

STUDII ȘI CERCETĂRI

Întreprinderile mici și mijlocii – considerații istorice și teoretice

Oscar Hoffman

Ion Glodeanu

Institutul de Sociologie „Dimitrie Gusti”

Prezentând cele trei etape de dezvoltare ale IMM – 1) sub forma atelierelor meșteșugărești din perioada timpurie a capitalismului ; 2) micile ateliere industriale din faza capitalismului industrial ; 3) noua etapă a IMM specifice economiei bazate pe cunoaștere în proces de consolidare – autorii fac o analiză a gândirii economice și sociologice, cu privire la raportul dintre întreprinderile mari și IMM. Capitalismul industriei mecanice avea ca principală unitate productivă marile întreprinderi înzestrate cu o tehnologie „de forță” (banda rulantă și mașini de mare randament standardizate), cu care se putea asigura o mai bună competitivitate prin creșterea productivității și scăderea prețului de cost. Evoluția societăților occidentale a generat, într-o nouă fază, un proces complex legat, pe de o parte, de începutul trecerii spre economia bazată pe cunoaștere și, pe de altă parte, de schimbări majore în comportamentele sociale, trecerea spre reglementarea piețelor pe criteriile socioculturale ale stilului de viață. În aceste noi condiții, în fața IMM se deschide o nouă etapă în care acestea devin „normative” dezvoltării, asigurând transferul inovației tehnologice pe ansamblul economiei, noi locuri de muncă și șanse sporite de ridicare a nivelului de trai al oamenilor. Studiul oferă o analiză multidimensională a rolului și locului IMM în epoca actuală, cu implicații majore asupra strategiilor care ar putea fi urmate și de către România.

Înțelegerea și, cu deosebire, promovarea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) în zilele noastre necesită o abordare istorică. După cum arătase Hegel, prezentarea istorică a faptelor ne permite înțelegerea lor logică, căci evidențiind contextul, factorii și consecințele acestora

ne putem da seama de semnificația lor actuală.

Prima etapă de analiză ar putea fi plasată, pentru Europa feudală, în contextul atelierelor meșteșugărești și a breslelor. În alte contexte decât cele europene vom putea întâlni „mari întreprinderi”, o

adevărată „mașină de muncă” (Mumford, 1973, 258) care concentrează o masă mare de oameni (construcția piramidelor în Egipt, a primului Templu din Ierusalim etc.), dar și mijloace tehnologice, cum ar fi topitoria de aramă de la Ețion-Gheber (lângă Golful Aqaba), furnale mari (Garelli, 1959, 67) și ateliere de prelucrare și mari manufacturi (pentru acea vreme – Hoffman, 1999, 39).

În Europa feudală, sistemul breslelor a împiedicat formarea unor mari unități de producție industrială. „Privilegiul exclusiv al unei meserii organizate în breaslă restrânge în mod necesar concurența în orașul în care e exercitată numai la cei admiși în acea meserie (...). Regulamentele breslei determină uneori numărul de ucenici îngăduiți unui maestru și, aproape întotdeauna, numărul de ani pe care ucenicul este obligat să-i servească. Intenția acestor două reglementări este de a reduce concurența la un număr mult mai mic decât al celor care ar putea fi altfel dispuși să intre în acea meserie” (Smith, 1962, 85). Când apare cartea lui Adam Smith, fabricile bazate pe puterea apei aveau 300-400 de muncitori și existau doar 20-30 de asemenea fabrici în insulele britanice. Acest fapt explică de ce Smith a neglijat capitalul fix, considerând, de fapt, că agricultura și nu industria era sursa principală a avuției britanice (Blaug, 1992, 71).

Energia principală a producției era cea biologică (animală și, în manufacturi, umană). Marea industrie încă nu fusese inventată. Întreprinderea industrială (mașinistă) este și ea o invenție relativ recentă și care nu a avut conexiune cu dezvoltarea științei epocii. Thomas Newcomen, cel care a construit în 1712 o mașină cu abur în exploatarea minieră, era lăcătuș; James Watt a fost mecanic și a construit în 1765 primul condensator de abur; George Stephenson, de care se leagă realizarea

primei locomotive cu abur, a fost fiul autodidact al unui fochist (Bernal, 1964, 422).

În mod convențional, revoluția industrială este în plină desfășurare în jurul anului 1790 (Blaug, 1992, 71).

Până a trece în faza sa industrială, economia capitalistă a cunoscut alte două etape: cooperarea simplă și manufactura. Cooperarea simplă a presupus strângerea într-un singur atelier a meseriașilor, deveniți salariați, care continuau să lucreze ca înainte, adică făcând un produs de la început până la sfârșit. Lucrând împreună, se crea o „emulație” ce mărea productivitatea. Manufactura, bazată pe munca manuală, folosind unealta și practicând diviziunea muncii pe operații, permitea o creștere a producției doar prin căi extensive (cantitative) de sporire a numărului de muncitori, deci și a capitalului avansat.

Iată de ce, primele teorii economice nu pun în discuție alți factori ai producției în afara celor trei „clasici”: pământul, munca și capitalul.

Mercantilismul este prima teorie economică ce pune accentul pe balanța comercială favorabilă și dezvoltarea manufacturilor pe seama ei, chiar în detrimentul agriculturii (Nicolae-Văleanu, 1992, 24).

Thomas Mun (1571-1641) arătase că, în afara aurului și argintului, avuția națională constă și în pământ, case, bunuri de consum etc. Alături de pământ, mercanțiștii pun ca factor de producție și cantitatea de monedă (capitalul). Mercantilismul industrialist își găsește promotorul în Jean-Baptiste Colbert (1619-1683) care pune accentul pe dezvoltarea manufacturilor și munca lucrătorilor.

Richard Cantillon (1697-1734), un gânditor „la granița” mercantilismului și „răsăritul” liberalismului (Nicolae-Văleanu, 1992, 41), formulează clar doi factori ai producției: pământul și munca. „Pământul este

sursa sau materia din care se extrage averea, iar munca omului este forța care o produce” (Cantillon, 1755 ; vezi Nicolae-Văleanu, 1992, 40). Se înțelege că, în aceste condiții, problema mării întreprinderi nu se pune ca o temă de interes teoretică și practică.

Reacția la mercantilism a fost dată de fiziocrați ca o reacție la subaprecierea agriculturii și a decăderii sale prin aplicarea doctrinei lui Colbert.

Mercantilismul s-a constituit prin promovarea principiului ce susținea rolul guvernului în reglementarea comerțului și activităților economice. Fiziocrații apar ca promotori ai liberalismului economic „clasic”, adică lăsând statului o cât mai redusă zonă de intervenție în economie.

Reținem această opoziție pentru că va reveni cu o nouă putere în epoca noastră.

Punctul de vedere al intervenției statului este bine formulat în celebra lucrare a lui Bernard de Mandeville (1670-1733), *Fabula albinelor* (1705): „Marea artă de a face o națiune fericită și ceea ce noi numim înfloritoare constă în a da oricui posibilitatea de a găsi o ocupație, iar pentru a înfăptui asta, prima grijă a unui guvern trebuie să fie de a înlesni toate fabricațiile, meseriile și meșteșugurile ce le poate născoci mintea omenească și, a doua, de a încuraja toate ramurile agriculturii și pescuitului pentru a face ca întregul pământ să depună strădanie la fel ca omul” (B. de Mandeville, *Fabula Albinelor*, apud, Nicolae-Văleanu, 1992, 22).

Punctul de vedere opus a fost promovat de fiziocrați. Principiul de bază al liberalismului economic (*laissez-faire*) a fost formulat de Vincent de Gournay (1712-1759). Îi revine lui Adam Smith meritul de a fi fundamentat liberalismul economic „clasic”.

