

COMPETITIVITATEA INTERNAȚIONALĂ A COMPANIILOR

Irina-Ștefana CIBOTARIU,
UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE”,
SUCEAVA

Rezumat:

Competitivitatea este reprezentată printr-un termen ce poate fi interpretat doar făcând referire la competitorii companiilor. Competitivitatea este deseori măsurată în termenii de preț, costul pe unitate de producție sau productivitatea muncii, raportate la competitori. Este de asemenea posibil de a lua în considerare calitatea produselor ca indicator, dar aceasta devine mai dificil de cuantificat. Competitivitatea superioară ar trebui să conducă la o îmbunătățire în participarea pe piață, profit sau alte măsuri, pentru a obține o performanță de succes. Competitivitatea internațională reprezintă abilitatea unei companii de a concura pe piețele internaționale. Există cinci ingrediente de bază pentru o companie de a avea succes pe plan internațional:

- o misiune ce reflectă un angajament serios asupra activităților internaționale de afaceri;
- abilitatea de a identifica și a se adapta rapid la nevoile și oportunităților consumatorilor;
- capacitatea de a înțelege comportamentul consumatorilor din țări diferite;
- abilitatea de a dezvolta și menține produsele concurențiale, de calitate ridicată;
- potențial și programe adecvate în scopul analizei piețelor și a pozițiilor existente pentru acestea.

Cuvinte cheie: competitivitate, preț, dezvoltare internațională

Definirea riguroasă a competitivității a devenit foarte dificilă sau chiar imposibilă; nu poate fi concis formulată datorită multor companii și multor indicatori, prin care aceasta poate fi evidențiată. Diversitatea înaltă a punctelor de vedere și a unghiurilor, sub care competitivitatea este abordată, se reflectă în cadrul unei literaturi complexe; astfel, se evidențiază lucrările lui Michael Porter și Paul Krugman.

Dincolo de numeroasele dezbateri și diversitatea de teorii, se consideră faptul că o economie este competitivă doar dacă ea va

FIRMS' INTERNATIONAL COMPETITIVENESS

Irina-Ștefana CIBOTARIU, UNIVERSITY
„ȘTEFAN CEL MARE”, SUCEAVA

Abstract:

Competitiveness is a relative term which can be interpreted only in relation to a firm's competitors. Competitiveness is often measured in terms of price, unit production cost or labor productivity relative to competitors. It is also possible to take into account product quality as an indicator, but this one is more difficult to be quantified. Superior competitiveness should lead to an improvement in market share, profit or other measures of successful performance. International competitiveness is the ability of a firm to compete in international markets. There are five basic ingredients for a firm to be successful at international level:

- a mission which reflects a serious commitment to international business activities;
- the ability to identify and adjust rapidly to consumer needs and opportunities;
- the ability to understand consumer behavior in different countries;
- the ability to develop and maintain high-quality, competitive products;
- a good potential and program for screening potential markets and sites.

Keywords: competitiveness, price, international development

The rigorous defining of the competitiveness have become very difficult, or even impossible; it cannot be concisely formulated due to many components and of many indicators by which it can be pointed out. The great diversity of the points of view and of angles under which competitiveness is approached is reflected within high literature; therefore, the papers of Michael Porter and Paul Krugman can be emphasized.

Beyond the many debates and of diversity of theories, it is considered that an economy is competitive only if it increases

crește cota pieței, datorită prețurilor sale, ce au o evoluție favorabilă în comparație cu cele ale competitorilor, și de asemenea prin calitatea, diversitatea și promptitudinea aprovizionării cu mărfuri.

Obiectivul propus prin lucrarea lui Michael Porter, *Competitive Advantage of Nations (Avantajul competitiv al națiunilor)*, este reprezentat de determinarea cauzelor și factorilor ce conduc la succes internațional pentru companii, specializat pe anumite ramuri, cum ar fi teoria de extindere asupra națiunilor. Analizând situația companiilor internaționale de succes, economistul american va face o conexiune între succesul lor pe plan internațional asupra anumitor sectoare și națiuni, printre care, se pot aminti: statul, factorii de producție, tehnologici, naturali, umani și resurse financiare ce provin de la acestea, fiind constituiți în cadrul matricei de dezvoltare a companiilor, ce utilizează avantaje naționale, ce se vor deosebi pe viitor la nivel internațional.

