



Universitatea Tehnică a Moldovei

**APLICAREA ȘI ROLUL SISTEMELOR
INTEGRATE DE MANAGEMENT ÎN
PROMOVAREA PRODUSELOR
VINICOLE**

Masterand : Boico Irina

Conducător:

Prof. univ., dr.hab. Sturza Rodica

Chișinău – 2021

Rezumat

În lucrare se propune analiza și stabilirea rolului implementării unui Sistem de Management al Calității în cadrul întreprinderilor vinicole pentru sporirea calității produsului finit și promovarea acestuia pe piața națională și cea internațională, ca studiu de caz s-a analizat compania FCP „Asconi” SRL. În acest scop în lucrare s-a examinat baza științifico-teoretică a Managementului Calității și a metodelor de certificare a producției.

S-a analizat dezvoltarea întreprinderilor cu Sistem de Management al Calității implementat și succesul acestora la nivel mondial. La fel, s-a atras atenția și la întreprinderile vinicole din Republica Moldova, care sunt tendințele și realizările în scopul promovării produsului finit vinicol.

În conformitate cu scopurile stabilite, în lucrare au fost examinate etapele elaborării, implementării și certificării Sistemului de Management la Calității, fiind înaintate unele propuneri

de îmbunătățire a acestora. Se argumentează managementul prin procese și sunt elaborate schemele proceselor necesare pentru implementarea Sistemului de Management al Calității în cadrul întreprinderilor vinicole. Sunt selectați indicatorii optimi de măsurare și monitorizare a proceselor în Sistemul de Management al Calității. Se propune și se argumentează mecanismul de creare a Sistemului de Management al Calității integrat.

În scopul creșterii exporturilor producției vinicole în lucrare sunt propuse diverse instrumente pentru favorizarea creșterii exportului producției vinicole care se află într-o strânsă legătură cu Sistemul de Management al Calității, precum ar fi: un mecanism de efectuare a controlului riguros al producției vinicole la export pentru întreprinderile ce nu posedă Sistem de Management al Calității; promovarea imaginii, mărcilor și brand-urilor întreprinderii; participarea la concursuri internaționale ca modalitate de bază pentru crearea imaginii producției vinicole a Republicii Moldova la nivel internațional;

Recomandările, expuse în prezenta lucrare, se utilizează cu succes la unele întreprinderi vinicole din Republica Moldova.

Summary

In this thesis, it is proposed to analyze and establish the role of implementing a Quality Management System in wineries to increase the quality of the finished product and promote it on the national and international market, as a case study analyzed the company FCP "Asconi" SRL. With this purpose the scientific-theoretical basis of quality management and products certification methods were analyzed in work.

The development of enterprises with implemented Quality Management System and their worldwide success were analyzed. Likewise, attention was drawn to the wine enterprises in the Republic of Moldova, which are the trends and achievements in order to promote the finished wine product.

Proceeding from the delivered problems, the development, introduction and certification phases of Quality Management System were considered, and some offers on their improving were represented in work. The remedial management is justified and the schemes of processes necessary for introduction of a Quality Management System on the wine-enterprises are developed. The optimum parameters for an evaluation of the processes analysis of Quality Management System are selected. The mechanism of creation of an integrated Quality Management System is offered and justified. The technique for an evaluation of an integrated economic efficiency of introduction of a Quality Management System is developed.

In order to increase the exports of wine production in the work, various tools are proposed to promote the increase of wine production exports that are closely related to the Quality Management System, such as: the mechanism of careful check of exported production for the enterprises, which have not introduced a Quality Management System; promoting of image, marks and brands of the enterprises; participation in international competitions, as a main method of promoting of image of wine production of Republic of Moldova at an international level; production of wines named by the place of origin for promoting of wine production export on the elite segments of the market.

The recommendations stated in the present work, are successfully applied on some wine-enterprises of Republic of Moldova.

