

Î.M.“EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY” S.A

“Promotor al succesului”

Autor: Fratea Eliza
Conf. univ. dr.: Mamaliga Vasile

“Succesul este utilizarea la maximum a capacităților pe care le posezi. (Zig Ziglar) ”

Compania „EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY” este cea mai mare producătoare de bere , băuturi răcoritoare și apă minerală în Republica Moldova. Succesul nostru este caracterizat prin calitatea înaltă a produselor și a serviciilor aduse clienților . Bazându-ne pe strategiile dinamice a dezvoltării , ne orientăm spre satisfacerea neîntreruptă a cererii pe piață. Pentru a atinge acest scop avem nevoie de trei factori: **1.calitatea înaltă- care corespunde necesităților și dorința consumatorilor.2.perfecțiunea producției- respectind tradiția producerii berei. 3.calificarea și profesionalismul- angajaților noștri.** Experții afirmă că creșterea consumului berii și al băuturilor cu un conținut redus de alcool este determinată în general de creșterea nivelului de cultură și a nivelului de informare a populației despre piața bauturilor alcoolice și despre particularitățile diferitor băuturi . Investițiile au fost orientate spre ridicarea calității producției și sporirea potențialului de producție. Pregătirea profesională a specialiștilor , mecanici și tehnologi preia un aspect din ce în ce mai important: însușirea tehnicii noi și a tehnologiilor va cere de la tinerii specialiști o pregătire multilaterală și cunoștințe aprofundate.

Cuvinte cheie: *Bere,consum,dinamică,performanță,productivitate,rentabilitate.*

Berea a apărut acum cca. 6000 de ani. Vine cel mai probabil de la pâine care s-a udat și a început să fermenteze, de unde a apărut procesul de fermentare.

Cele mai vechi urme de bere, care provin din anii 3500-2900 î.Hr., au fost descoperite de curând în Tepe, Mesopotamia. Se pare că berea era asemănătoare unei grăsimi groase de culoare întunecată, fără să conțină o cantitate mare de alcool, însă foarte hrănitoare. Datorită gustului deosebit, ea ocupa un loc important în dieta oamenilor din acea vreme.

Tradiții mondiale în ceia ce privește consumul de bere este Oktoberfest (în trad. "Sărbătoarea lui octombrie"), în dialect d'Wiesn, este una din cele mai mari serbări populare din lume. Se desfășoară anual, în München, de la mijlocul lui septembrie până în octombrie.

În anul 1873 renumitul antreprenor german Raps, a întemeiat în Moldova prima fabrică de bere, cu CP de 10 mii hl/ an.În anul 1945 s-a elaborat proiectul unei noi fabrici cu CP de 640 mii dal/an.Iar din anul 2003 cea mai mare companie producătoare de bere din Turcia-Efes Pilsner-a preluat acțiunile și astfel compania a fost denumită “Efes Vitanta Moldova Brewery”.

Sfârșitul anilor 80 și începutul anilor 90 au fost ani buni pentru întreprindere. Berea era o băutură foarte populară, creșteau vânzările, întreprinderea lucra la toată capacitatea. În anul 1990 o persoană consuma 22 litri pe an. În următorii ani piața de bere a devenit mai grea. Piața sa micșorat și consumul sa redus. În anul 1995 consumul de bere s-a micșorat de 3 ori, și o persoană consuma 7,8 litri pe an.În prezent,consumul de bere pe cap de locuitor în RM este de aproximativ 28 litri pe an.

Una din cele mai recente performanțe este aceea că Berea Chișinău Blondă a câștigat medalia de aur pentru calitate la Concursul Internațional Monde Selection 2010 din Bruxelles. La această competiție berea Chișinău a concurat cu branduri de renume internațional și cele mai bune produse din peste 80 de țări participante la concurs.

Compania”EVMB” are contracte încheiate cu următorii furnizori:

- Cehia, Ungaria – malț, tuburi cu zimți;
- Bulgaria, Germania – hamei;
- Rusia – dezinfectanți, dioxid de carbon;

