PERFECȚIONAREA ACTIVITĂȚII DE EXPORT A ÎNTREPRINDERILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA PRIN PRISMA PROCESULUI INOVAȚIONAL

Sergiu GARȘTEA,
lector universitar, USM, departamentul Economie, Marketing și Turism

ABSTRACT: Exports as a result of achieving the competitiveness of goods on the external market simultaneously demonstrate the efficient operation of the enterprise. The development of the export potential elements has a direct impact on the efficiency of the enterprise. It is carried out in two directions: the development of the export potential actually achieved and the involvement in foreign trade of the unrealized export positions for various reasons. Research has shown that the implementation of an innovative mechanism in the economic development of the enterprise in general and export activity in particular is a source of additional competitive advantage.

In this respect, the issue of developing and implementing efficient innovation strategies for the development of the export business of the Moldovan enterprises should become a priority.

*CUVINTE CHEIE**:** ectivitate de export, proces inovațional, strategie inovațională, avantaje competitive, eficiență.*

Creșterea exporturilor de mărfuri și servicii sunt atât un factor cât și un rezultat al nivelului de competitivitate atins pe piața externă precum și al funcționării întreprinderii.

Dezvoltarea potențialului de export are un impact direct asupra creșterii eficienței întreprinderii.. Ea se desfășoară în două direcții: dezvoltarea potențialului de export efectiv realizat și implicarea în comerțul exterior a pozițiilor de export nerealizate din diverse motive.

Odată cu dezvoltarea potențialului de export realizat efectiv, volumul exporturilor și profitul net al întreprinderii sunt în creștere. Nivelul acestei creșteri este determinat de ponderea exporturilor în producția totală a întreprinderii.

Este important de a se determina impactul dezvoltării potențialului de export asupra creșterii eficienței întreprinderii exportatoare.

Pentru a face acest lucru, efectuăm o evaluare a potențialului real de export pentru fiecare poziție din nomenclator, precum și o estimare a potențialului de export nerealizat. Reducerea potențialului de export poate fi cauza unor lacune ale procesului de afaceri și anume în ceea ce privește: producere, management, marketing, etc

Evaluarea potențialului de export nerealizat se realizează pentru fiecare element de export și pentru fiecare piață de vânzări. Această analiză este necesară deoarece aceeași poziție de export pe unele segmente ale pieței poate reprezenta un element de succes, iar pe altele - elemente ale potențialului nerealizat.

Dezvoltarea elementelor potențialului de export are un impact direct asupra rezultatelor finale și asupra eficienței economice a întreprinderii exportatoare.

Propunem evaluarea performanțelor unei întreprinderi exportatoare utilizând un sistem de indicatori direcți și indirecți. Evaluarea indicatorilor ar trebui efectuată ținând cont de ponderea exporturilor în volumul total al indicilor finali ai întreprinderii exporrtatoare.

Din sistemul indicatorilor direcți se pot enumera următorii indicatori: creșterea volumului producției pe piețele de vânzări; creșterea veniturilor , profitului net și a eficienței întreprinderii.

Considerăm importanți și un șir de indicatori indirecți: creșterea cotei de produse competitive; creșterea ponderii **produselor inovatoare;** creșterea valorii mărcii; creșterea valorii activității întreprinderii; îmbunătățirea imaginii întreprinderii.

Cu ajutorul acestor indicatori este posibil să se determine doar rezultatul cumulat al activității economice externe a întreprinderii. Pentru a afla cum dezvoltarea activității de export afectează

eficiența în general, este necesar să se analizeze separat valorile coeficienților de eficiență după tipul de activitate, luând în considerare condițiile de comparabilitate a indicatorilor în timp, volume, unități de măsură etc.

Reieșind din cele expuse este deosebit de necesară preocuparea managementului întreprinderii exportatoare pentru identificarea diferitor surse de creștere a eficienței activității de export.

Considerăm că o sursă foarte importantă în acest context o reprezintă sporirea capacității de inovare a întreprinderii în general și în activitatea de export în particular.

Cercetările au demonstrat că implementarea unui mecanism inovator în de dezvoltare economică economică a întreprinderii în general și a activității de export în special este o sursă de obținere a unor avantaje competitive suplimentare.

Inovarea și activitatea inovațională permit întreprinderilor să se mute la un nou nivel tehnologic, totuși, pentru a obține succes în competiție, nu este suficient să existe doar excelență tehnologică, nu mai puțin importante sunt inovațiile în managementul întreprinderii.

