

IMPORTANTA STRATEGIEI

Avand in vedere practica manageriala a firmelor din tarile dezvoltate care demonstreaza ca firmele care isi bazeaza activitatea pe strategii , obtin rezultate economice net superioare celorlalte concretizandu-se in indicatori precum : cifra de afaceri , castig pe actiune , valoarea unei actiuni , etc. , de 2- 3,8 ori mai mari voi puncta cateva dintre principalele ratiuni si avantaje ale rolului si necesitatii de elaborare a strategiilor.

La nivel de organizatie :

- Favorizeaza de regula, luarea in considerare a intereselor principalilor stakeholderi ai organizatiei
- Traseaza traiectoria de evolutie a organizatiei pentru o perioada relativ indelungata
- Contribuie substantial la amplificarea capacitatii organizatiei de a penetra noi pietee si de crestere a cotei parti pe pietele unde actioneaza in prezent
- Determina o reducere substantiala a riscurilor
- Asigura un fundament net superior pentru intretinerea, adoptarea si aplicarea multimei celorlalte decizii tactice si curente
- Faciliteaza crearea si dezvoltarea unei culturi de întreprindere competitiva
- Faciliteaza si amplifica eficacitatea intreprinderii organizatiei in contextul si dinamicul mediului contemporan in care este plasata
- Contribuie la construirea si dezvoltarea avantajului competitiv al organizatiei

La nivel de macroeconomie

- Contribuie la bugetul national
- Favorizarea dezvoltarii activitatilor economice, la nivel regional si national
- Cresterea performantelor de ansamblu ale economiei nationale

Cunoscut fiind ca eficacitatea si eficienta unei organizatii si, impicit, strategia sa depind, intr-o masura apreciabila, pe de o parte de stadiul (faza) ciclului de viata in care se afla firma :

1. Debut
2. Dezvoltare
3. Crestere sau expansiune
4. Stagnare sau declin
5. Confort
6. Schimbarea a proprietarului (vanzare, fuziune, etc.)

iar pe de alta parte ale „cele 5 forte ”ce influenteaza profitabilitatea strategiilor :

1. Concurentii din cadrul industriei - rivalitatea printre firmele existente
2. Potentialii noi veniti pe piata – amenintarea noilor veniti
3. Producatorii de articole substituibile – amenintarea produselor si serviciilor substituibile
4. Furnizorii – puterea de negociere a furnizorilor
5. Cumparatorii – puterea de negociere a cumparatorilor

Exista urmatoarele tipuri de strategie :

- A firmei - aspecte organizatorice
- Economica - eficacitatea in industrie sau pe un anumit segment
- Functionala - maximizarea productivitatii resurselor

- Asiguratorie
- Dedicata
- Crestere treptata
- Oportunistă

- Bazata pe costuri - diminuarea costurilor, preturi reduse , productie de serie mare
- Bazata pe diferentiere – calitate produsului, imaginea pe piata,
- Bazata pe focalizare – pozitionare pe segmente bine definite din piata

- ❖ Bazata pe cunostinte
 - Fundamentata pe viziune
 - Bazata pe profesionisti
 - Pentru situatii emergente

Prezentarea societatii

Societatea comerciala ANTECO S.A. Ploiesti ofera clientilor mobilier de inalta calitate, cu un design variat, de la stil clasic si rustic pâna la ultramodern, într-o gama larga de culori, totul fiind îmbinat cu o grija deosebita acordata procesului de productie ce se deruleaza de mai bine de 120 de ani.

Înfiintata în 1886 ca prima fabrica de mobilier din România si lucrând pentru Casa Regala Româna, ANTECO s-a dezvoltat continuu. Astazi compania ofera o gama larga de mobilier apreciat atât în Romania cât si în strainatate. Respectând cerintele actuale venim în întâmpinarea cerintelor clientilor atât prin design cât si prin calitatea executiei. Materia prima pe care o folosim este selectata atent din cel mai bun lemn de fag.