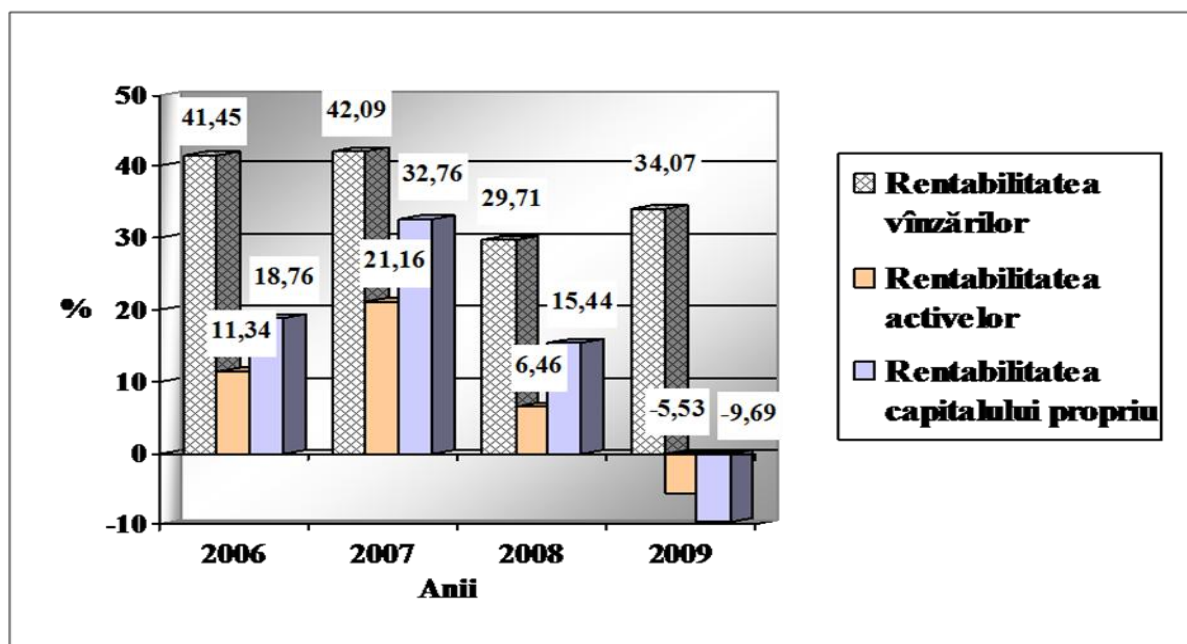
- România – sticlă și navete;
- Producătorii autohtoni – zahăr, etichete;
- Olanda - arome și coloranți;
- Austria - aparate de umplut și închis;
- Ucraina - crupe de orez, melasă de maltoză, forme PET.
- Compania I.M. „EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY” în Republica Moldova controlează 70% din piața berii și aproximativ 50% din piața băuturilor slab alcoolice. Producția exportată constituie 1% din volumul total al vânzărilor. În perspectivă se prognozează posibilitatea exportului berii autohtone în țările Europei Centrale, în special în Italia, Portugalia, Spania și Franța.

Cele mai bune puncte de comercializare a berei întreprinderii în regiuni sunt:

- Diverse magazine cu 14%.
- Chioșcuri ce dețin 86%.

Promovarea produsului se realizează pe calea utilizării într-o anumită proporție a reclamei, a metodelor de stimulare a vânzărilor și metodelor de relație cu publicul, expunerea placatelor publicitare în zonele urbane intens populate, distribuirea în magazine alimentare a afișelor publicitare de participare la expoziții naționale, internaționale; înființarea site-ului web a companiei unde este prezentată informația despre produs.

Dinamica rentabilității



Analizând această diagramă, putem concluziona că rentabilitatea vânzărilor cu toate că este înaltă, rentabilitatea activelor și a capitalului propriu pentru că s-a micșorat volumul vânzărilor.

Analizând productivitatea muncii, observăm că ritmul de creștere a volumului vânzărilor este în continuare creștere, ca mai apoi volumul vânzărilor să scadă, ceea ce a dus la pierderi de 45048,85 mii lei. Totodată, vedem că numărul de muncitori a scăzut de la 423 la 243, adică cu 42,6%. Productivitatea muncii în 2006 era de 344,12, iar pe parcursul anilor, până în 2009 a crescut în unități naturale cu 229,1% iar în unități valorice cu 169,5%.

Analiza productivității muncii

2006-2009

Nr	Indicatori	2006	2007	2008	2009
1.	Volumul producției fabricate, mii dal	145564	185448	172025	191631
2.	Volumul vânzărilor, mii lei	559999	700355	658285	545250
3.	Nr. personal industrial productiv, persoane	423	402	318	243
4.	Productivitatea muncii în unități naturale, dal/persoane	344,12	461,313	540,959	788,60
5.	Productivitatea muncii în unități valorice, mii lei/persoane	1323,87	1742,177	2070,080	2243,83

Studiind activitatea întreprinderii „EVMB” am constatat ca prin calitate, specialiști calificați în domeniu și o bună strategie în marketing, poate satisface gusturile și dorințele oricărui consumator, fapt ce a dus la transformarea dintr-o simplă fabrică de bere într-un producător și un concurent foarte puternic pentru celelalte fabrici care activează în același domeniu.

Bibliografia:

1. Manolescu Gh. Managementul financiar, București, 1997;
2. Raportul statistic numărul 1-P al Î.M. „EVMB” S.A. pe anii 2006-2009;
3. www.berechișinău.md
4. www.wikipedia.org