

## CONTRIBUȚIA FIRMEI INTERNATIONALE LA EVOLUȚIA ECONOMIEI GLOBALE

*Alina-Valentina DIN,  
Drd.ec., Universitatea „Lucian Blaga” Sibiu  
Iustin DEJANU,  
Drd.ing.ec., Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară București  
Constantin NICOLESCU,  
Dr.ec., Consiliul Județean Argeș*

*Abstract: Conquered by market, intoxicated by television, sports or internet, globalised world lives at the same time against the background of a general crisis of meanings of life, of a global cultural and educational disaster, making up a concerning, but certain, symptom of the transformation of future society into a barbaric one. Traditional culture of societies is fading away or changes to show and merchandise (McDonald's). Humanist culture is more and more eliminated by the invading technical science and transformed into pseudoscience. World or globalised human beings, revolving only around an economic focus, are on the verge of becoming atomised human beings, living only for production and consumption purposes, devoid of culture, politics, meaning, conscience, religion and transcendence. This is probably the last stage in the evolution of humanity or the "last man"*

### Introducere

Dacă în urmă cu câțiva ani termenul de globalizare era folosit destul de rar, mai ales în cadrul reuniunilor științifice, astăzi este întâlnit tot mai des în întreaga lume, acolo unde politicieni, economiști, militari și oameni de cultură și nu numai, își exprimă opiniile cu privire la lumea în care trăim, dar mai ales, față de perspectivele ei de evoluție.

Chiar și răspandirea atât de rapidă a termenului de „globalizare” stă mărturie că în lume se petrece ceva nou<sup>1</sup>. Globalizarea a condus la redefinirea universului corporațiilor, considerate de adepții globalizării drept structuri autoritare alternative, care le concurează tot mai mult și chiar cu succes pe cele statale în determinarea direcției economiei politice globale. Raportul de intercondiționalitate între globalizare și noii actori s-a accentuat continuu. Pe de o parte, globalizarea a fost aceea care a deschis drumul dezvoltării corporațiilor în postura de lideri, pe de altă parte, acestea din urmă au potențat procesul de globalizare a piețelor. Globalizarea este totodată și cea care dictează corporațiilor deciziile strategice, pornind de la strategiile de internaționalizare până la cele globale.

Modalitățile de răspuns ale corporațiilor la provocările globalizării sunt extrem de diversificate, internaționalizarea afacerilor depășind stadiul incipient de export-import, de bunuri și servicii între state cu o viteză fără precedent. Fluxul de investiții străine directe prin care companiile transnaționale urmăresc să își însușească proprietatea sau controlul activelor care au aparținut inițial actorilor naționali este motivul principal pentru care determinarea naționalității unei astfel de entități economice internaționale și-a pierdut din relevanță.

### Firmele internaționale - evoluția economiei globale

Contextul global, imprimat mediului investițional din diferite spații concurențiale integrate sau după caz, dispersate, necesită tot mai mult, fructificarea interdependențelor emergente manifestate în cadrul complexului relațional dintre guverne, structuri și entități organizaționale și alte grupări ale societății civile.

Mai mult decât atât, substanța responsabilității sociale a corporațiilor multinaționale tinde să devină principalul „mentor” în studiul dinamicii procesului de globalizare a

<sup>1</sup> Afirmatia apartine Prof.univ.dr. Cristian Troncota

economiei mondiale, aspect configurat în ipostaza comportamentului companiilor și deopotrivă, al impactului acestora asupra națiunilor de implantare. Eventualele divergențe impuse trendului clar delimitat al responsabilității sociale a corporațiilor multinaționale prin asimilarea unor curente contradictorii orientării performante a standardelor sociale. În sensul receptării unor tradiții filantropice drept simbolul programelor de asistență socială avansate de executivul marilor corporații, precum: Rockefeller, Carnegie, Ford în Statele Unite ale Americii sau Cadbury în Europa, nu fac altceva decât să asigure o controversă nejustificată în termenii semnificației contribuțiilor aduse pentru susținerea anumitor cauze sociale și care fac adesea, obiectul unor beneficii substanțiale vizualizate în forma deductibilității fiscale și a îmbunătățirii continue a imaginii corporative.

După cel de-al doilea Război Mondial, o nouă ordine economică internațională a fost creată și penetrarea granițelor statale de către fluxurile comerciale internaționale a crescut, în timp ce tarifele și barierele vamale au început să fie considerate obstacole la libertatea mondială a comerțului, din perspective statelor dar și a activităților corporațiilor transnaționale<sup>1</sup>. În 1947, Carta de la Havana rezultat al Conferinței pe probleme de comerț de la Havana, care încerca să acrediteze ideea unei organizații internaționale de comerț, nu a fost ratificată de toate statele participante, proiectul organizației eșuând. Aceeași Conferință însă a inițiat lucrările preparatorii pentru Acordul General asupra Tarifelor și Comerțului, iar la multilaterale de a crea instrumente juridice pentru adaptarea strategiilor naționale economice la noile tendințe de internaționalizare a comerțului cu mărfuri.