Principalul domeniu de activitate este productia de mobilier din lemn masiv atat pentru sectorul HORECA (restaurante, hoteluri, baruri, cafenele, pub-uri, pizzerii) cat si pentru amenajarea propriei locuinte.

ANTECO produce si comercializeaza o gama larga de canapele si fotolii, mese si scaune, realizate in diverse stiluri (clasic, rustic, traditional, modern)

In plus ofera consiliere profesionala astfel incat dvs sa va puteti transforma ideile in mobilierul visat. Personalul calificat si instruit, implicat in derularea procesului de productie, realizeaza produse de calitate in conformitate cu standardele ISO.

Printre locatiile amenajate de noi se numara: Bordello`s Pub Bucuresti, Cabana Schiorilor Sinaia, Café 13 Brasov, Ceainaria Tabiet Bucuresti, Vila Bulevard Sinaia, etc. De-a lungul anului, firma noastra participa si la diverse targuri internationale de profil.

Daca ar fi sa ne descriem in trei cuvinte, acestea ar fi: **traditie , stil , calitate.**

Pe langa sectia de PRODUCTIE MOBILIER societatea mai detine si o sectie proprie de PRODUCTIE SI TRATARE A CHERESTEA (debitare, taiere, aburire , atiseptizare ,uscare artificiala) care asigura necesarul de materie prima pentru sectia de PRODUCTIE MOBILIER .

Activitatea societatii a fost diversificata prin achizitia unei noi linii de prelucrare a busteanului de calitate inferioara dezvoltand astfel o noua sectie de PRODUCTIE LEMN DE FOC .

Prin comasarea activitatii intr-o singura locatie au ramas liberi aproximativ 2.500 mp de clatiri si 6.000 mp de teren care a fost au fost parcelati si recompartimentati nascandu-se astfel o noua activitate respectiv INCHIRIERI SPATII INDUSTRIALE.

Societatea a adoptat o strategie de dezvoltare si diversificare a activitatii pe : orizontala, verticala si laterala. Practic s-a realizeazat trecerea de la un management de productie de masa , specifica perioadei de dinaintea anilor 1989 , la un management pe obiective operationalizat prin managementul pe bugete , combinat cu diferite metode si tehnici manageriale pentru centrelor de profit noi create. Specific perioadei de tranzitie din Romania se face trecerea catre o economie de piata practicata de tarile dezvoltate ,bazata pe cunoastere si axata pe cerintele pietei si satisfacerea nevoilor cumparatorilor. Aceasta strategie este bazata pe: misiune, scop, obiective strategice, obtiuni strategice, organizate structural in centre de profit dupa cum urmeaza :

1. Formularea misiunii firmei

1.1. Scopul principal este sa asigure pietei :

- mobilier
- cherestea
- lemn de foc
- spatii industriale

in cantitatea si calitatea necesara care sa raspunda cerintelor pietei , nevoilor clientilor traditionali si/sau ocazionali locali, nationali, interantionali.

1.2. Domeniul principal in care actioneaza firma este acela de a produce , comercializa si oferi anumite servicii conexe

- Productiei de mobilier
- Productiei de cherestea
- Productiei de lemn de foc
- Inchirierii de spatii industriale

Activitatea societatii se va desfasura conform principiului de eficienta si eficacitate a folosirii resurselor : materiale , financiare , umane si informationale vizand armonizarea categoriilor de interese economice ale principalilor stakeholderi.