Punctul de vedere al fiziocrațiilor a fost formulat de François Quesnay (1694-1774)

în lucrarea sa *Tableau Economique* (1758), unde se susține: pământul este unica sursă a bogățiilor, iar agricultura le amplifică; terenurile să fie reunite în ferme mari ceea ce duce la scăderea cheltuielilor și creșterea veniturilor; să se mențină libertatea comerțului deoarece „paznicul cel mai bun și profitabil pentru națiune și stat este libertatea deplină a concurenței” (Quesnay; vezi Nicolae-Văleanu, 1992, 28).

Quesnay vorbește de trei clase:

- a) clasa producătoare, formată din cultivatori;
- b) clasa proprietarilor, siguranța proprietății este temelia ordinii economice a societății;
- c) clasa sterilă, formată din industri-ași: muncitori, patroni, comercianți.

Cel care a fundamentat viziunea „clasică” a doctrinei economice a liberalismului a fost Adam Smith (1723-1790). Așa cum reiese și din menționarea anilor săi de viață, Smith a trăit în epoca preindustrială a capitalismului, ceea ce va marca o serie de limite contextuale ale gândirii sale. Pe noi ne vor interesa aici ideile sale cu implicații asupra IMM.

Caracteristicile epocii sunt predominarea sistemului manufacturier al breslelor, dezvoltarea (creșterea) economică specifică epocii (Angliei) pe calea extensivă. Pătrunderea tehnologiei mecanice pe baza energiei aburului era încă la început¹. Așa se explică faptul că în analiza factorilor de producție, la Smith, nu apar explicit nici invențiile tehnologice, nici cunoașterea științifică, iar creșterea economică este văzută doar extensiv, prin mărirea numărului de muncitori productivi și, în consecință, a capitalului avansat în afacere.

Cei trei factori ai producției (pământul, munca și capitalul) își capătă justificarea lor economică, ceea ce se exprimă în principiile repartizării venitului.

Munca este unicul creator de valoare, încât multe „lucruri” cu o mare valoare de întrebuințare nu au valoare de schimb : aerul, apa, bogățiile subsolului în starea lor naturală etc. Această teză va genera multe dificultăți și erori practice, fiind un exemplu al implicării negative a teoriei asupra practicii economice. Munca – „singura măsură universală și precisă a valorii și singurul etalon cu care putem compara valorile diferitelor mărfuri, în toate timpurile și în toate locurile” (Smith, 1962, 28) – nu este însă productivă în orice condiții. Aici apare o mare limitare de context a gândirii lui Smith, cu efecte majore asupra viziunii legate de IMM.

Munca productivă adaugă valoare obiectului asupra căruia se exercită, generând un obiect distinct sau o marfă ce se poate vinde, care durează un timp după ce munca a fost efectuată.

Munca neproductivă este ceea ce am putea numi munca exprimată prin servicii, astfel încât aportul adus de cel ce le execută „dispare chiar în clipa îndeplinirii lor și nu lasă după ele aproape nici o urmă sau valoare care să poată servi apoi la procurarea unei cantități egale de servicii” (Smith, 1962, 223).

Deși recunoaște că multe categorii sociale ce se încadrează în această muncă pot fi „dintre cele mai respectabile”, se pot referi la „unele dintre profesiile cele mai serioase și cele mai importante”, la muncile cele mai nobile și utile, nu produc nimic cu care să se poată cumpăra sau procura apoi o cantitate egală de muncă. Munca tuturor acestora – cum e declarația actorului, discursul oratorului sau melodia muzicantului – dispare chiar în clipa în care s-a produs” (Smith, 1962, 224). Este interesant faptul că Smith nu enumeră nicăieri munca profesorilor sau a oamenilor de știință deoarece aveau, în acea epocă, slabe efecte asupra creșterii

economice (ca și cea a oratorului). Concluzia autorului – deosebit de gravă – este : „muncitorii neproductivi, ca și cei care nu muncesc deloc, sunt toți întreținuți din venit” (Smith, 1962, 224). Ei sunt întreținuți din ceea ce muncitorii productivi pot economisi și, cu deosebire, din renta pământului și profiturile capitalului. Smith recunoaște că un muncitor instruit (mai calificat) este mai productiv, ca și o mașină mai costisitoare, dar care își justifică costul prin profitul în plus pe care-l oferă capitalului. Salariatul ce se instruieste va primi ceea ce a cheltuit și un profit în plus. „Munca pe care învață să o execute [salariatul] este de așteptat că îi va reconstitui, pe lângă salariul unei munci obișnuite, întreaga cheltuială cu instruirea sa, plus cel puțin profitul obișnuit al unui capital de o valoare egală” (Smith, 1962, 72). Și totuși, ceea ce-l face pe muncitor mai instruit și productiv rămâne neproductiv. Această prejudecată, rezultată din modul „obiectiv” de a concepe valoarea ca generată în întregime de producție și materializată în bunuri, continuă să fie prezentă în unele abordări „moderne”.

Această viziune despre „servicii” considerate ca fiind neproductive mai este în parte și astăzi prezentă, generând efecte majore negative. Azi, deși învățământul și cercetarea sunt, în fapt, principalii creatori de valoare, în mentalitatea și practica unora sunt încă socotite neproductive, consumatoare de valoare și de aceea lipsite de atenția cuvenită. Numeroase IMM sunt azi mari producătoare de valoare (venit) prin activitățile de servicii pe care le depun. Acestea trebuie sprijinite și tratate nu ca secundare, consumatoare de venit, dar necesare unei societăți „moderne”, ci ca unități productive de prim ordin. Învățământul nu trebuie sprijinit în măsura în care avem fonduri care „prisosesc”

producției, ci tocmai pentru că devine un producător esențial de valoare, ca și ceretarea.

Reducerea muncii productive la cea care creează „bunuri” este astăzi înlocuită cu viziunea nouă a „economiei de servicii”, a „întreprinderii de servicii” (Giarini, Stahel, 1996, 48).

Se cuvine a aminti și un alt punct de vedere referitor la muncă. Smith teoretizează diviziunea muncii în atelierele manufacturiere capitaliste, care nu mai sunt supuse limitării regimului de breaslă. După el, diviziunea muncii creează un muncitor „îndemânic” prin faptul că reduce „activitatea fiecărui om la o oarecare operație simplă și făcând din această operație singura ocupație din viața sa, mărește, fără doar și poate, foarte mult îndemânarea lucrătorului” (Smith, 1962, 9).

Un asemenea lucrător „specializat”, de fapt descalificat (în raport cu ceea ce era înainte, când meseriașul putea face un produs de la început la sfârșit), nu poate duce la sporirea productivității. Smith vede în procesul de creștere economică o singură posibilitate: „Pentru a spori valoarea producției anuale a pământului și a muncii unei națiuni, nu sunt alte mijloace decât de a spori fie numărul muncitorilor productivi, fie forțele productive ale muncitorilor întrebuințați până atunci. Numărul muncitorilor productivi evident că niciodată nu poate crește prea mult, decât în urma unei sporiri a capitalurilor sau a fondurilor destinate întreținerii acestora. Capacitatea de a produce nu poate spori cu același număr de muncitori decât ca urmare a unui oarecare adaos și a unor perfecționări de mașini și instrumente ce înlesnesc și scurtează munca sau ca urmare a unei mai bune repartiții sau diviziuni a muncii. Și într-un caz, și în altul este nevoie aproape întotdeauna de o sporire de capital” (Smith, 1962, 231).

Cu alte cuvinte, Smith pare a fi primul care introduce în procesul de creștere economică inovația tehnologică și pe cea organizațională. Dar, indiferent de calea folosită, creșterea economică implică una de capital, ceea ce conduce la ideea creșterii în dimensiune a întreprinderilor.

Pe vremea sa, majoritatea firmelor erau mici și mijlocii, dar Smith emite ideea conform căreia diviziunea muncii, trecerea de la un muncitor care execută diverse operații la unul „specializat” doar pe câteva, duce la creșterea producției ca urmare a sporirii capitalului. Smith vede utilitatea socială a micilor firme în a oferi servicii pe măsura necesităților individuale. Astfel „dacă nu ar exista comerț de măcelărie, fiecare om ar fi silit să cumpere un bou întreg sau o oaie întreagă” (Smith, 1962, 243). Dar rolul de bază în creșterea economică îl vor juca firmele ce vor putea pune în folosință un capital cât mai mare.