După 1945 și distrugerea sistemului colonialist, caracterul omogen al societății internaționale a dispărut<sup>2</sup> iar companiile transnaționale au devenit prezente importante pe plan internațional, alături de state care au rămas subiecte originare de drept internațional, precum și de alți actori: organizații interguvernamentale, non-guvernamentale.

Astfel, procesul de eterogenizarea societății internaționale a reprezentat materializarea impactului asupra statelor și reglementărilor naționale, pe care l-au avut fluxurile transnaționale de capitaluri, bunuri și servicii. Companiile transnaționale, ca actori globali își impun, folosind aceste forțe economice transnaționale, strategiile, scopurile și armele lor proprii de organizare și funcționare, care alături de deciziile organelor de conducere ale societății-mamă, contravin de multe ori intereselor statului - gazdă. Pentru a rezista expansiunii economice transfrontaliere statele sunt nevoite, de multe ori în cadrul politicii lor de atragere a investițiilor directe, să realizeze concesiuni în detrimentul economiilor naționale cu riscul de a crea în acest mod o tensiune între interesul economic național și interesele marilor firme transnaționale, pentru a rezista caracterului economic transfrontalier al interdependențelor globale. Reducând barierele schimburilor comerciale prin înțelegeri bilaterale sau multilaterale, statele au creat implicit pentru companiile transnaționale piețe largi de desfacere și oportunități pentru ca acești actori să se dezvolte și să își adapteze scopurile lor economice private la exigențele unei economii globale în care actorii decidenți nu mai sunt statele. La începutul secolului XXI companiile transnaționale sunt considerate ca una dintre cele mai mari provocări pentru actuala ordine internațională economică. Potrivit experților, 90% dintre acestea sunt plasate în țările dezvoltate din triada strategică: USA, Japonia., Uniunea Europeană<sup>3</sup> și dețin piețe specializate precum industria de mașini, industriile de

---

<sup>1</sup> Raluca Miga Besteliu - "International Public Law" Editura All. 1998. p. 35

<sup>2</sup> Serge Sur - "Les relations internationales", tchrestien, Paris 1995, p. 3.

<sup>3</sup> <http://www.inm-lex.ro/file.php?FileID=1395>, art., Apariția, dezvoltarea companiilor transnaționale și rolul lor într-o ordine globală.

cercetare și chimie sau industria de petrol. Unii autori precum Martin Carnoy<sup>1</sup> consideră că deciziile companiilor transnaționale influențează într-o măsură mare economiile naționale, intenționând să neglijeze conformarea cu politicile comerciale ale statelor. În ultima decadă a secolului XX puterea economică a acestor companii a sporit la peste 50%. procesul de concentrare al capitalurilor înregistrând între 1997-1998 cel mai înalt nivel.

Companiile de talie internațională exercită un rol esențial în sectoare specifice ale activității economice, precum<sup>2</sup>: sectorul bancar și financiar, în care companiile transnaționale sau cele internaționale își constituie adevărate monopoluri pe sistemul bancar mondial, cu investiții directe străine. Primele 100 de bănci dețin peste 4500 agenții, sucursale, filiale, dominând piața financiară în procent de 75-80%; în comerțul internațional, companiile de talie mondială își impun produsele pe toate piețele naționale, peste 50% din comerțul global cu bunuri fiind controlat de ele. La fel se întâmplă cu manipularea nivelurilor de transfer a prețurilor în comerțul intern al agențiilor, filialelor și sucursalelor aceluiași companii; în domeniul tehnologic - contribuie la creșterea nivelului tehnologic de dezvoltare a statului gazdă: în domeniul resurselor umane și al logisticii - contribuie la creșterea resurselor financiare, tehnologice, de management și la dezvoltarea numărului locurilor de muncă; în sectorul serviciilor, în special în cel hotelier, bancar, al industriei de transport; în problemele legate de mediu, prin reducerea emisiunilor poluante sau prin influențarea adoptării unor legislații mai puțin restrictive față de investițiile poluante; în domeniul politic, ca o consecință a importanței lor pentru producția și exporturile statului gazdă și al statului de origine al societății-mamă; în plan juridic, ca un subiect de drept controversat, considerat de unii autori ca un adevărat subiect de drept internațional dotat cu personalitate juridică internațională, participând la codificarea dreptului transnațional ca parte a dreptului internațional și văzut de alții ca un subiect de drept intern, supus legislației naționale a statului de origine sau al statului-gazdă.

Principial, corporațiile multinaționale se fac responsabile de ansamblul consecințelor ce pot fi receptate în mediile de implantare ca efect direct sau deopotrivă, indirect, al exercițiului operațiunilor investiționale, resimțite în forma unor posibile externalități ce exercită impact semnificativ asupra tuturor elementelor sistemice de natură socială. Totuși, manifestarea propriu-zisă a responsabilității sociale corporative, în termenii interdependențelor sociale avansate, comportă intensități ascendente în situația apariției unor efecte externe negative, ce depășesc limitele unor clarificări legale în domeniile de referință investițională și deci operațională. Asemenea ipostaze conjuncturale pot genera astfel, efecte sociale multiple, care la rândul lor, nu fac altceva decât să sporească bugetul alocat internaționalizării costurilor rezultate din activitățile corporative efectele externe, de orientare socială produse asupra unei comunități în care o anumită corporație multinațională decide să-și restrângă o mare parte din activitățile operaționale desfășurate anterior, reacția colectivităților locale fiind deja bine cunoscută: tentativa de blocare a proceselor de producție, distribuția unor curente de opinie adverse, de natură să sporească deficitele investiționale anterioare și totodată, să minimalizeze uneori, imaginea corporației și a produselor sale în plan național sau chiar, regional, etc.. Se poate conchide astfel, că ansamblul operațiunilor industriale cu impact social asupra comunităților de implantare, comportă valențe diversificate în sens și acțiune, derivate și reunite în forma unor norme și instrumente ce pot exercita modelări

<sup>1</sup> Martin Carnoy- *New Global Economy in Information Era*. The Pennsylvania State University Press. 1993. apud art. cit în loc. Cit:

<sup>2</sup> Constantin Moisuc- art. *Global Problems of the World Economy* în „*World Economy*”. Editura Fundației României de Măine, București, 2001. pp. 200-202.

sucesive în comportamentul de consum al clientelei locale și implicit, în imaginea produselor fabricate în plan regional, de corporațiile multinaționale rezidente<sup>1</sup>. Responsabilitatea socială a corporațiilor multinaționale comportă valențe fluctuante din însuși mecanismul de ajustare structurală a politicilor și strategiilor de implantare, utilizate în acord cu emergența așteptărilor sociale și noile standarde legale, în așa fel încât să se realizeze o minimalizare a impactului exercitat asupra funcționalității relațiilor de comerț tradiționale și totodată, să se obțină rezultatele scontate în noua țară gazdă.

Internaționalizarea afacerilor a devenit un imperativ al progresului și evoluției mediului economic, devenind o caracteristică esențială a epocii contemporane, care a determinat o creștere fără precedent a rolului marketingului internațional. Conducerile firmelor acordă puțină atenție comerțului exterior atunci când piața internă este suficient de mare și abundentă în ocazii favorabile.

Acțiunea pe piața internă este mult mai comodă, oferind un grad mare de siguranță, în timp ce abordarea piețelor externe comportă un grad foarte înalt de risc, datorită multitudinii de elemente necunoscute și necontrolabile cu care se confruntă firmele. Managerii nu sunt nevoiți să învețe limbi străine, să lucreze cu valute necunoscute a căror valoare se modifică mereu, să facă fața unor schimbări politice sau legislative neprevăzute sau să-și adapteze produsele în funcție de nevoile sau așteptările diferiților consumatori.

Cu toate acestea, ca urmare a procesului de globalizare și schimbărilor rapide care au loc în lumea afacerilor, firmele nu-și mai pot permite să ignore piețele externe. Lumea contemporană a afacerilor se află într-un permanent proces de schimbare, iar firmele, pentru a supraviețui trebuie să se adapteze.

Creșterea dependenței statelor lumii de bunurile și serviciile produse de flecare dintre ele a determinat sporirea interesului firmelor pentru extinderea activității la nivel internațional. Importanța piețelor externe este cu atât mai mare cu cât majoritatea firmelor sunt angrenate într-un proces de dezvoltare, care le obligă să găsească noi ocazii de afaceri în alte țări pe măsura ce piețele interne se maturizează.

Odată cu liberalizarea comerțului internațional, firmele se confruntă în țările de origine cu o concurență străină tot mai puternică. Ele trebuie fie să-și creeze acele capacități care să le permită să facă față atacurilor lansate de concurența pe piața internă, fie să valorifice ocaziile de afaceri pe piețele externe. Dar companiile care operează deja la nivelul unor industrii globale nu mai au decât varianta internaționalizării operațiunilor lor. În plus, timpul și distanțele se scurtează tot mai mult pe măsura apariției unor mijloace financiare, de comunicare și de transport rapide.

Astăzi mai mult ca oricând o firmă trebuie să caute să obțină un avantaj diferențial atât pe piața internă, cât și pe cea externă unde-și desfășoară activitatea.

Procesul de globalizare rapidă a activității firmelor din întreaga lume obligă agenții economici naționali care operează în industriile globale să acționeze rapid înainte ca ușa de la intrarea pe piața globală să se închidă.

Necesitatea supraviețuirii firmelor, în condițiile maturizării piețelor interne, le obligă să găsească noi oportunități de afaceri în alte țări. Pe măsură ce a crescut gradul de liberalizare al comerțului internațional, concomitent cu accentuarea globalizării, firmele se confruntă chiar pe propriile piețe cu o concurență străină tot mai puternică, căreia trebuie să-i facă față fie prin înfruntarea directă, prin abordarea unor strategii foarte ofensive, atunci când mijloacele financiare o permit, fie prin valorificarea altor ocazii de afaceri ivite pe piețele externe.

În ultimele decenii, pentru un număr din ce în ce mai mare de întreprinderi,

---

<sup>1</sup> <http://www.un.org-partners-business-davos.html>, Annan, Kofi, A compact for the new century, New York: United Nations, 1999

internaționalizarea a devenit în același timp mai necesară și relativ mai ușoară decât era înainte. Ea este mai necesară în special în domeniul economiilor de scară, când o întreprindere nu poate fi competitivă decât dacă prin internaționalizarea afacerilor sau mondializarea activităților, ea poate atinge o dimensiune critică. Este cazul, de exemplu pentru industria aeronautică, de automobile, chimică, electronică, informatică și de asemenea, din ce în ce mai mult pentru bunurile de larg consum.

Internaționalizarea a devenit mai ușoară, fiind facilitată de acțiunea a diverși factori tehnologici, politici sau culturali, cum ar fi: dezvoltarea mijloacelor de transport și comunicație pe distanțe lungi (faxul, e-mail, Internet etc); diminuarea piedicilor din calea circulației mărfurilor și a comerțului internațional, în special în zonele de liber schimb; tendința reducerii diferențelor dintre țări, din punct de vedere al modului de producție și al obiceiurilor de consum.

Numeroase produse și servicii au depășit granițele culturale, fiind comercializate în întreaga lume fără a avea nevoie de adaptări (ex: automobilele, mașini-unelte, aparate electrocasnice, Coca-Cola, preparatele fast-food, muzica rock etc).

Firmele care nu doresc să părăsească piața internă din motive de siguranță, ratează nu numai șansa pătrunderii lor pe piața externă, dar riscă chiar să-și piardă propria piață, datorită concurenței acerbe la care sunt supuse atât de firmele interne, cât mai ales de firmele străine care pătrund pe piața sa de globalizare rapidă a activității firmelor din întreaga lume obligă agenții economici naționali care operează în industriile globale să acționeze rapid, înainte ca ușa de la intrarea pe piața globală să se închidă.

### **Concluzii**

Atâta timp cât lumea are concomitent înțelesuri tehnice și politice, grupuri diferite vor avea istorii diferite ale globalizării. În termenii generali folosiți în economie și economia politică este o istorie a creșterii comerțului interstatal bazat pe instituții stabile ce autorizează firme din diferite state să schimbe mai ușor bunuri. Termenul de liberalizare a dus la creșterea specializării țărilor în exporturi și la presiuni care să termine cu tarifele protecționiste și a altor bariere în fața comerțului.

Există un aer de scepticism față de procesele economice globale și de optimism față de posibilitățile de control ale economiei internaționale și față de viabilitatea strategiilor politice naționale. Un efect deosebit de important al conceptului de globalizare a fost paralizarea strategiilor naționale de reformă radicală, fiind privite ca imposibil de realizat din punct de vedere rațional și al evoluțiilor piețelor internaționale.

### **Bibliografie**

1. Badulescu Daniel - Globalizarea și impactul acesteia asupra sistemului bancar, Oradea, 2007, p. 10;
2. Besteliu Raluca Miga - "International Public Law" Editra All. 1998. p. 35
3. Carnoy Martin - New Global Economy in Information Era. The Pennsylvania State University Press. 1993. apud art. cit în loc. Cit:
4. Frunzeti Teodor, -Globalizarea securitatii, Editura Militara, Bucuresti, 2006, p. 2 Lubbers Moisuc Constantin - art. Global Problems of the World Economy în „World Economy”. Editura Fundației România de Măine, București, 2001. pp. 200-202.
5. Sur Serge - "Les relations internaționalei", tchrestien, Paris 1995, p. 3.
6. [http://www.inm-lex.ro/file.php?FileID=1395,art.,Aparitia,dezvoltarea-companiilor transnaționale și rolul lor într-o ordine globală.](http://www.inm-lex.ro/file.php?FileID=1395,art.,Aparitia,dezvoltarea-companiilor%20transnaționale%20și%20rolul%20lor%20într-o%20ordine%20globală.)
7. <http://www.un.org-partners-business-davos.html>, Annan, Kofi, Acompact for the new centurz, New Zork: United Nations, 1999