



Munich Personal RePEc Archive

# **The quantification of competitiveness of EU-28 SMEs vs. USA SMEs**

Marginean, Mihai

Doctoral School of Economics and Business Administration

8 January 2018

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/83774/>

MPRA Paper No. 83774, posted 26 Jan 2018 05:24 UTC

# CUANTIFICAREA COMPETITIVITĂȚII IMM-URILOR UE-28 vs. SUA

Mihai MĂRGINEAN

Școala Doctorală de Economie și Administrarea Afacerilor,

Iași, Romania

*mihai\_marginean92@yahoo.com*

## Abstract

*Schimbările permanente ale mediului de afaceri determină adaptarea modelelor tradiționale de competitivitate la noile condiții ale pieței. Într-o economie deschisă, competitivitatea IMM-urilor trebuie să țină seama și de rolul noilor tehnologii informaționale și de comunicare, de standardele internaționale de calitate, de rețelele de grupuri, de gestionarea proprietății intelectuale, de internaționalizare etc. Înțelegerea modului în care IMM-urile răspund noilor provocări ale mediului de afaceri este importantă în definirea competitivității. Așadar, promovarea competitivității prin cunoaștere și inovare s-a dovedit a fi o modalitate bună de a combate efectele crizei economice, IMM-urile care au recurs la acest tip de competitivitate au înregistrat chiar și pe perioada crizei creșteri ale ratei de ocupare a forței de muncă, a productivității și exportului.*

**Keywords:** Competitivitate, valoare adăugată, ocuparea forței de muncă, IMM-uri.

## 1. STADIUL ACTUAL AL CUNOAȘTERII

Termenul de competitivitate a fost disecat intens în literatura de specialitate încă din momentul în care a devenit punctul central al dezbaterii politice la sfârșitul anilor 1980 și începutul anilor 1990 (Krugman, 1994; Porter 1990). Diferitele puncte de vedere cu privire la ce este competitivitatea și la ce valoare are aceasta pentru politica din vremea respectivă nu a fost niciodată reconciliate (Sanfey și Zeh, 2012). Având în vedere această lipsă de consens, această secțiune a raportului se va concentra pe revizuirea principalelor opinii privind modul în care este definită competitivitatea. Definirea unui concept abstract precum competitivitatea nu este niciodată adevărat sau fals, acesta putând fi evaluat ca instrument conceptual numai în ceea ce privește capacitatea acestuia de a arunca o lumină asupra problemelor specifice ce îi sunt atribuite să le abordeze. Această perspectivă oarecum abstractă, dar fundamentală, a fost deseori pierdută în dezbaterile despre competitivitate ca și concept.

În cadrul atribuirii de definiții și explicării fenomenului, diferențierea lui Paul Krugman reprezintă o bază solidă, acesta manifestând două principale puncte de vedere concurente cu

privire la definirea competitivității: *Costul/Cota de piață a competitivității* (1) și *Conceptul de competitivitate bazat pe productivitate* (2).

În prima situație (1) Paul Krugman analizează competitivitatea ca nivel de cost unitar al unei locații, determinând capacitatea companiilor de a concura cu succes pe piețele globale. Această definiție este motivată de preocuparea privind „echilibrul extern” al unei locații, de capacitatea acesteia de a-și vinde produsele și serviciile, de a apăra cota de piață internațională și de a genera astfel intrările necesare pentru a plăti importurile. Locațiile sunt astfel „competitive” dacă agregatele lor macroeconomice sunt în echilibru.

Această definiție este importantă pentru organizațiile care au mandatul de a urmări și gestiona dezechilibrele macroeconomice. Țările care pierd competitivitatea în sensul creșterii costurilor relative ale forței de muncă sunt considerate a fi în pericol de a manifesta dezechilibre macroeconomice.

Această definiție a competitivității a primit destule critici, multe dintre acestea fiind legate de problemele de traducere a unui concept creat inițial pentru a înțelege rivalitatea firmei. Spre deosebire de firme, locațiile nu ies din afaceri, acestea își pot ajusta întotdeauna prețurile (și nivelurile de prosperitate) în timp ce firmele își pierd capacitatea de a mobiliza factorii de producție dacă veniturile lor scad. Tot spre deosebire de firme, locațiile beneficiază de prosperitate dacă alte locații devin ele însăși mai prospere, această definiție a competitivității ratând astfel aspecte importante ale modului în care locațiile relaționează între ele. Acesta este unul dintre motivele pentru care Krugman a privit competitivitatea ca pe un concept potențial periculos: „poate fi folosit pentru a motiva politici care să reducă costurile și astfel să sporească exporturile, dar în acest mod se elimină concurența dintre *locații* și scade prosperitatea”.

În cea de-a doua abordare Krugman privește competitivitatea ca nivel de productivitate al unei locații, determinând nivelul de trai pe care îl pot susține persoanele din acea locație (Porter, 1990, Porter, 2000, Delgado et al., 2013). Această definiție este motivată de preocuparea privind capacitatea inerentă a unei locații de a crea valoare pe baza factorilor de producție pe care îi are la dispoziție. Din perspectiva macroeconomică, aceasta se referă la factorii care determină o creștere a tendinței unei locații. Această definiție este importantă pentru organizațiile de genul *Consiliilor de competitivitate* care ar trebui să se concentreze asupra ratelor de creștere și prosperității pe termen lung. Țările care pierd competitivitatea (în sensul încetinerii dinamicii productivității) sunt considerate a fi expuse la o „performanță de prosperitate deteriorată”.

Literatura de specialitate a arătat că nivelul susținut de creștere a productivității contează în final și nu stabilitatea sau variabilitatea ratelor de creștere în sine.

De această dată definiția competitivității nu a cunoscut critici fundamentale - literatura este foarte clară că productivitatea este, în cele din urmă, factorul cheie al diferențelor de prosperitate în diferite locații. De asemenea acesteia îi sunt asociate un set de politici în domenii precum îmbunătățirea calificărilor, investițiile în infrastructură, cercetarea și inovarea și accesul la finanțare care nu sunt foarte controversate. Dezbateră este mai concentrată asupra a ceea ce se aplică cel mai bine politicilor specifice pentru a sprijini creșterea productivității, nu dacă aceste politici sunt, în general, utile sau nu. Cu toate acestea, termenul de competitivitate este pentru mulți practicieni asociat cu noțiunea de concurență și, astfel, cu rivalitatea între locații. Acțiunea politică privind competitivitatea a fost adesea declanșată de o preocupare legată de concurența străină, nu doar de o încetinire a creșterii productivității interne iar clasamentele de competitivitate care au apărut, clar reafirmă preocupările privind performanța relativă, mai degrabă decât absolută. Globalizarea și fragmentarea geografică a lanțurilor valorice au făcut acest aspect al interacțiunii economice între locații mai important, mai multe locații decât oricând se află acum în concurență cu activitățile economice și cu factorii de producție mobili pe care se bazează, iar eterogenitatea dintre seturile relevante de locații crește, potențial crescând rolul diferențelor de cost.

