

S.A. “JLC”





- Prima secție de producere a fabricii de prelucrare a laptelui din Chișinău a fost fondată în anul 1944.
 - În anul 1992 Asociația «МОЛОКО» din Chișinău a fost redenumită în Asociația «LAPTE».
 - La 12 iulie 2004 în baza acestei întreprinderi în cadrul procesului de privatizare a fost creată Societatea pe acțiuni «JLC».
- În prezent compania «JLC» cuprinde :
- un teritoriu cu suprafața totală de 6,5 ha.
 - personalul întreprinderii constă din 845 angajați, dintre care 113 persoane formează administrația companiei, 311 persoane activează în sectorul de producere și 421- în sectorul comercial.

În prezent compania «JLC» este una dintre cele mai mari întreprinderi de prelucrare a laptelui din Republica Moldova și un lider recunoscut al pieții moldovenești de produse lactate. Întreprinderea are un nivel înalt de echipare tehnică și de organizare a fabricării unor produse de calitate superioară.



Activitatea

- Activitățile de bază ale S.A. «JLC» sunt următoarele:
- colectarea laptelui;
- producerea și comercializarea produselor lactate;
- producerea și comercializarea apei și băuturilor răcoritoare;
- elaborarea de tehnologii noi în domeniul produselor lactate și altor produse;
- comerțul angro și cu amănuntul prin intermediul rețelei comerciale proprii și a întreprinderilor de comerț cu amănuntul din orașul Chișinău și din țară;
- efectuarea schimbului de mărfuri, operațiunilor de intermediere, operațiunilor de achiziție și comerț și altor tipuri de operațiuni comerciale;



Sfera de producere

Baza de producție a întreprinderii o constituie:

- Secția de fabricare a produselor lactate,
- Secția de producere a smântînii,
- Secția de producere a brînzeturilor și produselor de brînză,



Sortimentul

- S.A. «JLC» produce **peste 80 sortimente** de produse lactate și alte feluri de produse, toate fiind de o calitate excelentă și avînd un preț accesibil.
- Compania «JLC» produce **12 sortimente de smîntînă**, inclusiv și smîntînă bio, care este îmbogățită cu bifidobacterii. Smîntîna «JLC» a devenit foarte solicitată de cumpărători și datorită acestui fapt volumul de smîntînă finită a crescut în ultimii trei ani de 3 ori, constituind 68% din volumul total de smîntînă produsă de R.M.
- **Smîntînă în ambalaje de PE**
- **Smîntînă în păhăruțe**
- Smîntînă bio Magnifico
- Smîntînă bio în ambalaje de PE
- Smîntînă la cîntar



Brânză

În secția de brânzeturi au fost instalate 6 căzi pentru prepararea cașcavalului și 9 căzi pentru prepararea brânzeturilor cu un volum total de 52,5 tone amestec, destinat fabricării de brânză granulată și produselor de brânză în sortiment precum:

- Brânză în hîrtie laminată
- Brânză granulată Gingășie , Făguraș, De casa Fitness

Produs de brânză:

Produs de brânză 18% grăsime

Produs de brânză 26% grăsime

Masa de brinza sarata



Produse din lapte **integral**

Lapte in pelicula de PE

Lapte in ambalaje Tetra Classic

Lapte Magnifico

Frisca



■ Produse acidolactice

- Lapte acru Prostocvasa
- Chefir
- Bifiton
- Bifiton de fructe si pomusoare
- Iaurt de baut Delicato
- Bio iaurt de fructe si pomusoare



■ APA

- Yes plata
- Yes carbogazoasa
- Yes Orange,Cvas,Clopotel,Visina,Frigusor,Limonada
- Yes ceai verde,ceai negru



Micromediul întreprinderii

■ Furnizorii

- Pe parcursul anilor de activitate compania «JLC» a stabilit relații de afaceri cu o serie de întreprinderi autohtone și străine, care asigură S.A.«JLC» cu materiale pentru împachetare, utilaj, piese de rezervă și alte materiale necesare pentru fabricarea de produse lactate.
- Principalul furnizor de cașcaval este compania olandeză «FrieslandCampina Cheese», un producător renumit de cașcaval de marca «Frico», care în prezent este unul dintre cei mai mari producători de cașcaval din Olanda și Europa.
- Un partener activ al S.A. «JLC» în fabricarea iaurturilor este compania germană «Ehrmann», care produce anume pentru compania «JLC» iaurturile cu gust și aromă uimitoare «Jardi»
- companiile «CHR Hansen» și «Danisco», din Danemarca;
- compania «Hann», din Germania;
- compania moldo-israeliană «Sanin», companiile «Greiner» și «Sunimprof», din România; compania «Tetra Pak»,
- din Serbia.



