

CLASTERUL- BAZĂ PENTRU CREȘTEREA COMPETITIVITĂȚII ÎNTEPRINDERILOR DIN INDUSTRIA UȘOARĂ

GHEORGHÎȚA Maria
Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *The given article presents the current situation in Moldovan light industry with the focus on the role this industry plays in the national economic development, in terms of export inclusive. The author draws particular attention to the evolution of the local light industry, showing the current trends as well as those quantitative and qualitative changes that have taken place in recent years and how they influenced the industry development. The given article focuses on the importance of implementation of new models of cooperation between companies. It is cluster that will enable the local companies to get skills and knowledge required. The paper presents the possible model for creating the premier cluster in Moldovan light industry.*

Cuvinte cheie: *industria ușoară, competitivitate, cluster, lanț valoric, centru de excelență.*

La etapa actuală concurența se manifestă într-o manieră foarte dinamică, de aceea firmele trebuie să-și determine strategii de afaceri bazate pe anumite avantaje competitive. Aceste avantaje competitive trebuie să se bazeze în primul rând pe inovare și utilizarea cât mai eficientă a resurselor utilizate de întreprindere. Cu alte cuvinte, avantajele competitive astăzi sunt tot mai mult și mai mult focusate pe asigurarea corelației optime calitate – preț, ceea ce înseamnă că firmele trebuie să ofere clientului ceea ce el dorește, atunci când el dorește (calitate) la prețul la care el dorește. Pentru a fi puternice și a putea asigura această corelație va trebui ca firmele să fie cât mai unite. Pe lângă reuniunile clasice de firme, de tipul camerelor de comerț sau al asociațiilor patronale, unul din mijloacele de reunire a intereselor comune de afaceri îl reprezintă clusterul.

Clusterul este considerat unul din cele mai răspândite modele ale economiei mondiale, care generează un impact considerabil asupra sporirii eficienței și creșterii competitivității.

Conform definiției lui Michael Porter “Clusterelor reprezintă concentrări geografice de companii și instituții aflate în interconexiune și care se manifestă într-un anumit sector-domeniu de activitate. Acestea înglobează o gamă largă de industrii și de entități care joacă un rol în manifestarea companiei: furnizori specializați de înțrări, de infrastructură, se extind și în aval cuprinzând canale de distribuție și clienți, dar și în lateral capacitând laolaltă și producătorii de bunuri complementare ori companiile din industrii care au același tip de înțrări, aceleași tehnologii ori aceleași abilități ale resurselor umane de care dispun. În interiorul clusterelor pot fi întâlnite organisme guvernamentale sau instituții de învățământ, de standardizare, centre de formare vocațională, asociații patronale care asigură instruire specializată, educație informare, cercetare și suport tehnic” [2].

Un cluster poate fi localizat teritorial diferit și poate cuprinde de la cele mai mici comunități teritoriale – oraș, raion, până la regiuni de stat - zona de nord, centru, sud, sau regiuni aparținând anumitor zone – zonă economică liberă.

Despre clustere, mai precis despre elementele care fac diferența între clusterelor de succes și cele care nu reușesc, Michael Guth, senior councillor la organizația ZENIT (CIT - centrul pentru inovație și tehnică din Renania Nord-Westfalia) spunea: „Dacă te uiți la clusterelor în cadrul cărora se cooperează cu succes vezi numai 2-3 trăsături care asigură succesul clusterului:

Prima: clusterelor de succes au în centru o persoană puternică, o persoană care urnește acel cluster și îl face să meargă înainte. Poate fi un director de la universitate, poate fi un om de afaceri local. Ei vin cu ideea privind ce ar putea face un anumit cluster pentru ca sectorul de afaceri respectiv să progreseze. Este vorba de leadership.

A doua: clusterelor au nevoie de încredere între persoanele care colaborează în cadrul lui. Dacă nu reușești să obții această încredere reciprocă, oamenii nu vor fi în stare să coopereze.

A treia: Clusterelor reprezintă întotdeauna cooperarea între business și mediul academic. Nu este vorba atât de încredere între industrie și mediul academic, cât despre găsirea limbii comune.

