

**EFECTELE RELAȚIEI COMPETITIVITATE - CAPITAL UMAN - DEZVOLTARE  
DURABIL ASUPRA ECONOMIEI NAȚIONALE**

**Alina Suslenco, drd., cercetător științific stagiar, Universitatea de Stat „Alecu Russo” din B Iași**

*This paper reviews the determinant aspects of the relationship of competitiveness - human capital - sustainable development. The interconnection between these three concepts was thoroughly analyzed, proving their close relationship with the economic system. These three concepts were chosen to be researched since, by means of the globalization of the economy, with the invasion of products and foreign services on the national market, local companies should be able to compete, to secure a high level of competitiveness in order to achieve sustainable progress. The core of this goal is the human capital, which is considered the decisive element of insuring, maintaining and increasing competitiveness, also accession towards the sustainable development. Methodologically, the research has focused on the use of the following methods: analysis, synthesis, comparison, logical analysis, abduction, induction, quantitative analysis. The research methodology focused on demonstrating the interconnection of these three interrelated concepts. After this research, we came to the conclusion that human capital provides a high level of competitiveness and helps firms to succeed towards sustainable development.*

**Cuvinte cheie:** competitivitate, capital uman, dezvoltare durabilă, asigurarea competitivității, calitatea personalului.

În ultimele decenii, odată cu globalizarea economiei, se observă creșterea concurenței, practic, în toată lumea. Odată cu dezvoltarea relațiilor de piață, cu globalizarea economiei, cu penetrarea produselor străine pe piețele locale, întreprinderile autohtone sunt nevoite să reziste și să fac față concurenței acerbe a produselor și serviciilor străine, nu numai pe piața internațională, dar, de asemenea și pe cea locală. În acest sens, se conturează problema acută în vederea evaluării, îmbunătățirii, sporirii competitivității întreprinderilor autohtone. În condițiile actuale, are loc o intensificare a concurenței, astfel încât, managerii întreprinderilor sunt mereu în căutarea de noi instrumente de gestiune a afacerilor și a factorilor de creștere a competitivității întreprinderilor.

Competitivitatea întreprinderii se caracterizează prin multitudinea și ambiguitatea definițiilor, prin multitudinea abordărilor care contribuie la dezvoltarea conceptului. În acest sens, o singură definiție, universal acceptată a competitivității întreprinderilor, nu există.

Pe baza analizelor efectuate, putem stabili faptul că competitivitatea întreprinderii este capacitatea de a conduce eficient activitatea economică, în condițiile unui mediu schimbător, utilizând eficient resursele disponibile, printre care cea mai esențială este capitalul uman.

Spre deosebire de definițiile existente, cea propusă de noi se bazează pe faptul că capitalul uman este principalul factor care contribuie la formarea și menținerea competitivității întreprinderii. Cu cât mai dezvoltat va fi capitalul uman, calificările, experiența și motivația lui, cu atât mai bune rezultate vor obține întreprinderile și cu atât mai eficient va activa întreprinderea într-un mediu schimbător, dinamic.

Astfel, calitatea muncii, calitatea capitalului uman, este unul dintre parametrii principali ai competitivității companiei și, în același timp, un instrument de atingere a altor avantaje competitive.

Compania poate exista și se dezvolta, doar în cazurile în care deține avantaje competitive care creează premisele unei productivități ridicate și a unui nivel ridicat de eficiență.

Eficiența activității întreprinderii depinde de următorii factori [8, p. 110]:

- *Calitatea stabilirii obiectivelor*, și anume, conformitatea obiectivelor planificate ale întreprinderii cu cele ale mediului înconjurător, și a intereselor salariaților;

- *Caracterul adecvat al strategiilor companiei*, cu scopurile alese;

- *Forța și direcția de motivare* care încurajează angajații la atingerea obiectivelor;

- *Cantitatea și calitatea resurselor* implicate în procesul de producție.

Poziționarea pe piață a companiei este formată sub influența factorilor concurențiali din mediul extern și va implica producerea de bunuri diferite de cele ale concurenților săi. Poziționarea pe piață este transpusă prin crearea unei poziții unice și avantajoase pe piață, bazată pe punerea în aplicare a unor activități diferite de activitățile concurenților.

Eficiența actuală înseamnă desfășurarea unor activități complexe, mai bine decât concurența, ea include o evaluare a eficacității îndeplinirii unor anumite activități de bază, precum și o serie de alte activități care permit întreprinderii de a intensifica utilizarea eficientă a factorilor de producție disponibili.

Procesul de asigurare a unei competitivități în cadrul întreprinderii, poate fi realizat eficient, numai dacă se bazează pe ambele surse de competitivitate care, combinate, interacționează și se consolidează reciproc.

Procesul asigurării competitivității este redat în figura 1, care demonstrează grafic și reunește toate elementele constitutive ale procesului asigurării și menținerii competitivității la nivel național.

Un element de bază al viabilității acestui proces este asigurarea unui nivel ridicat al capitalului uman, cu dezvoltarea continuă a lui în cadrul întreprinderilor. Investițiile în capitalul uman sunt urmate de efecte sinergice, care antrenează și animează întregul sistem economic.



Fig. 1. Obținerea și menținerea competitivității

Numeroase studii au identificat trei niveluri de competitivitate ale companiei: operațional, tactic și strategic. Competitivitatea întreprinderilor la nivel operațional este tratat prin intermediul nivelului general al competitivității producției, reflectat în indicatorii de solvabilitate și profitabilitate. La nivel tactic, competitivitatea întreprinderii, este asigurat de situația financiar global a întreprinderii, și se caracterizează prin procesul de adaptare a managementului întreprinderii, a transparenței financiare și manageriale.

Dezvoltarea și asigurarea competitivității companiei prin intermediul relațiilor de afaceri și a proceselor de afaceri interconexe, pe baza cărora se construiește întreaga activitate a întreprinderii și toate activitățile sale, este redat de nivel strategic, bazat pe majorarea valorii companiei.

Astfel, o interpretare multi-nivel de asigurare a competitivității presupune trecerea celor trei nivele - operațional, tactic, strategic. La fiecare dintre aceste nivele, odată cu creșterea complexității problemelor, crește eficiența întreprinderii prin utilizarea rațională a resurselor cu schimbarea permanent a mediului intern și a celui extern. De o importanță deosebită, printre celelalte, se bucură capitalul uman și pregătirea ei față de dezvoltarea profesională continuă.

Capacitățile, dorința și motivarea lucrătorilor de a dobândi și reînnoi cunoștințele, învățarea unor noi activități, oferă întreprinderilor posibilitatea să se adapteze cu succes la schimbările condițiilor economice și sociale, pentru a obține avantajele competitive, de a recupera rapid investițiile efectuate în aceste scopuri ca ulterior să se integreze și să accedă la o nouă formă de dezvoltare - dezvoltarea durabilă.

Astfel, competitivitatea se caracterizează printr-o latură dinamică, care este influențată de factori interni și externi. Factorii care determină nivelul competitivității întreprinderilor sunt împărțiți în două mari categorii: *exteriori*, asupra cărora întreprinderea are o influență mai mică și *interiori* aproape în întregime determinați de conducerea companiei. Factorii externi se caracterizează prin următorii indicatori: nivelul de competitivitate al țării; nivelul de competitivitate al regiunii, nivelul de competitivitate al ramurii, sprijinul acordat de stat întreprinderilor mici și mijlocii din țară și din regiuni, reglementarea juridică a economiei naționale și regionale, deschiderea societății și a piețelor, nivelul științific de management al țării și al altor sisteme, întreținerea, calitatea informației din management, de la toate nivelurile, ratele de impozitare din țară și regiuni, ratele dobânzilor din țară și regiuni, existența unor resurse naturale accesibile și ieftine, sistemul de pregătire și recalificarea personalului din țară, clima și geografia, nivelul de concurență în toate domeniile de activitate din țară etc.

Competitivitatea companiei este stabilită de următorii *factori interni* [7, p.193]

- *Potențialul economic și eficienta întreprinderii* (activele, mijloacele fixe, capitalul propriu și capitalul împrumutat, veniturile din vânzări, creșterea veniturilor din vânzări, cota de piață, profitul din vânzări, investiții de capital);

- *Potențialul de producție și de distribuție*, care creionează posibilitatea companiei de a produce un anumit produs în cantități necesare și pe perioade scurte de timp (tehnologii inovatoare, capacitatea de producție și de comercializare, disponibilitatea materiilor prime, mijloace de transport, numărul total de lucrători angajați în procesul de producție, actualizarea gamei de producere a produselor);

- *Capacitatea de cercetare* (organizarea de cercetare științifică, numărul de centre de cercetare, laboratoare de cercetare, brevetare);

- *Poziția financiară* (solvabilitate, capacitatea companiei de a rambursa la scadență obligațiile sale financiare, bonitatea valorilor și condițiilor de creditare, structura de capital, rata de creștere a nivelului de profit);

- *Locul întreprinderii pe piața națională* (modificările cererii pe termen lung și modul de utilizare a produsului,

actualizarea producției, inovarea de marketing, preferințele de consum durabile, creșterea cotei de piață );

- *Locul întreprinderii pe piața globală* (progresele tehnologice majore penetrate și pe piețele internaționale, evoluția costului și eficienței, scderea incertitudinii și a riscului de deschidere spre piață, de creștere a pieței);

- *Dezvoltarea capacității* (profesionalism, cooperare, colectivitate, mobilitatea forței de muncă, spiritul de competiție, angajamentul întreprinderii).