Un alt pilon important în definirea conceptului de competitivitate îl reprezintă Michael Porter, acesta definește competitivitatea ca pe o situație la care firmele trebuie să răspundă în principal prin inovație și modernizare (Porter, 1991, p. 111). El a dezvoltat conceptul de cinci forțe ale pieței, care influențează competitivitatea firmei la nivelul industriei, al grupului strategic și al firmei individuale (Porter, 1998, p. 4). Ulterior, structura industriei a fost sistematizată în patru componente cheie (diamantul Porter): (1) condiții factoriale; (2) condițiile cererii; (3) industrii conexe și de sprijin; și (4) strategia, structura și competitivitatea industriei. Două componente suplimentare ale modelului sunt efectele guvernamentale și evenimentele întâmplătoare (Porter, 1991, p. 111). *Diamantul* este un sistem dinamic, deoarece efectul unui determinant depinde de starea altora. Porter (1996) a considerat că performanța firmei depinde de alegerile sale strategice, care au ca rezultat poziționarea strategică a firmei în structura industriei. El descrie trei strategii generice care vizează obținerea unei diferențieri avansate a produselor, a unor structuri eficiente de costuri și o mai mare concentrare pe o piață de nișă ca avantaje

competitive principale (Porter, 1998, p. 12). Firmele ar trebui să urmeze doar una din aceste strategii, deoarece aplicarea a două strategii le va aduce „blocate în mijloc” (Porter, 1998, p. 16) (așa-numita ipoteză de inconsistență) (Peters și Zelewski, 2013, p. 149).

Abordarea lui Porter față de sursele avantajelor competitive se bazează pe activitățile firmei, unde unitatea de bază analizată este o „activitate discretă” (Porter, 1996, p. 62). Activitățile discrete sunt factorul care transformă intrările, creează valoare cumpărătorilor și prin urmare face diferențierea. Pe baza acestui fapt, el consideră o firmă o colecție de activități discrete dar interdependente, cum ar fi *asamblarea produselor, vizitele de vânzări, procesarea comenzilor* etc. (Porter, 1991, p. 102). Acest sistem de activități formează ceea ce el numește **lanțul valoric al firmei**. Avantajul competitiv rezultă din „capacitatea unei firme de a efectua activitățile necesare la un cost colectiv mai mic decât rivalii sai sau de a efectua anumite activități în moduri unice care să creeze valoare cumpărătorului și, prin urmare, să permită firmei să comande un preț premium” (Porter 1991, p. 102).

Porter (1996) a propus o diferență importantă între performanța operațională și strategică a firmei. Dacă „*eficacitatea operațională (OE) înseamnă a efectua activități similare mai bune decât rivalii tai le efectuează ..., poziționarea strategică înseamnă efectuarea unor activități diferite față de rivalii tai sau desfășurarea unor activități similare în moduri diferite*” (Porter, 1996, p. 62). În cazul în care „*eficacitatea operațională a subliniat realizarea excelenței în activitățile individuale, strategia se concentrează pe combinații de activități de geniu*” (Porter, 1996, p. 70). O sursă esențială de avantaje competitive durabile este realizarea unei adaptări strategice specifice a activităților, care este mai greu de imitat (Porter, 1996, p. 73). Porter consideră că, „*condițiile care fac o resursă valoroasă poartă o asemănare puternică cu structura industriei*” (Porter, 1991, p. 108) și că „*resursele și activitățile sunt reciproce între ele, dar activitățile sunt logice înainte, în ciuda faptului că această cauzalitate a devenit încețoșată*” (Porter, 1991, p. 109).

Totuși, unii au criticat modelul lui Porter pentru tautologia sa (firmele au succes deoarece lucrează în industrii atractive) (Black și Boal, 1994, p. 131), în timp ce altele contrazic ipoteza inconsistenței (Miller și Dess, 1993; Ghemawat și Rivkin, 2001; , 2006; Pertusa-Ortega și colab., 2007). Alte cercetări au constatat că diferențele de rentabilitate în cadrul industriilor erau mai mari decât diferențele dintre industrii (Cool și Schendel, 1988; Rumelt, 1991; Carr, 1993).

Beneficiile utilizării „modelului” lui Porter depășesc totuși în mare o parte din lipsurile sale. Mai multe studii au arătat modul în care forțele pieței și influența guvernelor au impact asupra competitivității specifice fiecărei industrii (Sledge, 2005; Lehtinen et al., 2006; ., 2010; Ozgen, 2011; Bakan și Doğan, 2012; Dögl și colab., 2012; Sumer și Bayraktar, 2012). Alte cercetări au sugerat combinarea modelului lui Porter cu realizările RBV (resource based view-viziunea bazată pe resurse), abordarea în rețea și teoriile instituționale (Eickelpasch și Lejpras, 2010, p. 23, Carayannis și Wang, 2012, p. 288). Tavoletti și te Velde, 2008, (p. 305, 315, 316) au confirmat valabilitatea modelului diamantului Porter și, simultan, au reafirmat importanța antecedentelor istorice, a inovării sociale și a învățării colective, care sunt mai aproape de RBV. Analizând contribuția lui Porter, Jörgensen (2008, p. 238) a susținut că „*sistemele sale de activitate*” reflectă folosirea resurselor unei firme pentru a crea o poziție competitivă diferențiată și dificil de imitat.

O altă abordare a conceptului de competitivitate este realizat din perspectiva *viziunii bazate pe resurse*. Amit și Schoemaker (1993, p. 42) au considerat analiza industriei ca fiind incompletă, deoarece se concentrează asupra forțelor concurențiale externe și tratează firma ca pe o „*cutie neagră*”. RBV-ul emergent a schimbat concentrarea asupra resurselor tangibile și intangibile ale firmelor ca cele mai importante surse de competitivitate (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991). Principalele ipoteze ale RBV sunt că resursele și capacitățile (factorii de producție) sunt distribuite în mod eterogen între firme; cel puțin unele dintre ele pot fi inelastice în aprovizionare, ceea ce constituie o sursă de avantaj competitiv susținut (Peteraf, 1993; Barney, 2001). O firmă ar avea un avantaj dacă resursele sale sunt valoroase, rare, imobile și non-substituibile (cadrul VRIN) (Barney et al., 2001). Aceste caracteristici ale resurselor creează „mecanisme de izolare” care sunt analoage barierelor de intrare (la nivel de industrie) și barierelor de mobilitate (la nivel de grup strategic) (Mahoney și Pandian, 1992, p. 371).

Barney (1991) a clasificat resursele companiei în trei grupe: capital fizic, uman și organizatoric, în timp ce Grant (1991, p. 119) a sugerat șase tipuri de resurse: resurse financiare, fizice, umane, tehnologice, reputaționale și organizaționale. Potrivit Andersen și Kheam (1998, p. 164), nu există în general nici un dezacord cu privire la ceea ce trebuie să se includă în resursele tangibile, care se referă la activele materiale, capitalul financiar, resursele umane, sistemele organizaționale și tehnologia și care valoare este reflectată în bilanț.

Black și Boal (1994, p. 134, 135, 136) au privit configurațiile dintre resurse ca fiind mai importante decât lista simplă a resurselor. Acestea au distins între resursele conținute și cele ale sistemului. Miller și Shamsie (1996, p. 523-524) au discutat, de asemenea, între resurse bazate pe proprietate și resurse bazate pe cunoaștere alte două categorii - resurse discrete și grupate (sistemice).