Inovarea, în conformitate cu Comunicarea Comisiei Europene COM (1995) „Cartea verde a inovării", constă în:[3]

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

O defniție, recunoscută pe plan internațional, se regăseşte în Manualul Oslo care defineşte inovarea ca implementarea: :[5]

- unui produs (bun sau serviciu);
- a unui proces;
- a unei metode de marketing;
- a unei metode organiza&ionale (de management) noi sau semnifcativ îmbunătățite în practicile antreprenoriale ale întreprinderii, în organizarea locurilor de muncă sau în relațiile frmei cu mediul extern.

Din cele expuse se pot identifica patru tipuri de inovații:

- Inovații de produs: reprezintă un produs sau serviciu nou sau îmbunătăţit în privinţa specificaţiilor tehnice, a componentelor, materialelor, a caracteristicilor funcţionale.
- Inovații de proces: se referă la o metodă de producţie sau de livrare nouă sau îmbunătăţită în privinţa tehnicilor, a echipamentului sau a softului.
- Inovații de marketing: implică o metodă nouă de marketing, relevantă pentru schimbările în designul sau ambalajul produsului, plasarea produselor, promovarea produselor sau a preţurilor.
- Inovații organizaţionale: relevante pentru noi metode organizaţionale în practicile de business,

Ar trebui remarcat că această clasificare nu este categorică, deoarece diferite tipuri s-ar putea interconecta şi suprapune, conducând la o eficienţă şi eficacitate crescută a procesului de inovare.

Astfel specialistul Gary Hamel abordează în speță un așa tip de inovații precum inovațiile de management: relevante pentru principiile şi procesele de management care schimbă până la urmă practica managerială a întreprinderilor.

O trăsătură comună a inovației pe care o prevede Manualul Oslo este că aceasta trebuie să fie implementată . 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.

Definirea noțiunilor „inovare" şi „inovație" în Republica Moldova se regăseşte în câteva documente de politici, care diferă prin abordare:

Astfel, art. 20 din Codul cu privire la ştiinţă şi inovare al Republicii Moldova nr. 259 din 15.07.2004 propune următoarea definiție:

“Inovare - aplicare a rezultatului final, nou sau perfecționat, al activității din domeniul cercetării ştiinfice şi transferului tehnologic realizat în formă de cunoaştere, produs, serviciu, proces competitive, noi sau perfecfționate, utilizate în activitatea practică şi/sau comercializate pe piață.”

Strategia inovațională a Republicii Moldova pentru perioada 2013-2020 „Inovații pentru competitivitate” are la bază o viziune modernă, potrivit căreia „inovațiile sunt tehnologii şi practici noi pentru societatea dată. Acestea pot să nu fie inedite în termeni absoluți, dar pot fi noi la nivel de companie sau de piață” :[7]

În continuare considerăm foarte important de menționat abordarea strategică a inovării.

Astfel inovarea constituie nucleul Strategiei Europa 2020 convenite de statele membre în cadrul Consiliului European din iunie 2010 şi care susține creşterea inteligentă, durabilă şi favorabilă incluziunii vizate de respectiva strategie. :[6]

Inițiativa „O Uniune a inovării”, una dintre cele şapte inițiative emblematice anunțate în Strategia Europa 2020, abordează conceptul de inovare într-un sens mai larg: atât inovarea bazată pe cercetare, cât şi cercetarea care vizează modelele comerciale, proiectarea, strategiile de marcă şi serviciile care aduc utilizatorilor o valoare adăugată.

Pentru Republica Moldova se pot menționa următoarele strategii: :[3]

- Strategia inovațională a Republicii Moldova pentru perioada 2013-2020 ”Inovații pentru competitivitate”, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr.952 din 27 noiembrie 2013.
- Strategia Națională în domeniul Proprietății Intelectuale până în anul 2020, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr.880 din 22 noiembrie 2012.
- Strategia de cercetare-dezvoltare a Republicii Moldova până în 2020, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 920 din 07.11.2014.
- Strategia de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii pentru anii 2012- 2020, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr.685 din 13 septembrie 2012.

În această ordine de idei, considerăm că pentru întreprinderile exportatoare din Republica Moldova problema formării şi implementării unei strategii inovaționale eficiente pentru dezvoltarea activității de export trebuie să reprezinte o semnificație deosebită.

Strategia inovațională a întreprinderii este una dintre strategiile funcționale şi reprezintă un set de obiective, modalități de realizare a acestora într-un termen determinat în vederea eficientizării activităților de inovare.

Strategiile inovaționale ale unei întreprinderi exportatoare pot avea un spectru larg de activități din care ne putem referi la :

1) activități de inovare, destinate creării de noi produse şi servicii destinate exportului;
2) aplicarea de metode noi în cercetare-dezvoltare, producție, marketing şi management (crearea, introducerea de noi sisteme de management al calității, reengineering, crearea de noi procese eficiente de management noi sisteme de marketing etc.);
3) crearea de noi structuri organizaționale pentru export;
4) utilizarea de noi tipuri de resurse şi noi abordări în utilizarea rațională a resurselor;
5) perfecționarea sistemului logistic pentru export;

Sistemul de management bazat pe strategia inovațională permite recunoaşterea şi reacționarea la schimbările în timp util, asigurând creşterea competitivității întreprinderii exportatoare pe termen lung.

Astfel, una dintre sarcinile prioritare a managementului întreprinderii trebuie să devină formarea şi implementarea unei strategii de dezvoltare inovatoare, care va creşte competitivitatea exporturilor de produse şi servicii pe piața internațională.

Creşterea rolului economic al inovării şi inovațiilor, schimbarea ritmului, a direcției şi a mecanismului de dezvoltare a proceselor inovatoare reprezintă factori-cheie care determină direcția de dezvoltare a a întreprinderilor moderne.

Organizație activă inovatoare, în conformitate cu metodologia OCDE, „poate fi considerată o

organizație, indiferent de forma juridică de organizare şi tipul de activități desfășurate în mod regulat dezvoltarea și introducerea unor produse noi sau îmbunătățite, tehnologii, procese de management, sau alte tipuri de inovare.»[2].

Astfel, caracteristicile unei întreprinderi inovative includ: 1) stabilirea obiectivelor bazate pe inovare; 2) formarea şi implementarea strategiei de inovare; 3) schimbarea sistemului de management în conformitate cu strategia de inovare aleasă; 4) dinamica pozitivă a dezvoltării inovatoare a societății.

Rezultatele activității inovaționale sunt apreciate în temeiul criteriilor utilizate în Indicele Global al Inovării 2016, care include și Republica Moldova şi care permite compararea internațională a rezultatelor inovaționale.[4].

În urma analizei efectuate s-a constatat existența următoarelor probleme principale care frânează elaborarea şi implementarea inovațiilor:

1) structura instituțională necorespunzătoare practicii europene şi cerințelor dictate de situația actuală, aceasta find cauza principală a guvernării ineeficiente a sectorului cercetare-dezvoltare în ansamblu;
2) repartizarea neadecvată a surselor financiare, în detrimentul programelor şi proiectelor de inovare, fără utilizarea factorilor ce asigură concurența loială;
3) utilizarea ineefcientă a surselor fnanciare alocate;
4) infrastructura subdezvoltată destinată elaborării şi implementării inovațiilor;
5) tendința slabă a mediului de afaceri către absorbția inovațiilor;
6) lipsa sistemului de monitorizare şi raportare a rezultatelor utilizării alocațiilor financiare, în baza unor indicatori de rezultat prestabiliți.

Dacă e să ne referim în speță la activitatea de export menționăm cu certitudine că capacitatea de inovare a întreprinderilor exportatoare este o funcţie a abilităţii acestora de a elabora strategii inovaționale coerente, și compatibile cu strategia de ansamblu a firmei în general și cu strategia de export în particular.

În **Tabelul 1** propunem un șir de prinipii pe care considerăm că trebuie să se fundamenteze o strategie inovaționala a unei întreprinderi exportatoare din Republica Moldova.

Tabelul 1. - Principii de elaborare a strategiei inovaționale pentru întreprinderea exportatoare

Principii	Scurtă descriere
Oportunitatea economică	Strategia inovațională trebuie să corespundă mediului intern și extern a întreprinderii exportatoare.
Competitivitate	Strategia inovațională trebuie să genereze avantaje competitive care să fortifice poziția întreprinderii exportatoare pe piața externă
Eficiență și eficacitate	Strategia inovațională trebuie să genereze profit și să asigure obținerea de efecte benefice din activitatea de export.
Legitimitatea activității de inovare	Activitatea inovațională a întreprinderii trebuie să îndeplinească cerințele și normele legislative.
Adaptivitate	Îmbunătățirea capacității întreprinderii exportatoare de a reacționa rapid la schimbările din mediul extern și intern .
Principiul sistemic	Procesul inovațional trebuie să se integreze în sistemul de ansamblu al îmtreprinderii exportatoare.