Introducând progresul tehnologic și inovarea în organizare ca factori noi ai creșterii, Smith omite rolul managerului, al antreprenorului, reducându-l la activitatea deținătorului de capital (patronului). Ce e drept, Smith consideră că „persoanele ale căror capitaluri sunt utilizate în unul dintre aceste patru moduri² sunt, de altfel, și ele lucrători productivi. Munca lor, când este bine condusă, se fixează și se realizează în obiectul sau în produsul destinat vânzării și, în general, adaugă la prețul acestei mărfi cel puțin valoarea întreținerii lor și a consumului personal. Fermierul, manufacturierul, comerciantul și detailistul își obțin profitul din prețul mărfurilor pe care le produc primii doi și le cumpără și vând ceilalți doi” (Smith, 1962, 243).

Pe vremea lui Smith, conducătorul era proprietarul și conducea în virtutea dreptului său de proprietate. Se înțelege de ce Smith nu introduce conducerea ca un factor deosebit de capital, deși distinge funcția

de conducere de cea a capitalistului. El folosește termeni precum „întreprinzător”, „antreprenor”, „patron” ca echivalenți pentru deținătorul de capital.

Și totuși, Richard Cantillon a introdus termenul de „antreprenor” înainte ca Adam Smith să-și publice lucrarea. Cantillon, în lucrarea *Eseu asupra naturii comerțului* scrisă în 1720, dar publicată în 1775, a studiat oamenii care folosesc unele oportunități ale piețelor pentru a cumpăra ieftin și a vinde mai scump, arătând că „acest tip de activitate nu implică producția și nu necesită absorbirea fondurilor de personal ale antreprenorului, deși el a făcut frecvent acest lucru. Pe scurt, pentru Cantillon, conducerea antreprenorială este o chestiune de anticipare și dorință în asumarea riscului, care nu are legătură neapărat cu angajarea forței de muncă în procesul productiv. Cantillon n-a lăsat nici o îndoială asupra diferenței dintre funcțiile antreprenorului și cele ale capitalistului” (Blaug, 1992, 495).

Antreprenoriatul va deveni mai târziu un important factor de producție și va schimba radical problematica IMM.

Smith s-a oprit la procesele de creștere economică, sesizând tendința de sporire a rolului marilor unități productive față de micile ateliere meșteșugărești ale vremii sale.

A doua etapă în evoluția istorică a IMM începe prin „revoluția industrială” (1750-1790) și apariția mării industrii.

Revoluția industrială modernă are la bază apariția mașinii cu abur, aceasta deschizând calea marilor întreprinderi mașiniste³. Întreprinderea industrială modernă are la bază noua tehnologie de mare productivitate și duce mai departe diviziunea internă a muncii pe operații (din manufactură), generând specializarea mașinilor ca mijloc de practicare a noii diviziuni a muncii, trecând treptat de la abilitatea lucrătorului

la performanțele mașinii. Munca la mașina mecanică implică un capital din ce în ce mai ridicat, concentrarea unei tehnologii de mare putere, consum de energie, stocuri mari de materii prime și un număr tot mai considerabil de salariați.

Vechile ateliere meșteșugărești se văd puse în fața unei dificile concurențe, multe nerezistând luptei cu marea industrie (cu o productivitate mai mare și prețuri de cost mai reduse), fiind „înghițite” de aceasta.

Dar o parte însemnată a acestor ateliere se transformă în mici unități industriale, folosind unele mașini, alături de munca de tip meșteșugăresc. Acestea sunt adevăratele IMM, *IMM de generația a doua*, întreprinderile industriale mici și mijlocii. Menținute la început la periferia economiei industriale, deținând o pondere relativ redusă și jucând un rol minor, IMM devin tot mai importante. Se creează un tip de *simbioză* între IMM și marile întreprinderi.

Pe de o parte, marile întreprinderi industriale sunt cele capabile să concentreze forțele principale ale cercetării-dezvoltării și să asigure o masă mare de produse la un preț mai scăzut. Producția și consumul de masă dau putere competitivă întreprinderilor mari.

Pe de altă parte, IMM pot „trăi” prin cooperare cu marile întreprinderi oferindu-le unele servicii (lucru în subcontractare, mici furnizori, servicii de desfacere etc.) și acoperind unele „nișe” care nu sunt rentabile pentru marile întreprinderi⁴.

I-a revenit lui John Stuart Mill (1803-1873) să elaboreze un fundament teoretic al supremației marilor întreprinderi. În cartea sa, *Principiile economiei politice* (1848), continuându-l pe Adam Smith (pământul și forța de muncă fiind considerați cei doi factori „originali” de producție), Mill prezice dezvoltarea firmelor de afaceri

pe seama progresului economic prin inovații, care economisesc forța de muncă, terenul sau capitalul (Blang, 1992, 225). Această teză va sta la baza teoriilor legate de concentrarea și acumularea capitalurilor, a creșterii rolului marilor firme, dar și a pericolului situației de monopol pe care Mill l-a subliniat. „Legea creșterii (acumulării) capitalului” este socotită drept una dintre „legile” specifice economiei (Nicolae-Văleanu, 1992, 79). La desfășurarea acesteia, Mill introduce realizările în știință și tehnologie, „ceea ce sporește puterea generală a omului asupra naturii, în special prin întregul progres în cunoaștere și prin stăpânirea dobândită astfel asupra proprietăților și acțiunilor agenților naturali” (Mill; vezi Nicolae-Văleanu, 1992, 89-90).

Karl Marx (1818-1883) va lua această teză, făcând din ea un argument al necesității înlăturării capitaliștilor ce devin tot mai puternici economic, dar mai puțini și „nefolositori”. Din punctul de vedere al temei noastre, se cuvine a preciza câteva aspecte. Socotind ca „lege fundamentală a dezvoltării capitaliste” (Blang, 1992, 309) creșterea compoziției organice a capitalului (prin creșterea absolută și relativă a capitalului fix), Marx conchide că evoluția capitalismului duce la concentrarea și utilizarea capitalurilor, adică a mărimii firmelor și reducerea numărului lor. Se generează o tot mai mare „polarizare” a societății, între capitaliști (puțini la număr) și muncitori, grupurile „de mijloc” reducându-se tot mai mult. Tocmai aceste teze au marcat ideea că IMM nu au nici un viitor în perspectiva evoluției capitalismului. Așa-zisa „lege generală absolută a acumulării capitaliste” duce la concentrarea bogăției la un pol al societății și a sărăciei la celălalt pol (prin pauperizarea relativă și absolută a muncitorilor), lipsind IMM de orice bază social-economică.

O schimbare importantă în gândirea și practica economică legată de IMM o va realiza așa-zisa „revoluție marginală”. Este vorba de trecerea de la abordările de tip „obiectiv” spre cele „subiective”.

De la Smith la Marx, economia se baza pe o viziune „obiectivă”, considerând procesele economice ca fiind guvernate de „legi obiective”, ceea ce lăsa un loc redus acțiunii agenților individuali ai schimbării, inclusiv a antreprenorilor. Munca era considerată ca un „etalon” universal și obiectiv, valoarea fiind creată în sfera producției și independentă de consum și comportamentele consumatorilor.

Noua viziune mută terenul de analiză a proceselor economice în spațiul social al secțiunii individuale, a persoanelor „reale”, concrete, ale căror comportamente sunt generate de factori subiectivi (preferințe, obiceiuri, înclinații psihologice, motivații). Atenția economistului se îndreaptă acum spre sfera consumului, a schimbului, circulației, relativizând și subiectivizând valoarea.

Unilateralitatea tratării strict obiective a „economiei clasice” este înlocuită cu o nouă viziune, tot unilaterală, a economiei „neoclasice” bazată pe subiectivitate.

