

## **COMPETITIVITATEA CORPORAȚIILOR MULTINAȚIONALE ÎN ECONOMIA CUNOAȘTERII**



drd. Liviu RADU,  
Universitatea „Nicolae Titulescu”,  
București

### **Aprecierea competitivității unei companii**

*În cazul economiilor naționale, firmele își stabilesc activitățile externe ca portofoliu, dispunând de o largă autonomie. Cu totul altfel stau lucrurile în contextul existenței unei industrii multinaționale, unde firmele trebuie să-și integreze activitatea în multitudinea legăturilor existente între statele lumii. Această integrare presupune mai mult decât transferul activelor peste hotare și transferul competențelor.*

Aceste aspecte ne determină să privim competitivitatea unei corporații multinaționale în termenii integrării afacerilor ei în economia țărilor-gazdă, respectiv, ai nivelului său de multinaționalizare, privind dinamica investițiilor și modul de consolidare a poziției deținute pe piață, prin prisma strategiilor, alianțelor strategice și a managementului.

O strategie globală presupune creșterea interdependențelor între activitățile separate geografic ale filialelor și companiilor-mamă. În același timp, strategia presupune, potrivit afirmațiilor lui A. Frois-Gilbert (1994) [1] precum că „compania trebuie să gândească global, dar să acționeze local”, optimizarea avantajelor locale ale fiecărei filiale și satisfacerea condițiilor cererii de pe piața vizată. Urmare firească a acestui fapt este tendința specializării filialelor la tipul de producție ce valorifică avantajul competitiv al țării-gazdă. Corporațiile multinaționale nu acționează doar la cerințele impuse de țara de origine, ci la condițiile generate de economia globală. Economia globală presupune, pe lângă existența unei industrii globale, servicii tehnico-financiare globale și piețe de dimensiuni mondiale. În acest context, firmele-mamă sunt obligate să transfere în străinătate o parte din competențele lor financiar-comerciale, inovaționale, manageriale sau de strategii pe termen mediu și lung, toate în scopul sporirii autonomiei filialelor în condițiile concrete în care acestea acționează. Acest fapt conduce la specializarea filialelor pe tipuri de producții, în vederea utilizării avantajului competitiv al țării sau zonei-gazdă. Astfel, marile corporații, intrând în stadiul multinaționalizării, au început o nouă eră în ceea ce privește utilizarea, combinarea și redistribuirea globală a factorilor de producție. După opinia specialiștilor (Gheorghe Postelnicu,

Cătălin Postelnicu - 2000) [2], în prezent marile corporații multinaționale (CMN) caută să obțină maximum de avantaje în producție, cercetare și comercializare prin combinarea tuturor factorilor de producție la scară mondială, ca urmare a intensificării procesului de globalizare. Realizarea acestui deziderat este facilitată de locul pe care corporațiile multinaționale au ajuns să-l dețină în economia mondială.

Universul CMN continuă să fie dominat de firme din triada Uniunea Europeană-Japonia-Staatele Unite ale Americii, unde își au originea 85 din primele 100 de CMN ale lumii, conform unui clasament din 2004. Cinci țări (Franța, Germania, Japonia, Marea Britanie și SUA) au reprezentat locul de proveniență al 73 din primele 100 de companii, 53 de companii având sediul în Uniunea Europeană. În fruntea listei celor mai bune CMN nefinanciare se află *General Electric*, *Vodafone* și *Ford*, care însumează împreună 19% din bunurile totale ale primelor 100 de companii [3]. Industria automobilelor domină lista, urmată de industria farmaceutică și telecomunicații.

În ciuda dominației companiilor din Triadă, există și firme din alte țări care progresează pe piața internațională. Vânzările totale ale CMN din țările în curs de dezvoltare au atins, în 2005, o cifră estimativă de 1900 miliarde de dolari, având aproximativ 6 milioane de angajați. În 2004, printre primele CMN s-au numărat cinci companii ce proveneau din economii în curs de dezvoltare, toate cu sedii în Asia, trei dintre acestea fiind deținute de stat. Cele cinci companii – *Hutchison Whampoa* (Hong Kong, China), *Petronas* (Malaezia), *Singtel* (Singapore), *Samsung Electronics* (Republica Coreea) și *CITIC Group* (China) – se află în fruntea clasamentului celor mai mari CMN din țările în curs de dezvoltare. De altfel, în 2004, 40 dintre primele companii proveneau din Hong Kong (China) și din Taiwan, 14 – din Singapore și 10 – din China. Per ansamblu, 77 din primele 100 de CMN își au sediile în Asia, restul fiind distribuite în mod egal în Africa și în America Latină, așa cum arată estimările *World Investment Report 2006*.

Trebuie să facem următoarea mențiune: în clasamentul dat publicității de către UNCTAD sunt incluse numai corporații nonfinanciare. Dacă am lua în calcul corporațiile financiare, clasamentul s-ar schimba radical. Ordinea țărilor s-ar modifica și dacă s-ar adopta drept criteriu de clasificare gradul de transnaționalitate.