Intermediarii

- Secția marketing și deservire aprovizionează cu produse lactate și mărfuri însoțitoare toate rețelele de magazine. De asemenea Secția data constituie centrul de management al tuturor activităților și studiilor de marketing în domeniul vânzărilor S.A. «JLC». Este de menționat că în prezent Secția se ocupă de comercializarea și reclamarea producției lactate, precum și de căutarea și livrarea produselor alimentare de import.
- **Secția comerț de firmă cu amănuntul** cuprinde 50 de magazine proprii cu o suprafață totală de la 25 pînă la 200 m. p.
- Livrarea producției se realizează cu transport specializat al firmei.



Clientii



- Printre clienții întreprinderii se numără atât persoanele fizice cât și cele juridice. Produsele întreprinderii se bucură de o vastă extindere, segmentul de clienți fiind: copii, tineri, persoane de vîrstă a 2-a și a 3-a atât femei cit și barbati, produsele fiind consumate nu numai la noi în Republica Moldova dar și peste hotare.

Concurentii

- Compania "JLC" este lider pe piata de produse lactate. Totusi concurentii ei sunt:



Organisme publice

Categorii de deținători de interese al organismelor publice:

1. Mediile de comunicare în masă (televiziunea, ziarele, revistele naționale și locale);
2. Mișcarea pentru protecția consumatorilor, având scopul identificării și aducerii la cunoștință publicului a unor practici negative;

Macromediul



- Mediul economic
- Orice agent economic trebuie să-și evalueze la diferite momente de timp activitatea. În acest scop el utilizează diferite informații pe care le prelucrează pentru a ști unde te afli la un moment dat comparativ cu activitatea ta din S.A. "JLC" este cointeressata cunoașterea continuă a eficienței utilizării resurselor umane, materiale și financiare. utilizate. În urma calculelor efectuate în baza raportului financiar se poate concluziona că: la rata rentabilității vânzărilor se observă că în ultima perioadă acest indicator este foarte bun.

Mediul Cultural

- Pe parcursul anului vinzarile oscileaza insa nu foarte semnificativ. O reducere a vinzarilor este determinata de factorul religios-cultural si anume scaderea consumului de produse lactate in perioada postului.



Mediul demografic

- Structura populatiei nu influenteaza semnificativ compania, fiindca produsele sunt destinate tuturor virstelor de consumator, atat de gen feminin cit si masculin. Totusi vinzarile mai mari sunt constatate in locurile unde concentratia de populatie este mai ridicata cum ar fi orasele.



Mediul institutional



Necesitatea analizării cadrului legislativ și normativ are drept scop abordarea unei opțiuni strategice a statului orientată spre utilizarea eficientă a instrumentelor de piață și înțelegerea comună cu care se confruntă sectorul vitivinicol. La aceasta se referă:

- Calitatea materiei prime;
- Tehnologia de producere;
- Normele referitor la import/export;
- Evaluare și control.

Mediul tehnologic

- Intreprinderea este dotata cu utilaj modern care ii permita sa obtina produse calitative si intrun termen cit mai scurt, mereu tinde sa se informeze despre inovatiilor tehnologice aparute si sa se conformeze acestora.

Deaceea in viitorul apropiat ea tinde sa:

- Modernizarea secției de brânzeturi din Chișinău și creșterea volumului de producție pînă la 450 de tone pe lună, comparativ cu 220 de tone în 2010,
 - Modernizarea secției de produse lactate integrale în scopul creșterii volumului de smântână de la 300 de tone pînă la 500 de tone



Mediul natural

- Intreprinderea dispune de resurse naturale cum sunt pasunile care reprezinta sursa principala de consum pentru vaci.



Mediul Politic

- **Recent, compania a dat în exploatare în regiunea Almaty o nouă fabrică - „JLC Syt”** în Kazahstan. În 2013, compania a beneficiat prin intermediul programul „Business Road Map-2020” a primit sprijin din partea statului din Kazahstan, pentru construirea liniei de cablu, subventii în valoare de 3 milioane de euro.

Concluzii

- Intreprinderea S.A."JLC" fiind una dintre cele mai mari intreprinderi de prelucrare a laptelui din R.Moldova a cunoscut o evolutie majora, ocupind o pozitie dominanta pe piata si a reusit sa o pastreze. In urma analizei micro si macro mediului are o strategie bine determinata, care ii permite obtinerea obiectivelor stabilite si care ii permite sa progreseze.



Vă
Mulțumesc
Pentru
Atenție!

A efectuat: Pendus Violeta

■ Grupa: CON-131