Carl von Menger (1840-1921), promotor al școlii austriace, pune pe primul loc individul, aprecierea valorică a unui produs fiind dată nu de munca încorporată în el în sfera producției, ci de măsura în care acesta satisface trebuințele omului pe o scală descendentă în raport cu importanța sa la un moment dat.

Cu toate limitele sale, marginalismul are și azi o importanță teoretică și practică reală. În condițiile în care bunăstarea populației face ca oamenii să posede un minim de înzestrare cu bunuri de consum, cerearea începe să se diferențieze tot mai mult pe criterii de subiectivitate. Utilitatea nu se mai raportează la o trebuință imperioasă

(lipsa produsului), ci la preferințe privind același produs prin diferențierea lui după utilitatea serviciilor pe care le poate satisface. În aceste condiții, producția de masă începe să-și restrângă sfera de acceptabilitate, consumul putându-se cantona pe segmente reduse de cerere, ceea ce creează terenul favorabil IMM.

Alfred Marshall (1842-1924) arătase că teoria cererii reprezintă un subiect „care până nu demult a fost neglijat”. Interesul său pentru formarea preferințelor consumatorilor rămâne și azi justificat.

Îi revine lui John Maynard Keynes (1883-1946) meritul de a fi elaborat o teorie economică bazată pe o nouă paradigmă. Așa-zisa „revoluție keynesiană” a marcat sfârșitul definitiv al „doctrinei *laissez-faire*-ului” (Blaug, 1992, 691). Creând o „teorie a capitalismului organizat”, Keynes aduce în centrul teoriei economice problematica limitelor mecanismelor pieței și cerința intervenției statului în economie.

Keynes vorbește despre „trei legi psihologice fundamentale” care ar governa cererea solvabilă (Nicolae-Văleanu, 1992, 175):

a) legea înclinației spre consum: creșterea consumului atunci când cresc și veniturile, dar și economisirea unei părți din venit;

b) legea înclinației întreprinzătorilor spre eficiența marginală a investițiilor noi: tendința de a investi în raport cu o cotă de profit pe care o urmăresc;

c) legea înclinației spre valori lichide: preferința de a păstra banii economisiți în formă lichidă, dacă profiturile investiției lor în domenii productive nu sunt mai mari).

„Neokeynesiștii” (Samuelson, Myrdal, Harrod și alții) dezvoltă teza intervenției statului în dinamica economică.

Paul Anthony Samuelson susține teza necesității dirijării economiei de piață și corijarea funcționării sale prin mecanisme induse.

Parteneriatul public-privat a devenit astăzi un principiu de bază în politicile economice ale Uniunii Europene.

Dar orice exagerare este greșită și periculoasă. Reacția liberală la gândirea keynesistă nu s-a lăsat așteptată. Milton Friedman readuce în discuție retragerea statului din economie și revigorarea instrumentelor pieței. Ca și în cazul discuțiilor referitoare la abordările obiective sau subiective nici cele privind rolul statului nu pot fi rezolvate printr-un răspuns unilateral, de tipul sau/sau, ci de unul complementar, și/și.

Analiza actuală a IMM presupune și rolul statului în sprijinirea acestora, dar și perfecționarea mecanismelor de piață în promovarea competiției libere. Este esențial să se ia în considerare că trăim într-o epocă în care nu numai că răspunsurile la vechile probleme se pot modifica, dar și întrebările însele se reformulează ca urmare a trecerii spre o nouă economie, cea bazată pe cunoaștere. Și nu numai atât; această trecere spre o nouă economie se conjugă cu alte procese majore: globalizarea, trecerea de la economia de masă spre economia personalizată, promovarea dezvoltării durabile. În acest nou context, problematica IMM se modifică radical. În continuare vom căuta să prezentăm câteva teorii relevante ce ar putea să ne ofere o înțelegere a oportunităților și limitelor dezvoltării IMM.

În *logica economiei de masă*, IMM au o poziție secundară și fără perspective deosebite. Îmbinarea dinamicii economiei de masă cu procesele de globalizare și chiar cu cele ale trecerii spre economia bazată pe cunoaștere, pune întreprinderile mici și mijlocii în situații diverse, uneori contradictorii și chiar paradoxale. Economia de masă funcționează pe baza unei standardizări a cerințelor consumatorilor, ceea ce generează standardizarea produselor și a criteriilor de concepere, producere,

desfacere și consum. În contextul trecerii spre economia bazată pe cunoaștere, marile întreprinderi au avantaje deosebite, putând concentra forțele principale ale cercetării-inovării sau stăpâni mijloacele de acces la rezultatele cercetării-inovării. Globalizarea dă marilor întreprinderi puteri sporite de a dicta regulile competiției prin capacitatea de a inova și a reduce prețul de cost al produselor masificate.

Dar aceleași procese pot induce și o situație contrară. Globalizarea poate duce la efectul său paradoxal și anume consolidarea proximității. Costurile ridicate ale unor procese localizate la mari distanțe pot fi evitate prin procedee de inițiere a unor relații de proximitate în care firma mare să dezvolte în jurul său o rețea de întreprinderi mici și mijlocii.

Ceea ce este de reținut se referă la imposibilitatea de a da un singur tip de răspunsuri la întrebarea: care este perspectiva IMM în actualele contexte? Diferite tipuri de abordări teoretice își dispută verosimilitatea, de cele mai multe ori fiind complementare și nu exclusive. Astfel, vom avea în vedere teorii de tip structural, în care centrul atenției se îndreaptă spre context și comportarea firmei, și teorii bazate pe agentul schimbării, pe indivizi, unde un loc prim îi va reveni managerului. Vom găsi teze bazate pe producția de masă sau altele promovând producția personalizată.

Noi factori și anume managerul (antreprenorul), cunoașterea, inovarea, capitalul social sau capitalul emoțional și intelectual etc., vor intra în discuție, alături de cei „clasici” (pământ, muncă, capital).

Unul din marii sociologi care au adus în discuție aceste noi probleme este Daniel Bell care, în lucrarea sa fundamentală *The Coming of Post-industrial Society*, are meritul de a fi elaborat o teorie „bine construită” (Karl Popper) asupra societății

post-industriale (denumită de acesta și „societatea cunoașterii”) și a sesizat noul rol al întreprinderilor mici. Societatea industrială are drept „arhetip” fabrica (Bell, 1973, 162). „Societatea industrială, în Vest, a fost marcată de trei trăsături distinctive: creșterea marilor corporații ca prototip al tuturor întreprinderilor de afacere; amprenta mașinii și a ritmurilor sale asupra caracterului muncii; conflictul de muncă în calitate de formă a conflictului de clasă polarizat” (Bell, 1973, 161). Dominând în producție, marile întreprinderi lasă loc micilor firme în special în sectorul serviciilor. Micile firme devin caracteristice cu deosebire în cercetare, ceea ce ar putea crea un alt „arhetip” pentru societatea post-industrială.

Specificul modelului american al economiei este explicat de Daniel Bell. „Mărimea, în vocabularul american, înseamnă putere, iar mărimea afacerii a fost percepută atât ca o amenințare economică, cât și ca una politică pentru democrație. Mărimea economică echivalează cu puterea de piață sau cu abilitatea de a controla, în anumite limite, prețul produselor oferite spre vânzare” (Bell, 1973, 270-271). În ultimul timp, în economie s-a produs o clară diferențiere între mărime și control pe piață. O schimbare și mai importantă s-a petrecut pe plan ideologic: mărimea nu mai este relevantă pentru performanță. Această nouă realitate are efecte practice multiple și importante.

Schimbarea are la bază rolul esențial al inovației în noua economie bazată pe cunoaștere. Bell este cel ce a adus în discuție aspecte noi ale economiei: managementul în societatea și economia cunoașterii ca fiind centrat pe asigurarea calității relațiilor umane. În acest context, conceptul de corporație trebuie privit în alt sens: „Corporațiile sunt instituții cu scop economic, dar ele sunt, de asemenea,

modalități de viață pentru membrii lor” (Bell, 1973, 287).

Micile firme pot asigura mai ușor satisfacerea cerințelor „noii etici”. Bell devansează cu mult timp Uniunea Europeană promovând teza „responsabilității sociale” a corporației, căci „corporația este o lume socială cu obligații sociale față de membrii săi” (Bell, 1973, 291), ca și față de comunitate și mediu. Performanța are la bază criteriul valorice care depășesc aspectele strict economice, de aceea mărimea nu mai este criteriul de prim ordin al performanței (în competiția pentru preț). O nouă „ideologie” a afacerilor americane se dezvoltă și implică o nouă fundamentare a „legitimării” (Bell, 1973, 172). IMM pot asigura performanță fără a se sprijini pe avantajele mărimii, ci pe cele ale dinamismului, prezenței pe nișe mici ale piețelor, adaptabilității ușoare la cerințele consumatorilor etc.

Devenită noua și principala resursă, cunoașterea oferă IMM capacitatea de a concura pe noile piețe printr-un management al inovării. Apar și se dezvoltă *IMM de generația a treia*, de înaltă tehnologie, bazate pe bunuri intangibile, concurând cu succes pe unele piețe cu marile unități.

Când Bell își publica lucrarea amintită, apare o nouă carte cu un titlu șocant: *Small is beautiful* (Schumacher, 1973).

Volumul face o analiză critică a filosofiei și practicii economice a vremii. „Una din erorile fatale ale timpului nostru este de a considera rezolvată problema producției” (Schumacher, 1973, 13). Autorul introduce o terminologie nouă, cum ar fi „capitalul natural”, pentru a evidenția rolul „naturii” în producerea reală de valori, introducerea „înțelepciunii” în economie,

știință și tehnică, discutarea „economiei durabilului” pe baza „înțelepciunii” și „chiar să integreze înțelepciunea în propria sa structură” (Schumacher, 1973, 34).

Abordarea „dimensiunii” în economie devine o problemă, în primul rând, de atitudine înțeleaptă, „mașini mereu mai mari, antrenând concentrări de putere economică tot mai mari și violând tot mai mult mediul, nu reprezintă deloc progresul: ele sunt tot atâtea respingeri ale înțelepciunii” (Schumacher, 1973, 34).

Savanții și tehnicienii trebuie să ofere noi metode care să fie:

- destul de ieftine pentru a fi accesibile aproape întregii lumi;
- capabile de aplicare la o scară redusă;
- compatibile cu nevoia de creativitate umană.

Acțiunea pe scară redusă generează responsabilitate, interes direct și reduce proporția riscului.

Perspectiva oferită de Schumacher se deosebește de cea a lui Bell, mizând cu deosebire pe criteriile noneconomice directe (estetica, etica, ecologia, concepțiile etc.). „Întreaga istorie – la fel ca și experiența cotidiană – subliniază faptul că omul, nu natura, furnizează resursa de bază. Factorul-cheie al întregii dezvoltări economice este fructul spiritului uman (...) Putem deci afirma că educația este, în sens propriu, cea mai vitală dintre toate resursele.” (Schumacher, 1973, 99).

Există însă diferite teorii din spațiul cercetării științifice care argumentează o poziție sau cealaltă.

Teoriile care optează pentru *primatul marilor întreprinderi* în economia contemporană pun accentul pe contexte și firmă.

Teoria dependenței de resurse

Elaborată de sociologii californieni Jeffrey Pfeffer și Gerold R. Salancik, teoria dependenței de resurse are la bază o abordare ce explică modul în care firmele alocă resurse prin factori exteriori acestora (Pfeffer, Salancik, 1978; vezi Hoffman, 2004, 183).

Firmele nu sunt autonome, deoarece depind permanent de resursele de care au nevoie. Aceste resurse sunt însă la dispoziția altor firme care le produc, comercializează, folosesc. Ele formează niște „cvasipiete” în care se confruntă diverse firme pentru stăpânirea resurselor. Fiecare firmă (organizație) se află într-o rețea interorganizațională. În raport cu caracterul critic (importanța unei resurse) și accesibilitatea la această resursă critică (insuficiența), managerul poate elabora „contradependențe”: să modifice constrângerile (prin folosirea lor pe o perioadă de timp mai mare), să modifice interdependențele (prin fuziune, extindere, alianțe etc.), să ajusteze mediul exterior (prin colaborări și angajări reciproce) și să modifice legitimitatea mediului (prin acțiuni politice: obținerea de subvenții avantajoase sau alte oportunități, acuzarea competitorilor că încalcă regulamentele etc.).

Se înțelege că puterea de a accede la resurse și de a realiza „contradependențe” dă șanse sporite întreprinderilor mari.

Este interesant că actualmente Pfeffer ajunge la o nouă viziune, punând pe primul loc acțiunile inovative ale firmelor, și anunță apariția unei „noi ere” caracterizată prin tendința de individualizare, autoactualizare. Această nouă situație conduce la o schimbare în ceea ce privește modul de a se evalua mărimea organizațiilor. „Dacă suntem neîncrezători cu privire la politicile marilor organizații, putem trage concluzia că organizațiile mai mici reprezintă o alternativă mai bună.

Într-adevăr, este evident faptul că mărimea medie a instituțiilor din Statele Unite este în scădere. Aceasta se datorează nu numai considerentului că noi am devenit mai mult o economie a serviciilor și mai puțin o economie manufacturieră, chiar în sfera manufacturii mărimea medie a întreprinderilor și firmelor este în descreștere” (Pfeffer, 2004, 252).

Noua tendință constă în părăsirea luptei pentru putere și influența în favoarea unei lumi a ceea ce este mai mic, organizații mai simple, cu o interdependență internă mică, fără disciplină internă etc.

Interdependența *dintre* firme crește pe măsură ce interdependența *din interiorul* firmelor sporește. Aceasta ar fi o nouă variantă a teoriei dependenței de resurse. Micșorarea multor corporații se realizează printr-un proces de reducere a personalului, folosirea unor salariați cu contract parțial, temporar, renunțând la serviciile interne de personal și apelând la alte organizații pentru recrutarea, selectarea, pregătirea și calificarea lor.

Teoria ecologiei populației (Michael Hannan, John Freeman și Howard Aldrich) presupune dependența organizației de resurse, dar pune accentul pe acțiunea predominantă a mediului, lăsând organizației un spațiu mai redus de acțiune. Organizațiile ce folosesc un fond comun de resurse sunt competitiv interdependente, formând o populație. Trei procese generează dinamica populației: *variația* – generată de regulă de inovația managerială prin nașterea unei noi organizații, dar și prin adaptarea celor existente; *selecția* – fiecare dintre nișe poate susține o densitate limitată de organizații, iar când densitatea lor devine de nesuportat începe eliminarea; *conservarea* – când densitatea nu este la limită. Mediul este dat de organizațiile competitive pe

aceeași nișă. Cu cât aceste organizații sunt mai mari, cu atât ele au o putere sporită de a înlătura concurența prin „înfometarea” (lipsirea lor de resurse) și eliminarea acestora de pe „culoar”. Inovarea poate mări puterea de supraviețuire prin diversificarea necesarului de resurse și intrarea firmei pe alte nișe mai puțin aglomerate. Întreprinderile mici pot supraviețui în măsura în care se „pliază” pe nișe mici din care marile firme nu pot să-și asigure resursele necesare. Teoria ecologică pune în centrul său principiul echilibrului dinamic; altfel spus, intrările și supraviețuirea firmelor oscilează în raport cu scăderea sau creșterea densității în jurul unui optim de echilibru.

Teoriile evoluționiste pun în evidență un proces „normal” de creștere a întreprinderilor. Nou-veniții încep de regulă sub formă de întreprinderi mai mici, dar ca urmare a existenței producției de masă, acestea nu vor putea rămâne viabile. „În economiile de scală, noua întreprindere trebuie să crească pentru a supraviețui.” (*Observatory of European SMEs. SMEs in Europe 2003*, European Commission, 13).