În urma analizei literaturii din domeniu, cercetătorii evidențiază o ierarhie, care include aprecierea produselor, întreprinderii, industriei și economiei, în ceea ce privește superioritatea față de concurenți.

Toată varietatea de relații concurențiale, care rezultă în domeniul economic, Galvanovschi M. propune să fie împărțită în trei niveluri:

- *Nivel micro* (cu anumite tipuri de produse, întreprinderi);

- *Nivel mediu* (industrie și complexe lor);

- *Nivel macro* (țară și organizații internaționale).

În opinia mea, studiul competitivității întreprinderii trebuie să țină cont de 11 factori majori care pot fi prezentați într-o structură ierarhică compusă din patru nivele.

*La primul nivel* al ierarhiei competitivitatea companiei este determinată de factorii de mediu, de exemplu, macro-și micro-mediul.

*Al doilea nivel* definește prioritățile strategice, obiectivelor, scopurilor, selectarea și punerea în aplicare a strategiei întreprinderii și competența managementului de vârf în eficiența luării deciziilor, în scopul atingerii scopurilor propuse. Strategia competitivă vizează îmbunătățirea sau menținerea poziției companiei pe piața de bunuri sau servicii.

Unul dintre instrumentele de detaliere, prezentare și implementare a strategiei este sistemul de indicatori balansați *Balanced Scorecard (BSC)*. Acest concept a fost dezvoltat la începutul anilor 90, secolul al XX-lea, de către echipa de cercetare de la Harvard Business School, sub conducerea profesorului Robert Kaplan [4]. Obiectivele strategice sunt dezvoltate pe baza viziunii strategice de ansamblu a întreprinderii existente, și au statut de obiective cheie ale întreprinderii. Pentru a planifica și a asigura procesul de implementare a obiectivelor pentru fiecare din ele, se dezvoltă indicatori financiari și non-financiari adecvați. Conform analizei, experiența empirică a dezvoltatorilor teoriei au propus să se opereze cu patru mari perspective - "finanțe", "clienți", "procesele interne", "dezvoltarea și creșterea", care pot fi adaptate la specificul particular al ramurii sau întreprinderii.

*La al treilea nivel* competitivitatea se asigură prin combinația factorilor interni ai companiei: situația financiară și economică, disponibilitatea capacităților de producție și de distribuție, calitatea muncii, activitatea inovatoare. În acest caz, rolul esențial este acordat calității capitalului uman, ca una dintre resursele principale ale întreprinderii, care determină eficacitatea utilizării tuturor celorlalte resurse ale întreprinderii și a potențialului de dezvoltare a companiei.

*La al patrulea nivel* se regăsește poziția întreprinderii pe piață ca un scop și rezultat final al managementului întreprinderii.

Astfel, această abordare, ne permite să luăm în considerare succesiunea tuturor factorilor de influență la fiecare nivel al ierarhiei și să putem duce la îndeplinire dezvoltarea pe calea dezvoltării durabile.

În cazul Republicii Moldova, unde nivelul de economisire este unul din cele mai mici din regiune (ponderea depozitelor în PIB - 37,2%), nivelul de valutarizare a acestor economii - unul din cele mai mari (53,6% din totalul depozitelor), iar climatul investițional este afectat de o serie de bariere formale și neformale, reformele în direcția sporirii competitivității economice externe trebuie să fie conceptual diferite. În scopul sporirii competitivității, trebuie întreprinse o serie de măsuri și acestea trebuie să fie axate pe 4 direcții de bază:

1. *asigurarea stabilității macroeconomice* (menținerea stabilității prețurilor, evitarea fluctuațiilor excesive a cursului de schimb, îmbunătățirea încrederii în moneda națională, eficientizarea canalelor de transmisie a politicii monetare etc.);

2. *îmbunătățirea funcționării organizațiilor* (respectarea drepturilor de proprietate, diminuarea corupției, simplificarea cadrului de reglementare a activității antreprenoriale, îmbunătățirea reglementării anumitor sectoare, protejarea liberei concurențe, independența justiției etc.);

3. *dezvoltarea profesională a personalului întreprinderilor* - cu scopul asigurării avantajelor competitive întreprinderilor autohtone.

4. *implementarea inovațiilor în cadrul întreprinderilor* cu scopul avansării lor pe calea creșterii economice strategice.

Datorită acestor acțiuni, vom putea obține, un nivel mai ridicat al competitivității și o poziție mai bună pe arena mondială.

Problema competitivității, a fost analizată în baza sondajului efectuat de echipa de cercetători de la Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, unde s-a cercetat preferințele diferitelor lucrători de la întreprinderile din nordul Moldovei cu privire la competitivitate și cum au evoluat indicatorii economici în cadrul întreprinderilor chestionate, pentru a putea face concluzii sugestive și a observa concordanța dintre competitivitatea întreprinderii și evoluția indicatorilor economici la întreprindere. Au fost chestionați lucrătorii a 20 de întreprinderi din nordul Moldovei.

În urma analizei datelor obținute în urma sondajului, am elaborat un tabel, unde sunt redate răspunsurile lucrătorilor chestinați asupra evoluției indicatorilor economici la întreprinderea unde ei muncesc.

În urma sondajului, s-a observat, că majoritatea lucrătorilor întreprinderilor 51,3%, sunt de părerea că indicatorul „volumul vânzărilor” în cadrul întreprinderilor a crescut. Indicatorul „suma cheltuielilor de producție” deasemenea este în creștere și au indicat 57,5% din lucrătorii chestionați. Crescând volumul vânzărilor, deasemenea este în creștere și „rentabilitatea” au indicat 45% din chestionați. Pe când la indicatorul „investiții în personal” 40% din cei chestionați au indicat că nu s-au schimbat deci tot mai puțini se așteaptă atenția de către managerii la creșterea personalului

întreprinderii, de i el este for motrice într-o întreprindere. Pe când indicatorul ”investi ii de produc ie”, înregistreaz o valoare mai mare, în rândul celor chestiona i, înregistrând valoarea de 365,3%, o valoare mai mare ca valoarea indicatorului „investi iile de personal”, ceea ce ne dovede te c managerii întreprinderilor tot mai mult atrag aten ia la producere, veniturile ob inute, la rentabilitate, i tot mai pu in aten ie o acord personalului, care este s mân a cunoa terii în cadrul întreprinderii.

**Tabelul 1. Evolu ia indicatorilor economici în cadrul întreprinderilor din Nordul Moldovei**

Indicatorii economici	Cre tere		Descre tere		F r schimb ri		Tendin oscilant	
	Nr.	%	Nr.	%	Nr.	%	Nr.	%
Volumul vânz rilor	41	51,3	10	12,5	18	22,5	11	13,8
Volumul cheltuielilor de produc ie	46	57,5	10	12,5	10	12,5	14	17,5
Rentabilitatea vânz rilor	36	45,0	20	25,0	11	13,8	13	16,3
Sortimentul produc iei	42	52,5	8	10	23	28,8	7	8,8
Num rul cump r torilor	35	43,8	15	18,8	18	22,5	12	15,0
Partea de pia ocupat	34	42,5	20	25,0	17	21,3	9	11,3
Num rul concuren ilor	43	53,8	8	10,0	22	27,5	7	8,8
Investi iile în produc ie	29	36,3	16	20,0	25	31,3	10	12,5
Investi ii în personal	24	30,0	15	18,8	32	40,0	9	11,3
Investi ii în tehnic	29	36,3	13	16,3	30	37,5	8	10,0

Sursa: elaborat de USB în urma sondajului.

În concluzie, mențion m c ar trebui, de atras o aten ie mai mare oamenilor care aduc aportul s u la cre terea indicatorilor respectivi, deoarece dac dorim s avem o întreprindere competitiv pe pia , atunci în primul rând personalul întreprinderii trebuie s fie competitiv, trebuie s fie instruit, s trec diverse programe de instruire, de formare profesional , diverse traininguri pentru a dezvolta i înprosp ta abilit ile personalului care munce te în cadrul întreprinderii. Dar, dac nu vom face acest lucru atunci, ne putem a tepta, ca în viitorul apropiat indicatorii economici vor înregistra alte valori, deoarece cuno tin ele personalului nu vor corespunde cerin elor erei schimb rii, a dinamismului i a cunoa terii în care activeaz ei. Cuno tin ele, trebuie în permanen acumulate, înprosp tate, dobândite c ci doar a a vom putea spori competitivitatea rii.