În Moldova, pe lângă caracterizarea clusterului ca fiind “o aglomerare spațială” de companii (din cauza nivelului scăzut de cooperare între firme și între sectoarele public și privat), trebuie să facem distincția între două tipuri de clusterelor: clusterelor naturale și clusterelor “publice”. La etapa actuală statul tot mai mult promovează aglomerarea de firme prin politici publice. Clusterelor „publice” sunt rodul acestor politici. Aceasta înseamnă că statul prin lege încearcă să formeze anumite clusterelor care au statut fie de parcuri industriale, fie de parcuri științifice și tehnologice, etc. La etapa actuală în scopul implementării și dezvoltării unui mecanism de asociere a agenților economici, în formă de cluster, pentru dezvoltarea eficientă și competitivă a ramurilor industriale guvernul Republicii Moldova prin HG Nr. 614 din 20.08.2013 a adoptat Concepția dezvoltării clusterelor a sectorului industrial al Republicii Moldova. Printre ramurilor industriale, cu cel mai înalt potențial pentru dezvoltarea clusterelor se regăsește și industria ușoară, una din ramurile prioritate ale industriei.

Industria ușoară este considerată una din cele mai dinamice ramuri la nivel mondial datorită faptului că termenul de recuperare a investițiilor este destul de redus, rotația mijloacelor circulante este rapidă, ceea ce permite acumularea profiturilor înalte pe parcursul anului, forța de muncă nu cere o pregătire îndelungată, cererea la produsele industriei ușoare este destul de mare, iar adaptarea la cerințele consumatorilor este rapidă și permite menținerea fidelității lor. Acești factori au contribuit la dezvoltarea accelerată a industriei ușoare în multe țări din Europa de Vest, îndeosebi în Italia, Germania, Anglia, Franța, Spania fapt care este demonstrat prin ponderea volumului de producție al industriei date în total produs industrial. Și în Republica Moldova industria ușoară are o pondere de cca. 7% în total produs industrial, ceea ce reprezintă o pondere destul de semnificativă.

Industria ușoară reprezintă o ramură al cărei ritm de creștere, începând cu anul 2005, a fost an de an superior celui înregistrat pe ansamblul industriei, până în anul 2009, an când puternic s-a resimțit influența crizei economice europene (vezi fig. 1).

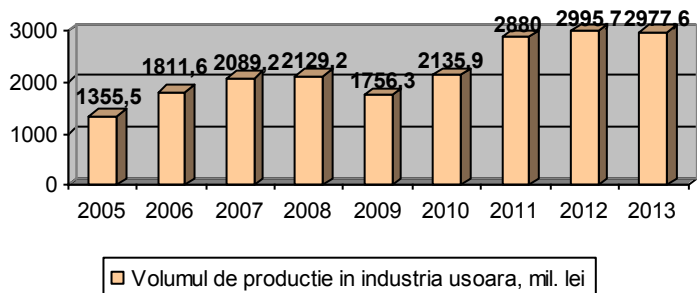


Figura 1: Dinamica volumului de producție a bunurilor industriei ușoare
 Sursa: Sistematizat de autor in baza datelor BNS [1]

Totuși, începând cu anul 2010 industria ușoară din Republica Moldova a cunoscut din nou o creștere și mai pronunțată. In anul 2013 volumul de producție a bunurilor industriei ușoare a crescut de aproximativ 1,7 ori față de anul 2009, fapt ce i-a permis acestei industriei sa se situeze in topul exporturilor tarii cu o pondere de cca. 17% in total export.

Creșterea atât de semnificativa a volumului de producție s-a datorat la doi factori importanți, care se afla intr-o strânsă interdependență, si anume: creșterea cererii, îndeosebi pe piața externă și creșterea numărului de întreprinderi, pentru a satisface această cerere. Astfel, pe parcursul ultimilor 7 ani numărul de întreprinderi din industria ușoară a crescut cu cca. 110 de unități (fig.2).

