MODALITĂȚI DE ATINGERE A AVANTAJELOR CONCURENȚIALE ALE UNEI FIRME

Anastasia FUNICA, masterandă

CZU: 339.137

nastinkkaa1@gmail.com

The research is dedicated to the study of the activities undertaken by a company in order to achieve its competitive advantages. The purpose of the work is to study and perceive theoretical concepts on how to achieve the advantages of a company at a competitive level. The recommendations formulated by the author can be used by all organizations in the Republic of Moldova, regardless the form of ownership and field of activity.

Lumea contemporană este în căutare de soluţii de creştere a eficienţei alocării resurselor, de îmbunătăţire a calităţii, de sporire a gradului de satisfacţie a consumatorilor. Asemenea cerinţe pot fi îndeplinite printr-o bună funcţionare a sistemului de preţuri, într-un mediu concurenţial normal. Producătorii autonomi şi specializaţi vizează profitul, în timp ce consumatorii îşi manifestă opţiunile lor pentru bunurile şi serviciile oferite de producători, vizând utilitatea lor. Firmele obţin un avantaj concurenţial, venind cu oferte care satisfac nevoile consumatorilor vizaţi într-o măsură mai mare decât concurenţii. Acest avantaj se poate obţine prin furnizarea unei valori mai mari pentru client, adică practicarea unor preţuri mai mici decât concurenţii, oferirea mai multor avantaje care să justifice preţurile mari. În prezent, concurenţa este considerată ca fiind un factor de primă importanţă, prin care firmele sunt constrânse să devină eficiente, să ofere o gamă cât mai largă de produse şi servicii, la preţuri mai mici, facilitând astfel bunăstarea consumatorilor şi alocarea optimă a resurselor în societate. Există o puternică interrelaţie între calitatea produselor şi competitivitate, iar aceasta din urmă reprezintă un motor pentru dezvoltarea întreprinderii. Putem defini competitivitatea ca fiind capacitatea firmei de a rezista concurenţei pieţei. Acest deziderat al oricărei întreprinderi este asigurat de o serie de factori interdependenţi care alcătuiesc un fel de cerc vicios:

- profitabilitatea – capacitatea de a câştiga bani;

- investirea profiturilor în perfecţionarea şi dezvoltarea activităţilor;
- îmbunătăţirea calităţii produselor concomitent cu reducerea costurilor;
- extinderea pieţelor – datorită unui raport preţ/calitate avantajos pentru consumator;
- extinderea capacităţilor de producţie şi angajarea de noi salariaţi;
- adaptarea produselor existente la cerinţele în schimbare ale clienţilor, conceperea şi lansarea pe piaţă a unor produse noi.

Investigațiile efectuate în studiu au constat în identificarea măsurilor necesare pentru îmbunatatirea situaţiei S.R.L.-ului „D&D Company" şi menţinerea pe piaţa locală, unde îşi desfăşoară activitatea. Ca obiect de studiu au fost prezentate relaţiile dintre firma-client şi firma-concurent. În vederea atingerii scopului dat, au fost descrise următoarele obiective: s-a cercetat noţiunea de competitivitate, s-a dedus ce este o analiză strategică, s-a investigat importanţa concurenței, s-au stabilit concurenţii principali la nivel local şi teritorial, s-a efectuat analiza economico-financiară a firmei „D&D Company SRL", s-au cercetat diverse strategii concurenţiale şi s-au propus noi căi de creștere a competitivității companiei „D&D Company SRL".

Firma sus-numită este o afacere de familie care, din anul 2013, a început a dezvolta o activitate privind comercializarea materialelor de construcţii pentru amenajări atât interioare cât şi exterioare, destinate celor ce doresc să îşi construiască şi să-şi amenajeze căminul. Printre principalele activităţi ce le desfăşoară compania dată se numără şi importul, şi fabricarea, depozitarea, comercializarea angro a substanţelor şi materialelor chimice, toxice, articolelor şi produselor chimice de menaj. Totodată, în lista de activităţi licenţiate se numără şi construcţiile de clădiri şi construcţii inginereşti, instalaţii şi reţele tehnico-edilitare, reconstrucţiile, consolidările, restaurările. Compania are ca obiect de activitate comerțul angro și en-retail cu utilaje, scule și produse consumabile pentru construcție și reparație. Pentru desfăşurarea activităţii sale, întreprinderea dispune de o anumită valoare materială, umană şi financiară, denumită resurse economice. Resursele materiale ale întreprinderii sunt alcătuite din bunurile-capital folosite pentru desfăşurarea proceselor comerciale (magazin, depozit, utilaj

