

Partea I

**LOGICA NEGOTULUI:
TERITORII ȘI FRONTIERE
INTELECTUALE**

PIATRA FILOSOFALĂ A COMPETITIVITĂȚII. ȘLEFUIND “DIAMANTUL LUI PORTER”

OVIDIU FOLCUȚ

I. Teza (teoriei porteriene a avantajului competitiv al națiunilor)

În 1989, Michael Porter propune un model care să explice rolul țărilor în identificarea și menținerea avantajelor competitive ale firmelor pe piețele internaționale.

Modelul pornește de la următoarele premise (Porter 1990):

- o țară poate să influențeze avantajele competitive într-un anumit sector industrial, în care concurează un anumit număr de firme
- chiar pentru societățile transnaționale, o țară poate să ofere avantaje competitive diferite, ca țară de origine sau ca țară gazdă
- competitivitatea are un caracter dinamic (Schumpeter); inovațiile au rol de forță motrice în această schimbare continuă și determină firmele să abandoneze inerția cu care sunt obișnuite.

Prezentarea generală a teoriei. Pornind de la aceste idei, Porter propune identificarea și întărirea continuă ale unui sistem de condiții care determină avantajele competitive ale unei țări.

“*Diamantul lui Porter*” cuprinde următoarele elemente:

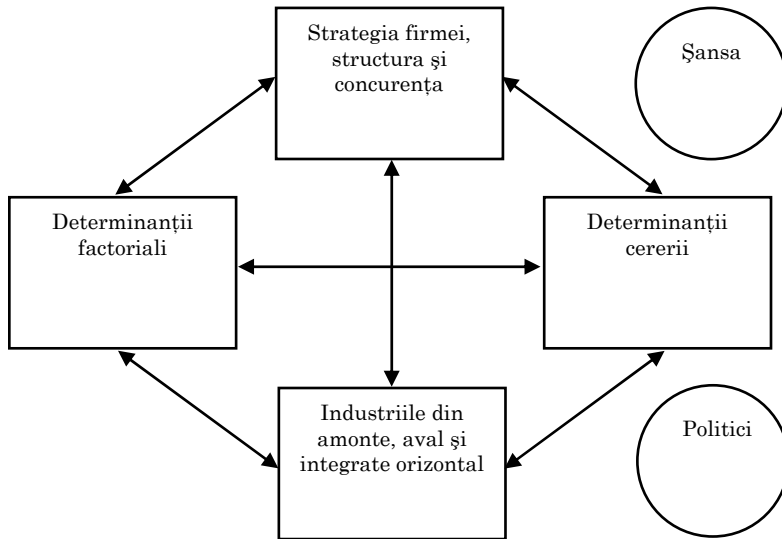
- 1) *determinanții factoriali*
- 2) *determinanții cererii*
- 3) *industriile pe din amonte și din aval*
- 4) *strategia și structura firmelor, precum și concurența dintre acestea*

Elementele fundamentale ale diamantului sunt influențate decisiv uneori de:

- 5) *climatul internațional*
- 6) *acțiunea guvernamentală*

Componentele acestui sistem sunt interconținuate (vezi Figura 1), evoluția lor depinzând de masa critică pe care ele o creează la nivelul economiei. Tratarea distinctă a fiecărui factor dă posibilitatea adoptării unei politici naționale generatoare de creștere economică.

Figura 1: Determinanții avantajelor competitive naționale



Sursa: Porter (1990, p. 72).

Determinanții competitivității globale definesc contextul în care firmele apar și concurează atât separat, cât și, mai ales, într-o manieră sinergică. Acest climat are nevoie de și oferă **resurse și cunoștințe** pentru a alimenta atuurile concurențiale specifice unui sector; **informațiile** care indică oportunitățile ce trebuie avute în vedere; **direcția** în care trebuie alocați factorii de producție; **obiectivele** care trebuie vizate de acționari, manageri și salariați și **presiunile și amenințările** la care sunt supuse firmele pentru a fi flexibile și inovative. Companiile dobândesc avantaje competitive în locul de activitate care le permite să obțină acumulările adecvate de active și cunoștințe specializate, acolo unde primesc prompt și sugestiv informații despre cerințele pieței, unde țelurile proprietarilor, managerilor și lucrătorilor converg spre investiții durabile; unde climatul macroeconomic este mai dinamic și provocativ (Miron 2003). Folosind cuvintele lui M. Porter, firmele reușesc “**acolo unde diamantul național este cel mai favorabil**” (Porter 1990, 72). Cu cât este mai complex și mai dinamic mediul economic dintr-o țară, cu atât este mai probabil ca unele companii să eșueze **dacă nu internalizează și nu valorifică adecvat cerințele acestuia**. Diamantul este un sistem matriceal compozit, combinații

