

## COMPETITIVITATEA - ATRIBUT AL COMPETIȚIEI INTERNE

## COMPETITIVENESS - ATTRIBUTE OF INTERNAL COMPETITION

**BARBĂNEAGRĂ Oxana, dr., conf.univ.,**  
Academia de Studii Economice a Moldovei,  
[oxanaciobanu@yahoo.fr](mailto:oxanaciobanu@yahoo.fr)

**BARBĂNEAGRĂ Grigore, student,**  
Academia de Studii Economice a Moldovei,  
[grigorebarbaneagra@gmail.com](mailto:grigorebarbaneagra@gmail.com)

**Abstract.** Market economy means permanent competition, usually harsh, sometimes even fierce, between economic units present on a particular market, to impose its products and services and to obtain higher turnover, profits and market segments. Under the current competitive market, where well-informed, educated and protected consumers tend to buy only high-quality, low-cost products. How is this possible?

**Keywords:** efficiency, competitiveness, rationality, optimization, competitive advantage

**Introducere.** În viața de zi cu zi unitățile economice întâmpină dificultăți în a răspunde satisfăcător la cerințele mereu schimbătoare ale consumatorilor. În funcție de viteza cu care răspunde la modificările și la exigențele consumatorilor unitatea economică va înregistra un avantaj competitiv sau din potrivă, un dezavantaj. În actualul context economic, activitatea oricărei unități economice se desfășoară într-un mediu dinamic și agresiv, inducând o raportare permanentă la cererea de piață, o anticipare a mișcărilor concurenței. Mediul economic actual, impune unităților economice să se diferențieze de concurenți printr-o preocupare continuă și consecventă în vederea creșterii gradului de prosperitate și realizării obiectivului de maximizare a profitului.

**Rezultatele cercetării.** Conform teoriei economice generale, orice unitate economică urmărește obiectivul de maximizare a profitului. Însă, în condițiile reale, unitatea economică fiind un organism complex, nu-și poate limita obiectivele doar la maximizarea profitului, adesea unitățile economice urmărind și unele obiective alternative cum ar fi:

- ⇒ Obținerea unui profit satisfăcător – obiectiv ce poate fi atins prin menținerea cotei de piață și a nivelului vânzărilor care demonstrează viabilitatea întreprinderii, loialitatea cumpărătorilor față de produsele companiei, competitivitatea și oportunitatea de creștere și dezvoltare .
- ⇒ *Supraviețuirea* - în vederea atingerii scopului de supraviețuire unitatea economică va aplica o politică anti-criză care presupune mobilizarea întregului potențialul posedat de către aceasta.
- ⇒ *Creștere și diversificare* – orientarea către diversificare și creștere creează posibilitatea atingerii într-o perioadă mai îndelungată a altor obiective de către unitatea economică – creșterea profitului, creșterea vânzărilor, creșterea dividendelor, creșterea valorii acțiunilor.

Pornind de la obiectivele urmărite de către unitatea economică și specificul mediului în care își desfășoară activitatea, totalitatea proiectelor inițiate de către aceasta urmează a fi abordate prin prisma raportării rezultatelor obținute, fie la scopul fixat inițial, fie la rezultatul final obținut. O astfel de abordare a unității economice pornește de la raționamentul conform căruia activitatea desfășurată de către aceasta trebuie să se caracterizeze prin raționalitate și eficiență.

În sens strict etimologic eficiența ne arată calitatea unei activități economice de a produce un efect pozitiv. Deoarece noțiunea „eficiență” e o categorie economică complicată și diferiți autori o argumentează în mod diferit, este primit ca în calitate de unitate de măsură sau apreciere a unor sau altor acțiuni efectuate, să se evalueze criteriul eficienței economice.

Criteriul eficienței economice se compune din două părți componente: calitativă și cantitativă. Partea calitativă a criteriului constă în aceea că ea reflectă esența relațiilor de producere apropiindu-se la maximum de scopul producerii. Partea cantitativă, este exprimată printr-un sistem de indicatori ai eficienței.

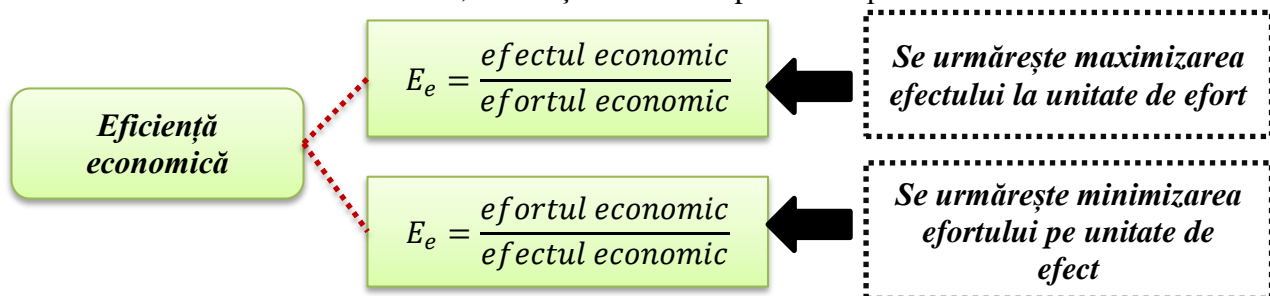
Eficiența economică reprezintă raportul dintre rezultatele unei activități desfășurate și totalitatea cheltuielilor ocazionate de realizarea ei, respectiv, relația efect și efort. În contextul analizei eficienței, *efectele* rezultate din activitatea desfășurată de către unitatea economică sunt exprimate prin indicatori precum producția brută, cifra de afaceri, valoarea adăugată brută sau netă, profitul brut, profitul net etc., iar *efortul* este exprimat prin consumul de resurse de muncă, capital, energetice, financiare etc.

Se consideră că activitatea unității economice este eficientă din punct de vedere dacă bunurile oferite, serviciile prestate presupun costuri reduse, sau dacă încasările obținute din vânzarea rezultatelor activității desfășurate depășesc cheltuielile suportate.

Locul celor doi termeni (efort și efect) în exprimarea eficienței unității economice are semnificația sa:

- + se raportează efortului deus la efectele obținute în situația în care resursele economice prin caracterul lor limitat, sunt prioritare în deciziile managerilor, urmărindu-se evidențierea consumul acestora pe unitatea de rezultat;
- + se raportează efectele obținute la efortul deus pentru situația în care atingerea unui nivel al activității economice constituie obiectul deciziei managerilor, resursele disponibile urmând a fi angajate în acest scop.

Conform celor relatate mai sus, eficiența economică poate fi exprimată matematic sub 2 forme:



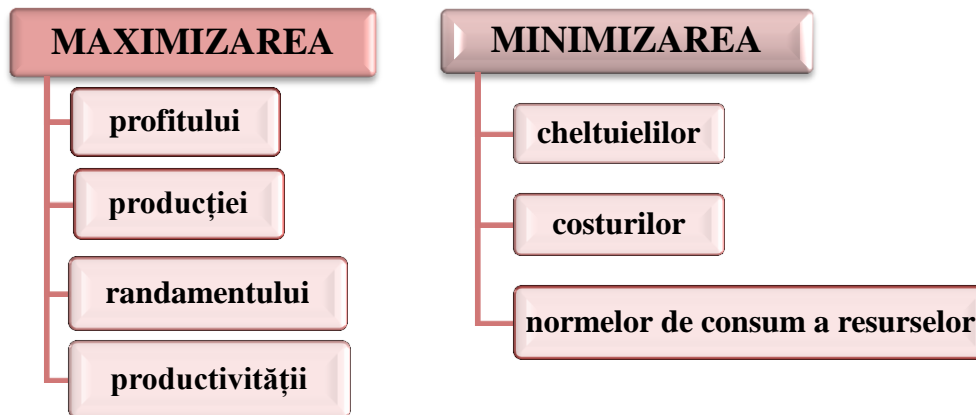
**Figura1. Expresia matematică a eficienței economice**

Sursa: elaborat de autor

Conform imaginii de mai sus creșterea eficienței unității economice rezultă atât din creșterea efectelor cât și din diminuarea eforturilor. Deciziile luate de către unitatea economică, în exemplul descris mai sus, sunt fundamentate pe principiile de raționalitate.

Raționalitatea activităților desfășurate de către unitatea economică este relevantă de profitul obținut, căruia i se mai spune și beneficiu. Asocierea raționalității unității economice cu profitul obținut, derivă din obiectivul general urmărit de către aceasta.

Deoarece profitul unității economice corespunde excedentul veniturilor peste cheltuielile suportate, comportamentul rațional la nivel de unitate economică presupune găsirea de soluții, care în ultimă instanță constau în aplicarea principiilor de maximizare și/sau minimizarea:



**Figura 2. Principiul de maximizare și minimizarea**

Sursa: *elaborat de autor*

Atât principiul de maximizare cât și cel de minimizare sunt orientate către creșterea profitabilității firmei, maximizarea fiind principiul de raționament în cazul abordării efectelor rezultate din activitatea economică iar minimizarea principiu de raționament în cazul abordării eforturilor unității economice în vederea producerii bunurilor, prestării serviciilor.

În vederea sporirii eficienței economice, paralel cu aplicarea principiilor de maximizare și/sau minimizare unitatea economică aplică și principiul de optimizare<sup>22</sup>. Optimizarea proceselor economice constă în alegerea și aplicarea celei mai bune soluții dintre mai multe posibile pentru realizarea scopului urmărit.

Conform definiției, principiul de optimizare este aplicat de către unitate economică în condițiile în care pentru atingerea obiectivului urmărit (*sau pentru soluționarea unei probleme cu care se confruntă*) există diverse oportunități decizionale, funcția managerilor constând în selectarea celei mai bune dintre acestea. Multitudinea de oportunități pe care le are unitatea economică este determinată de existența mai multor variabile cu impact asupra profitabilității unității economice. În astfel de condiții luarea unor decizii la nivel de unitate economică au efecte pozitive (în sensul impactului asupra profitului unității economice) asupra unor variabile și negative asupra celorlalte.