„Națiunile, după cum afirmă M.Porter, planifică asupra acelor industrii ce prezintă avantaje prețioase asupra acelor națiuni și unde inovațiile și îmbunătățirea vin în întâmpinarea nevoilor internaționale”. Ansamblul de factori și legături existente pentru crearea unei matrice naționale, capabile să lanseze companii pe plan internațional, având numele de „diamant național”. Referitor la aceasta, factori determinanți pentru avantajul național sunt:

- factorii de producție (umani, naturali, resurse materiale, cunoașterea științifică, referitor la anumite domenii, volum și costul capitalului, etc.);
- natura cererii (structura cererii pe segmente, comportamentul consumatorilor, nevoile anticipative ale cumpărătorilor);
- conectarea și furnizarea pentru industrie;
- concurența internă, structura și strategia companiilor.

Toți acești factori individuali formează un sistem extrem de dinamic, ce dezvoltă în mod continuu „diamantul” național, devenind

the quota on the market, due to its prices, which have a favorable evolution in comparison to those of the competitors and also by the quality, diversity and promptitude of the offered merchandise.

The objective of Michael Porter's paper, *Competitive Advantage of Nations*, is determination of causes and factors which lead to international success of companies specialized on certain branches, so as to theory to further extend over nations, also. Analyzing the situation of great international companies, the American economist makes a connection between their success on world level' certain sectors and nations among which Nation, production factors, technological, natural, human and financial resources proceed from, being constituted within a development matrix of companies, which using the national advantages, will distinguish on international level.

“The nations, says M.Porter, contrive in those industries which have valuable advantages to other nations and where innovations and improving come towards meeting international needs”. The assembly of factors and connections existing for creating a national matrix, able to launch companies on international level, has the name of “national diamond”. Connected to this, the determinants of national advantage are:

- factors of production (human, natural, material resources, scientific knowledge related to certain fields, volume and cost of capital etc.);
- the nature of request (the request structure on segments, the behavior of consumers, the anticipative needs of buyers);
- the connecting and supplying industries;
- the internal concurrency, structure and strategy of company.

All these individual factors form an extremely dynamic system, which continuously develops, the national

astfel „un sistem” național. Avantajele naționale rezultă chiar din această evoluție, generând în fiecare țară o matrice de dezvoltare proprie, datorită multitudinii de variabile late în considerare. Această matrice este responsabilă de dezvoltarea avantajelor național competitive, și anume, prin concurența unor sectoare de activitate naționale.

Definită ca reprezentând „gradul în care o națiune, în condițiile de piață liberă și onestă, poate produce bunuri și servicii ce trebuie să depășească piețele internaționale”, testarea, reușita în același timp în scopul menținerii și creșterii venitul real ai cetățenilor acestora, concurența este o provocare aplicată nu doar națiunilor în cauză, dar de asemenea asupra tuturor regiunilor și orașelor/așezămintelor lumii.

Concurența unei națiuni este influențată de nivelul de competiție asupra fiecărui actor ce participă la economia națională. Afirmat într-un mod diferit, la realizarea concurenței unei națiuni, își aduc contribuția toate sectoarele economiei naționale și implicit, toate ramurile economiei naționale, respectiv toate organizațiile din cadrul fiecărei ramuri.

Astfel, sectoarele productive ale economiei naționale contribuie, prin creșterea concurenței acestora, la creșterea produsului intern brut, valorii adăugate, în timp ce alte ramuri își aduc contribuția cu ajutorul activității desfășurate, la creșterea calității vieții (sănătate, cultură, asistență socială), la formarea forței de muncă calificate (educație), la asigurarea unei funcționări eficiente a justiției, protecției proprietății private și securității cetățenilor, la reducerea ratei de criminalitate (poliție), reducerea riscului de instabilitate politică, creșterea coeziunii sociale, reducerea disparităților sociale (stări extreme de bunăstare sau sărăcie) și discriminarea împotriva femeilor sau grupurilor de minorități.

La rândul său, nivelul concurenței unei națiuni influențează într-o anumită măsură, prin intermediul

“diamond” becoming thus a national “system”. The national advantages result even from this evolution, generating in every country a matrix of own development, due to multitude of considered variables. This matrix is responsible of developing the competitive national advantages, thus by concurrency of some national activity sectors.