diferite de determinanți influențând diferențiat diferite sectoare. La cele patru colțuri ale sistemului se adaugă, în circumstanțe specifice, **șansa și acțiunile autorităților publice.**

1) Determinanții factoriali arată poziția unei țări din punctul de vedere al factorilor de producție de care are nevoie pentru a concura într-o anumită industrie. Teoria economică modernă a avantajelor competitive demonstrează că elementul determinant pentru ca o țară să fie competitivă nu este dotarea naturală cu factori de producție (așa cum susțineau teoriile clasice și neoclasicе), ci crearea și apariția de noi factori sau îmbunătățirea celor existenți.

Porter clasifică factorii de producție în următoarele categorii:

- a) *resurse umane* – definite prin cantitate, nivel de pregătire, costuri ale forței de muncă, programul de muncă, atitudinea față de muncă, disciplină
- b) *resurse naturale* – pământul, apa, resursele minerale, pădurea (pot fi incluse aici și clima, poziția geografică, abundența și accesibilitatea acestor resurse)
- c) *resursele de cunoștințe* – au în vedere suma cunoștințelor științifice, tehnice și de marketing referitoare la producerea și comercializarea bunurilor și serviciilor care se regăsesc în sistemul universitar, institute de cercetare, sistem informațional și bănci de date
- d) *resurse de capital* – mărimea și costul capitalului disponibil pentru producție determinat de rata economisirilor din respectiva economie și structura pieței financiare naționale, diferite de la un sat la altul, în pofida globalizării piețelor de capital
- e) *infrastructura* – cuprinde sistemele de transport, poștă și telecomunicații, sistemele de plată și transfer al banilor, precum și elemente de infrastructură ce determină atractivitatea unei țări, pentru calitatea vieții și a condițiilor de muncă (cultură, sănătate).

Luând în considerare mobilitatea crescândă a factorilor de producție, este mai puțin important accesul directiv la unii din ei, cât mai ales eficiența economică și financiară cu care aceștia sunt alocați și utilizați.

Potrivit aceluiași model, factorii de producție mai pot fi clasificați în:

- a) *factori de bază* – care cuprind resursele naturale, condițiile de climă, poziția geografică, forța de muncă necalificată sau slab calificată și care se întâlnesc în toate țările, însă în proporții diferite. Astfel de factori se moștenesc din generație în generație și necesită investiții mici pentru menținere și dezvoltare, dar oferă

avantaje fragile, pe termen scurt și astfel mai puțin se dovedesc importanți pentru competitivitatea unei țări

- b) *factori de vârf* – infrastructura modernă (magistrale informatice, poștă și coletărie rapidă, comunicații digitale), personal înalt calificat, institute de cercetare, toți fiind mai rari decât factorii de bază. Cei mai mulți dintre acești factori se creează în timp prin investiții importante.

Factorii de producție de bază pot explica schimburile comerciale intersectoriale. Factorii avansați sunt cei mai importanți pentru dobândirea și conservarea avantajelor competitive și se valorifică pe calea diferențierii gamei de produse și creșterii ponderii celor intensive tehnologic.

O altă clasificare a factorilor de producție este în funcție de specificul lor în:

- a) *factori generalizați* – sistemul de transporturi și telecomunicații, sistemul bancar, sistemul de învățământ, care pot fi la îndemâna mai multor sectoare economice, fiind disponibili în mai multe țări
- b) *factori specializați* – personal înalt calificat, infrastructură specială, localizați într-un număr limitat de sectoare economice. Crearea lor presupune investiții mai mari, cu un nivel de risc mai ridicat, plecând de la existența factorilor generalizați. Sunt destul de rari, dar sunt esențiali pentru crearea și menținerea unor forme diverse ale avantajelor competitive.

