

3.3. THE INTERNATIONAL EXPORT PROMOTION PRACTICE

PRACTICA INTERNAȚIONALĂ DE PROMOVARE A EXPORTURILOR

Victoria CLIPA

Abstract:

External trade may offer large opportunities to support a countries development. But, in conditions of progressive trade liberalization firms have to put a lot of efforts to enter new markets and to maintain their position on them. Taking into account exports' importance for a country's economic growth, a major role in export promotion have to be played by the state. This paper is aimed to describe different practices that countries are using to support firms to develop their exports.

Introducere

Promovarea exporturilor, reprezintă un set de activități care prevăd exploatarea potențialului național de producere și valorificare a producției naționale disponibile pe piețele externe. De regulă, literatura de specialitate, tratează promovarea exporturilor ca fiind niște acțiuni întreprinse complementar cu activitățile de dezvoltare a exporturilor, întrucât întreprinse în mod independent acestea se pot dovedi a fi mai puțin eficiente.

Din punct de vedere al conținutului dezvoltarea și promovarea exporturilor presupun niște acțiuni puțin diferite. Conform studiului „Promovarea Exporturilor în Economii în Tranziție: Asia centrală și Caucazul de Sud” elaborat de Direcția pentru Comerț și Investiții a ESCAP, acestea sunt definite după cum urmează:

- promovarea exporturilor reprezintă un set de acțiuni menit să promoveze exportul producției deja existente, principalul său obiectiv fiind de a încuraja sporirea vânzărilor de produse care sunt disponibile pentru export.
- dezvoltarea exporturilor are un conținut mult mai complex axându-se, în special, asupra identificării oportunităților existente și a încurajării noilor industrii precum și a potențialului de producere existent de a fi organizate astfel încât să satisfacă cererea piețelor externe.

Este bine știut faptul că exportul reprezintă unul dintre principalii factori de creștere economică. Prin urmare, multe țări în vederea soluționării unor probleme cu care se confruntă economiile naționale cum ar fi: atragerea de noi intrări de valută în țară, consolidarea balanței de plăți, reducerea șomajului și de asigurarea creșterii economice își concentrează eforturile asupra dezvoltării și promovării exporturilor. Dacă pentru unele țări promovarea exporturilor reprezintă o alternativă de dezvoltare, pentru altele elaborarea unei politici eficiente de promovare și dezvoltare a acestora este imperativă, în special atunci când acestea din urmă dispun de o structură foarte îngusta a exporturilor atât din punct de vedere a geografiei acestora, cât și a gamei de produse oferite, conform experienței internaționale, o structură restrânsă a exporturilor creează o dependență puternică de anumite grupe de produse sau anumite țări. De aici rezultă faptul că o țară trebuie să dispună de o politică bine gândită și eficientă de promovare a exporturilor.

Atât promovarea cât și dezvoltarea exporturilor reprezintă activități care trebuie să devină priorități ale statului și ale producătorilor, întrucât aceste acțiuni asigură:

1. pentru stat: o cale de creștere economică;
2. pentru agenții economici: o posibilitate de a-și spori considerabil cifra de afaceri.

După cum s-a mai menționat anterior, dezvoltarea și promovarea exporturilor presupune valorificarea producției autohtone pe piețele externe, ceea ce înseamnă de fapt încurajarea producătorilor naționali de a depăși frontierele naționale, și bineînțeles, de a-și spori competitivitatea.

Întrucât dezvoltarea și promovarea exporturilor, adesea implică cheltuieli foarte mari, pe care o companie cu greu le poate acoperi, un rol esențial în acest sens îi revine statului, care prin aportul său ar putea stimula ieșirea companiilor naționale pe piețele externe și/sau întăririi pozițiilor acestora pe piețele externe.

Activitatea statului de promovare a exportului poate fi destul de complexă, în dependență de nivelul economic al țării, potențialul de producere și de export al industriei, disponibilitățile financiare precum și alte criterii. Însă pentru a forma o politică eficientă în vederea promovării și dezvoltării exporturilor, trebuie să se țină cont de următoarele elemente esențiale:

- Trebuie să se creeze un sistem instituțional bine gândit, prin participarea atât a sectorului public cât și a celui privat;
- Trebuie să fie elaborată o *strategie națională de dezvoltare și de promovare a exporturilor* în care să se respecte principiul selectivității. Prin alte cuvinte atunci când se organizează niște programe concrete de dezvoltare sau de promovare a exporturilor, pentru ca acestea să fie mai eficiente trebuie să se selecteze ramurile prioritate, sau chiar mai îngust, anumite categorii de produse din cadrul unei ramuri. Necesitatea de a fi selectivi în elaborarea acestei strategii este argumentată de faptul că cel mai des nu există resurse suficiente de a asigura dezvoltarea tuturor ramurilor, sau implementarea tuturor măsurilor. Și chiar dacă disponibilitățile unei întreprinderi sau ale statului sunt destul de mari, acestea nu pot efectiv rezolvate toate activitățile posibile.

Republica Moldova, intrând în categoria țărilor în care deficitul balanței comerciale crește tot mai mult, ceea ce are consecințe negative asupra întregii economii naționale, în ultimii ani și-a orientat eforturile spre a-și promova exporturile.

În cadrul acestui articol sunt prezentate câteva practici de promovare a exporturilor ale unor țări cu o economie mai avansată, ale căror practici ar putea fi preluată de țările cu o experiență mai săracă în acest domeniu.

Experiența României în domeniu

Conștientizând importanța comerțului exterior și aportul considerabil al exporturilor la creșterea economică, România a elaborat o politică de promovare a acestora, care corespunde obiectivului de integrare în UE și a normelor sistemului multilateral de comerț.

Politica românească de susținere și promovare a exporturilor presupune o strategie constructivă de promovare cu un plan de acțiuni complementar, precum și un sistem național de susținere .

Strategia de promovare a exporturilor a fost aprobată prin Hotărârea Guvernului 1828/22.12.2005 și să caracterizat prin următoarele trăsături de bază :

- A pus accentul pe cooperarea dintre sectorul privat și cel public, astfel reunind toate entitățile care au fost interesate în sporirea competitivității exportului și în dezvoltarea acestuia. În elaborarea acesteia au fost implicați peste 400 de specialiști din ambele sectoare;
- A avut ca obiectiv primordial amplificarea capacității întreprinderilor de a capta, crea și reține mai multă valoare în țară prin încurajarea inovației și diversificarea atât a ofertei pentru export, cât și a piețelor de desfacere;
- A introdus noi idei sau abordări fundamentale cum ar fi modelul lanțului valoric, parteneriatul public-privat, care este un instrument de management utilizat pe larg în mediile corporatiste și publice din țările dezvoltate pentru monitorizarea și măsurarea impactului strategiei;
- Monitorizarea Strategiei Naționale de Export

Sistemul național de susținere și promovare a exporturilor cu finanțare de la buget. În vederea susținerii și promovării exporturilor, autoritățile române au elaborat prezentul sistem de instrumente în acest sens, care a fost reglementat prin ordonanța de urgență a Guvernului 120/2002 privind sistemul de susținere și promovare a exportului cu finanțare de la bugetul de stat, aprobată prin legea 663/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Sistemul este compus din 6 programe distincte, monitorizate de instituțiile de resort:

- Instrumente în administrarea EXIMBANK;
- Programul de promovare a exportului.
- Programul de sprijinire a întreprinderilor mici și mijlocii în dezvoltarea exportului.
- Programul de creștere a competitivității produselor industriale.
- Programul de creștere a competitivității produselor agroalimentare.
- Prime la export pentru produse agroalimentare.

Trebuie menționat faptul că în cadrul programelor existente o parte din instrumente sunt integral finanțate de la stat iar altele sunt cofinanțate de însăși beneficiarii acestor programe.

Experiența Republicii Moldova

Referitor la Republica Moldova trebuie de notat că exporturile joacă un rol foarte important în asigurarea creșterii economice a țării.

Ținând cont de rolul investițiilor străine și a exporturilor în economia națională, autoritățile moldovenești au elaborat o strategie în vederea atragerii acestora și promovării exporturilor pentru perioada 2006-2015. Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2006-2015, aprobată prin hotărârea Guvernului Republicii Moldova Nr. 1288 din 09.11.2006 reprezintă principalul act normativ în domeniul. Au fost elaborate de asemenea politici industriale sectoriale care vizează organizarea producției și a exporturilor pe diferite sectoare în parte.

Strategia de atragere a investițiilor și de promovare a exporturilor pentru perioada 2006-2015 ca și în cazul României prevede crearea unui organism nou - Consiliului Național de export și investiții. Strategia prevede ca acest organ independent și cu rol consultativ pe lângă Guvernul RM responsabil de următoarele atribuții:

- Implementarea acțiunilor prevăzute în strategiile naționale de export și investiții;
- Coordonarea activităților de implementare a strategiilor naționale export și investiții de către Guvernul RM;
- Identificarea și propunerea alocării resurselor necesare pentru implementarea strategiilor naționale;
- Evaluarea eficacității și impactului strategiilor naționale export și investiții;

Bibliografie:

1. EUROSTAT : Statistique en bref – 31/2008 ; Manfred Schmiemann;
2. Hotărâre Guvernului României nr. 1828 din 22/12/2005 pentru aprobarea Strategiei naționale de export pe perioada 2005-2009 ;
3. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova Nr. 1288 din 09.11.2006 cu privire la aprobarea Strategiei de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2006-2015;
4. Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat ; OCDE, 2005;
5. Export Promotion for Economies in Transition: Central Asia and South-Caucasus, Studies in Trade and Investment No. 45; Trade and Investment Division, UNESCO, 2001;
6. <http://www.ecosubsibru.be;>
7. <http://www.awex.be;>
8. <http://www.brussel-export.be;>
9. <http://www.italtrade.com;>
10. <http://www.mincomes.it;>
11. <http://roma.mae.ro;>
12. <http://www.miepo.md>