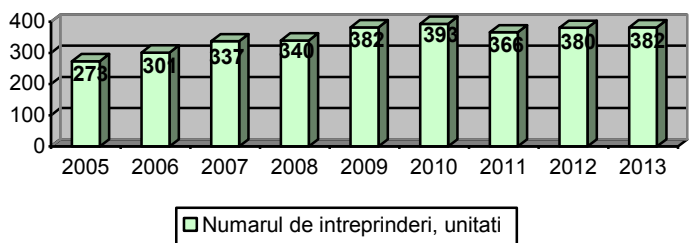


Figura 2: Dinamica numărului de întreprinderi
 Sursa: Sistematizat de autor in baza datelor BNS [1]

Datele din figura 2 reflecta o creștere destul de semnificativa a numărului de întreprinderi din industria ușoară de la 273 de întreprinderi in anul 2005 la 382 de întreprinderi in anul 2013 sau de peste 1,4 ori. Aceasta creștere s-a datorat in primul rând creșterii cererii la serviciile C&M (croit-cusut), servicii pe care le oferă clienților străini mai mult de 85% din numărul total al întreprinderilor din industria ușoară.

Necesar de menționat ca in industria ușoară cca.95% din numărul de întreprinderi sunt întreprinderi private, iar ca mărime practic toate sunt întreprinderi mici si mijlocii (fig.3).

Întreprinderile mici si mijlocii sunt destul de flexibile in ceea ce privește preluarea comenzilor mici, care astăzi au devenit tot mai frecvente si termenul de livrare destul de redus. Aceste doua avantaje de comun cu costul unui minut standard destul de atractiv si o calitate înaltă a serviciilor generează o cerere sporita din partea clienților europeni.

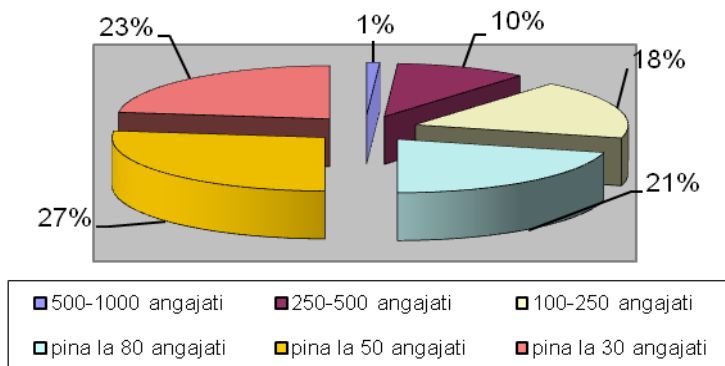


Figura 3: Structura întreprinderilor după numărul de angajați, %
 Sursa: Sistematizat de autor in baza datelor BNS [1]

Industria ușoară practic este unica industrie a republicii care are o amplasare destul de uniformă pe întreg teritoriul republicii. Actualmente cca 50% din numărul total de întreprinderi sunt amplasate în zona de centru, câte cca.10% din numărul total de întreprinderi sunt amplasate în zona de sud și UTA Găgăuzia și restul 30% în zona de nord a țării. Această industrie a contribuit la crearea a cca. 20300 locuri de muncă, ceea ce astăzi constituie peste 17% din numărul total de angajați în industrie, atrăgând preponderent populație din aria rurală. Un alt moment important este și contribuția acestei industrii la formarea bugetului administrațiilor publice locale

În ciuda faptului că industria ușoară este o ramură prioritară a economiei naționale a Republicii Moldova, aceasta are și anumite părți slabe cum ar fi:

1. Un număr foarte mare de întreprinderi sunt axate pe prestarea serviciilor C&M (croit-cusut) pentru clienții străini (europeni) care le asigură o valoare adăugată foarte redusă și nu permite implicarea lor în cercetare-dezvoltare;
2. Comandarea acestor servicii în întreprinderile moldovenești este strict dictată de corelația calitate-preț care mai este încă atractivă. Cum numai această corelație începe a nu-i satisface pe clienții străini aceștia își mută afacerile în alte țări cu un cost al forței de muncă mai ieftin.
3. Criza economică în care s-au pomenit țările europene, clienții principali ai întreprinderilor moldovenești își va lăsa amprenta asupra întreprinderilor moldovenești prestatoare de servicii CM, ceea ce se va reflecta asupra industriei ușoare prin reducerea comenzilor.
4. Întreprinderile industriei ușoare din republică nu dispun de cunoștințe suficiente cum ar fi crearea conceptului de produs, elaborarea tiparelor, cunoașterea furnizorilor de materie primă și accesorii pentru a putea dezvolta modelele de business care ar da posibilitate să capteze valoare adăugată mai înaltă.

Aceste părți slabe ale industriei ușoare diminuează gradul de competitivitate al ramurii. Înlăturarea lor ar fi posibilă datorită trecerii la alte scheme de producere. Cea mai înaltă valoare adăugată se asigură atunci când întreprinderea produce și comercializează bunurile sub marca proprie. Lucrul sub această schemă impune ca întreprinderea să dispună de designeri talentați care ar fi la curent permanent cu tendințele modei și ar fi capabili să efectueze design industrial în baza căruia s-ar

elabora colecții sezoniere (toamnă-iarnă, primăvară-vară), ar prezenta aceste colecții la expozițiile specializate și ar poseda o rețea eficientă de comercializare. De asemenea este nevoie ca întreprinderea să posede o marcă comercială proprie, să investească în ea pentru a o transforma într-un brand pe care l-ar promova activ.

Trecerea de la sistemul CM la alte sisteme de cooperare cu clienții străini impune întreprinderilor din industria ușoară modificarea structurilor organizatorice existente, angajarea personalului cu cunoștințe și abilități în domeniul aprovizionării, designului, creării colecțiilor, procurarea și implementarea sistemelor de proiectare CAD, formarea bazei de date a furnizorilor de materie primă, vizitarea expozițiilor de materii prime și accesorii, finanțarea capitalului de lucru, etc.

Actualmente în republică, cu asistența Proiectului USAID CEED II (Creșterea Competitivității și Dezvoltarea Întreprinderilor), mai mult de 70 de întreprinderi ale industriei ușoare produc și comercializează bunuri sub marca proprie. Primele succese deja sunt. Cu asistența proiectului aceste întreprinderi au obținut primele cunoștințe și abilități în domeniul elaborării conceptului de produs, construirii tiparelor, acumulării informațiilor despre furnizorii de materii prime și accesorii, despre tehnicile de vânzări, prezentare a produselor în sistemul comercial și de promovare. În ceea ce privește promovarea și comercializarea există deja primele exemple de cooperare. Mai mult de 30 de întreprinderi ale industriei ușoare în comun susținerea proiectului USAID CEED II au lansat campania de promovare în comun Din inimă branduri de Moldova, care a demonstrat că în urma unei cooperări eficiente au de câștigat toate întreprinderile. Primele rezultate ale promovării în comun au asigurat o creștere a vânzărilor cu 65 de lei la fiecare leu investit în campania comună de promovare. Aceste cooperări reprezintă premise clare de formare a clusterului în industria ușoară a Republicii Moldova și de crește nivelul competenței și a gradului de competitivitate al acestei industrii

Dat fiind faptul că proiectele de asistență tehnică sunt temporare, iar întreprinderile din industria ușoară necesită elaborarea și implementarea unor strategii corecte de marketing, crearea, menținerea și promovarea corectă a imaginii corporative care ar corespunde cerințelor brandului, fapt care de regulă contribuie la formarea cererii, determinarea corectă a segmentului de piață țintă pentru a putea forma o politică de produs corectă, care ar corespunde totalmente așteptărilor clienților, instruirii în domeniul merchendaizingului, creșterii productivității, implementării sistemelor performante de motivare și remunerare și multe altele este stringent de creat un centru de excelență pentru această ramură, care ar fi de fapt și nucleul unui cluster pentru această industrie. Schematic modelul clusterului ar putea fi prezentat în felul următor; figura 4.

În concluzie se poate de menționat că nucleul clusterului ar putea fi Centrul de Excelență care se preconizează a fi creat în cadrul Universității Tehnice a Moldovei. Centrul de Excelență ar reprezenta un parteneriat dintre sectorul privat (fabricile industriei ușoare), reprezentate de către asociația APIUS și Asociația investitorilor străini, sectorul educațional reprezentat de către UTM, precum și unele organizații guvernamentale, cum ar MIEPO. Centrul de Excelență trebuie să devină catalizatorul de know-how în industria ușoară. Inovațiile trebuie să fie atât în domeniul creării produsului, domeniul tehnologic, domeniul organizării producerii cât și în domeniul facilitării start-up - urilor.

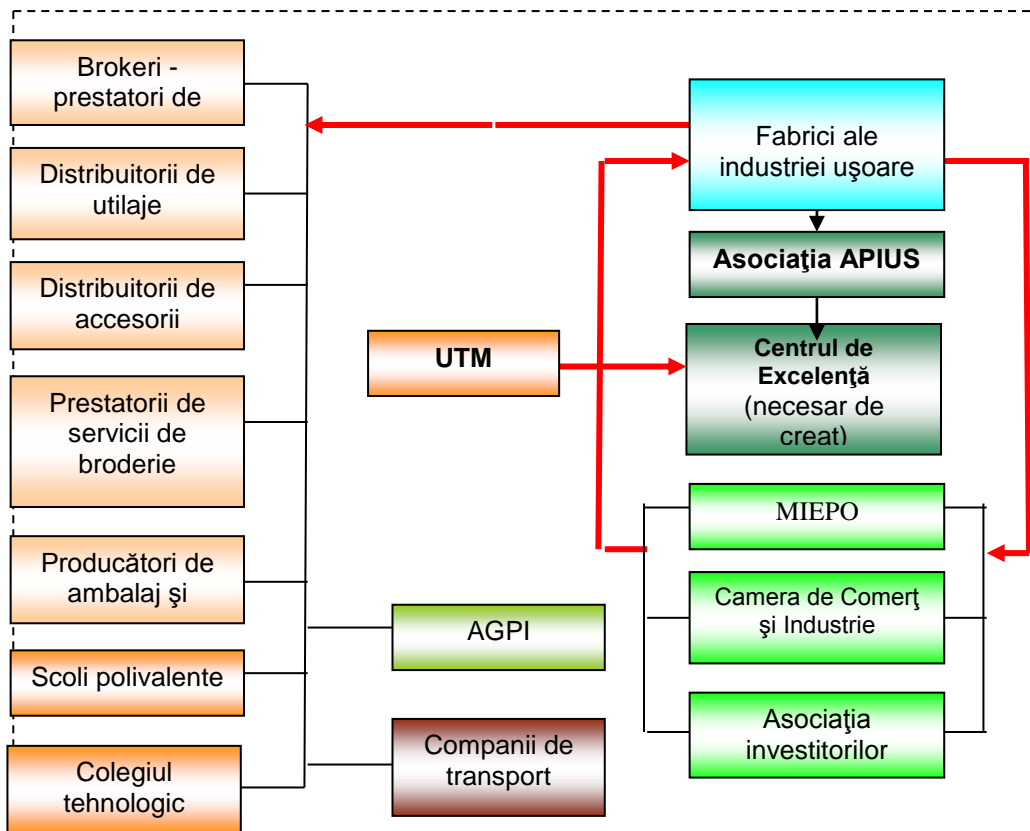


Figura 4: Model de cluster în industria de confecții bazat pe lanțul valoric

-Sursa: Elaborat de autor

Pe viitor în cluster ar putea fi implicați și alți actori, prestatori de servicii sau cu care colaborează întreprinderile de confecții la diferite verigi ale lanțului valoric. Un lucru important pe care trebuie să-l înțeleagă întreprinderile din industria ușoară este acela că rolul lor trebuie să fie proactiv în acest domeniu. Acestea trebuie să înțeleagă că mai întâi este necesar de investit într-acest centru pentru a obținut efecte scontate în viitor.

BIBLIOGRAFIE

- [1] Anuarul statistic al Republicii Moldova, Chișinău, 2013
- [2] Maria Gheorghită., Cornel Guțu, Competitivitatea regională și oportunitățile de formare a clusterului în industria de confecții., Analele Academiei de Studii Economice din Moldova, ediția a VII-ea, Chisinau, Editura ASEM, 2009