



Universitatea Tehnică a Moldovei

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

Student: Barcuța Viorica
Conducător: Gheorghîța Maria
Dr., prof. univ.

Chișinău, 2021

**MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII
MOLDOVA**

**Universitatea Tehnică a Moldovei
Facultatea Inginerie Economică și Business
Departamentul Economie și Management**

**Admis la susținere
Șef departament:
conf.univ.,dr. Țurcan Rina**

_____ 2021
„_____”

Competitivitatea ca factor determinant al creșterii economice a întreprinderii

Teză de master

Student: Barcuța Viorica, AA-192
Conducător: Gheorghită Maria
prof. univ., dr.

Chișinău, 2021

ADNOTARE

la teza de master cu tema „ Competitivitatea ca factor determinant al creșterii economice a întreprinderii”, Barcuța Viorica, Chișinău, 2021

Teza este structurată în introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 46 surse, 3 anexe, 78 pagini text de bază, 16 figuri, 33 tabele.

Cuvinte cheie: competitivitate, industria mobilei, producerea mobilei, Uniunea Producătorilor de Mobilă, productivitatea.

Scopul principal al lucrării date este de a analiza conceptul de competitivitate și metodele de evaluare a acesteia, de a determina nivelul de competitivitate a întreprinderii studiate și de a propune strategii spre aplicare pentru a crește nivelul de competitivitate a întreprinderii analizate.

Capitolul I ”Abordări teoretic-o privind competitivitatea” definește principalele aspecte teoretice ale noțiunii de strategie, ale conceptului de competitivitate. Tot în acest capitol sunt descriși factorii ce afectează competitivitatea întreprinderii. La finalul capitolului I sunt enumerate principalele metode utilizate pentru evaluarea nivelului de competitivitate.

Capitolul II ”Analiza situației economico-financiare în contextul dezvoltării a companiei ”Arama R” SRL” este evaluat tendințele de dezvoltare a sectorului de producere a mobile din R.M.. Tot aici sa făcut o mica descriere a întreprinderii analizate, este analizată starea financiară a întreprinderii. Aici sunt analizați cei mai importanți indicatori printre care potențialul intern și eficiența utilizării lui. Analiza situației financiare, analiza veniturilor, costul de producție, dar și rentabilitatea întreprinderii. Capitolul II se finisează cu analiza stabilității financiare a întreprinderii ”Arama R” SRL.

Capitolul III ” Măsuri de creștere a competitivității întreprinderii “ Arama R” SRL ,, este evaluat de competitivitate al întreprinderii ca mai apoi să fie propuse măsuri de creștere a competitivității lor și modul cum va crește. Totodată, în finalul acestui capitol sunt propuse strategii ce vor duce la creșterea competitivității întreprinderii.

În concluzii și recomandări sunt prezentate succint cele mai importante concluzii și recomandări.

ANNOTATION

to the master's thesis on "Competitiveness as a determining factor of economic growth of the enterprise", Barcuța Viorica, Chisinau, 2021

The thesis is structured in introduction, three chapters, general conclusions and recommendations, bibliography from 46 sources, 3 annexes, 78 pages of basic text, 16 figures, 33 tables.

Keywords: competitiveness, furniture industry, furniture production, Furniture Manufacturers Union, productivity

The main purpose of this paper is to analyze the concept of competitiveness and its evaluation methods, to determine the level of competitiveness of the studied enterprise and to propose strategies for application to increase the level of competitiveness of the analyzed enterprise.

Chapter I "Theoretical approaches to competitiveness" defines the main theoretical aspects of the notion of strategy, the concept of competitiveness. Also, in this chapter are described the factors that affect the competitiveness of the enterprise. At the end of Chapter I are listed the main methods used to assess the level of competitiveness.

Chapter II "Analysis of the economic and financial situation in the context of the development of the company" Arama R "SRL" evaluates the development trends of the furniture production sector in the Republic of Moldova. . Here are analyzed the most important indicators including the internal potential and efficiency of its use. Analysis of the financial situation, analysis of income, production cost, but also the profitability of the enterprise. Chapter II ends with the analysis of the financial stability of the enterprise "Arama R" SRL.

Chapter III "Measures to increase the competitiveness of the enterprise" Arama R "SRL" is assessed by the competitiveness of the enterprise and then to propose measures to increase their competitiveness and how it will grow. At the same time, at the end of this chapter are proposed strategies that will increase the competitiveness of the enterprise.

The most important conclusions and recommendations are briefly presented in the conclusions and recommendations.