Defined as being “the degree in which a nation, on conditions of free and honest market, can produce goods and services that have to pass international markets’ testing, succeeding concomitantly to maintain and increase the real income of its citizens: in this way, concurrency represents a challenge applied not only on nations case, but also on all the regions and cities/resorts of the world.

A nation’s concurrency is influenced by the level of concurrency to each of the actors’ level participating on national economy. In a different way said, on performing a nation’s concurrency, all national economy sectors bring their contribution, and implicitly all national economy branches, respectively all the organizations within each branch.

Therefore, the productive sectors of national economy contribute, by their concurrency growth, on growing the IGP, added value, while other branches bring their contribution through developed activity, on growing the life quality (health, culture, social assistance), on forming qualified manpower, (education), on assuring the efficient functioning of justice, protection of private property and citizen’s security, on reducing criminality rate (police), reducing the political unsteadiness risk, increasing the social cohesion, reducing the social disparities (extreme wealth and bareness) and of discrimination against women and minority groups.

On its turn, the level of nation’s concurrency influences in a certain measure, through the means/instruments had at disposal: the national plans and

mijloacelor/instrumentelor vute la dispoziție: planurile naționale și politicile, în special de la procentajul dat de produsul intern brut, pentru dezvoltarea diferitelor ramuri, precum: educația, protecția de sănătate, cercetarea științifică, justiție, poliție și armată, cultură, și așa mai departe.

O analiză completă a indicatorilor, ce influențează și în final exprimă nivelul de concurență a unei națiuni a fost realizată de una din cele mai importante școli de afaceri ale lumii, IMD Lausanne, ce având experiența de peste 50 de ani asupra dezvoltării competențelor de conducere pentru managerii companiilor internaționale; s-au stabilit 323 criterii grupate în conformitate cu patru factori competitivi: cel bazat pe elaborarea „Cartea anuală a competitivității lumii”(„The World Competitiveness Yearbook”) – cel mai faimos raport anual asupra competitivității națiunilor – ce analizează condițiile oferite de mediul economic și de afaceri de la fiecare țară pentru stabilitatea concurenței companiilor. Acest raport analizează 60 de țări competitive și regiuni economice, pe baza a patru factori competitivi și criterii specifice de apreciere a acestora.

Cei patru factori competitivi evidențiați sunt: performanța economică, eficiența guvernamentală, eficiența afacerilor și infrastructura. Concurența comerțului extern din România a fost analizată în cadrul documentului „Strategiei Naționale de Export”, în timpul 2005-2009, ce a concluzionat următoarele:

- dezvoltarea internațională și concurența din sectorul de export al României va beneficia în conformitate cu o orientare strategică;
- cunoscându-se domeniul întins al economiei, exportul reprezintă o cale esențială de asigurare și menținere a unei creșteri economice ;

„Dezbaterea pentru o strategie națională de export” a recomandat în mod evident faptul că strategia trebuie să se bazeze pe stimularea și chiar crearea unor

politics especially from percentage given of IGP, for developing different branches as: education, health protection, scientific research, justice, police and army, culture, and so on.

A complete indicators' analysis that influence and finally express the level of concurrency of a nation was made by one of the most important world's business schools, IMD Lausanne, which having an experience of over 50 years over developing the leadership competencies of international companies managers, established 323 criteria grouped after four competitive factors: that grounded elaborating of „The World Competitiveness Yearbook”- the most famous yearly report over nations' concurrency- which analyses the conditions offered by economic and business environment from each country for steadiness of companies concurrency. This report analyses 60 competitive countries and economical regions, upon the basis of four competitive factors and specific appreciation criteria of those. The four competitive factors emphasized are: economical performance, governmental efficiency, efficiency of business and the infrastructure.

The external trade concurrency of Romania was analyzed within “National Export Strategy” document, during 2005-2009, which finalized that:

- international development and concurrency of Romania's export sector will benefit after a strategic orientation;
- being given the wide opening of economy, the export represents an essential way of assuring a maintained economical growth;

„The Pleading for an Export National Strategy” recommended obviously that strategy to center upon stimulating and even creating of competitive advantages within existing exporting sectors or in those sectors having high potential.

The international context of

avantaje competitive, în cadrul sectoarelor de export sau pentru acele sectoare ce au un potențial înalt.

Contextul internațional de comerț a fost dramatic schimbat în ultimii ani și continuă să se schimbe. Liberalizarea și globalizarea au indus o mobilitate mai bună de activități pentru lanțurile de produse și servicii. Astfel, concurența internațională este mai dinamică, iar avantajele competitive sunt mai volatile și mai puțin durabile.