CUPRINS

INTRODUCERE.....	2
1. ETAPELE IMPLEMENTĂRII SISTEMELOR DE MANAGEMENT A CALITĂȚII ÎN REPUBLICA MOLDOVA.....	6
1.1 Dezvoltarea istorică a Sistemelor de Management.....	6
1.2 Managementul calității. Definiții. Importanță.....	10
1.3 Aplicarea mondială a Sistemelor de Management al Calității în industria vitivinicolă.....	14
1.4 Evoluția Sistemelor de Management al Calității la întreprinderile vitivinicole în Republica Moldova.....	15
1.5 Concluzii.....	17
2. ESENȚA ȘI MODUL DE INFLUENȚĂ A SISTEMELOR DE MANAGEMENT AL CALITĂȚII INTEGRATE LA ÎNTREPRINDEREA VITIVINICOLĂ FCP “ASCONI” SRL.....	18
2.1 Principiile de elaborare a unui Sistem de Management în baza prevederilor standardului ISO 9001.....	18
2.2 Certificarea producției – un instrument necesar pentru promovarea produsului finit.....	25
2.3 Argumentarea etapelor elaborării, implementării și certificării Sistemului de Management al Calității.....	36
2.4 Abordarea procesuală în cadrul întreprinderii vitivinicole FCP „Asconi ” SRL.....	44
2.4.1 Implementarea Sistemului de Management prin procese – fundamentul îmbunătățirii continue.....	45
2.4.2 Crearea unui Sistem de Management al Calității integrat.....	53
2.5 Concluzii.....	56
3. IMPACTUL SISTEMULUI DE MANAGEMENT INTEGRAT ASUPRA IMAGINII ȘI SUCESULUI PE PIAȚA NAȚIONALĂ ȘI INTERNAȚIONALĂ A ÎNTREPRINDERII VITIVINICOLE FCP “ASCONI” SRL.....	57
3.1 Controlul riguros al produsului vinicol finit – pas important pentru eliminarea produsului necalitativ.....	57
3.2 Promovarea imaginii întreprinderii, a marilor și a brand – urilor.....	58
3.3 Participarea la concursurile internaționale – baza pentru crearea imaginii producției întreprinderii vitivinicole FCP „Asconi ” SRL la nivel internațional.....	60
3.4 Concluzii	61
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI.....	62
BIBLIOGRAFIE.....	63

INTRODUCERE

„Din poama acră nu se va primi un vin dulce”.

(Tomas Fuller)

Întreprinderile moderne din diferite ramuri industriale funcționează în prezent în condiții dificile, caracterizate prin incertitudinea și dinamismul mediului social-economic înconjurător și printr-o concurență aprigă în toate domeniile de activitate.

Iată de ce, pentru a supraviețui în astfel de condiții și a-și realiza activitatea cu succes, întreprinderile trebuie să fie competitive pe piață atât față de concurenții autohtoni, cât și față de cei străini. Sunt cunoscute numeroase instrumente de dirijare a competitivității întreprinderilor, dintre care cel mai important și mai efectiv este calitatea producției.

Actualmente cerințele consumatorului nu se limitează numai la produsele autohtone, pe piață pot fi întâlnite produse importate din toate țările lumii. Consumatorul modern este bine informat despre proveniența produselor existente pe piață și i se oferă posibilități depline de a alege producția necesară. Astfel, cerințele față de calitatea produselor permanent cresc, ciclul lor de viață devine tot mai mic, nomenclatura produselor are o tendință de sporire, iar volumele fiecărui produs se diminuează pe măsura lărgirii gamei producției. În așa mod, numai asigurând un nivel înalt al calității produselor fabricate, întreprinderile pot să facă producția lor atractivă pentru consumator.

În timpul de față principala problemă pentru întreprinderi este satisfacerea la un nivel superior a cerințelor și așteptărilor consumatorului. În acest scop, întreprinderile doritoare de a obține succese pe piață, trebuie să atragă o atenție sporită problemelor privind calitatea producției, serviciile, organizarea procesului de producție, investițiile etc., adică la tot ce-i permite întreprinderii să devină mai efektivă și mai competitivă pe piață. Iată de ce una dintre problemele actuale este crearea sistemului de conducere a întreprinderii, bazat pe calitate.

Industria vinicolă constituie o ramură primordială a economiei Republicii Moldova, deținând aproximativ 7,9 % din producția industrială (2019). Reieșind din acest considerent și din faptul că pe teritoriul Republicii Moldova se comercializează doar 10 – 15 % din producția vinicolă fabricată în țară, cercetarea problemelor privind creșterea exporturilor produselor vinicole pe baza sporirii calității acestora capătă o importanță deosebită.

O problemă destul de serioasă pentru producătorii de vinuri, la începutul anilor 2000 era exportul producției vinicole autohtone pe piețele diferitor țări nu chiar atât de calitativă cum ar putea fi. Aceasta fiind o consecință a unor reforme economice specifice perioadei de tranziție la economia de piață, în urma cărora au fost exportate cantități considerabile de băuturi alcoolice de calitate inferioară, știrbind astfel imaginea Republicii Moldova.

Ca rezultat, s-a creat o situație dificilă pentru activitatea vinificatorilor din Moldova: s-a diminuat cererea față de producția noastră, reducându-se considerabil și piețele de desfacere și volumul de producție exportat în raport cu potențialul țării, s-au creat multiple dificultăți în promovarea producției vinicole autohtone pe noile piețe care ar putea fi înlăturate, cel puțin parțial, prin optimizarea raportului calitate/preț.

În prezent, vinificatorii au lucrat mult pentru a obține nivelul optim al corelației calitate/preț. Și de aici, s-a ajuns la concluzia că este necesar de a promova mecanismele adecvate pe baza sporirii calității producției și reducerii prețului. Un mecanism eficient în scopul promovării exporturilor întreprinderilor vinicole poate servi Sistemul de Management al Calității.

În mod tradițional, standardele internaționale din domeniul calității, nu favorizau implementarea sistemelor de management al calității în întreprinderile de dimensiuni reduse, date fiind dificultățile cu care se confruntau aceste organizații în realizarea unui număr ridicat de documente, precum și în gestionarea cheltuielilor de implementare și certificare. În prezent, literatura de specialitate recunoaște necesitatea de dezvoltare a activității întreprinderilor mici și mijlocii plecând de la principiile managementului calității. [NISTOREANU, B., FILIP, C., GEORGESCU, B., p. 100]

Sistemul de management este unul din elementele de bază ale întreprinderii. Astfel, proiectarea sistemelor de management necesită cunoștințe fundamentate pe transferuri de concepții și metodologii interdisciplinare, care formează viziuni complexe asupra interacțiunii diverselor și variatelor elemente ale sistemului, care, în final, trebuie să funcționeze ca un tot întreg. Calitatea construcției sistemului de management influențează direct eficiența activității firmei. [MIRONOV, S., 2017, p. 4]

Succesul unei afaceri este determinat de modul în care clientul percepe calitatea produsului sau serviciului pentru care a plătit o sumă de bani. Percepția consumatorului este cea care va determina atitudinea lui de cumpărare în viitor de la aceeași firmă. De aceea, întreaga activitate a organizației trebuie îndreptată spre cunoașterea perfectă a cerințelor tot mai exigente a consumatorului modern. Calitatea produselor sau serviciilor este, la consumatorul de azi, criteriul de bază în alegerea unei firme care s-a impus într-un anumit domeniu chiar prin calitate.

În lucrarea dată, se propune de analizat cum are loc aplicarea și care este rolul Sistemelor integrate de Management în cadrul unei întreprinderi vitivinicole, și cum influențează acesta în promovarea produselor pe piața națională și cea internațională.

Fiecare afacere trebuie concepută și susținută printr-o activitate îndreptată către consumatori, prin cunoașterea nevoilor acestora, pentru satisfacerea sau chiar depășirea nevoilor acestora. Promovarea în practică a conceptului „calitatea percepută de client” aduce o serie de avantaje, care

va duce la: creșterea profitului, creșterea ponderii clienților fideli, reducerea costurilor (micșorarea pierderilor), creșterea implicării angajaților, scăderea fluctuației acestora.

Scopul urmărit în această lucrare, în primul rând, este de a sensibiliza cititorul în înțelegerea corectă a conceptului de calitate pentru sectorul vinicol, de a-l familiariza cu o serie de aspecte legate de ce înseamnă și ce ar trebui făcut vis-a-vis de asigurarea și creșterea calității serviciilor furnizate de întreprinderile din sectorul vinicol și de a-i crea convingerea privind implicarea în sfera fiecăruia de responsabilități și angajamente, în promovarea și susținerea implementării sistemelor de management al calității.

Trebuie avut în vedere că implementarea și Managementul Sistemelor Calității costă foarte mult, dar „noncalitatea” este mult mai costisitoare și este dăunătoare oricărei întreprinderi.

Lucrarea are următoarele **obiective operaționale**:

- definirea conceptului de calitate și istoria Sistemelor de Management al Calității;
- stabilirea și analiza avantajelor și dezavantajelor implementării Sistemelor de Management al Calității;
- aplicarea Sistemelor de Management al Calității în întreprinderile vitivinicole din lume;
- aplicarea Sistemelor de Management al Calității în întreprinderile vitivinicole din Republica Moldova;
- de stabilit esența și modul de influență a Sistemelor de Management al Calității în întreprinderile vitivinicole;
- efectuarea unor analize comparative între întreprinderi concurențiale privind dezvoltarea acestora în urma implementării Sistemelor de Management al Calității;
- de analizat impactul Sistemelor de Management al Calității asupra imaginii întreprinderilor vitivinicole.

În conformitate cu obiectivele date, teza de master cuprinde următoarele capitole:

Introducere care permite formarea unei idei generale despre conceptul de calitate și un Sistem de Management al Calității, importanța implementării acestuia și rolul în cadrul întreprinderii vitivinicole. Apoi urmează scopul și obiectivele acestei lucrări.

Etapile implementării Sistemelor de Management al Calității în Republica Moldova este un capitol în care se descrie, în general, etapele de implementare a Sistemelor de Management și rolul acestora în cadrul întreprinderilor vitivinicole. În acest capitol va fi prezentată evoluția Sistemelor de management în lume și în Republica Moldova, și se vor analiza avantajele și dezavantajele implementării acestora.

Esența și modul de influență a Sistemelor de Management al Calității în cadrul întreprinderii este un capitol destinat pentru descrierea etapelor elaborării, implementării și

certificării Sistemului de Management al Calității. Sunt elaborate procesele necesare implementării Sistemului de Management al Calității pe baza FCP „Asconi” SRL. Se argumentează necesitatea implementării Sistemului de Management al Calității integrat.

Impactul Sistemelor de Management al Calității integrate asupra imaginii și succesului pe piață a întreprinderii capitol care include un set de instrumente care vor favoriza promovarea produsului vinicol și creșterea vânzărilor.

În **concluzii și recomandări** sunt sistematizate concluziile și propunerile practice elaborate în baza rezultatelor investigațiilor efectuate, care au drept scop asigurarea calității și promovarea producției vinicole a Republicii Moldova pe pieța națională și internațională.

Bibliografia cuprinde toate sursele bibliografice utilizate în cadrul elaborării tezei de master.