### **Aprecierea multinaționalității unei companii**

Multinaționalitatea sau transnaționalitatea unei companii este un atribut al expansiunii internaționale și nu o stare de tip secvențial, caracterizată de etapele evolutive ale dezvoltării unei companii.

Pentru a putea dobândi statutul de operator multinațional și pentru a aprecia gradul de multinaționalitate, companiile multinaționale trebuie analizate în conformitate cu următoarele criterii:

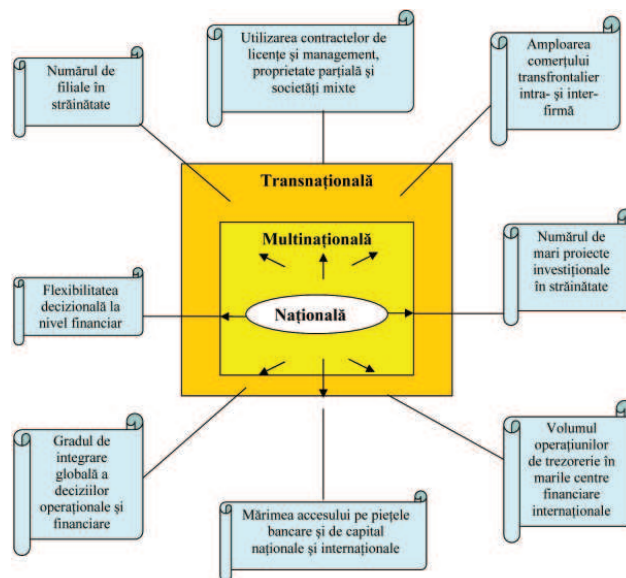
- gradul de implicare a companiilor multinaționale pe piețele internaționale de produse, de factori de producție, pe piețele financiare și de capital;
- gradul de coordonare a funcțiilor și operațiunilor executate de companie la scară globală. Aceasta implică analiza și aprecierea integrării globale pe baza deciziilor privind operațiunile internaționale în sfera producției și a marketingului, precum și a deciziilor financiare ale firmei;
- gradul de flexibilitate care presupune existența posibilității de modificare și adaptare a deciziilor operaționale și strategice pe considerente de natură financiară, sub presiunea unor

factori precum: progresul tehnologic, globalizarea dezvoltării economice, tendința de diminuare a rolului firmei partener în favoarea firmei acționare, aplicarea unor principii de guvernare corporativă și aplicarea unor măsuri de maximizare a profiturilor acționarilor, în conformitate cu obiectivul fundamental al corporației moderne.

Modelul Holland (figura 1) pune în evidență existența a trei stări posibile în care se poate afla o firmă, departajarea având la bază criteriile de multinaționalitate grupate astfel:

- pachetul de criterii din partea stângă reprezintă măsura comună a multinaționalității, respectiv: numărul de filiale în străinătate, flexibilitatea decizională în considerentele financiare și gradul de integrare globală a deciziilor operaționale și financiare;

- pachetul de criterii din partea dreaptă reprezintă măsura fină a transnaționalității, respectiv: amploarea comerțului transfrontalier intra- și inter-firmă, numărul de mari proiecte investiționale în străinătate și volumul operațiunilor de trezorerie în marile centre financiare internaționale.



**Fig. 1. Modelul lui Holland privind gradul de transnaționalitate**

(Sursa: Munteanu C., Horobeș A., *Finanțe transnaționale*, Editura „All Beck”, București, 2003, p. 103.; John Holland, *International Financial Management, second edition*, Oxford, Blackwell Business, 1993, p. 4.)

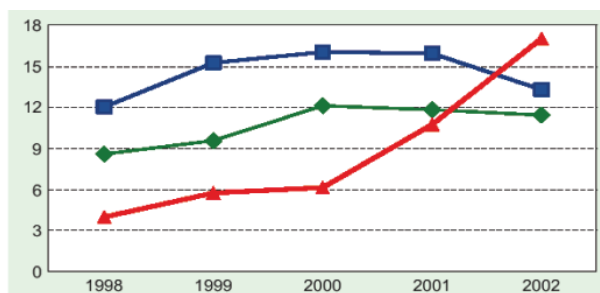
În conformitate cu cele prezentate, stările posibile ale unei firme sunt:

- firmă națională, caracterizată prin valori scăzute pentru toate criteriile de transnaționalitate;
- firmă multinațională, caracterizată prin valori scăzute pentru coordonarea globală și flexibilitatea financiară și valori crescute pentru numărul de filiale în străinătate și în ce privește comerțul transfrontalier;
- firmă transnațională, care prezintă valori crescute pentru toate criteriile menționate.