Cuprins

Introducere	7
1. Abordări teoretic-o privind competitivitatea	9
1.1 Prezentarea conceptului de competitivitate	9
1.2 Factorii determinanti ai competitivitatii intreprinderii	13
1.3 Metode de evaluare a nivelului competitivității întreprinderii	18
2. Analiza situației economico-financiare in contextul dezvoltării a companiei ”Arama R” SRL	26
2.1. Tendințe privind dezvoltarea sectorului de producere a mobilei în RM	26
2.3. Analiza situației economico-financiare a întreprinderii “Arama R” SRL	35
2.3.1 Analiza potențialului intern al întreprinderii și a eficienței utilizării lui	35
2.3.2 Analiza situației financiare a întreprinderii (analiza veniturilor, a costurilor, profitului rentabilității)	39
2.3.3 Analiza stabilității financiare	46
2.4. Concluzii	52
3. Măsuri de creștere a competitivității întreprinderii “ Arama R” SRL	55
3.1. Evaluarea nivelului de competitivitate al întreprinderii “Arama R” SRL	55
3.2. Măsuri de creștere a nivelului de competitivitate al întreprinderii “Arama R” SRL	60
3.3. Strategii de creștere a competitivității a întreprinderii “ Arama R” SRL	65
3.4. Concluzii	72
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	74
Bibliografie	77
Anexe	81

Introducere

Actualitatea și importanța problemei abordate. În noul cadru economico-social creat, cel din perioada tranziției la economia de piață, un element esențial în activitatea fiecărei firme îl constituie capacitatea sa de cunoaștere și percepere a propriei activități, dar mai ales gradul său de adaptabilitate la dinamica mediului în care își desfășoară activitatea. Procesul de integrare a Republicii Moldova în economia mondială înaintază în fața unităților economice autohtone și, în primul rând, în fața întreprinderilor producătoare, noi sarcini privind calitatea și competitivitatea pe plan internațional a producției fabricate. De aici și sarcina de bază a economiei naționale – sporirea gradului de competitivitate a mărfurilor destinate exportului.

În prezent, termenul „competitivitate” a devenit unul dintre cele mai utilizate în literatura științifică. Politicienii, economiștii, reprezentanții afacerilor, jurnaliștii o folosesc pe scară largă atunci când vine vorba de necesitatea integrării economiei unei țări, regiuni, întreprinderi în sistemul economiei mondiale moderne.

Relevanța subiectului ales stă în faptul că, în contextul procesului de globalizare și internaționalizare, problemele asigurării competitivității unei întreprinderi vin în prim plan. Prin urmare, utilizarea eficientă a instrumentelor pentru creșterea competitivității, a analizei și a managementului integrat al performanței este o condiție indispensabilă pentru asigurarea și consolidarea avantajelor competitive ale întreprinderilor și ale economiei naționale în ansamblu.

Nivelul de competitivitate presupune evaluarea rezultatelor activității unei firme, deoarece aceasta oglindește felul în care ea se dezvoltă, dacă gestionează corect resursele de care dispune. Când o entitate este competitivă înseamnă că ea se ajustează permanent la condițiile pieței și cerințele consumatorilor. O întreprindere care nu își monitorizează situația în comparație cu concurenții săi riscă să deie faliment. Obiectivele generale pe care o întreprindere ar trebui în permanență să tindă și să le îndeplinească sunt: atragerea de noi clienți, creșterea cotei de piață, creșterea venitului, a profitului, dar nu în ultimul rând fidelitatea și satisfacerea nevoilor consumatorilor.

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

În conformitate cu obiectivele determinate, sunt stabilite următoarele sarcini:

- ✓ Prezentarea conceptului de competitivitate a întreprinderii;
- ✓ Definirea conceptului de competitivitate a întreprinderii, identificarea de factori care afectează competitivitatea întreprinderii;
- ✓ Analiza indicatorilor situației economico-financiare a întreprinderii studiate;

- ✓ Evaluarea nivelului de competitivitate a întreprinderii analizate;
- ✓ Propunerea măsurilor și strategiilor de creștere a competitivității întreprinderii studiate.

Pentru realizarea lucrării obiect de studiu a fost întreprinderea implicată în producerea de mobilă, prestare a serviciilor și comercializare a materialelor utilizate în domeniul dat, iar sursa informativă au fost situațiile financiare ale întreprinderii analizate.

Bibliografie

MANUALE, MONOGRAFII, LUCRĂRI DIDACTICE, BROȘURI:

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. GAVRILĂ I., GAVRILĂ T. Competitivitatea și mediul concurențial. Promovarea și protejarea concurenței în Uniunea Europeană. București, Ed. Economică, 2009, p. 129.
4. MĂNOIU Gh. „Marketingul, calitatea și competitivitatea produselor alimentare”, Editura Ceres, București 1990
5. MOROȘAN I. Analiza economico-Financiară, Editura Fundația România de Măine, București. 2006. P.256
6. MICHAEL E. Porter, Avantajul concurențial, Teora, București, 2001
7. MORRIS Mitchel. Cum să devii manager de succes, traducere. Editura ALL BECK, București, 2000. P.237
8. PETROVICI Sergiu Model de evaluare a competitivității întreprinderii
9. POPESCU D. „Competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii”, Editura Economică, București, 2001, pag. 11;
10. RUSSU Corneliu „Management și competitivitate”, Tribuna Economică nr.1/1998, pag. 9 și 23, nr. 2/1998 pag. 7-8;
11. TIRIULNICOVA Natalia “Analiza rapoartelor financiare”, Chișinău, Editura ASEM, 2004. 383 p.
12. 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
13. VOICULESCU Dan „Competiție și competitivitate”, Editura Economică, București, 2001, p.62;

b) în limba engleză:

14. AIGINGER C. Competitiveness: from a dangerous obsession to a welfare creating ability with positive externalities. În: Journal of Industry, Competition and Trade, Vol. 6, Netherlands, 2006, p. 161-177.
15. ANSOFF H.I. Strategic management. Classic edition. Palgrave MacMillan, July, 2007

16. CHIKAN A., MATYUSZ Z. Company competitiveness and inventory performance. 17th International Symposium on Inventories, Hungary, Budapest, august 20-24, 2012, p.41.
17. CHIKAN A. Measurement of the Competitiveness of Companies. Dep. of Logistics and Supply Chain Management, Corvinus University of Budapest, 2006, p.42-56.
18. FRIED H.O., KNOX LOVELL C.A., et al. The measurement of productive efficiency. Techniques and applications. Oxford University Press, USA, 1993, 440 p.
19. GARRELLI S., 2008. Competitiveness 20 years later. IMD World Competitiveness yearbook, p.30, www.imd.org/research/publications/wcy/20years.pdf.
20. JOSZA Laszlo. Marketing strategy. KJK-KERSZOV, Budapest, 2003
21. KOTLER P. Marketing management Millenium Edition. Pearson Custom Publishing, New Jersey, 2001.
22. KOTLER P., KELLER, K.L. Marketing Management. Upper Saddle River, New Jersey, 2006
23. KUMAR A., MOTWANI J., STECKE K.E. A quality index-based methodology for improving competitiveness: analytical, development and empirical validation, University of Michigan, 1999. https://www.researchgate.net/publication/268385229_An_Analytical_Framework_to_Measure_Benchmark_and_Improve_the_Strategic_Position_of_an_Organization_Using_a_Quality_Competitiveness_Index
24. NEMETHNE Gal A. Competitiveness of small and medium sized enterprises – a possible analytical framework. În: Hungarian Electronic Journal of Sciences, January 15, 2010, <http://heja.szif.hu/ECO/ECO-100115-A/eco100115a.pdf>.
25. PORTER M. Despre concurență. Traducere: Dan Criste. București, Meteor Press, 2008 116.
26. PORTER M. The competitive advantage of nations. În: Harvard Business Review. March, April, 1990. <http://kkozak.wz.cz/Porter.pdf>.
27. 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:

28. АЗОЕВ, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996.
29. АЗОЕВ Г.А., ЧЕЛЕНКОВ А.Ч.. Конкурентоспособность фирмы. М.: 2001. с127
30. АНСОФФ И. Новая корпоративная стратегия .СПб.: Питер, 1999, 416 с.

31. 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.uapa.ru/ru-ru/issue/2010/02/12/>.
32. ГОРЕМЫКИН, В.А., БОГОМОЛОВ, О.П. Экономическая стратегия предприятия. М., 2001
33. ЖУРАН Е.А., АБАЗА И.О. Оценка конкурентоспособности предприятия с использованием современных информационных технологий. Праці Одеського політехнічного університету, 2011, Вип 3(37), с. 189-193.
34. ЗАХАРЧЕНКО В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятия. Машиностроитель, 1999, № 11, с. 13-17.
35. КРЕВЕНС Д.В. Стратегический менеджмент. М.: Изд. дом «Вильямс», 2003.
36. КРУГ Э.А. Характеристики методик определения конкурентоспособности предприятий. Журнал “Вестник Алтайского государственного аграрного университета”, 2009, № 3 (53), с.77-80
37. МАКСИМОВА И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия. Москва: Маркетинг, 1996, № 3 , 115 с.
38. МАЗИЛКИНА Е.И. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие. Москва: Омега-Л, 2007, 325 с
39. ФАТХУТДИНОВ, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2000, 312 с.
40. ФАТХУДИНОВ, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Маркетинг, 2002.
41. ФАТХУТДИНОВ, Р.А. Стратегический менеджмент. М.: Дело, 2005, 7-е изд., испр. и доп., 448 с.
42. ЦЕЛИКОВА Л.В. Конкурентоспособность рынка кожаной обуви в республике Беларусь. Маркетинг, 2000, No 3, с. 47-55
43. ШКАРДУН В.И., СТЕРХОВА С.И., Комплексный метод оценки конкурентоспособности предприятия, изд. Маркетинг, Москва 2001. №4 (52), стр. 15-24.
44. ЩЕПАКИН М.Б., КРИВОШЕЕВА Е.В., ТРЕТЬЯКОВ Р.М. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях их маркетинговой ориентации. Журнал “Политематический сетевой электронный журнал Кубанского Государственного Аграрного Университета”, Краснодар, 2012, № 81 (07). <http://www.ej.kubagro.ru/2012/07/pdf/73.pdf>

RESURSE ELECTRONICE:

45. 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 12.03.2020)

46. Uniunea Producatorilor de Mobila din Moldova <https://upm.md/index.php/ro/despre-upm/conducerea-upm> (vizitat 06.02.2020)