Cercetătorii au descoperit că simpla posesie a resurselor nu este suficientă - este important modul în care aceste resurse sunt organizate și utilizate (Mahoney și Pandian, 1992, p. 365, Priem and Butler, 2001, p.33, Sirmon et al., 2007, p. 273). Din acest motiv, Barney (1997, p. 160) a transformat un cadru VRIN (*Value-Rareness-Imitability-Nonsubstitutable*) în modelul VRIO (*Value-Rare-Inimitability-Organized*), adăugând capacitatea organizației de a utiliza resursele. Dacă resursele sunt active, ferme, negociabile și nespecifice, atunci *capabilitățile* se referă la capacitatea unei firme de a utiliza resurse. Capabilitățile sunt active non-tranzacționabile, specifice firmei (adesea invizibile), care pot include talentul executiv, cultura, reputația, relațiile cu furnizorii și cumpărătorii și alte dimensiuni mai puțin tangibile (Amit și Schoemaker, 1993, p. 35, 39, 42 ). Nelson și Winter (1982) au privit capacitățile ca modele complexe de coordonare între oameni și alte resurse, cunoscute sub numele de „rutine organizatorice”. Dacă abilitățile și obiceiurile descriu capacitatea fiecărui angajat de a desfășura activități, rutinele sunt analogice organizaționale (Salvato și Rerup, 2011, p. 471). Potrivit Hodgson (2008, p. 18, 19, 20), rutinele reflectă potențialul de a acționa, în timp ce comportamentul este manifestarea reală. Alți autori au definit, de asemenea, capacitatea organizațională ca o rutină, care reflectă modul în care se desfășoară activitatea (Grant, 1991, p. 122, Collis, 1994, p. 145).

În revizuirea principalelor critici ale RBV, Kraaijenbrink et al. (2010) a concluzionat că RBV poate rezista celor opt critici aduse, însă trei dintre acestea trebuie luate neapărat în considerare pentru îmbunătățirea teoriei. Una dintre slăbiciunile sale a fost caracterul total al definiției resurselor (toate bunurile, capacitățile, procesele, cunoștințele etc.), care conduc teoria la tautologie (Kraaijenbrink et al., 2010, p. 358, Priem and Butler, 2001, p. 34). Alte lipsuri au fost legate de neglijarea contextului dezvoltării resurselor (Kraaijenbrink et al., 2010, p. 365). Unii au considerat că RBV neglijează importanța profilului antreprenor/manager (modele mentale) în performanța firmei (Foss et al., 2007), ceea ce este deosebit de important pentru IMM-uri. Newbert (2007, p. 122) a demonstrat că cercetările empirice au adus un modest sprijin

aplicațiilor RBV. Mulți cercetători au fost de acord că RBV nu poate explica avantajele firmelor în situațiile de schimbare rapidă și imprezvizibilă (Teece și Pisano, 1994, p. 537, Priem and Butler, 2001, p. 33, Sirmon et al., 2008, p. 275 -276; Ambrosini și Bowman, 2009, p. 29).

În definirea conceptului de competitivitate considerăm importantă și *abordarea teoriilor de configurare*. Deoarece sursele de competitivitate ale unei firme sunt multiple și nu pot fi limitate la un grup de resurse, capacități sau factori externi (Fleisher și Bensoussan, 2003, p. 208), ele pot fi înțelese prin combinații care se referă la teoriile de configurare. Miller (1996, p. 508) a declarat că atât cadrul de analiză competitivă cât și RBV pot fi extinse prin căutarea celor mai reușite configurații de elemente organizaționale. Abordarea de configurare privește organizația ca entitate a relațiilor complexe de variabile interconectate reciproc, grupate în domeniile respective (Meyer și colab., 1993; Dess și colab., 1993). Inițial, Miller (1987) a diferențiat patru domenii: mediul, structura organizațională, conducerea și strategia. Ulterior, aceste domenii au fost extinse pentru a include resursele, capacitățile și caracteristicile antreprenorilor (Kraus et al., 2011, p. 63). Configurațiile pot fi obținute ca tipologii (tipuri ideale derivate conceptual) sau taxonomii (tipuri observate empiric) (Dess și colab., 1993, p. 776).

Aplicarea metodei de configurare se bazează pe analiza clusterului, sortarea Q și tehnica grilei care facilitează clasificarea în grupuri în funcție de diferențele semnificative dintre acestea. Abordarea adoptă conceptul de echivalență, ceea ce înseamnă că *„un sistem poate ajunge la aceeași stare finală, din diferite condiții inițiale și printr-o varietate de căi diferite”* (Katz și Kahn, 1978: 30). Două sau mai multe configurații pot avea același succes în asigurarea unor performanțe ridicate în aceleași condiții (Gresov și Drazin, 1997). Ipoteza de bază a abordării de configurare este aceea că firmele care sunt capabile să-și alinieze atributele cu mediul vor funcționa mai bine decât celelalte. Aceasta înseamnă că un număr limitat de configurații ale caracteristicilor firmei pot permite descrierea unui număr mare de firme performante. Așa cum Short și colab. (2008, p. 1054) au afirmat *„cercetarea configurațională aspiră să ofere o prezență exactă a seturilor de firme care vor avea succes în cadrul unui anumit set de circumstanțe”*. Metoda de configurare urmărește identificarea grupurilor de firme care au caracteristici comune pe unele dimensiuni importante. Aceste grupuri sunt forme organizatorice speciale (Short et al., 2008, pp. 1057, 1058), cele mai cunoscute dintre care au fost dezvăluite de Miles and Snow (1978). Acestea sunt firme ca *apărători, prospectori, analizatori și reactoare*, care diferă semnificativ în ceea ce privește strategia, structura și luarea deciziilor.



Alegerea elementelor configuraționale depinde de orientarea teoretică. Dacă teoria conducătoare a subliniat mediul firmei, componentele acesteia vor forma configurațiile. În cazul în care RBV este luată în considerare, atunci diferite resurse vor fi părți ale configurațiilor. Wiklund și Shepherd (2005) au investigat configurații, formate din orientarea antreprenorială, resursele și mediul și efectele acestora asupra performanței firmei. Pe baza datelor din industria americană a grupurilor medicale, Payne (2006, p. 763) a dezvăluit trei configurații principale, în timp ce Homburg et al. (2008, p. 147-148) au găsit cinci configurații empirice ale unităților de marketing și de vânzări. Gruber și colab. (2010, p. 1338, 1347) au explorat date de la 230 de companii de tehnologie pentru a identifica modul în care resursele și capacitățile sunt configurate în funcția de vânzări și distribuție și modul în care aceste configurații sunt asociate rezultatelor de performanță. Swoboda și Olejnik (2013, 145, 153) au examinat relațiile dintre cultura, strategia și structura a 504 firme de familie din Germania. Au descoperit patru grupuri (configurații) ale firmelor, care sunt în mod clar distinctive în ceea ce privește structura, orientările și performanțele acestora.

Așadar, abordarea de configurare pare să se potrivească mai bine studiului competitivității IMM-urilor, deoarece reflectă caracterul holistic al întreprinderilor (Michor et al., 2010, p. 2). Principala provocare a acestei abordări este totuși selecția variabilelor, deoarece nu este posibilă includerea tuturor variabilelor relevante (Gruber et al., 2010, p. 1339).

## **2. MODALITATI DE SUSȚINERE A COMPETITIVITĂȚII DE CĂTRE UNIUNEA EUROPEANĂ**

Uniunea Europeană sprijină competitivitatea IMM-urilor prin intermediul programului COSME, care se desfășoară în perioada 2014 - 2020, având un buget de 2,3 miliarde EUR. Sprijinul acestui program se concretizează prin ([https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en)):

- accesul mai bun al IMM-urilor la finanțare;
- sprijinirea internaționalizării și a accesului la piețe;
- crearea unui mediu cât mai favorabil competitivității;
- promovarea culturii anteprenoriale.

Programul COSME pune în aplicare inițiativa în favoarea întreprinderilor mici (SBA), reflectând voința politică a Comisiei de a recunoaște rolul central pe care îl dețin IMM-urile în cadrul economiei UE.

În susținerea procesului de îmbunătățire a condițiilor cadru pentru competitivitate, COSME vine în ajutorul IMM-urilor prin promovarea de acțiuni ce au ca scop reducerea sarcinilor administrative și reglementărilor nejustificate. Printre acțiunile la care facem referire se numără și măsurarea impactului dreptului Uniunii aplicabil IMM-urilor asupra acestora din urmă, elaborarea unui cadru reglementar inteligent și favorabil întreprinderilor, precum și intensificarea utilizării principiului de „a gândi mai întâi la scară mică” la elaborarea politicilor la nivel național și regional. Inițiativa COSME sprijină dezvoltarea industriilor competitive, ce au potențial pe piață, venind în sprijinul IMM-urilor cu modele noi de afaceri. Programul vine în completarea acțiunilor întreprinse de statele membre în domenii cu mare potențial de creștere (cum ar fi sectorul turismului), încurajând excelența, internaționalizarea, cooperarea transsectorială cu scopul sprijinirii industriilor emergente. De asemenea, programul vizează accelerarea digitalizării comunității de afaceri, precum și promovarea competențelor digitale și a poziției de lider în sectorul digital („e-leadership”).

#### *Accesul mai bun la finanțare*

Unul dintre cele mai importante obiective **COSME** este facilitarea accesului la finanțare pentru IMM-urile aflate în diferite faze ale ciclului lor de viață: creare, expansiune sau transferul întreprinderii.

Pentru a îndeplini acest obiectiv, UE va mobiliza împrumuturi și investiții de capital în favoarea IMM-urilor astfel:

- prin intermediul mecanismului de garantare a împrumuturilor, programul va oferi garanții și contragaranții instituțiilor financiare (de exemplu, fonduri de garantare, bănci, societăți de leasing), astfel încât acestea să poată pune la dispoziția IMM-urilor mai multe împrumuturi și servicii de leasing financiar. Se preconizează că, prin intermediul COSME, între 220.000 și 330.000 de IMM-uri vor putea obține finanțări cu o valoare totală cuprinsă între 14 și 21 de miliarde de euro.
- folosind mecanismul de capitaluri proprii pentru creștere, programul va furniza capital de risc fondurilor de investiții care investesc în IMM-uri în principal în faza de extindere și de creștere. Mecanismul ar trebui să ajute între 360 și 560 de întreprinderi să beneficieze de investiții de capital, volumul total investit oscilând între 2,6 și 4 miliarde de euro.

#### *Sprijinirea internaționalizării și a accesului la piețe*

Programul **COSME** sprijină IMM-urile europene, astfel încât acestea să poată beneficia de piața unică a Uniunii Europene și să poată profita la maximum de oportunitățile oferite de piețele din afara spațiului european.

Tot în cadrul acestui program se finanțează Rețeaua Întreprinderilor Europene (Enterprise Europe Network), alcătuită din peste 600 de birouri în mai mult de 50 de țări. Rețeaua sprijină IMM-urile să își găsească parteneri de afaceri și parteneri tehnologici, să aibă o mai bună înțelegere a legislației în domeniu și să obțină finanțare din partea Uniunii Europene.

**COSME** finanțează instrumente web concepute special pentru dezvoltarea întreprinderilor, cum ar fi portalul „*Europa ta*” pentru întreprinderi sau Portalul privind internaționalizarea IMM-urilor. Primul dintre acestea cuprinde informații practice online destinate antreprenorilor care doresc să demareze activități într-un alt stat membru. Cel de al doilea pune accentul pe măsuri de sprijinire a societăților care doresc să își dezvolte activitatea în afara Europei. Totodată programul mai finanțează serviciile de asistență pentru IMM-uri privind drepturile de proprietate intelectuală (DPI) din MERCOSUR, ASEAN și China, servicii care oferă consiliere și sprijin IMM-urilor europene care se confruntă cu dificultăți în ceea ce privește diverse aspecte legate de DPI, standarde sau regulile de atribuire a contractelor de achiziție publică în aceste zone geografice.

De asemenea, programul acordă sprijin financiar Centrului de Cooperare Industrială UE-Japonia, pentru a promova toate tipurile de cooperare industrială, comercială și investițională prin diseminarea de informații privind modul de obținere a accesului la piața japoneză și prin facilitarea schimburilor de experiență și know-how între întreprinderile din UE și cele japoneze.

### *Crearea unui mediu cât mai favorabil competitivității*

**COSME** susține acțiunile de îmbunătățire a condițiilor-cadru în care își desfășoară activitatea întreprinderile, în special IMM-urile, prin reducerea sarcinilor administrative și de reglementare nejustificate. Printre acțiunile menționate se numără măsurarea impactului dreptului Uniunii aplicabil IMM-urilor asupra acestora din urmă, elaborarea unui cadru reglementar inteligent și favorabil întreprinderilor, precum și intensificarea utilizării principiului de „a gândi mai întâi la scară mică” la elaborarea politicilor la nivel național și regional.

Programul sprijină dezvoltarea unor industrii competitive, cu potențial de piață, ajutând IMM-urile să adopte noi modele de afaceri și să se integreze în noi lanțuri de valori. Acesta vine în completarea acțiunilor întreprinse de statele membre în domenii cu mare potențial de creștere, cum ar fi sectorul turismului.

**COSME** promovează dezvoltarea de clustere de nivel mondial în UE, încurajând excelența și internaționalizarea acestora, cu accent pe cooperarea transsectorială, în special pentru a sprijini industriile emergente. De asemenea, programul vizează accelerarea digitalizării comunității de afaceri, precum și promovarea competențelor digitale și a poziției de lider în sectorul digital („e-leadership”).

#### *Promovarea culturii anteprenoriale*

**COSME** susține punerea în aplicare a planului de acțiune Antreprenariat 2020 prin intermediul unei game largi de activități. Printre acestea se numără schimburile de mobilitate, cercetarea, diseminarea celor mai bune practici și proiectele-pilot din domenii precum educația anteprenorială, activitățile de îndrumare sau dezvoltarea unor servicii de orientare și de asistență pentru noii și potențialii antreprenori, inclusiv pentru tineri, femei și persoanele în vârstă.

De exemplu, Erasmus pentru tineri antreprenori este un program de schimb transfrontalier care își propune să îi ajute pe noii și pe viitorii antreprenori să dobândească competențe adecvate pentru a asigura funcționarea și dezvoltarea unei afaceri, lucrând alături de un antreprenor cu experiență dintr-o altă țară timp de una până la șase luni. Prin intermediul programului, se ameliorează know-how-ul participanților și se favorizează transferul transfrontalier de cunoștințe și de experiență între antreprenori.

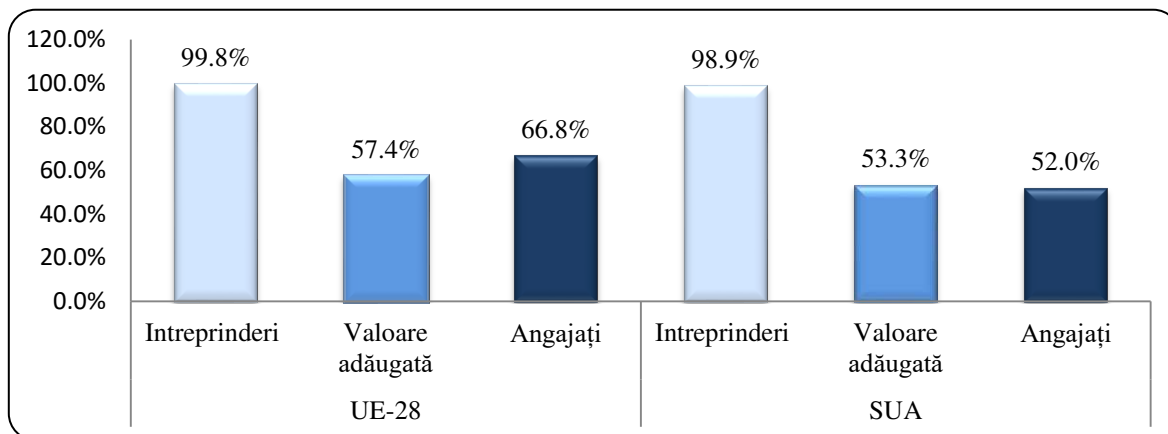
Programul se axează, în special, pe antreprenariatul digital, pentru a ajuta întreprinderile europene să și accelereze transformarea digitală și să beneficieze pe deplin de noile oportunități, fără precedent, ale erei digitale, care sunt esențiale pentru competitivitatea și creșterea lor.

### **3. COMPETITIVITATEA IMM-URILOR UE-28 VS SUA**

În Uniunea Europeană, IMM-urile dețin o pondere mai mare din valoarea adăugată totală și ocuparea forței de muncă în raport cu IMM-urile din SUA. Aceasta lucru se întâmplă în ciuda faptului că definiția unui „IMM” în SUA este mai cuprinzătoare decât cea din UE-28. Definiția

IMM-urilor din SUA se extinde la firmele cu până la 300 de angajați, în timp ce în UE-28 se extinde la doar 250.

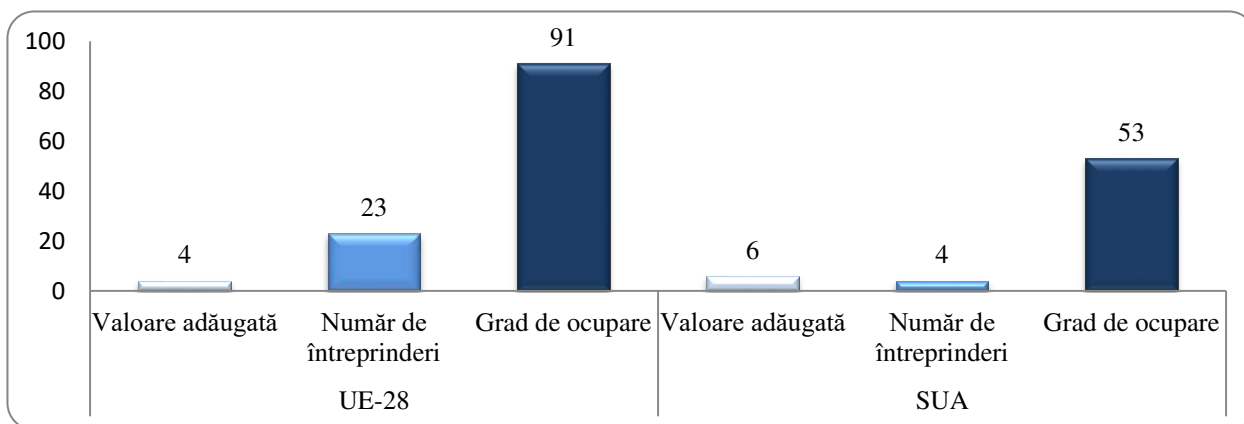
**Figura 1. Importanța IMM-urilor în UE-28 comparativ cu SUA (2015)**



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

În termeni absoluți, în 2015, în UE-28 au existat substanțial mai multe IMM-uri și mai mulți angajați comparativ cu SUA, însă pe de altă parte IMM-urile acestora au contribuit cu aproape de 3 ori mai mult în ceea ce privește valoarea adăugată decât omologii din UE-28. Dacă este să raportăm însă valoarea adăugată, numărul de întreprinderi și ocuparea forței de muncă per mld/PIB vedem însă că diferența dintre valoarea adăugată produsă de IMM-urile SUA și UE-28 nu este atât de mare, în timp ce diferența în ceea ce privește ocuparea forței de muncă este de aproape două ori mai mare în favoarea UE-28.

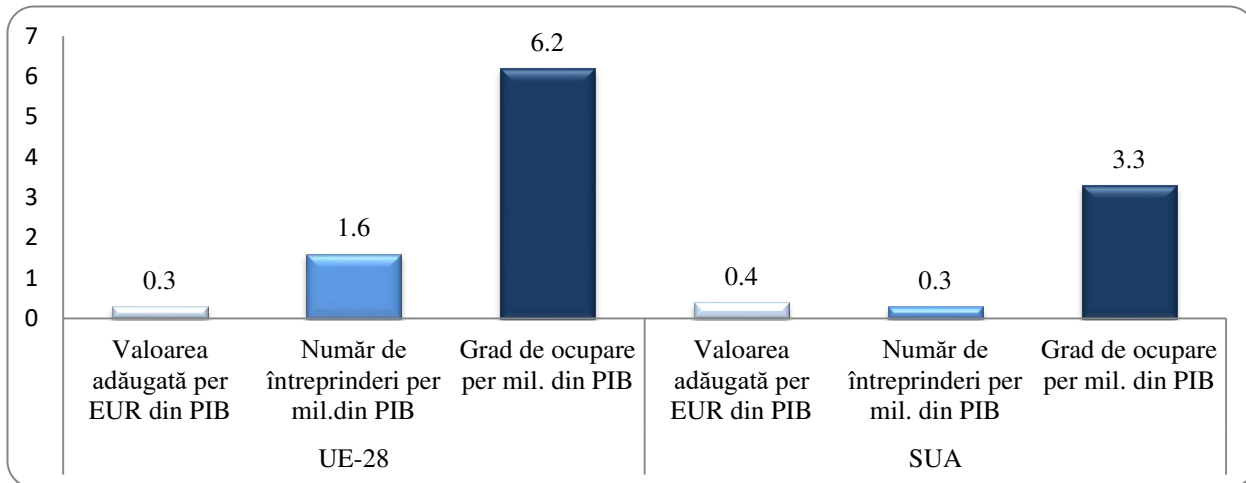
**Figura 2. Importanța IMM-urilor în UE-28 comparativ cu SUA (2015)**



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

Notă: Numărul de întreprinderi și ocuparea forței de muncă măsurate în mil. și valoarea adăugată în mld. de euro

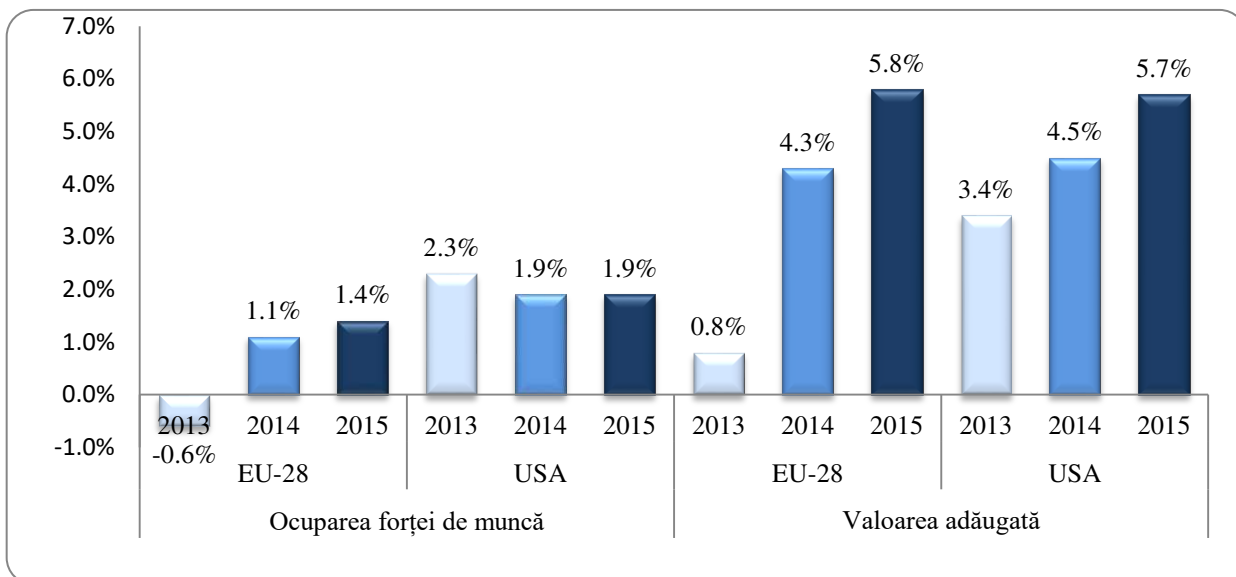
**Figura 3.** Importanța IMM-urilor în UE-28 comparativ cu SUA (2015), măsurate în unități PIB



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

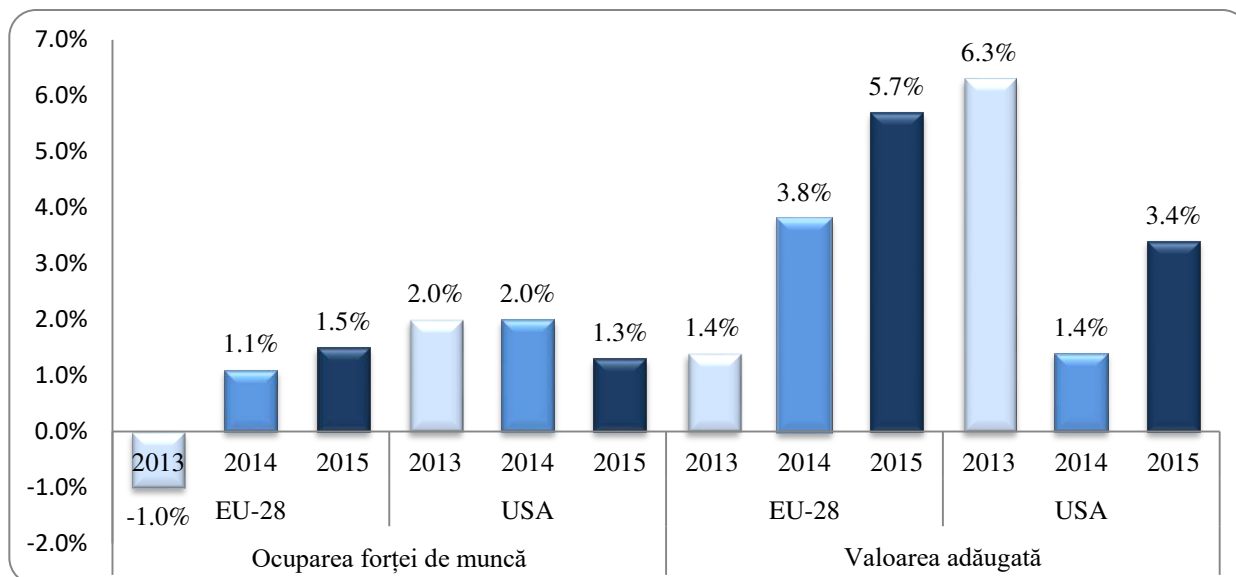
Comparând creșterea ocupării forței de muncă în EU-28 și SUA, anul 2015 arată că în ciuda creșterii mai mari a ocupării forței de muncă în sectorul nefinanciar din SUA în ansamblul său, creșterea numărului de locuri de muncă în rândul IMM-urilor a fost în fapt marginal mai redusă (Figura 4). Creșterea totală a valorii adăugate în sectorul de afaceri nefinanciare a fost similară în UE28 și în SUA, cu toate acestea, la nivelul IMM-urilor, valoarea adăugată UE-28 a crescut considerabil mai rapid decât în SUA, cu 5,7%, comparativ cu 3,4%. Acest lucru evidențiază importanța sporită a IMM-urilor în UE-28, în sensul creșterii valorii adăugate în economia de afaceri nefinanciară în 2015, spre deosebire de SUA, unde principalul factor de creștere au fost întreprinderile mari.

**Figura 4.1.** Rata de creștere (%) a valorii adăugate și a ocupării forței de muncă în UE28 și în SUA (2013-2015)- per total



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

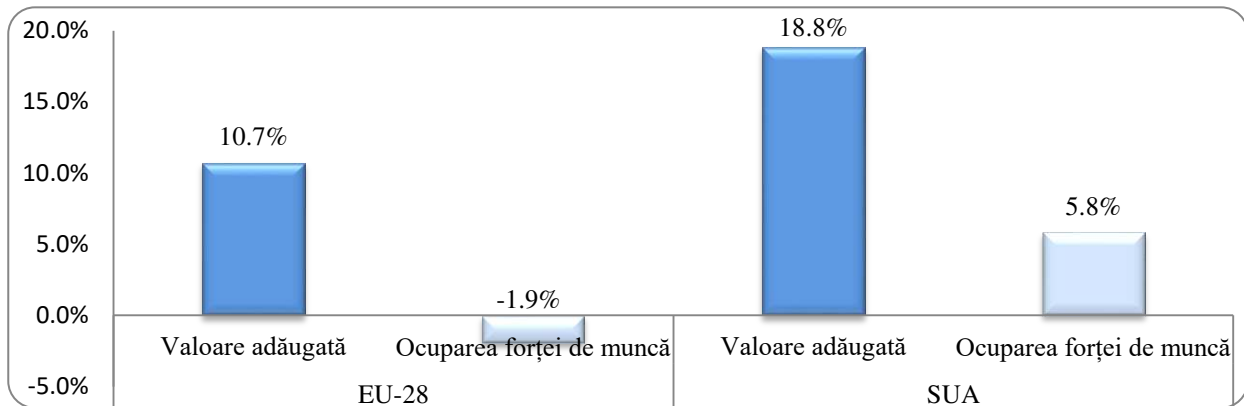
**Figura 4.2.** Rata de creștere (%) a valorii adăugate și a ocupării forței de muncă în UE28 și în SUA (2013-2015)- sectorul IMM-urilor



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

Dacă e să ne raportăm însă la perioade mai lungi de timp, spre exemplu perioada de după criză, SUA depășește nivelul UE-28 în ceea ce privește creșterea cumulativă a valorii adăugate (18,8% față de 10,7%) și creșterea cumulativă a gradului de ocupare a forței de muncă din rândul IMM-urilor (5,8% față de -1,9%)

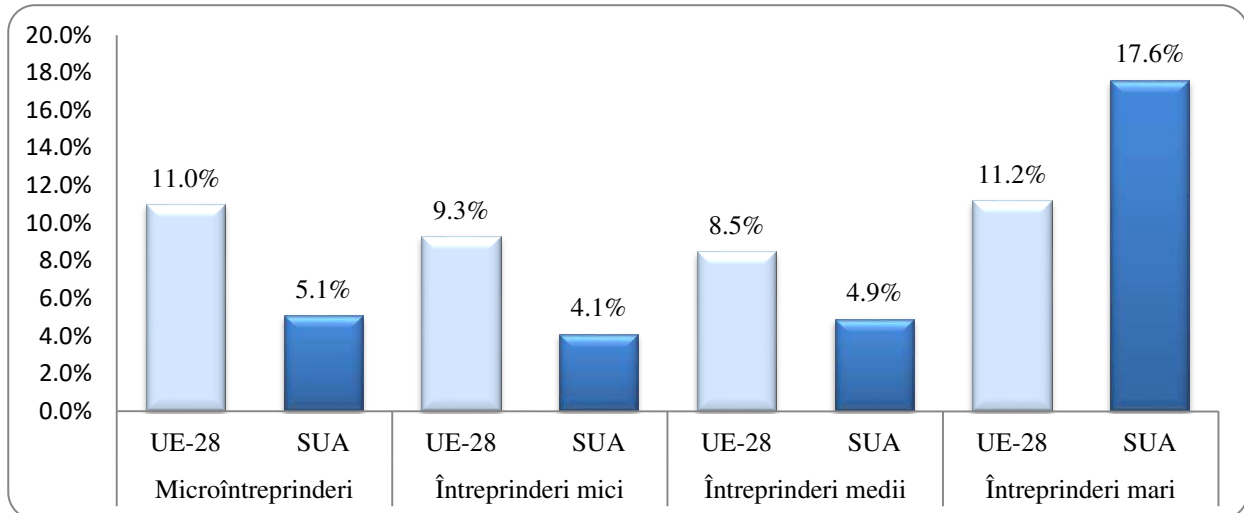
**Figura 5** Diferența (%) între nivelul în 2015 și nivelul din 2008 în UE28 și SUA



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

Alte diferențe între IMM-urile UE-28 și cele din SUA pot fi observate pe clase de mărimi. Așadar, în ceea ce privește valoarea adăugată, EU-28 depășește SUA pe toate cele trei clase de mărimi ale IMM-urilor, înregistrând valori aproape duble, fiind la rândul ei depășită la nivel de întreprinderi mari.

**Figura 6.1** Rata de creștere (%) a valorii adăugate în UE28 și în SUA între 2013 și 2015, pe clase de mărimi

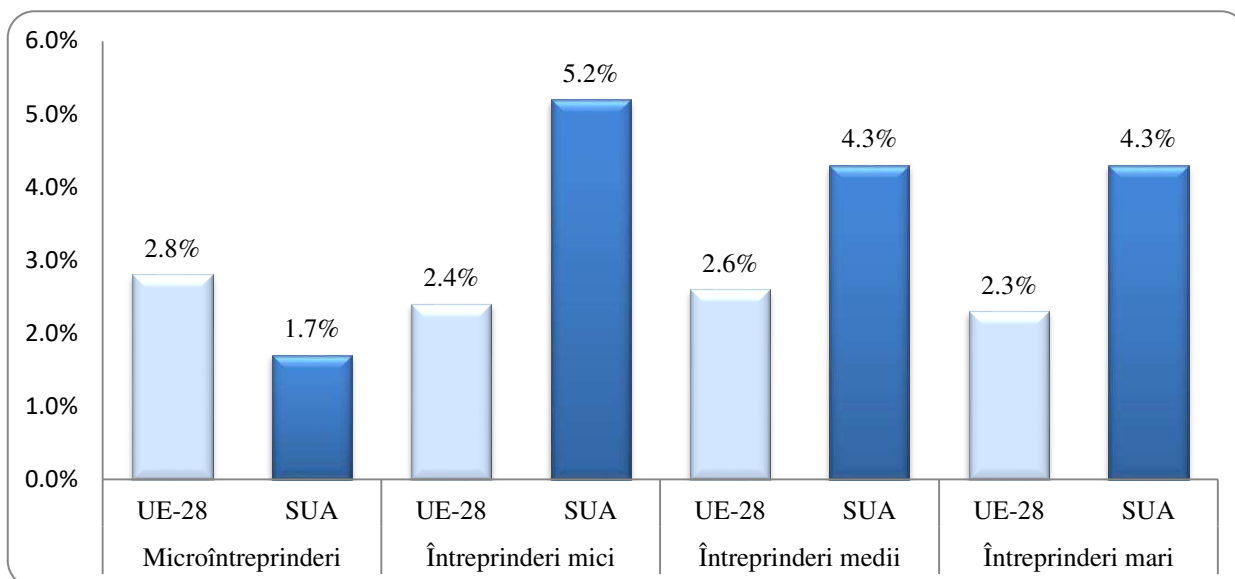


Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ



Creșterea ocupării forței de muncă în firmele mici și mijlocii din SUA a fost mai rapidă decât în cele din UE-28, cu toate acestea, ocuparea forței de muncă în microîntreprinderi a crescut mai rapid în UE-28 decât în SUA.

**Figura 6.2** Rata de creștere (%) a ocupării forței de muncă în UE28 și în SUA între 2013 și 2015, pe clase de mărimi

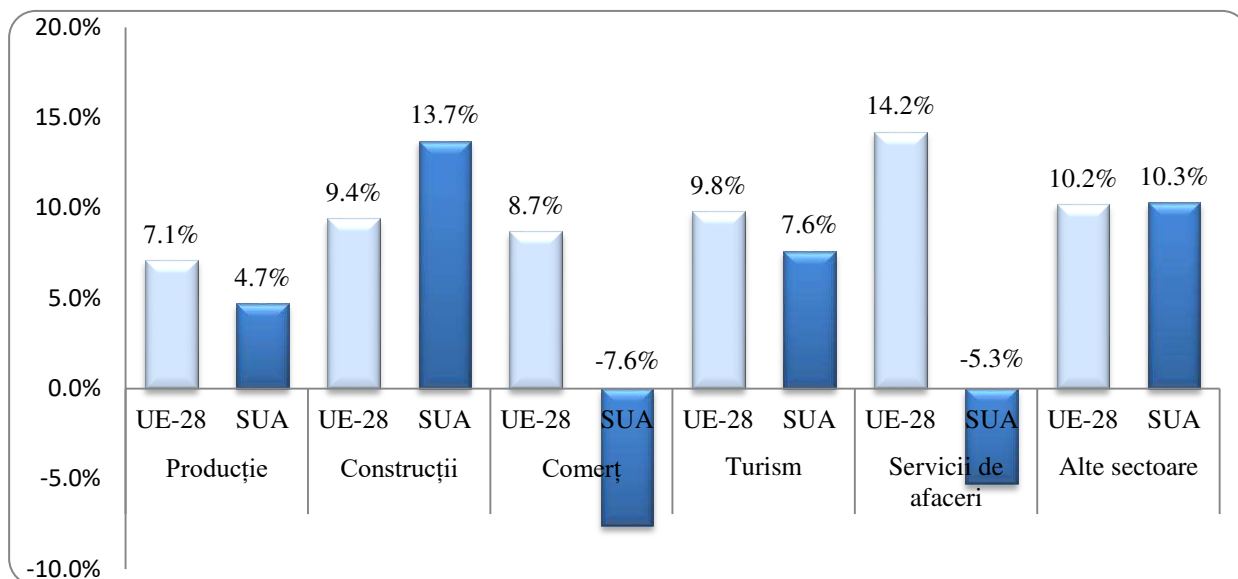


Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

Diferențele în creșterea valorii adăugate în SUA și UE-28 pot fi observate și la nivelul sectorului. În timp ce „serviciile de afaceri” reprezintă sectorul cu cea mai rapidă creștere în UE-28, în SUA acesta a scăzut cu 5% între 2013 și 2015. De asemenea, IMM-urile din SUA din sectorul „comerț” au suferit un declin, acest lucru fiind în contrast cu IMM-urile din UE-28 din acest sector, care au înregistrat o creștere ridicată de 9%. Sectorul „construcții” este singurul sector din cele 5 sectoare cheie în care creșterea valorii adăugate din SUA a fost mai mare decât în UE-28, 14% comparativ cu doar 9%.

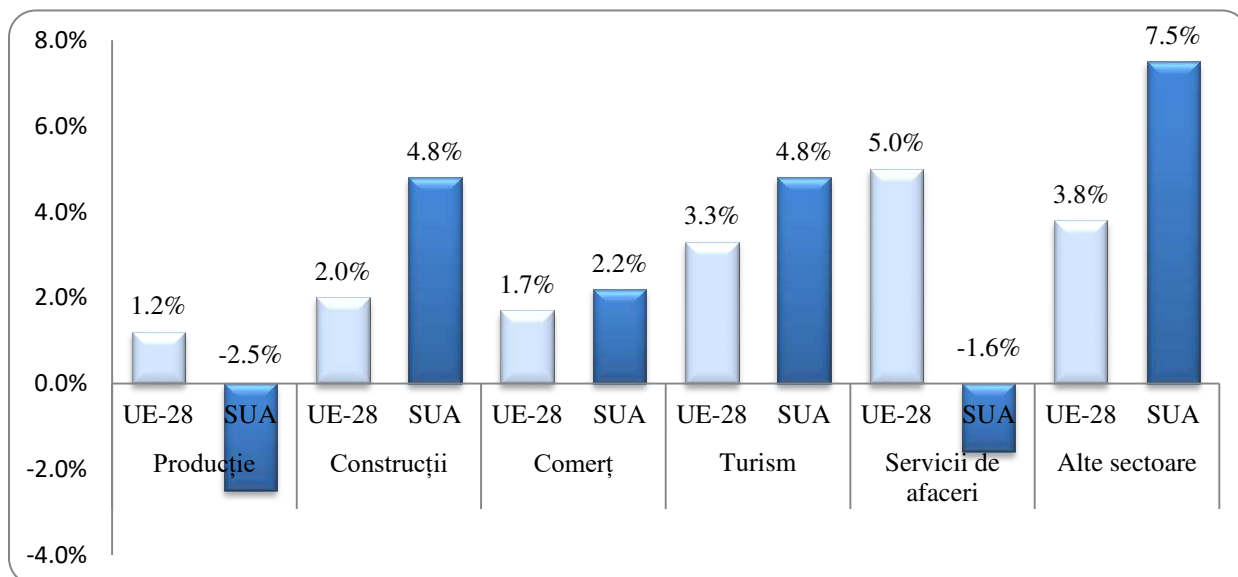
În ceea ce privește ocuparea forței de muncă la nivel de sector, diferențele dintre UE-28 și SUA sunt mai pronunțate. În majoritatea sectoarelor SUA înregistrează o creștere mai mare a acestui indicator decât EU-28, excepție făcând sectoarele „producție” și „servicii de afaceri”. Pe de altă parte, în UE-28, creșterea forței de muncă la nivel de sector a fost mult mai uniformă decât în SUA, lucru care se poate observa și în graficele de mai jos.

**Figura 7.1** Evoluția valorii adăugate (%) în UE-28 și SUA între 2013 și 2015 la nivel de sector



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

**Figura 7.2** Evoluția ocupării forței de muncă (%) în UE-28 și SUA între 2013 și 2015 la nivel de sector



Sursa: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ

#### 4. CONCLUZII

În concluzie, pe baza rezultatelor prezentate mai sus putem spune că evoluția ocupării forței de muncă în ultimii ani atât în EU-28 cât și SUA nu prezintă fluctuații uimitoare, în perioada 2008-2015 aceasta urmând în linii mari același trend, cu un declin la începutul perioadei și o recuperare ulterioară, ușor mai accentuată în SUA. Pe de altă parte ritmul creșterii valorii adăugate a IMM-urilor din SUA a depășit ritmul creșterii IMM-urilor din UE-28 începând chiar cu anul 2008, diferența de ritm devenind tot mai accentuată în ultimii ani.

Ambele economii prezintă semne încurajatoare de revenire, în unele sectoare de activitate nonfinanciare înregistrându-se chiar depășiri de performanță și valoare față de nivelul anterior crizei economice.

#### BIBLIOGRAFIE

1. Ambastha, A. and Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of theory frameworks and models, *Singapore Management Review*, 26;
2. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*;
3. Carr, C. (1993). Global, national and resource-based strategies: An examination of strategic choice and performance in the vehicle components industry. *Strategic Management Journal*;
4. Eisenhardt, K. M. and Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*;
5. Jansson, H., and Sandberg, S. (2008). Internationalization of small and medium sized enterprises in the Baltic Sea Region, *Journal of International Management*;
6. Mahoney, J.T., and Pandain, Jr. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*;
7. Miller, D., and Shamsie, J. (1996). The Resource-Based View of the Firm in Two Environments: The Hollywood Film Studios from 1936 to 1965. *The Academy of Management Journal*;
8. Parnell, J. A. (2006). Generic strategies after two decades: a reconceptualization of competitive strategy. *Management Decision*;
9. Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74 (6), 61-78. Available at: <http://hbr.org/product/what-is-strategy/an/96608-PDF-ENG>;
10. Sheehan, N.T., and Foss, N.J. (2007). Enhancing the prescriptiveness of the resource-based view through Porterian activity analysis. *Management Decision*, 45 (3);
11. Wiklund, J., and Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*;
12. Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ.