

A. Suslenco
Dr., lect.univ.
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

INOVAȚIILE – UN TRASEU SPRE O ECONOMIE PROSPERĂ

Activitatea inovațională este într-o măsură insuficientă susținută de actualul cadru legislativ și normativ din Republica Moldova. Principalul act legislativ care reglementează procesul inovațional este Codul cu privire la știință și inovare, adoptat prin Legea Republicii Moldova nr.259-XV din 15 iulie 2004. Codul cu privire la știință și inovare reglementează raporturile juridice ce țin de: elaborarea și promovarea politicii de stat în sfera științei și inovării; activitatea de cercetare științifică, inovare și transfer tehnologic; informațiile științifico-tehnologice; acreditarea organizațiilor în sfera științei și inovării; atestarea cadrelor științifice și științifico-didactice de înaltă calificare; protecția proprietății intelectuale; statutul juridic al subiectelor din sfera științei și inovării [1]. Noțiunea de inovare a fost definită în Cod drept „aplicare a rezultatului final, nou sau perfecționat, al activității din domeniul cercetării științifice și transferului tehnologic realizat în formă de cunoaștere, produs, serviciu, proces competitiv, noi sau perfecționate, utilizate în activitatea practică și/sau comercializate pe piață” [1].

Complexitatea fenomenului de inovare a condus la o multitudine de abordări și definiții ale noțiunilor „inovare” și „inovație”: Pentru prima oară mecanismele și factorii procesului de inovare au fost abordați în 1942 de către economistul american de origine austriacă Joseph Schumpeter, care este considerat fondatorul teoriei antreprenoriatului inovațional, în interpretare modernă. Inovarea este privită de acesta din perspectiva pieței și industriei ca o „distrugere creativă”, prin care echilibrul și structura de piață anterioare sunt sfărâmate pentru a se face loc unui inovator de succes, argumentând că spiritul antreprenorial și posibilitatea obținerii unui supraprofit temporar pot stimula introducerea noilor produse pe piață sau reducerea costurilor de producție. Schumpeter include în inovare următoarele:

- crearea unui nou produs;
- introducerea unei noi metode de fabricație;
- intrarea pe o piață nouă (sau crearea unei noi piețe);
- o nouă organizare a firmei [5].

Inovarea, în conformitate cu Comunicarea Comisiei Europene COM (1995) 688 „Cartea verde a inovării”, constă în:

- înnoirea și lărgirea gamei de produse, servicii și piețe asociate;
- stabilirea de noi metode de producție, aprovizionare și distribuție;
- introducerea de schimbări în management, organizarea muncii, condițiile de muncă și instruire a personalului [5].

O definiție, recunoscută pe plan internațional, se regăsește în Manualul Oslo care definește inovarea ca implementarea: a unui produs (bun sau serviciu); a unui proces; a unei metode organizaționale de management [5].

Această definiție nu se limitează numai la inovarea tehnologică sau la cercetarea realizată de un organism sau o companie. Totodată, mai restrânsă poate

fi relaționată cu definiția inovării de produse și servicii tehnologice. Cerința minimă a unei inovații este ca produsul, procesul, metoda de marketing și metoda organizațională să fie noi (sau semnificativ îmbunătățite) pentru practica companiei respective. În această categorie se încadrează atât produsele inovative pe care însăși compania le-a creat, cât și cele preluate de la alte companii sau organizații.

O trăsătură comună a inovației pe care o prevede Manualul [5] este că aceasta trebuie să fie implementată (pusă în aplicare). Un produs nou sau îmbunătățit se consideră implementat atunci când este plasat pe piață. Procesele de producție noi, metodele noi de marketing sau de organizare se consideră implementate atunci când au devenit real utilizate de către firmă.

Inovarea constituie nucleul Strategiei Europa 2020 convenite de statele membre în cadrul Consiliului European din iunie 2010 și care susține creșterea inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii vizate de respectiva strategie [5].

Manualul Oslo [5] punctează faptul că activitățile de inovare reprezintă toate activitățile științifice, tehnologice, organizatorice, financiare și comerciale, care conduc la implementarea (punerea în aplicare) efectivă a inovației sau concepute în acest scop. Unele activități de inovare sunt inovatoare în sine, altele nu au această proprietate, dar sunt, de asemenea, necesare pentru inovare. Activitățile de inovare mai includ cercetările și dezvoltarea, ce nu sunt direct legate de implementarea unei anumite inovații.

Art. 22 din Codul cu privire la știință și inovare tratează activitatea de inovare în tandem cu transferul tehnologic, ca un singur proces: „Activitate de inovare și de transfer tehnologic - proces de transformare a rezultatelor cercetărilor științifice, ale elaborărilor practice și/sau ale altor realizări tehnico-științifice finalizate (precum și ale cercetărilor științifice și elaborărilor ce țin de acestea) în cunoștințe științifice noi, în produse, servicii, procese, noi sau perfecționate, care corespund necesităților practice și cerințelor pieței și care sunt supuse procesului de transfer tehnologic și de comercializare” [1].

Totodată, art. 21 din Cod definește foarte detaliat transferul tehnologic: Transfer tehnologic - introducerea în circuitul economic a tehnologiilor și utilajelor specifice, a echipamentelor și instalațiilor, a hibridurilor, soiurilor, raselor, tulpinilor, preparatelor rezultate din cercetare sau achiziționate, în vederea sporirii eficienței și calității unor produse, servicii, procese sau obținerii altora, noi, care sunt cerute pe piață sau prin care se adoptă un comportament inovativ, inclusiv activitatea de diseminare a informației, de explicare, de transmitere a cunoștințelor, de consultanță, realizându-se trecerea unei idei sau tehnologii de la autor la beneficiar Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova.

Fenomenul inovării este profund sistemic, multifactorial și mult mai complex și mai divers decât se considera până nu demult. El este determinat de întregul context socio-economic și abordarea lui necesită o viziune orizontală largă. Deosebit de relevant, în acest sens, este raportul „Indicele Global al Inovării” , care, utilizează 84 de diverși indicatori pentru o evaluare comparativă a 143 de țări în baza capacităților lor de inovare. Astfel, elementele economiei naționale care asigură activitățile inovatoare includ cinci piloni de bază care se referă la:

– mediul instituțional (inclusiv mediul politic, regulator și de afaceri);

- capitalul uman și cercetarea (educația generală, educația superioară, institutele de cercetare);
- infrastructura (TIC, infrastructura generală, sustenabilitatea ecologică);
- nivelul de sofisticare al piețelor (credite, investițiile, comerțul și concurența);
- nivelul de sofisticare al companiilor (cunoștințele angajaților, conexiunile inovaționale, absorbția cunoștințelor),
- iar rezultatele activităților inovatoare în cadrul economiei sunt grupate în doi piloni (ieșiri):
 - rezultatele în materie de cunoștințe și tehnologie (crearea cunoștințelor, impactul cunoștințelor și difuzia cunoștințelor);
 - rezultatele creative (bunuri necorporale, produse și servicii creative, creativitate online) [4].

În opinia lui P. Drucker, în afaceri, inovațiile rareori apar ca o sclipire de moment. Ele izvorăsc mai mult în proces de „căutare conștientă, cu țintă, a oportunităților de inovare”, care pot fi găsite în puține situații, iar cele mai inovatoare idei de afaceri provin din analiza metodică a șapte domenii de oportunitate, dintre care unele se regăsesc în interiorul companiei sau anumitei industrii, iar altele – în afara întreprinderii: tendințe sociale sau demografice mai largi. Peter Drucker a evidențiat că pentru a iniția, organiza și desfășura un proces de inovare este necesar să se supravegheze continuu oportunitățile de inovare, care sunt imprevizibile și trebuie analizate intercorelat ca părți ale aceluiași sistem al oportunităților de inovare [4].

Pe lângă faptul că „Indicele Global al Inovării” permite o evaluare mai mult sau mai puțin obiectivă a capacităților de inovare a unui număr foarte mare de țări, el nu permite evaluarea contribuției și impactului componentei inovaționale în dezvoltarea economică a țărilor, chiar dacă între acestea există o corelație strânsă și directă.

Pe de altă parte, inovarea nu este un scop în sine. Ea este condiția prealabilă pentru crearea unei economii bazate pe cunoștințe și o prioritate absolută pentru sporirea competitivității economiei naționale. În final, dezvoltarea economică a unei țări are menirea să asigure cetățenilor săi un trai decent, un nivel de bunăstare adecvat epocii contemporane și condiții de viață demne pentru realizarea plină a potențialului lor uman. Competitivitatea economică este un fenomen complex, ce reflectă capacitatea unei țări de a forma și a asigura un mediu economic, social, politic, care să susțină crearea accelerată de valoare adăugată.

În figura 1., am redat modalitatea de funcționare și constituire Indicelui Global al Competitivității.

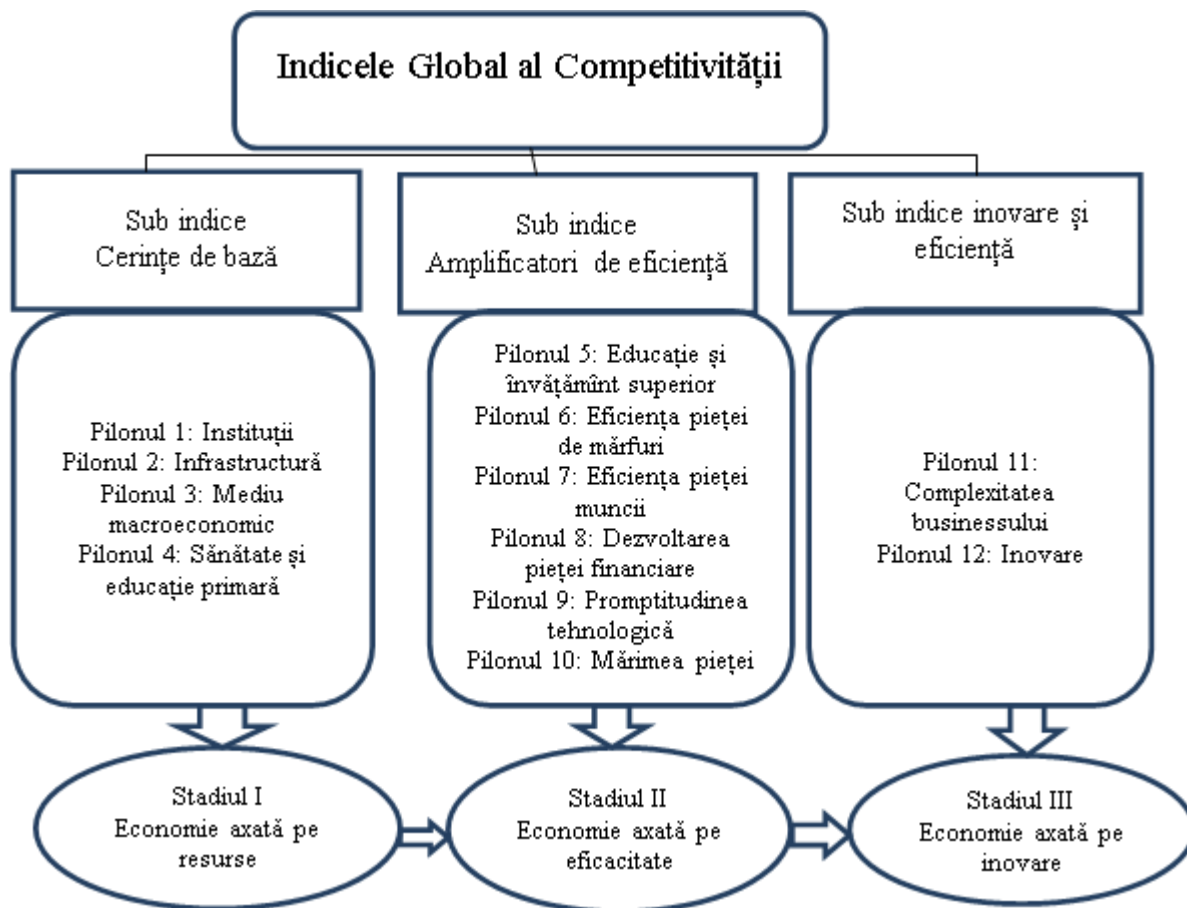


Figura 1. Modalitatea de activitate a Indicelui Global de Competitivitate
Sursa: Studiu Inovare, AGEPI [6]

La nivel internațional, Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale, elaborează Raportul privind Indicele Global al Inovării, care cuprinde o analiză minuțioasă a mai multor indicatori care atestă starea economiei unei țări în doemniul inovării. Astfel, acest raport analizează 143 de țări ale lumii. Aceste analize sunt bazate pe câțiva indicatori de bază precum capitalul uman și de cercetare, infrastructura, creditele, investițiile, interconexiunile, inovarea și rezultatele activității creative, care sunt grupați la rândul lor în alți sub-indicatori care reflectă starea economiei unei țări la capitolul inovare.

În ultimul deceniu, în urma transformărilor structurale din economie, în urma mutațiilor care au avut loc în economiile țărilor lumii, s-a început să se acorde o atenție din ce în ce mai mare cercetării, inovării, transferului tehnologic. Această necesitate apare în urma uzării fizice și morale a tehnicii, utilajelor, tehnologiilor, ideilor, cunoștințelor.

În acest context, apare necesitatea în cadrul firmelor de a crea ceva nou, de a redresa diversele probleme care apar pe piață, de a găsi soluții viabile de a trece peste obstacolele care apar pe piață. Așa dar, creativitatea apare ca suport, pe de o parte, și ca premisă de bază, pe de altă parte, care ajută firmele să devină mai competitive pe piață. Dat fiind faptul că firmele trebuie să face față mai multor factori de influență externă, trebuie să găsească soluții rapide la problemele apărute, trebuie să perceapă acești factori or, să adopte strategii de depășire a perturbațiilor create de ei.

Bibliografie

1. Codul Republicii Moldova cu privire la știință și inovare, nr. 259 din 30.07.2004. In: Monitorul Oficial nr. 125-129 din 30.07.2004.
2. Legea Nr. 114 din 03.07.2014 cu privire la Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală. In: Monitorul Oficial Nr. 282-289 din 26.09.2014.
3. Hotărârea Nr.920 din 07.11.2014 cu privire la aprobarea Strategiei de Cercetare-Dezvoltare Republicii Moldova până în 2020. In: Monitorul Oficial Nr. 386-396 din 26.12.2014
4. Strategia inovațională a Republicii Moldova pentru perioada 2013-2020 „Inovații pentru competitivitate”. Aprobata prin Hotărârea Guvernului nr.952 din 27.11.2013.
5. Tripon, A. Managementul inovării: Sinteze și aplicații. Târgu-Mureș: Universitatea „Petru Maior”, 2002.
6. AGEPI [online]. Disponibil
http://agepi.gov.md/sites/default/files/bopi/ainfo_03-2015.pdf (accesat
03.04.2019)

