SUSŢINEREA INTERNAŢIONALIZĂRII IMM-urilor

CZU: 334.713:339.5/.7

Tatiana BULIMAGA

Şcoala Doctorală de Ştiinţe Economice,
Universitatea de Stat din Moldova

SUPPORTING THE INTERNATIONALIZATION OF SMEs

The study is an overview of the advantages of internationalization of SMEs. At the same time, the article highlights the methods of supporting small businesses in this regard.

***Keywords**: SME; internationalization, innovation network, strategic alliances, Business Voucher.*

Studiul reprezintă o trecere în revistă a avantajelor internaţionalizării IMM-urilor. Totodată, în articol sunt evidenţiate metodele de susţinere a demersurilor micilor întreprinderi în acest sens.

Termenul „internaţionalizare" se referă la toate activităţile care plasează IMM-urile într-o relaţie de afaceri semnificativă cu un partener străin: exporturi, importuri, investiţii străine directe (ISD – transfer sau externalizare), subcontractare internaţională şi cooperare tehnică internaţională [1, p. 5], accesarea finanţărilor expterne prin proiecte şi granturi internaţionale – cu alte cuvinte: activităţi comerciale care răspund la oportunităţile şi provocările pe care le aduce globalizarea [2, p.13]. Acestea pot avea loc la nivel transfrontalier, la nivel transnaţional în interiorul UE sau la nivel internaţional. Internaţionalizarea poate conduce la câştiguri de competitivitate la nivel de întreprindere, care se pot traduce, în cele din urmă, în îmbunătăţirea performanţelor economice la nivel naţional şi european [3, p.57].

Datorită scenariului mondial de transformări continue şi competitivitate ridicată, în care modelele de afaceri devin din ce în ce mai dinamice şi inovatoare, există o nevoie constantă pentru companii şi antreprenori de a adopta o strategie de internaţionalizare drept o condiţie prealabilă pentru extinderea şi supravieţuirea companiilor.

Ţinând seama de caracterul competitiv al pieţelor globale, internaţionalizarea afacerilor a suferit transformări severe în natura sa, determinând companiile şi antreprenorii să găsească alternative pentru a internaţionaliza modelele lor de afaceri, deoarece performanţa regională strictă devine tot mai riscantă, ceea ce duce la înţelegerea faptului că internaţionalizarea nu este doar o strategie de expansiune, dar şi în principal, de supravieţuire [4, p. 334-359].

Întreprinderile mici şi mijlocii sunt considerate, pe bună dreptate, coloana vertebrală a economiei europene. În conformitate cu raportul Directoratului General pentru Întreprinderi şi Industire al Comisiei Europene, acestea reprezintă 99% din toate întreprinderile UE, 67% din totalul locurilor de muncă din sectorul privat nefinanciar, până la 85% din totalul locurilor de muncă nou-create [5, p. 5-6] şi aproximativ 59% din valoarea adăugată produsă de economie. Internaţionalizarea deschide noi pieţe pentru IMM-uri şi deţine potenţialul de a stimula considerabil competitivitatea şi creşterea IMM-urilor.

Pe de altă parte, în majoritatea economiilor naţionale, IMM-urile reprezintă mai mult de 95% dintre participanţii la piaţă contribuind cu circa 50% din valoarea adăugată directă sau din producţie. Întrebarea firească este: *De ce IMM-urile aduc, proporţional, o contribuţie mult mai mică la valoarea adăugată pe pieţele globale şi de ce sunt mai puţine IMM-uri active pe pieţele globale?* Motivele pentru aceasta pot fi multiple. Activităţile internaţionale expun IMM-urile la un mediu de afaceri complex, dar totodată şi riscant, în comparaţie cu firmele mai mari, iar IMM-urile sunt relativ nepregătite şi cu resurse mai puţin calitative pentru acest scop. Unele dintre aceste riscuri şi complexităţi pot fi abordate de către guverne, deoarece ele se referă la diferitele medii de reglementare, administrative şi politice pe care guvernele le creează. Există beneficii potenţiale semnificative care ar putea rezulta din crearea unei economii mai prietenoase pentru afaceri şi mai integrate la nivel internaţional. În cazul în care IMM-urile îşi vor spori contribuţia la economia internaţională la niveluri apropiate de contribuţia lor la economiile naţionale sau locale, atunci câştigurile ar fi destul de substanţiale. IMM-urile sunt mult mai susceptibile să supravieţuiască în climatul de afaceri competitiv la nivel global, dacă se internaţionalizează. IMM-urile cu tendinţă de internaţionalizare sunt, de asemenea, mai inovatoare decât surorile lor care „stau acasă" şi sunt mai rezistente la crizele locale şi naţionale.

O altă abordare este aceea conform căreia internationalizarea este rezultatul deciziilor pe care le adoptă managementul firmei în dezvoltarea afacerilor, scopul fiind valorificarea unor oportunităţi de piaţă sau a unor avantaje competitive [6].

Procesul de internationalizare este unul evolutiv, în cadrul acestuia firma parcurge treptat mai multe etape cărora le corespund strategii şi, respectiv, structuri organizatorice diferite.

Unele firme parcurg aceste etape mai rapid, altele au nevoie de o perioadă mai îndelungată, în final, în unele cazuri, una sau mai multe faze pot fi eliminate, firma angajând-se direct în forme mai avansate de internationalizare [6].

Este interesantă participarea IMM-urilor în cadrul alianţelor şi reţelelor internaţionale în vederea internaţionalizării. Valul recent şi în curs de restructurare industrială globală, combinat cu progresele tehnologice (în special în TIC) au fost forţa motrice majoră pentru dezvoltarea rapidă a alianţelor strategice transfrontaliere, fuziuni şi achiziţii şi reţele interfirme. Au apărut oportunităţi pentru IMM-uri de a deveni:

1) parteneri în alianţe strategice internaţionale;
2) participanţi sau ţinte ale fuziunii şi achiziţii transfrontaliere;
3) furnizori specializaţi către întreprinderi multinaţionale;
4) membri ai reţelelor informale globalizate;
5) participanţi la reţelele electronice [7].

Pentru IMM-uri, astfel de aranjamente pot conferi oricare varietate de avantaje, inclusiv accesul la resursele financiare, eforturile comune de cercetare, dezvoltarea produselor, canale de distribuţie mai largi etc., preferinţele clienţilor şi cicluri de viaţă mai scurte ale produselor, astfel de alianţe pot fi un suport la realizarea nevoilor specifice.

Pe de altă parte, referitor la reţelele de inovare, factorii de descurajare şi obstacolele în calea formării reţelelor de către IMM-uri se traduc în trei tipuri de blocaje în reţelele de cercetare şi inovare regionale, naţionale şi globale cu mai multe nivele:

• Lipsa de colaborare dintre IMM-uri, aceasta reduce considerabil circulaţia şi schimbul de informaţii şi cunoştinţe, în detrimentul inovaţiei nontehnologice, de exemplu, în domeniile inteligenţei pieţei, design-ului şi branding-ului şi dezvoltării resurselor umane.

• Interacţiunea insuficientă dintre firmele de înaltă tehnologie şi altele, în detrimentul inovaţiei tehnologice şi difuzării tehnologiei, în special în domeniile bazate pe cercetare ştiinţifică.

• Dezechilibre geografice în tiparele de cooperare internaţională.

Guvernele au de jucat rolul pentru a corecta astfel de dezechilibre în cadrul retelelor globale de inovare prin:

(i) asigurarea faptului că promovarea programelor ajută actorii naţionali să acceseze reţelele internaţionale;

(ii) dezvoltarea dimensiunii internaţionale a parteneriatelor public-private.

De asemenea, aceştia trebuie să coopereze pentru a evita nepotrivirile dintre dimensiunea regională puternică a majorităţii reţelelor autoorganizate de IMM-uri, sfera naţională a multor programe de promovare a acestora şi natura globală mai frecventă a infrastructurii de cunoaştere şi a pieţelor pentru produse şi servicii inovatoare. Aceasta implică interconectarea centrelor naţionale şi locale de transfer de tehnologie, conectarea reţelelor naţionale de IMM-uri cu nevoi şi capacităţi complementare similare, construirea reţelelor globale de organizaţii intermediare şi coordonarea programelor naţionale de sprijin.

Eforturile ar trebui să fie îndreptate spre extinderea capacităţii, atât pentru inovare, cât şi pentru afaceri internaţionale în acelaşi timp, deoarece ambele aspecte vizate au tendinţa de a merge mână în mână (a se vedea capitolele anterioare). Comerţul electronic este o altă componentă şi merită să fie luată în calcul: internetul fiind disponibil ca un canal de distribuţie pentru cele mai mici IMM-uri, comerţul electronic transfrontalier oferind un potenţial de creştere enorm pentru astfel de întreprinderi [8, p.71-75]. Tipurile de sprijin public de la care IMM-urile europene aşteaptă cel mai ridicat efect se referă, în general, la:

- asistenţă în identificarea partenerilor de afaceri în ţările respective;
- furnizarea de informaţii adecvate cu privire la oportunităţi de piaţă;
- furnizarea de informaţii adecvate cu privire la norme şi reglementări.

Cu toate acestea, nu orice sprijin public este la fel de eficient. Mai întâi, sprijinul public trebuie să vizeze domenii în care există disfuncţionalităţi ale pieţei, evitând astfel orice concurenţă nejustificată cu furnizorii de servicii private. De asemenea, acesta trebuie să stabilească obiective şi ţinte cantitative clare, să introducă măsuri de monitorizare şi să evalueze rezultatele. Astfel de măsuri ar trebui să fie luate pentru a garanta că sprijinul ajunge la destinatarii vizaţi, obţine rezultatele scontate şi nu risipeşte resursele publice [9, p.70].

Există o serie de centre de afaceri, servicii de asistență, site-uri web, baze de date și alte servicii administrate sau susținute de Comisia Europeană care sunt concepute pentru a susţine internaționalizarea IMM-urilor. Acestea reprezintă, de asemenea, o sursă bogată de informații pentru organizațiile de sprijin al IMM-urilor.

De asemenea, există o gamă largă de activități de susținere a întreprinderilor în cadrul pieţelor din afara UE, iar pentru acestea este oferit de furnizorii de servicii publici, semipublici și privați din statele membre (de ex., camere de comerț, asociații de afaceri, consultanți comerciali, agenții pentru IMM-uri și organizații de promovare a comerţului), toate având o experiență bogată în ceea ce privește sprijinirea IMM-urilor pentru a realiza afaceri la nivel international. Astfel de programe pot oferi *sprijin individual* sau *sprijin prin intermediul rețelelor și al grupurilor*.

Sprijinul individual – se bazează pe o analiză a IMM-ului și a domeniilor în care acesta are nevoie de sprijin; sprijinul este adaptat, în consecință, la resursele și capacitățile specifice. Astfel de programe încep, de regulă, prin evaluarea „disponibilității de internaționalizare" a IMM-urilor și continuă cu o consultanță pe termen lung pentru a sprijini întreprinderile să dezvolte capacitățile de gestionare necesare mediului de afaceri internațional. Programele sunt completate, în mod obișnuit, de o serie de măsuri prevăzute pentru alte domenii de susținere necesare, în general: informații și asistență ocazională cu privire la finanțarea de afaceri internaționale, accesul la informații, rețele etc. Programele de sprijin individual sunt holistice în abordarea întreprinderii și elimină barierele specifice cu care se confruntă IMM-urile individuale în activitatea lor pe plan internațional.

Rețele și grupuri – extind capacitatea IMM-urilor individuale de a se internaționaliza și continuă să fie o componentă vitală a unui astfel de sprijin. Există două tipuri de rețele: *rețele de asistență* și *rețele de cooperare*. *Rețelele de asistență* tind să fie gestionate de către administrația publică (de ex., birouri comerciale în străinătate) sau mari asociații de afaceri. Acestea joacă un rol decisiv în sprijinirea oricărui tip de internaționalizare, întrucât oferă acces la informații, care pot fi utilizate direct de către IMM-uri. În asemenea rol, acestea acoperă unul dintre domeniile cu cea mai mare cerere și nevoie în ceea ce ține de IMM-uri. *Rețelele de cooperare* se axează pe promovarea cooperării directe dintre întreprinderi. Studiile indică asupra faptului că în viitor va crește numărul de abordări de cooperare, alianțe și rețele în care sunt implicate IMM-uri.

În acest sens, în Republica Moldova a fost inițiat Programul de stat „Creştere și internaționalizare", care vine ca răspuns la necesitatea antreprenorilor de a trece granițele propriu-zise ale țării, dar și de a depăși factorii care stau în calea prosperării businessului. Programul a fost elaborat de Ministerul Economiei și Infrastructurii în colaborare cu ODIMM prin suportul asistenței tehnice a Proiectului Uniunii Europene „Infrastructura calității în contextul DCFTA". Acest instrument urmăreşte scopul de a dezvolta un sistem complex de acordare a suportului pentru întreprinderile cu potențial de creştere și internaționalizare [10].

Programul menţionat oferă suport IMM-urilor pentru introducerea practicilor internaționale în vederea dezvoltării productivității și a competitivității, iar solicitanții

Programului vor beneficia atât de suport consultativ și formare a competențelor antreprenoriale, prin schema de Business Voucher, cât și financiar, prin schema de „Grant”.

Totodată, în pofida avantajelor sale, internaţionalizarea continuă să reprezinte un pas dificil de realizat pentru majoritatea IMM-urilor. Acestora le lipsesc, pur şi simplu, resursele şi contactele privind oportunităţile de afaceri potrivite, potenţialii parteneri şi deschiderea spre pieţele străine. Într-adevăr, investiţia financiară necesară pentru lansarea internaţională poate reprezenta o barieră semnificativă pentru multe IMM-uri. Internaţionalizarea a devenit în timp o condiţie de supravieţuire a IMM-urilor în mediul actual extrem de competitiv şi mai ales în condiţiile crizei economice globale.

Referințe:

1. Comisia Europeană (CE) și EIM Business & Policy Research. Internaționalizarea IMM-urilor europene, raport final, DG Întreprinderi și Industrie. Bruxelles, 2010, p. 5.
2. Comisia Europeană (CE). Sprijinirea internaționalizării IMM-urilor, raport final al grupului de experți, DG Întreprinderi și Industrie. Bruxelles, 2010, p. 13.
3. Comisia Europeană (CE) și EIM Business & Policy Research. Internaționalizarea IMM-urilor europene, raport final, DG Întreprinderi și Industrie. Bruxelles, 2010, p. 57.
4. COSTA, J.F. et al. A Study on the Internationalization Barriers to Incubated Companies: Defining the Constructs to Develop an Effective Research Instrument. In: *European Journal of Scientific Research*. April, 2019, vol. 152, no 3, pp. 334-359. ISSN 1450-216X / 1450-202X.
5. Comisia Europeană (CE) și EIM Business & Policy Research. Oportunități pentru internaționalizarea IMM-urilor europene, DG Întreprinderi și Industrie, Bruxelles, 2011, pp. 5-6.
6. POPA I., FILIP R. *Management international*. București: Editura Economică, 2001.
7. SAKAI K. Global Industrial Restructuring: Implications for Smaller Firms. In: *STI Working Paper*, 2002/4, OECD, Paris.
8. Prezentare generală a principalelor oportunități de finanțare disponibile pentru IMM-urile europene. Noua ediție din ianuarie 2012, DG Întreprinderi și Industrie. Bruxelles. http://ec.europa.eu/ enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778 EIM Business & Policy Research 2011, pp. 71-75.
9. Oportunități pentru internaționalizarea IMM-urilor europene – Document de referință 2: Prezentare generală a 310 măsuri de sprijin strategic la nivelul statelor membre (finanțat de Comisia Europeană), Zoetermeer, p.70.
10. BULIMAGA, T. Aspecte privind internaționalizarea IMM-urilor. În: *Rezumatele comunicărilor: Conferința științifică națională cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare”,* 2020, pp. 247-251.