



Universitatea Tehnică a Moldovei

**ANALIZA MEDIULUI CONCURENȚIAL AL
ÎNȚREPRINDERII „CREATIVE GLASS” SRL
ȘI ELABORAREA STRATEGIILOR DE
DEZVOLTARE**

Student: Mihailov Veronica

Conducator: conf. univ., dr. Luca Nicolae

Chișinău, 2021

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA
Universitatea Tehnică a Moldovei Denumirea
Facultatea Economie și Business
Departamentul Economie și Management

Admis la susținere

Șef departament:

Țurcan Rina, conf.univ., dr. Ec.

„_____” _____ 2021

Analiza mediului concurențial al întreprinderii „Creative Glass” SRL și elaborarea strategiilor de dezvoltare

Teză de master

Student: Mihailov Veronica, AA-192

Conducator: conf. univ., dr. Luca Nicolae

Chișinău, 2021

REZUMAT

la teza de masterat cu tema:

„Analiza mediului concurențial al întreprinderii Creative Glass și elaborarea strategiilor de dezvoltare”

realizată de studenta gr. AA-192 M, Mihailov Veronica.

Structura tezei. Teza de masterat este structurată în corespundere cu obiectul cercetării și conține: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie din 37 titluri, 79 pagini de text de bază, 24 figuri, 15 tabele și 4 anexe.

Cuvintele-cheie: concurent, mediul concurențial, strategie de dezvoltare, analiză, piața produselor din sticlă securizată, sticlă securizată.

Scopul și obiectivele lucrării. Scopul tezei de masterat constă în argumentarea, din punct de vedere teoretic și analitic, termenul de concurent și mediu concurențial, analiza activității de marketing a întreprinderii „Creative Glass” SRL, precum și elaborarea strategiilor de dezvoltare pe termen scurt și lung a întreprinderii „Creative Glass” SRL. De asemenea, determinarea metodelor de îmbunătățire a relațiilor cu clienții finali de sticlă securizată.

Metodologia cercetării. În lucrarea dată au fost utilizate metode și tehnici de cercetare teoretice și anume studiul surselor bibliografice, analize, sinteze și clasificări de interpretare a datelor în scopul efectuării analizei cantitative, precum și metoda proiectului de benchmarking în scopul efectuării analizei calitative.

În teza de masterat au fost prezentate tipologia concurenței și a mediilor concurențiale, precum și importanța acestora, s-a realizat analiza activității de marketing și a mediului concurențial a întreprinderii „Creative Glass” SRL, s-a elaborat un studiu de benchmarking prin care s-a analizat minuțios concurenții întreprinderii „Creative Glass” SRL și piața construcțiilor din sticlă securizată. S-au formulat strategii pentru dezvoltarea activității întreprinderii și s-au propus măsuri de îmbunătățire ale relațiilor cu consumatorii finali.

SUMMARY

to the master's thesis with the next theme:

„Analysis of the competitive environment of the enterprise Creative Glass and elaboration of development strategies”

made by the student of the AA-192 M group, Mihailov Veronica.

Thesis structure. The master's thesis is structured in accordance with the object of the research and contains: introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography of 37 titles, 79 pages of basic text, 24 figures, 15 tables and 4 annexes.

Keywords: competitor, competitive environment, development strategy, analysis, the market for tempered glass products, tempered glass.

The purpose and objectives of the paper. The purpose of the master's thesis is to argue, from a theoretical and analytical point of view, the term competitor and competitive environment, the analysis of the marketing activity of the company "Creative Glass" SRL, and the development of short and long term development strategies of the company "Creative Glass "SRL. Likewise, the determination of methods to improve relations with end customers of safety glass.

Research methodology. In this paper were used theoretical research methods and techniques, namely the study of bibliographic sources, analyzes, syntheses and classifications of data interpretation for the purpose of quantitative analysis, as well as the benchmarking project method for qualitative analysis.

In this master's thesis were presented the typology of competition and competitive environments, as well as their importance, the analysis of the marketing activity and the competitive environment of the company "Creative Glass" SRL, a benchmarking study was elaborated which thoroughly analyzed the competitors "Creative Glass" SRL and the market for safety glass constructions. Strategies have been formulated for the development of the company's activity and measures have been proposed to improve relations with final consumers.

CUPRINS

INTRODUCERE	5
1. ASPECTE TEORETICE PRIVIND MEDIUL CONCURENȚIAL AL UNEI ÎNȚREPRINDERI ȘI STRATEGIILE EI DE DEZVOLTARE	7
1.1 Concurența și mediul concurențial: esență și caracteristici.....	7
1.2 Metode de analiză a mediului concurențial – modelul M. Porter, Benchmarking-ul	14
1.3 Strategii de dezvoltare a întreprinderilor, conform analizei mediului concurențial.....	21
2. PREZENTAREA GENERALĂ A ÎNȚREPRINDERII „CREATIVE GLASS” SRL	27
2.1 Caracteristica generală a întreprinderii „Creative Glass” SRL.....	27
2.2 Analiza activității de marketing a întreprinderii	36
2.3 Prezentarea mediului concurențial al întreprinderii „Creative Glass” SRL.....	46
3. ANALIZA MEDIULUI CONCURENȚIAL A ÎNȚREPRINDERII „CREATIVE GLASS” SRL ȘI ELABORAREA STRATEGIILOR DE DEZVOLTARE	51
3.1 Studiu privind mediului concurențial a întreprinderii „Creative Glass” SRL	51
3.2 Strategii de dezvoltare a întreprinderii „Creative Glass” SRL.....	62
3.2 Recomandări privind eficientizarea activității economice a întreprinderii.....	72
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI.....	76
BIBLIOGRAFIE.....	78
ANEXE.....	80
1. Denumirea	

