Orange Moldova

Orange Moldova este o companie de telecomunicații care s-a lansat comercial în octombrie 1998 sub denumirea de Voxtel, iar la 25 aprilie 2007 a trecut la actualul său nume.

Factorii interni și externi ai unei companii determină prosperitatea sau regresul unei afaceri.

**Factorii interni** se referă la tot ceea ce se întâmplă în interiorul unei companii și pot fi controlate de aceasta. Aceștia includ:

* **Proprietarii**

Grupul de persoane care au investit în companie și au drepturi de proprietate asupra organizației.

Orange Moldova este o companie bazată pe capital străin. Cea mai mare cotă (de 95%) de acțiuni o deține Orange S.A. (companie subsidiară a grupului France Telecom). Fiind una dintre cele mai mari companii de comunicații din lume, credem că acesta este un factor ce influențează pozitiv perspectivele companiei în Moldova.

* **Misiunea**

Cum am mai menționat anterior, Orange este o companie de comunicații. Considerând perioada în care trăim, și anume a progresului tehnico-științific fără precedent, credem că acesta este un factor pozitiv, întrucât în viața cotidiană, comunicarea (digitală) este o nevoie vitală a societății.

* **Consiliul de administrație și structura organizatorică**

Reprezintă organul de conducere al companiei. Un consiliu competent poate conduce compania spre succes.

Atât Directorul General (Olga Surugiu), cât și membrii consiliilor sunt specialiști în domeniu. Toți au experiență vastă în domeniul de activitate. Plus la toate, în componența unor consilii intră și specialiști străini, experiența cărora poate fi extrem de utilă pentru perspectivele companiei. Aceasta tot am raportat-o la puncte forte.

* **Comunicarea**

În anul 2019, a avut loc un proces de judecata ce implica France Telecom. Compania a fost învinuită de hărțuire morală asupra unui grup de angajați. În final, un fost boss și 2 foști CEO au fost condamnați la un an de pușcărie, iar compania a fost amendată cu 75000 de euro. Acest caz a fost unul fără precedent, de aceea nu putem să nu-l menționăm ca un factor negativ.

* **Personalul și cultura organizațională**

Din propria experiență, putem spune că personalul este experimentat, binevoitor și comunicabil. În orice situație, aceștia sunt predispuși să-și ofere ajutorul și să satisfacă nevoile clientului.

* **Resursele de capital**

Considerând faptul că investorul principal e Orange SA, iar acesta la rândul său este unul dintre cei mai mari provideri de comunicații, suntem ferm convinși că Orange Moldova deține capital destul pentru a-și desfășura proiectele și de a se dezvolta continuu.

* **Învățarea**

Nu avem date la acest aspect, însă sperăm că acest aspect este în vizorul celor de la Orange.

**Factorii externi** reprezintă elementele mediului extern. Compania nu are control asupra modului în care vor fi formate acestea. Ele reprezintă oportunități sau amenințări pentru companie.

Mediul extern poate fi împărțit în **mediu de activitate și general**.

**Mediul de activitate** cuprinde care afectează și sunt direct afectați de operațiunile organizației.

* **Concurența și clienții**

Deciziile unei companiei sunt deseori influențate de concurenți. Companiile tind mereu să meargă mai departe de concurenții lor. Clienții, la rândul său sunt (sau în mod normal ar trebui să fie) principalul obiectiv al fiecărei companii. De calitatea serviciilor prestate depinde nemijlocit și venitul companiei.

Orange este cel mai mare furnizor de comunicații mobile din țară cu 2.4 milioane de utilizatori. Concurenții principali sunt Moldtelecom (1.6 milioane) și Moldtelecom-Unite(600 de mii).   
Spre deosebire de concurenții săi, Orange vine cu un șir de inițiative ecologice (reciclează telefonul), proiecte moderne și de voluntariat. Totuși este un subiect controversat, întrucât în ceea ce ține de prestare a serviciilor de telefonie mobilă, gama de oferte este largă, însă de calitate mediocră. În intervale de bani identice, concurenții oferă mult mai mult. \*exemplu personal\*

* **Furnizori**

Orange nu prestează doar servicii de telefonie mobilă, dar și servicii Internet și TV. Considerând actuala criză mondială de semiconductoare, posibil să apară unele probleme la livrarea unor anumite echipamente.

De asemenea, Moldova nu este o piață de desfacere potrivită, considerând nivelul de trai al populației. Mai mult de atât, legile vamale ale Republicii Moldova stimulează unele companii să majoreze prețul la toate produsele aduse, pentru ca acestea să aibă și venit.

**Mediul general** este alcătuit din factori care pot avea un efect imediat asupra operațiunilor companiei, dar care nu afectează activitățile acesteia.

* **Dimensiunea economică** (inflația, impozitele, șomajul)

Cum a fost menționat anterior, Republica Moldova nu se bucură de cele mai mari salarii, de aceea veniturile populației constituie, posibil, un impediment în obținerea veniturilor mai mari.

* **Dimensiuena tehnologică**

Credem că la acest capitol, cine dacă nu compania Orange posedă abilitatea de a utiliza la maxim resursele tehnologice disponibile la maxim. Cu toate că, tehnologia 5G încă nu este prezentă în Moldova.

* **Dimensiunea socio-culturală**

Orange Moldova promovează proiecte ecologice, construcții de străzi iluminate, terenuri de joacă ș.a. Asta ne dă dovadă de competența completă în acest aspect.

* **Dimensiunea politico-juridică**

Orange Moldova are un Consiliu de tutelă care contribuie ca activitatea desfășurată de companie să fie în conformitate cu cadrul legal din țară.

* **Dimensiunea internațională**

Cu toate că Orange Moldova are codurile sale proprii, organe de conducere, aceasta rămâne o filială a companiei Orange SA (cu sediul central în Franța) și este dependentă direct de starea/activitatea acesteia.