Economia de piață înseamnă competiție permanentă, de regulă dură, uneori chiar acerbă între unitățile economice prezente pe o anumită piață, pentru a-și impune produsele și serviciile și pentru a obține cifre de afaceri, profituri și segmente de piață cat mai mari. În condițiile pieței concurențiale actuale, în cadrul căreia consumatorii, bine informați, educați și protejați tind să achiziționeze doar produse cu raport calitate înaltă - preț redus.

<sup>22</sup> Zaman, Gh., Geamănu, M. Eficiență economică. București, 2006, p.21

În acest context, asigurarea competitivității reprezintă un deziderat al unității economice care presupune dezvoltarea unor noi atuuri concurențiale sau fortificarea celor existente, toate în raport cu oportunitățile și amenințările care caracterizează mediul de afaceri.

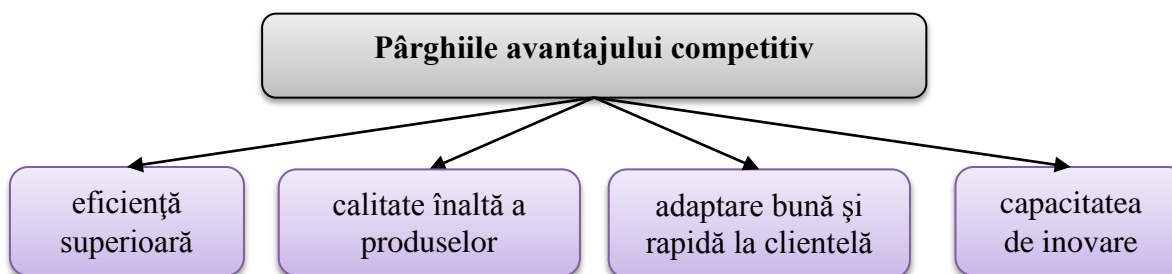
În abordare clasică, competitivitatea nu este altceva decât un „echilibru dinamic între eficiență și eficacitate”<sup>23</sup>. Relația generică eficacitate-eficiență arată faptul că o unitate economică este viabilă pe piață în momentul în care nivelurile de eficiență și eficacitate ale sistemului său de afaceri ating cel puțin valori minime de performanță. Nivelul minim al performanței este impus de piață (clienți și competitori). Cu cât concurența este mai acerbă, cu atât este mai plauzibil ca nivelul minim de performanță să fie mai ridicat.

O unitate economică competitivă pune în evidență caracteristici comune, dar și competențe particulare care i-ar asigura eficiența. Prin urmare, resursele și competențele care pot fi clasificate ca active strategice, având capacitatea de a asigura profituri durabile, trebuie să fie rezistente, cu risc scăzut de a fi însușite, transferate sau imitate.

Competențele de esență ale firmei se împart în două categorii:

- operaționale;
- de sistem, legate de eficacitate și de eficiență<sup>24</sup>.

Unitatea economică care dispune de un avantaj competitiv realizează o performanță superioară comparativ cu concurenții. Astfel putem identifica patru pârghii în vederea obținerii avantajului competitiv<sup>25</sup> (fig.3):



**Figura 3. Pârghiile avantajului competitiv**

Sursa: *elaborat de autor*

Așa dar, **în concluzie**, obținerea competitivității permite unității economice de a rezista concurenței pieței. Acest deziderat este asigurat de o serie de factori interdependenți care alcătuiesc un cerc vicios: profitabilitatea ⇒ majorarea eficienței economice ⇒ investirea profiturilor în perfecționarea și dezvoltarea activităților ⇒ majorarea capacităților de cercetare-inovare ⇒ îmbunătățirea calității produselor concomitent cu reducerea costurilor ⇒ extinderea piețelor datorită unui raport preț/calitate avantajos pentru consumator ⇒ extinderea capacităților de producție și

<sup>23</sup> Porter, M., Despre concurență. București, Editura Meteor Press, 2008, p.36

<sup>24</sup> Faulkner, D., Bowman C. Elemente de strategie concurențială. București: Teora, 2000, p.29-32.

<sup>25</sup> Petrovici, V. Bazele managementului. Ed. Muntenia, Constanța, 2006, p.54

angajarea de noi salariați ⇒ adaptarea produselor existente la cerințele în schimbare ale clienților ⇒ conceperea și lansarea pe piață a unor produse noi ⇒ obținerea rezultatelor profitabile.

**Referințe bibliografice:**

1. Faulkner D., Bowman C. Elemente de strategie concurențială. București: Teora, 2000, p.29-32.
2. Petrovici, V. Bazele managementului. Ed. Muntenia. Constanța, 2006
3. Porter, M., Despre concurență. București, Editura Meteor Press, 2008
4. Voinea, L. , C., Valentin, Lungu, L., Dumitru, S., Șerb, I.,Manual de evaluare a competitivității regionale. București, 2007
5. Zaman, Gh., Geamănu, M. Eficiență economică. București, 2006