans l'économie et de fournir les informations nécessaires à la prise de décision stratégique et opérationnelle.

CUPRINS

INTRODUCERE

CAPITOLUL I. CARACTERISTICA GENERALĂ A ACTIVITĂȚII COMERCIALE ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII

1.1	Importanța și actualitatea examinării activității comerciale	9
1.2	Structura fundamentală a managementului de aprovizionare	13
1.3	Managementul desfacerii	17

CAPITOLUL II. INDICATORII FUNDAMENTALI ȘI INFORMAȚIA GENERALĂ A COMPANIEI

2.1	Prezentarea succintă a domeniului de activitate a întreprinderii „Wellcliff” S.R.L.	23
2.2	Structura organizațională a întreprinderii „Wellcliff” S.R.L.	27
2.3	Activitatea financiară la întreprinderea „Wellcliff” S.R.L.	31
2.4	Managementul activității publicitare la întreprinderea „Wellcliff” S.R.L.....	36
2.4.1	Obiectivele campaniilor publicitare la întreprinderea „Wellcliff” S.R.L.	39
2.4.2	Planificarea și implementarea campaniilor la întreprinderea „Wellcliff” S.R.L..	42
2.4.3	Colaborarea și comunicarea internă: monitorizarea și evaluarea rezultatelor	45

CAPITOLUL III. RECOMANDĂRI ȘI MĂSURI DE ÎMBUNĂTĂȚIRE A ACTIVITĂȚII COMERCIALE LA ENTITATE

3.1	Investiții în marketing digital pentru promovarea eficientă	49
3.2	Analiza feedback-ului clienților pentru a identifica punctele forte și slabe	51
3.3	Eficiența proceselor interne pentru a reduce costurile și a crește eficiența	54

CONCLUZII

BIBLIOGRAFIE

ANEXE

INTRODUCERE

Fiecare afacere este unică, iar succesul său depinde de o serie de factori care trebuie să fie analizați și gestionați în mod corespunzător. Înainte de a înființa o entitate este important de a cerceta piața în care va urma să se desfășoare activitatea și industria în care aceasta se va concentra precum și analiza efectuată pentru a înțelege nevoile consumatorilor, comportamentul concurenților, tendințele pieței și oportunitățile de creștere.

Sectoarele importante de analizat în vederea gestionării a activității comerciale în cadrul întreprinderii cuprind:

- Segmentarea pieței
- Analiza concurenței
- Planul de afaceri
- Gestiunea financiară
- Marketingul și promovarea
- Serviciul de orientare către clienți
- Tehnologia și inovarea

Globalizarea activității comerciale percepe extinderea și interconectarea piețelor și afacerilor din întreaga lume. Aceasta este facilitată de progresul tehnologic, liberalizarea comerțului și comunicarea instantanee, ceea ce permite întreprinderilor să își extindă operațiunile la nivel global.

Subiectul tezei pentru cercetare „Examinarea activității comerciale la întreprindere. Măsuri de îmbunătățire” a fost selectată sub influența actualității majore pe care subiectul o poartă, fiind de interes atât pentru cadrul intern ale întreprinderilor, cât și de utilizatori terți.

Gradul de actualitate a subiectului abordat continuă să atragă atenția specialiștilor și are o relevanță crescândă în contextul schimbărilor tehnologice. Într-adevăr, în era digitală și a economiei globale interconectate, aspectele legate de comerț, afaceri și piață sunt mereu în centrul atenției. Activitatea comercială în cadrul întreprinderii este un subiect care rămâne a fi în centrul dezbaterilor economice și sociale, având în vedere schimbările continue din mediul global și local de afaceri.

BIBLIOGRAFIE

1. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017 Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125231&lang=ro
2. Standardele Naționale de Contabilitate aprobate prin Ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 118 din 06.08.2013
3. Planul general de conturi contabile, Ordin al Ministerul Finanțelor Nr. 119 din 06-08-2013
4. Legea privind societățile cu răspundere limitată nr.135 din 14.06.2007. Disponibi: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138260&lang=ro#
5. BUȘMACHIU, Eugenia; GUMOVSCI, Ana. Prețuri și tarife: curs universitar. – Chișinău: Editura ASEM, 2005. - 247 p.
6. ULIAN, Galina; COJOCARU, Maria; CASTRAVEȚ, Lucia. Prețuri și tarife: note de curs. - Chișinău: USM, 2013. -334 p.
7. BALEANU, Virginia. Managementul aprovizionării și desfacerii. Petroșani: Litografia Universității, 2012. - 6 p.
8. CIOBANU, Marin, et al. Management industrial:(Manual universitar). 2019
9. POSEA, Constantin. Managementul desfacerii - noțiuni de bază și aplicații. București: Fundația România de Măine, 2001. -172 p.
10. „Gestionarea relatiilor cu clientii” [citată 01.04.2024]. Disponibil: <https://www.progressfoundation.ro/gestionarea-relatiilor-cu-clientii/>
11. „Principiile organizării activității comerciale” Copyright © Conspecte.com 2020 [citată 13.03.2024]. Disponibil: <https://conspecte.com/comert/principiile-organizarii-activitatii-comerciale.html>
12. BUGAIAN, L., GHEORGHITA, M., CLOCI, R., CRUCERESCU, C., TURCAN, IU., DIACONU, C. Economia circulară. Note de curs. – Chișinău, Editura „Tehnica-UTM”, 2023, - 155p.
13. Pagina magazin © 2023 WELLCLIFF SRL [citată 14.03.2024]. Disponibil: <https://streetsport.md/ro/>
14. DEAC V., Management. București: Editura ASE, 2014
15. UDRESCU, Mircea. NASTASE, Dan. *Studiul comportamentului consumatorului*. Bucuresti 2009

16. Blue Idea Online S.R.L. Articol on-line Disponibil: <https://www.iqads.ro/dictionar/campanie-publicitara>
17. Articol on-line © 2015-2024 ContactPigeon. Disponibil: https://blog.contactpigeon.com/tommy-hilfiger-marketing-strategy/#tommy_hilfiger_marketing_strategy
18. Articol on- © 2014 - 2023 Hotjar Ltd. Disponibil: <https://www.hotjar.com/net-promoter-score/>
19. CILOCI, Rafael. *Impactul Cultural Asupra Metodelor de Management*. Universitatea Tehnică a Moldovei, Disponibil în IBN: 27 noiembrie 2013. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/25980
20. CILOCI, Rafael, ȚURCAN, Rina, CRUCERESCU, Cornelia. *Sustainable economic development by stimulating youth entrepreneurship in the Republic of Moldova*. Disponibil în IBN: 11 noiembrie 2020, Conferința "Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere", Iași, România, Romania, 30 octombrie 2020
21. Armstrong G., Kotler Ph. *Introducere în Marketing*. – București: Educatinal Centre, 2016.
22. MILLER-HAGEDOM L. *Introducere în Marketing*, – București, 2007.
23. KOTLER Ph. *Managementul Marketingului*. Ed. III. – București: Teora, 2009.
24. SMEDESCU I. *Marketing*. – București: ProUniversitaria, 2007
25. MEGHIȘAN Gh., NISTORESCU T. *Bazele Marketingului*. – București, 1998.
26. PETROVICI S., BELOSTECINIC Gr. *Marketing*. - Chișinău: Universitas, 1998.
27. SASU C. *Marketing internațional*. – București: Polirom, 2005
28. POSEA, Constantin. *Managementul desfacerii - noțiuni de bază și aplicații*. București: Fundația România de Mâine, 2001. - 176 p.
29. ȚURCAN, R., CILOCI R., CRUCERESCU C., *The importance of financial support for youth entrepreneurship in the Republic of Moldova*. Journal of Social Science. 2018, Vol. I(2) 2018, 81-90. PUBLISHING HOUSE „TEHNICA UTM”
30. BĂȘANU, Gheorghe, PRICOP, Mihai. *Managementul aprovizionării și desfacerii*. Ediția a treia. București: Editura Economică, 2004. - 544 p. ISBN 973-590-788-7
31. CÂRSTEA, Gheorghe, BARBULESCU, Constantin. *Asigurarea și gestiunea resurselor materiale – marketingul aprovizionării*. București: Editura Economică, 2000. - 432 p. ISBN 9735902435.

32. FORIS, Tiberiu. Managementul resurselor umane. Braşov: Editura Universităţii Transilvania, 2016. - 153 p.
33. FURTUNĂ, Dumitru. Managementul resurselor materiale. Bucureşti: Editura Economica, 1999. - 480 p. ISBN 973-540-085-8.
34. ILIEŞ, L., CRIŞAN, E., SALANŢĂ, I.I., Managementul logisticii. Cluj-Napoca: Editura Risoprint, 2011. - 339 p.
35. POSEA, Constantin. Teorie şi aplicaţii în managementul aprovizionării. Bucureşti: Fundaţia România de Măine, 2001. – 210 p.
36. PRODAN, Adriana, ROTARU, Anton. Managementul resurselor umane. Iaşi: Editura Sedcom Libris, 2006. - 275 p. ISBN 978-973-670-164-1.
37. VASILIU, C., FELEA, M., MĂRUNŢELU, I., CARAIANI, G. Logistica şi distribuţia mărfurilor: Note de curs. Bucureşti: Editura ASE, 2008. - 229 p.
38. LUNDESJÖ, Greger. Supply chain management and logistics in construction: delivering tomorrow's built environment. London: Kogan Page Limited, 2015. - 274 p. ISBN 978-0-7494-7242-9.
39. MAN, Otilia. Logistica marfurilor: suport de curs. Galaţi: Europlus, 2010. - 70 p. ISBN 978-606-8216-66-9.
40. O'BRIEN, W.J., FORMOSO, C.T., VRIJHOEF, R.,
41. LONDON, K.A. Construction Supply Chain Management: HANDBOOK. Boca Raton: Taylor & Francis Group, 2009. - 520 p. ISBN 978-1-4200 4745-5.
42. OLIVER, R.K., WEBBER, M.D. Supply chain management: logistics catches up with strategy. Berlin: Springer,
43. ȚURCAN R., GHEORGHÎȚA M., CILOCI R., ȚURCANU N., STRATIȚA A., ȚURCAN I., Îndrumarul metodic privind organizarea și desfășurarea stagiului de practică de cercetare, destinat studenților ciclului II, Master, Editura „Tehnica-UTM”, Chișinău, 2020
44. КОВАЛЕВА, Н.А., ГУЗЕНКО, А.В. Основы логистики и управление цепями поставок: учеб. пособие.387
45. КРЫЛЯТКОВ, П.П., ПРИЛУЦКАЯ, М.А. Управление цепью поставок (SCM): учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. - 140 с. ISBN 978-5-7996-2269-5.