INTRODUCERE

Starea actuală a economiei din întreaga lume, respectiv și din Republica Moldova impune o preocupare crescândă pentru reorganizarea și dezvoltarea unor activități cât mai performante în cadrul tuturor întreprinderilor. Comercializarea unor produse de calitate și prestarea unor servicii satisfăcătoare din punct de vedere calitativ, reprezintă una dintre cele mai importante cerințe impuse de piața sticlei călitate în condițiile unui mediu economic puternic concurențial.

Pornind de la aspectele generale mai sus menționate, prezenta lucrare își propune să trateze succint câteva elemente despre mediul concurențial al pieței din sticlă securizată, considerate a fi importante pentru asigurarea succesului și supraviețuirii pe piață a industriei sticlei călitate.

Actualitatea temei cercetate. În prezent construcțiile din sticlă călitate iau amploare din ce în ce mai mult. Sticla securizată a devenit o alternativă foarte comodă a multor lucruri, precum: oficiile din pereți solizi sunt înlocuite pe varianta pereților din sticlă, care oferă mai multă lumină, mai mult confort și mai mult lux, vitraliile din sticlă la case, vitralii la magazine la fel au început să ia amploare, se construiesc din ce în ce mai multe terase cu balustrade din sticlă, etc. Cererea pentru construcțiile din sticlă securizată crește considerabil, iar acest fapt impulsionează entitățile economice să întreprindă noi acțiuni de dezvoltare, să descopere noi posibilități de cucerire a consumatorilor, să ofere cât mai multe oportunități de a cumpara sticla pe care o dorește.

Gradul de studiere a temei în literatura de specialitate. Concurența și mediul concurențial a existat din totdeauna și va continua mereu să-și pună amprente în toate activitățile antreprenoriale, de aceea numeroase lucrări științifice de mare importanță sunt atribuite acestui subiect. Aspecte legate de analiza mediului concurențial sunt întâlnite într-o multitudine de lucrări științifice, cu trasături și specificații diferite în dependență de autor, deoarece în prezent aceasta este una dintre cele mai vândute informații de către un agent economic, și una dintre cele mai eficiente modalități de a îmbunătăți activitatea întreprinderii.

Problema investigației o constituie mediul concurențial al industriei sticlei securizate, care în ultima perioadă ia amploare, și din aceste considerente este necesar de a se întreprinde acțiuni bine organizate și de a se elabora strategii de dezvoltare pe termen lung și scurt.

Obiectivul cercetării. Cercetarea mediului concurențial pentru a elabora cele mai bune strategii de dezvoltare, în vederea lărgirea pieței de desfacere și cuceririi a noi segmente de consumatori.

Scopul și sarcinile tezei. Scopul tezei de masterat constă în determinarea principiilor de activitate a concurenților întreprinderii „Creative Glass” SRL, și de a raporta aceste principii la activitățile ei, pentru a realiza o ulterioară îmbunătățire a activității întreprinderii.

Metode, procedee și tehnici de cercetare: Realizarea cercetării a presupus utilizarea metodelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor secundare și primare, respectiv observarea, documentarea și metoda proiectului de Benchmarking, pentru interpretarea datelor în scopul efectuării analizei cantitativ-efective și elaborarea strategiilor de dezvoltare pe termen lung și scurt.

Structura tezei. Teza de masterat este structurată în corespundere cu obiectul cercetării și conține: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie din 37 titluri, 79 pagini de text de bază, 24 figuri, 15 tabele și 4 anexe.

Sumarul capitolelor tezei de masterat.

Capitolul I – Aspecte teoretice privind mediul concurențial al unei întreprinderi și strategiile ei de dezvoltare. Acest capitol este format din 3 subcapitole, ce conține definiții asupra mediului concurențial al unei întreprinderi, a concurenților și consumatorilor și s-a prezentat metodele de studiere a mediului concurențial care oferă un grad înalt de precizie a rezultatelor despre aceștia. Deasemenea, în acest capitol este abordată tema strategiilor de dezvoltare care pot fi întreprinse în cadrul unei întreprinderi.

Capitolul II – Prezentarea generală a întreprinderii „Creative Glass” SRL. Acest capitol cuprinde caracteristica generală a întreprinderii, s-a prezentat analiza activității de marketing, a mixului de marketing, a factorilor de macro și micromediu, analiza SWOT a întreprinderii pentru evidențierea punctelor tari, slabe, oportunităților și riscurilor. Principalul obiectiv al acestui capitol constă în analiza mediului concurențial al întreprinderii.

Capitolul III – Analiza mediului concurențial al întreprinderii „Creative Glass” SRL și elaborarea strategiilor ei de dezvoltare. Acest capitol cuprinde un studiu de Benchmarking organizat în cadrul întreprinderii, privind analiza mediului concurențial din punct de vedere a prețurilor la produse, procese, accesorii, și perioada de realizare a activităților tuturor concurenților. Spre final sunt analizate recomandările de îmbunătățire a relațiilor cu consumatorii și elaborarea strategiilor de dezvoltare pe termen lung și scurt, care vor duce întreprinderea „Creative Glass” SRL spre cele mai înalte piste ale succesului.

În teza de masterat au fost prezentate tipologia concurenței și a mediilor concurențiale, precum și importanța acestora, s-a realizat analiza activității de marketing și a mediului concurențial a întreprinderii „Creative Glass” SRL, s-a elaborat un studiu de benchmarking prin care s-a analizat minuțios concurenții întreprinderii „Creative Glass” SRL și piața construcțiilor din sticlă securizată. S-au formulat strategii pentru dezvoltarea activității întreprinderii și s-au propus măsuri de îmbunătățire ale relațiilor cu consumatorii finali.

BIBLIOGRAFIE

Cărți, Reviste:

1. CHÎRSTEA G. *Analiza strategică a mediului concurențial*, Editura București 2002;
2. DEAC V. *Analiza strategică a mediului concurențial*, Editura Economică București 2002;
3. DODU G. *Analiza mediului concurențial a Republicii Moldova*, Editura Economică București 2000 p.53-59;
4. DOVAL E. *Analiza strategică a mediului concurențial*, Editura București 2015;
5. KOTLER F. *Managementul Mmarketingului*, ediția II-a, Editura Teora, București 2003.
6. MICHAEL.E.PORTER *Avantajul concurențial*, Editura București Teora 2001;
7. MOȘTEANU T. *Concurența abordări teoretice și practice*, Editura Economică București 2000;
8. NICOLESCU O., VERBONCU I. *Metodologii manageriale*, Editura Tribuna Economică - București 2002;
9. POPA I. *Strategie și avantaj competitiv*, sursa: Calitatea acces la succes;
10. PORTER, MICHAEL E. *Despre concurență*, Editura București Meteor Press 2008;
11. Revista științifico – didactică *Economica*, Editura ASEM, Nr.4 din 2005
12. SASU C BERNIER *Enciclopedia întreprinzătorului*, Editura Economica, București, 1999;
13. SKINNER S.J. *Marketing*, Houghton Mifflin Company, Boston, 1990;
14. SON L. *Economie, concurență, protecție*, Editura Timișoara, Ed.Univ.de Vest 2009;
15. TOCAN P. *Teorie economică generală*, Editura Chișinău Tehnica, 1998;
16. VLAD M. D. *Acțiunea în concurența neloyală*” Editura Universitară București 2011;

Site-uri web:

17. Avantajul concurențial, www.referate.ro (accesat la 20.03.2021);
18. Concurența și Mediul Concurențial, <http://www.scribd.com> (accesat la 21.03.2021);
19. Date științifice despre influența mediului competitiv asupra comportamentului strategic corporativ, www.link.springer.com (accesat la 23.03.2021);
20. Despre Benchmarking www.ttonline.ro, (accesat la 15.03.2021);
21. Modelul BCG www.conspecte.com, (accesat la 15.03.2021);
22. Modelul lui Porter www.smarters.ro, (accesat la 14.03.2021);
23. Model de analiză a concurenței și portofoliu firmei www.rasfoiesc.com, (accesat la 14.03.2021);
24. Site-ul oficial al întreprinderii „Creative Glass” SRL, www.creativeglass.md (accesat la 02.02.2021);

25. Site-ul oficial al întreprinderii „Conplast” SRL, www.conplast.md (accesat la 14.02.2021);
26. Site-ul oficial al întreprinderii „Divetro” SRL, www.divetro.md (accesat la 14.02.2021);
27. Site-ul oficial al întreprinderii „Gardecor” SRL, www.gardecor.md (accesat la 14.02.2021);
28. Site-ul oficial al întreprinderii „Ergo Glass” SRL, www.ergoglass.md (accesat la 14.02.2021);
29. Smart Glass <http://www.breakingpointfilm.com/> (accesat la 14.04.2021);
30. Societatea cu Răspundere Limitată „Creative Glass” SRL, www.b2bhint.com (accesat la 14.02.2021);

Alte surse:

31. Directiva întreprinderii „CREATIVE GLASS” SRL;
32. Fișele de post a întreprinderii „CREATIVE GLASS” SRL;
33. Legea nr. 220-XVI din 19.10.2016, cu privire la înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali.
34. Lista de produse și servicii a întreprinderii „CREATIVE GLASS” SRL;
35. Lista de produse și prețuri a întreprinderii „CREATIVE GLASS” SRL;
36. Organigrama întreprinderii „CREATIVE GLASS” SRL;
37. Regulamentul intern a întreprinderii „CREATIVE GLASS” SRL;