comercial), denumite mijloace fixe şi bunuri-capital destinate actelor de schimb (stocuri de mărfuri) şi nevoilor de administrare (obiecte de întreţinere, rechizite, materiale de protecţie), formând o parte importantă a mijloacelor circulante.

Referitor la importanţa firmei de a-şi păstra poziția concurențială, am argumentat prin faptul că concurenţa stimulează progresul tehnico-economic, oferind întreprinderilor o motivaţie de a dezvolta produse performante şi de a produce cu un cost mai scăzut. Pentru a putea satisface mai bine consumatorii, dar mai ales pentru a-i fideliza, agenţii economici ce îşi desfăşoară activitatea în cadrul unui mediu concurenţial vor fi permanent preocupaţi pentru creşterea, diversificarea şi îmbunătăţirea calităţii ofertei de mărfuri. Existenţa unui număr relativ redus de produse, reprezentate printr-o gamă sortimentală îngustă ne îndreptăţeşte să considerăm ca fiind o concurenţă slabă în acel sector de activitate, mai ales dacă este cel al bunurilor de consum.

În momentul actual, conducerea întreprinderii este preocupată nu doar de asigurarea celor mai bune servicii pentru clienţii lor, ci au scopul de a oferi potenţialilor clienţi un spectru mai larg de servicii, pe lângă cele deja menţionate în lista de activităţi licenţiate ale firmei. În acest scop, s-a propus o modalitate esenţială pentru atingerea avantajelor concurenţiale pe piaţă: ***diversificarea gamei de servicii oferite.*** Misiunea reprezentanţilor întreprinderii are ca scop principal achizitionarea unor produse de calitate la cele mai bune preţuri şi distribuirea acestora, dorind ca produsele lor de calitate superioară să fie uşor accesibile. Întreaga activitate a firmei are ca scop principal asigurarea unor câştiguri corecte şi echitabile ale partenerilor săi, prin desfaşurarea unei activitaţi profitabile şi prin dezvoltarea unei organizări eficiente orientată spre reducerea continuă a costurilor şi îmbunătăţirea calitătii. Întreprinderea se foloseşte de toate oportunitaţile care se ivesc pentru satisfacerea clienţilor ei, pentru îmbunătăţirea situaţiei sale economice şi a climatului de afaceri în industria de profil în care îşi desfăşoară activitatea. Întru realizarea proiectelor propuse, compania şi-a creat nişte obiective strategice, ce trebuie îndeplinite după cum urmează:

✓ Legarea unor parteneriate de încredere cu diverşi furnizori şi mari companii de construcţii.

✓ Modernizarea aparatajului din dotare şi extinderea spaţiului existent.

✓ Controlul riguros al termenului de execuţie şi prezentare a lucrărilor.

✓ Mărirea nivelului de calificare a personalului.

Luând în considerare cele menționate, sunt formulate următoarele **recomandări**:

1. Extinderea gamei de produse prin diversificarea sortimentului comercial al acestuia.
2. Optimizarea canalelor de distribuţie a produselor.
3. De menţinut calitatea produselor comercializate, prin acordarea unei atenţii deosebite la recepţionarea, păstrarea acesteia.
4. Extinderea spaţiului de depozitare.
5. De utilizat în continuare metode progresive de promovare a vânzărilor prin intermediul expoziţiilor, târgurilor, reclamei ş.a.
6. A studia permanent cererea consumatorilor pentru elaborarea şi realizarea oportună a măsurilor respective pentru perfectarea sortimentului comercial şi sporirea calităţii mărfurilor vândute.
7. Crearea şi oferirea locurilor de muncă pentru noi angajaţi, crearea locurilor vacante în limita posibilului, pentru a acoperi cel puţin volumul de muncă necesar la moment.

Recomandat
Marian JALENCU, dr., conf. univ.