Întreprinderile ar trebui s își focuseze atenția asupra obiectivelor strategice pe care și le stabilesc, asupra capitslului uman al muncitorilor întreprinderii. O atenție deosebit ar trebui s o acorde dezvolt rii potențialului profesional al specialiștilor pentru c doar investind în oameni, inovații, doar aducând insuflul noului în cadrul întreprinderilor moldovenești, Republica Moldova va putea ieși din impas, din perioada de stagnare și va putea accede spre piețele europene și concura liber cu m rfurile str ine.

În urma analizei datelor sondajului efectuat în anul 2012, de c tre cercet torii Laboratorului de cercet ri științifico-metodice în economie, la care au participat peste 500 de respondenți, de la diverse întreprinderi din nordul Moldovei, am observat c întreprinderile moldovenești neglijeaz problema competitivității și își focuseaz atenția asupra problemelor de rutin , f r a atrage atenția asupra problemei atingerii competitivității și îndeosebi ca celei strategice.

Printre factorii care duc la formarea competitivității sustenabile a personalului au fost propuși mai mulți printre care corespunderea cerințelor profesionale, activitatea la locul de munc , informarea în domeniul economiei de piaț , ridicarea regulat a nivelului profesional, capacitatea de a concura pe piaț și altele. Majoritatea respondenților au considerat drept cel mai important factor care duce la formarea competitivității strategice ridicarea regulat a nivelului profesional, comunicabilitate, corespunderea cerințelor profesionale. Interpretarea grafic a rezultatelor o avem redat mai jos:

**Tabelul 2. Factorii competitivității personalului**

	Factorii competitivității personalului	Aprecierea importanței factorului, %									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Corespunderea cerințelor profesionale	28,5	29,8	17,3	5,9	4,0	3,8	3,2	3,2	1,1	2,7
2	Activitatea la locul de munc	25,0	39,7	13,9	3,2	1,9	4,6	2,7	2,4	3,7	2,4
3	Deținerea de necesități, valori, perspective	11,5	31,4	25,0	7,0	6,4	4,3	5,6	3,0	3,8	1,6
4	Informarea în domeniul economiei de piaț	27,7	26,4	18,9	11,7	4,3	3,5	2,4	2,4	1,4	0,8
5	Ridicarea regulat a nivelului profesional	37,0	24,0	9,1	6,4	8,3	4,8	3,5	0,8	3,8	1,9
6	Eficiența realizării potențialului de calificare	15,7	33,6	17,9	9,6	5,1	8,8	3,0	3,5	1,9	0,6
7	Adaptarea potențialului psihofiziologic la schimb ri	21,1	24,8	14,9	11,2	9,6	4,6	8,3	1,6	1,9	1,9
8	Capacitatea de a concura pe piaț	26,9	23,2	14,9	9,1	5,6	3,2	4,6	5,1	6,2	1,6
9	Caracteristicile ereditare	9,3	17,6	24,0	12,8	9,9	4,3	3,0	5,4	6,7	6,7
10	Comunicabilitate, relațiile cu managerii, colegii, partenerii, clienții	28,8	22,6	12,5	4,6	3,8	2,4	4,8	8,0	4,8	7,0

Sursa: elaborat de USB în urma analizei sondajului.

Sum m din cele relatate, c asigurarea competitivității în cadrul economiei Republicii Moldova este o cerință acută, deoarece, pentru a putea accede pe calea succesului și pe piețele internaționale, republica Moldova are nevoie de produse competitive, elaborate și distribuite de oameni competitivi.

#### Bibliografie

1. Belostecnic, G., Dezvoltarea economiei bazate pe cunoaștere – obiectiv strategic pentru Republica Moldova. În: Revista periodică lunară de consultanță în management "FinConsultant", 2009, nr.2, p.40-48.
2. Helpman E., Krugman P., The mystery of economic growth. The Belknap Press of Harvard University Press, 2004, p. 25-31.
3. Ingham, M., „Management stratégique et compétitivité”, De Boeck, Bruxelles, 1995, p.2.
4. Kaplan, R.S., Using the BSC as Strategic Management System, in: Harvard Business Review / R. S. Kaplan, D. P. Norton, Vol. 74, Jan/Feb, Nr. 1, 1996.
5. Landau R. Capital Formation and US Competitiveness, International Productivity and Competitiveness, Oxford University Press, New-York, Oxford, 1992.
6. Voiculescu, D., Competiție și competitivitate, Editura Economică, București, 2001, p. 64- 65.