În fine, trebuie precizat un aspect, indiferent cum sunt numite – firme, corporații, întreprinderi, societăți, companii – caracterul lor internațional apare prin două moduri: multinațional și transnațional. În viziunea autorilor P. Hirst și G. Thompson [4] (2002), cel mai important aspect al deosebirii dintre companiile multinaționale (CMN) și companiile transnaționale (CTN), vizează CMN care trebuie „să-și păstreze o bază națională puternică; să rămână subiectul reglementărilor naționale ale țării de origine și, efectiv, să fie conduse de acea țară”. Însă, într-o economie globalizată, CMN se transformă în CTN care vor avea un capital delocalizat, fără identificare națională, cu un management internaționalizat. Spre deosebire de CMN, CTN nu vor mai putea fi controlate sau constrânse de politicile anumitelor state naționale.

Deosebirea operată de autorii menționați este doar un deziderat pentru CMN în cadrul unei economii internaționale ideale. După părerea altor autori, nu există o delimitare reală, de esență, ci doar de denumire. Pentru ceilalți autori, explicit sau implicit, CTN sunt principalii agenți ai globalizării atât față de țara de origine, cât și față de țara receptoare.

Rolul companiilor multinaționale a continuat să crească, așa cum se reflectă acest lucru în extinderea capitalului din investițiile străine directe (ISD) și în operațiunile afiliaților străini. Vânzările, valoarea adăugată (produsul brut), activele, numărul de angajați și exporturile afiliaților străini au înregistrat o tendință de creștere din 2002. Gradul de transnaționalitate al țărilor-gazdă a stagnat în perioada 2000-2002 atât în țările dezvoltate, cât și în cele în curs de dezvoltare, conform indicilor de transnaționalitate din economiile-gazdă (figura 2). Acest lucru reflectă declinul fluxurilor de investiții străine directe în aceste regiuni în perioada menționată. Există, de asemenea, diferențe semnificative în gradul de transnaționalitate din diferite țări. Cele mai transnaționalizate economii în 2002 au fost Belgia și Luxemburg, dintre țările dezvoltate, și Hong Kong (China) dintre țările în curs de dezvoltare – poziții deținute de aceste economii încă de la crearea indexului în 1996 (WIR99). În timp ce India a recuperat în privința ISD atrase, în 2002, mai rămâne încă pe ultimele poziții. Transnaționalitatea țărilor-gazdă depinde de măsura în care companiile multinaționale își dezvoltă afacerile străine în diferite locații.



—◆— țările dezvoltate —■— țările în curs de dezvoltare —▲— țările din Europa de Sud-Est și CSI

**Fig. 2. Indexul transnaționalității în țările-mamă, în funcție de grupurile de economii, 1998-2002**

(Sursa: UNCTAD, World Investment Report 2006).

**Bibliografie**

1. FROIS-GILBERT, Abraham, *Economie politică*, Editura Humanitas, București, 1994.
2. POSTELNICU, Gheorghe, POSTELNICU, Cătălin, *Globalizarea economică*, Editura Economică, București, 2000, p. 214-215.
3. UNCTAD (2006), *World Investment Report 2006*.
4. HIRST, Paul, THOMPSON, Grahame, *Globalizarea sub semnul întrebării*, Editura „Trei”, 2002, p. 26-29.

**REZUMAT**

*Avantajele concurenței sporesc competitivitatea unui stat, dacă acesta este capabil să conserve mecanismele profitabile, caracteristice economiei sale, și, totodată, dacă competitivitatea companiilor locale este susținută și de calitatea exemplară a resurselor tehnice, materiale și umane, precum și de condițiile în care aceste resurse sunt combinate și distribuite eficient, ca un atribut de management performant. Din analiza celor două concepții ale competitivității (competitivitatea considerată ca o performanță locală și competitivitatea considerată ca o performanță în comerțul internațional) apare necesitatea evidențierii legăturii indestructibile dintre competitivitatea corporațiilor multinaționale și competitivitatea din țările receptoare și emitente.*

**ABSTRACT**

*Competitive advantage provides competitiveness to a state, if such is capable to conserve the profitable mechanisms that are characteristic to its economy. Also, the local competitiveness of companies has been emphasized by the quality of their technical, material and human resources, and by the modalities in which such resources are efficiently combined and allocated, as an attribute of high performance management. From analyzing the two approaches of competitiveness (competitiveness regarded as local performance and competitiveness regarded as performance in the international trading), the need occur of underlining the indestructible connection between multinational corporations competitiveness and the competitiveness in the emission and receptor countries.*

**РЕФЕРАТ**

*Преимущества конкуренции обеспечивают конкурентоспособность государства, если оно способно сохранить выгодные механизмы, которые являются характерными для ее экономики и, кроме того, если конкурентоспособность местных компаний подкреплена качеством их технических, материальных и человеческих ресурсов, а также условиями, в которых эти ресурсы эффективно комбинируются и распространяются, как атрибут высокой эффективности управления. Из анализа этих двух подходов конкурентоспособности (конкурентоспособность рассматривается в местном масштабе и в международной торговле), возникает необходимость подчеркивания нерушимой связи между конкурентоспособностью транснациональных корпораций и конкурентоспособностью выпускающих и принимающих стран.*