



Universitatea Tehnică a Moldovei

**COMPETITIVITATEA CA FACTOR DETERMINANT AL
CREȘTERII ECONOMICE A ÎNTREPRINDERII**

Studenta: Barcuța Adriana

**Coordonator:
prof. univ., dr. Gheorghîța Maria**

Chișinău – 2023

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Universitatea Tehnică a Moldovei
Programul de master „Administrarea afacerilor” 120cr

Admis la susținere

Șef DEM: conf. univ., dr. Țurcan Rina

„_____” _____ **2023**

Competitivitatea ca factor determinant al creșterii economice a întreprinderii

Teză de master

Masterand: Barcuța Adriana (_____)

Coordonator: Gheorghiuța Maria (_____)

Chișinău, 2023

ADNOTARE

la teza de master cu tema „ **Competitivitatea ca factor determinant al creșterii economice a întreprinderii**”, realizată de **Barcuța Adriana**,

Chișinău, 2023

Structura tezei: Introducere, Trei capitole, Concluzii și recomandări, Bibliografie din 30 surse, 4 anexe, 68 pagini text de bază, 13 figuri, 28 tabele.

Cuvinte cheie: Competitivitate, servicii externe, productivitate, indicatori, strategii.

Scopul teze de masterat este să argumenteze, dintr-o perspectivă teoretică și analitică, conceptele de "concurrent" și "mediu concurențial". De asemenea, se urmărește analizarea activității de marketing a întreprinderii "SSM Extern Randis" SRL, cu scopul de a examina conceptul de competitivitate și metodele de evaluare a acesteia. În plus, se dorește determinarea nivelului de competitivitate al întreprinderii studiate și formularea unor strategii care să contribuie la creșterea nivelului de competitivitate a acesteia.

Obiectivele tezei sunt următoarele: să abordeze funcțiile și rolul concurenței, să cerceteze conceptul de competitivitate și factorii care o determină, să examineze managementul competitivității în condiții de concurență, să descrie metodele de analiză a competitivității, să studieze domeniul prestației serviciilor de contabilitate din Republica Moldova, să prezinte caracteristicile generale ale întreprinderii "SSM Extern Randis" S.R.L., să analizeze rezultatele economice și financiare ale activității "SSM Extern Randis" S.R.L., să analizeze indicatorii de lichiditate și solvabilitate ai "SSM Extern Randis" S.R.L., să argumenteze strategiile eficiente pentru creșterea competitivității "SSM Extern Randis" S.R.L., să adapteze strategiile și să propună instrumente eficiente de dezvoltare și creștere a competitivității "SSM Extern Randis" S.R.L.

Metodologia cercetării pentru această lucrare implică utilizarea de metode și tehnici de cercetare teoretice, cum ar fi studiul surselor bibliografice, analize, sinteze și clasificări, pentru a interpreta datele în scopul realizării unei analize cantitative.

În teza de masterat prezentată s-a utilizat metoda de calcul a competitivității dezvoltată de I.V. Maksimova. Această metodă analitică este utilizată pentru a evalua nivelul de competitivitate al companiilor în comparație cu competitorii lor, prin atribuirea unor ponderi și scoruri pentru diferiți indicatori de competitivitate. Utilizând această metodă am determinat că entitatea studiată are un nivel de competitivitate scăzut acesta fiind influențat de nivelul scăzut de autofinanțare și de promovare a serviciilor și a potențialului entității.

ANNOTATION

to the master's thesis on "**Competitiveness as a determining factor of economic growth of the enterprise**", Barcuța Adriana, Chisinau, 2023

Thesis structure: Introduction, Three chapters, Conclusions and recommendations, Bibliography of 30 sources, 4 appendices, 68 pages of main text, 13 figures, 28 tables.

Keywords: Competitiveness, external services, productivity, indicators, strategies.

The purpose of this master's thesis is to argue, from a theoretical and analytical perspective, the concepts of "competitor" and "competitive environment". Additionally, it aims to analyze the marketing activity of "SSM Extern Randis" SRL, in order to examine the concept of competitiveness and its evaluation methods. Moreover, the thesis intends to determine the level of competitiveness of the studied enterprise and to propose strategies that contribute to its competitiveness growth.

The purpose of this master's thesis is to argue, from a theoretical and analytical perspective, the concepts of "competitor" and "competitive environment". Additionally, it aims to analyze the marketing activity of the "SSM Extern Randis" SRL company in order to examine the concept of competitiveness and its evaluation methods. Furthermore, it seeks to determine the level of competitiveness of the studied enterprise and formulate strategies that contribute to increasing its competitiveness.

The objectives of this thesis are as follows: to address the functions and role of competition, to research the concept of competitiveness and the factors that determine it, to examine competitiveness management in conditions of competition, to describe methods for analyzing competitiveness, to study the field of accounting service performance in the Republic of Moldova, to present the general characteristics of the "SSM Extern Randis" S.R.L. enterprise, to analyze the economic and financial results of the activity, to analyze the liquidity and solvency indicators, to argue for effective strategies to increase the competitiveness, to adapt strategies and propose effective tools for the development and growth of the competitiveness

The research methodology for this thesis involves the use of theoretical research methods and techniques, such as the study of bibliographic sources, analysis, synthesis, and classification, to interpret data for the purpose of conducting quantitative analysis.

In the master's thesis presented, the competitiveness calculation method developed by I.V. Maksimova. This analytical method is used to assess the level of competitiveness of companies compared to their competitors by assigning weights and scores for different competitiveness indicators. Using this method, we determined that the studied entity has a low level of competitiveness, this being influenced by the low level of self-financing and promotion of services and the potential of the entity.

Cuprins

INTRODUCERE.....	7
1. ASPECTE TEORETICE ȘI METODOLOGICE PRIVIND EVALUAREA COMPETITIVITĂȚII ÎN CADRUL ORGANIZAȚIEI.....	9
1.1 Aspecte conceptuale privind competitivitatea.....	9
1.2 Influența factorilor interni și externi asupra competitivității entității.....	14
1.3 Metode de analiza și evaluare a gradului de competitivitate al întreprinderii.....	17
1.4 Strategii de dezvoltare a întreprinderilor prin prisma competitivității.....	21
2. ANALIZA MEDIULUI ECONOMIC ȘI DIAGNOSTICAREA ÎNTREPRINDERII „SSM EXTERN RANDIS” S.R.L.....	25
2.1 Analiza sectorului de prestare a serviciilor contabile din Republica Moldova	25
2.2 Prezentarea generală a întreprinderii „SSM EXTERN RANDIS” S.R.L.....	31
2.3 Analiza activității comerciale a întreprinderii.....	34
2.4 Analiza potentialului intern al întreprinderii.....	38
2.4.1 Analiza dotării cu mijloace fixe și a gradului de utilizare eficientă.....	39
2.4.2 Analiza asigurării cu resurse umane și a gradului de utilizare eficientă.....	41
2.5 Analiza stării financiare a întreprinderii.....	42
2.6 Analiza stabilității financiare (lichiditate, echilibru financiar).....	49
2.7 Analiza riscurilor întreprinderii.....	52
3. STRATEGII DE CREȘTERE A COMPETITIVITĂȚII ÎNTREPRINDERII „SSM EXTERN RANDIS” S.R.L.....	57
3.1 Studiu privind mediului concurențial a întreprinderii „SSM EXTERN RANDIS”.....	57
3.2 Recomandări privind creșterea competitivității întreprinderii.....	63
3.3 Strategii de creștere a competitivității întreprinderii „SSM EXTERN RANDIS” S.R.L....	67
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI.....	70
BIBLIOGRAFIE.....	73
ANEXE.....	75

Introducere

Mediul concurențial în care își desfășoară activitatea unitățile economice a cunoscut o dinamică crescândă de-a lungul anilor, ajungând-se acum la un mediu competitiv caracterizat de relații complexe. Dezvoltarea accelerată a relațiilor competitive necesită un ritm rapid al procesului decizional.

Mediul competitiv al anilor 1980 poate fi caracterizat prin următoarele procese cheie și anume: inovație, calitate și spirit corporativ. La sfârșitul anilor 1970, cererea a scăzut, iar concurența a devenit din ce în ce mai globală. Liderii sunt nevoiți să facă față piețelor din ce în ce mai fragmentate. Noii concurenți care înțeleg mai bine caracteristicile noilor segmente de piață încep să vadă din ce în ce mai multe oportunități. Astfel, companiile sunt nevoite să-și extindă liniile de produse pentru a face față concurenței. Mediul concurențial suferă, de asemenea, schimbări majore în ceea ce privește segmentarea clienților și organizarea companiei. De asemenea, responsabilitățile managerilor se schimbă, au din ce în ce mai multe obligații de a găsi un echilibru între două nevoi la polul opus și anume: stabilitatea necesară pentru a pedepsi, a pune lucrurile în ordine. Anii 1990 au fost caracterizați de globalizarea piețelor, dezvoltarea și avansarea tehnologiilor existente, fenomenul de reglementare și o specializare pronunțată a piețelor financiare. Acestea sunt doar câteva dintre motivele pentru care strategiile pentru găsirea și menținerea unui avantaj competitiv se schimbă.

Conceptul de competitivitate este un proces complex și există o relație directă între competitivitate, calitate și productivitate, atât calitatea cât și productivitatea fiind determinanții competitivității unei întreprinderi. În același timp, competitivitatea unei întreprinderi și, în cele din urmă, competitivitatea unei industrii sau țări depind de competitivitatea produselor, deoarece concurența pe piață, de regulă, are loc între diferite bunuri, al căror succes este determinat de caracteristicile atribuite de întreprindere. marketingul acesteia.

Productivitatea este importantă, deoarece s-a constatat că este principalul factor care conduce la creșterea și nivelul veniturilor. Iar nivelurile veniturilor sunt foarte strâns legate de bunăstarea umană. Deci, înțelegerea factorilor care permit producerea acestui lanț de evenimente este foarte importantă.

Practic, creșterea competitivității înseamnă creșterea prosperității. Economii competitive sunt cele care au cele mai multe șanse de a putea crește mai sustenabil și mai favorabil, ceea ce înseamnă mai multe șanse ca toată lumea din societate să beneficieze de beneficiile creșterii economice.

Domeniul analizat este în creștere pe piața Republicii Moldova, serviciile prestate din exterior, economiseste resurse financiare, timp și ofera afacerilor sa se axeze pe activitatea de baza a sa. În prezent domeniul de outsourcing este in dezvoltare și deasemenea se dezvoltă o concurența

evidențiată. Respectiv tema studiată este actuală, deoarece prin intermediul studiului putem analiza concurenții și poziția entității față de acești, la fel putem analiza și popularitatea tipului de activitate care sunt perspectivele și care sunt clienții ce au nevoie de serviciile prestate din exterior.

În acest sens este important să investigăm mediul concurențial din domeniul serviciilor de contabilitate, deoarece acesta a devenit din ce în ce mai competitiv în ultima perioadă. Pentru a face față acestei situații, trebuie să luăm măsuri bine organizate și să dezvoltăm strategii pe termen lung și scurt.

Scopul și obiectivele lucrării date este de a analiza aspectele teoretice și metodologice privind conceptul de competitivitate, de a determina nivelul de competitivitate în cadrul unei organizații și propunerea măsurilor care vor asigura creșterea competitivității întreprinderii.

În cadrul acestei cercetări, s-au folosit diverse metode, procedee și tehnici pentru colectarea și prelucrarea datelor primare și secundare. Printre acestea se numără colectarea, documentarea, observarea și prelucrarea datelor. Acestea au fost utilizate pentru a interpreta datele și a realiza o analiză cantitativ-efectivă, în vederea elaborării strategiilor de dezvoltare pe termen lung și scurt.

Studiul efectuat este cuprins din trei capitole:

- În primul capitol vom aborda aspectele conceptuale privind competitivitatea la fel vom specifica factorii interni și externi care contribuie la apariția competitivității precum și metodele de analiză a gradului de competitivitate pentru entitatea analizată. În final vom exemplifica strategii de dezvoltare prin prisma competitivității.
- În cel de-al doilea capitol vom analiza piața Republicii Moldova în domeniul studiat, vom face o prezentare generală despre entitate, la fel vom efectua o diagnoză economico-financiară și vom expune concluziile despre situația entității SSM Expert Randis pentru perioada 2019-2021.
- În cel de-al treilea capitol vom propune câteva strategii de dezvoltare a entității prin prisma competitivității.

BIBLIOGRAFIE

a) în limba română:

1. BELOSTECINIC Grigore „Concurență. Marketing. Competitivitate”, Chișinău, Editura ASEM,2003
2. CIOBANU, I., CIULU, R. Strategiile competitive ale firmei. Iași, Polirom, 2005.
3. CHIVU, M., ANDRONIE, Iu., Analiza strategică a mediului concurențial, Editura Fundației România de Măine, București, 2015, 148 p., ISBN: 978-606-20-0137-7
4. DUMITRAȘCU, V., Prețuri și concurență: elemente teoretico-metodologice și aplicative moderne, Editura Universitară, București, 2018, 248 p., ISBN 978-606-28-0820-4
5. GAVRILĂ I., GAVRILĂ T. Competitivitatea și mediul concurențial. Promovarea și protejarea concurenței în Uniunea Europeană. București, Ed. Economică, 2009, p. 129.
6. GHEORGHITĂ, MARIA Economia întreprinderii industriale : Manual universitar /Chișinău: Cuvîntul-ABC, 2011. – 280 p.
7. MĂNOIU Gh. „Marketingul, calitatea și competitivitatea produselor alimentare”,Editura Ceres,Bucuresti 1990
8. MOROȘAN I. Analiza economico-Financiară, Editura Fundația România de Măine, București. 2006. P.256
9. MICHAEL E. Porter, Avantajul concurențial, Teora, București, 2001
10. MORRIS Mitchel. Cum să devii manager de succes, traducere. Editura ALL BECK, București, 2000. P.237
11. PORTER, MICHAEL E. Despre concurență, Editura București Meteor Press 2008;
12. PELINESCU, E., IORDAN, M., Competitivitate, Editura Universitară, București, 2015, 264 p., ISBN 978-606-28-0399-5
13. RĂILEAN V., Performanțe într-o economie competitivă, Editura Impresum, Chișinău, 2016, 233 p., ISBN: 978-9975-3085-2-6
14. SÎRBU I., CIUMAC G. Gestiunea activității antreprenoriale și procesul luării deciziilor manageriale. În: Materialele Conferinței Științifice Internaționale „Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii”, ASEM, 28-29 septembrie, 2012, p. 14-16
15. SVETLANA ALBU, ANGELA MORARU, Diagnosticarea activității economice: Curs de prelegeri, Chișinău: Tehnica-UTM, 2020. – 108 p. ISBN 978-9975-45-648-7.
16. ȚIRIULNICOVA N. (coord.), Analiza rapoartelor financiare, Chișinău, ACAP, 2011.

b) în limba engleză:

17. HAMADA, K., Competition Between Public and Private Firms: An Essay on the Theory of Mixed Oligopoly, Editura Graduate School of Modern Society and Culture, Niigata, 2017, 188 p., ISBN: 978-4-902140-19-4

18. KENDRICK J. W. Improving company productivity; Handb. with case studies/ Kendrick J. W. în collab. with the Amer. productivity center. – Baltimore; London: Johns Hopkins univ. press, 1984.

19. MARER, P., ZECCHINI, S., „The Transition to a Market Economy”, O.C.D.E. Vol. I, Paris, 1991

20. PORTER M. Despre concurență. Traducere: Dan Criste. București, Meteor Press, 2008 116.

21. PORTER M. The competitive advantage of nations. În: Harvard Business Review. March, April, 1990. <http://kkozak.wz.cz/Porter.pdf>.

22. TOMPSON-YOUNGER A.A., STRICTLAND A.J. Strategic management: concepts and situations for analysis. 11th Revised edition edition. McGraw-Hill Inc., USA, April, 1999

c) în limba rusă:

23. АЗОЕВ, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996.

24. АЗОЕВ Г.А., ЧЕЛЕНКОВ А.Ч.. Конкурентоспособность фирмы. М.: 2001. с127

25. АНСОФФ И. Новая корпоративная стратегия .СПб.: Питер, 1999, 416 с.

26. БАРТКОВА Н.Н., КРУПИНА Н.Н. Уровень конкурентоспособности предприятия как базовый результат эффективности использования ресурсов. Журнал “Научный вестник УрАГС”, Екатеринбург, 2010, Выпуск №2(11) июнь <http://vestnik.uara.ru/ru-ru/issue/2010/02/12/>.

27. ГОРЕМЫКИН, В.А., БОГОМОЛОВ, О.П. Экономическая стратегия предприятия. М., 2001

28. КРЕВЕНС Д.В. Стратегический менеджмент. М.: Изд. дом «Вильямс», 2003.

29. МАКСИМОВА И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия. Москва: Маркетинг, 1996, № 3 , 115 с.

d) surse electronice:

30. Statistica.md

https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica_24%20ANT_ANT030/ANT030060.px/table/tableViewLayout1/?rxid=b2ff27d7-0b96-43c9-934b-42e1a2a9a774 (vizitat 15.03 - 24.04.2021)