Sursa: Elaborat de autor în baza [7]

O strategie inovațională trebuie să reprezinte o gândire sistemică, globală şi coerentă care, ţinând cont de particularităţile fiecărui obiectiv stabilit, precum şi de experienţa acumulată în realizarea strategiilor anterioare, să asigure o armonizare a realizării obiectivelor şi sincronizarea termenelor stabilite.

Elaborarea, implementarea şi evaluarea strategiei inovaționale este un proces foarte complex şi include un şir de alte activități de tip ştiințific, tehnic, tehnologic, organizatoric, fnanciar, comercial etc.

În Tabelul 2 se propune un suport metodologic pe îl considerăm util pentru managementul întreprinderii exportatoare.

Tabelul 2 – Suportul metodologic al procesului de elaborare şi realizare a strategiei inovaționale

Etape	Metode
Definirea obiectivelor strategiei inovaționale	Metodă «Arborele decizionalr»; metoda Delphi; "Brainstorming"
Analiza strategică a mediului extern şi intern al întreprinderii.	Analiză SWOT, analiză PEST; benchmarking; modelul "Cinci forțe de concurență" de M. Porter;
Evaluarea capacității inovatoare a întreprinderii.	Metode de evaluare expert; analiza comparativă
Alegerea strategiei inovaționale	Metoda ciclului de viață al inovației; matrice a Grupului consultativ de la Boston (BCG); Modelul lui I. Ansoff; Matrice de alegere a strategiei inovatoare bazată pe potențial inovativ (sugerată de autor)
Realizarea strategiei	Metode de evaluare expert; metoda de corectare a ratei de actualizare; Analiza sensibilității indicatorilor de performanță (venitul net actualizat, rata internă de rentabilitate, indicele rentabilității etc.) Prognoza indicatorilor financiari (coeficienți de dependență financiară, rate de lichiditate, coeficienți de rentabilitate); Metoda de scriere
Evaluarea strategiei inovaționale	Sistem de gestionare a bugetului; Sistem de management bazat pe valoarea adăugată economică (EVA); Balanced Scorecard (BSC), indicatori cheie de performanță .

Sursa: Elaborat de autor în baza [1]

Un alt aspect important de care trebuie să țină cont manageri unei întreprinderi exportatoare consă în faptul că inovarea este un proces complex şi interactiv destul de costisitor. Spre exemplu, cercetarea şi dezvoltarea de la zero a unei inovații implică costuri şi riscuri mult mai mari, comparativ cu inovarea ce rezultă din transferul tehnologic al unui produs ce şi-a demonstrat deja succesul pe piață.

În consecință, managementul activității de inovare vizează întregul proces, toate etapele menționate, iar succesul acestuia depinde de capacitățile de coordonare, sincronizare şi echilibrare a componentelor sistemului inovațional.

Concluzii

Inovarea este crucială pentru dezvoltarea economică sustenabilă. Intensitatea inovării este un factor explicativ al diferențelor de performanță economică între întreprinderi, regiuni şi state. Organizațiile ce inovează şi înregistrează succese în activitatea inovațională sunt prospere, în detrimentul competitorilor implicați mai modest în inovare.

Considerăm că în condițiile actuale una din sarcinile prioritare a întreprinderilor din Republica Moldova este trecerea la o cale inovatoare de dezvoltare.

Abordarea strategică a activității inovatoare a întreprinderilor exportatoare din Republica Moldova trebuie să determine capacitatea acestora de aşi îmbunătăți competitivitatea şi implicit de a se extinde pe piețele externe fapt ce va genera multe efecte benefice .

Bibliografie:

1. Diener, K., Piller, F.T. The Market for Open Innovation / Raleigh, NC: Lulu Inc. – OIA Survey, 2014
2. General Report on the Activities of the European Union — 2016. Disponibil: http://europa.eu/general-re-port/en
3. Studiu privind îmbunătăirea cadrului normativ-legislativ național din domeniul proprietății intelectuale în vederea încurajării activităților inovaționale, AGEPI, Chișinău 2014.
4. The Global Innovation Index 2016.
5. Oslo Manual, Guidelines for collecting and interpreting innovation data, Third edition, 2005.
6. Comunicarea Comisiei Europene „Europa 2020 Inițiativa emblematică „O Uniune a inovării»”-COM(2010)546
7. Strategia inovațională a Republicii Moldova pentru perioada 2013-2020 „Inovații pentru competitivitate”,adoptată prin Hotărârea Guvernului nr. 952 din 27 noiembrie 2013.