

POTENȚIALUL INOVAȚIONAL CA FACTOR AL SPORIRII COMPETITIVITĂȚII ÎNTRINDERILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA

INNOVATION POTENTIAL AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF INTERPRISES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Suslenco Alina, asistent univ. dr.,

Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

e-mail: alina.suslenco@mail.ru

Abstract: The approach of this paper starts from the need of developing the national economy, the need of ensuring sustainability of national economy sectors. Therefore, we started this research with the intent to outline the ways of ensuring competitiveness of the national economy by means of capitalization and development of specialists' innovation potential, especially young professionals. The hypothesis of this research is that young specialists' innovation potential positively influences the competitiveness of the national economy. The research methodology focused on use of the following methods: analysis, synthesis, qualitative analysis, induction, deduction. These methods helped us advance in the research and capitalize the offered aspects for analysis. The following research brought us to the conclusion that capitalizing young specialists' innovation potential decisively influences the sustainable competitiveness, both at the macroeconomic and microeconomic levels.

Keywords: innovative potential, creativity, innovation management, competitiveness, sustainable competitiveness, innovation.

Jel: A23, D8, F63, I25.

Introducere

Am pornit în acest demers al cercetării din necesitatea de a asigura o viziune durabilă economiei din Republica Moldova care poate rezista concurenței acesbe, perturbațiilor mediului înconjurător, riscurilor și incertitudinii doar printr-o viziune de amploare asupra factorilor care asigură durabilitate și susținabilitate elementelor esențiale ale dezvoltării economice. Asigurarea competitivității ramurilor economiei naționale este deja un imperativ pentru economiile moderne, care doresc să se integreze într-un ritm mai rapid în economia națională. De asemenea, trebuie să remarcăm că un element determinant al asigurării și sporirii competitivității este valorificarea potențialului inovațional al tinerilor specialiști care sunt la moment focarul dezvoltării durabile a oricărei societăți.

Conținut

Competitivitatea este un concept complex care, la un nivel general, exprimă capacitatea persoanelor, firmelor, economiilor, regiunilor de a se menține în competiția derulată la un nivel intern și/sau mai ales internațional și de a obține avantaje economice, în condițiile unui anumit

mediu de afaceri.

Cercetătorul în domeniul Carbaugh de la Washington University – SUA, definește o firmă ca fiind competitivă dacă produce bunuri și servicii de o calitate superioară sau la un preț mai scăzut decât competitorii săi interni sau externi [Ciupan, 1999].

Din punctul de vedere al unei națiuni însă, competitivitatea exprimă capacitatea și abilitatea țării respective de a utiliza în mod eficient oportunitățile de pe piața mondială. În concepția clasicilor economiei politice, manifestarea cererii și a ofertei întemeiată pe libera inițiativă, generată de proprietatea privată, neglijează factorii de timp și de loc. Prin însuși faptul că echilibrul economic se asigură numai prin sistemul și mecanismul piețelor, agenții economici sunt condamnați la pasivitate, aceștia având asigurat fie avantajul comparativ absolut, fie pe cel relativ.

În teoria modernă “competiția coexistă cu elemente monopolistice, ea este deci multiformă, căci nu se manifestă doar prin prețuri, ci, în egală măsură, prin modul de a produce, prin calitatea produsului, prin politica de vânzări, fiind totodată imperfectă și, prin acest caracter, ea este dinamică și efectivă “ [Săvescu, 2008].

Această optică, specifică perioadei contemporane cu privire la competitivitate, ar putea fi considerată baza conceptului avantajului competitiv. Avantajul competitiv rezidă în: caracterul multifactorial și caracterul procesual, la interferența dintre intern și extern, dintre productivitatea folosirii factorilor de producție disponibili în cadrul economiei de referință și eficiența cu care se derulează relațiile comerciale între țări.

Avantajul competitiv al firmelor aflate în avangarda progresului tehnic, se află în ramurile de vârf, în care avansul tehnologic permite obținerea de prețuri pe măsură și nu în ramurile cu tehnologie standardizată.

Definită altfel, competitivitatea reprezintă: capacitatea produselor și serviciilor de a rezista testului pieței în condiții avantajoase, având ca rezultat creșteri constante de productivitate și standard de viață.

Există trei categorii de factori care influențează dezvoltarea:

1. Factorii elementari (de bază) ai dezvoltării includ: climatul și condițiile naturale; solul fertil; proximitatea amplasării geografice; input - urile de bază în procesul tehnologic; condițiile de sănătate și ecologice; calificarea și structura forței de muncă etc.
2. Factorii avansați ai dezvoltării, între cei comparativi și cei competitivi, sunt: resursele de cunoaștere și evaluare (know-how; informații; studii de impact; analize cost-beneficiu etc.); accesul la investițiile de capital (piața financiar-bancară; piața de capital); servicii profesionalizate, specializate care permit abordări globale ale piețelor (ITC; logistica; rețele de comunicare și distribuție).
3. Factorii integratori: competitivitatea și calitatea; condițiile de ofertă; sectorul financiar și de credit; serviciile pentru afaceri; asociațiile de afaceri puternice și legăturile strânse cu institutele de cercetare; cooperarea industrială; nivelul concurenței interne; capitalul și resursele atrase; strategiile de firmă și sectoriale.

Evaluarea performanței competitivității naționale față de economia mondială se bazează pe elemente: cantitative (decalajul dintre nivelul țării și nivelul global) și calitative.

Nivelul de competitivitate din economia din Republica Moldova rezultă din analiza datelor din bilanțurile contabile și oferă posibilitatea evidențierii corelațiilor care există între principalii indicatori, precum și factorii care au contribuit direct sau indirect la variația fenomenelor economice.

Analiza trebuie să fie cât mai amplă, luând în calcul indicatori economici precum: mărimea și dinamica profitului, volumul profitului, rata de profitabilitate, gradul de îndatorare.

Un element component care intervine în asigurarea competitivității economiei naționale este inovarea care reprezintă procesul de creație (generarea de idei noi) urmat de efectuarea schimbărilor generate de acesta. Obiectul inovării este un produs propriu zis, un serviciu sau un proces, al unei noi metode de organizare în practicile afacerilor [Van de Ven, 1999].

Inovarea se poate raporta la mai multe niveluri ale aplicării:

- *Inovare de produs*, care presupune realizarea unui produs nou sau a unui produs semnificativ îmbunătățit în ce privește caracteristicile sau destinațiile sale de utilizare.

- *Inovare de proces*, care presupune implementarea de procese noi sau semnificativ îmbunătățite (tehnologii, sisteme de transport sau de livrare etc.).

- *Inovare de marketing*, care presupune implementarea unor concepte sau a unor metode de vânzare noi sau semnificativ îmbunătățite, pentru creșterea cererii de bunuri și servicii sau pentru intrarea pe noi piețe.

- *Inovare organizațională*, care presupune implementarea unor metode manageriale noi sau a unor schimbări semnificative în structura organizației;

În funcție de nivelul de înnoire dorit, organizația poate să aplice fie *inovarea incrementală* (care presupune îmbunătățiri minore ale produselor, serviciilor, proceselor, și modelelor de afacere existente), fie *Inovarea radicală* (care presupune crearea de produse, servicii, procese, structuri organizaționale sau modele de afaceri în totalitate noi).

În mod uzual, proiectele de inovare radicală presupun un nivel foarte ridicat de risc și costuri având un grad înalt de incertitudine și complexitate cu impact mare asupra afacerii, în vreme ce inovarea incrementală este mai puțin riscantă.

Orizont 2020 este instrumentul financiar de punere în aplicare a Uniunii inovării, o inițiativă emblematică Europa 2020 și care vizează asigurarea competitivității globale a Europei. În general, rata medie anuală de creștere a performanței și competitivității în țările UE obținute prin inovare a ajuns la 1,6% în perioada 2008-2012.

Europa se confruntă cu o situație interesantă, caracterizată ca "urgență în inovare". Europa cheltuie în fiecare an pentru cercetare și dezvoltare cu 0,8% din PIB mai puțin decât Statele Unite și cu 1,5% mai puțin decât Japonia. Apoi, mii de cercetători și inventatori s-au mutat în țări în care condițiile sunt mai favorabile. Deși piața UE este cea mai mare din lume, ea rămâne fragmentată și cu o poziție față de inovare doar suficient prietenoasă. Sunt însă și țări, precum China și Coreea de Sud, care s-au mișcat mai repede (fig. 1).

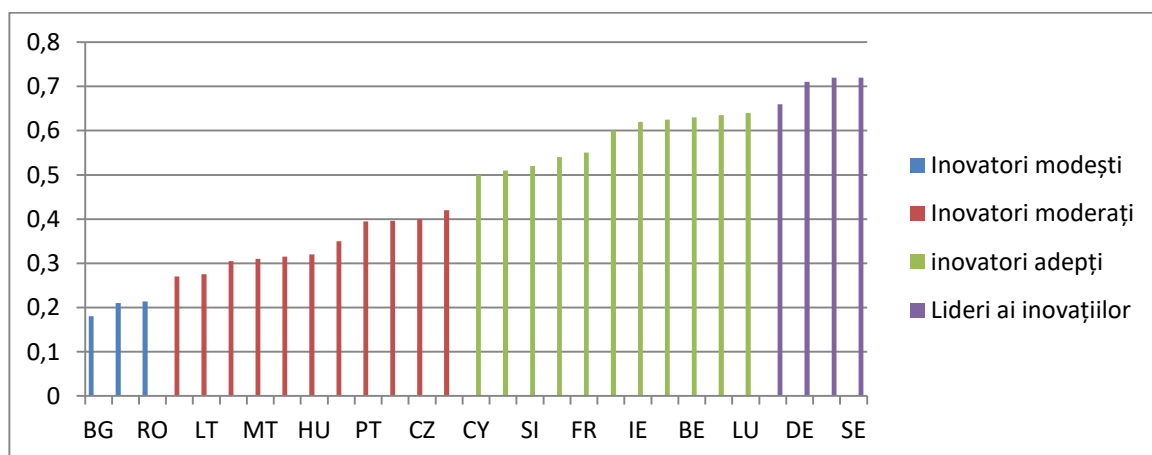


Figura 1 Performanțe obținute prin inovare, EU și alte state
Sursa: Innovation Union Scoreboard, 2014

Implementarea „triunghiului cunoașterii” – educație-cercetare-inovare în Republica Moldova reprezintă un imperativ pentru procesul de dezvoltare a țării. Din momentul în care educația a fost declarată drept prioritate națională, este imperios necesară consolidarea rolului cercetării-dezvoltării (CD) și elaborarea unei strategii privind cercetarea-dezvoltarea în

Republica Moldova. Ca modalitate de creștere a stocului productiv de capital și a cunoștințelor de utilizare a acestuia, paradigma dezvoltării economice va presupune atragerea investițiilor, dezvoltarea industriilor exportatoare, promovarea societății bazate pe cunoștințe, inclusiv prin fortificarea activităților de cercetare-dezvoltare, inovare și transfer tehnologic, orientate spre eficiență și competitivitate.

În continuare, vom reda schematic aspectele strategiei naționale de cercetare-dezvoltare până 2020 prin figura 2.

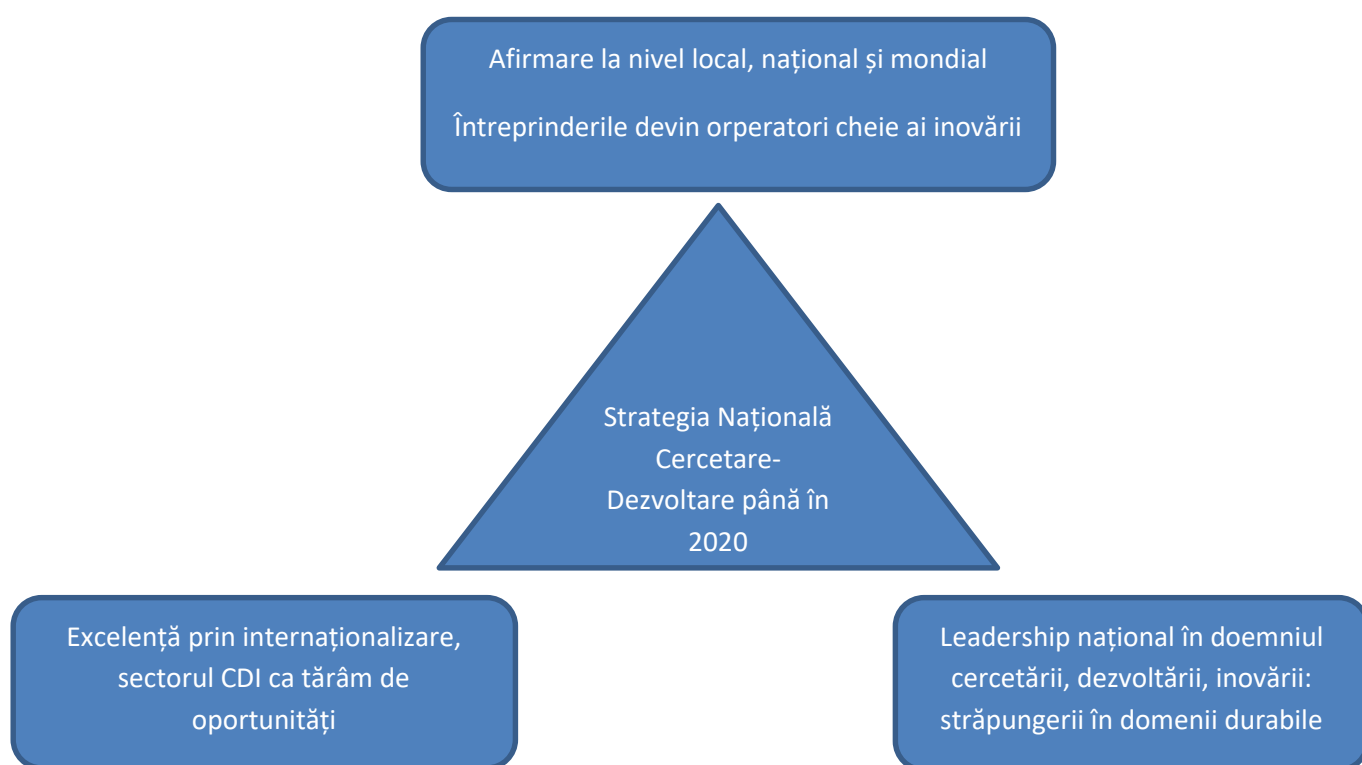


Figura 2 aspectele strategiei naționale de cercetare-dezvoltare până în 2020

Sursa: elaborat de autor

Necesitatea inovării este determinată de nevoia de schimbare. Nevoia schimbării este datorată diminuării resurselor naturale, încălzirii globale, a realizării de produse care să ofere omenirii alternativa energetică, produse care să consume și să protejeze mediul înconjurător, produse ecologice, produse cu un consum optim de energie.

Impactul activităților de CD asupra creșterii economice este vizibil în:

- a) Impactul asupra productivității:
- b) Activitățile de CD determină o creștere a productivității muncii prin introducerea de noi tehnologii (produse, procese).
- c) Impactul unei noi tehnologii asupra productivității depinde de investițiile complementare pe care le presupune schimbările organizaționale (structură, proceduri, modificări ale managementului).

d) Impactul asupra creșterii depinde de asemenea de nivelul investițiilor la nivelul societății în pregătirea resurselor umane.

În urma analizelor observăm că Republica Moldova trebuie să elaboreze un Program de re tehnologizare și modernizare tehnologică a țării, în care sunt expuse (între altele) dimensiunile managementului inovării:

- strategia inovării;
- organizarea și cultura inovării;
- procesele ciclului de viață al inovării (managementul ideii, dezvoltarea modelului de afacere, proces, produs/serviciu) precum și cel de îmbunătățire continuă și lansare;
- factorii favorizanti ai managementului inovării (managementul resurselor umane, managementul cunoașterii, managementul proceselor, managementul proiectelor, controlling și IT;
- rezultatele inovării, fiind necesară evaluarea sistematică a rezultatelor activității inovative.

Întreprinderile din țara noastră trebuie să implementeze strategii de inovare care ar îmbunătăți situația, competitivitatea întreprinderilor date. Elementele componente ale unei strategii de inovare a unei companii sunt:

- viziunea: prospecția în timp a companiei, a rezultatelor, structurii și dimensiunilor acesteia;
- obiectivele: scopurile care sprijină atingerea viziunii, cuantificate în factorii: timp, investiții, calitate; compania trebuie să determine direcțiile strategice ale activităților inovative și să identifice scopurile în fiecare dintre acestea;
- moduri de realizare a obiectivelor: diversificare, specializarea sau combinarea producției, proiectarea de noi produse/servicii, procedee, pătrunderea pe noi piețe etc.;
- resurse: fonduri de investiții, resurse umane, materiale și financiare;
- termene incluse în strategie.

Prin crearea unor astfel de întreprinderi se dorește:

- Lărgirea consistenței și numărului contactelor între IMM-urile inovative – cercetare – inovare – transfer tehnologic – piață.
- Statuarea parteneriatului dintre proprietatea intelectuală și cea industrială, în ideea realizării transferului tehnologic în folosul pieței.
- Identificarea inovațiilor, invențiilor, a firmelor inovative, utilizatoare de noi tehnologii cu scopul de a realiza transfer tehnologic și parteneriate naționale sau internaționale.
- Diseminarea informațiilor și bunele practici pentru a lărgi numărul de firme ce accesează Programele Inovare, Fonduri Structurale, FP7 / Cercetarea în folosul IMM-urilor.
- Promovarea de metode și metodologii inovative, transfer de cunoștințe și de tehnologie.
- Identificarea de strategii și soluții pentru creșterea competitivității prin inovare și transfer tehnologic.
- Evenimentele de brokeraj și matchmaking-uri să devină un pol de discuții, facilitator de parteneriate între inventatori - unități de cercetare / inovare / transfer tehnologic – piață.

Astfel, observăm că necesitatea implementării unui astfel de program este una imensă pentru stimularea mediului competitiv din țara noastră și pentru dinamizarea și cultivarea culturii inovaționale în Republica Moldova.

Concluzii

Când discutăm despre competitivitate, conceptul trebuie privit din două aspecte: competitivitate națională și competitivitate a produselor naționale.

Sistemul moldovenesc devine competitiv atunci când politicile naționale sunt performante, cu rezultate deosebite. Așa după cum reiese din Strategia Națională de Cercetare-Dezvoltare se propun măsuri politice, fiscale de dezvoltare a spiritului antreprenorial, capabil să creeze locuri de muncă și combaterea sărăciei.

Creșterea competitivității produselor se poate realiza prin:

- Rezultatele cercetării transferate industriei.
- Tehnologiile transferabile.
- Brevete.
- Personal format și acreditat (Transfer Tehnologic și Inovare, brokeri de tehnologii).
- IMM-uri inovative.
- Promovarea și formarea unei culturi a inovației de masă.

Evident că într-un sistem competitiv, în care se respectă promisiunile și sunt asigurate cele necesare performanței, promovarea cercetării științifice, sprijinul transferului tehnologic prin proiecte simple, de tipul „Cecurilor de Inovare - INNOVOUCHER”, care să finanțeze rapid ideile inovative, sprijinul proprietății intelectuale prin conștientizarea și asigurarea drepturilor bănești ce decurg din transferul tehnologic, sunt căi sigure de creștere a competitivității produselor moldovenești.

Sunt premize ale creșterii economice a Moldovei datorată creșterii competitivității prin eforturile făcute în ultimii ani în instruirea unui personal calificat în transferul tehnologic, brokerii de tehnologii, capabili să aprecieze starea de „sănătate” a unei întreprinderi sau performanțele unui viitor proiect, capabili de un Audit tehnologic, să exprime păreri competente asupra bunului mers a unei societăți comerciale de orice tip prin veghea tehnologică și prin prognoză.

Bibliografie

1. Avădanei, V., Bujor, O.C., Avădanei, L., Crețescu, I. (2010). Inovarea în afaceri, Editura ECOZONE, Iași.
2. Ciupan, C. (1999). Creativitate tehnică, Ed. Dacia, Cluj-Napoca.
3. Gordon, V.S., Russel, L.P. (2005). Proprietatea intelectuală. Editura IRECSON.
4. Iclănzan, T., Stan, D. (2005). Valorificarea invenției brevetate. Editura Politehnica, Timișoara.
5. Ion, C. (2011). Proprietatea intelectuală și succesul în afaceri, Editura Rentrop&Straton București.
6. Săvescu, D., Budală, A. (2008). Proprietatea intelectuală în România și unele țări din UE. Editura LUX LIBRIS, Brașov.
7. Săvescu, D. (2008). Oportunități ale transferului tehnologic oferite de incubatoarele de afaceri. Al 3-lea Seminar Național de Mecanisme, Craiova, 2008, pp. 415-426.
8. Van de Ven, A.H. et al. (1999) The Innovation Journey. Oxford University Press

***2014 *Innovation Union Scoreboard, 2014*

****Strategia de Cercetare--Dezvoltare până în 2020*