BIBLIOGRAFIE

1. NISTOREANU, Bogdan, FILIP, Cristian, GEORGESCU, Bogdan. *Aspecte definitorii privind sistemele de management al calității în întreprinderile mici și mijlocii*. 100 p.
2. MIRONOV, Svetlana, *Proiectarea Sistemului de Management. Note de curs*. Chișinău, 2017.
3. OLARU, M., ș.a., *Fundamentele științei mărfurilor*, ed. a-II-a, Editura Economică, București, 2005, 247 p.
4. OLARU, M.,ș.a.,*Tehnici și instrumente utilizate în managementul calității*, Editura Economică, București, 2000.
5. STANCIU, I., *Calitologia, știința calității mărfurilor*, Editura Oscar Print, București, 2002, 109-114 p.
6. CONSTANTINESCU, D., *Managementul calității*, Editura Printech, București, 2002 ;
7. DRĂGULĂNESCU, N., *Managementul calității serviciilor*,Editura Agir, București, 2003 ;
8. FROMAN, B., *Manualul calității*, Editura Tehnică, București
9. HINESCU, A. (coord), *Managementul calității*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2004 ;
10. ENĂTESCU, M., *Calitate. Terminologie comentată*. Ed. Tehnică, București, 2000, 296 p.
11. ILIEȘ, Liviu, *Managementul calității totale*. Cluj-Napoca, Editura „Dacia”, 2003.
12. Conf. Univ. Dr. Andrei Octavian Paraschivescu, *Managementul calității în administrația publică*.
13. LUCICA, Matei, *Economie teoretică și aplicată*. Vol. XVIII, 2011, p. 65-98.
14. *Sisteme de management al calității. Principii fundamentale și vocabular*. SR EN ISO 9000:2015, p. 7.
15. *Sistem de management al calității. Cerințe (SR EN ISO 9001:2015, IDT)*.
16. KELADA, J., *Qualité totale et gestion par extraversion. Gestion*. Februarie 1991.
17. KOLLER, J.K., *Total Quality Management in Service Industry*. University of Kaiserslautern. Germany, 1995
18. DRUMMOND, H., *The Quality Movement. What Total Quality Management Is Really All About!*Kogan Page. London, 1992
19. ABBY, D., și PETERS, J., ‘*Rediscovering standards: Static and dynamic quality*’, 1994, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.6, No.2, pp.81-84;
20. AL-HAWARI,, M., ‘*The effect of automated service quality on bank financial performance and the mediating role of customer retention*’, 2006, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol.10, No.3, pp.228-238;
21. CIUREA, S., și DRĂGULĂNESCU, N., *Managementul calității totale*, București: Editura Economică, 1995;
22. FREIGENBAUM, A.V., ‘*Quality and business growth today*’, *Quality Progress*, 1982, Vol.15, No.11, pp.22-25;
23. GRONROOS, C., ‘*A service quality modeling its marketing implications*’, *European Journal of Marketing*, 1984, Vol.18, No.4, pp.36-44;
24. ILIEȘ, Liviu., *Managementul calității totale*, Cluj-Napoca: Editura Dacia, 2003;
25. JURAN, J.M. și Gryna, F.M., *Calitatea produselor*, București: Editura Tehnică, 1973;
26. ȘRAUM, Ghe., *Merceologie și asigurarea calității*, Cluj-Napoca:Editura George Barițiu, 2000;
27. STANCIU, I., *Calitologia - știința calității mărfurilor*, București: Editura Oscar Print, 2002;

28. RABOCA, H., *Managementul Calității*, Cluj-Napoca: Editura Accent, 2012;
29. DOBRESU, E.M., „*Integrarea economică*”, Editura All Beck, București, 2001, pag 235
30. TARLAJANU, A., *Controlul și Certificarea Producției. Îndrumar de laborator*. UTM, 2010.-46p.
31. PATRICHE, D., „*Economie comercială*”, Editura Economică, București, 1998, 235 p.
32. PETRE, T., „*Studiul calității produselor și serviciilor*”, Editura Niculescu, 2005, 102 p.
33. OLARU, M., PAMFILIE, R., PURCĂREA, A., „*Fundamentele științei mărfurilor*”, Ediția a doua revizuită, Editura Economică, București, 2005, 302 p.
34. PĂUNESCU, C., *Strategii de marcare, garantare și etichetare a produselor, în: Calitate și dezvoltare durabilă în perspectiva integrării în U.E.*, Editura ASE, 2002, pag 160
35. DRAGNEV, V. *Industria vinicolă din Republica Moldova –ramura strategică a economiei naționale. Revista Economică, CICRE (Centrul internațional de cercetare a reformelor economice), Chișinău-Sibiu, nr.6(19), 2004 –0,33 c.t.*
36. BARI, I., „*Globalizare și probleme globale*”, Editura Economică, București, 2001.
37. Legea R. Moldova și vinului Nr.131-XIII din 02.06.94. Monitorul Oficial al R.Moldova nr.3/28 din 02.09.1994
38. LEGE Nr. 235 din 01-12-2011 privind activitățile de acreditare și de evaluare a conformității Publicat : 07-03-2012 în Monitorul Oficial Nr. 46-47 art. 136
39. Industria vinicolă moldovenească. Accesibil pe internet <http://www.moldovawineguild.md/>
40. Istoria vinului, enciclopedie, informatii, gastronomie. Accesibil pe internet <http://enciclopedie.interactiuni.ro/>
41. Monitorul oficial. Sisteme de management. Disponibil: https://monitorul.fisc.md/editorial/sistemele_de_management_a_calitatii_si_beneficiile_acestora_pentru_companii_au_fost_prezentate_intr-un_ciclu_de_seminare_in_9_localitati_din_moldova.html
42. Sisteme de management al calității. Disponibil: <http://www.ecofinconsult.md/ro/home/141>
43. Каньингин П., Обращение холдинга «Винный Мир» кучастникам рынка молдавских вин, Экономическое обозрение, 13 августа, 2004, № 28.
44. LEGE Nr. 20 din 04-03-2016 cu privire la standardizarea națională Publicat : 08-04-2016 în Monitorul Oficial Nr. 90-99 art. 170
45. Legea nr. 235 din 01.12.2011 privind activitățile de acreditare și de evaluare a conformității. <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=342417>
46. Hotărîrea Guvernului nr. 49 din 15.01.2013 cu privire la aprobarea Regulamentului privind procedurile de evaluare a conformității produselor industriale din domeniul reglementat. <http://lex.justice.md/md/346379/>
47. Legea nr. 422 din 22.12.2006 privind securitatea generală a produselor. <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=321895>
48. RG-1. Reguli generale de certificare a produselor. <http://www.cmac.md/public/files/ServicCertificare/Regulile%20generale%20de%20certificare%20a%20produselor.PDF>

49. Anuarul statistic al Republicii Moldova 1995, 2002,2004, 2009, editat de către Departamentul Statistică și Sociologie al Republicii Moldova. Accesibil pe internet <http://www.statistica.md>
50. Statistica teoretică și economică, Al. Isac Maniu, Ed.Tehnica, București, 1999, 432 pag.
51. Statistica teoretică și economică, Tudor Baron, Elena Biji, Ed. Educația didactică și pedagogică RA, București 1996, 517 pag.
52. Asociația producătorilor și exportatorilor de struguri de masă din R. Moldova. Accesibil pe internet <http://apesm.md/>
53. Agenția Agroindustrială „Moldova-Vin”. Accesibil pe internet <http://www.aamv.gov.md/>
54. Viticultura și vinificația în R. Moldova. Accesibil pe internet <http://www.vinuri.md/>
55. Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova. Accesibil pe internet <http://www.maia.gov.md/>
56. Vinificația și viticultura Republicii Moldova. Accesibil pe internet <http://www.vinmoldova.md>
57. Articol - Analiză a situației sectorului vitivinicol;Portalul de știri nr. 1 din Moldova – Unimedia. Accesibil pe internet <http://unimedia.md/>
58. Cercetări privind modelarea și optimizarea în marketingul vinului, Liana Rodica Popa, Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară din Timișoara.
59. Managementul de produs: Disponibil: <https://administrare.info/management/5174-managementul-pe-produs>
60. Regulamentul (UE) Nr. 1025/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 octombrie 2012 privind standardizarea europeană. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R1025&from=SK>
61. Standarde ce calitate. Disponibil: <https://www.arli.ro/blog/standardele-de-calitate-ce-reprezinta-si-de-ce-sunt-atat-de-necesare-citeste-acum-mai-multe-b12.html>
62. Rolul standardelor și importanța standardizării. Disponibil: <https://www.odimm.md/files/publicatii/Newsletter.EEN.4.pdf>
63. Importanța standardelor pentru plasarea produselor pe Piața UE. Disponibil: https://standard.md/public/files/2016/doc/Importana_standardelor_pentru_plasarea_pe_piaa_UE.pdf
64. Managementul calității. Disponibil: <https://documente.net/reader/full/managementul-calitatii-55844c9f0c624>