În scopul contribuției asupra unei dezvoltări economice stabile, exporturile românești trebuie să se concentreze din ce în ce mai mult asupra unor avantaje competitive. Deoarece resursele pentru dezvoltarea exporturilor sunt mai puține, este esențial ca prioritățile dintre sectoare să fie clar stabilite. O prioritate este și va fi dată sectoarelor, sub-sectoarelor, produselor și serviciilor, ce contribuie foarte eficient asupra adăugării și menținerii valorii. Sectoarele de producție tradiționale, precum textilele și mobila, continuă a fi mai importante din motive social-economice, precum ocuparea forței de muncă. În ceea ce privește turismul, atenția este îndreptată asupra anumitor sectoare, precum turismul rural și ecologic, turismul balneo-medical, ce au ofertă foarte atractivă datorită culturii, tradiției, mediului unic și diversității biologice. Acestea sunt solicitate cel mai mult de către consumatori, iar focalizarea se centrează asupra capacității de creare. Asupra îmbunătățirii calității și a diversității acestor servicii. Există oportunități, în urma cărora se pot obține beneficii, prin formarea de grupurilor de produse românești, precum: viticultura, creșterea animalelor, meșteșugurile, cultura, etc. În afara îndreptării atenției asupra acestor sectoare, crearea de sinergii și conectarea acestor sectoare ar putea avea un impact pozitiv asupra creării și menținerii valorilor.

Ca rezultat, prioritatea strategică din România trebuie să urmărească avantaje competitive, dezvoltând capacitatea și competența sectoarelor de export, atrăgând investiții locale și străine și creând o

commerce has dramatically changed in the last years and continues to do it. Liberalization and globalization have induced a better mobility of activities on valuable chains of products and services. Thus, the international concurrency is more dynamic, and the competitive advantages are more volatile and less lasting.

In the view of contributing on a steady economical development, the Romanian exports have to be more and more centered on competitive advantages. Because the resources for developing exports are few, it is essential that priorities between sectors to be established. A priority is and will be given to these sectors, sub-sectors, products and services, which contribute most efficiently on value adding and maintaining. The traditional production sectors, as textiles and furniture continue to be important because of socio-economical reasons, such as occupying manpower. As concerns the tourism, certain sections of it are aimed, as rural and ecological tourism, the balneal-medical tourism, which have a very attractive offer due to culture, tradition, unique environment and biological diversity. These are requested the most by the consumers, and focalization is centered on creating capacity, on improving quality and diversity of these services. There are opportunities after which it can benefit by forming clusters for Romanian products as: viticulture, organic ranches, handicraft, culture, etc. Besides centering on these sectors as different sectors, creating of synergies among and aggregating of connecting these sectors might have a positive impact over value creating and maintaining.

As a consequence, the strategic priority of Romania has to be within competitive advantages, developing capacity and competency of exporting sectors, attracting local and foreign investments and creating an economy, able to develop within free trade conditions,

economie, capabile să se dezvolte în condiții libere de comerț, în cadrul unei piețe din ce în ce mai globalizate.

within a market more and more globalizing.

Bibliografie:

1. Porter, E. Michael, 1995, „The Competitive Advantage of Nations”, (McGraw Hill, New-York);
2. Pralea, Spiridon (coord.), 2006, „Teoria comerțului internațional”, (Editura Univ „Al. I. Cuza”, Iași);
3. Rainelli, Michel, 2004, „Comerțul Internațional: perspective generale; noua teorie a comerțului internațional” (Editura ARC, Chișinău);
4. Sută, Nicolae, 2004, „Comerț internațional și politici comerciale contemporane, vol. I și II”, (Editura Eficient, București);
5. Porter, E. Michael, 1995, „The Competitive Advantage of Nations”, (McGraw Hill, New-York);
6. Pralea, Spiridon (coord.), 2006, „Teoria comerțului internațional”, (Editura Univ „Al. I. Cuza”, Iași);
7. Rainelli, Michel, 2004, „Comerțul Internațional: perspective generale; noua teorie a comerțului internațional” (Editura ARC, Chișinău);
8. Sută, Nicolae, 2004, „Comerț internațional și politici comerciale contemporane, vol. I și II”, (Editura Eficient, București);

References: