

ASPECTE ALE INTERNAȚIONALIZĂRII IMM-URILOR

Eugen ROȘCOVANU,
magistru în economie și administrarea afacerilor,
președinte al Asociației Micului Business

Abstract: Efforts are constantly emerging in the internationalization of business and special activities involving SMEs, or they have more content declaration under monopolistic tendencies aggressive internal and external. Stage jungle capitalism is inevitable, although small amounts in any political and socio-economic conditions. Imperial is always the same, always aiming high potential to create new jobs. In countries with progressive economic policies for SMEs are addressed primarily to social factor job opening. Internationalization is not certified as weather deviations, but as an ongoing

process and inevitably, some of which are characteristic of known intermittently business cycles are now called "Kondratiev waves". Many of these processes anticipated by decades the emergence of the concept with many economic aspect called "internationalization". Important is the relationship government-SME internationalization, which is manifested by projects and programs to stimulate business areas, related not only import-export of goods but also services, innovations, technologies, etc.

Economiile emergente depun permanent eforturi susținute în vederea internaționalizării businessului și presupun activități aparte pentru IMM-uri, or acestea au un conținut mai mult declarativ în virtutea tendințelor agresiv monopoliste interne, dar și externe. Imperios este mereu același lucru, care vizează întotdeauna potențialul mare de a crea noi locuri de muncă. În statele cu politici economice progresive IMM-urile sunt abordate în esență ca factor social la deschiderea de locuri de muncă. Fenomenul internaționalizării micilor afaceri nici nu este pus la îndoială atunci, când este vorba de întreprinderi comerciale din China, Japonia, care sunt asociate cu globalizarea economiei, egalată de cele mai multe ori și cu companiile transnaționale din SUA, unde, de facto, internaționalizarea micului business are starea de evoluție de un secol și mai mult. Nu este atestat fenomenul, ca devieri climaterice, ci ca un proces continuu și inevitabil, caruia îi sunt caracteristice unele intermitențe sau cicluri Kondratiev. Multe din aceste procese au anticipat cu decenii multe apariția noțiunii cu aspect economic denumită "internaționalizare". Importantă este relația guvern-IMM-internaționalizare, care se manifestă prin proiecte și programe de stimulare a domeniului de afaceri și în nu numai de import-export de mărfuri, ci de servicii, inovații și tehnologii etc. [1] Exemplu real este guvernul SUA, care în perioada crizei financiare recente a investit circa 20 mlrd de dolari întru menținerea micului business ca un plus la numeroasele programe, granturi, politici financiare și legislative ale Administrației Micului Business menite să susțină și să dezvolte domeniul și structurile existente. Majoritatea din acestea au fost lansate în cadrul Small Business Act (SBA) lansat cu decenii înainte de Europa, unde aceasta precizează în denumire Small Business Act for Europe. Una din componentele SBA este informarea și internaționalizarea micului business. Adoptarea Small Business Act, a legii privind micile întreprinderi pentru Europa a definit orientările și modalitățile de acțiune concretă în favoarea IMM-urilor, stabilindu-se 5 piloni principali, și anume:

- stimularea unui climat de afaceri mai productiv;
- aplicarea de instrumente eficiente întru dezvoltarea IMM-urilor;
- investirea activă în resurse umane și ridicarea gradului de ocupare a acestora;
- implicarea mai înaltă a inovării și adaptarea IMM-urilor la necesitatea de a fi competitive în concurența globală;
- stimularea internaționalizării IMM-urilor.

Perioada de după 1989, marcată de deschiderea către economia de piață a țărilor est-europene a deschis drumuri spre internaționalizarea mediului de afaceri prin depășirea limitelor locale, regionale și naționale, precum și prin abordarea globalizantă. UE în special acordă acestui proces o deosebită atenție în proiectele sale. De exemplu între 1994 și 2007 prin Programul AI-Invest orientat de Comisia Europeană (CE) spre America Latină, inclusiv țările din MERCOSUR, au fost implementate 1.000 de proiecte în 25 sectoare comerciale: agro-industrie, mediu ambient și telecomunicații. Au participat mai mult de 87.000 de IMM-uri în activitatea AI-Invest. La debutul programului CE a investit în total 144 milioane EURO, care au produs mai mult de 500 milioane de euro de afaceri și investiții intraregionale. Actualmente este în desfășurare în aceiași regiune a globului Programul AI-Invest faza IV pe 2009-2012. Misiunea este, în esență, implicarea IMM-urilor europene în activități economice pe acest continent și, deci, prin suportul acestor economii sunt susținute IMM-urile din UE să își internaționalizeze businessul. [idem] Incontestabil este, că multe din guvernele

europene au investit multe zeci de miliarde de euro pentru a salva micul business de falimentare în perioada de criză financiară pentru a păstra locurile de muncă.

Instituțiile europene sunt preocupate de impulsivitatea internaționalizării sectorului IMM-urilor, care este generator de locuri de muncă și astfel impune recunoașterea rolului fundamental al IMM-urilor prin numeroase inițiative politice și economice: Carta europeană pentru întreprinderile mici și mijlocii, Programul pentru competitivitate și inovare - CIP, Săptămîna IMM-urilor din UE, FP7 etc, ceea ce denotă implicare într-un proces perpetuu. În UE sunt 23 milioane de întreprinderi mici și mijlocii, care asigură 70% din locurile noi de muncă, 57% din cifra totală de afaceri și 53% din valoarea adugată.

Micul business- în UE sinonim absolut al IMM - și în R.Moldova este sectorul cel mai numeros de întreprinderi, care ar putea contribui la dezvoltarea economiei și la deschiderea de locuri de muncă. În majoritatea țărilor emergente și cele dezvoltate IMM-urile tind să dețină cea mai mare parte a P.I.B-ului. În SUA, de exemplu, constituie 55%, în România cu peste 60%. Micul business realizează marfă, servicii la prețuri mai mici decât firmele mari, manifestînd flexibilitate și adaptabilitate la cerințele și schimbările pieții. [2]

Astfel, în R.Moldova (RM) deja există o luptă de lobby din umbră a întreprinderilor mari cu sectorul micului business inclusiv și cu cel format de întreprinzători pe piața activităților în baza patentelor. Motivul este la suprafață: micii businessmani răspund operativ la preferințele și cerințele consumatorilor, fiind mobili și creativi. În esență, ar putea fi una din principalele surse de venituri ale bugetului statului. Iar stimularea internaționalizării, ridicarea barierelor birocratice din fața inițiativei private ar crea o piață dezvoltată și nu numai la import. Internaționalizarea IMM-urilor din RM poate favoriza tendințele actuale - miniaturizarea utilajului de producere, robotizarea, informatizarea, aplicarea mai activă a inovatorilor la proiecte productive. Internaționalizarea contribuie direct la ridicarea și fortificarea societății cunoașterii din proiecte aparent romantice în economie dezvoltată. În ultimă instanță, actuala tendință de lărgire a activității IMM-urilor din Moldova ar putea crea premise pentru o dezvoltare economică viabilă. Obstacol serios sunt monopoliurile existente ca rezultat a viziunilor tribale, incompetența crasă a establișmentului, și prin rezumare - a nivelului marginal al dezvoltării sub aspect de indicatori neconcurențiali de productivitate a muncii, eficiență economică și protecție socială. Or, realitățile acestea nu sunt un apanaj al țării, ci mai degrabă un fenomen devenit comun, aproape că palpabil. Dar e știut, că relațiile de afaceri externe, comerțul extern în Moldova, inclusiv teritoriul basarabean, a existat din cele mai îndepărtate vremuri, ceea ce ne face să conchidem, că pentru dezvoltarea internaționalizării avem un tărîm propice, avem realmente tradiții. Sunt păstrate documente și mărturii ale călătorilor, date statistice din veacuri, unde se constată comerțul exterior al moldovenilor, care exportau producția atât în Europa, cât și în Rusia de atunci și, evident, mărturii despre import de marfă din țările proxime.

IMM-urile constituie peste 50% din toate întreprinderile de pe glob, astfel fiind încadrate atât în procesele de globalizare cât și cele de internaționalizare. Micul business contemporan din Moldova execută în mare parte comenzile în outsourcing și în lohn parvenite din țările UE, este încadrat în elaborarea inovațiilor și implementarea lor. Tot astfel IMM-urile rămîn să fie instituțiile private, care progresează în crearea de locuri de muncă în Uniunea Europeană, statele lumii și se manifestă și în economia țării. [3]

Internaționalizarea ca noțiune a fost generată în calitate de constatare, dar și ca program viabil și necesar de dezvoltare economică cu implicarea unui cadru legal stabil și predictibil, bazat pe reducerea birocratiei și corupției. IMM-urile sunt de multe ori fundamentul viitoarelor firme mari în domeniile noi ale economiei bazate pe tehnologii performante.[4]

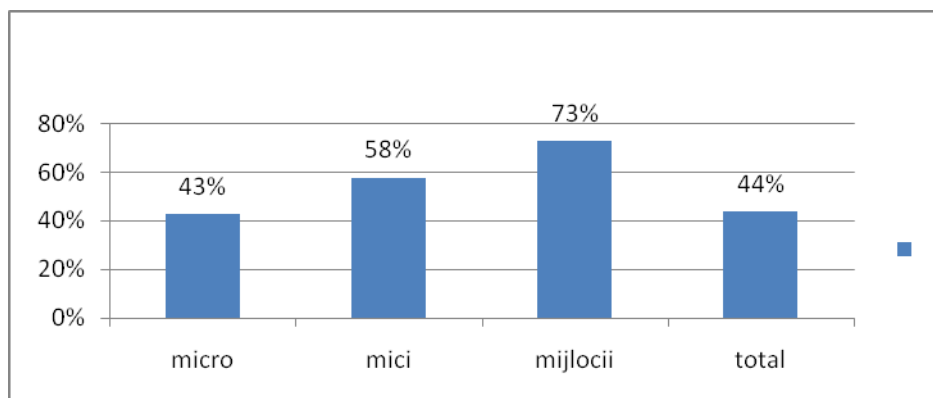
Adâncirea decalajelor economice (în prezent circa 258 de persoane din lume dețin o bogăție egală cu cea posedată de 2,5 miliarde de oameni din populația Terrei) este afit rezultatul globalizării și internaționalizării, dar și este un factor, care ar stimula internaționalizarea prin investiții străine, bineînțeles, aici cu mari dificultăți am putea implica responsabilitatea socială, care depinde de legislația statului național. În această ordine idei este necesar să ne întrebăm ce este primar: globalizarea apriori este rezultatul internaționalizării businessului sau internaționalizarea afacerilor este rezultatul globalizării. Logic ar fi prima sintagmă dat fiind conținutul cu mult mai larg al noțiunii de globalizare. Sincronizăm această afirmație și cu faptul, că însăși procesul internaționalizării are diferite abordări și i se atribuie sensuri diferite printre care unele sunt specifice și globalizării. [5]

Incontestabil, implicarea profundă a economiei R.Moldova în aceste evoluții există fie în parte benevol, fie ca jertfă pe altarul managementului și marketingului internațional agresiv și concomitent a viziunilor mioritico-manipulatorii ale fiecărei puteri executive și legislative in schimbare periodică, grație unei democrații mimate cu gap-uri de veritabile schimbări.

Din experiență amară impusă de crize cu încărcătură centrifugă R.Moldova, mai bine zis, instituțiile oficiale ale țării manifestă interes tot mai mare proceselor de internaționalizare, adaptînd legislația și programele sale cerințelor UE, dar și OMC a cărui membru a devenit din exces de zel și în detrimentul economiei emergente. Or, acestea se reduc la operațiunile export-import și posibil, că într-o perspectivă anume la transferurile de tehnologii spre țară. Parte aceste tendințe sunt impuse de instituțiile internaționale financiare de care statul depinde aproape că totalmente ori așa este concepută starea de lucruri. De exemplu, Banca Mondială: a acordat RM până în prezent asistență unui număr de peste 130 de companii din Moldova în implementarea standardelor internaționale de calitate, care au contribuit la majorarea vânzărilor și sporirea calității produselor, deci și stimulează internaționalizarea afacerilor în țară. Din cadrul proiectului dat au fost complectalment dotate cu echipament cinci laboratoare naționale de metrologie, altele trei urmînd a fi completate ulterior. Această importantă instituție mondială ne recomandă să mizăm pe exporturi și productivitate, avînd în vedere, că economia este influențată de remitențe, care au o pondere de 30% din PIB, și care au dus la creșterea consumului dar nu și a locurilor de muncă.

În esență, primul însemn al internaționalizării este comerțul, operațiunile import – export, dar cu timpul noțiunea s-a extins prin detalizarea reperelor, deși cea mai simplă noțiune referitoare la internaționalizare sună generalizator: orice activitate care are aspect internațional. Totuși, a fost extins bine argumentat conținutul noțiunii de internaționalizare anume în UE. O întreprindere mică sau mijlocie este implicată în procesul dat cînd dezvoltă diferite tipuri de relații cu partenerul străin: export, import, investiții străine directe, activitate de subcontractare sau cooperare tehnică internațională sau conlucrare tehnologică. Conform studiului efectuat în 33 de țări europene (un eșantion de 9480 de IMM-uri) 13% din IMM-urile europene au efectuat exclusiv export, iar 10% au efectuat operațiuni de import: ambii indicatori se referă la perioada anilor 2006-2008.

În graficul nr.1 este analizată cota de facto a IMM-urilor implicate în procesul de internaționalizare și care s-au afirmat ca business internaționalizat din numărul de firme implicate în proces. După cum reese din indicatori mărimea întreprinderii implicit are mare importanță. Dacă microîntreprinderile se manifestă în proces la 43% apoi cele mijlocii la 73%, iar cele mici la 58%. Or, graficul dat elucidează deosebit de clar importanța finanțelor, resurselor umane și de producție, eficiența economică și rezistența la riscurile inevitabile, potențialul competitiv pentru o firmă în afirmarea ei pe piața internațională. [6]



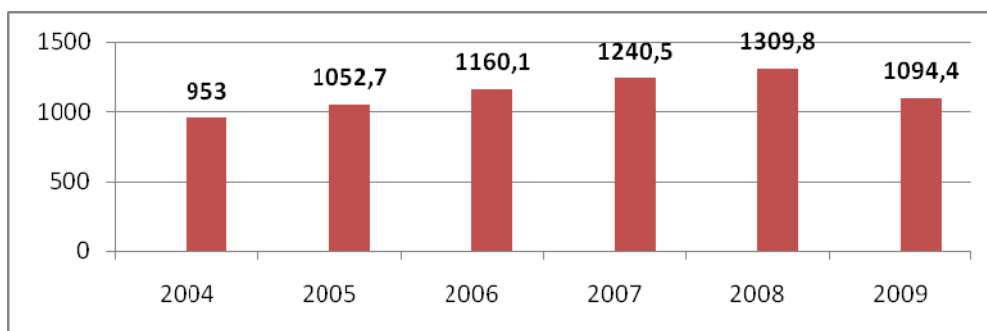
Graficul nr.1 Procentajul IMM-urilor internaționalizate în 2006-2008 (export, import, investiții, cooperare internațională, subcontractare internațională).

Sursa: Survey 2009, Internationalisation of European SMEs EIM/GDCC (N=9480). Prelucrarea autorului.

În calitate de motive ale internaționalizării sunt grupate două categorii importante: reactive, adică întreprinderea răspunde la presiunea concurenței naționale și internaționale intrate în piața internă, micșorarea vânzărilor pe piața endogenă, potențial productiv important și respectiv supraproducția, necesitatea de a intra în piața proximală; motive proactive, care incumbă întreprinderii necesitatea să beneficieze de avantajele strategice și deschiderii priorităților competitive. În acest sens doar constatăm la IMM-urile din R.Moldova pierderea câmpului de influență atât a motivelor reactive, cât și a celor proactive.[7] Cauzele sunt perene pentru țară și implacabile ca metaforă a nepotismului și intransigenței dogmatice a stării tribaliste. În același timp aspectele reglementărilor produc învioreare conceptuală ca realizare democratică și exasperare economică.

Piața internațională este vizată în mod absolut conjunctural, prin redirectionarea unor surplusuri ipotetice de producție ale IMM-urilor către exterior. În condițiile UE un stimulent puternic este și deschiderea spre câștiguri mai mari și acumulări de capital, iar pentru businessul RM operațiuni în valută. Motivele neimplicării întreprinderilor mici și mijlocii naționale în afacerile internaționale sunt determinate de mai multe cauze: bariera limbii, birocrăția națională foarte dezvoltată în crearea obstacolelor pentru concurenți fie și imaginari, mai ales cei, care sunt înafara clanului, lipsa de experiență în activitatea de pe piețele externe, abilități slab dezvoltate în afacerile internaționale, resurse materiale puține, finanțe și personal reduse, poziția bună și concepută suficientă deținută de întreprindere pe piața internă, neidentificarea unor oportunități de afaceri internaționale valide pentru întreprindere.

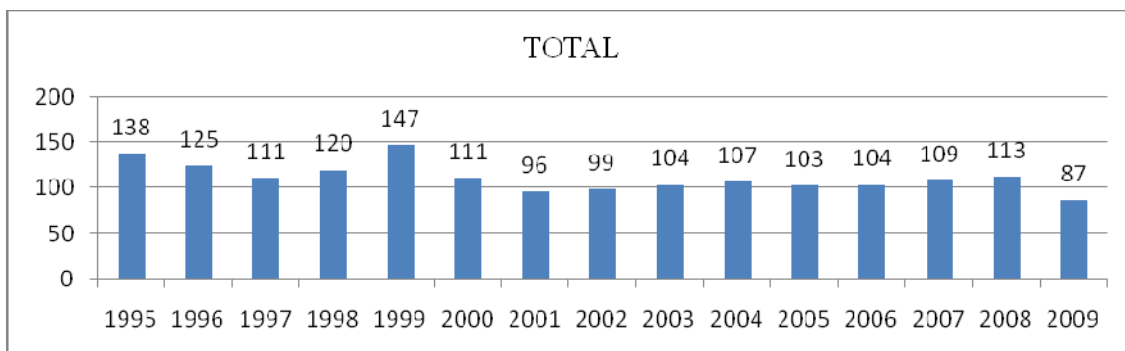
UE ca model pentru R. Moldova se află printre țările lider în ce privește internaționalizarea afacerilor. În 2009 cota (import - export) UE-27 a constituit 17%. Pentru comparație același indice SUA: 14%, iar China: 12%. (sursa: Eurostat).



Graficul nr.2. Trendul exporturilor UE-27 (extra UE, EUR 1 000 million)

Sursa: Eurostat. Prelucrarea autorului.

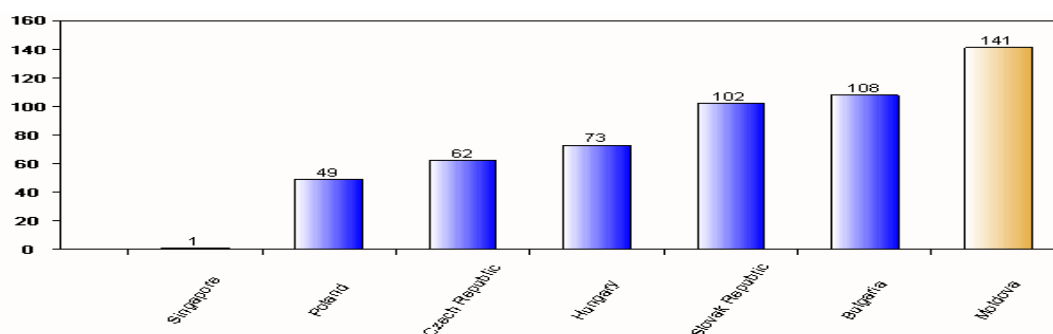
În acest grafic sunt ilustrate mărimea cifrelor afaceri în exportul mărfurilor în afara hotarelor Uniunii Europene. Evident, anul 2009 ca și majoritatea statelor din lume ne arată cădere fiind ca rezultat al valului crizei financiare. [8] Recesiunea a dus la micșorarea în UE-27 a veniturilor din taxe la 38.4% din PIB în 2009. Locomotiva economiei europene Germania cedează în export Chinei iar europenii își limitează consumul.



Graficul nr.3 Indicii valorii unitare la mărfurile exportate din R.Moldova în % față de anul precedent.

Sursa: BNS. Prelucrarea autorului.

Cu privire la graficul nr.3 este evident trendul temperat al acestei activități după criza din 1998 păstrându-se volatilitatea la nivelul 1998-2009. Elocvente sunt coincidențele depresiunii economice din 2009 ale exportului din R.Moldova și UE-27 ca fenomen (vezi graficul nr.2). Suprapunerea impune concluzia, că domeniul de afaceri al țării deja este parte componentă a procesului internaționalizării și este influențat de dinamismul globalizant în lume. Prin centrifugare economia statului ar putea, însă, să iasă totalmente din țărîm, avîndu-se în vedere și complacerea în situația celui cu mîna întinsă, prognozată de experții instituțiilor financiare mondiale încă în 2003 (20-22 ianuarie) la Conferința din Lucerne (Elveția) „Inițiativa pentru țările CSI-7”, ce nu face față deloc reformelor declarative-pompoase, dar cu subtext exclusiv manipulativ și ineficient.



Graficul nr. 4. Ratingul cu privire la comerțul exterior al R.Moldova.

Sursa: Doing Business 2011.

Or, gradul de dezvoltare a politicilor reformatorii sunt constatate de ratingul Doing Business 2011 ca fiind fără schimbare (graficul nr.4), pe locul 141 din 183 de țări, iar la startarea afacerilor vedem coborîrea indicelui cu 16 puncte. Bineînțeles, există și motive obiective în această degradare a mediului de afaceri, care pot fi acceptate, deoarece dezvoltarea IMM-urilor este ca un test al economiei și al potențialului instituțional la stimulare în business și internaționalizare în calitate de

condiție sine qua non a supravețuirii și creării de locuri de muncă. Printre barierele principale din fața internaționalizării IMM-urilor discernate de OECD-APEC sunt în primul rând: lipsa de capital pentru finanțarea exportului, indentificarea oportunităților de afaceri internaționale, informații limitate, inabilități de comunicare cu partenerii străini, management slab în activități de internaționalizare, puțin personal pregătit în probleme de internaționalizare. [9]

CONCLUZIE: Aceste probleme ale internaționalizării reiterează în mod consistent rezultatele studiilor efectuate în domeniul activității IMM-urilor și deci pot fi concentrate pe trei platforme economice: 1. Insuficiență managerială și de abilități cerute de internaționalizare; 2. Penurie de surse financiare; 3. Lipsă de cunoștințe în domeniul piețelor străine. Este evident, că fără implicarea instituțiilor oficiale, care dispun de pîrghii și stimulente micul business din RM va continua să vegeteze fără a aduce importante favoruri societății.

Bibliografie

1. Barkema, H. G. and R. Drogendijk (2007), — Internationalising in Small, Incremental or Larger Steps, *Journal of International Business Studies*, 38, pp 1132–114.
2. Frishammar, J. and S. Andersson (2009), — The Overestimated Role of Strategic Orientations for International Performance in Smaller Firms□, *Journal of International Entrepreneurship*, 7, pp 57-77.
3. Jones, M. V. and N. E. Coviello (2005), — Internationalisation: Conceptualising an Entrepreneurial Process of Behaviour in Time□, *Journal of International Business Studies*, 36, pp 284–303.
4. Held D., Mcgrey A., Goldblatt D., Perraton J., *Transformări globale., Iași, Editura Polirom., pp 291-295.*
5. Winch, G. and Bianchi, C. “Drivers and dynamic processes for SMEs going global” *Journal of small business enterprise development*”, Vol.13, no.1, pp73-78
6. *Internationalisation of European SMEs, European Union, 2010, pp. 2-7*
7. Holmlund, M.; Kock, S. and Vanyuhin, V., *International small business journal* 2007, Vol. 25, pp.459
8. *Key figures on Europe, 2011, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. pp.15-23*
9. *Final background report of the OECD-APEC joint project on "Removing barriers to SME access to international markets" OECD-APEC Global Conference, 6-8 November 2006, Athens, Greece pp.3-7*