Dacă menținerea și dezvoltarea factorilor de bază și generalizați este de competența organismelor și instituțiilor publice, obținerea de factori avansați face obiectul unor colaborări între sectorul public și privat. Nicio țară nu-și poate dezvolta toți factorii de producție, evoluția acestora fiind dependentă și de celelalte condiții ale avantajelor competitive ale țării.

2) Cererea internă – piața internă, în pofida globalizării, joacă în continuare un rol important în formarea avantajelor competitive. Exigența și structura pieței interne determină nivelul calitativ al produselor (vezi cazul industriei germane constructoare de autoturisme, unde câteva firme de renume mondial au beneficiat din plin de pe urma exigenței cererii de pe piața internă). Situația este diferită în țările dezvoltate, care impun standarde internaționale plecând de la satisfacerea cererii interne față de țările în dezvoltare și de cele în tranziție, care-și dezvoltă factorii de producție preponderent pentru a se alinia la standardele internaționale. O piață exigentă și sofisticată menține preocuparea producătorului de a corespunde acestor exigențe, iar fluxurile comerciale și de investiții directe contribuie la structurarea și dezvoltarea pieței interne. Dacă exigențele de pe piața internă anticipează și nivelul cererilor de pe alte piețe, atunci firmele naționale dobândesc avantaje competitive. Pentru o economie în

tranziție, care nu dispune practic de o tradiție în funcționarea pieței interne, o contribuție esențială la formarea acestei piețe o pot aduce investițiile străine directe, care transferă tehnologii și procese deja consacrate într-o serie de alte economii dezvoltate. În cazul unei țări mari, cu piață de dimensiuni ridicate, este stimulată dezvoltarea și se pot face investiții în producerea pe scară largă a bunurilor, în timp ce în cazul unei țări mici, cu o piață limitată, singura șansă pentru a ajunge la o economie de scară este extinderea pe piețele externe. Piața internă poate dezvolta avantajele competitive ca urmare a internaționalizării cererii interne și a distribuției produselor naționale în străinătate. Atunci când printre consumatorii interni se regăsesc și o serie de persoane străine, în calitate de beneficiari atât ocazionali (turiști sau oameni de afaceri), cât și permanenți (filiale ale transnaționalelor străine), iar exigențele acestora sunt ridicate, firmele naționale sunt determinate să-și îmbunătățească produsele. Există și situația inversă, în care exigențele aparținând unor piețe sunt transmise și altor piețe prin pregătire, demonstrații etc.

Efecte pozitive pentru competitivitate rezultă din concurența inovatoare din interiorul branșei indigene, prin căile relativ scurte de comunicare și similitudinea culturală în țara de origine a întreprinderii, când se ajunge la un schimb curent de idei și concepții. Dacă se adaugă la concurența mare din interiorul țării o concentrare spațială și împletituri pe partea de schimbare a întreprinderilor și industriilor strâns unite, atunci se formează, după Porter, “**mănunchiuri de întreprinderi**”, care au influența deosebit de favorabilă asupra celorlalte elemente ale “diamantului”. Astfel de “mănunchiuri de întreprinderi” pot apărea în orașe (de exemplu, Detroit pentru industria americană furnizoare de automobile, mașini și piese de schimb auto), regiuni (de exemplu, Silicon Valley) sau pe zone mai extinse.

3) Industriile din amonte și cele din aval, care furnizează subansamble pentru obținerea produsului finit, contribuie la creșterea competitivității internaționale a producătorului dacă sunt situate în aceeași țară, ușurând astfel accesul rapid la materialele componente. Dacă furnizorii sunt competitivi și la nivel internațional, trebuie sprijiniți să exporte, deoarece pot aduce avantaje suplimentare. O țară devine cu atât mai competitivă, cu cât are o industrie pe orizontală și pe verticală mai concentrată și mai specializată, care poate aduce noutăți; contribuția ei la creșterea productivității internaționale depinde însă și de alte condiții.

4) Strategia, structura firmelor și promovarea concurenței determină competitivitatea internațională a unei țări prin modul în care sunt