

DEZVOLTARE PRIN INTERNAȚIONALIZARE: OPȚIUNI PENTRU ROMÂNIA

AUTORI

Matei-Alexandru APĂVĂLOAEI

Tudor Gherasim SMIRNA

Andreas STAMATE-ȘTEFAN

CONTRIBUȚIE: BUNE PRACTICI ÎN INTERNAȚIONALIZARE ȘI 5 RECOMANDĂRI PENTRU ROMÂNIA

AUTOR

Claudiu VRÎNCEANU



Institutul Ludwig von
Mises România

București

2019

Cuprins

INTRODUCERE	4
Partea I.....	6
DEZVOLTARE PRIN INTERNAȚIONALIZARE.....	6
Internaționalizarea: integrare și conectare	6
Internaționalizarea ca fenomen istoric opus protecționismului	6
Scurtă istorie a internaționalizării	8
Teorii clasice ale internaționalizării	9
Teorii moderne ale internaționalizării	9
Strategia de internaționalizare	11
Situația FDI în cifre la nivel mondial.....	14
Partea a II-a	16
INTERNAȚIONALIZAREA ÎN ROMÂNIA	16
Capitolul 1.....	16
Contextul instituțional al internaționalizării în România.....	16
Internaționalizarea în socialism	16
Anii plămădirii capitalismului de cumeetrie.....	17
Infrastructura și mediul de business	18
Cum începe internaționalizarea în România	19
Corupția și birocrăția sunt la rândul lor efecte.....	21
Internaționalizare calitativă și internaționalizare cantitativă.....	23
Exporturile, principala formă de internaționalizare a României.....	24
Capitolul 2.....	25
Evidențe empirice ale internaționalizării firmelor românești	25
Fluxurile de ISD: valori, componente și distribuție geografică	25
Stocul de ISD ale românilor în străinătate: compoziție și distribuție geografică	29
Numărul de întreprinderi, numărul de angajați, cifra de afaceri, distribuții pe sectoare.....	36
Valoarea adăugată la nivelul costurilor factorilor de producție și distribuția pe sectoare.....	40
Remitențele.....	42

Partea a III-a.....	45
OPȚIUNI DE POLITICĂ ECONOMICĂ.....	45
Practica politicilor de sprijin a EISD.....	45
Există opțiuni de politică publică în privința internaționalizării?	45
Câteva chestiuni de macroeconomie	46
Poate fi privit guvernul ca o firmă?	47
Start-up-urile trebuie să crească organic, prin profitabilitate	48
Facilitarea internaționalizării. Firme de consultanță private sau diplomație comercială?	51
Problema facilitării internaționalizării de către agenți guvernamentali.....	53
Componenta legală a politicii de internaționalizare	54
România: hub regional?	55
Opțiuni de politică publică în domeniul internaționalizării.....	56
Studii de caz în internaționalizare	60
Experiența statelor în internaționalizare nu e independentă de teoria cu care o interpretăm	61
Legătura dintre internaționalizare și creștere economică în țara mamă.....	62
Studii de caz.....	62
BUNE PRACTICI ÎN INTERNAȚIONALIZARE ȘI 5 RECOMANDĂRI PENTRU ROMÂNIA	68
CONCLUZII	72
Bibliografie	75

INTRODUCERE

Prezentul studiu reprezintă prima încercare sistematică de analizare a internaționalizării firmelor românești, în sensul de extindere a procesului productiv dincolo de granițele naționale. Studiul vizează fenomenul de integrare în diviziunea internațională a muncii a agenților economici români, sub aspectul particular al ieșirii de bunuri, resurse umane și capital din România spre exterior. Cu alte cuvinte, internaționalizarea reprezintă un proces antreprenorial prin care este luat în considerare aspectul localizării activității productive în vederea alinierii cât mai potrivite a factorilor de producție la exigențele consumatorilor din țara de origine și din străinătate.

Dacă subiectul acestui studiu este ușor de identificat, încadrarea sa sub auspiciile unui anumit tip de analiză ar putea să necesite câteva lămuriri suplimentare din partea autorilor. Cu toate că toți cei care semnează această lucrare sunt cadre universitare, studiul propus nu reprezintă o lucrare teoretică, în sensul că cititorul nu va regăsi în următoarele pagini o nouă teorie a internaționalizării. Mai degrabă, studiul ar putea fi considerat ceea ce vorbitorii de engleză numesc *policy analysis*. Astfel, venim spre cititor cu o examinare a problemei internaționalizării ce vizează trei paliere: unul economic, unul istoric și, dacă ne referim la ultima parte a studiului, un palier normativ, în sensul de propuneri de politică publică de care statul ar trebui să țină cont dacă obiectivul internaționalizării firmelor românești se vrea urmărit în mod coerent.

În cele ce urmează, vom prezenta pe scurt principalele discuții care se regăsesc în fiecare dintre cele trei părți ale studiului. După parcurgerea acestei secțiuni introductive, a cărui rol este unul pur orientativ, rămâne la latitudinea fiecărui cititor să vadă asupra cărui capitol merită să insiste. Trebuie însă menționat că lucrarea a fost gândită ca un tot unitar, iar ordinea în care sunt purtate discuțiile nu este una întâmplătoare. Până la urmă, știința economică și experiența acumulată ar trebui să ne informeze cum ar trebui să acționăm și ce obiective pot și merită a fi atinse.

În **prima parte** a acestui studiu, intitulată *Dezvoltarea prin internaționalizare*, autorii își arată predispoziția pentru discuții fundamentale, însă menirea respectivei secțiuni nu este de a descoperi ci, mai degrabă, de a redescoperi, de a scoate la suprafață instrumentarul teoretic prin care poate fi decodat fenomenul internaționalizării. Din acest motiv, prima parte a lucrării propune o analiză obiectivă, științifică, prin care se încearcă lămurirea *stakeholderilor* acestui studiu – mediul de afaceri, *think tank*-uri, decidenții politici și, nu în ultimul rând, cetățenii conectați la problemele polisului – în ceea ce privește modul în care știința economică se raportează la fenomenul internaționalizării.

Pe lângă faptul că oferă o cheie de decodare a fenomenului internaționalizării, practic pregătind terenul pentru celelalte două secțiuni, mai aplicate, ale studiului, primul capitol mai poate fi citit și într-un alt registru. Acesta încearcă să traseze o linie de demarcație între teoria internaționalizării – avantaj absolut și relativ, ciclul de viață al produsului, diferența dintre investiții străine directe și cele de portofoliu, abordarea eclectică *ownership-location-inernalization* (OLI) – și încercările specifice literaturii de management prin care se urmărește sistematizarea practicilor de internaționalizare. Cu alte cuvinte, acest studiu nu își propune să ofere o colecție de bune practici, adică, de cazuri istorice extrase din

experiența de succes a anumitor firme. Acesta este rostul contribuției finale la studiu. Miza economică a discuției este alta: identificarea urmărilor, invariabile în timp și spațiu, ale internaționalizării. Numai după ce am lămurit această problemă fundamentală am considerat că putem trece la celelalte două secțiuni.

În cea de **a doua secțiune**, intitulată *Internaționalizarea în România*, studiul trece la o analiză istorică și statistică pentru a prezenta factorii care influențează decizia de internaționalizare a firmelor românești și pentru a ilustra cu date statistice evoluția din ultimii ani a internaționalizării capitalului românesc. Analiza istorică inventariază și explică dintr-o perspectivă clasic liberală rațiunile pentru care internaționalizarea firmelor românești este astăzi la cea mai scăzută cotă din regiune. Cu ajutorul analizei istoric-cauzale problema internaționalizării este plasată într-un context de factori macroeconomici care îi decid explicit evoluția: acumularea de capital în România, privatizările, numărul întreprinderilor de stat, corupția, infrastructura, fiscalitatea etc. În aceeași secțiune, studiul introduce conceptul de *internaționalizare calitativă* în opoziție cu *internaționalizarea cantitativă*.

Analiza pur statistică va evidenția (în funcție de datele disponibile) situația până la nivelul anului 2017: fluxurile de investiții străine directe către exterior (EISD), stocurile, ponderea EISD în PIB, numărul de firme, cifra de afaceri, numărul de angajați, valoarea adăugată a EISD, remitențele. Deși diferențele dintre țări rezidă în instituțiile și stimulente generate de acestea, datele sunt prezentate prin comparație cu celelalte țări din regiune (Bulgaria, Ungaria, Cehia, Polonia), aceasta fiind o practică unanim acceptată.

Ultima parte a studiului, *Opțiuni de politică economică*, face un pas dincolo de discursul științific, în teritoriul normativului. Cu alte cuvinte, plecând de la teoria economică și de la situația istorică dată, **a treia secțiune** își propune să furnizeze câteva sugestii de politică referitoare la fenomenul internaționalizării și să analizeze urmările ce decurg din alte tipuri de măsuri concurente. Mai concret, după câteva demistificări și clarificări necesare, aici se inventariază opțiunile pe care le are la îndemână un guvern, plecând de la presupuziția că alocarea liberă a factorilor de producție este cea mai eficientă cale prin care, implicit, se poate viza și scopul internaționalizării.

Tot în această secțiune sunt cuprinse și câteva propuneri de indicatori pentru evaluarea performanței atășăților comerciali (KPI) și o listă de „studii de caz” extrase din experiența autorităților din alte țări. Acestea sunt analizate prin prisma unei matrici ce clasifică diferitele tipurile de opțiuni de politică publică în trei clase – *I*, *II* și *III*.

Rolul fundamental al studiului – vizat de autori – este cu precădere unul educativ. Își propune să surprindă cauze ale internaționalizării, păstrând în același timp un respect pentru statistica pură, atât timp cât ea este folosită non-alarmist.

Contribuția la studiu, intitulată *Bune practici și 5 recomandări pentru România*, este o propunere concretă în privința internaționalizării către decidenții politici, decupând din ecosistemul antreprenorial global cinci modele considerate utile de luat în discuție pentru România: modelul german, modelul japonez, modelul austriac, modelul olandez și modelul suedez. Contribuția se bazează exclusiv pe expertiza și experiența autorului.

Partea I

DEZVOLTARE PRIN INTERNAȚIONALIZARE

Internaționalizarea: integrare și conectare

Internaționalizarea a fost discutată relativ timpuriu în gândirea economică, abordările sistematice apărând încă din secolele XVIII și XIX.¹ Procesul pieței constă în alinierea factorilor de producție la cerere, așa cum este ea percepută de antreprenori. Productivitatea superioară în condiții de diviziune a muncii explică nu doar deciziile persoanelor de a se specializa în acele activități care le dau maximum de productivitate, ci și locul în care sunt amplasate procesele de producție.

Data fiind o configurație a cererii, teoria economică explică faptul că, în măsura în care factorii de producție nu sunt aliniați la acea configurație a cererii, vor exista oportunități de profit care vor fi urmărite de antreprenori și, în acest proces, structura de producție se va reconfigura pentru a răspunde structurii cererii de bunuri și servicii finale. Rațiunea ultimă a acestui proces de ajustare a structurii de producție este aceea de plasare a resurselor și factorilor de producție în pozițiile și pe canalele prin care cererea este satisfăcută în cel mai mare grad. Acest proces al pieței nu este unul instantaneu și nici nu este unul mecanicist. Timpul și incertitudinea sunt elemente inevitabile ale realității economice. Bineînțeles, pentru că cererea este în continuă reconfigurare, procesul de ajustare a structurii de producție este și el în fapt unul de continuă reconfigurare.

Este cert că, încă de la începuturi, și apoi cu contribuțiile revoluționare din știința economică, internaționalizarea a fost văzută ca un proces de integrare și de conectare prin schimburi a tuturor economiilor locale, naționale, regionale și, în ultimă instanță, a întregii omeniri. Marea societate este în primul rând marea piață, conectarea fiecărui om angajat în schimburi prin rețeaua cu vocații globale și ajustată prin calculul antreprenorial de rentabilitate pentru a da lumii cea mai bună folosință a resurselor pe care le consideră limitate și valoroase.

Internaționalizarea ca fenomen istoric opus protecționismului

Internaționalizarea poate fi definită ca extinderea unui proces de producție (înțeles ca evoluție materială a unor resurse din stadiul natural inițial spre stadiul final al consumului) peste o graniță politică, adică situarea punctelor inițial și terminal al procesului în teritorii aflate sub jurisdicții statale diferite.

¹ Irwin, Douglas A., *Against the Tide: An Intellectual History of Free Trade*, Princeton: Princeton University Press, 1998; Miron, Dumitru, Cojanu, Valentin (coordonatori), *Comerț internațional. Volumul I – Specializarea țărilor și sistemul comercial multilateral*, Editura ASE, București, p. 81

Aspectele politice, culturale și etnice nu sunt relevante pentru teoria economică, decât în măsura în care au efecte asupra procesului de ajustare a structurii de producție. Dacă granițele între state nu ar fi și delimitările unor regimuri legale și instituționale cu efecte economice distincte, relevanța economică a proceselor de producție cu lanțuri transnaționale ar fi nulă.

Așa cum este irelevant din punct de vedere economic (dar nu și sociologic, bunăoară) faptul că la Târgu Mureș o firmă prestează servicii IT pentru o clientelă care este 70% alcătuită din români și 30% alcătuită din maghiari, tot la fel, ar fi irelevant faptul că o firmă din SUA vinde pe piața din SUA sau își exportă producția către cetățenii altei jurisdicții indistincte sub aspect legal sau instituțional. Pentru economist întrebarea esențială este dacă acea firmă înglobează cea mai eficientă utilizare a factorilor de producție pe care îi controlează.

Două mari realități explică procesul istoric de intensificare al internaționalizării. În primul rând, faptul că există diverse națiuni răspândite pe suprafața Pământului, că indivizii, comunitățile și chiar națiunile sunt înzestrate cu caracteristici, abilități și talente diferite (care se află și într-un proces evolutiv ghidat conștient de interesele indivizilor) și, în al doilea rând, faptul că resursele materiale primare sunt distribuite, de asemenea, neuniform pe suprafața Terrei explică tendința unei globalizări economice din ce în ce mai intense.

În absența unor bariere pentru migrarea forței de muncă, a capitalurilor (factorilor de producție, sau bunurilor aflate în stadii intermediare de prelucrare) și a bunurilor finale, putem înțelege că urmărirea satisfacerii maxime a nevoilor ar duce atât populația cât și procesele de producție în acele locuri care sunt percepute a avea cel mai mic cost de oportunitate. Regiunile mai înzestrate cu resurse naturale (incluzând aici și condițiile climatice) tind să fie mai populate, în timp ce regiunile cele mai sărace în resurse și neprimitoare ar tinde să fie complet depopulate².

Acest proces economic este modificat de factori extra economici: preferințele culturale, valorile etnice și naționaliste, restricțiile legale și instituționale fac ca oamenii să se situeze, voluntar sau nu, în locuri suboptimale din perspectivă economică. Dacă oamenii nu vor sau nu au voie să treacă dintr-un teritoriu în altul, atunci este important ca factorii de producție (capitalul) să poată fi deplasați către resursa umană nedeplasabilă care le este complementară și ca bunurile finale să fie deplasate către destinațiile unde sunt cerute pentru a fi consumate.

Pentru că realitatea politică este una a granițelor care marchează diferențe de regimuri fiscale, vamale și migratorii, problema internaționalizării devine una centrală. **Fenomenul internaționalizării a fost istoric opus protecționismului, fie că el s-a referit la bunuri, capitaluri reale sau financiare, sau la resursa umană.**

Studiul de față vizează internaționalizarea sub aspectul particular al ieșirii de resurse umane, capitaluri și bunuri din România către exterior.

² Mises, Ludwig von, *Acțiunea umană. Tratat de Teorie Economică*, Editura Institutului Ludwig von Mises România, București, 2018, p. 160-166.

Scurtă istorie a internaționalizării

Omenirea a cunoscut o prosperitate precară pe parcursul lungii sale istorii, cu excepția ultimelor două-trei sute de ani. Creșterea vertiginoasă a nivelului de trai în Occident s-a datorat cristalizării unui cadru instituțional specific. Schimburile din ce în ce mai extinse, producția din ce în ce mai diversă, productivitatea din ce în ce mai mare au fost posibile datorită unor elemente instituționale cheie, precum definirea clară, recunoașterea și apărarea efectivă a drepturilor de proprietate privată, a integrității individului și a liberei inițiative care a decurs de aici.

Dezvoltarea regimului de producție potențat de piețele relativ libere și acumularea de capital care a făcut posibilă creșterea nivelului de trai a fost un fenomen local pentru o bună parte a Revoluției Industriale. Ricardo nota în 1819³ că antreprenorii încă preferau, în acea perioadă, din motive de incertitudine, să producă în interiorul granițelor politice, chiar dacă asta aducea un profit mai mic. Internaționalizarea a devenit un fenomen sesizabil abia după începutul secolului XIX. Pe măsură ce capitalul se acumulează și antreprenorii concurează pentru cele mai profitabile procese de producție, rata profitului tinde să fie egalizată și să scadă de-a lungul și de-a latul întregii structurii de producție. Anticiparea profiturilor mari care ar putea fi obținute prin aducerea resurselor de peste granițe, sau prin prelucrarea lor în străinătate și importarea bunurilor în diverse stadii de manufacturare, i-a stimulat pe capitaliștii timpurii să inițieze fenomenul internaționalizării.

Odată ce a început să se dezvolte, acest fenomen al investițiilor străine a încetat de a fi unidirecțional, dinspre Occident către națiunile subdezvoltate. Efectul capitalului asupra unei economii precare este acela de creștere a productivității. Dacă pentru capitalistul străin venit să investească motivul principal este profitul, pentru proprietarii de resurse naturale și de forță de muncă motivul de cooperare este productivitatea sporită a proceselor mai intensive în capital. Concurența dintre capitaliștii investitori, pe de o parte, și teoria imputării valorii producției marginale către deținătorii factorilor de producție,⁴ pe de altă parte, explică creșterea în timp a veniturilor reale și deci a nivelului de trai în economiile subdezvoltate. În plus, națiunile subdezvoltate care se deschid investițiilor străine au avantajul de a arde etapele față de națiunile unde acel capital s-a acumulat. Investițiile capitaliștilor nu sunt doar materiale, ele au și componente de cunoaștere specifică. Acest fenomen, mai devreme sau mai târziu, face posibilă învățarea, economisirea locală și emergența unei clase indigene de antreprenori. Acești capitaliști locali vor începe la rândul lor să caute oportunități în afara granițelor politice: vor deveni la rândul lor investitori străini. Alături de capitaliștii inițiali care reinvestesc capitalul înapoi în țara de origine sau spre alte noi destinații, capitaliștii locali sunt agenții integrării internaționale din ce în ce mai intense.

³ Ricardo, David, *On the Principles of Political Economy and Taxation*, Joseph Milligan, Georgetown, D.C., 1819, p. 118.

⁴ Rothbard, Murray N., *Man, Economy, and State*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Alabama, 2009 (1963), cap. 7.

Teorii clasice ale internaționalizării

Economiștii clasici au fost primii teoreticieni ai internaționalizării și investițiilor străine, iar teoria internaționalizării a fost explicată ca un caz particular al teoriei generale a dinamicii specializării și diviziunii muncii. Teoria avantajului absolut este o constatare, la nivel de țară, a faptului universal al superiorității productivității în condiții de specializare. Dacă fiecare țară se specializează pe ceea ce poate face cel mai bine, atunci productivitatea va fi maximizată. Libertatea capitalurilor și a forței de muncă de a circula acolo unde o cer rațiunile economice pentru adâncirea specializării este esențială în evoluția și intensificarea istorică a internaționalizării. Apariția firmei internaționale și a companiilor multinaționale este un corolar al acestui fenomen.

Teoria avantajului comparativ este un caz particular, adus în discuție de circumstanțe existente la anumite momente istorice: dacă există bariere în calea circulației forței de muncă și a capitalurilor, dar nu și a bunurilor de consum, atunci este plauzibilă situația în care o țară devine superioară altor țări în producția mai multor bunuri decât ar fi fost cazul în absența barierelor. Apare în acest caz întrebarea dacă nu este mai bine pentru țara cu productivitate superioară în multiple domenii să activeze în toate acele domenii. Răspunsul lui David Ricardo a fost că, chiar și în aceste circumstanțe, specializarea țării net superioare în domeniul cu cea mai mare productivitate și angajarea în schimburi pentru obținerea bunurilor din țara sau țările cu productivități inferioare este soluția care aduce cea mai mare productivitate globală.

Aceste observații teoretice, rafinate prin renunțarea la holismul metodologic și aplicarea individualismului metodologic, reprezintă fundamentele teoriei internaționalizării.

Teorii moderne ale internaționalizării

În debutul acestei secțiuni, vom observa că internaționalizarea este un concept mai cuprinzător, care trebuie să explice atât firma multinațională sau investițiile străine directe, cât și procesele de producție internaționale. Atât capitalul, forța de muncă, cât și bunurile și serviciile de consum – toate pot fi de domeniul internaționalizării și vor fi discutate în acest context. Teoreticienii internaționalizării fac o distincție între investițiile străine directe (ISD) și cele de portofoliu. Primele sunt definite ca un transfer de capital peste hotare, care implică achiziționarea de către un individ sau o firmă a unor capacități productive și preluarea controlului asupra unei părți semnificative (de regulă asupra a cel puțin 10%).⁵ Investițiile străine directe sunt contrastate cu investițiile de portofoliu, precum achiziționarea de acțiuni, obligațiuni, valută, în cantități care nu oferă un control semnificativ. Scopul studiului de față analizează exclusiv capitalul care este direcționat din România spre alte țări, de regulă prin intermediul firmelor devenite astfel internaționale.

În perspectiva noastră, teoriile moderne ale internaționalizării, tributare în bună măsură unor abordări metodologice eronate, nu înlocuiesc teoriile și observațiile clasice. Vom face

⁵ Dunning, John H., Lundan, Sarianna M., *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Edward Elgar, 2008, p. 75.

aici o foarte scurtă trecere în revistă a celor care au avut contribuții notabile în privința explicării firmei internaționale.

Un prim autor de menționat este Stephen Hymer. Acesta are meritul de a detașa pentru prima dată o discuție a firmei internaționale pentru a o distinge de cele făcute de regulă în teoria portofoliului, care nu presupune decât urmărirea unui diferențial internațional de dobândă. Astfel se poate distinge la Hymer o conturare, chiar dacă tarată de contradicții, a teoriei antreprenoriale a firmei internaționale, a cărui rol specific este de surmontare a unei incertitudini percepute subiectiv de antreprenorul sau antreprenorii a căror manifestare este firma respectivă.

Raymond Vernon este remarcabil pentru inițierea discuției internaționalizării în termenii stadiali: ciclul de viață al produsului – parcurgerea în timp a fazelor de produs nou, produs matur și produs standardizat – fiind principala sa explicație a internaționalizării firmei. Astfel, firmele apar și încep să crească local, punând pe piață – și aici vorbim de regulă de piețele unor economii dezvoltate – un produs nou, experimental. În faza ulterioară, produsul matur oferă suficientă putere investițională, independentă de reacțiile specifice unui produs nou și economii de scară pentru a fi necesar și posibil saltul în internațional. În faza a treia, producția tinde să migreze dinspre economiile dezvoltate spre cele în dezvoltare, în căutarea unor avantaje care nu mai sunt posibile sau oportune pe piețele dezvoltate. Principala critică adusă lui Vernon este absența caracterului universal al observațiilor sale, încropirea unei teorii prin generalizarea nejustificată a unor tendințe observabile istoric la un moment dat și într-un anumit loc. În plus, abordarea metodologică are și aici de suferit: holismul este reintrodus în analiză, la fel ca ignorarea dualismului de analiză între științele sociale și cele naturale: analogiile biologizante sunt ilegitime în economie, pentru că firmele și alte entități economice sunt reductibile fără rest la acțiuni umane, iar aceste acțiuni sunt conștiente și intenționale, nu reacțiuni care să justifice un aparat analitic inductiv, ca în biologie sau fiziologie.⁶

În prezent, paradigma OLI (*ownership-location-internalization*) domină teoriile explicative ale investițiilor străine și internaționalizării. Această paradigmă a fost elaborată de John H. Dunning începând cu anii 1970 și concurează, iar în opinia unor autori a surclasat, o tendință mai veche de a explica existența companiilor multinaționale⁷ sau a investițiilor străine prin paradigma neoclasică. Aceasta din urmă încearcă explicarea firmei multinaționale prin diverse modele matematice⁸ bazate în mare parte pe aplicarea teoriei coasiene a firmei în context internațional. Astfel, există autori care susțin că este necesar și suficient să existe așa-zise eșecuri ale pieței în lanțurile de producție internaționale pentru ca firma multinațională să fie explicată.⁹

⁶ Vezi Topan, Mihai-Vladimir, *Întreprinzătorul în firma internațională*, Editura ASE, București, 2013, p. 189-214.

⁷ Aici trebuie lămurit că folosim „companiile multinaționale” ca expresie generică pentru stadiile multiple în care s-ar putea afla o astfel de companie la un moment dat, fie că vorbim de companie internațională, multinațională sau globală, conform clasificării din Hurduzeu, Gheorghe, Nicolescu, Luminița, coord. *Relații Economice Internaționale*, Editura ASE, București, 2017, p. 335-337.

⁸ New Palgrave, FDI, http://www.dictionaryofeconomics.com.proxy.library.csi.edu/article?id=pde2008_F000168&goto=B&result_number=606

⁹ Eden, Lorraine, „A critical reflection and some conclusions on OLI”, în Cantwell, John; Narula, Rajneesh, ed., *International Business and the Eclectic Paradigm*, Routledge, Londra, 2003, p. 282.

Pardigma OLI susține în schimb că o firmă va decide să investească în străinătate în măsura în care deține (*ownership*) anumite active care, dată fiind o anumită distribuție spațială de resurse, capital și muncă (*location*), justifică alegerea înglobării (*internalization*) procesului transnațional de producție, alternativa fiind utilizarea pieței pentru a-și atinge scopurile, apelând deci la alte firme din exterior.

Această paradigmă este în bună măsură tributară (iar abordările neoclasice bazate pe modelare matematică sunt cu atât mai mult) unei eliminări metodologice a abordării cauzal-realiste și teleologice a activității economice.¹⁰ Ar trebui să fie clar pentru teoreticienii și oamenii de afaceri care vor să explice – altora și lor înșiși – fenomenul internaționalizării, că din modele neoclasice care tratează investițiile străine directe și firma multinațională ca pe fenomene mecaniciste (generate, de exemplu, de tensiunea dintre dimensiunile relative ale țărilor, pe de o parte și de distanțele dintre ele, pe de alta – așa cum o fac modelele gravitaționale) nu sunt decât de recuperat unele observații, cu discernământ metodologic, și de readus în tradiția explicativă inițiată de Smith, Ricardo, Say sau Bastiat și continuată de Ludwig von Mises sau Joseph T. Salerno.¹¹

Așadar, curățată de mecanicism și holism, teoria internaționalizării poate fi văzută ca o continuare logică și fără constrângeri artificiale a teoriei economice generale, așa cum a fost ea dezvoltată și cum a evoluat încă din perioada clasică. Avantajul comparativ, îmbogățit cu deducțiile moderne despre caracterul său antreprenorial, dinamic și marginalist, alături de perspectiva coerentă, cauzal-realistă, asupra firmei ca manifestare reală, în concret, a personalității și activității antreprenoriale¹² sunt suficiente pentru o teorie robustă, universal valabilă a internaționalizării.

Strategia de internaționalizare

Trebuie trasă o linie între teoria internaționalizării și sistematizarea practicilor de internaționalizare. Dacă teoria caută să stabilească principiile universale care explică fenomenul, colecțiile de practici reprezintă o catalogare a mai vechilor și mai noilor tendințe și procedee de internaționalizare. Acestea din urmă sunt în esență istorii ale

¹⁰ Vezi, Menger, Carl, *Principles of Economics*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Alabama, 2007.

¹¹ O critică la paradigma OLI poate fi făcută din următoarea perspectivă: a porni discuția de la ceea ce dețin firmele, și cum iau decizia de a se internaționaliza sau a apela la piață, în contextul în care piețele finale, ale consumatorilor, sunt cele care ghidează activitățile antreprenoriale, e un mod eronat de a pune problema. Firmele se fac și se desfac în funcție de anticiparea schimbărilor de pe piețele finale, de mediul de afaceri și disponibilitatea resurselor din diferitele țări. În cel mai bun caz, O din paradigma OLI nu este punctul de început al analizei, ci un efect care trebuie explicat în lumina situației L. În cel mai rău caz, O nici nu trebuie să facă obiectul discuției în internaționalizare, ci doar L și, apoi, prin derivare, I. Pentru o critică sistematică a paradigmei OLI, vezi Itaki, Masahiko, „A Critical Assessment of the Eclectic Theory of Multinational Enterprise”, *Journal of International Business Studies*, vol. 22, nr. 3, (trim. III, 1991), pp. 445-460, citat în Topan, Mihai-Vladimir, *Întreprinzătorul în firma internațională*, Editura ASE, București, 2013, p. 208.

¹² „Întreprinzătorii nu se manifestă «eteric», în vid, nu «asumă / surmontează incertitudinea» așa «la modul general», ci prin proiecte concrete, în contexte concrete, creând, menținând, expandând, modificând, desființând *afaceri* sau *firme*. Topan, Mihai-Vladimir, *Întreprinzătorul în firma internațională*, Editura ASE, București, 2013, p. 133.

internaționalizării, fără valoare predictivă și cu statut mai mult sau mai puțin efemer, deci neputând ridica pretenții de universalitate, chiar dacă sunt mulți autorii care au încercat, sub eticheta de (nouă) teorie, sau de paradigmă eclectică, o formalizare cât mai riguroasă și cuprinzătoare a acestor practici. În acest context și cu aceste amendamente, putem apela la aparatul descriptiv al paradigmei OLI.

PARADIGMA ECLECTICĂ (OLI) A PRODUCȚIEI INTERNAȚIONALE

Avantaje specifice de proprietate (O) ale unei companii de o naționalitate (sau afiliați ale acesteia) asupra celei ale unei alte națiuni

a. Avantaje legate de drepturile de proprietate și/sau de activele intangibile (Oa) Structura de resurse (active) ale firmei. Inovații ale produsului, administrarea producției, sisteme organizaționale și de marketing, finanțe etc. Abilitatea de a reduce costurile tranzacționale intra și/sau inter-firme (influențate de asemenea de Oi)

b. Avantaje de guvernanta comună, adică de organizare a Oa cu active complementare (Ot)

i. Acelea pe care filiale investiționale noi ale întreprinderilor consacrate le-ar putea avea asupra firmelor *de novo*. Acelea care rezultă în principal din dimensiune, diversitatea produselor și experiențele de învățare ale firmei (de exemplu, economiile de cuprindere și specializarea). Accesul exclusiv sau favorit la inputuri (de exemplu, munca, resursele naturale, financiare, informații). Abilitatea de a obține inputuri în condiții favorabile (de exemplu, ca rezultat al dimensiunii sau influenței monopsonice). Abilitatea companiei părinte de a încheia relații productive și de cooperare între firme. Accesul exclusiv sau favorit la piețe finale. Accesul la resursele companiei părinte la cost marginal. Economii sinergice (nu doar în producție, ci și în achiziții, marketing, financiar).

ii. Care apar în mod specific din caracterul multinațional. Acesta mărește flexibilitatea operațională prin deschiderea de oportunități mai largi pentru arbitraj, mutarea producției și obținerea de inputuri la scară globală. Acces mai favorizat la și/sau o mai bună cunoaștere a piețelor internaționale (de exemplu, de informații, financiare, de muncă etc.). Abilitatea de a învăța din diferențele sociale ale proceselor și sistemelor organizaționale și manageriale (de asemenea influențate de Oi)

c. Active instituționale (Oi)

Instituțiile formale și informale care guvernează procesele de adăugare a valorii în cadrul firmei, și între firmă și stakeholderii ei. Coduri de conduită, norme și cultură corporativă; sisteme de incitative și evaluare; leadership și management al diversității.

Factori specifici locației (L) (Pot favoriza țara gazdă sau țara de origine)

- o Distribuția spațială a resurselor naturale și create și a piețelor.
- o Prețurile inputurilor, calitate și productivitatea lor (muncă, energie, materiale, componente, bunuri intermediare).
- o Costurile internaționale de transport și comunicare.
- o Stimulele și inhibitorii pentru investiții (inclusiv cerințele de performanță etc.)
- o Barierele artificiale (de exemplu controlul importurilor) impuse în calea comerțului cu bunuri și servicii.
- o Elementele de infrastructură (educaționale, de transport și de comunicare).
- o Diferențele între țări în privința ideologiilor, limbii, culturii, afacerilor, politicii.

- o Economii de aglomerare și de beneficii externe.
- o Sistemul economic și strategiile de guvernare; cadrul instituțional pentru alocarea resurselor.
- o Sistemul legal și de reglementare (de exemplu, protecția drepturilor de proprietate, punerea credibilă în aplicare a lor).

Avantaje de internalizare (I)

- o De evitare a costurilor de căutare și negociere.
- o De evitare a costurilor hazardului moral și a selecției adverse, și de protejare a reputației firmei care internalizează.
- o De evitare a costului contractelor nerespectate și a litigiilor subsecvente.
- o Incertitudinea cumpărătorului în privința naturii și valorii inputurilor (de exemplu, privind tehnologia care se vinde).
- o Când piața nu permite discriminarea prin preț.
- o Nevoia vânzătorului de a proteja calitatea produselor intermediare și finale.
- o De capturare a economiilor din activități interdependente (influențate de Ot)
- o De compensare pentru absența unor piețe viitoare.
- o De evitare sau de exploatare a intervenției guvernamentale (cote, tarife, controlul prețurilor, diferențe de taxare etc.).
- o De a controla bunurile furnizate și condițiile de vânzare ale inputurilor (inclusiv ale tehnologiei).
- o De a controla punctele de expunere pe piață (inclusiv pe cele care ar putea fi folosite de concurenți).
- o De a putea să se angajeze în practici precum subvenționarea încrucișată, practicarea de prețuri agresive, strategii de avansare sau devansare și practicarea prețurilor de transfer ca strategie competitivă (sau anti-competitivă).

Sursa: John H. Dunning, Sarianna M. Lundan, *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Edward Elgar, 2008, p. 101-102

Aici este momentul să constatăm că, de regulă, fenomenul internaționalizării a avut loc gradual în privința firmelor și, pe cale de consecință, în plan macroeconomic. Uzual, sunt identificate trei stadii ale internaționalizării:¹³ internaționalizarea inițială (*first landing*), implantarea în țara gazdă (*go native*) și în final multinaționalizarea (*go global*). De asemenea, studiile empirice arată că firmele preferă să-și exporte bunurile pentru o perioadă înainte de a decide să investească în piața țintă.¹⁴ Dar, istoric, s-au înregistrat și moduri de internaționalizare care au sfidat norma, precum a fost cazul companiilor multinaționale pure (*free-standing companies*), care erau înregistrate și aveau sediul administrativ la Londra cu scopul premeditat de a se facilita astfel obținerea de capital pentru activități de producție care aveau loc exclusiv peste hotare, în ceea ce am putea numi economiile emergente ale vremii (aceste companii au încetat a fi înființate după

¹³ Lemaire, 1997, citat în Hurduzeu, Gheorghe, Nicolescu, Luminița, coord. *Relații Economice Internaționale*, Editura ASE, București, 2017, p. 332.

¹⁴ Conconi et al. 2016, citat în Hurduzeu, Gheorghe, Nicolescu, Luminița, coord. *Relații Economice Internaționale*, Editura ASE, București, 2017, p. 333.

Primul Război Mondial).¹⁵ O altă strategie este abordarea *lean start-up*¹⁶ în context internațional: investiția inițială de mică anvergură și extragerea învățămintelor necesare care precedă investiția de anvergură planificată. De notat, de asemenea, că investiția inițială nu trebuie să fie în țara țintă, ci poate fi într-o țară cu mediu de afaceri de profil similar, dar cu costuri de intrare mai mici.¹⁷

O tendință generală este cea pe care o putem numi internaționalizarea prin contiguitate: fenomenul internaționalizării tinde adesea, dar nu fără excepții, să fie realizat în faza incipientă în țări țintă din vecinătatea țării sursă. O altă tendință, discutată începând cu anii 1980, este schimbarea tipologiei firmelor multinaționale. Dacă în mod tradițional internaționalizarea se făcea mai degrabă prin unul din cei doi poli: ierarhie (firmă/organizație clasică) sau piață (schimb între firme), au apărut moduri considerate intermediare, precum asociații în participațiune, subcontractări, alianțe de cercetare și dezvoltare, alături de noi firme din economii emergente (în principal din Asia de Est).

O subcategorizare a motivului profitului în internaționalizare descrie patru motive de internaționalizare: căutarea resurselor naturale, a eficienței produselor sau proceselor, a piețelor și a activelor strategice.¹⁸

Situația FDI în cifre la nivel mondial

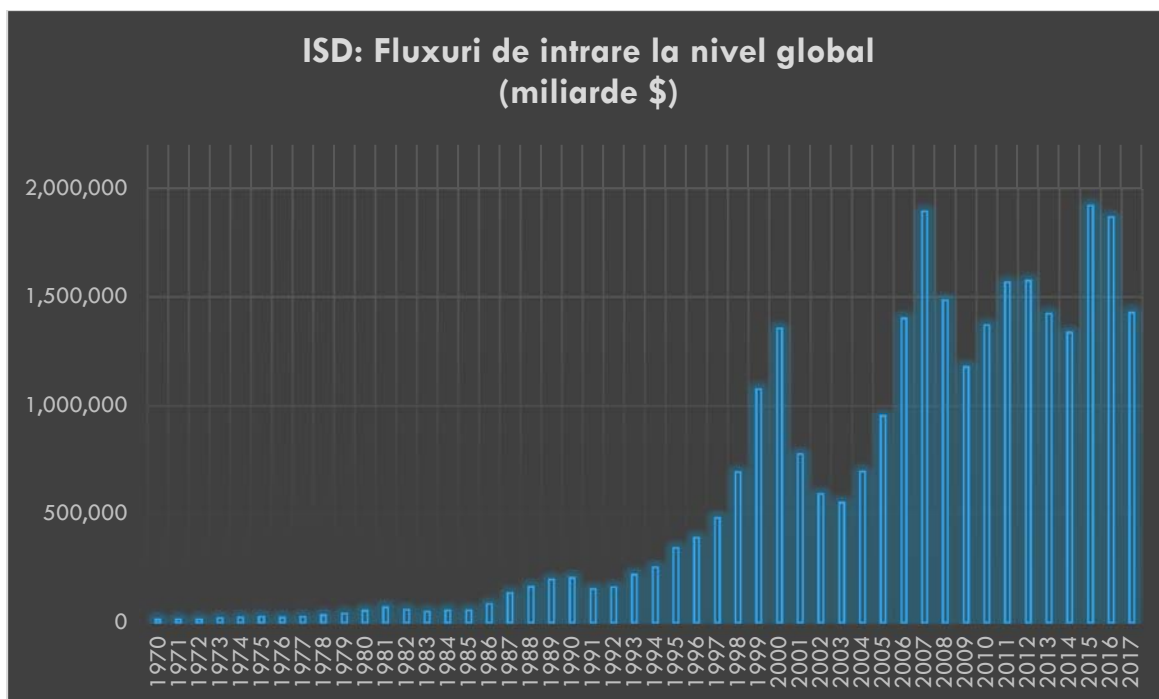
Investițiile străine directe (calculate de UNCTAD ca fluxuri de intrare) au fost în ultimii ani, de la un maxim recent de 1,92 trilioane de dolari în 2015, la 1,43 trilioane de dolari în 2017, în prețuri curente. Cu toate acestea, așa cum se poate vedea din graficul de mai jos, tendința seculară este una de creștere, pe fondul unei deschideri istorice a comerțului internațional și a scăderii continue a barierelor tarifare.

¹⁵ Pentru o discuție a acestor companii, vezi Topan, Mihai Vladimir, *Întreprinzătorul în firma internațională*, Editura ASE, București, 2013.

¹⁶ Ries, Eric, *The Lean Start-up*, Crown Publishing Group, 2011.

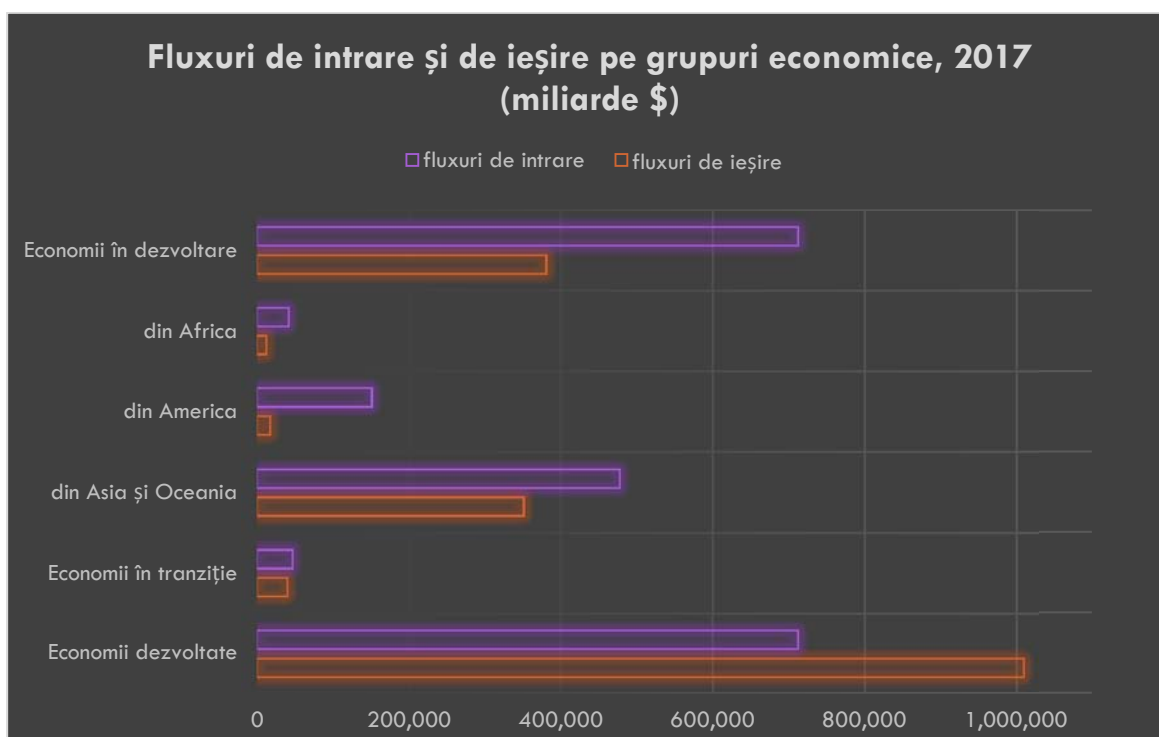
¹⁷ Avem aici exemplul lui Dan Isai, care a dus brandul Salad Box mai întâi pe piața algeriană în pregătire pentru intrarea în Emiratele Arabe Unite și piața arabă în general. Roșca, Andreea, *Dan Isai, antreprenorul care a contrazis tot ce știam despre salate*, <https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/interviurile-andreei-rosca/dan-isai-antreprenorul-care-a-contrazis-tot-ce-stiam-despre-salate-15566108>

¹⁸ Vezi, de exemplu, Lundan, Sarianna, M., *The Home Country Effects of Internationalisation*. Helsinki: ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, The Research Institute of the Finnish Economy, 2007



Sursa datelor: UNCTAD

Chiar dacă Statele Unite și Marea Britanie sunt lideri în privința intrărilor și ieșirilor de ISD, structura fluxurilor relevă faptul că țările dezvoltate direcționează capital către țările subdezvoltate și cele emergente, așa cum se poate vedea mai jos:



Sursa datelor: UNCTAD

Partea a II-a

INTERNAȚIONALIZAREA ÎN ROMÂNIA

Capitolul 1

Contextul instituțional al internaționalizării în România

Internaționalizarea în socialism

România este un stat care timp de 50 de ani s-a plasat într-o relație de relativă autarhie cu piețele externe, îndeosebi cu cele în care funcționa sistemul capitalist. A încercat totuși mimarea unui tip de internaționalizare, în anii CAER (Consiliul de Ajutor Economic Reciproc¹⁹), când, ca membru fondator, a refuzat să devină furnizorul de bunuri agricole al URSS, dorind să-și păstreze o oarecare autonomie în selecția partenerilor comerciali și urmărind cu interes (dar nu și fără ipocrizie²⁰) dezvoltările tehnice produse de economiile capitaliste în Occident.

Spunem *mimare* deoarece **CAER a fost o imitație de internaționalizare**, în care decizia cu privire la producția și consumul statelor membre nu doar că se lua politic, cu participarea directă a comitetelor de planificare socialiste, dar trebuia luată consultând întotdeauna Kremlinul. Așadar, din perspectivă economică era vorba de un fals, căci ceea ce națiunile membre CAER înțelegeau prin comerț internațional era mai întâi abolirea oricărui tip de comerț realizat pe căi private. CAER încearcă să imite comerțul și cooperarea economică, însă rezultatul inevitabil este – așa cum profetic scria un celebru economist francez²¹ al secolului al XIX-lea – confruntarea, conflictul.

Evitând cu abnegație principiile unei economii libere (proprietatea privată, diviziunea muncii, comerțul liber) **prețurile bunurilor comercializate în interiorul CAER nu reflectau în niciun fel costurile sau nivelul cererii**²². Prin eliminarea proprietății private, calculul

¹⁹ Din CAER făceau parte: Uniunea Sovietică, Ungaria, Polonia, Cehoslovacia, Germania de Est (RDG), România, Bulgaria, Cuba, Mongolia și Vietnam.

²⁰ Brucan, Silviu, *De la capitalism la socialism și retur. O biografie între două revoluții*, Editura Nemira, București, 1996.

²¹ Este vorba despre Claude Frederic Bastiat, un economist francez al școlii liberal clasice. Lui îi este atribuită ideea potrivit căreia protecționismul economic atrage după sine confruntări de natură militară, sub forma sintagmei „*When goods don't cross borders, soldiers will*”. O biografie intelectuală a lui Bastiat este disponibilă la adresa: <https://mises.org/library/biography-frederic-bastiat-1801-1850-between-french-and-marginalist-revolutions>

²² Bovard, James, „International trade under soviets: A comedy of errors”, Mises Daily, „Foreign trade was a perpetual war in the East Bloc because no one could agree on prices. The nation's currencies were not convertible – and the Transferable Ruble, the official COMECON currency, was about as transferable as a wooden nickel. Each socialist government sets its national prices according to its own fancies, usually with little or no attention to world prices. As Ed Hewett of the Brookings Institution noted, prices «are administratively determined, with complete disregard for important

economic în termeni monetari devenise imposibil. Odată cu proprietatea privată fusese astfel înlăturată orice cale rațională de a mai distinge între proiecte urgente și proiecte care pot fi abandonate, între ce este rentabil și ce reprezintă consum de capital²³. **Internaționalizarea în socialism era, de fapt, a marilor monopoli de stat**²⁴, deseori prin extensia serviciilor de informații în sfera comercială, acestea controlând direct anumite societăți al căror obiectiv era comerțul exterior²⁵.

Anii plămădirii capitalismului de cumetrie

Un factor esențial în decizia unei firme de a se internaționaliza este existența finanțării, a capitalului necesar. **Una dintre consecințele economice cele mai dramatice ale socialismului românesc a fost consumul de capital**, fapt ce s-a resimțit în perioada de tranziție. Minima acumulare de capital existentă a fost irosită pentru dezvoltarea unor proiecte megalomane²⁶, al căror principal scop a fost ocuparea forței de muncă și prestigiul conducerii de partid. Lipsa unei strategii de atragere a capitalului străin după 1990²⁷, suprapusă peste absența capitalului autohton explică întârzierea cu care România încearcă să recupereze decalajul economic față de țările dezvoltate.

Înțelegerea acestui argument, al lipsei de strategii, este totuși grevată de câteva aspecte. Primul ar fi că se ignoră presupuzițiile ideologice, imposibil de evitat în elaborarea oricărei strategii. O strategie de deschidere economică presupune convingerea că prosperitatea e posibilă prin liberalizare, în timp ce o strategie de deschidere economică graduală presupune convingerea că prosperitatea e posibilă prin intervenționism (redistribuție). Apoi, deși teoretic se poate reclama lipsa unei consistențe a strategiilor, din punct de vedere practic, firul roșu al tranziției românești în toate etapele sale este mai curând necunoașterea lecției fundamentale pe care o oferă experiența socialistă: **absența proprietății private pe mijloacele de producție face imposibilă alocarea rațională a resurselor**. Abordarea

economic considerations such as costs or the level of demand»." (disponibil la <https://mises.org/wire/international-trade-under-soviets-comedy-errors>)

²³ O tratare mai pe larg a problemei fundamentale a sistemului socialist – imposibilitatea calculului economic în termeni monetari, cauza, de altfel, a prăbușirii sale – alături de trei studii de caz care ilustrează această problemă, se poate găsi în Topan, Mihai-Vladimir, Păun, Cristian, Stamate-Ștefan, Andreas, Apăvăloaiei, Matei, „The Political Economy of Romanian Socialism: A Case Study in Planned Chaos”, *Transformations in Business and Economics*, 17(2B(44B)): 640-667.

²⁴ Brada, Josef, „The Political Economy of the Communist Foreign Trade Institutions and Policy”, *Journal of Comparative Economics*, 15, pp. 211-238, 1991

²⁵ Cum este cazul românesc al societății Dunărea S.A. Pentru un studiu detaliat privind implicarea serviciilor secrete în comerțul internațional al statelor comuniste și influența acestora în perioada post-comunistă, a se vedea Dimitrov, Martin K, „From Spies to Oligarchs: The Party, The State, The Secret Police and Property Transformations in Postcommunist Europe”, October 2009 (disponibil la <https://www.democracy.uci.edu/files/docs/conferences/dimitrov.pdf>)

²⁶ Grăitoare în acest sens este, de pildă, dorința irațională a lui Ceaușescu, în ciuda scăderii cantității de petrol importate spre finalul anilor 80, de a extinde capacitatea de rafinare a uzinelor/rafinăriilor. Mai multe despre sectorul petrolier socialist și tarele sale economice în Topan, Mihai-Vladimir, Păun, Cristian, Stamate-Ștefan, Andreas, Apăvăloaiei, Matei, „The Political Economy of Romanian Socialism: A Case Study in Planned Chaos”, *Transformations in Business and Economics*, 17(2B(44B)): 640-667.

²⁷ Horobeț, Alexandra, Popovici, Oana, *Investițiile Străine Directe: Evoluția și importanța lor în România*, Studiu realizat în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București și Consiliul Investitorilor Străini, Mai, 2017

problemei privatizării în România este deosebit de relevantă în acest sens²⁸. Interpretând caritabil, vorbim deci de erori cauzate de necunoașterea unor principii și reguli ale cooperării sociale. Dacă acordăm însă statului rolul de antreprenor politic²⁹, care ca orice antreprenor încearcă să maximizeze profitul (politic), lipsa de strategie (sau lansarea permanentă de strategii și planuri) devine o *strategie în sine*, prin care profitul politic se poate menține, în defavoarea sectoarelor private (a activității economice productive) și deci a antreprenorilor economici. De aici și gradualismul reformelor.

Spre deosebire de țările din Occident (SUA, Marea Britanie, Franța, Germania, Italia etc.) care au cunoscut aproape permanent în istoria lor o deschidere față de piețele externe, România, ca mai toate țările din fostul bloc sovietic are, în această privință, o experiență relativ recentă. Aproape treizeci de ani stau între momentul tranziției *de jure* la democrație și capitalism și astăzi, când se vorbește și în România despre *born global* sau *scale-up*. Tranziția *de facto* a fost una lentă, cu animozități și nenumărate încercări de reformă a vechiului sistem care de cele mai multe ori au bătut pasul pe loc. Gradualismul patologic³⁰ este diagnosticul academic cel mai potrivit pentru cine vrea să înțeleagă tranziția românească, perioadă marcată de inflație (cu trei cifre), sindicalism agresiv³¹, privatizări care trezesc suspiciuni, crize politice etc. „Comunismul rezidual”³² al tranziției lupta în acest fel pe toate fronturile cu economia de piață.

Infrastructura și mediul de business

Efectele gradualismului patologic, a cărui menire a fost menținerea puterii politice pe seama eficienței economice și a costurilor sociale care au fost decontate de populație, au dus pe termen lung la limitarea resurselor de care dispunea statul pentru furnizarea bunurilor și serviciilor pe care le-a monopolizat. De pildă, o explicație pentru infrastructura deficitară a României poate fi reprezentată de ingerința disproporționată a statului în economie, fapt ce a condus la încurajarea consumului pe seama economisirii și, indirect, la limitarea încasărilor la bugetul de stat. De asemenea, intervenția statală a dus la proliferarea

²⁸ Spiridon, Marius, în „Uniunea Europeană și țările candidate din Est: Dezvoltare prin transformare sistemică?”, Colecția de studii a Institutului European din România, iulie 2004, scrie: „Un argument similar poate fi întâlnit la privatizare: întreprinderile socialiste trebuiau mai întâi rentabilizate și apoi privatizate! Dacă acest lucru ar fi posibil, ce sens mai are privatizarea? Mai mult, corolarul acestui argument ar fi că socialismul este un sistem fezabil, concluzie infirmată de demonstrația imposibilității calculului economic în socialism”. Studiu disponibil la http://beta.ier.ro/documente/working_papers/wp_7.pdf.

²⁹ „More specifically, the function of political entrepreneurship consists in the direction of coercively obtained resources by the state toward processes of production which would not otherwise have taken place”. McCaffrey, Matthew; Salerno, Joseph, „A Theory of Political Entrepreneurship”, *Modern Economy*, 2, pp. 552-560, 2011.

³⁰ Munteanu, Costea, „Politica de reformă în România între 1990 și 1993: Un caz de gradualism patologic”, *Revista Oeconomica*, 1/1995

³¹ [Benezic, Dollores. Sindicatele între „epoca de aur” și era multinaționalelor. De ce și cum se stinge sindicalismul în România](https://cursdeguvernare.ro/sindicatelor-entre-%E2%80%9Depoca-de-aur-%E2%80%9D-%C8%99i-era-multina%C8%9Bionalelor-de-ce-%C8%99i-cum-se-stinge-sindicalismul-in-romania.html), CursDeGuvernare.ro, 13.01.2011, <https://cursdeguvernare.ro/sindicatelor-entre-%E2%80%9Depoca-de-aur-%E2%80%9D-%C8%99i-era-multina%C8%9Bionalelor-de-ce-%C8%99i-cum-se-stinge-sindicalismul-in-romania.html>

³² Tismăneanu, Vladimir, *Stalinism pentru eternitate. O istorie politică a comunismului românesc*, Editura Humanitas, București, 2014.

corupției, fenomen ce a limitat eficacitatea cu care au fost folosite resursele publice în proiecte de infrastructură. Rezultatele acestei abordări sunt decontate în prezent.

De pildă, într-un sondaj³³ realizat în 2018 de PwC privind opinia directorilor executivi din România despre situația economică a țării, **63% dintre aceștia declară că cea mai mare problemă este infrastructura**. La aproape treizeci de ani de la căderea regimului comunist, România are astăzi 750 km de autostradă. Cei mai mulți din aceștia sunt realizați după anul 2004, adică la o distanță tot de peste trei decenii de la construcția primei autostrăzi românești (1972), în socialism, autostrada A1, care leagă orașele București și Pitești.

Prin comparație, în 2018, **liderul regional la autostrăzi în regiune este Polonia**³⁴ cu 1703,8 km, urmându-i Ungaria³⁵ cu 1491 km, Cehia³⁶ (suprafață de trei ori mai mică) cu 1250 km, și Bulgaria³⁷ cu 777 km, Croația³⁸ (țară cu suprafață de patru ori mai mică) număra 1313 km de autostradă, Serbia³⁹ (cu o suprafață de trei ori mai mică) cu 792 km. Deși membre ale aceluiași grup de planificare a comerțului internațional (CAER) în anii socialismului, Polonia, Cehia, Ungaria sunt net superioare României și Bulgariei spre exemplu, poate și pentru că acestea din urmă s-au agățat cu mai mult devotament de visul comunist⁴⁰.

Situația infrastructurii nu este problematică doar din punct de vedere cantitativ, în sensul numărului de kilometri de autostradă de care România dispune, prin comparație cu țările din regiune. Deși **în România se alocă cele mai multe fonduri pe proiecte de infrastructură** (ca procent din PIB⁴¹) față de media europeană, calitatea infrastructurii lasă de dorit, ea situându-se în continuare sub această medie. Potrivit *Global Competitiveness Report 2017-2018*⁴², România ocupă poziția 102 (din 137 de state) la capitolul „calitate a infrastructurii”.

Cum începe internaționalizarea în România

Primul mare fenomen de internaționalizare al României este migrația masivă a forței de muncă. În 2016, o statistică a ONU arăta că între anii 2000-2015, procentul de români care au emigrat anual a crescut la 7%. Cifra n-ar spune nimic dacă n-am adăuga la ea și comparația cu singurul stat care a depășit procentul menționat, și anume Siria, unde este binecunoscută starea de război. Așadar, din România se pleacă precum din calea unui

³³ Disponibil la <https://www.pwc.ro/en/publication/2018/ceo-survey-2018-cee.html>

³⁴ <https://dziennikurzedowy.mi.gov.pl/files/0/1796809/RMUchwala1052017.pdf>

³⁵ <https://www.revolvy.com/page/Highways-in-Hungary>

³⁶ <http://www.motorway.cz/>

³⁷ <https://www.novinite.com/articles/187608/Of+the+1370+km+of+Planned+Highways+Only+Half+are+Ready>

³⁸ <http://www.asecap.com/member-s-national-reports.html?download=295:croatia>

³⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Motorways_in_Serbia

⁴⁰ Marinescu, Cosmin et al, Economia de piață. Fundamentele instituționale ale prosperității, Editura ASE, 2007.

⁴¹ În intervalul 2006 și 2014, între 2% și 3,5% din PIB au fost alocați anual pentru proiecte de infrastructură, cu vârful în 2008 (între 3% și 3,5%). Date disponibile în studiul Băncii Mondiale, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29864/9781464813177.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

⁴² Disponibil la <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>

război. În prezent, românii care sunt plecați peste hotare (locuind permanent sau temporar) numără între 3,5 și 4 milioane. Principalele destinații⁴³ vizate de aceștia sunt Italia, Spania, Germania, Marea Britanie. Emigrația s-a produs și către meserii necalificate (căpșunarii), însă și către meserii calificate (IT-iști, cercetători, medici).

Munca, precum capitalul, tinde să migreze acolo unde condițiile economice și politice permit valorificarea sa cu cele mai mari beneficii sau cel puțin cu cele mai mici pierderi. Cauzele pentru care munca și capitalul migrează pot fi naturale (ce țin de atractivitatea unei anumite piețe externe, dar și în urma unor hazarduri naturale) și **instituționale (ce țin protecția legală a persoanei și a proprietății sale private)**. În general, munca urmează capitalul și invers. Dacă o regiune este mai înzestrată în capital, deci beneficiază de acumulare de capital, productivitatea va fi mai mare (salariile în consecință) și astfel ea va tinde să atragă forță de muncă de peste hotare. Este cazul țărilor unde migrează astăzi românii. Dacă o regiune nu este înzestrată cu capital, iar politicile economice nici nu permit acumularea de capital, productivitatea rămâne la niveluri mici (salariile în consecință) și astfel ea va tinde să atragă capital, sau cel puțin să resimtă mai acut problema lipsei de capital. Este și cazul României.

Din punct de vedere economic, instituțiile sunt principala cauză a diferențelor de dezvoltare existente între state⁴⁴. Dezvoltarea economică s-a produs de regulă acolo unde de-a lungul timpului au predominat instituții inclusive (proprietatea, contractul, comerțul, antreprenoriatul, în sens mai modern), în timp ce **sub-dezvoltarea sau stagnarea economică apar ca urmare proliferării unor instituții extractive (taxarea sau confiscarea abuzivă a proprietății, lipsa unui sistem legal de apărare împotriva abuzurilor guvernamentale)**.

În cazul României, cauzele exportului masiv de forță de muncă rezidă în calitatea mediului instituțional românesc, respectiv predominanței unor instituții extractive. Deși **corupția și birocrăția** sunt specifice unui sistem în care resursele sunt alocate conform unor criterii ce țin mai degrabă de obediență ierarhică sau nepotism, adică unui sistem economic socialist, **aceste două probleme sunt încă cele mai stringente pentru cei mai mulți din antreprenorii români**.

Conform cartei albe a IMM-urilor⁴⁵, un procent de 61,1% din IMM-urile investigate identifică birocrăția ca cea mai mare problemă în activitatea lor, iar 45,16% din IMM-uri reclamă corupția din sistem. Ne putem întreba, pe bună dreptate, cât de mult capitalism există de fapt în România.

⁴³ Uuriintuya Batsaikhan, Zsolt Darvas and Inês Gonçalves Raposo, *People on the move: Migration and mobility in the European Union*, Bruegel, Bruxelles, 2018

⁴⁴ Acemoglu, Daron & Robinson, James, „The Role of Institutions in Growth and Development”, The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, 2008, disponibil la https://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/489960-1338997241035/Growth_Commission_Working_Paper_10_Role_Institutions_Growth_Development.pdf

⁴⁵ Disponibilă la http://www.aippimm.ro/files/articles_files/57/6521/carta-alba-a-imm-urilor-din-romania-2016.pdf

Corupția și birocrația sunt la rândul lor efecte

Din punct de vedere economic, această situație este explicabilă dacă o raportăm la dimensiunea resurselor care sunt administrate de către stat. Aceeași cartă albă a IMM-urilor mai arată că 54,74% din IMM-uri reclamă fiscalitatea excesivă ca problemă fundamentală în activitatea lor, iar 44,98% controalele excesive. Cu alte cuvinte, costurile pentru a opera o afacere în România sunt mari⁴⁶.

Această constatare este fundamental independentă de cercetări de tip *Economic Freedom of the World* sau *Doing Business*, căci acestea, deși iau ca referențial criterii obiective de analiză (ex: proceduri, timp, cost, suma minimă pentru deschiderea unui business), impactul real al acestor criterii este unul subiectiv, în sensul în care schimbările pe care ele le produc la nivelul unui business particular nu se pot cunoaște. Așa se face, spre pildă, că un stat în care taxele sunt mici, procedurile pentru deschiderea unei firme sunt puține la număr, timpul oficial este și el relativ mic, să nu producă rezultate economice notabile, deoarece firmele acelei țări sunt vulnerabile chiar și la dimensiuni mici ale reglementărilor în vigoare. Un alt factor subiectiv este modul în care se aplică acele reglementări. Spre exemplu, o schimbare în codul fiscal⁴⁷, chiar și în sens pozitiv, adică de reducere a poverii fiscale, poate genera un întreg efort de conformare (*compliance*) la nivelul unei firme, care poate presupune echipe de avocați, consultanți, contabili și timp petrecut pentru a aplica în interiorul firmei schimbarea din codul fiscal. Aceste lucruri nu pot fi măsurate, deoarece nu putem cunoaște costul de oportunitate al firmei, adică la ce renunță ea din interior, pentru ca tot în interior să fie capabilă de conformare din punct de vedere fiscal. Astfel, deși tehnic ea va avea de plătit taxe mai mici, pierderea de bunăstare pe care o resimte pentru a se racorda la noul sistem fiscal îi penalizează randamentul pe o perioadă indefinită. Așadar putem spune că, ori de câte ori o țară, deși prietenoasă în termeni absoluți cu investitorii străini, nu e capabilă să valorifice importul de capital și tehnologie adus de investitori, problema rezidă în efectivă racordare la sistemul instituțional autohton. Studiind mai îndeaproape (de regulă prin cercetări de tip calitativ) mediul antreprenorial, vom descoperi că, în termeni relativi, sistemul instituțional e mai curând ostil acestuia. Acesta este și un motiv pentru care comparațiile între state au un rol extrem de limitat. Diferențele de dezvoltare nu sunt date doar de nivelul redus al taxelor, ci și de ușurătatea sau dificultatea (subiectiv antreprenorială) cu care ele trebuie plătite.

⁴⁶ Datele Eurostat pe 2017 evidențiau o creștere a costului cu forța de muncă în România ultimilor doi ani cu aproximativ 200%, de la 5 în al doilea trimestru al anului 2015 la 18.5 în același trimestru al anului 2017. Date disponibile la

<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/graph.do?tab=graph&plugin=1&pcode=teilm100&language=en&toolbox=data>

⁴⁷ Relativ recent, președintele Consiliului Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România (CNIPMMR) declara că, numai în primele trei luni ale anului 2018, în România, codul fiscal s-a modificat de 120 de ori, iar după primele 11 luni se constatase modificarea a jumătate din articolele Codului Fiscal: <https://www.digi24.ro/stiri/economie/finante-economie/zel-legislativ-in-nici-un-an-guvernul-a-modificat-jumatate-din-articolele-codului-fiscal-1051264>

De asemenea, potrivit unui studiu⁴⁸ realizat de Banca Mondială, 47% din firmele românești care încearcă să realizeze investiții sunt afectate de un climat politic și reglementar nefavorabil. Prin comparație, în regiune, doar în Polonia procentul este mai mare (50%), în timp ce în Bulgaria este de 17%, Ungaria 23%, iar Croația 28%. Același studiu mai arată că **controlul statului și barierele în calea antreprenorialutui reduc din potențialul concurenței și al productivității**. Mediul concurențial, al cărui scor este 1.69 din 6, este cel mai restrictiv față de media europeană, dar și față de țările din regiune, precum Bulgaria, Ungaria și Polonia.

Cu cât dimensiunea resurselor administrate de stat crește, potențialul alocării arbitrare (bazate pe alte criterii decât cele economice ale profitului, concurenței) crește și el. În haosul alocativ, adică al dispariției unor criterii obiective de alocare, corupția își face loc, ca mijloc de asigurare⁴⁹ împotriva riscurilor generate de absența criteriilor economice. **În România există aproximativ 1.400 de întreprinderi de stat, din care 200 sunt controlate majoritar de către guvern (autoritatea centrală)**. Aceste cifre ridică România pe primul loc⁵⁰ în Europa la numărul de întreprinderi de stat, și astfel pe primul loc la dimensiunea managementului birocratic.

Un raport al Comisiei Europene⁵¹ pe problema corupției în sistemele medicale din Europa, arată că cele mai mari niveluri ale corupției în România se înregistrează în sistemul medical (67%) și în poliție (67%), cu mult peste nivelul european. În regiune, România ocupă prima poziție la acordarea de mită în sistemul medical de stat, fiind urmată de Ungaria, Slovacia și Bulgaria. Studiul identifică ca primă problemă a sistemului medical românesc centralizarea și dependența de Ministerul Sănătății, autoritatea centrală care se ocupă de implementarea politicii în domeniul sănătății.

Toate aceste probleme sunt legate de calitatea mediului instituțional românesc, iar prin aceasta ne referim la cât de protejate sunt instituții fundamentale pentru civilizația și progresul material, precum proprietatea, concurența și comerțul. Românii părăsesc țara nu dintr-un deficit de naționalism sau patriotism, cât mai curând pentru că sistemul legal nu le poate garanta libertățile economice fundamentale.

⁴⁸ Disponibil la

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29864/9781464813177.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

⁴⁹ Înțelegem noțiunea de corupție în mod exclusiv *defensiv*, adică de apărare împotriva abuzurilor Statului asupra persoanei și proprietății sale legitime. Să ne amintim faptul că în regimul socialist, corupția și piața neagră erau principalele modalități prin care majoritatea populației putea avea acces la bunurile și serviciile monopolizate de către Stat. Deși sistemul intervenționist este o mixtură între capitalism și socialism, corupția în sens defensiv va fi o caracteristică permanentă a acestui sistem, prin ea încercându-se (ca și în socialism) restaurarea unor drepturi naturale fundamentale, precum dreptul la proprietate privată legitimă.

⁵⁰ Raport Banca Mondială, disponibil la

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29864/9781464813177.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

⁵¹ Disponibil la [https://ec.europa.eu/home-](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/20170928_study_on_healthcare_corruption_en.pdf)

[affairs/sites/homeaffairs/files/20170928_study_on_healthcare_corruption_en.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/20170928_study_on_healthcare_corruption_en.pdf)

Internaționalizare calitativă și internaționalizare cantitativă

Internaționalizarea în spațiul central și est european este relativ puțin cercetată din punct de vedere academic. Decizia de internaționalizare se situează undeva între factori locali ostili (e.g. calitatea mediului instituțional) care imprimă un caracter reactiv acesteia, și dorința de expansiune pe piețele externe, considerată a fi consecința unui comportament antreprenorial activ, aflat în căutarea unor noi oportunități. Desigur, o analiză strict economică a fenomenului internaționalizării nu poate furniza o explicație științifică în privința motivației precise a agenților economici de a acționa într-un anumit fel. Economistul trebuie să se mulțumească cu a constata decizia demonstrată a acestora și să facă deducții contrafactice, de tipul: ca urmare a unei scăderi a impozitului pe venit, toți ceilalți factori fiind considerați constanți, ce se va întâmpla cu cantitatea de mărfuri exportată, respectiv cum va fi afectată economisirea și investițiile realizate în țară sau în străinătate.

O altă discuție care poate fi lămurită de analiza economică, fără a intra într-o analiză psihologică, ține de **distincția mobilitate versus mișcare internațională**. De pildă, o decizie de internaționalizare, în urma căreia capitalul originar în România se mișcă spre alte teritorii naționale poate fi și o urmare a unor politici intervenționiste sau a anticipării adoptării unor politici ce vor limita mobilitatea capitalului, caz în care vorbim de o internaționalizare cantitativă. Prin urmare, pentru ochiul economistului, nu valoarea exporturilor sau numărul de filiale reprezintă un indicator al sofisticării mediului autohton de afaceri sau al prosperității de la un anumit moment. **Tot ce poate afirma un economist este că, dacă se vrea obținerea celei mai eficiente alocări a resurselor disponibile, cheia este asigurarea maximului de mobilitate internațională pentru toți factorii de producție.** În urma înlăturării barierelor care stau în calea fluxurilor internaționale (bunuri, servicii, capital), piața va asigura alocarea optimă a resurselor între sectorul intern și cel extern. Astfel, internaționalizarea ca rezultat al mobilității factorilor de producție este una de tip calitativ.

În general, performanța în internaționalizare a firmelor din centrul și estul Europei este mai slabă decât a celor occidentale, sau ale Europei de Vest, ca urmare a deficiențelor structurale la nivelul instituțiilor. În acest context, ineficiența alocățională este exacerbată și de predilecția decidenților politici de a “forța”, de a încuraja artificial, internaționalizarea agenților economici autohtoni. Astfel, așa cum se poate vorbi de un efect de deturnare a comerțului, atunci când printr-un aranjament politic se modifică legislativ preferințele antreprenorilor, tot așa putem vorbi și despre un **efect de deturnare a ISD-urilor**.

Economistul, qua om de știință, nu poate spune care este nivelul optim de internaționalizare a firmelor dintr-o anumită țară. Însă poate spune că asigurarea celui mai mare grad de libertate economică și garantarea mobilității internaționale a mărfurilor și a factorilor de producție vor împinge internaționalizarea firmelor spre nivelul optim, specific calat în funcție de circumstanțele istorice și geografice cu care se confruntă fiecare țară.

Exporturile, principala formă de internaționalizare a României

Internaționalizarea firmelor din România încă se bazează preponderent pe exporturi, de unde se poate deduce că investiția străină directă este mai costisitoare. În 2016, exporturile FOB totalizau 57,3 miliarde euro⁵², iar ISD-urile românești în străinătate 1,14 miliarde euro.

ISD-urile, cea mai complexă formă de internaționalizare, presupun capital. Deci un export de capital. Or, pentru moment, așa cum s-a putut observa statistic, România exportă în mod principal forță de muncă, în același timp fiind un importator net de mărfuri, iar deficitul din contul curent este finanțat prin intrări nete de capital.

Majoritatea firmelor care fac exporturi din România sunt firme cu capital străin⁵³. Așadar **pe plan local formarea capitalului este un proces lent**, fapt explicabil prin existența unor probleme precum birocrăția, corupția sau fiscalitatea excesivă, deci a predominanței unor instituții extractive. De aceea, multe firme apelează la opțiunea alianțelor strategice în internaționalizare⁵⁴.

⁵² Date disponibile la http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/ce12r16_0.pdf

⁵³ Horobeț, Alexandra, Popovici, Oana, *Investițiile Străine Directe: Evoluția și importanța lor în România*, Studiu realizat în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București și Consiliul Investitorilor Străini, Mai, 2017

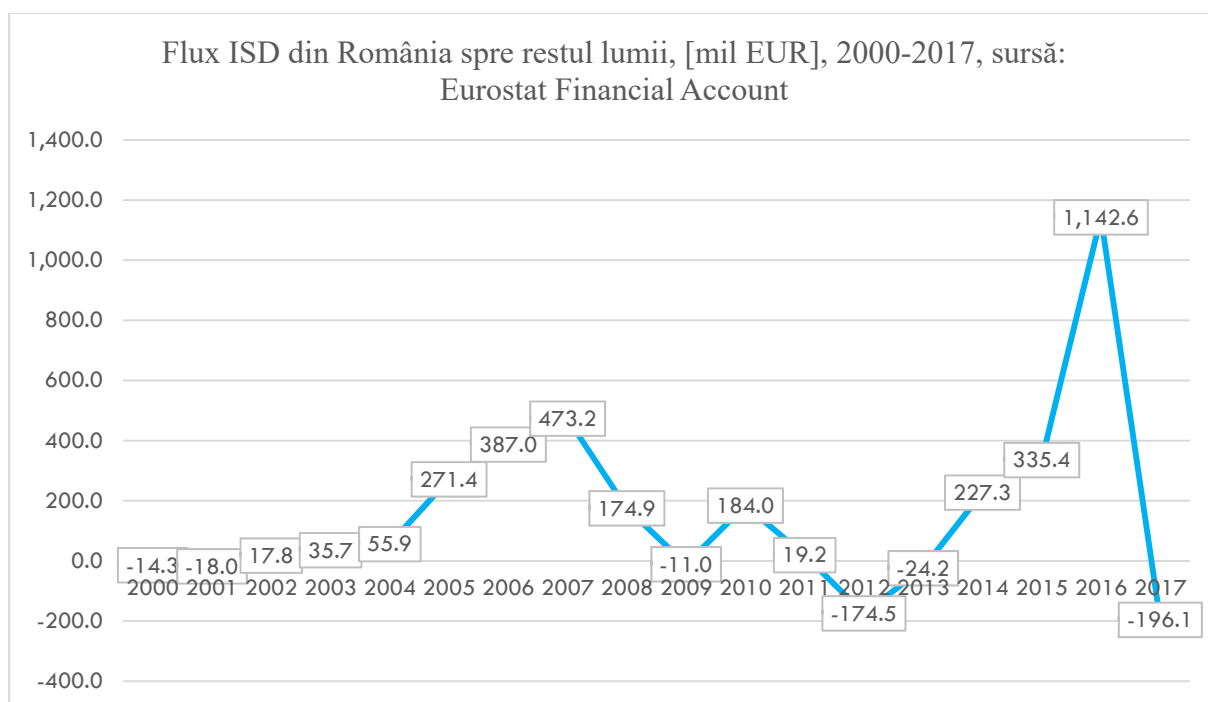
⁵⁴ Hitt, Michael A., Dacin, Tina M., Levitas, Edward, Arregle, Jean-Luc, Borza, Anca, „Partner Selection in Emerging and Developed Market Contexts: Resource-Based and Organizational Learning Perspectives”, *The Academy of Management Journal*, Vol. 43, No. 3 (Jun., 2000), pp. 449-467, „A significant deficit in transitional economies such as Poland and Romania is the lack of financial capital and the lack of infrastructure to provide access to capital. Many firms in these countries, therefore, develop strategies (for instance, strategic alliances) designed to garner infusions of equity capital”.

Capitolul 2

Evidențe empirice ale internaționalizării firmelor românești

Fluxurile de ISD: valori, componente și distribuție geografică

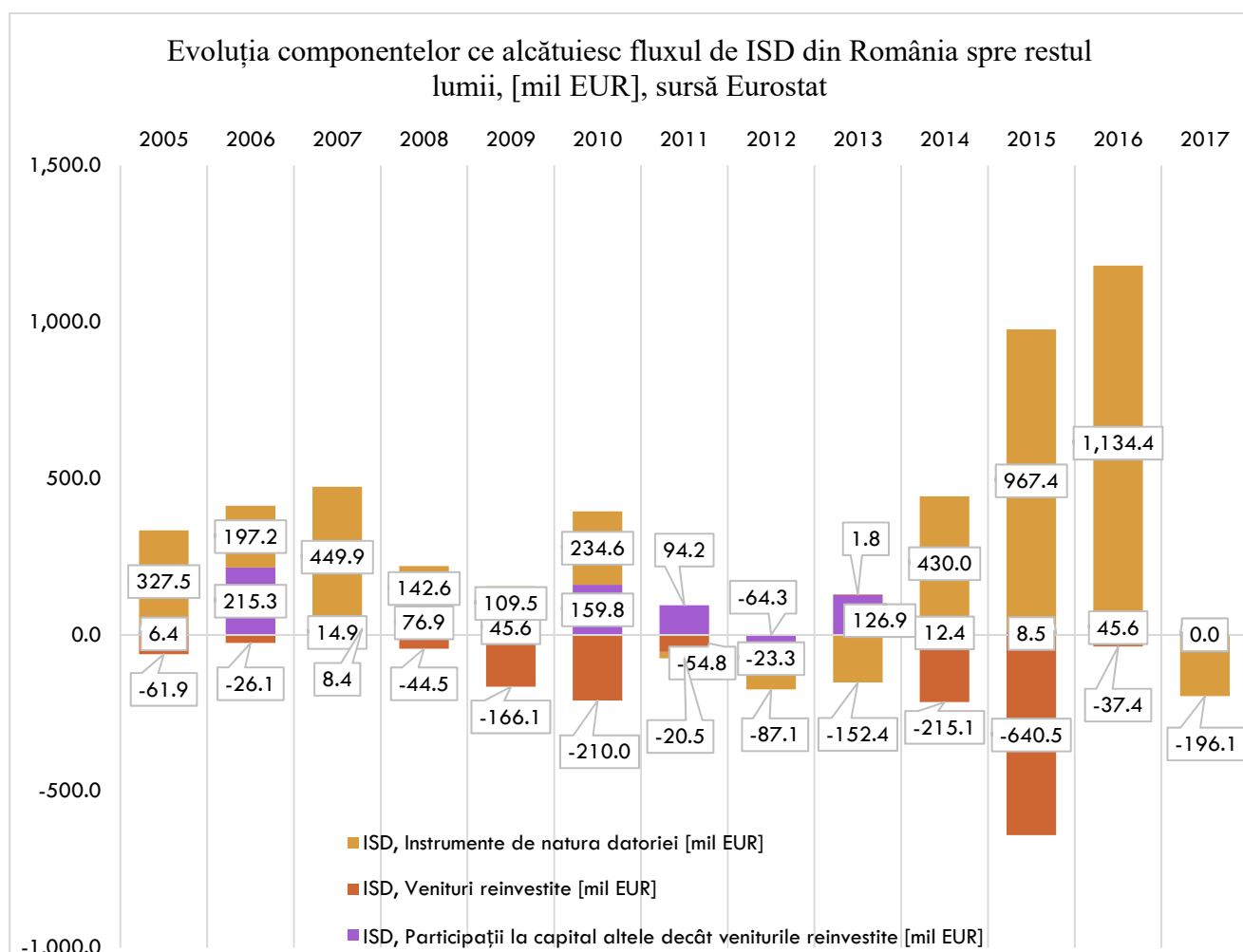
În ceea ce privește fluxul de ISD din România către restul lumii, pe perioada analizată 2000-2017, se constată că acestea nu depășesc pragul de 0,5 miliarde euro (2007), cu excepția anului 2016, când stocul este cu 2,4 ori mai mare față de anul 2007. După 2016, ISD-urile către restul lumii se prăbușesc, înregistrând valori negative.



Mergând mai în detaliu, investițiile străine directe pot fi subîmpărțite în trei componente: 1) ISD, ca participație la capital, altele decât veniturile reinvestite, 2) ISD, ca venituri reinvestite și 3) ISD, ca instrumente de natura datoriei. Defalcând pe aceste trei componente, dacă se ia în calcul perioada analizată, 2005-2017, constatăm că fluxurile de ISD din România către străinătate sunt susținute în principal de credite, instrumentele de natura datoriei. Acestea sunt prezente între 2005 și 2010, dispărând din peisajul investițional între 2011 și 2013, pentru ca începând cu 2014, să își facă loc tot mai pregnant în structura ISD-urilor, atingând vârfuri în 2015 (99% din valoarea fluxului ISD) și 2016 (96% din valoarea fluxului ISD).

Veniturile reinvestite constituie componenta cu rezultatul cel mai slab, ea înregistrând valori negative în toată perioada analizată, cu minima în anul 2015, când acestea reprezintă 65% din fluxul de ISD. Aceasta înseamnă că mediul economic din țările gazdă nu este unul

tocmai prielnic dezvoltării respectivelor investiții. Anii cu cele mai bune valori ale participațiilor la capital au fost 2006, anul dinaintea aderării la Uniunea Europeană, apoi 2010 și 2013.

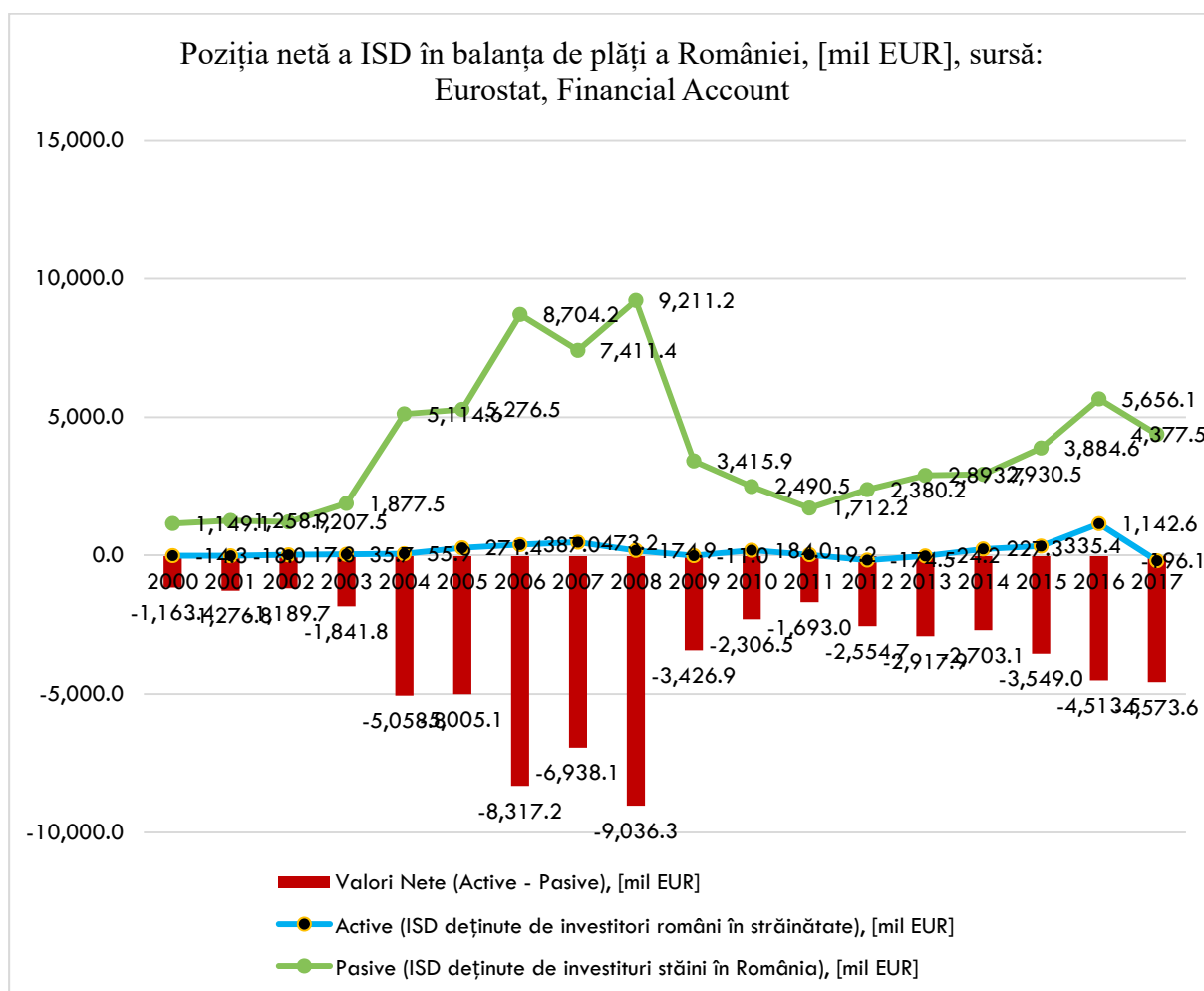


Diferența dintre ISD-urile deținute de investitorii străini în România și ISD-urile deținute de investitorii români în străinătate este în continuare semnificativă. În 2017, ISD-urile investitorilor străini în România erau de 22 ori mai mari decât cele ale investitorilor români în străinătate. Poziția netă a ISD-urilor în balanța de plăți a României este „deficitară” în fiecare an al perioadei analizate, 2000-2017, cu decalajele cele mai mari în anii pre- și post-aderare la Uniunea Europeană.

Vârful în ceea ce privește decalajul este înregistrat în anul 2008, când ISD-urile străinilor în România sunt de 52 de ori mai mari decât ISD-urile românilor în străinătate.

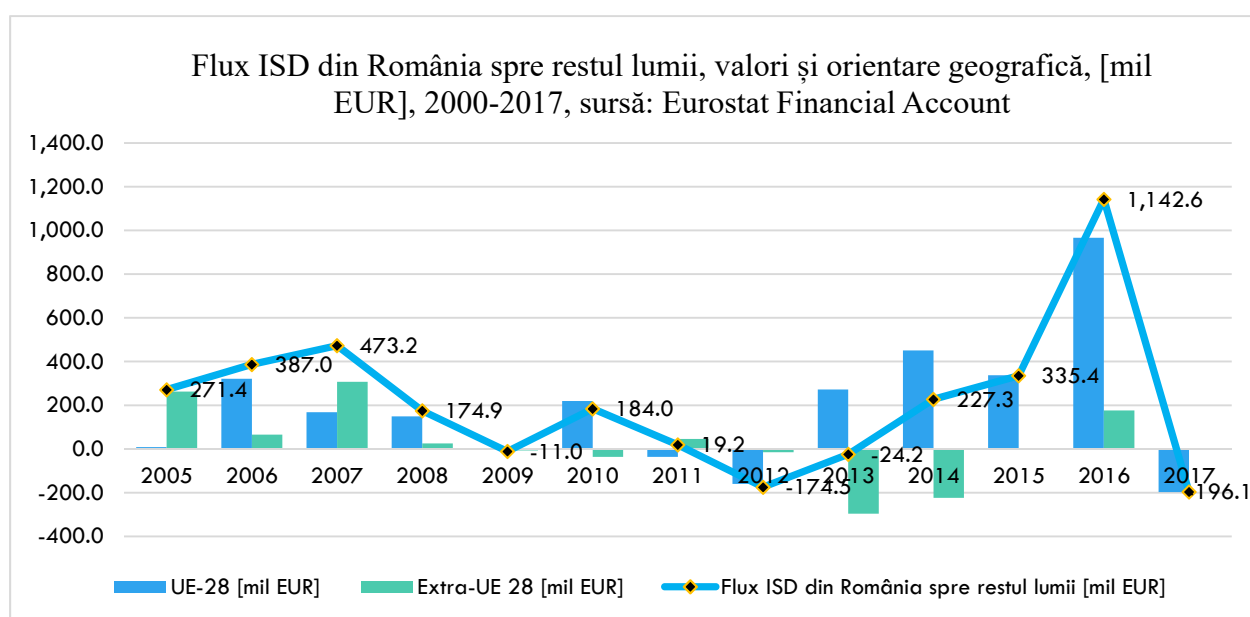
În perioada post-criză, deficitul cel mai mic este înregistrat în anul 2011, însă dacă ne raportăm la valorile ISD-urilor în acest an constatăm că ISD-urile investitorilor români în străinătate sunt de 89 ori mai mici decât cele ale investitorilor străini în România. Deficitul cel mai mare este înregistrat în anul 2016, însă din nou, dacă ne raportăm la valorile ISD-urilor, acest an aduce cel mai bun scor pentru România, investițiile românilor în străinătate fiind de doar 5 ori mai mici față de investițiile străine în România.

Diferența însă dintre intrări (*inflow*) și ieșiri (*outflow*) nu este atât de relevantă economic, cât poate fi statistic. Intrările de capital străin în România sunt în sine premise ale creșterii productivității la nivel local și deci unor șanse sporite de acumulare de capital la nivel intern, care desigur mai departe poate însemna și *export* de capital, prin ISD-urile românilor în străinătate. Într-un fel, intrările mai mari de ISD-uri susțin, *caeteris paribus*, ieșiri de ISD-uri mai mari sau niveluri mai ridicate de exporturi. Devine din nou crucial ca mediul instituțional românesc să permită – prin politici economice care să nu distorsioneze mecanismul pieței – această metamorfoză a capitalului străin în capital autohton.



În continuare prezentăm situația fluxurilor de ISD din România către restul lumii, grafic care arată în mod evident impactul aderării la Uniunea Europeană. Acesta s-ar putea sintetiza prin două concluzii: 1) intensificarea integrării comunitare cu toate avantajele care decurg din aceasta, de a fi membru al pieței unice (liberalizarea comercială, etc.) și 2) acces limitat la piețe extra-UE, ca dezavantaj.

Dacă accesul la piețele extra-UE sub formă de ISD înainte de aderarea la Uniunea Europeană înregistra valori pozitive, după aderare ISD-urile românilor în spațiul extra-UE scad tot mai mult, coborând chiar la valori negative. Aceasta sugerează o limitare a atenției investitorilor români la spațiul european, fie prin prisma atractivității fiscale din țările destinate fie prin intensificarea restrictivității spațiului non-comunitar la ISD-urile rezidenților europeni. Se cunoaște faptul că, spre exemplu, internaționalizarea prin exporturi în spațiul non-comunitar devine o opțiune realmente costisitoare în perioada post-aderare, întrucât calitatea de membru al UE vine la pachet cu asumarea unor restricții comerciale sau protecționism, ca replică⁵⁵ a spațiului non-comunitar față de protecționismul UE, mai ales în privința bunurilor agricole. Așadar, dacă internaționalizarea prin exporturi devine relativ dificilă, este posibil ca și internaționalizarea prin ISD-uri să fie îngreunată, urmare a intensificării practicilor protecționiste.



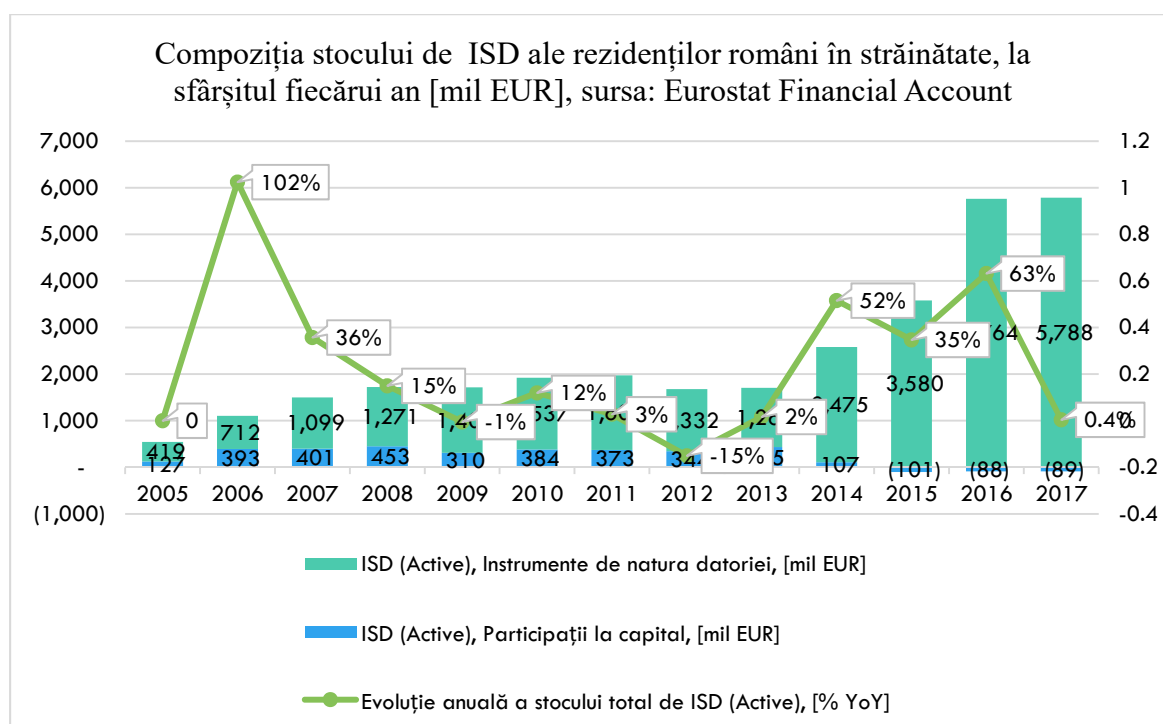
⁵⁵ Retalierea, sau a răspunde la protecționism tot cu protecționism, este o practică frecventă la nivel internațional, în ciuda faptului că atât teoretic, cât și empiric, non-retalierea presupune evidente beneficii pe termen lung, precum costuri reduse pentru consumatori, evitarea unui război comercial, direcționarea unor resurse către sectoare cu adevărat productive etc., acestea fiind și premize ale acumulării de capital, în absența căreia ISD-urile înregistrează valori mici. Există studii care s-au angajat în măsurarea efectelor protecționismului, atât la nivel de țară, cât și la nivel de consumatori. Spre exemplu, un studiu al Organizației Mondiale a Comerțului (*Trade Costs and Inclusive Growth*, 2016) arată că, în măsura în care s-ar implementa acordul privind facilitarea comerțului (*Trade Facility Agreement*, semnat la Bali în 2013), aceasta ar presupune eliminarea multor bariere din calea comerțului, fapt ce ar crește exporturile țărilor în dezvoltare cu peste 700 miliarde de dolari. Cu alte cuvinte, internaționalizarea prin exporturi nu e *independentă* de problema reducerii barierelor (tarifare și netarifare) în calea comerțului. Deloc surprinzător, studiul arată că țările care sunt dispuse să implementeze acest acord, au șanse mai mari de a atrage ISD-uri. În mod analog deci, și banal în același timp, poți atrage mai multe ISD-uri dacă reduci barierele din calea ISD-urilor. Este de așteptat ca reducând barierele în calea investitorilor străini în propria țară, să generezi un efect în oglindă al țărilor gazdă pentru propriile investiții. Studiul este disponibil la https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade-costs-incl-growth_full_e.pdf

Stocul de ISD ale românilor în străinătate: compoziție și distribuție geografică

În graficul cu privire la stocul de ISD-uri deținut de cetățenii români în străinătate vom putea observa unele neconcordanțe – prin raportare la fluxul de ISD-uri – generate de modul în care acesta este evaluat. Potrivit Wien Institute for International Economic Studies (WIIW)⁵⁶, modificările în stocul de ISD-uri, altele decât cele derivate din valoarea fluxurilor apar ca urmare a variațiilor în ratele de schimb și a variațiilor în valoarea activelor deținute. Astfel, modul de calcul al stocului de ISD poate fi exprimat prin formula:

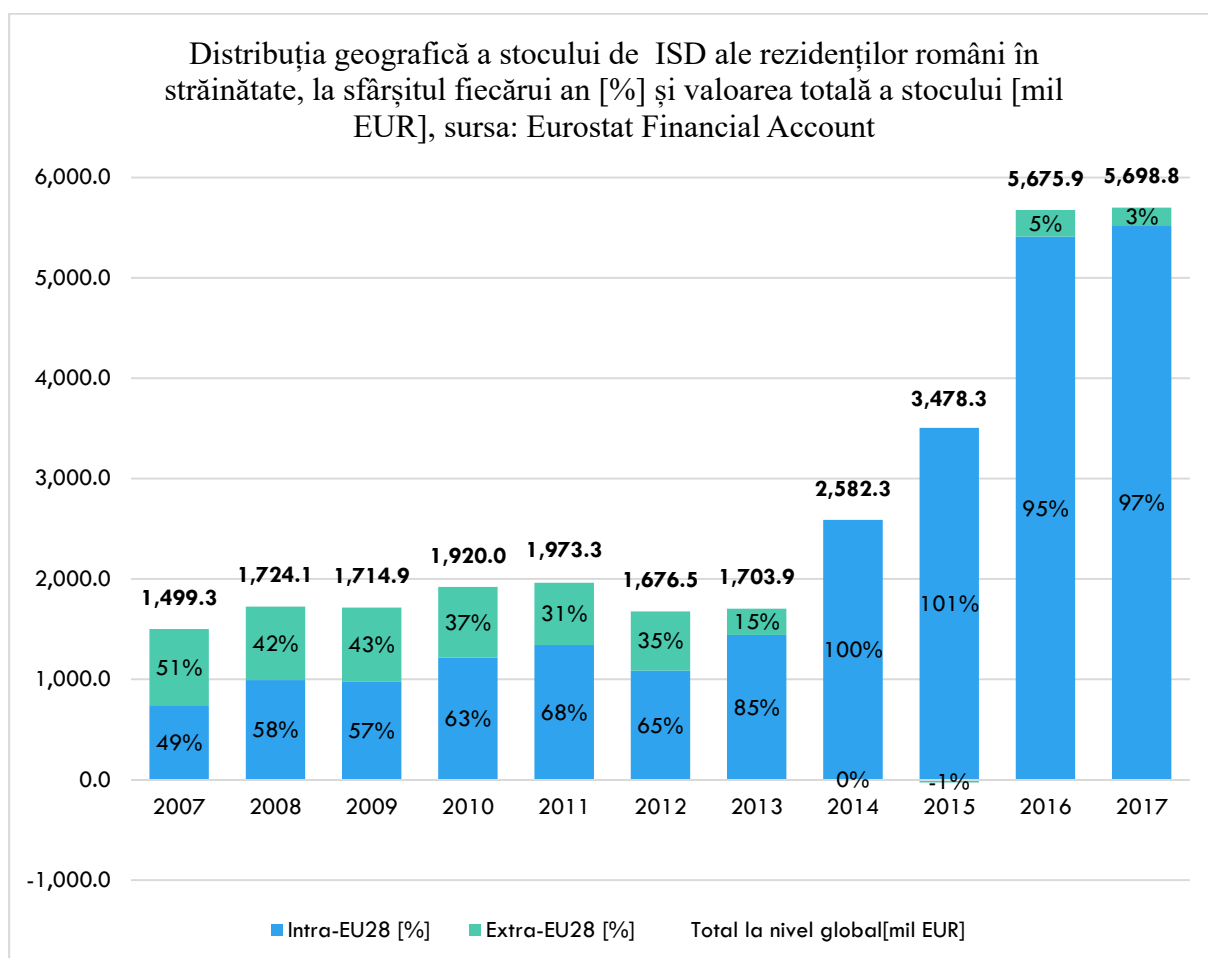
Stoc_n = Stoc_{n-1} + Flux_n +/- variații curs de schimb +/- variații valoarea activelor (unde n este anul de referință)

Situația privind stocul de ISD deținute de rezidenții români în străinătate indică în mod firesc ca și în cazul fluxurilor, dimensiunea covârșitoare a instrumentelor de natura datoriei, ca parte din stoc. În perioada analizată, se poate observa cum stocul de ISD-uri crește în preajma aderării la Uniunea Europeană, după care în anii crizei și recesiunii se stabilizează, urmând ca din 2014 să înregistreze o creștere graduală.



⁵⁶ <https://data.wiiv.ac.at/files/data/database-description-fdi.pdf>

Distribuția geografică a stocului de ISD înclină balanța în favoarea spațiului comunitar, astfel încât dacă în anul aderării la Uniunea Europeană, din stocul total de ISD-uri, adică aproximativ 1,5 miliarde euro, 49% se afla în țările membre UE, iar 51% în țările non-UE, la zece ani distanță, în 2017, din stocul total de ISD-uri adică aproximativ 5,7 miliarde euro, 97% reprezintă stocul european, în timp ce doar 3% stocul non-european. De asemenea, se mai poate observa în decursul celor zece ani, o creștere de 3,8 ori (380%) a stocului de ISD-uri deținute de românii rezidenți în străinătate.



Există trei tipuri de situații⁵⁷ privind evaluarea ISD-urilor prin prisma instrumentelor de natura datoriei:

- 1) Instrumente de natura datoriei, între întreprinderi deținute de aceeași companie mamă (*Fellow enterprises*)
Exemplu: atunci când filiala din Ungaria împrumută filiala din Polonia, ambele aparținând aceleiași companii mamă, rezidentă în România.
- 2) Instrumente de natura datoriei, către investitorul direct din străinătate (*Direct investor, reverse investment*)

⁵⁷<https://www.cso.ie/en/media/csoie/methods/balanceofinternationalpayments/FDIBackgroundNotes.pdf>

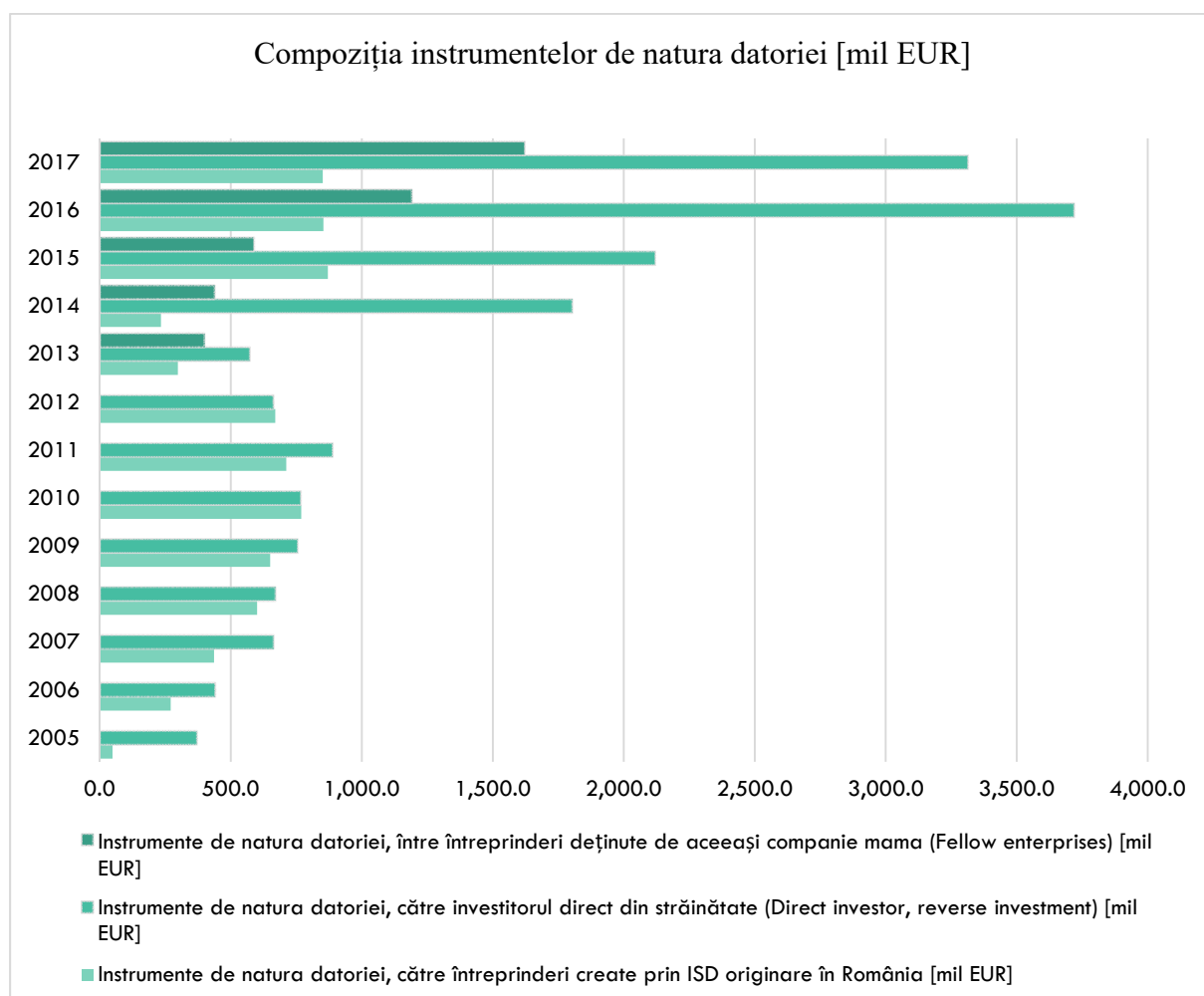
Exemplu: atunci când compania mamă acordă un împrumut unei filiale, iar aceasta achiziționează părți din capitalul companiei mame.

- 3) Instrumente de natura datoriei, prin întreprinderi create prin ISD originare în România

Exemplu: atunci când compania mamă, cu sediul înregistrat în țara noastră, acordă un împrumut unei filiale.

Compoziția instrumentelor de natura datoriei arată că cele mai utilizate datorii sunt cele către investitorul direct din străinătate (*reverse investments*), adică acele situații în care compania mamă transferă resurse fie sub formă de împrumuturi, fie plată a împrumuturilor către o subsidiară a acesteia din străinătate, iar aceasta din urmă cumpără active la compania mamă. În 2017, acest tip de datorii reprezintă 57,2% din totalul ISD-urilor realizate prin instrumente de natura datoriei, respectiv 5.787,7 milioane dolari.

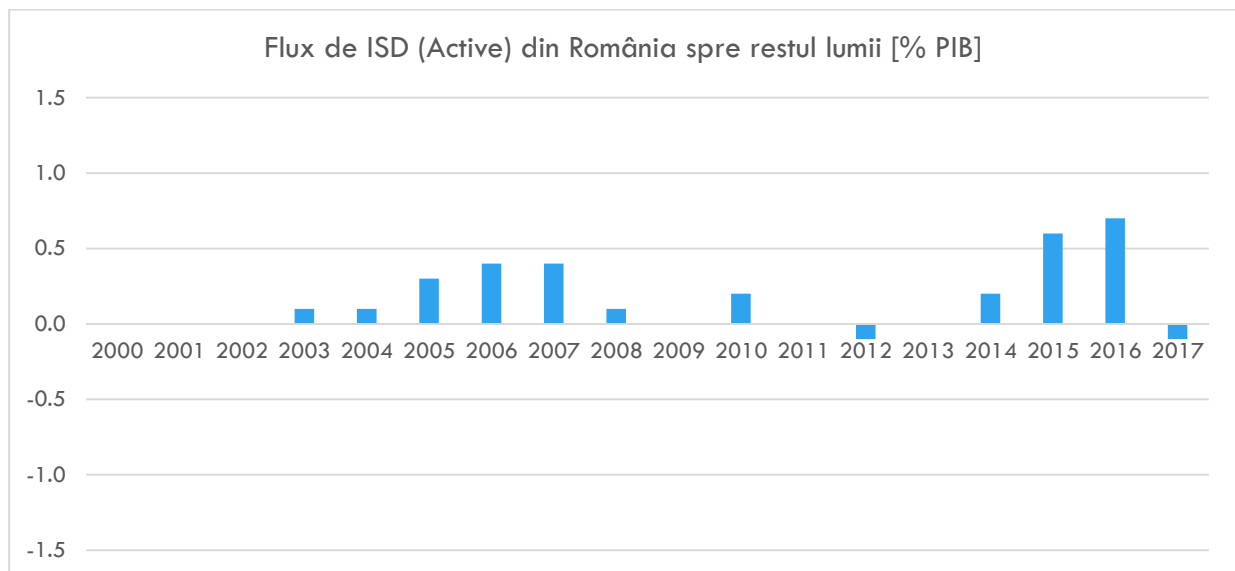
Pe de altă parte, o altă caracteristică a acestei situații este că începând cu anul 2013 își fac loc și datoriile între întreprinderi deținute de aceeași companie mamă („*sisters*” sau „*cousin*”). În 2017, acest tip de datorii reprezintă 28% din total.



Ponderea investițiilor străine directe în Produsul Intern Brut: fluxuri, stocuri, rata anuală de creștere, metoda direcțională

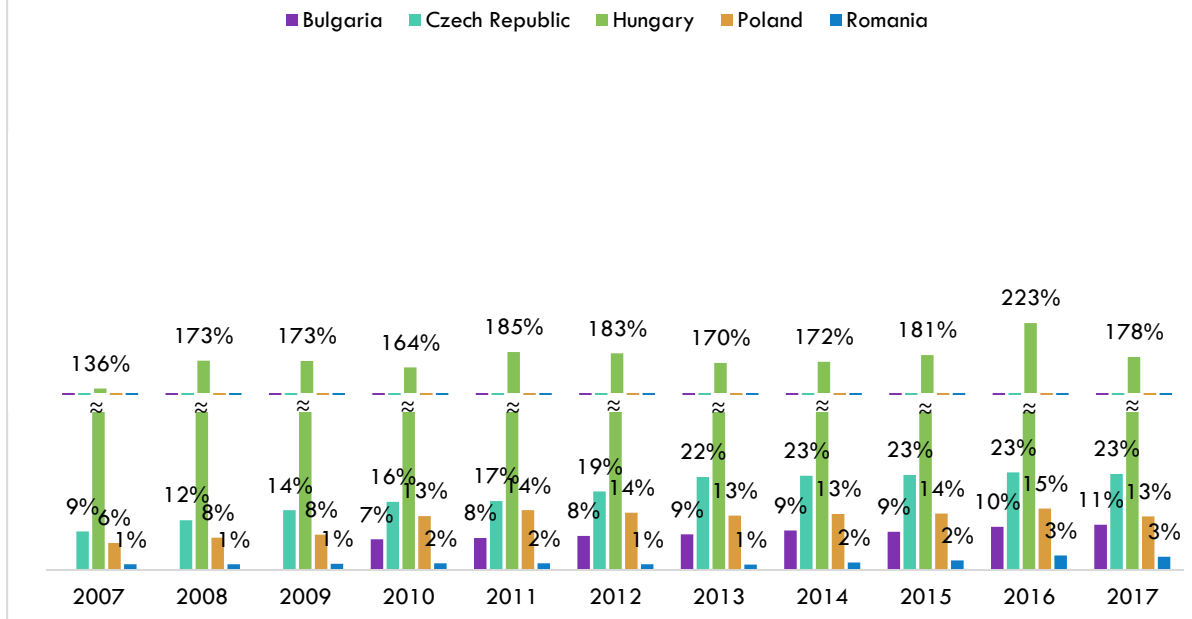
Evaluarea ISD-urilor se realizează prin două metode: metoda activ/pasiv și metoda direcțională. Diferența dintre cele două metode rezidă în modul în care sunt tratate așa numitele *reverse investments*. În cazul metodei A/P, *reverse investments* se contabilizează ca ISD-uri ale țării ce raportează (*FDI outflow*), în timp ce în cazul metodei direcționale, *reverse investments* se scad din valoarea totală a ISD, alături de așa numitele *reverse liabilities*.

Evaluarea fluxului de ISD-uri ale rezidenților români în străinătate în funcție de procentul deținut din PIB scoate în evidență două perioade cu creșteri ale ISD-urilor. Prima perioadă este cea de dinainte de aderarea la UE, incluzând și anul aderării când ISD-urile reprezintă 0,4% din PIB, iar cea de-a doua perioadă este după ce România depășește etapa de recesiune, începând cu anul 2014 și până în 2016, când ISD-urile totalizează 0,7% din PIB.



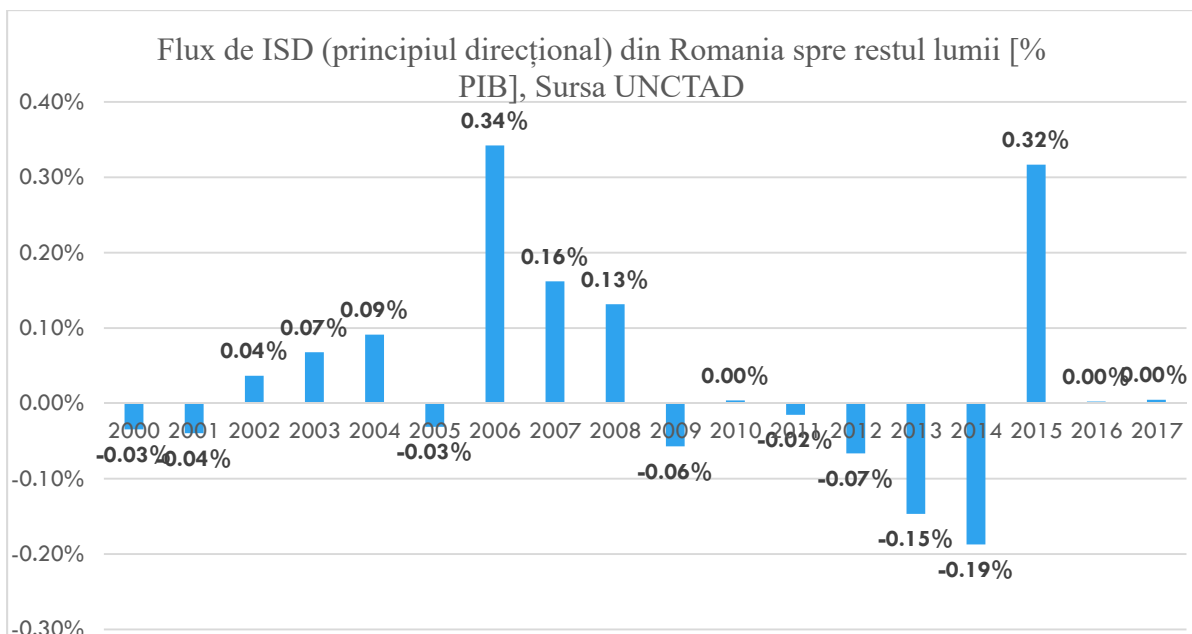
În ceea ce privește regiunea țărilor din Europa Centrală și de Est (CEE), performerul la ISD-uri (evaluate ca stocuri prin metoda A/P) este Ungaria, care în 2016 atinge 223% din PIB, ISD-uri realizate de cetățenii unguri rezidenți în străinătate. Poziția a doua este ocupată de Republica Cehă cu 23% din PIB, urmând Polonia cu 15% din PIB, apoi Bulgaria cu 10% din PIB și România cu 3% din PIB. În toată perioada luată în calcul, 2007-2017, România ocupă ultima poziție din regiune, dacă ne raportăm la ISD ca procent din PIB. De altfel, clasamentul pe regiune rămâne în linii mari același.

Stocul de ISD (Active) din țările din Europa Centrală și de Est raportat la PIB-ul fiecărei țări [% GDP], Sursa: Eurostat, Main Balance of Payments and International Investment Position items as share of GDP

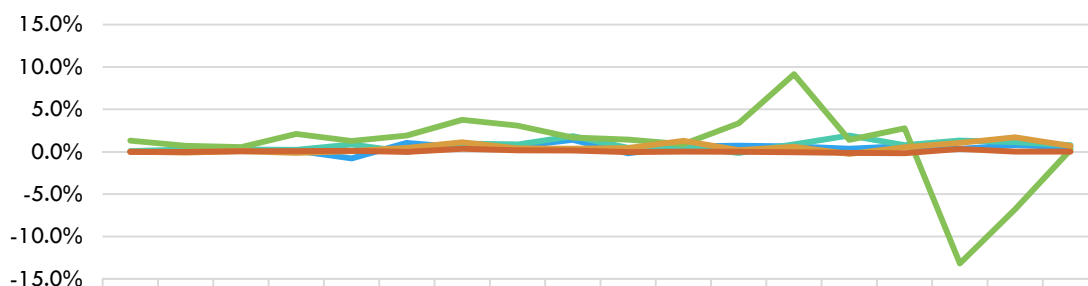


Fluxul de ISD din România spre restul lumii (principiul direcțional), deci scăzând reverse investments și liabilities. Anul cu fluxurile cele mai mari de ISD-uri a fost 2006, 0,34% din PIB, fiind urmat de 2015 cu 0,32% din PIB și 2007, cu 0,16% din PIB.

În privința fluxurilor de ISD în regiune ca procent din PIB, România ocupă din nou ultimul loc, iar Ungaria primul loc. Media anuală a creșterii ISD-urilor ca procent din PIB este de 0,86% în cazul Ungariei, 0,72% în Cehia, 0,46% în Polonia, 0,41% în Bulgaria și 0,03% în România.



Corelarea evoluției fluxurilor de ISD originare din țările CEE [% PIB]

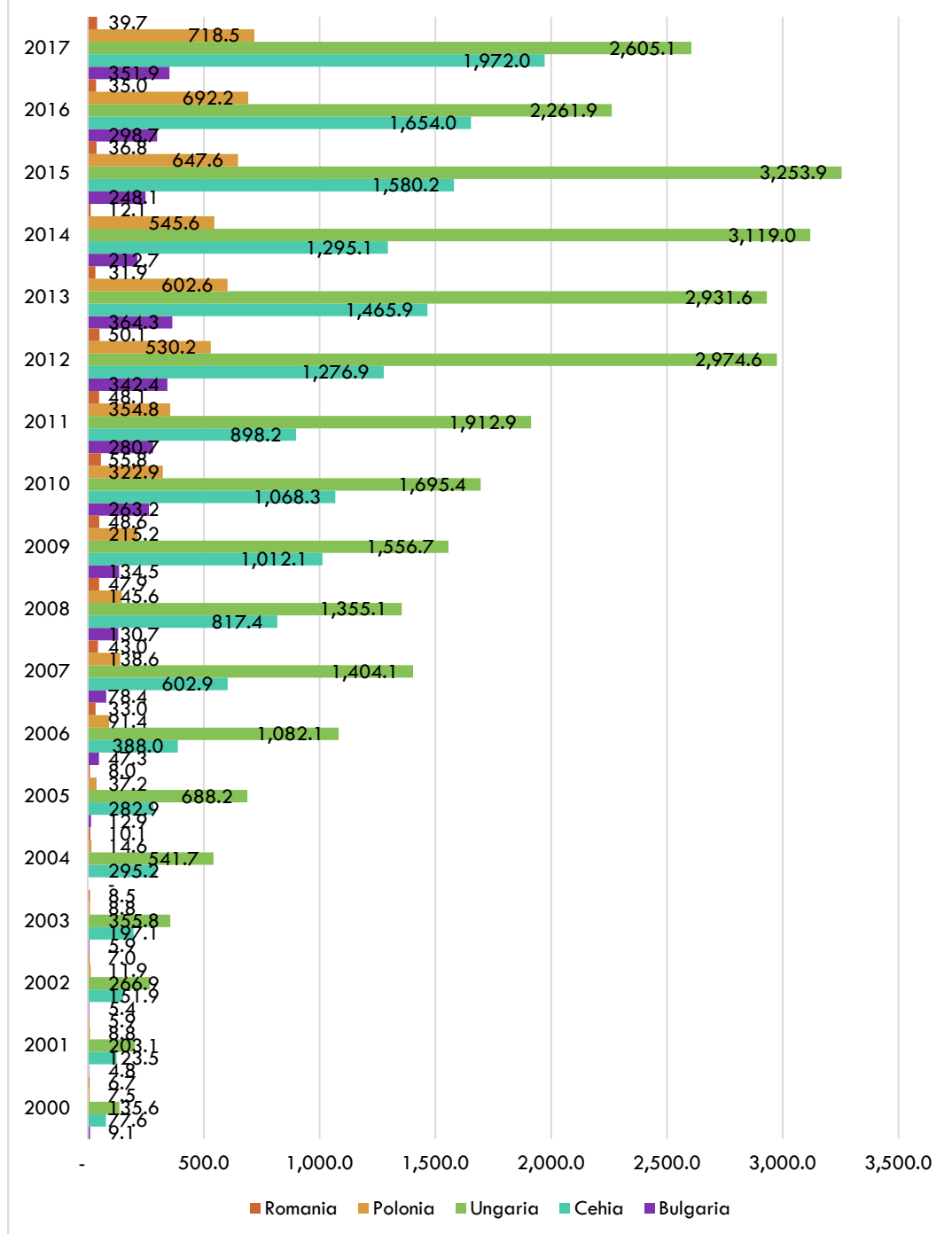


	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bulgaria	0.0%	0.1%	0.2%	0.1%	-0.8	1.0%	0.5%	0.6%	1.4%	-0.2	0.6%	0.7%	0.6%	0.3%	0.7%	0.3%	0.8%	0.5%
Cehia	0.1%	0.2%	0.3%	0.2%	0.9%	0.0%	0.9%	0.9%	1.8%	0.5%	0.6%	-0.1	0.9%	1.9%	0.8%	1.3%	1.1%	0.8%
Ungaria	1.3%	0.7%	0.5%	2.1%	1.3%	1.9%	3.8%	3.1%	1.7%	1.4%	0.9%	3.3%	9.2%	1.4%	2.8%	-13.	-6.8	0.2%
Polonia	0.0%	-0.1	0.1%	-0.1	0.1%	0.4%	1.1%	0.4%	0.3%	0.4%	1.3%	0.2%	0.6%	-0.3	0.5%	1.0%	1.7%	0.7%
Romania	-0.0	-0.0	0.04	0.07	0.09	-0.0	0.34	0.16	0.13	-0.0	0.00	-0.0	-0.0	-0.1	-0.1	0.32	0.00	0.00

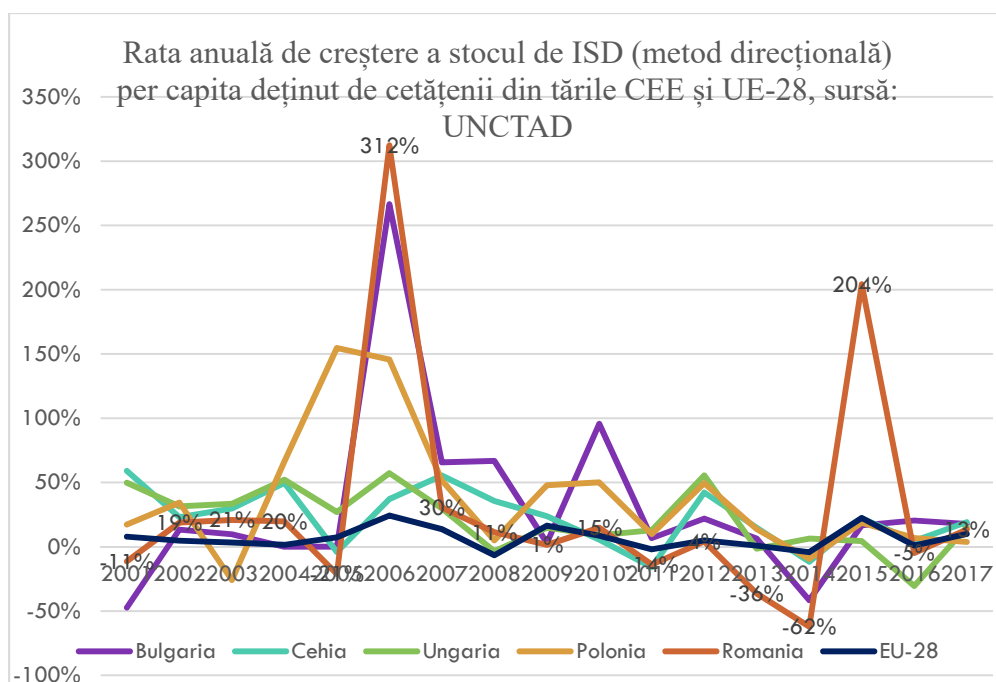
— Bulgaria — Cehia — Ungaria — Polonia — Romania

Stocul de ISD pe cap de locuitor calculat prin metoda direcțională evidențiază pe primele trei poziții în anul 2017, Ungaria (țară cu 9,7 milioane locuitori) cu 2.605,1 euro pe cap de locuitor, apoi Republica Cehă (10,6 milioane locuitori) cu 1.972 euro și Polonia (38,4 milioane locuitori) cu 718,5 euro. România și Bulgaria ocupă ultimele poziții în regiune, Bulgaria (7,1 milioane locuitori) având totuși o evoluție semnificativ mai bună decât România, înregistrând 351,9 euro, cu 88,6% mai mult față de cele 39,7 euro ale României (19,6 milioane locuitori).

Stocul de ISD (metoda direcțională) per capita deținut de cetățenii din țările CEE, sursă: UNCTAD



Cât privește rata anuală de creștere a stocului de ISD per capita, calculat prin metoda direcțională, Polonia ocupă prima poziție, cu o rată anuală de creștere de 31%. Ea este urmată de Bulgaria cu 24%, Cehia cu 21%, Ungaria cu 19% și România cu 11%.



Compound Annual Growth Rate (CAGR) a stocului de ISD per capita în perioada 2000-2017 pentru țările CEE și UE-28	
ȚARĂ	CAGR
Bulgaria	24%
Cehia	21%
Ungaria	19%
Polonia	31%
Romania	11%
EU-28	6%

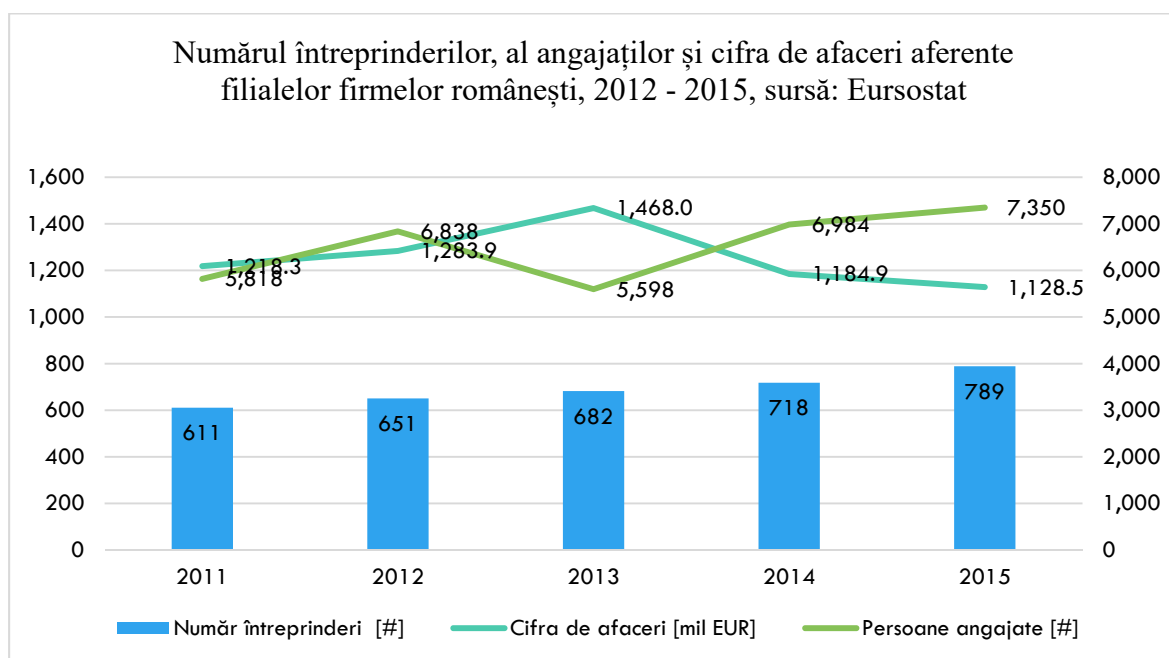
Numărul de întreprinderi, numărul de angajați, cifra de afaceri, distribuții pe sectoare

Numărul de întreprinderi aferente filialelor românești în străinătate este sub 1.000 de unități, fiind într-o continuă creștere în perioada analizată (2011-2015), de la 611 unități în 2011 la 789 de unități în 2015. Cea mai mică rată de creștere de 4,76% se înregistrează în 2012-2013, iar cea mai mare rată de creștere de 9,8% în 2014-2015.

Numărul de angajați ai filialelor românești variază între 5.800 și 7.400. Pe perioada analizată (2011-2015) trendul este în general pozitiv, cu cea mai mare rată de creștere de 24,7% înregistrată în 2013-2014, iar cea mai mică în 2014-2015, de 5,24%. Excepția o constituie anul 2012-2013 când numărul de angajați scade cu 18%, de la 6.838 la 5.598.

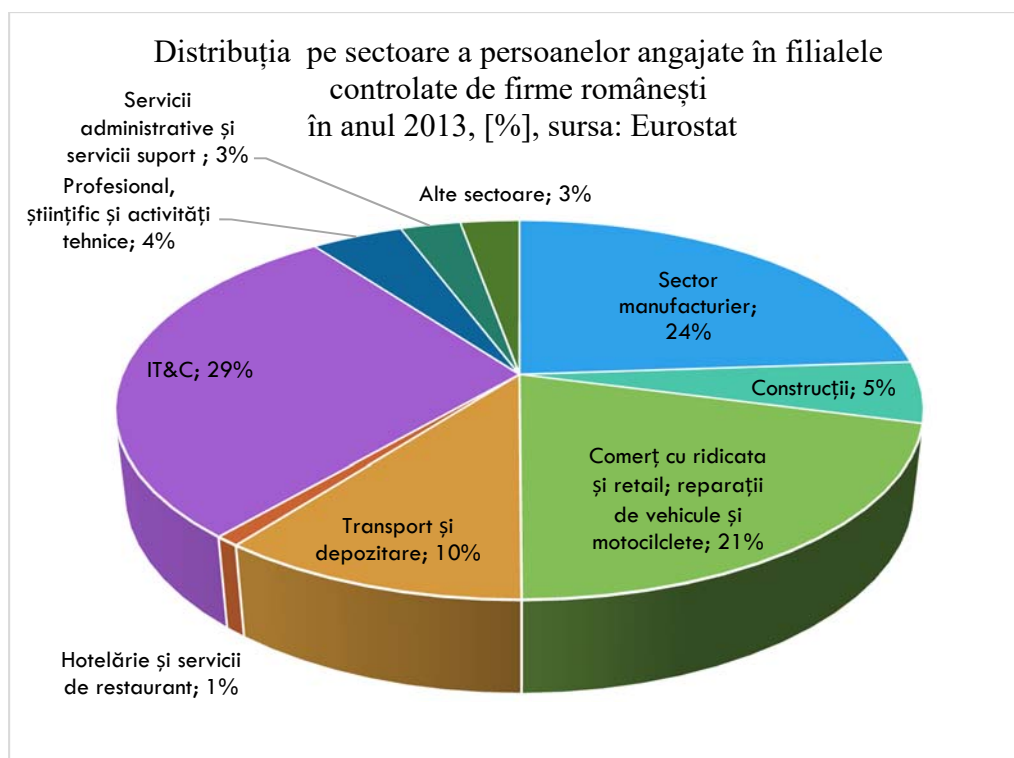
Cifra de afaceri a filialelor românești în străinătate înregistrează un ritm de creștere între 2011 și 2013, când aceasta scade cu 19,2%, și se menține într-un trend negativ și în 2015, când cifra de afaceri (1.128,5 milioane euro) este mai mică decât cea de la începutul perioadei analizate, în 2011 (1.218,3 milioane euro).

Numărul întreprinderilor, al angajaților și cifra de afaceri aferente filialelor firmelor românești, 2012 - 2015, sursă: Eursostat

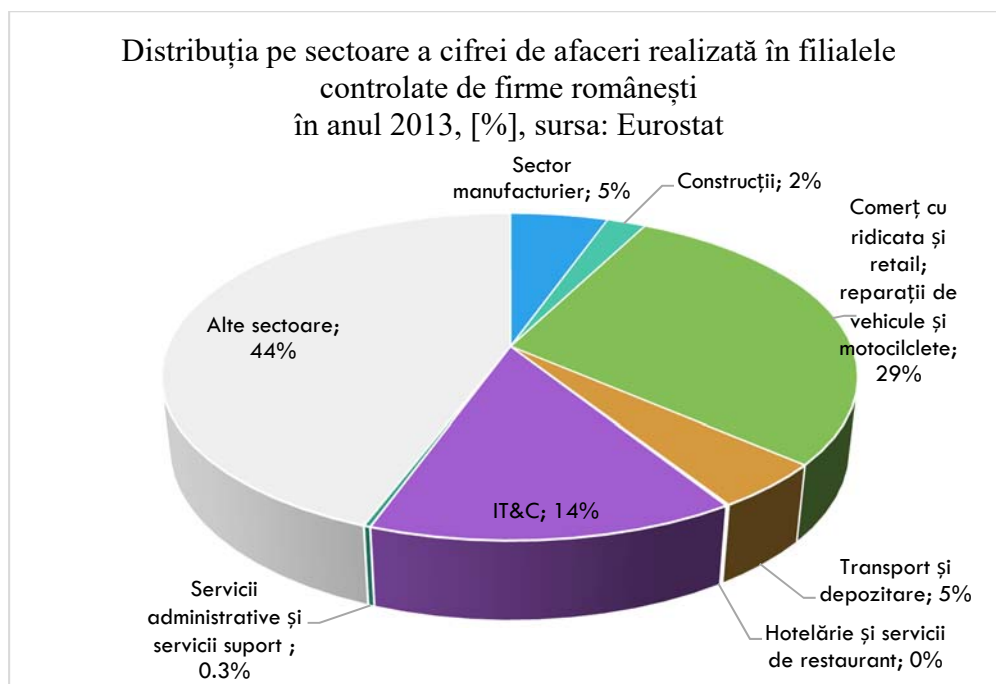


În anul 2013, distribuția pe sectoare a persoanelor angajate în filialele controlate de firme românești surprinde domeniul IT&C ca fiind cel mai mare receptor de forță de muncă (29%). Este urmat de sectorul manufacturier (24%), comerțul cu ridicata și retail, reparații de vehicule și motociclete (21%), transport și depozitare (10%), construcții (5%), profesional, științific și activități tehnice (4%), servicii administrative și suport (3%), alte sectoare (3%), hotelărie și servicii de restaurant (1%).

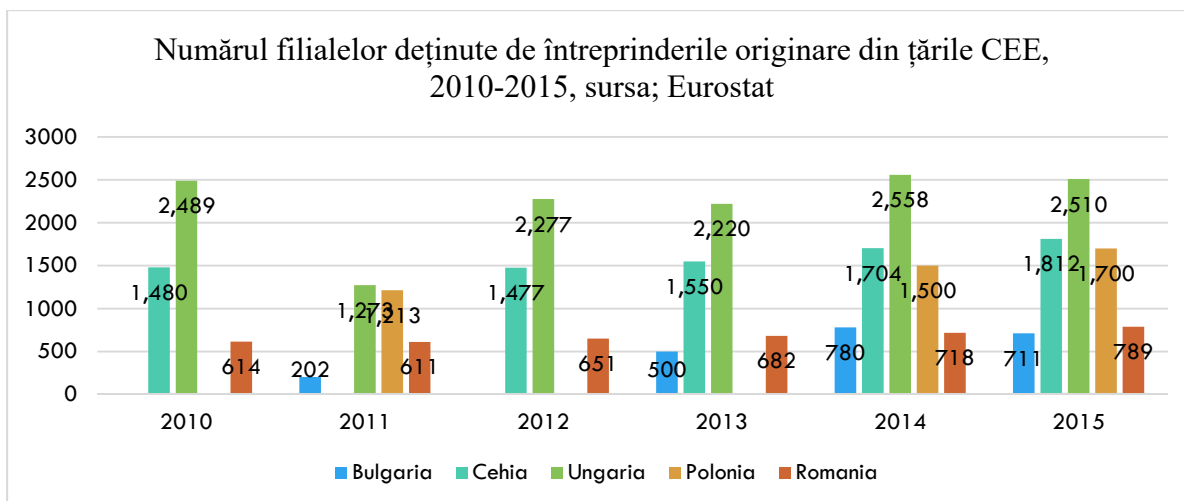
Distribuția pe sectoare a persoanelor angajate în filialele controlate de firme românești în anul 2013, [%], sursa: Eurostat



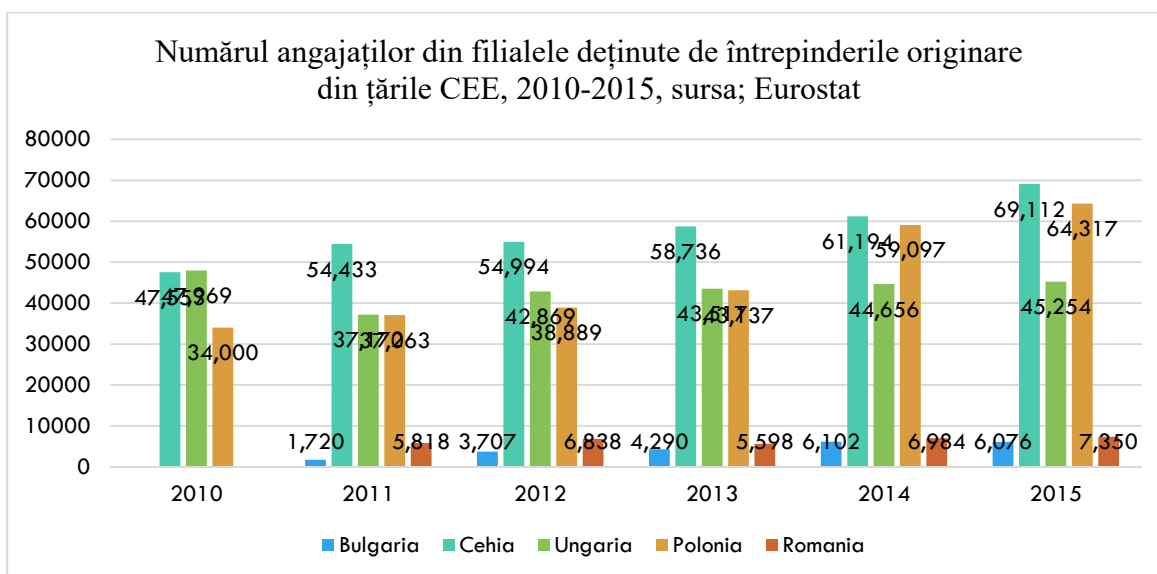
Dacă ținem cont de cifra de afaceri realizată în filialele controlate de firme românești în străinătate, un procent de 44% din aceasta este realizată de alte sectoare, 29% de comerțul cu ridicata și retail, reparații vehicule și motociclete, 14% IT&C, 5% sectorul manufacturier, 5% transport și depozitare, 2% construcții, 0,3% servicii administrative și servicii suport, iar hotelăria și servicii de restaurant puțin peste 0%.



Lider în regiune la numărul de filiale deținute în străinătate este detașat Ungaria, care în perioada analizată (2010-2015) atinge cea mai bună performanță în 2014, când filialele ISD-urilor ungurești în străinătate numărau 2.558 de unități. Îi urmează Cehia, Polonia, România și Bulgaria. Excepție face anul 2014, când la coada clasamentului este România, Bulgaria depășind-o cu 62 de unități. În general, România se situează aproximativ la jumătate din performanțele Cehiei și Poloniei în privința numărului de filiale.

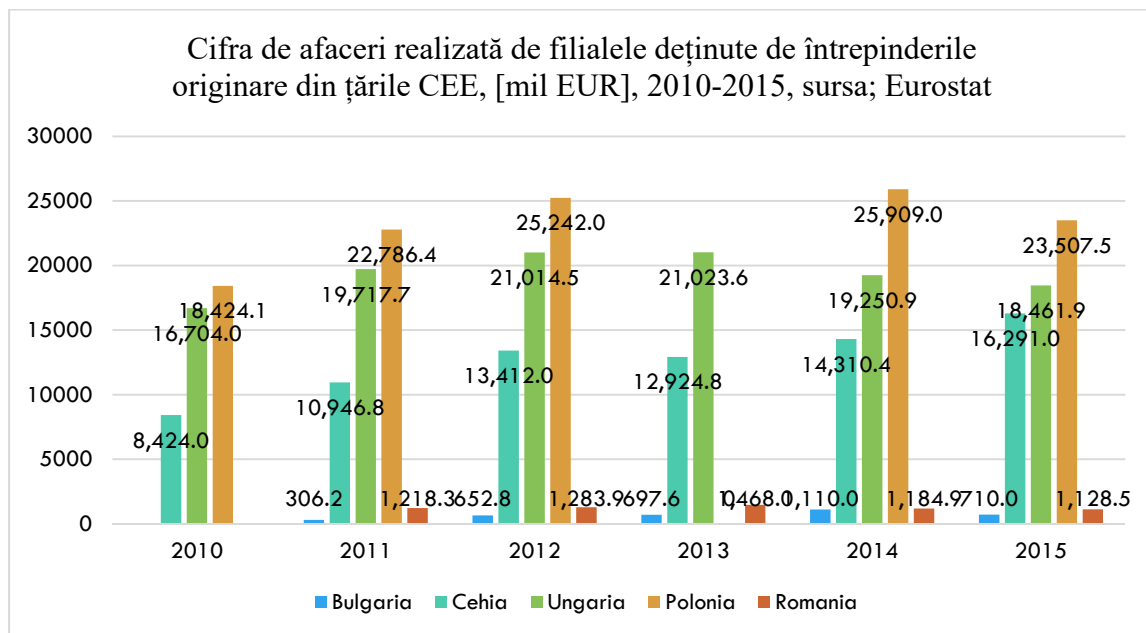


Discrepanțe semnificative se pot observa mai cu seamă în privința numărului de angajați din filialele deținute de întreprinderile originare din regiune și România. În top se află Cehia, poziția a doua fiind ocupată până în 2013 de Ungaria, iar în 2014 și 2015 Polonia devansează Ungaria. Poziția a treia este ocupată de România, fiind urmată de Bulgaria. Dacă luăm în calcul ultimul an al perioadei analizate (2010-2015), cu cei 7.350 de angajați ai filialelor românești peste hotare, cifra este de 6 ori mai mică față de Ungaria (45.254 angajați), de 8 ori mai mică față de Polonia (64.317 angajați), și de 9 ori mai mică față de Cehia (69.112 angajați).



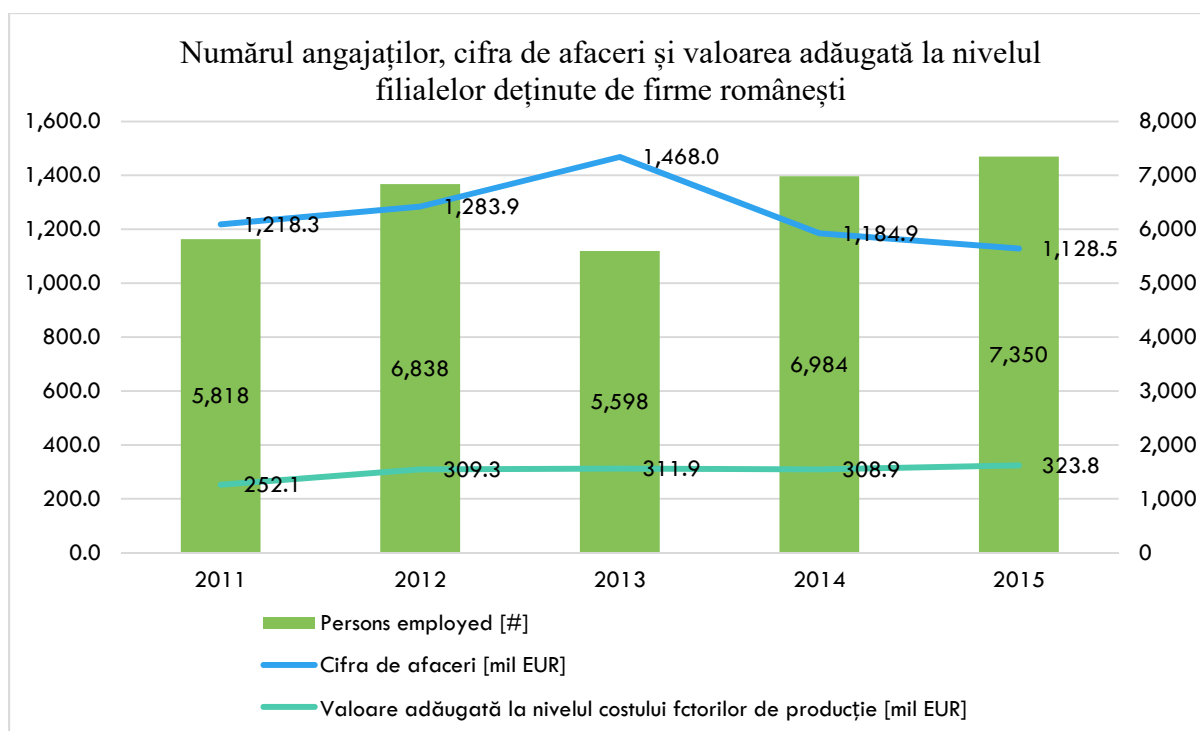
La capitolul cifra de afaceri realizată de filialele deținute de întreprinderile din regiune, Polonia este lider detașat, cu cea mai bună performanță în 2014, când cifra de afaceri a filialelor era de peste 25 miliarde euro. Poziția a doua este ocupată de Ungaria, care în 2013 obține cea mai bună performanță, cu o cifră de afaceri a filialelor de peste 21 miliarde euro. Pe locul trei se regăsește Cehia, iar anul cu cea mai bună performanță a acesteia este 2015, când cifra de afaceri a filialelor depășește 16 miliarde euro. Locul patru este ocupat de

România, pentru care anul 2014 oferă cea mai bună performanță. În acest an, cifra de afaceri a filialelor românești în străinătate depășește 1,4 miliarde euro.

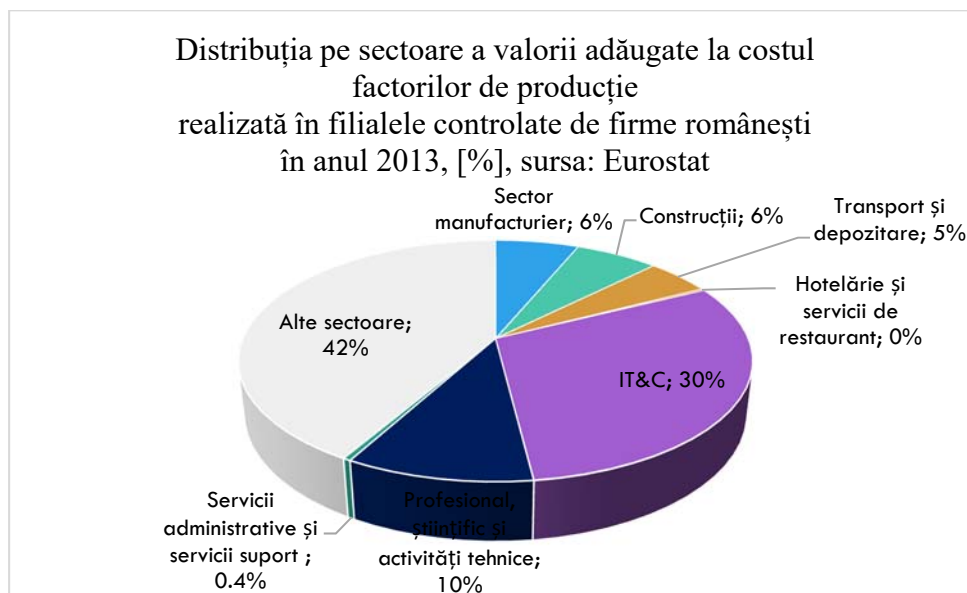


Valoarea adăugată la nivelul costurilor factorilor de producție și distribuția pe sectoare

Anul cel mai bun pentru România, dacă ne raportăm doar la valoarea adăugată la nivelul costurilor de producție, este anul 2015, când aceasta este 323,8 milioane euro. Dacă însă luăm în calcul ecartul cel mai mare dintre cifra de afaceri și valoarea adăugată, acesta se poate observa în anul 2013, când valoarea adăugată la nivelul costurilor de producție reprezintă 21,2% din cifra de afaceri.

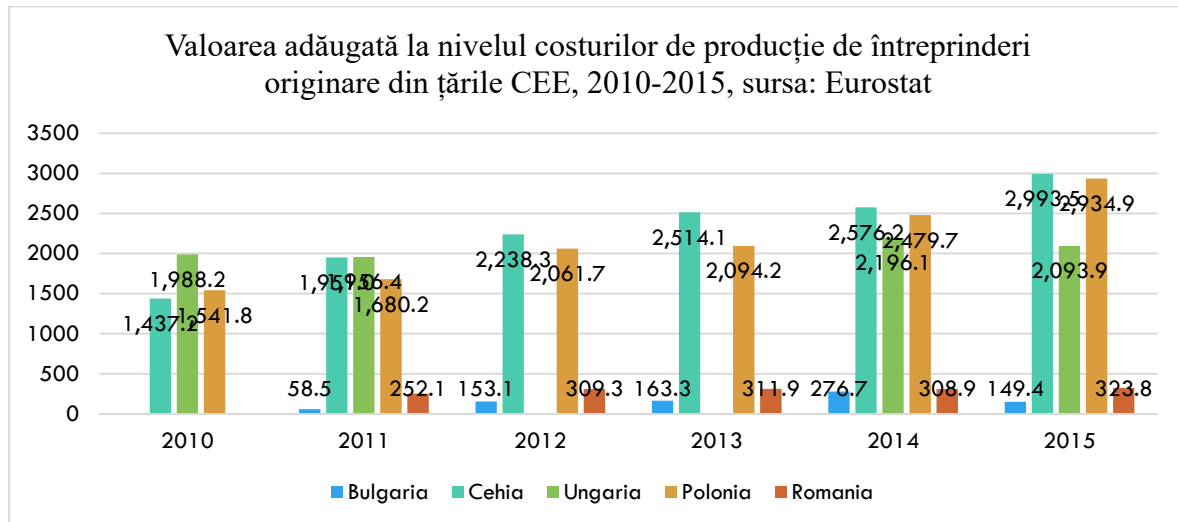


Distribuția pe sectoarele care aduc cea mai mare valoare adăugată la costul factorilor de producție se prezintă astfel: alte sectoare 42%, IT&C 30%, profesional, științific și activități tehnice 10%, sectorul manufacturier 6%, construcții 6%, transport și depozitare 5%, servicii administrative și servicii suport 0,4%, hotelărie și servicii de restaurant puțin peste 0%.



Valoarea adăugată la nivelul costurilor de producție este un alt indicator care scoate în evidență performanța țărilor din regiunea Europei Centrale și de Est. Pe anul 2015, ultimul an cu date disponibile de la Eurostat, România și Bulgaria ocupă ultimele două poziții în clasament (sub 0,5 miliarde euro) iar primele trei poziții sunt ocupate de Cehia, Polonia și Ungaria (peste 2 miliarde euro).

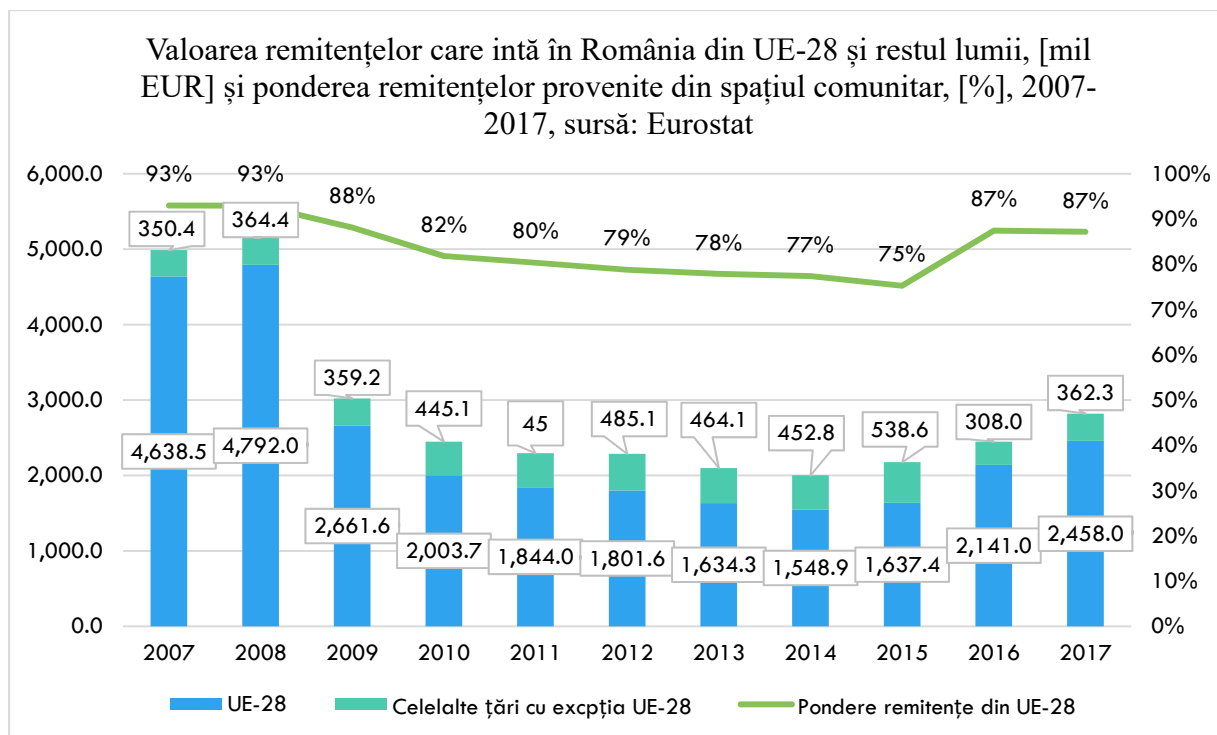
Pe de altă parte dacă ne raportăm la dimensiunea valorii adăugate ca procent din cifra de afaceri din același an, clasamentul practic se inversează, cotașii devin leaderii regionali. România este pe prima poziție cu o valoare adăugată la nivelul costurilor de producție reprezentând 28,6% din cifra de afaceri fiind urmată de Bulgaria cu 21%, Cehia, 18,37%, Polonia, 12,48% și Ungaria, 11,34%.



Remitențele

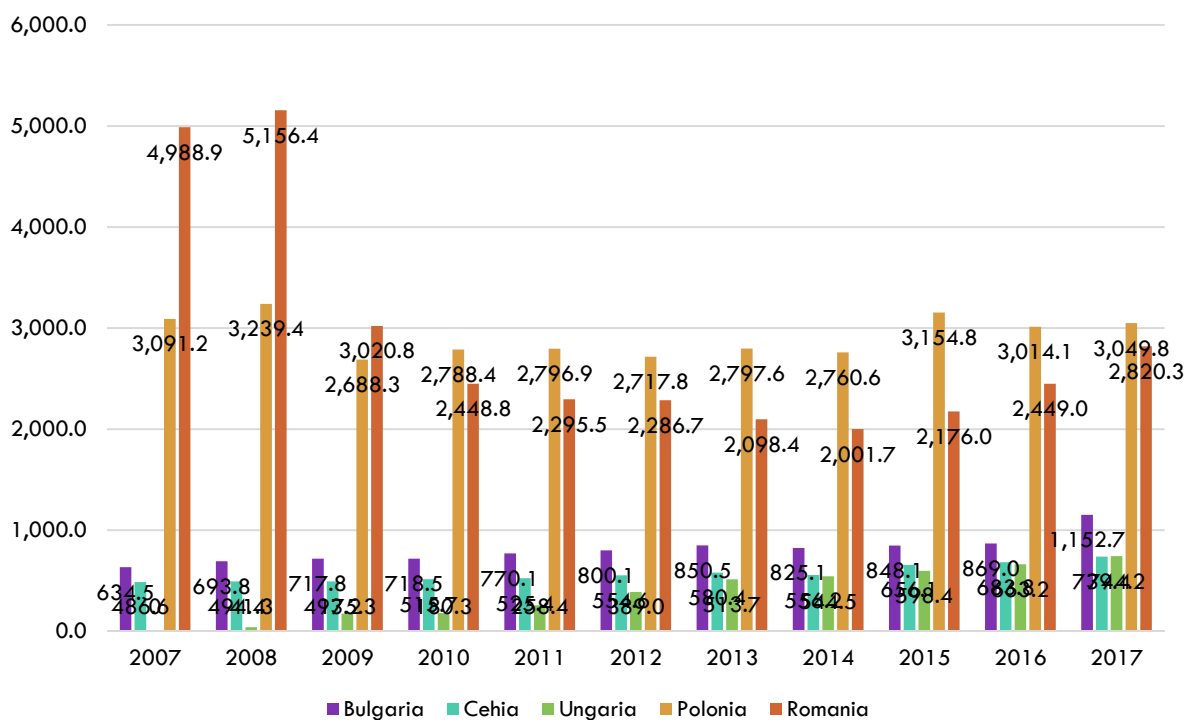
Remitențele românilor care lucrează în spațiul UE-28 ating vârgul în anul 2008 – aproximativ 4,8 miliarde euro, după care încep să scadă vertiginos până în anul 2015, când dau semn de revenire. Scăderea cea mai bruscă (44,4%) se produce între 2008 și 2009, fiind un an influențat cel mai probabil de declanșarea crizei financiare.

Ponderea remitențelor din UE-28 rămâne semnificativă comparativ cu remitențele din celelalte țări cu excepția UE-28, nescăzând în decursul perioadei analizate sub 75% din totalul remitențelor (în anul 2015), an în care remitențele din celelalte țări cu excepția UE-28 înregistrează cel mai bun scor, de 25% din totalul remitențelor. În 2017, remitențele românilor care lucrează în spațiul UE-28 au fost de 2,45 miliarde euro, iar ale celor care lucrează în celelalte țări cu excepția UE-28, de 362,3 milioane euro.



Comparativ cu țările din regiune și în ceea ce privește valoarea remitențelor (total, UE-28 plus celelalte țări în afară de UE-28), România fie ocupă prima poziție în clasament, fie a doua după Polonia. Pe poziția a treia este Bulgaria, fiind urmată de Cehia și Ungaria. Dacă pentru România vorbim de o scădere drastică a remitențelor între 2008 și 2009 (41,4%), nu același lucru se poate spune despre rivala României la acest capitol, adică Polonia, care între 2008 și 2009 înregistrează o scădere de doar 17%, sau despre locul patru al clasamentului, Cehia, ale căror remitențe scad în anul crizei cu doar 0,2%. Pentru celelalte două state, Bulgaria și Ungaria, anul 2008-2009, în ciuda caracterului său tumultuos din punct de vedere economic, aduce o creștere a valorii remitențelor. Pentru Bulgaria, în 2009, remitențele cresc cu 3,4%, iar pentru Ungaria cu 324%. În 2017, valoarea totală a remitențelor românilor a fost de 2,82 miliarde euro.

Valoarea remitențelor ce intră în țările CEE, [mil EUR], 2007-2017, sursa: Eurostat



Partea a III-a

OPȚIUNI DE POLITICĂ ECONOMICĂ

Practica politicilor de sprijin a EISD

Sunt recunoscute trei niveluri de sprijin al exportului de capital (EISD):

- liberalizarea, în special a contului de capital
- o promovare pasivă, prin tratate bilaterale și multilaterale privind investițiile și dubla taxare
- o promovare activă, care se concretizează, de obicei, astfel:
 - agenții de promovare a EISD
 - instituții financiare specializate
 - scheme de garantare a EISD

Țări aflate în faze mai avansate ale IDP (*Investment Development Path*)⁵⁸ au o politică activă de promovare a EISD sau de investiții publice și aceste instituții sunt de găsit atât în România, cât și în alte țări din CEE. Cehia sau Ungaria dețin bănci pentru comerț exterior care îndeplinesc una sau mai multe din funcțiile de mai sus.⁵⁹ Pentru Statele Unite, cea mai mare exportatoare de capital, verdictul dat principalei instituții cu rol de sprijinire a exportului de capital este mai degrabă unul negativ.⁶⁰

Există opțiuni de politică publică în privința internaționalizării?

Politica publică este destinată modificării cadrului reglementar și instituțional, în cazul nostru, cel care vizează mediul antreprenorial. Deci presupuziția unei politici publice este *necesitatea*, considerându-se că starea de fapt este indezirabilă. România este în urma statelor din regiune la capitolul internaționalizare. Printre cauzele menționate de prezentul studiu s-au regăsit în primul rând o slabă acumulare de capital la nivel intern (ca rampă de lansare pentru posibile ISD-uri românești în străinătate) și mediul reglementar și instituțional din țările ce găzduiesc ISD-urile românești. Protecționismul în materie de producători și investiții cu capital autohton sunt o piedică reală pentru orice investitor străin.

Dacă aceste cauze sunt corect identificate, atunci este limpede că politicile economice din România trebuie îndreptate către clădirea unui context economic favorabil acumulării de capital, rezultat ce se poate obține prin a proteja proprietatea fiecărui individ, un sistem fiscal predictibil și un nivel al taxelor scăzut, reducerea volumului de resurse administrat de

⁵⁸ Narula, Rajneesh; Guimón, José, „The investment development path in a globalised world: implications for Eastern Europe”, *Eastern Journal of European Studies*, Volume 1, Issue 2, December 2010.

⁵⁹ Kalotay, Kálmán, „Outward FDI from Central and Eastern European Countries”, *Economics of Planning*, no. 37, 2004 p. 141-172.

⁶⁰ Pentru o analiză pertinentă și reprezentativă, vezi James, Sallie, *Time to X Out the Ex-Im Bank*, Trade Policy Analysis no. 47, Herbert A. Stiefel Center for Trade Policy Studies, Cato Institute, July 6, 2011.

către stat prin management birocratic. Numai prin acumulare de capital la nivel intern este posibilă o creștere a productivității, ceea ce poate aduce și mult dorita retribuție mai mare pentru angajați, temperând astfel emigrația. A obține aceste rezultate presupune un efort politic comun îndelungat, o *așteptare* în termeni antreprenoriali, căci una din caracteristicile fundamentale ale unui antreprenor, dincolo de faptul că riscă resurse proprii, este *așteptarea*. Firul roșu care trebuie să unească din perspectivă economică toate spectrele politice este respectul pentru instituțiile sociale care generează capital autohton, capital românesc.

Câteva chestiuni de macroeconomie

S-ar putea spune că nu există *politici publice* destinate internaționalizării, deoarece internaționalizarea este un efect firesc al creării condițiilor pentru formarea capitalului autohton. Asta desigur, dacă alegem perspectiva pieței libere, care în esență ne învață că sunt puține lucruri de făcut în materie de politică economică. Puține în sensul de *suficiente* pentru a rezolva problema. Odată creat capitalul, atunci când condițiile locale nu îl voi mai remunera suficient, *emigrația* acestuia este consecința firească, prin identificarea unor piețe cu costuri mai reduse. Preocuparea prematură pentru a exporta capital (sub formă de ISD-uri) poate fi asemănată cu o preocupare similară, aceea de a exporta cu orice preț bunuri, mărfuri. Presupuziția acestei idei este că prin export (capital sau bunuri) o țară își poate îmbunătăți poziția economică și situarea sa în lanțul valoric regional, continental sau global. Avem de-a face aici cu vechea eroare mercantilistă, potrivit căreia exporturile sunt generatoare de bunăstare, iar importurile creează dezechilibre. Singura diferență este că mercantilismul nu viza exportul de capital, ci dimpotrivă, importul de capital, ignorând consecințele unei mase monetare mari la nivel intern. Putem lua bunăoară, pentru a evidenția această eroare, majoritatea rapoartelor oferite de autoritățile publice cu privire la dimensiunea agravantă a deficitului comercial (atunci când soldul balanței comerciale arată un deficit) respectiv entuziasmul în cazul unui excedent comercial (atunci când soldul balanței comerciale este pozitiv). În realitate, exporturile sunt indisolubil legate de importuri, așa încât orice politică publică care va intenționa să crească exporturile de bunuri, va crește implicit și importurile de bunuri, deoarece capitalul dobândit prin vânzare poate lua – *via* sistemul bancar – fie drumul producției interne, fie cel al importului. Am spune deci că atunci când prin politica publică intenționezi să generezi un excedent, vei genera și un deficit, iar atunci când urmărești să penalizezi un deficit comercial, vei penaliza în termeni reali și excedentul comercial. Unica rațiune pentru care o țară exportă este pentru a-și putea plăti importurile; scopul ultim este importul⁶¹.

Orice politică publică gândită pentru stimularea exportului de capital (ISD-uri), va genera un exces de capital în străinătate, astfel o ieftinire a acestuia, ceea ce va da un impuls exporturilor străinilor în România, respectiv creșterii importurilor în România, deci potențial de deficit comercial. Se vede deci că a susține concomitent ambele tipuri de internaționalizare (ISD-uri și exporturi) ridică din punct de vedere economic o dublă problemă de contradicție și incoerență. Contradicție întrucât prin exportul de capital se

⁶¹ La nivel individual lucrurile stau la fel, unicul scop al dobândirii unor venituri monetare în urma prestării unei munci („export de muncă”) este consumul, respectiv importul de bunuri și servicii care contribuie în mod efectiv la îmbunătățirea calității vieții unui individ, a nivelului său de trai

alimentează efectul care se dorește a fi evitat prin stimularea exporturilor, respectiv importurile. Și incoerență deoarece pe de o parte prin exportul de bunuri scopul este să generăm capital la nivel intern, iar prin ISD-uri scopul este să exportăm acest capital în străinătate. Posibilitatea ca acest capital să intre în lanțul valoric intern, generând productivitate, scade astfel, mai ales dacă investirea acestui capital pe plan local se confruntă cu probleme de natura birocratică. Susținând deci și ISD-urile și exporturile s-ar traduce prin vorba românească potrivit căreia *ce luăm cu o mână dăm cu alta*.

Pe de altă parte, nu este recomandabilă nici o atitudine de sechestrare a capitalului în țară, deci de inhibare a EISD, cu scopul creșterii ocupării și salariilor reale locale. Trebuie subliniată din nou teorema fundamentală a schimbului, sau aspectul *win-win* al unei EISD lipsite de constrângeri artificiale. Există cel puțin trei motive pentru care statul nu trebuie să intervină în libera circulație a capitalului:⁶²

- o Pentru firmele implicate în EISD alternativa ar putea să nu fie producția pentru piața locală, ci falimentul. Mai mica ocupare în țara sursă în cazul EISD trebuie comparată cu închiderea definitivă a procesului de producție.
- o Crearea unor oportunități de profit în țara gazdă poate duce la crearea unor locuri de muncă și mai bine remunerate în țara sursă.
- o Stabilirea unei ISD în țara gazdă poate duce și la creșterea vânzărilor în țara sursă.

Este de menționat aici că un efect al protecționismului este substituirea exporturilor cu investiții în economiile care impun măsuri protecționiste. Dacă un exportator nu mai poate fi competitiv pe o piață externă din cauza barierelor comerciale impuse acolo, la margine va deveni rațională decizia de a face o investiție acolo, deci de a deplasa suboptimal bunurile de capital în țara protecționistă, pentru a fi combinate cu alți factori de producție locali și cu forță de muncă pentru a produce local bunurile finale pe care, înaintea impunerii sau intensificării protecționismului, era mai profitabil să le exporte. Cu toate că această situație are efecte similare cu o politică de stimulare a investițiilor străine către exterior, resorturile autorităților locale lipsesc: orice măsură de retaliere va avea consecințe negative asupra propriilor consumatori și propriei economii.

Poate fi privit guvernul ca o firmă?

În literatură, s-a ridicat problema funcționării guvernului precum un antreprenor sau o firmă. Spre deosebire de un individ, unicul motiv pentru care o firmă exportă este ca să importe bunuri de capital, deci aceasta nu consumă veniturile pentru satisfacerea nevoilor sau preferințelor persoanelor care fac parte din firmă, cum este cazul unei țări în care există mulți indivizi pentru care importul are ca scop exclusiv consumul. În contul de profit și pierderi al unei firme, orice import de bunuri realizat cu veniturile dobândite trece drept cost, până la momentul când acesta va fi amortizat. În balanța comercială a unei țări intră multe bunuri de consum, adică bunuri destinate consumului final.

Astfel, încercarea de a explica susținerea ambelor tipuri de internaționalizare (ISD și export) cu motivația că intenția guvernamentală atunci când stimulează exportul de capital este să realizeze o investiție, deci să se comporte precum o firmă, se lovește de această problemă,

⁶² Kalotay, Kálmán, „Outward FDI from Central and Eastern European Countries”, *Economics of Planning*, no. 37, 2004, p. 165-166

a imposibilității echivalenței guvern – firmă. Asemănările de acest tip pot fi cel mult figuri de stil, însă economic ele sunt lipsite de conținut.

Pe cale de consecință, trebuie să afirmăm că nici în cazul internaționalizării nu are sens să vorbim de o strategie națională. Antreprenorii sunt selectați de procesul pieței și „premiați” cu posesia unor resurse materiale, financiare și umane a căror anvergură este în directă relație cu capacitatea lor de a prevedea configurațiile viitoare ale mediului de afaceri, intern și internațional, și de a lua deciziile oportune (inclusiv cele de internaționalizare) la momentul oportun. Pretenția de elaborare a unei strategii guvernamentale implică erijarea funcționarilor din aparatul birocratic al statului în roluri antreprenoriale.

Această tentativă se va lovi de cel puțin două obiecții. În primul rând, există o distincție categorică între managementul birocratic și cel pe bază de profit.⁶³ Cele două stimulează comportamente categoric diferite – aceasta fiind și principala problemă cu care se confruntă inițiative de tipul „manageri privați la întreprinderi publice”. În al doilea rând, chiar făcând abstracție de această primă obiecție, o strategie de internaționalizare presupune competențe antreprenoriale mult mai complexe decât sunt cele cerute chiar și antreprenorilor de succes în domeniul internațional. A trece de la cunoștințele și abilitățile specifice unei firme de o anumită anvergură, cu propriile ei date particulare legate de factorii de producție, resursele umane și clientelă, la o cuprindere a cunoștințelor și particularităților de pe piețele existente și potențiale, din țările oaspete existente și potențiale care ar putea fi vizate de internaționalizare este o sarcină mult peste capacitățile unor funcționari de aparat birocratic, oricât de bine pregătiți.

Mai exact, în căutarea avantajului comparativ, decidenții trebuie să stabilească care sunt criteriile de alegere ale sectoarelor și produselor ce trebuie susținute la internaționalizare. Acest lucru nu poate fi făcut fără semnalele de piață care ajută la stabilirea profitabilității, altfel implică o risipă de resurse. Dar, aceste semnale de piață sunt accesibile și antreprenorilor, care pot, cu propriile resurse să-și stabilească strategiile de internaționalizare.

Start-up-urile trebuie să crească organic, prin profitabilitate

Dacă alegem perspectiva intervenționistă sau a unui stat implicat mai mult sau mai puțin activ în domeniul internaționalizării, sigur că opțiunile de *policy* pot fi nenumărate, în funcție de criteriile (mai mult sau mai puțin arbitrare) pe care le stabilim. Odată debarcați de pe poziția că liberalizarea este soluția, nuanțând sau relativizând ideea de liberalizare, rămâne doar să ne afundăm în preocupări de tipul stabilirii cărui domeniu de activitate trebuie să acordăm asistență, cărui tip de firme, pe ce perioadă ș.a.m.d.

O lecție elementară, chiar și pentru antreprenori, trebuie să fie în acest caz cea a industriilor incipiente. *Argumentul industriilor incipiente* este un argument adus deseori de promotorii modelului unui stat cu rol activ în industrializare. Acesta spune că statul trebuie și poate să selecteze un anumit număr de industrii incipiente, aflate la început pe drum, cu scopul de a le proteja de concurența străină o perioadă de timp. Scopul final al politicii este de a crea un număr de industrii auto-suficiente, care odată liberalizată piața, să poată concura cu

⁶³ Mises, Ludwig von, *Birocrația și imposibilitatea planificării raționale în regim socialist*, Editura Institutului Ludwig von Mises România, București, 2006.

succes cu industriile străine. Din punct de vedere economic, problemele acestui argument se rezumă la:

1. Ignorarea verdictului dat de piață, al lipsei de profitabilitate, adică faptul că niciun investitor privat n-a evaluat ca profitabilă o asemenea investiție într-o industrie incipientă. Deci se propune, cel puțin pentru moment, alocarea unor resurse publice într-un sector unde există doar promisiuni de profitabilitate, nu certitudini.
2. Absența criteriilor de selecție a industriilor incipiente. Odată abolit criteriul profitabilității, locul acestuia poate fi luat de multe alte criterii, toate însă fiind cu o amprentă subiectivă, ce vizează propriile păreri și concepții ale celor care participă la selecție.
3. Abolirea criteriului profitabilității, un criteriu obiectiv, ridică și probleme de stimulente. Faptul că sunt îngăduite industrii sau firme neprofitabile într-un anumit sector, aceasta poate transmite un semnal și altor sectoare, care pot reclama și ele un drept de a opera pe piață, în aceleași condiții de lipsă a profitabilității. Crește astfel numărul de industrii incipiente pe piață, fapt ce presupune costuri pentru sectoarele productive ale societății. Crește de asemenea și dificultatea decidenților de a mai tria între sectoare cu adevărat incipiente (presupunând că ar putea să o facă) și simple încercări de a beneficia de sprijin guvernamental.

Un fapt istoric al utilizării acestui argument în politica publică este că mai toate statele care au încercat o politică activă de susținere a industriilor incipiente, au sfârșit prin a permanentiza ajutorul/protecția. Dacă încercăm să substituim în argumentul de mai sus, industriile incipiente cu *firmele care doresc internaționalizare*, problemele rămân aceleași. Nu putem ști deci ce sectoare trebuie să se internaționalizeze, căci aceasta este o chestiune pur antreprenorială. Cei care pot cunoaște cel mai bine realitatea economică sunt antreprenorii. Chiar dacă am ști sectoarele, nu putem selecta non-arbitrar firmele care urmăresc internaționalizarea. Apoi, presupunând că știm firmele, nu avem niciun criteriu pentru a stabili pe ce perioadă de timp trebuie ca statul să-și păstreze rolul activ de finanțator al internaționalizării.

Statul facilitator nu e în mod necesar și stat finanțator

În discutarea internaționalizării și politicilor aferente, trebuie evitate câteva erori populare:

1. Există o economie a României distinctă de totalitatea activității firmelor și organizațiilor românești. Această premisă greșită poate duce și din păcate încă duce, prea frecvent, la judecăți mercantiliste: fie se proiectează politici de neamestec al economiei României cu economiile altor state, fie se elaborează politici animate de intenția de a ajunge din urmă sau a depăși alte economii.
2. Este necesară o cantonare în sectoare de mare productivitate, cu tehnologie înaltă, în care excelează alte state. Teoria avantajului comparativ arată că această abordare este eronată și, în ultimă instanță, perdantă.
3. Politica internaționalizării trebuie să ducă la creșterea ocupării forței de muncă. Contextul actual al României, marcat de emigrația masivă a forței de muncă și de o piață locală cu cerere în creștere, nu justifică accentul pe această eroare. Dar aceasta

nu înseamnă că este mai puțin o eroare: profitabilitatea rezultată din satisfacerea consumatorilor și nu ocuparea trebuie să fie scopul ultim al politicii economice.

4. Faptul că distincția dintre sfera publică și cea privată a devenit din ce în ce mai vagă înseamnă că nu mai putem vorbi de o diferență de natură între principiile active în cele două sfere. Această premisă greșită duce adesea la concluzia că relațiile dintre stat și mediul privat trebuie reconfigurate în cadrul unor noi tipuri de parteneriate.
5. Politicile de internaționalizare trebuie să fie calibrate în simetrie cu politicile comerciale ale celorlalte state. Analiza teoriilor comerțului internațional concluzionează că potențialul de bunăstare maximă a unei economii este creat printr-o politică de deschidere necondiționată, chiar și în situația suboptimală când este unilaterală.

O creștere a internaționalizării prin intermediul fondurilor publice (ex. subvenții) ar însemna să garantăm cu veniturile economisite de populație, cu sacrificarea capitalului autohton, un rezultat nefavorabil României. În cazul în care statul s-ar plasa doar într-o poziție de **facilitator al internaționalizării**, dincolo de rezolvarea cauzei primordiale menționate (formarea capitalului autohton), una dintre soluții ar putea fi negocierea unor acorduri specifice de liberalizare în domeniul investițiilor străine, cu partenerii din regiune sau alții mai îndepărtați geografic.

În ceea ce privește internaționalizarea prin exporturi, dacă se dorește o creștere a acesteia trebuie identificate barierele (în special netarifare) cu care se confruntă exportatorii. Aderarea la UE a însemnat, e drept, eliminarea taxelor vamale în statele membre, însă astăzi protecționismul de tip netarifar a luat amploare. Prin urmare, taxele nu mai sunt o problemă însă, spre exemplu, condițiile/standardele tehnice pentru a produce într-o anumită țară din UE pot fi condiții eliminatorii pentru firmele românești. Așadar, când ne gândim la dimensiunea redusă a proiectelor de ISD-uri tip *greenfield* care presupun activitate de producție, este de luat în calcul dacă statul gazdă oferă condiții economice și tehnice care nu discriminează între investitorii autohtoni și cei străini, prin intermediul barierele comerciale netarifare.

În facilitarea condițiilor pentru ISD-uri și/sau exporturi, deci pentru internaționalizarea firmelor românești, trebuie evitată tendința de a le planifica. Prin urmare, facilitarea trebuie să vizeze întotdeauna reducerea barierele în calea comerțului și a investițiilor⁶⁴, iar nu negocierea unui program bilateral sau plurilateral de creștere a exporturilor, respectiv a investițiilor, în care sincronizarea și natura activității de export sau investiție sunt stabilite de către guvern.

Dacă statul nu este capabil să depășească problema calculului antreprenorial de rentabilitate în decizia asupra alternativelor de internaționalizare, ar trebui în schimb să se concentreze pe identificarea impedimentelor structurale proprii care nu lasă firmele să-și urmeze strategiile proprii de internaționalizare.

Acest lucru este cu atât mai relevant în condițiile actuale, marcate de tendințe de metamorfozare a felului în care se manifestă suveranitatea națională. Aici sunt de constatat două forțe majore: (1) apariția și răspândirea din ce în ce mai mare la nivel global a

⁶⁴ Klein, Peter, *The Right Policy Towards Entrepreneurship*, Mises Daily, 3.07.2016, disponibil la <https://mises.org/wire/right-government-policy-toward-entrepreneurship>

infrastructurii de comunicare, care a creat un univers digital inexistent acum câteva decenii și (2) tendințele seculare de unificare politică, inerente logicii organizațiilor statale, care a dus la coagularea unor entități supranaționale din ce în ce mai mari⁶⁵.

Cele două tendințe au potențial mare de a crea efecte de sens contrar. Digitalizarea – tendința (1) – a ușurat considerabil capacitatea firmelor de internaționalizare și a creat astfel cadrul diminuării rolului statului în acest domeniu. Tendința (2) deschide, pe de o parte, posibilitatea unor uniuni vamale, monetare și politice care schimbă profund sensul și aria de aplicabilitate a politicilor de internaționalizare iar, pe de altă parte, crește miza și riscurile acestor politici. Volatilitatea și incertitudinea din economia globală sunt puternic afectate de aceste două tendințe contrare.

Facilitarea internaționalizării. Firme de consultanță private sau diplomație comercială?

În măsura în care simpla liberalizare nu este o opțiune politică pentru guvern, opțiunea care rămâne în discuție este limpede că presupune intervenția acestuia în procesul de internaționalizare. Din perspectiva pieței libere, putem nuanța conceptul de intervenție guvernamentală, încercând să distingem între intervenții distorsionante și intervenții mai puțin distorsionante (minimizarea costurilor). Desigur, opțiunea implicită ar trebui să rămână completa liberalizare a procesului de internaționalizare. Distorsiunile la care ne referim pot fi la nivelul structurii prețurilor și a producției, prin modificarea artificială a acestora. Un exemplu în acest sens este a insista pe facilitarea și stimularea internaționalizării firmelor autohtone mai intensive în capital, în detrimentul celor care sunt mai intensive în muncă, din domeniul agricol. Astfel, dacă un posibil avantaj comparativ al României la momentul prezent ar fi exportul de produse agricole, o politică publică ce alocă resurse în direcția internaționalizării de tip *high-tech* conduce la anularea acestui avantaj, cu posibilitatea incertă de recuperare a lui.

Liberalizarea completă a procesului de internaționalizare, adică situația în care statul nu-și arogă vreo competență (finanțare, reprezentare, facilitare etc.) în domeniu este echivalentă cu o piață liberă a serviciilor de consultanță în domeniul internaționalizării, respectiv firme private care oferă aceste servicii de informare și orientare pe piața țării gazdă, a firmelor care intenționează să se internaționalizeze. Este de așteptat ca, în măsura în care există o cerere pentru astfel de servicii, această piață să se dezvolte. Situația nu diferă de o firmă care dorește să intre pe piața unui alt județ, sau unei alte regiuni. Economic, nu există diferențe. Impactul granițelor însă dă o dimensiune politică fenomenului de internaționalizare, ca și cum ar ocupa un loc special în structura fenomenelor economice. Iar dimensiunea politică vine din însăși termenul de *internaționalizare*, având în centru națiunea. Așa cum comerțul internațional nu este diferit de comerțul intern, bazându-se pe aceleași reguli și principii economice, tot așa și internaționalizarea nu este diferită de o firmă care dorește să-și extindă activitatea într-un alt spațiu geografic decât cel rezident. Dacă o firmă din Cluj poate uza de propriile resurse pentru a-și extinde activitatea în Prahova, vorbim de

⁶⁵ Teorema progresiei arată cum statele tind să delege procesele decizionale la niveluri superioare prin unificare. Vezi, Hülsmann, Jörg Guido, *Unificarea politică: teorema generalizată a progresiei*, disponibil la <https://mises.ro/769/unificarea-politica-teorema-generalizata-a-progresiei>.

„internaționalizare” la scară mai mică, la scară națională. Irelevanța granițelor politice este cu atât mai evidentă în cazul firmelor *born global*.

În cazul diplomației comerciale, statul își arogă competențe în domeniul internaționalizării, derivate din legitimitatea granițelor politice. Diplomația comercială este prezentă la două niveluri:

1. Diplomatul comercial ca negociator în tratate în domeniul internaționalizării (bilaterale sau multilaterale, cum sunt cele din cadrul Organizației Mondiale a Comerțului)
Obiectivul de piață liberă: liberalizarea comerțului
2. Diplomatul comercial ca facilitator al business-urilor românești în străinătate
Obiectivul de piață liberă: acțiune defensivă față de un mediu politic și instituțional ostil firmelor românești

La ambele niveluri este prezentă nevoia de clarificare ideologică a celor ce compun o misiune comercială guvernamentală. Perspectiva pieței libere arată că rolul diplomatului comercial în internaționalizare este unul limitat deci la a identifica soluții de eliminare a barierelor în calea comerțului și a investițiilor, de a oferi informații relevante privind mediul economic și politic al țării gazdă și eventual, a interveni prin intermediul rețelei de cunoștințe, în cazuri de forță majoră în care se comit abuzuri asupra firmelor românești.

Diplomația comercială ca facilitare a internaționalizării poate fi un serviciu public, finanțat de la bugetul de stat, sau un serviciu public contra cost. Dacă e serviciu public, deci firmele nu plătesc pentru serviciu, e foarte greu de realizat și de căzut de acord asupra conținutului promovării business-urilor românești, și al evaluării calității în promovare. Diplomația comercială se poate regăsi însă și sub formă de serviciu public contra cost, adică dincolo de resursele pe care le primește de la bugetul de stat, structura diplomatică respectivă percepe și taxe pentru serviciile oferite. Dacă e serviciu contra cost, se ridică însă firesc întrebarea, de ce n-ar apela firmele la agenții de consultanță specializate în chestiuni ce țin de diplomația comercială?

În literatura de specialitate⁶⁶, această funcție a diplomației comerciale de facilitator al internaționalizării are în componență trei tipuri de diplomat:

1. Funcționarul public (*public servant*)
2. Generalistul (*generalist*)
3. Promotor al afacerilor (*business promoter*)

Este un fapt că, în ultima vreme, o funcție importantă a diplomației comerciale tinde să fie și cea de promotor al afacerilor⁶⁷. Acesta este asociat de regulă cu relațiile publice (*PR*), afacerile publice (*public affairs*) sau relația corporației-guvern (*corporate-government affairs*). Este considerat tipul de diplomat cu o atitudine proactivă în domeniul internaționalizării, lucrând preponderent în favoarea clienților și mai puțin a îndatoririi sale

⁶⁶ Kostecki, Michael, Naray, Olivier, „Commercial diplomacy and international business”, *Discussion papers in diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2007, disponibil la https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070400_cdsp_diplomacy_kostecki_naray.pdf

⁶⁷ Ibidem, p. 4

guvernamentale. Spre deosebire de promotorul afacerilor, celelalte două tipuri de diplomat – funcționarul public și generalistul – sunt tipuri reactive, în care răspund la solicitări doar în măsura în care este nevoie. Funcționarul public este preocupat mai mult de *implementarea politicii publice* în domeniul internaționalizării, deci modul în care își îndeplinește obligațiile față de guvern, iar generalistul este implicat în internaționalizare ocazional, printre alte tipuri de sarcini diplomatice pe care le are.

Deși promotorul afacerilor pare a fi opțiunea cea mai potrivită pentru cine dorește internaționalizare de calitate, rămâne la fel de valabilă întrebarea ridicată mai sus: de ce n-ar apela firmele la agenții de consultanță specializate în facilitarea internaționalizării?

În *Commercial diplomacy and International Business*, un studiu de referință în domeniu, profesorii Michael Kosteci și Olivier Naray identifică câteva rațiuni pentru care opțiunea promotorului afacerilor poate fi mai atractivă decât opțiunea de servicii private, precum:

- o informațiile economice (contactele ambasadelor)
- o vizibilitatea în mass-media (ambasador sau atașatul comercial atrag mai mult atenția mass-mediei decât oamenii de afaceri)
- o accesul la decidenți (diplomații au acces mai ușor la directorii executivi din multinaționale, oficiali guvernamentali etc.)
- o credibilitatea (diplomații se bucură de o încredere mai mare decât persoanele private)
- o economii de scară și de gamă (centralizarea activității de facilitare a internaționalizării reduce costurile, care altfel ar fi prohibitive pentru firme)
- o instrument de politică guvernamentală

Problema facilitării internaționalizării de către agenți guvernamentali

Dincolo de aspectele pozitive ale diplomației comerciale nu putem evita discuția privind facilitarea în sine a internaționalizării. Prima problemă este cea a independenței politice în sensul în care și el, diplomatul tehocrat, își asumă un mandat acordat de partidul sau coaliția la guvernare. Devine deci important ce perspectivă economică și comercială au acestea.

Apoi, nefiind cointerestat în firmă sau proprietar, stimulentele diplomatului va fi să încerce, nu și să ducă la capăt sau să reușească un anumit *deal* sau realizarea unei anumite investiții. Chiar și contra cost, în măsura în care nu există o concurență reală pentru promotorii de afaceri ca agenți guvernamentali, în fapt aceștia acționează într-un regim de cvasi-monopol, deci vor avea oricând o clientelă captivă, fiind astfel puține rațiuni pentru apărarea tezei pro-activității lor. Chiar dacă se adaugă o experiență consistentă în mediul de business, tot nu putem evita acest efect de cvasi-monopol. Situația este similară cu cazul guvernantei corporative, în care oricât de experimentați ar fi managerii care sunt numiți la conducerea unor companii de stat, se evită problema proprietății, adică în fața cui răspund aceștia.

În al treilea rând, diplomații nu sunt scutiți de problema *rent-seeking*-ului, respectiv atunci când unele firme vor fi tentate să obțină avantaje în detrimentul altor firme.

Diplomats are often criticized for lack of understanding of business, lack of entrepreneurship and abuse of diplomat's power for personal benefit or that of their cronies.⁶⁸

În al patrulea rând, în cazul în care se vizează popularea personalului diplomatic cu oameni cu experiență, din zona de business, există riscul apariției fenomenului de *revolving doors*. Spre exemplu, un CEO din industria manufacturieră, numit promotor al afacerilor la nivel de misiune comercială, poate lua decizii sau se poate orienta cu precădere către domeniul de unde a plecat. Apoi, în cazul în care revine în industrie, el posedă un avantaj neconcurențial pentru alte firme, urmare a accesului său la informații și contacte din perioada funcției publice.

Componenta legală a politicii de internaționalizare

O chestiune importantă în internaționalizare este cea a jurisdicțiilor suprapuse. Ea există încă din faza de planificare a unei investiții și devine deosebit de relevantă în fazele de după realizarea investițiilor, când firmele sunt deja active pe piețele externe. Din ce în ce mai mult, firmele multinaționale se află în situația de a fi reglementate de două sau mai multe state în același timp.

Dacă politica de internaționalizare nu are sau nu ar trebui să aibă o componentă economică puternică, cooperarea cu alte state în optimizarea reglementării poate fi o atribuție importantă. În cazul fuziunilor și achizițiilor internaționale, este important ca cele două sau mai multe state să se coordoneze pentru a da soluții unice și cât mai favorabile pieței libere, cu respectarea drepturilor de proprietate ale părților implicate și evitarea externalităților negative.

De asemenea, cu toate că există o piață a consilierii legale private și considerăm că este bine să fie utilizată, statul poate avea un rol important în soluționarea disputelor internaționale, atunci când este de competența sa.

În particular, statul poate avea un rol important în chestiunea taxării și a prețurilor de transfer. O atitudine pro piață liberă în chestiunile de concurență fiscală între jurisdicții este justificată de recunoașterea unui fapt pe cât de evident, pe atât de condamnat: firmele multinaționale iau decizia de investiție cu scopul de a maximiza profitul. Acest profit, în măsura în care se concretizează, va pleca mai devreme sau mai târziu acolo de unde a venit capitalul. Chiar dacă statisticile văd fluxuri de intrare și fluxuri de ieșire, fără a putea releva o legătură causală între ele, această legătură există ca rațiune ultimă a firmei sau organizației internaționale. O politică de internaționalizare va fi axată inclusiv pe abținerea de la împiedicarea repatrierii profiturilor. Este un lucru binecunoscut⁶⁹ că prețurile de transfer sunt o modalitate de optimizare fiscală a firmelor multinaționale.

Cu toate acestea, autoritățile s-au implicat recent din ce în ce mai mult în reglementarea prețurilor de transfer, generând, atât la bugetul public cât și companiilor, costuri

⁶⁸ Kostecki, Michael, Naray, Olivier, *op.cit.*, p. 3

⁶⁹ Barker, Joel; Asare, Kwadwo; Brickman, Sharon, „Transfer Pricing As A Vehicle In Corporate Tax Avoidance”, *The Journal of Applied Business Research*, Volum 33, Nr. 1, ianuarie/februarie 2017.

substanțiale⁷⁰ care ar putea fi evitate printr-o politică mai avantajoasă în plan fiscal și de reglementare. Concurența fiscală între diversele jurisdicții rămâne unul dintre factorii importanți ai dinamicii firmelor multinaționale și cea mai bună modalitate pentru o economie, atât în atragerea de investiții, cât și în optimizarea ieșirii de capitaluri și bunuri, este frugalitatea fiscală și dereglementarea.

România: hub regional?

O tendință în materie de ISD către exterior la nivel regional este emergența unor țări cu rol de *hub* pentru economiile învecinate. Aceste hub-uri sunt destinații inițiale pentru ISD, care apoi pleacă mai departe spre vecini. Astfel, Estonia este un hub pentru ISD în țările baltice, iar Slovenia este un hub pentru ISD în țările spațiului ex-iugoslav. Pentru țările est-europene, Ungaria a jucat rolul de *hub*, dar începând cu 2008 acest rol s-a diminuat.⁷¹ **Sușținem că România, prin poziționarea sa geografică și prin caracteristicile demografice – care sunt, ca proxy pentru măsurarea dimensiunii economiei, un corelativ semnificativ pentru magnitudinea EISD –, ar putea prelua rolul de hub est-european, dar acest obiectiv necesită o infrastructură și un cadru instituțional adecvate.** Ceea ce putem constata în cazul acestor economii este o relativă precocitate în atingerea unui nivel de trai mai crescut. Este cunoscută corelația semnificativă dintre PIB per capita și EISD în cazul tuturor economiilor, nu numai a celor din spațiul CEE. În cazul Sloveniei, cel puțin, este documentată legătura dintre creșterea salariilor reale și EISD.⁷² Aceste observații susțin încă o dată o concentrare pe reforme generale care să permită consolidarea mecanismelor de piață și acumularea de capital, decât un accent pe o politică de internaționalizare cu obiective specifice.

În literatura de specialitate sunt identificate câteva condiții care favorizează EISD. Intrarea capitalului străin într-o economie este una dintre cele mai importante și acest lucru este explicabil, pentru că are efectul de a favoriza formarea locală de capital, care se soldează mai devreme sau mai târziu cu ieșirea aceluiași capital peste hotare, la rândul său. Nu este de mirare, așadar, că printre factorii care favorizează ISD spre exterior se numără prezența unor ISD de la care antreprenorii locali pot primi conexiuni în amonte sau în aval, pârgii de obținere și acumulare a capitalului și cunoștințe (modelul *linkage, leverage, learning*).⁷³ De asemenea, intrarea unor cetățeni străini cu putere de control în acționariatul unor companii mici și mijlocii locale are o corelație pozitivă cu ISD spre exterior ale acelor companii, lucru din nou explicabil și cauzal.

Aceste observații tind să întărească sugestia că o importantă – și poate cea mai bună opțiune – de internaționalizare este crearea cadrului instituțional pentru intrarea de ISD.

⁷⁰ De Mooij, Ruud; Liu, Li, „At a Cost: The Real Effects of Transfer Pricing Regulations”, IMF Working Paper, WP/18/69, martie 2018.

⁷¹ Andreff, Vladimir, Andreff, Madeleine, „Multinational companies from transition economies and their outward foreign direct investment”, *Russian Journal of Economics*, nr. 3, 2017, p. 456.

⁷² Kalotay, *op. cit.*, p. 152, 161

⁷³ Mathews, John A., *Dragon Multinational. A New Model for Global Growth*, Oxford University Press, 2002, p. 107.

Opțiuni de politică publică în domeniul internaționalizării

După ce am văzut situația actuală a internaționalizării firmelor românești și după ce am supus discuției limita de care se lovește orice măsură publică de încurajare a pătrunderii pe piețele externe a capitalului românesc, se pun următoarele întrebări: (1) Care ar fi cea mai potrivită strategie pe care autoritățile de resort din România ar trebui să o adopte pentru a obține cele mai bune rezultate economice de pe urma internaționalizării firmelor românești? și (2) Cum am putea măsura eficacitatea autorităților în aplicarea acestei strategii?

(1) Strategia cea mai bună politică este absența oricărei politici (the best policy is no policy at all)

În lumina analizei prezentate mai sus, considerăm că o strategie optimă pentru autoritățile publice este cea în care autoritățile române ar trebui să se orienteze spre eliminarea barierelor instituționale cu care se confruntă investitorii români în străinătate și să faciliteze dialogul pentru acele situații în care firmele românești sunt nevoite să obțină aprobări de la autoritățile din alte state.

Toate celelalte funcții, cum ar fi culegerea informațiilor, promovare, finanțare sau consultanță, sunt oricum furnizate de către entități private (firme specializate, cercetare proprie, camere de comerț, asociații patronale, societate civilă, reprezentată de românii deja stabiliți în alte țări). Prin urmare, implicarea statului în astfel de activități ar reprezenta o dublare a efortului și cheltuirea unor resurse (oameni, infrastructură) care ar putea fi mai eficient folosite în scop „defensiv”, unde mediul privat nu poate ajunge.

Data fiind această viziune strategică, putem trece la tratarea problemelor legate de stabilirea unor indicatori de performanță (*key performance indicators – KPI*).

(2) KPI pentru atașajii comerciali

Principala problemă a stabilirii unor indicatori prin prisma cărora să fie măsurată performanța atașajilor comerciali din ambasadele și legațiile României decurge din natura managementului birocratic, adică, al administrării unei instituții în condițiile în care aceasta nu desfășoară o activitate pentru profit.

Atât timp cât serviciile prestate de atașajii comerciali nu fac obiectul unei tranzacții pentru care este perceput un preț, superiorii ierarhici nu se pot angaja într-o evaluare obiectivă a subordonaților. Singurul indicator care ar permite stabilirea gradului în care clienții au considerat serviciile furnizate de ambasadă drept satisfăcătoare și singura metodă prin care poate fi stabilită contribuția fiecărui angajat în prestarea acestuia este rata profitabilității. Acest indicator sintetic este unica metodă prin care performanța prestatorului unei activități poate fi reflectată printr-o expresie numerică, pretabilă operațiunilor cardinale.

Orice altă posibilitate imaginabilă (de exemplu, chestionare prin care se cere notarea pe o scală a gradului de satisfacție, atingerea unor ținte, evaluarea anuală furnizată de superiorul ierarhic direct) nu întrunește simultan criteriile de obiectivitate și comparabilitate.

Prin urmare, indicatorii de performanță pe care îi propunem suferă necesarmente de aceste insuficiențe. Mai mult, una dintre concluziile care decurge indirect din această discuție este că orice serviciu furnizat de instituțiile publice va tinde să fie mai prost adaptat la nevoile beneficiarilor decât serviciile similare pe care le-ar furniza o firmă privată de consultanță.

KPI 1: Rating furnizat de beneficiari

Criteriul care ar trebui să primeze în evaluarea atașajilor comerciali ar trebui să fie ratingul furnizat de beneficiarul unui serviciu. În acest sens, ministerul de resort ar trebui să creeze o platformă electronică prin intermediul căreia toți atașajii comerciali să fie evaluați și la care să poată participa atât firmele care au dus la bun sfârșit procesul de internaționalizare, cât și acelea care au abandonat procesul. Această metodă ar asigura un proces de evaluare transparent și permanent. Totodată, ar permite „o democratizare”, în sensul de responsabilizare a unui sistem birocratic care, de cele mai multe ori, este perceput ca intangibil.

KPI 2: Praguri cantitative complementare

Alt criteriu, complementar celui de mai sus, este reprezentat de un prag cantitativ care ar trebui atins într-un interval de tip prestabilit (un an calendaristic). Dat fiind gradul relativ scăzut al internaționalizării firmelor românești, există posibilitatea ca unele țări să fie pur și simplu ignorate de către investitorii români, fiind considerate neatractive. În acest context, propunem următoarele două criterii de evaluare:

KPI 2.1. Corelarea etapelor ulterioare ale internaționalizării cu valoarea exporturilor

Fiecare ambasadă sau legăție ar trebui fie un promotor al soluțiilor mai sofisticate de internaționalizare. Plecând de la valoarea exporturilor din România către țara unde este localizată respectiva ambasadă, fiecare atașat comercial în parte ar trebui să aibă ca obiectiv x% din valoarea vânzărilor transfrontaliere să ajungă să fie tranzacționată prin intermediul unei forme superioare de internaționalizare (de exemplu, reprezentanți permanenți, birou de vânzare, franciză sau filială).

KPI 2.2. Măsuri concrete pentru facilitatea investițiilor românești

Dacă acest lucru nu se concretizează, atașajii comerciali vor trebui să justifice de ce respectiva piață nu este atractivă pentru firmele românești, plecând de la discuțiile cu agenții economici care deja exportă în respectiva țară. Pornind de aici, responsabilitatea respectivilor atașajii pentru anul calendaristic următor va fi, pe lângă atingerea pragului valoric prezentat la punctul 2.1., să propună și să medieze soluții concrete care să conducă la îmbunătățirea atractivității respectivelor piețe naționale.

KPI 3: Atragerea unui număr minim de IMM-uri

Orice schemă guvernamentală presupune atingerea unor jaloane birocratice care reprezintă pentru firme suportarea unor costuri suplimentare. Prin urmare, firmele de dimensiuni mari se află într-o poziție mai favorabilă decât întreprinderile mici și mijlocii atunci când vine vorba de absorbirea acestor costuri, care, cel mai adesea, iau forma angajării unor persoane specializate în menținerea legăturii cu instituțiile statului. Deci, de la început, o astfel de schemă va avantaja cu precădere firmele mari, deja consacrate pe piață, ducând la concentrarea mai mare activității economice. Prin urmare, printre obiectivele care vor trebui urmărite este atragerea unui număr minim de IMM-uri în astfel de inițiative.

KPI 4: Deduceri fiscale pentru serviciile de consultanță aferente internaționalizării

Având în vedere că ministerul de resort ar trebui să se concentreze pe îndeplinirea rolului defensiv ce revine statului, mediului privat îi rămâne toată responsabilitate pentru informare, promovare și oferirea serviciilor de consultanță în vederea internaționalizării. Cu alte cuvinte, susținem externalizarea sau privatizarea activităților respective. În acest sens, propunem ca firme de consultanță, precum și asociațiile profesionale care pot face dovada că au contribuit activ la internaționalizarea firmelor românești să fie scutite de impozit proporțional cu sumele care au fost investite în străinătate de clienții lor. Un astfel de demers va duce la o alocare mai eficientă a resurselor, va asigura un *feed-back* mai eficient din partea beneficiarului prin mecanismele pieței și va contribui la crearea premiselor ca România să devină un hub regional pentru ISD.

KPI 5: Bonusuri de performanță pentru atașajii comerciali

Personalul din ambasade și legații responsabili cu probleme comerciale ar trebui să aibă o grilă de salarizare separată, care să includă o componentă variabilă. O astfel de schemă de premiere ar putea funcționa în felul următor: În loc să plătească către statul român o taxă pentru serviciile prestate de atașajii comerciali, agenții economici ar putea opta să negocieze un onorariu de succes direct cu atașajii comerciali.

Onorariul de succes va putea fi stabilit fie în opțiuni ce se bazează pe cotația la bursă a firmei respective, sau pe o sumă pe care firma o imobilizează și care se va elibera numai în măsura în care beneficiarul își atinge obiectivele de internaționalizare agreed cu atașatul comercial. Atâta timp cât atașatul comercial acceptă să participe la această schemă, toate investițiile care rezultă în urma înțelegerii nu vor fi luate în considerare la indicatorul 2.1. Astfel, schema va asigura o performanță minimă pentru atașatul comercial, dar și o sursă de venit suplimentar pentru cei mai performanți indivizi. De asemenea, această propunere va permite ministerului de resort să îi păstreze pe cei mai eficienți atașajii comerciali. Dat fiind faptul că această componentă variabilă poate face obiectul negocierii dintre firmă și atașajii comerciali, înseamnă că va stimula concurența la nivelul aceleiași ambasade, inclusiv între ambasade.

Așadar, putem sintetiza cele spuse mai sus în următorul tabel:

Opțiuni de politică publică în domeniul internaționalizării

Opțiunea	Descriere	Puncte tari	Puncte slabe
I cea mai bună politică este absența oricărei politici	Reprezentare privată a firmelor care doresc să se internaționalizeze	Evaluare realistă a performanțelor internaționalizării Stimularea apariției unui mediu de afaceri realist și responsabil Depolitizarea domeniului Evitarea unei <i>retorsion policy</i> din partea altor state (efectul de bumerang, „întrecere în internaționalizare”)	-

		Bună practică pentru alte state. Efect de imitație.	
II listă de priorități	<p>Reprezentare prin diplomație comercială (funcționar public, generalist sau business promoter) doar în cazurile unde este necesar.</p> <p>+ Crearea unui set de KPI (<i>key performance indicators</i>) în funcție de care diplomații pot fi evaluați.</p>	Evaluarea relativ transparentă a calității serviciilor oferite de diplomați în procesul de internaționalizare (utilizarea de KPI)	<p>Rent-seeking (este posibil ca unele firme să încerce coruperea diplomaților, pentru a dobândi avantaje în fața concurenței)</p> <p>Va fi dificil de definit cazurile necesare, de stabilit numărul efectiv de diplomați, de stabilit o grilă obiectivă de evaluare a acestora (e adevărat, marii jucători au <i>business promoteri</i>, însă nu există date cu privire la impactul acestora în internaționalizare sau cât li se datorează lor, și cât altor elemente)</p> <p>Nu se pot exclude cazurile de eliminare (pe criteriile politice) a diplomaților dovedit eficienți în internaționalizare. (superiorul ierarhic nu are un stimulent să mențină diplomații eficienți, altul decât bunavoință).</p> <p>Vor fi dificil de eliminat situațiile de antreprenariat politic win-win (firma acordă mită diplomatului, iar diplomatul solicită evaluarea sa pozitivă)</p>
III indezirabilă	Acordarea – lipsită de condiționalități – de asistență financiară în internaționalizare	Absența condiționalităților birocratice (ex: sectoare/domenii eligibile de investiție și	Se pot înscrie la „loteria” internaționalizării și firme care altminteri (adică în absența asistenței financiare) nu

	(subvenționarea firmelor)	mai puțin eligibile, criterii în politica de angajări, număr minim de locuri de muncă create etc.) poate face ca resursele să ajungă totuși (și) la antreprenori dedicați.	ar fi făcut-o. Stimulent deci pentru firme ineficiente. Direcționează artificial capital autohton către utilizări internaționale. Nu se poate elimina problema lobby-ului/presiunilor pentru creșterea bugetului alocat internaționalizării. Politizarea internaționalizării.
--	---------------------------	--	--

Cheia în care trebuie interpretate opțiunile de mai sus este una de tip liberal:

- o opțiunea I: varianta cea mai bună

Dacă însă nu există deschidere și consens politic atunci,

- o opțiunea II: variantă problematică (relativ funcțională cu anumite condiții)

Dacă însă nu există deschidere și consens politic atunci,

- o opțiunea III: varianta cea mai problematică (relativ funcțională cu anumite condiții)

Astfel, ultimele două opțiuni reprezintă variante *evitabile* atunci când contextul politic o permite, când clasa politică și antreprenorii înțeleg beneficiile unei economii libere. Atunci când contextul politic nu este favorabil, ele rămân alternative viabile, existând însă o diferență de grad între ele. Dat fiind deci un context intervenționist, opțiunea II e mai puțin problematică față de opțiunea III, care în mai toate cazurile istorice include și opțiunea II.

Mai concret, din punct de vedere istoric, statele care acordă finanțare internaționalizării au în mod necesar și aparat diplomatic de reprezentare, cu toate serviciile aferente. Însă acest lucru nu este valabil și invers, respectiv statele care au misiuni comerciale în favoarea propriilor antreprenori, nu dezvoltă implicit și mecanisme de finanțare. Deducem deci că mecanismele de finanțare pot fi evitate, chiar și într-un context intervenționist.

Studii de caz în internaționalizare

Strategia de internaționalizare a oricărui stat conține atât elemente ce presupun deschidere economică, liberalizarea relațiilor economice cu străinătatea, dar și elemente de protecționism sau intervenție a statului.

Este dificil să numim strategia pe care statele o adoptă ca fiind una a *bunelor practici*, atât timp cât nu nuanțăm înțelesul termenului de *practică*. Dacă judecăm creșterea economică dintr-o perspectivă cantitativă, pur numerică *bună practică* poate să însemne setul de politici publice care a condus la creșterea PIB-ului. Dacă judecăm o facem dintr-o perspectivă calitativă *bună practică* înseamnă diversitate și oportunități multiple pentru

dezvoltare a cetățenilor țării respective. Pe scurt, un PIB mare se poate obține fără ca procesele de producție dintr-o țară să fi adăugat în vreun fel valoare locuitorilor ei. Spre exemplu, un stat ca Arabia Saudită, bogat în petrol, poate avea un PIB mare cu ajutorul exportului de petrol, dar un nivel de trai redus și oportunități reduse pentru propriii locuitori.

Pentru a putea defini o *bună practică* în internaționalizarea mediului de business (element ce face parte din strategia de dezvoltare economică a oricărui stat) e nevoie să cunoaștem atât strategiile micro, la nivel de firmă, dar și cele macro, la nivel de politică. Însă și într-un caz, și în altul, *buna practică* este limitată de orizontul temporal în care ea s-a petrecut. Experiența unei firme este subiectivă, are o valoare pur informativă pentru alte firme, însă ghidajul internațional este dat în ultimă instanță de particularitățile pieței externe la momentul internaționalizării. Într-un mod oarecum asemănător, politica publică vine cu conceptul de *one size fits all*, adică admite și pretinde că există o cale obiectivă pentru o internaționalizare de succes. Diferența dintre experiența subiectivă a unei firme și politica publică în domeniul internaționalizării este dată de însăși caracterul celei de-a doua (adică public), în termeni economici, la care iau parte toți indivizii economiei respective. Caracterul public al politicii în domeniul internaționalizării face ca în măsura în care această politică este una de *trial & error*, o eventuală eroare ca și consecință să nu aibă – cum s-ar spune – răspundere patrimonială, adică să nu poată fi tras nimeni la răspundere pentru un eventual eșec sau rezultat slab prin comparație cu alte țări, și prejudiciul, desigur, să nu poată fi recuperat.

Experiența statelor în internaționalizare nu e independentă de teoria cu care o interpretăm

Având în vedere aceste diferențe calitative, se poate concluziona că, conceptul de *bună practică* nu este independent de ce înțeles dăm ideii de practică. Experiența statelor în internaționalizare nu este independentă de teoria cu care o interpretăm. Într-o țară care crește economic și se prezintă bine din perspectiva internaționalizării, dar care combină măsuri intervenționiste cu elemente de piață liberă, nu putem spune cu exactitate ce anume a condus la acest rezultat, fără a înțelege teoria economică a intervenției și a pieței libere. Într-o țară care scade sau stagnează economic și nu are o performanță bună în internaționalizare, care de asemeni combină piață liberă cu politici publice active, nu putem ști ce a cauzat rezultatul, dacă nu ne reîntoarcem la discuția principială, la efectele economice ale unei piețe libere în domeniul internaționalizării vs. efectele economice ale unei piețe administrate, corectate guvernamental. Ca și în istorie, faptele nu vorbesc de la sine, ci doar în măsura în care pot fi puse într-un context teoretic. Istoria economică nu vorbește de la sine, ci depinde de cititor și presupuzițiile sale teoretice.

De aceea, micile referințe la experiențele unor state în internaționalizarea mediului de afaceri prezentate mai jos nu se voiesc a fi exemple de bune practici cât mai curând simple exemple istorice de strategii ale internaționalizării. Logica alegerii acestor referințe ține seama de localizarea geografică dar și economică a țărilor, urmărindu-se trei exemple din trei spații geografice și economice diferite.

Legătura dintre internaționalizare și creștere economică în țara mamă

Studiile privind această legătură sunt împărțite, neexistând un consens cu privire la impactul internaționalizării în creșterea economică⁷⁴. Se pot identifica deopotrivă efecte pozitive asupra creșterii (ex: transfer de tehnologie și *know how*, dezvoltarea unor abilități noi pentru forța de muncă, crește competitivitatea firmelor interne, crește productivitatea generală, cresc importurile și exporturile etc.), dar și efecte negative, menționate des de politicieni și sindicate (capitalul ce se internaționalizează ar fi putut genera producție, locuri de muncă și venituri la buget la nivel intern).

Studii de caz

Studiile de caz prezentate în această secțiune au scop pur informativ sau descriptiv, și nu normativ. Ele reprezintă o inventariere sumară a instrumentelor guvernamentale folosite în sprijinul internaționalizării firmelor. De asemenea, s-a mai urmărit și încadrarea lor ideologică – piață liberă (PL) sau intervenționism (In) – și corelarea lor cu opțiunile descrise în tabelul opțiunilor generale de politică publică.

1. Modelul Coreei de Sud: Eliminarea barierelor și susținerea internaționalizării prin condiționalități

Politica publică în domeniul internaționalizării în Coreea de Sud are două componente:

- Componenta de comerț internațional
- Componenta de ISD-uri

Domeniul politicii publice	Tipul politicii publice (după criteriul obiectului său)	Tipul politicii publice (după criteriul spectrului ideologic)	Tipul politicii publice (după criteriul opțiunilor de politică economică) cf. Tabel opțiuni
Comerț internațional	Reducerea barierelor tarifare	PL	I
	Eliminarea restricțiilor cantitative	PL	I
	Prohibirea subvențiilor în materie de comerț	PL	I
	Creșterea transparenței în procedurile de înregistrare a importurilor	PL	I
	Dezvoltarea unor acorduri de liber schimb	PL	I

⁷⁴ Gorynia, Marian, Nowak, Jan, Trapczynski, Piotr, Wolniak, Radoslaw, *Should Governments Support Outward FDI? The Case of Poland*, în Marinova, Svetla, *Institutional Impact on Firm Internationalization*, Palgrave MacMillan, 2015.

Investiții Străine Directe	Programe de împrumut ⁷⁵	In	III
	Servicii Informaționale ⁷⁶	In & PL	II
	Reducerea riscurilor non-comerciale ⁷⁷	In	III

Sursa: Autorii, prelucrare după Seong-Bong Lee, Korea Institute for International Economic Policy⁷⁸

Dincolo de realitatea existenței acestor facilități guvernamentale, trebuie luate în considerare și aspectele mai profunde ale utilizării lor, ca pârghii de susținere a internaționalizării. Spre exemplu, potrivit unor informații⁷⁹ oferite de către Eximbank Coreea de Sud, 25% (34 din 141) din proiectele finanțate de către Economic Development Cooperation Fund (EDCF) nu au putut fi începute, iar în perioada 2009 – 2018, un număr de 71 de proiecte ce au obținut finanțare de la EDCF nu au putut fi începute, un motiv invocat fiind procedurile complexe prin care trebuie să treacă un proiect. Așadar sunt importante și condiționalitățile cu care susținerea internaționalizării vine la pachet. De multe ori, simpla existență a unor instrumente de finanțare este mai puțin problematică, cât condițiile care se impun de către autorități beneficiarilor.

2. Modelul polonez: politici publice integrate într-un proces natural, ghidat de piață

Domeniul politicii publice	Tipul politicii publice (după criteriul obiectului său)	Tipul politicii publice (după criteriul spectrului ideologic)	Tipul politicii publice (după criteriul opțiunilor de politică economică) cf. Tabel opțiuni
Investiții Străine Directe & Comerț internațional	Programe de finanțare (subvenții și credite pentru	In	III

⁷⁵ - Realizate prin intermediul Eximbank Coreea de Sud (Până la 80% din valoarea totală a asistenței către ISD-uri),sau

- Realizate prin intermediul *International Economic Cooperation Fund* (inițiat de guvern și aplicabil pentru ISD-urile în țările în dezvoltare)

⁷⁶ Agenții ce prestează servicii de informare:

- Eximbank Coreea de Sud
- Korea Trade and Investment Promotion Agency

⁷⁷ Korean Export Insurance Corporation oferă asigurări la export împotriva unor riscuri non-comerciale precum pierderi în urma unui conflict militar, naționalizarea etc. De asemenea, Coreea de Sud a semnat acorduri de protecție a investițiilor cu peste 80 de state și acorduri privind taxele cu peste 70 de state.

⁷⁸ Detalii disponibile la adresa: https://artnet.unescap.org/tid/artnet/mtg/tipc_s5lee.pdf

⁷⁹ <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=25545>

	exportatori și antreprenori) ⁸⁰		
	Suport financiar pentru activitățile promoționale (târguri, expoziții, întâlniri specifice industriei, sondaje de piață etc.) ⁸¹	In	III
	Asigurări împotriva riscului politic ⁸²	In	III
	Servicii informaționale (cu privire la piețele externe, baze de date privind concurența, anchete, trenduri etc., portalul Go China, Network of Investor and Exporter Assistance Center) ⁸³	In & PL	II

Sursa: Svetla Marina, Institutional impacts on firm internationalization⁸⁴

O mențiune aparte care trebuie făcută în ceea ce privește măsurile guvernamentale specifice ISD-urilor luate de Polonia este că acestea nu și-au propus un rol activ în domeniul internaționalizării cât, mai curând, un rol dispozitiv. Într-un raport cu privire la măsurile de încurajare a ISD-urilor Ministerul economiei din Polonia statuează faptul că investițiile în străinătate ale firmelor poloneze sunt în marea lor majoritate rezultatul propriei inițiative, și nu al sprijinului guvernamental⁸⁵. Mai mult, un studiu al KPMG din 2010 pe mai multe firme poloneze care s-au internaționalizat arăta că doar 9% din acestea au accesat instrumentele de asistență puse la dispoziție de către guvern, 20% s-au folosit de firmele de consultanță în business, 30% au folosit serviciile consulatelor și al ambasadelor, și un procent de 50% nu au folosit niciun serviciu (public sau privat) în procesul de internaționalizare. Cu toate acestea, între 2008 și 2010, numărul întreprinderilor multinaționale poloneze a crescut cu 338 de unități. Nu este desigur cazul întreprinderilor de stat poloneze, care în internaționalizare au apelat la instrumentele menționate.

⁸⁰ Banca economiei naționale/Bank of National Economy (BGK)

⁸¹ Ministerul polonez al economiei

⁸² Întreprinderea privind asigurarea creditelor la export/Corporation for credit export insurance (KUKIE)

⁸³ Ministerul economiei

⁸⁴ Marina, Svetla, ed., *Institutional Impacts on Firm Internationalization*, Palgrave Macmillan, Londra, 2015, <https://www.palgrave.com/us/book/9781137446336>

⁸⁵ Zimny, Zbigniew, „Outward FDI from Poland and its policy context, 2012”, *Country profiles of inward and outward foreign direct investment*, Vale Columbia Center on Sustainable International Investment, 14 ianuarie 2013.

Internaționalizarea în Polonia a fost mai curând un proces natural, *market-driven*, după ce mediul economic și instituțional intern a depășit tranziția de la o economie centralizată la cea de piață. Companiile multinaționale poloneze sunt produsul unor politici publice în direcția pieței libere, care au consolidat mai întâi un mediu de afaceri intern sănătos, stabil și predictibil economic.

Aceste lucruri reiterează importanța contextului instituțional și economic autohton, sugerând încă o dată că cea mai potrivită politică de internaționalizare a firmelor românești este crearea unui mediu sănătos de creștere pentru firme la nivel intern, bazat pe cât mai puține ingerințe guvernamentale. Altfel spus, dacă luăm în calcul exemplul Poloniei, prioritatea pare să fie mai curând în direcția locală, *inward* și mai puțin internațională, *outward*.

3. Transparentizarea datelor și a statisticilor despre internaționalizare: o bună practică în Chile

În America Latină, Brazilia, Chile și Mexic sunt în top 3 țări (din cele 19) cu cele mai mari ieșiri de ISD-uri și care dispun mai mult sau mai puțin de mecanisme guvernamentale de susținere a acestora. Alături de Argentina, Columbia, Venezuela și Peru, acestea trei formează un grup de țări din care pleacă 97% din toate ieșirile de ISD-uri ale regiunii⁸⁶.

Chile se remarcă în regiune prin absența unei politici specifice, proactive în direcția ieșirilor de ISD-uri, însă posedă totuși un cadru instituțional cu rol mai mult de supraveghere și informativ. Acesta este pus în practică de:

- Banca Centrală a Chile pe baza *Compendium of Foreign Exchange*, document ce conține detalii referitoare la investiții, credite, depozite, investiții instituționale și reglementări ale acestora
- Directoratul General pentru Relații Economice Internaționale, care oferă servicii de informare și consultanță, elaborarea de statistici privind ieșirile de ISD.

Deși nu dispun de politici de facilitare directă a ieșirilor de ISD, companiile chiliene se dovedesc competitive la nivel internațional, fapt determinat de competiția externă în regiune, dar și de dorința acestora de a-și diversifica piețele, reducându-și în felul acesta expunerea la riscuri. Față de Brazilia, care în 2009, imediat după izbucnirea crizei economice, se vedea confruntată cu un flux negativ de ISD-uri (ieșiri), Chile își păstrează trendul crescător al ieșirilor de ISD în aceeași perioadă, reușind chiar să devanseze state din alte regiuni ale lumii, dar cu o dimensiune similară⁸⁷.

4. Modelul brazilian: dereglementări, privatizări și liberalizări ale comerțului, ca priorități fundamentale ale guvernului

⁸⁶ https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2017d3a4_en.pdf

⁸⁷ Razo, Carlos; Calderon, Alvaro, „Chile's Outward FDI and its policy context”, Vale Columbia Center on Sustainable International Investment, 2010. Disponibil la <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8H99C16>

Brazilia are o rețea mai bogată de inițiative guvernamentale în sprijinul ieșirilor de ISD, putând fi clasificate în trei componente: cadru de lucru instituțional (responsabil: Brazilian Industrial Development Agency), servicii financiare (responsabil: Brazilian Development Bank) și servicii de informare și suport (Brazilian Trade and Investment Promotion Agency).

Domeniul politicii publice	Tipul politicii publice (după criteriul obiectului său)	Tipul politicii publice (după criteriul spectrului ideologic)	Tipul politicii publice (după criteriul opțiunilor de politică economică) cf. Tabel opțiuni
Cadru instituțional industrial și al ISD-urilor	Asistență în domeniul industrial, tehnologic și al comerțului internațional	In	III
	Politică de dezvoltare productivă (menținerea jucătorilor brazilieni în top 5 jucători mondiali din industrie)	In	III
	<i>Greater Brazil Plan</i> (îmbunătățirea competitivității sectorului industrial atât în interior cât și în exterior)	In	III
Servicii financiare acordate ISD-urilor	Participații la capital, împrumuturi, credite, subscrierea de valori mobiliare, garanții	In	III
Servicii de informare și suport	Servicii educaționale, Suport informații, Negociere cu guvernele altor țări, platforma <i>Brazil Export Information</i>	In & PL	II

Sursa: Prelucrare după https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2017d3a4_en.pdf

Expansiunea investițiilor Braziliei către exterior de după 1990 se datorează unei constante dereglementări, privatizări și liberalizări a comerțului, ca priorități fundamentale ale guvernului brazilian⁸⁸.

5. Modelul din Mexic: crearea unei organizații dedicate internaționalizării cu focus pe servicii, suport și consiliere

Ca în mai toate cazurile de economii cvasi-închise, și Mexicul cunoaște o creștere a ieșirilor de ISD-uri odată cu liberalizarea economiei sale, adică începând cu anii 2000. Până recent, internaționalizarea companiilor mexicane s-a produs fără o politică pro-activă în această direcție. Din 2015, guvernul mexican intervine (prin intermediul ProMexico, o agenție de stat) în procesul de internaționalizare a firmelor în trei moduri: prin servicii, suport și consiliere. Este de notat faptul că intervenția nu presupune și acordarea de sprijin financiar direct firmelor.

Serviciile oferite de ProMexico pot fi structurate în două categorii⁸⁹:

- Servicii și suport acordate firmelor care sunt deja internaționalizate
 - o Servicii: activități privitoare la promovarea internațională, stabilirea de întâlniri cu clienții externi și advertising
 - o Suport: consiliere tehnică, legală și de marketing, planuri de business pentru internaționalizarea companiei, călătorii de afaceri, închirierea unor birouri de vânzări în străinătate
 - Costurile aferente tuturor acestor activități sunt plătite de firme, după care sunt rambursate de către ProMexico
- Consiliere acordată firmelor care intenționează să se internaționalizeze
 - o Informații despre piețele externe
 - o Organizarea unor întâlniri cu posibili parteneri de afaceri
 - o Relaționare cu guvernele altor țări și cu agenți privați
 - o Consiliere în privința proprietății intelectuale

⁸⁸ Andreff, Wladimir, „Outward Foreign Direct Investment from BRIC countries: Comparing strategies of Brazilian, Russian, Indian and Chinese multinational companies”, *European Journal of Comparative Economics*, February, 2016

⁸⁹ https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2017d3a4_en.pdf

BUNE PRACTICI ÎN INTERNAȚIONALIZARE ȘI 5 RECOMANDĂRI PENTRU ROMÂNIA⁹⁰

Bunele practici prezentate în această secțiune sunt cu titlul de recomandare pentru decidenții politici și pentru actorii implicați în procesul de creștere a ecosistemului românesc de internaționalizare a firmelor românești.

1. Modelul german: programe de match-making și interacțiuni la nivelul autorităților și comunităților locale

În practica internațională am identificat o serie de programe care facilitează schimbul de experiențe între startup-uri în vederea internaționalizării. De regulă, aceste programe au ca obiectiv accelerarea procesului de internaționalizare pentru start-up-urile inovatoare. Concret, în cazul României, obiectivul principal ar fi acela să ajute firmele românești să intre în piețe noi, prin dezvoltarea de relații internaționale și colaborări, prin adaptarea modelelor de business la nevoile de piață globale. Un astfel de program poate impulsiona firmele mari de tip corporație să investească în inovație și să aibă acces la companii cu potențial de inovare. Acest obiectiv poate fi atins prin programe de tip *exchange*, organizate printr-un model de parteneriat încheiat între autorități locale și mari organizații de business din marile orașe din România și mari orașe din Europa (Berlin, Londra, Paris). Astfel, firmele de tip startup pot beneficia de următoarele servicii:

Participarea la programe și misiuni prin care fondatorii companiilor se conectează pe parcursul mai multor săptămâni cu ecosistemele de antreprenoriat din orașul țintă.

Găzduirea în spații de lucru de tip co-working sau în comunități de business

Acces la investitori locali, potențiali parteneri de business și autorități locale

Model de bună practică:

Start Alliance Berlin⁹¹, proiect inițiat de organizația *Berlin Partner for Business and Technology* în anul 2015. Principalul obiectiv al proiectului este acela de a internaționaliza și scala firmele de tip startup într-un mod mai rapid și poziționarea orașului Berlin ca unul dintre cele mai puternice hub-uri de antreprenoriat din Europa.

Astfel de măsuri au ca scop crearea de platforme de tip „business exchange” care țintesc și conectează mai degrabă „hub-uri de tehnologie” decât țări întregi și care se bazează pe reciprocitate, fără să fie proiecte uni-direcționale.

O parte semnificativă a bugetului poate proveni din surse private, ca în cazul bunei practici din Berlin. O mică parte din activitățile proiectului poate fi susținută de către municipalitate, cum ar fi Primăria București, Primăria Cluj sau Primăria Iași, mai ales că această platformă promovează potențialul local la nivel internațional. Pe principul reciprocității, orașele-gazdă pot oferi serviciile care țin de găzduire și organizare. Firmele participante în program își

⁹⁰ Contribuție realizată de Claudiu Vrînceanu.

⁹¹ <http://www.startalliance.net/berlin>

acoperă parțial sau total cheltuielile de transport și pentru cazare. Parteneri corporate pot oferi vouchere pentru anumite servicii de cazare

Grupul țintă pentru acest proiect de facilitare a internaționalizării este format din startup-uri cu sediul într-unul din orașele participante în program și firme inovatoare care au lansat deja propriul produs sau serviciu.

2. Modelul japonez: lansarea unor platforme prin care investitorii străini să deruleze în România activități de relaționare cu antreprenorii români

Dat fiind faptul că cele mai multe inițiative de internaționalizare ale antreprenorilor români au la bază conexiunile din piața și relațiile personale și profesionale acumulate de fondatori, recomandăm crearea de oportunități inclusiv pe zona de inbound: facilitarea accesului antreprenorilor români la delegații și investitorii străini care vin în România. Conceptul propus este bazat pe organizarea de proiecte de interacțiune pentru firmele internaționale care vor să se extindă internațional, să investească în România și să caute parteneriate cu firme românești. Acest proiect se poate concentra pe dezvoltarea de relații personale și de business între fondatori, companiile românești și firmele din străinătate prin intermediul vizitelor de business, întâlniri de business one to one, cursuri și evenimente de networking.

Spre exemplu, un program care poate fi model pentru România este CEO Network Enhancing Projects⁹², organizat de SME Support, prin care Japonia invită aproximativ 20 de CEO de companii internaționale și 100 de firme japoneze. Fiecare proiect este implementat pe parcursul unei săptămâni și conține patru tipuri de acțiuni:

Evenimente de business între companiile locale și cele internaționale, venite în vizită. Programul de tip matching este realizat în funcție de interesele, obiectivele și nevoile fiecărei companii din ambele părți. În modelul japonez, fiecare companie vizitatoare are, în medie, 10 întâlniri de business de 30 de minute în fiecare zi. Traducători și interpreți dedicați participă alături de reprezentanții companiilor aflate în vizita de business, iar obiectivul concret este acela de a realiza a unui număr cât mai mare de interacțiuni de business.

Vizite din partea companiilor: companiile din străinătate vizitează IMM-uri japoneze din domenii cheie, precum IT&C, industria automotive, pentru a învăța mai multe despre caracteristicile managementului și businessului local.

Evenimente de networking informale între managerii C-level și fondatorii companiilor aflate în vizita și ai firmelor locale

Seminarii și training-uri pentru companiile străine despre managementul producției în firmele japoneze, ecosistemul de startup-uri din Japonia și mai ales despre oportunitățile de colaborare cu firmele locale.

În cazul bunei practici din Japonia, bugetul anual al măsurii propuse se ridică la aproximativ 2 milioane de euro, iar SME Support Japania (organizație guvernamentală) acoperă 75-80% din totalul costurilor. Restul cheltuielilor sunt acoperite de organizațiile partenere.

Companiile țintă implicate în proiectul CEO Network Enhancing Projects sunt IMM-uri din Japonia și din alte economii asiatice (Tailanda, Vietnam, Indonezia, Myanmar). Tarile

⁹² <http://www.smrj.go.jp/english/ceo/>

asiatice sunt alese pentru cooperare de afaceri pe baza recomandărilor firmelor de consultanță, guvernului și ale cercetătorilor din cadrul SME Support Japonia.

3. Modelul austriac: dezvoltarea și lansarea unor platforme de match-making dedicate Silicon Valley, ca destinație țintă pentru firmele românești

Mai multe țări europene au dezvoltat proiecte, programe și platforme dedicate startup-urilor locale care se internaționalizează în Silicon Valley: modelul austriac „Go Silicon Valley”, exemplul danez Innovation Center in Silicon Valley”, programul de accelerare din Germania, proiectul din Irlanda Access Silicon Valley sau Spain Tech Centre. Spre exemplu, Spain Tech Centre (STC), un accelerator pentru firmele spaniole care se internaționalizează în Statele Unite ale Americii a luat naștere în 2011 ca o inițiativă public-privată. STC oferă firmelor locale de tehnologie diferite servicii care facilitează extinderea în Silicon Valley, cum ar fi acces la birourile RocketSpace, unul dintre cele mai cunoscute spații de lucru din San Francisco, acces la o rețea de mentori și experți locali conectați la mediul de business din America și acces la STC Community, o comunitate de firme și expați, care prin intermediul evenimentelor și al workshop-urilor, pot ajuta antreprenori spanioli să își construiască o rețea de contacte locale și să fie ghidați pe piața din Statele Unite ale Americii.

Spre comparație, Go Silicon Valley⁹³ este un program foarte util pentru startup-urile austriece (majoritatea sunt din IT&C) care au deja o validare pe piața prin existența unor produse și servicii în portofoliu. Majoritatea companiilor (80%) participante în cadrul acestui proiect sunt firme tinere și de tipul „born global”. Go Silicon Valley este un proiect coordonat și implementat Advantage Austria, organizație specializată în comerț internațional, secția comercială a Ambasadei.

4. Modelul olandez: validarea de către stat, prin parteneriate, a bunelor practici din mediul privat și asociativ

Ecosistemul antreprenorial din Olanda este caracterizat printr-un număr mare de proiecte comune dezvoltate prin parteneriate de tip public-privat. Unul dintre acestea, DutchBasecamp, orientat spre internaționalizarea firmelor olandeze, a fost lansat inițial în mediul privat sub forma unei organizații non-guvernamentale, de către un grup de antreprenori, iar acum este realizat în parteneriat cu Ministerul Economiei. Proiectul oferă educație antreprenorială, know-how, acces la resurse și specialiști pentru antreprenorii locali care vor să se internaționalizeze. Abordarea proiectului DutchBasecamp se concentrează pe învățarea continuă din experiențele fondatorilor olandezi care s-au internaționalizat deja. „Nu există o rețetă unică pentru internaționalizare, dar un ingredient principal în acest proces este să înveți din experiențele predecesorilor care s-au extins pe piețele externe” este parte a viziunii proiectului DutchBasecamp⁹⁴.

5. Modelul suedez: firmele Born Global, prioritate pentru dezvoltarea ecosistemului de internaționalizare

⁹³ <https://go-sv.com/>

⁹⁴ <https://startupjunction.com/>

O firmă de tip born global este acea companie care se internaționalizează în primii trei ani de activitate și ajunge la 25% venituri din operațiunile globale. În prezent, nu există în România o atenție alocată acestui tip de firme. Cele mai multe firme de tip born global și-au început activitățile de internaționalizare în momentul lansării sau la scurt timp după momentul de startup. Majoritatea lor au invocat dimensiunea redusă a piețelor locale ca motiv principal pentru a se dezvolta global cu scopul de a-și asigura o vizibilitate de business (“necessity-driven”), deși există multe exemple de internaționalizări de tip “opportunity driven”, conectate cu strategii de piață ambițioase sau pentru simplul fapt că lumea întreagă reprezintă piața de desfacere a companiilor⁹⁵.

O bună practică identificată pe plan internațional este inițiativa suedeză Born Global⁹⁶. La momentul lansării în 2012, Born Global a reprezentat o premieră în Europa, fiind primul program dedicat firmelor de tip born global sau celor care pot deveni firme de tip born global. Proiectul Born Global a fost lansat inițial de către profesori de antreprenoriat și specializați în business care au rămas în permanență coordonatorii programului. Gândit inițial ca un proiect de educație care ajută antreprenorii din tehnologie să își găsească un model de business viabil, fondatorii programului au lucrat îndeaproape cu incubatoare, investitori de tip venture capital, universități, mari companii și a implicat încă de la început mentori și traineri externi. După primii cinci ani de derulare, proiectul Born Global s-a transformat în Scale Global din nevoia de a deservi, de asemenea, firme aflate într-o fază mai avansată de dezvoltare.

Conceptul proiectului Born Global era următorul: programul, organizat de două ori pe an, primăvara și toamna, debutează cu două zile de sesiuni de orientare în Stockholm, urmate de o săptămână de lucru în Silicon Valley pentru ca participanții să acumuleze inspirație și cunoștințe noi prin intermediul workshop-urilor și al întâlnirilor cu firme de tehnologie, fonduri de investiții, startup-uri locale, investitori de tip business angels și experți. La întoarcerea în Suedia, companiile beneficiare intrau într-un proces de intensiv de 6 luni cu seminarii, workshop-uri, mentorat, coaching, cu obiectivul final de a defini un model de business viabil. Bugetul Born Global s-a ridicat la 1,5 milioane de euro pentru primii trei ani de activitate, iar costul mediu pentru o companie beneficiară în program este de 31.000 de euro. Potrivit rezultatelor acestui program, principala problemă rezolvată de acest program a fost lipsa unui model de business scalabil și viabil – un element fundamental pentru a avea succes atât la nivel local, cât și internațional.

⁹⁵ [EU Startup Monitor](#)

⁹⁶ <http://bornglobal.se/>

CONCLUZII

Concluziile prezentului studiu pot fi sintetizate pe trei planuri. Un plan este cel al teoriei internaționalizării. Există vreo teorie a internaționalizării? La nivel de strategie guvernamentală da, nu însă și la nivel de firmă, alta decât cea care strânge experiențele pozitive ale firmelor.

C1 Strategia guvernamentală (macro) cea mai potrivită în privința internaționalizării firmelor este cea care asigură un cadru instituțional lipsit de bariere și alte obstacole în calea comerțului și investițiilor. Studiul aduce în sprijinul acestei strategii două argumente: istoric, internaționalizarea este un fenomen opus protecționismului iar apoi, există resorturi interne ale pieței care fac ca antreprenorii să fie singurii actori în măsură să identifice avantajele comparative ale unei națiuni.

Cel de-al doilea plan este cel al istoriei internaționalizării în România. Doar analizând evoluția investițiilor străine directe (ISD) realizate de agenții economici români în străinătate, nu poate să treacă neobservată dimensiunea relativ redusă a internaționalizării firmelor românești. Această observație pare a fi întărită și de analiza comparativă cu celelalte țări din regiune – Bulgaria, Cehia, Polonia și Ungaria – care au surclasat firmele românești atunci când vine vorba de asigurarea intrării pe alte piețe prin prezența directă. De pildă, trebuie ținut cont că problema internaționalizării nu înseamnă altceva decât exportul de capital. Or, tocmai dotarea diferită cu bunuri de capital este ceea ce face diferența dintre țări bogate și țări sărace.

C2 Deci, o primă explicație a internaționalizării mai reduse a firmelor românești se bazează pe faptul că România este mai săracă decât țări precum Cehia, Polonia sau Ungaria și că are o piață națională de dimensiuni mai mari decât Bulgaria. Mai mult, nu trebuie uitată nici experiența comunistă, consumatoare de capital.

C3 Este adevărat că toate țările din regiune au avut economii planificate, dar unele regimuri, cum este cel din România, a fost mai consecvent decât celelalte țări în menținerea controlului asupra economiei și înăbușirii oricărei inițiative private.

C4 De asemenea, nici perioada de tranziție nu a fost gestionată la fel în toate aceste țări. De pildă, în cazul României se poate vorbi de o tranziție la economia de piață care s-a caracterizat printr-un gradualism patologic, fapt care a dus la un consum și mai mare de capital și o pauperizare accentuată a populației. Deci, nu este de mirare că firmele din țara noastră au o prezență mai redusă pe piețele externe. Desigur, asta nu înseamnă că putem determina care ar fi gradul optim de internaționalizare al firmelor românești.

C5 Dacă experiența planificării centralizate ne-a învățat ceva, acest lucru este că nu putem stabili obiectiv astfel de ținte economice. Tot ce afirmăm este că, în situația în care sistemul socialist ar fi fost mai permisiv și dacă procesul privatizării ar fi fost gestionat mai bine și început mai devreme de anii '2000, cel mai probabil, și firmele românești ar fi stat mai bine în statistica internaționalizării.

Din nefericire pentru problema acumulării de capital și a internaționalizării, nici în prezent nu putem afirma că trăim într-o piață liberă. Statul își depășește cu mult atribuțiile minimale, cu toate că nici pe acestea nu le gestionează foarte bine, intervenind în mersul

pieței printr-o gamă variată și în continuă schimbare de taxe și reglementări. Aceste măsuri frânează dezvoltarea firmelor românești.

C6 Nu este întâmplător că în cazul țării noastre cea mai răspândită formă de internaționalizare nu este cea prin export de capital, ci prin migrația lucrătorilor. România „exportă” forță de muncă în Europa Occidentală, iar lucrătorii trimit remitențe în țară. Este fără tăgadă că acest tip de internaționalizare „primitivă” naște probleme sociale, însă din punct de vedere economic poate fi considerată o supapă pentru lucrători și o metodă de acumulare de capital. Miza unei discuții politice legate de emigrarea masivă spre vestul Europei ar trebui să se concentreze nu pe limitarea mobilității, ci pe adoptarea acelor măsuri care ar putea duce la o mișcare a forței de muncă în sens invers, în direcția reîntoarcerii în țară.

C7 Revenind la statistica internaționalizării firmelor românești, mai trebuie notat că **țara noastră este un importator net de capital**. Fluxurile de ISD care intră în România depășesc de 22 de ori plasamentele de capital ale firmelor autohtone în străinătate prin investiții directe. Dată fiind dotarea relativ mai slabă a țării noastre cu capital, această situație este normală. Mai mult, intrările de ISD duc la creșterea productivității muncii, la acumulare de capital și *know-how* și, pe termen lung, duc la creșterea exporturilor (o altă formă de internaționalizare). Deci, situația prezentă poate fi interpretată ca pregătind terenul pentru proliferarea internaționalizării firmelor românești în viitor. O altă predominanță în statistica fluxurilor este internaționalizarea pe baza instrumentelor de natura datoriei (credite)

Cel de-al treilea plan este cel normativ, care răspunde la întrebarea *ce ar trebui să se facă*. Prin natura sa, economistul nu poate furniza un răspuns tranșant aici, deoarece acest lucru ține de spațiul deciziei politice.

C8 Ca economiști putem însă constata, spre exemplu, că **internaționalizarea nu trebuie să reprezinte un scop în sine**. Aceasta este numai un mijloc prin care antreprenorii pot să își optimizeze activitatea. Până la această dată, statisticile nu indică adoptarea masivă a internaționalizării de către antreprenorii români. De asemenea, rezultatele activității economice și dimensiunea medie a unei filiale românești în străinătate nu recomandă internaționalizarea ca o soluție imbatabilă pentru obținerea profitabilității. Până la această dată, internaționalizarea reprezintă opțiune pentru un grup relativ restrâns de firme. Judecând după cifra de afaceri realizată la nivelul filialelor, sectoarele care se remarcă sunt comerțul, IT&C, transporturile și sectorul manufacturier. Însă, judecând după valoarea adăugată la nivelul filialelor, numai sectorul IT&C se detașează de pluton. Deci, internaționalizarea trebuie interpretată prudent, experiența istorică a firmelor românești în ceea ce privește prezența în străinătate fiind una mixtă.

C9 Dacă se vrea încurajarea internaționalizării firmelor românești, orice măsură publică trebuie să vizeze crearea unui context economic favorabil acumulării de capital. Până să ajungem în situația în care agenții economici români exportă mai mult capital, trebuie create în prealabil premisele acumulării unui stoc critic de resurse menite a fi utilizate în procesele productive delocalizate. Desigur, obținerea unui astfel de rezultat nu poate fi realizat peste noapte. Este nevoie de așteptare și consecvență în politicile publice.

Mai mult, decidenții politici nu trebuie să se raporteze la internaționalizare ca la un scop în sine, ci ca la un mijloc pentru obținerea maximizării prosperității materiale a populației și dezvoltarea optimă a afacerilor antreprenorilor români.

C10 Deci, decidenții politici trebuie să aibă cumpătarea să nu își asume un rol de actor implicat direct în internaționalizarea firmelor, ci unul de promotor. Rolul central trebuie jucat de antreprenor, statului revenindu-i cel de asigurare a unui cadru reglementar și fiscal predictibil, conductiv acumulării de capital și investițiilor pe termen lung.

C11 De asemenea, trebuie înțeles că un stat facilitator nu este necesarmente și un stat finanțator. Decât să își asume și un rol direct în alocarea resurselor, în sensul de a hotărî ce domeniu și ce firmă ar trebui încurajate să se internaționalizeze, un rol pe care, istoric vorbind, statul l-a gestionat prost, decidenții ar trebui să se concentreze pe înlesnirea intrării pe piețele externe a firmelor românești. Cu alte cuvinte, rolul statului în problema internaționalizării ar fi de tip defensiv, în sensul concentrării pe eliminarea barierelor cu care se confruntă investitorii români și facilitarea dialogului cu autoritățile din străinătate pentru a înlesni obținerea de aprobări de către antreprenori.

Bibliografie

- Acemoglu, Daron și Robinson, James, „The Role of Institutions in Growth and Development”, The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2008, disponibil la https://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/489960-1338997241035/Growth_Commission_Working_Paper_10_Role_Institutions_Growth_Development.pdf.
- Andreff, Wladimir, „Outward Foreign Direct Investment from BRIC countries: Comparing strategies of Brazilian, Russian, Indian and Chinese multinational companies”, *European Journal of Comparative Economics*, February, 2016.
- Andreff, Wladimir; Andreff, Madeleine, „Multinational companies from transition economies and their outward foreign direct investment”, *Russian Journal of Economics*, nr. 3, 2017.
- Barker, Joel; Asare, Kwadwo; Brickman, Sharon, „Transfer Pricing As A Vehicle In Corporate Tax Avoidance”, *The Journal of Applied Business Research* , Volum 33, Nr. 1, ianuarie/februarie 2017.
- Batsaikhan, Uuriintuya; Darvas, Zsolt și Gonçalves Raposo, Inês, *People on the move: Migration and mobility in the European Union*, Bruegel, Bruxelles, 2018.
- Benezic, Dollores, [Sindicatelor între „epoca de aur” și era multinaționalelor. De ce și cum se stinge sindicalismul în România](https://cursdeguvernare.ro/sindicatelor-intre-%E2%80%9Depoca-de-aur%E2%80%9D-%C8%99i-era-multina%C8%9Bionalelor-de-ce-%C8%99i-cum-se-stinge-sindicalismul-in-romania.html), CursDeGuvernare.ro, 13.01.2011, <https://cursdeguvernare.ro/sindicatelor-intre-%E2%80%9Depoca-de-aur%E2%80%9D-%C8%99i-era-multina%C8%9Bionalelor-de-ce-%C8%99i-cum-se-stinge-sindicalismul-in-romania.html>
- Bovard, James, „International trade under soviets: A comedy of errors”, Mises Daily, 6.11.2017, <https://mises.org/wire/international-trade-under-soviets-comedy-errors>.
- Brada, Josef, „The Political Economy of the Communist Foreign Trade Institutions and Policy”, *Journal of Comparative Economics*, 15, pp. 211-238, 1991.
- Brcan, Silviu, *De la capitalism la socialism și retur. O biografie între două revoluții*, Editura Nemira, București, 1996.
- De Mooij, Ruud; Liu, Li, „At a Cost: The Real Effects of Transfer Pricing Regulations”, IMF Working Paper, WP/18/69, martie 2018.
- Dimitrov, Martin K, „From Spies to Oligarchs: The Party, The State, The Secret Police and Property Transformations in Postcommunist Europe”, Octombrie 2009 (disponibil la <https://www.democracy.uci.edu/files/docs/conferences/dimitrov.pdf>
- Dunning, John H., Lundan, Sarianna M., *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Edward Elgar, 2008.
- Durlauf, Steven N.; Lawrence Blume, ed. *The new Palgrave dictionary of economics*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2008.
- Eden, Lorraine, „A critical reflection and some conclusions on OLI”, în Cantwell, John; Narula, Rajneesh, ed., *International Business and the Eclectic Paradigm*, Routledge, Londra, 2003.

- Hitt, Michael A., Dacin, Tina M., Levitas, Edward, Arregle, Jean-Luc, Borza, Anca, „Partner Selection in Emerging and Developed Market Contexts: Resource-Based and Organizational Learning Perspectives”, *The Academy of Management Journal*, Vol. 43, No. 3 (Jun., 2000).
- Horobeț, Alexandra, Popovici, Oana, *Investițiile Străine Directe: Evoluția și importanța lor în România*, Studiu realizat în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București și Consiliul Investitorilor Străini, Mai, 2017
- Hülsmann, Jörg Guido, *Unificarea politică: teorema generalizată a progresiei*, disponibil la <https://mises.ro/769/unificarea-politica-teorema-generalizata-a-progresiei>.
- Hurduzeu, Gheorghe, Nicolescu, Luminița, coord. *Relații Economice Internaționale*, Editura ASE, București, 2017.
- Irwin, Douglas A., *Against the Tide: An Intellectual History of Free Trade*, Princeton: Princeton University Press, 1998.
- Itaki, Masahiko, „A Critical Assesment of the Eclectic Theory of Multinational Enterprise”, *Journal of International Business Studies*, vol. 22, nr. 3, (trim. III, 1991).
- James, Sallie, *Time to X Out the Ex-Im Bank*, Trade Policy Analysis no. 47, Herbert A. Stiefel Center for Trade Policy Studies, Cato Institute, July 6, 2011.
- Kalotay, Kálmán, „Outward FDI from Central and Eastern European Countries”, *Economics of Planning*, no. 37, 2004.
- Klein, Peter, *The Right Policy Towards Entrepreneurship*, Mises Daily, 3.07.2016, disponibil la <https://mises.org/wire/right-government-policy-toward-entrepreneurship>.
- Kostecki, Michael, Naray, Olivier, „Commercial diplomacy and international business”, *Discussion papers in diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations, Clingendael', 2007, disponibil la https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070400_cdsp_diplomacy_kostec_ki_naray.pdf
- Lundan, Sarianna M., *The Home Country Effects of Internationalisation*, ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, The Research Institute of the Finnish Economy, Helsinki, 2007.
- Marinescu, Cosmin et al, *Economia de piață. Fundamentele instituționale ale prosperității*, Editura ASE, 2007.
- Marinova, Svetla, ed., *Institutional Impacts on Firm Internationalization*, Palgrave Macmillan, Londra, 2015, <https://www.palgrave.com/us/book/9781137446336>.
- Mathews, John A., *Dragon Multinational. A New Model for Global Growth*, Oxford University Press, 2002.
- McCaffrey, Matthew; Salerno, Joseph, „A Theory of Political Entrepreneurship”, *Modern Economy*, 2, pp. 552-560, 2011.
- Menger, Carl, *Principles of Economics*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Alabama, 2007.

- Miron, Dumitru; Cojanu, Valentin (coordonatori), Comerț internațional. Volumul I – Specializarea țărilor și sistemul comercial multilateral, Editura ASE, București.
- Mises, Ludwig von, *Acțiunea umană. Tratat de Teorie Economică*, Editura Institutului Ludwig von Mises România, București, 2018.
- Mises, Ludwig von, *Birocrația și imposibilitatea planificării raționale în regim socialist*, Editura Institutului Ludwig von Mises România, București, 2006
- Munteanu, Costea, „Politica de reformă în România între 1990 și 1993: Un caz de gradualism patologic”, *Revista Oeconomica*, 1/1995.
- Narula, Rajneesh; Guimón, José, „The investment development path in a globalised world: implications for Eastern Europe”, *Eastern Journal of European Studies*, Volume 1, Issue 2, December 2010.
- Razo, Carlos; Calderon, Alvaro, „Chile’s Outward FDI and its policy context”, Vale Columbia Center on Sustainable International Investment, 2010. Disponibil la <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8H99C16>.
- Ricardo, David, *On the Principles of Political Economy and Taxation*, Joseph Milligan, Georgetown, D.C., 1819.
- Ries, Eric, *The Lean Start-up*, Crown Publishing Group, 2011.
- Roșca, Andreea, *Dan Isai, antreprenorul care a contrazis tot ce știam despre salate*, <https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/interviurile-andreei-rosca/dan-isai-antreprenorul-care-a-contrazis-tot-ce-stiam-despre-salate-15566108>.
- Rothbard, Murray N., *Man, Economy, and State*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Alabama, 2009 (1963).
- Spiridon, Marius, „Uniunea Europeană și țările candidate din Est: Dezvoltare prin transformare sistemică?”, *Colecția de studii a Institutului European din România*, iulie 2004.
- Teh, Robert; Smeets, Maarten; Sadni Jallab, Mustapha; Chaudhri, Fatima, ed., *Trade costs and inclusive growth*, Organizația Mondială a Comerțului, Geneva, 2016.
- Tismăneanu, Vladimir, *Stalinism pentru eternitate. O istorie politică a comunismului românesc*, Editura Humanitas, București, 2014.
- Topan, Mihai-Vladimir, *Întreprinzătorul în firma internațională*, Editura ASE, București, 2013.
- Topan, Mihai-Vladimir; Păun, Cristian; Stamate-Ștefan, Andreas; Apăvăloaiei, Matei, „The Political Economy of Romanian Socialism: A Case Study in Planned Chaos”, *Transformations in Business and Economics*, 17(2B(44B)): 640-667.
- Zimny, Zbigniew, „Outward FDI from Poland and its policy context, 2012”, *Country profiles of inward and outward foreign direct investment*, Vale Columbia Center on Sustainable International Investment, 14 ianurie, 2013.