1.3. Activitatea societatii se desfasoara in Romania , principalii clienti sunt din tara si strainatate iar zona deservita este urmatoare :

- Mobilier adresat segmentului HORECA
- Cherestea adresata producatorilor de mobilier
- Lemn de foc adresat societatilor comerciale si persoanelor fizice
- Inchirierii de spatii industriale destinate societatilor comerciale

2. Stabilirea obiectivelor strategice

2.1. Cresterea cu minim 20% a profitului brut in fiecare din urmatoorii trei ani

2.2. Amplificarea anuala a veniturilor din exploatare (fata de realizarle anului precedebt) cu minimum 15 %

2.3. Proiectarea si implementarea unui sistem de management inalt performant axat pe managementul prin obiective si managementul prin bugete

2.4. Asigurarea comercializarii a cel putin 40% din productia fabricata pe piata externa

2.5. Imbunatatirea calitatii produselor fabricate si alinierea majoritatii parametrilor la performantele existente pe plan mondial

2.6. Crearea pana la sfarsitul anului a cel putin 10 locuri noi de munca noi concomitent cu mentinerea si dezvoltarea unui sistem de protectie sociala adecvat bazat pe principile motivatiei personalului si concretizat prin remuneratia corecta si transparenta muncii depuse corelat cu atingerea obiectivelor.

3. Principalele optiuni strategice sunt :
 - 3.1. Retehnologizarea sectorului finisaj din cadrul sectiei de PRODUCTIE MOBILIER
 - 3.2. Diversificarea productiei in functie de oportunitatile si necesitatile pietei interne si externe (studiu de piata)
 - 3.3. Amenajarea spatiilor industriale (grupuri sanitare ,izolatie termica,hidroizolatie,utilitati)
 - 3.4. Reproiectare manageriala

4. Configurarea resurselor necesare
 - 4.1. Resurse materiale necesare :
 - 4.1.1. Cabine de pulverizat , masa de slefuit, agregat pentru pulverizare
 - 4.1.2. Materii prime : bustean de fag, MDF, poliuretan, stofe.
 - 4.2. Resurse financiare :
 - 4.2.1. Necesare pentru retehnologizare se ridica la suma de 15.000 EURO
 - 4.2.2. Necesare pentru studiu de piata se ridica la suma de 3.000 EURO
 - 4.2.3. Necesare pentru amenajarea spatiilor se ridica la suma de 30.000 EURO
 - 4.2.4. Necesare pentru reproiectare manageriala se ridica la suma de 3.000 EURO
 - 4.2.5. Necesare fondului de rulment 200.000 EURO
 - 4.3. Surse de finanatare
 - 4.3.1. Imprumuturi bancare
 - 4.3.2. Majorare de capital

5. Precizarea termenelor
 - 5.1. Initiale
 - 5.2. Intermediare
 - 5.3. Finale

In ansamblul sau strategia acopara o perioada de 3 ani din momentul aplicarii

6. Stabilirea avantajului competitiv
 - 6.1. Imbunatatire raportului cost-pret
 - 6.1.1. Determinarea pragului de rentabilitate pentru fiecare produs
 - 6.1.2. Reducerea costurilor materiale si a manoperei
 - 6.1.3. Determinarea costului de productie real
 - 6.1.4. Redimensionarea nivelului de vanzari
 - 6.1.5. Urmrirea operativa a abaterilor si actionarea asupra cauzelor care le-au provocat
 - 6.2. Obtinerea si comercializarea unor produse diferite de cele ale concurentei in ceea ce priveste unii parametri constructivi, functionali, calitativi etc.
 - 6.2.1. Determinarea criteriilor prin care produsul se diferentiaza de produsele concurente
 - 6.2.1.1. Calitate , personalizare, continuitate, servicii conexe
 - 6.2.1.2. Mixtul de marketing
 - 6.2.2. Deschidere spre nou, spre inovatie si o imbunatatire continua a calitatii produselor si serviciilor oferite

S.C. Anteco S.A. are capacitatea organizatorica,manageriala si tehnologica (intr-un viitor nu prea indepartat) de a operationaliza ambele variante de obtinere de avantaje competitive.Premiza

fundamentala a actionarii in una sau alta din aceste directii o reprezinta promovarea unui veritabil management prin costuri si cunoasterea in detaliu a cerintelor si exigentelor pietei interne si externe.