Teoria ciclului de evoluție a întreprinderii, elaborată de Alfred D. Chandler, oferă un model de analiză a creșterii întreprinderilor în contextul economiei de masă. „Cercetarea lui Alfred Chandler oferă un model teoretic necesar și un suport empiric larg pentru creșterea marilor întreprinderi industriale în afacerile americane.” Corporațiile care investesc la început în producția și marketingul de masă îmbrățișează economiile de scală și scop, care le asigură, conducerea inițială contra competitorilor ulteriori.” (Sull, 2004, 108).

Extinzând teoriile privind ciclul de viață al întreprinderii la evoluția industriei în general, Steven Kleppes susține că „industriile noi trec prin trei stadii: o

fază de început, de creștere în timpul căreia intră mulți noi competitori; o perioadă de excludere când multe firme noi ies într-o scurtă perioadă de timp; o fază de maturitate caracterizată prin intrare limitată și treptată epuizare a firmelor existente” (Sull, 2004, 123).

Chandler a adus exemple evidente conform cărora acele firme care au investit mai devreme pentru a realiza economiile de scală și scop au păstrat poziții capabile a fi apărate pentru etapele viitoare. Importanța acestor avantaje ale primului actor pot fi socotite ca oferind perspectiva cea mai bună pentru o analiză istorică a afacerilor.

Odată cu intervenția cunoașterii și a inovațiilor pe baza cunoașterii ca noi factori de primă importanță în relațiile de competiție dintre firme, teoriile care puneau pe primul loc creșterea în dimensiune și putere economică au început să nu mai fie aplicabile.

Noi abordări încep să-și facă loc. Ele vor sublinia rolul de primă importanță al antreprenorului și al inovațiilor bazate pe cunoaștere în procesele de apariție, supraviețuire și competitivitate. Odată cu această nouă perspectivă se va schimba și abordarea întreprinderilor mici și mijlocii. Ele nu vor mai fi privite ca secundare, protejate, fără forță competitoare, ci ca reprezentând „coloana vertebrală” a noii economii bazate pe cunoaștere. Ideile, în mare parte vizionare, ale lui Daniel Bell își vor găsi o tot mai largă aplicabilitate.

Noile teorii nu sunt doar „mai bune” în a explica situația IMM în actualele contexte, ci reprezintă instrumente importante de acțiune pe baza cărora se edifică noua economie a cunoașterii pe bază de IMM, „întreprinderile mici trebuind să fie considerate ca principalul generator de inovare, locuri de muncă și integrare

socială și locală în Europa” (*European Charter for Small Enterprises*, European Commission, 2000, 1).

Dintre teoriile care vin să argumenteze nu numai posibilitatea existenței IMM în epoca actuală, ci mai mult, importanța lor crescândă, menționăm :

Teoria alocării de resurse elaborată de Joseph Bower (1970) și Robert Burgelman (1983) prezintă o perspectivă opusă teoriei dependenței de resurse. Conform acesteia, alocarea este un proces intern firmei (față de teoria dependenței care pune accentul pe contextul exterior), ca urmare a acțiunii managerilor de nivel mediu în ierarhia organizației. Ca atare, organizațiile nu sunt pasive în adaptarea lor la mediu și în suportarea presiunilor acestuia. Managerul poate genera *răspunsuri inovative*. Tocmai această dimensiune esențială introdusă în calculul managerial aduce elemente noi în analiza IMM.

O teorie ce încearcă să unească viziunea dependenței de resurse cu cea a alocării resurselor a fost prezentată mai recent de către același Bower, împreună cu Clayton Christensen (2004). Teoria analizează „procesul prin care cerințele clienților unei firme modelează alocarea resurselor în inovația tehnologică, model ce leagă teoriile dependenței de resurse și alocării resurselor” (Christensen, Bower, 2004, 170). Concluziile autorilor sunt: firmele existente conduc industriile în dezvoltarea tehnologiilor de orice fel – chiar cele radicale; oricând tehnologiile se adresează unor nevoi existente ale consumatorilor. Aceleași firme eșuează în dezvoltarea celor mai simple tehnologii, care inițial erau utile doar în cadrul piețelor în emergență, ca urmare a puternicelor legături pe care se sprijină și a modului în care sunt alocate resursele vizând programe bazate pe clienți puternici.

Proiectele ce vizează tehnologii pentru care clienții nu există încă, eșuează ca

urmare a lipsei de forță și resurse. Ca o consecință a faptului că rata progresului tehnic depășește performanța cerută de către piață, tehnologiile ce sunt folosite inițial doar pe piețe emergente le pot invada ulterior pe unele dintre cele principale, purtând firmele nou venite spre victoria asupra companiilor existente.

Aceste considerente pot fi în avantajul unor IMM pentru a pătrunde cu succes pe piețe dominate (până mai ieri) de firme puternice, care se conduc după succesul lor trecut față de clienți.

Este vorba despre „inertă activă”, un termen care poate fi folosit „pentru a descrie tendința unei organizații de a persista în activitățile care au contribuit la succesul ei din trecut, chiar în ciuda celor mai dramatice schimbări în mediul competitiv” (Sull, 2004, 121).

Modelul clusterelor și IMM

Teoriile și practicile actuale în domeniul clusterelor aduc noi și importante elemente în sprijinul perspectivelor IMM.

În trecut, clusterelor implicau o practică ce favoriza întreprinderile mari și puternice. În fazele de început ale industriei, clusterelor, funcționând în cadrul producției și a consumului de masă, reprezentau un mijloc de a bloca pătrunderea noilor firme (în special de talie mică) pe piețele controlate de ele. În noile condiții ale economiei bazate pe cunoaștere și inovație sistematică, IMM capătă noi oportunități de acțiune.

Modelele neliniare ale inovației consideră că aceasta ar putea fi promovată de firme independente de mărimea lor. „Foarte adesea, organizațiile mai mici și informale sunt la originea celei mai inovative gândiri. Aceasta pare să fie confirmată de studiile ce analizează ipotezele neoschumpeteriene

conform cărora relațiile dintre mărimea firmei și rezultatul inovativ este neliniar. Totuși, IMM se confruntă cu o serie de dificultăți în realizarea potențialului lor inovativ. Lipsa abilităților necesare, lipsurile financiare, cele de capabilități manageriale sau accesul limitat la rețele externe împiedică adesea IMM să fie dezvoltate și să inoveze.” (Navarro, 2003, 10).

Noile viziuni bazate pe antreprenoriat și cunoaștere depășesc viziunea „substanțialistă” asupra mediului firmelor văzută ca un dat, ca o existență exterioară firmei, independentă de aceasta și care acționează prin constrângeri și imperative de supra-viețuire.

Teoriile și practicile moderne privesc mediul ca o construcție a organizațiilor, ca un proces de instituire de către organizații a noilor configurații și tendințe. Clusterelor și rețelele sunt create de organizațiile care nu se mulțumesc cu adaptarea la ceea ce există, ci își impun modul lor de gândire și acțiune creând zone noi ale mediului și reconfigurând mediul pe baza unor strategii inovatoare.

Clusterelor se constituie de regulă în jurul unei întreprinderi mai mari, a unui institut de cercetare sau universitate, instituindu-se o rețea de organizații eterogene (de cercetare-inovare, producție, aprovizionare, desfacere, consultanță, marketing etc.), ce creează „megaclusterelor” sau „clusterelor de clusterelor” (Navarro, 2003, 13). În aceste structuri noi, IMM își găsesc un rol specific – acela de a realiza transferul de la creatorii de inovație spre masa producătorilor inovativi. Michael E. Porter a dezvoltat „o teorie bazată pe clusterelor”, prezentând rolul mediului modelat de clusterelor (Porter, 1990). Autorul subliniază modul în care activitatea inovativă pe bază de clusterelor este modelată de patru factori principali: a) disponibilitatea inputurilor inovative de înaltă calitate și specializate

(în primul rând capitalul uman și cunoașterea acumulată); b) contextul local competitiv, incluzând protejarea proprietății intelectuale, rivalitatea locală și deschiderea spre competiția internațională; c) natura condițiilor cererii locale; d) densitatea și interconexiunea industriilor legate vertical și orizontal în clusterelor. În asemenea clusterelor, IMM găsesc un mediu favorabil de dezvoltare competitivă, devenind IMM *high-tech* și contribuind activ la puterea competitivă a clusterului (*Industrial Policy in the Economic Literature. Recent Theoretical Developments and Duplications for EU Policy*, 13-14).

Rețelele eterogene de cooperare (Callon, Lorédo, Mustar, 1995) au o capacitate sporită de promovare a IMM prin crearea unor numeroase tipuri de organizații care devin „operatori de transfer” și joacă un rol de importanță majoră în funcționarea rețelei și a firmelor mari.

Aceste rețele au menirea de a lega unități eterogene ca tip de activitate (întreprinderi industriale de diferite dimensiuni, unități de învățământ și cercetare, furnizori, comercianți, finanțatori, organizații ale consumatorilor etc.), evitând relațiile de piață între acestea.

Rețelele eterogene de cooperare creează un mediu de afaceri deosebit de favorabil pentru IMM de o mare varietate, sub forma „operatorilor de transfer”: consultanță, laboratoare experimentale și de analiză, incubatoare, unități de pregătire și angajare a specialiștilor, unități cu funcție de „integratoare de proiecte”, organizații ale consumatorilor, oficii de asistență juridică etc. Ceea ce e important constă în faptul că IMM industriale intră în cooperare cu marile întreprinderi oferindu-le unele servicii și beneficiind de transferul de cunoaștere și inovare (Hoffman, 2000).

Rolul important al IMM (în special al celor de generația a treia) are la bază o

nouă viziune teoretică asupra factorilor de dezvoltare a economiei. Noii factori ai economiei cunoașterii, implicați de *modelul antreprenorial* axat pe două dimensiuni (cunoașterea și „capitalul antreprenorial”), sunt accesibili întreprinderilor mici și mijlocii (*Observatory of European SMEs*, 11) și dau acestora putere competitivă în raport cu întreprinderile pe scală mare.

S-au elaborat o serie de noi teorii care vin să argumenteze rolul IMM în contextele actuale ale economiei bazate pe cunoaștere :

a) IMM ca unitate autonomă ce aplică noi idei generate în întreprinderile mari (funcția de *spin-off* și *spillover* a IMM).

David Audretsch (Audretsch, Fritsch, 2002) a elaborat o teorie care mută perspectiva de analiză de la factorii exteriori întreprinderii spre indivizi precum oameni de știință, ingineri, antreprenori, inventatori etc., ce devin actori ai economiei cunoașterii. Problema centrală devine modul de comportare a acestor agenți : dacă ei au o contribuție importantă în dezvoltarea unei idei, vor căuta s-o aplice. Dacă vor putea realiza acest fapt în întreprinderea în care lucrează, nu vor avea motive s-o părăsească. Dar dacă acordând o mare valoare ideii pe care au formulat-o (ca invenție) și dacă nu vor avea condiții să aplice această idee în întreprinderea unde lucrează, atunci ei vor hotărî să înființeze o nouă întreprindere prin care să exploateze creația lor ideatică. Noua întreprindere, mică, își compensează lipsa propriilor sale forțe de cercetare-dezvoltare îndeplinind o funcție de transfer sau de *spin-off*⁵.

Aceste noi întreprinderi (*start-ups*) au succes în „exploatarea cunoașterii și a experienței provenite din laboratoarele de cercetare-dezvoltare existente la foștii angajatori” (*Observatory of European SMEs*, 14).

b) Pătrunderea de noi IMM pe nișe mici, specializate. Michael E. Porter (1998,

78), folosind unele idei din teoria ecologiei populației, a arătat că, cu cât o competiție este mai puternică, cu atât poate facilita intrarea de noi întreprinderi specializate pe o nișă de produse specifice. Explicația dată și de Jane Jacobs (1969) constă în faptul că intrările și serviciile complementare necesare competiției pe nișe specializate sunt mult mai la îndemâna IMM decât a întreprinderilor mari.

c) A treia abordare a rolului capitalismului antreprenorial în crearea de IMM constă în generarea de diversitate printre întreprinderi.

Dacă în cazul precedent capitalul antreprenorial genera creșterea numărului de întreprinderi, în această abordare este vorba de creșterea varietății de întreprinderi dintr-o localitate. Hannan și Freeman (creatorii teoriei ecologiei populației – 1988) evidențiaseră că fiecare populație de organizații (adică acele organizații ce folosesc aceleași resurse ale unei nișe) intră în competiție pentru supraviețuire. Ca mijloc de asigurare a resurselor necesare, organizația are la dispoziție capacitatea de diferențiere (variabilitate) prin inovații antreprenoriale. Prin aceasta, o organizație poate supraviețui (chiar și atunci când pe nișa ecologică au apărut prea multe întreprinderi care depășesc limita densității acceptabile). Diferențierea (variabilitatea) extinde nișa pe care o întreprindere o exploatează și mărește puterea de supraviețuire. IMM au capacitatea deosebită de a se „plia” pe nișe mici, mobile, în formare, acolo unde întreprinderile mai mari întâmpină greutăți, fiind mai rigide.

Iată cum, aceeași teorie (a ecologiei populației) poate fi folosită în practici manageriale diverse (argumentând posibilitatea sau imposibilitatea dezvoltării IMM), în raport cu tipul de management folosit. În teoriile recente, care părăsesc viziunea producției și consumului de masă

și dau prioritate consumatorilor personalizați și managementului inovativ (antreprenorial), IMM au oportunități deosebite de dezvoltare, fiind capabile de o mare flexibilitate și mobilitate pe nișe dinamice și diferențiate.

Există și o altă modalitate de clasificare a teoriilor conexe întreprinderilor mici și mijlocii (Tecce, Pisano, Shuen, 2004). Abordarea pe care o prezentăm are la bază luarea în considerare a rolului managerului în condițiile schimbării rapide. Schumpeter pune în evidență problematica „competiției bazate pe inovare” în lumina unei noi paradigme denumită „capabilitățile dinamice”.

Teoria capabilităților dinamice se detașează de alte trei paradigme avansate de o serie de teoreticieni, și anume :

– *abordarea forțelor competitive* dezvoltată de Michael E. Porter (1980) este bazată pe paradigma „structură-conducere-performanță” proprie organizației industriale. Conform acestei perspective, acțiunile unei firme pot crea poziții defensive contra unor forțe competitive. Porter consideră că structura unei industrii influențează puternic regulile competitive ale jocului ca și posibilitățile strategice ale firmelor. Modelul forțelor competitive pune în evidență cinci forțe principale: barierele de intrare pe piețe, riscurile de substituție, puterea de negociere a cumpărătorilor, puterea de negociere a furnizorilor, rivalitățile dintre beneficiari. Aceste forțe determină profitul potențial inerent al unei industrii sau al unui subsegment al acesteia. În raport cu aceste forțe, o firmă se poate apăra de unele industrii, poate deveni mai atrăgătoare deoarece prezintă o serie de greutăți față de forțele competitive (exemplu: bariere la intrare), ceea ce oferă oportunități mai bune de a crea avantaje competitive durabile. Firmele noi, chiar și cele mici, pot avea succes datorită unor avantaje ale structurilor industriale (nu

ale acțiunilor firmelor) în măsura în care aceste forțe oferă căi de succes;

– *abordarea conflictului strategic* prezentată de Carl Shapiro într-un articol publicat în 1989 („The Theory of Business Strategy”) pune accentul pe mijloacele pe care o firmă le are la dispoziție pentru a influența comportamentul și acțiunile firmelor rivale. Prin manipularea mediului piețelor, o firmă poate să-și mărească profiturile. Prin reclame, prețuri fluctuante, reputația firmei, cooperare etc. se pot manipula competitorii. „Ruptura” pe care o firmă poate să-o genereze implică poziții privilegiate privitoare la piața produsului, ceea ce favorizează marile întreprinderi. Spre deosebire de aceste două abordări care prezintă pozițiile privilegiate, fie generate de forțele competitive, fie de capacitatea de a manipula comportamentul competitorilor, alte teorii pornesc de la abordarea construirii avantajelor competitive prin rupturile antreprenoriale generate la nivelul fundamental al avantajelor eficiente ale firmei. Aceste abordări pornesc de la discuția mai veche asupra elementelor tari sau de risc ale firmelor;

– *abordarea perspectivei bazate pe resurse* subliniază capabilitățile și bunurile specifice ale firmei și existența unor mecanisme de izolare în calitate de determinante principale ale performanței firmei. Teoria privește firmele cu sisteme și structuri superioare ca fiind mai profitabile deoarece au costuri mai mici, oferă o calitate superioară sau produse mai performante. Abordarea se concentrează asupra rupturilor care apar la proprietarii de resurse limitate specifice, mai curând decât asupra celor ivite din cauza profiturilor economice datorate poziționării pe piața produselor. Teoria nu mai pornește de la contextele exterioare firmei (ca primele două), ci de la capabilitatea acesteia de a acționa contra circumstanțe-

lor potrivnice ale competiției. Fiecare organizație are elemente tari și slabe reale și potențiale și este important să cauți să conduci resursele disponibile în avantajul organizației (Leornard-Barton, 1992). Succesul unei firme constă în capacitatea de a găsi sau crea „o competență care este într-adevăr deosebită”. Din această perspectivă, unele IMM pot deveni competitive în măsura în care managementul lor reușește să construiască pe baza unei capacități specifice care le oferă avantaje față de competitorii lor.

Decizia firmei, în această perspectivă, presupune: a) identificarea resurselor specifice ale firmei; b) alegerea piețelor unde aceste resursele pot produce cele mai bune rezultate; c) decizia dacă profiturile rezultate sunt eficient utilizate.

– *abordarea dinamicii capacităților* (David J. Teece și alții) extind paradigma precedentă pentru a înțelege modul în care se realizează avantajele competitive, subliniind două probleme-cheie ce nu au concentrat atenția în perspectiva precedentă. Termenul „dinamică” se referă la capacitatea de a reinnoi competențele încât să se obțină congruența cu mediul de afaceri în schimbare. Termenul „capacități” exprimă rolul-cheie al managementului strategic în adoptarea, integrarea și reconfigurarea adecvată a îndemănrilor (*skills*), resurselor și competențelor funcționale interne și externe organizaționale, pentru a se potrivi cerințelor mediului în schimbare.

Un aspect al problemei strategice privind confruntarea unei firme inovative într-o lume a competiției bazate pe inovare este acela al identificării competențelor interne și externe dificil de a fi imitate, având posibilitatea de a oferi produse și servicii de valoare.

Avantajele competitive implică atât exploatarea capacităților specifice firmei interne sau externe, cât și dezvoltarea altora noi.

În măsura în care o firmă își dezvoltă avantaje distincte și dificil de imitat, ea poate rezista competiției și își poate stabili prezența pe piață. O firmă mai mică poate, așadar, să se creeze, să se dezvolte și să fie competitivă chiar într-un mediu dominat de mari întreprinderi. Elementul principal – conform teoriei dinamicii capacităților – constă în identificarea elementelor pe baza cărora pot fi constituite, menținute și dezvoltate avantajele distinctive și dificil de imitat.

Pentru a fi strategică, o capacitate trebuie să fie concepută în raport cu o necesitate a utilizatorului unică și greu de copiat. Avantajul competitiv al firmelor constă în procesul managerial și organizațional modelat de poziția organizației (înzestrarea cu tehnologie, proprietate intelectuală, baze de clienți, relații externe cu furnizorii și asociații) și de strategiile alternative aflate la dispoziția firmelor. Intrarea pe piață, supraviețuirea și dezvoltarea firmelor trebuie tratate, conform teoriei dinamicii capacităților, nu în raport cu produsele, ci cu priceperile sau capacitățile. Produsele sunt o manifestare a competențelor, dar competențele pot fi exprimate într-o mare varietate de produse.

Această abordare pune accentul pe procesele interne utilizate de o firmă, cum se desfășoară și cum vor evolua. Prin procese manageriale și organizaționale se înțelege modul în care se desfășoară evenimentele în cadrul unei firme, adică elementele sale rutiniere, modelele de practici curente și de învățare.

Produsele respectă trei reguli: coordonarea sau integrarea (un concept static), învățarea (un concept dinamic) și reconfigurarea (un concept de transformare).

IMM pot folosi aceste procese bazându-se pe avantajele descentralizării, autonomiei locale, colaborării și parteneriatului, diferențierii și imitării parțiale etc.

Vom putea trage câteva *concluzii* din această schiță a teoriilor apte să explice unele aspecte privitoare la locul și rolul IMM în actualele contexte.

În primul rând, vom observa că nu există o singură modalitate „justă” de a privi lucrurile. În evoluția economiilor capitaliste au existat contexte diferite ce au favorizat sau nu existența și evoluția IMM în raport cu întreprinderile de talie mare. Situația actuală este și ea contradictorie. Pe de o parte, unele procese și tipuri de actori dau mai multe șanse întreprinderilor mari (globalizarea, trecerea spre economia cunoașterii), dar, pe de altă parte, alte procese (adesea din cadrul aceluiași mari fluxuri) creează oportunități pentru IMM (localizarea, personalizarea, diferențierea etc.).

În al doilea rând, înțelegerea perspectivelor IMM depinde și de punctul de vedere managerial luat ca bază a preocupărilor practice. Mari oportunități sunt deschise de strategiile manageriale care se orientează spre luarea în considerare a rolului prioritar al managerului ca actor înzestrat cu autonomie, libertate și capacitate de acțiune selectivă. Managerul poate crea „contradependențe” și schimba contextele, își poate asuma riscuri în generarea de noi tendințe, poate folosi inovativ oportunitățile și modifica constrângerile.

IMM pot exploata competitiv oportunități generate de noi tendințe ale contextelor, cum sunt personalizarea, noile criterii de diferențiere a piețelor și segmentare a acestora etc.

În al treilea rând, reconsiderarea rolului managerului, a strategiilor de inovare (și „ruptură”) pun problema IMM pe un alt plan, și anume pe cel al dinamicii piețelor. Pornindu-se de la teza care subliniază caracterul inegal și imperfect al piețelor, ce are ca efect, printre altele, faptul că în procesele concurențiale nu câștigă

în mod necesar cel mai bun, ci cel mai puternic, putem vedea că schimbarea competitorilor poate urma căi diferite, uneori chiar opuse.

Lăsate să evolueze spontan, piețele pot să se orienteze spre situații de monopol, de dominare a marilor întreprinderi care pot folosi puterea pentru a bloca accesul micilor competitori.

Dar aceeași evoluție a piețelor ar putea să beneficieze de avantajele micilor competitori oferite marilor întreprinderi.

Intervine în discuție un nou factor esențial: guvernarea (nu guvernul). Trecerea de la evoluția spontană la „dezvoltarea indusă” oferă IMM un cadru favorabil de dezvoltare.

„Dezvoltarea indusă” pornește de la identificarea unor tendințe posibile de schimbare (alături de altele), cu un grad ridicat de dezirabilitate, și se concentrează asupra creării condițiilor necesare ca acestea să devină accesibile și realizabile.

Politicile Uniunii Europene în domeniul IMM urmează această orientare, căutând să genereze un context prielnic acțiunilor de creare și dezvoltare a acestora. Rezultatul practic depinde însă de acțiunea managerială a actorilor competitori pe piața liberă.

În al patrulea rând, vom reține că rolul prioritar al managerului, în contexte favorabile generate de politicile de dezvoltare indusă, nu se realizează de la sine.

Managementul devine arta (abilitatea) de a identifica și exploata benefic oportunitățile, de a crea noi oportunități prin schimbarea chiar a constrângerilor, de a „pilota” întreprinderea pe căile cele mai favorabile pentru atingerea *strategiei liberale* și a-și asuma riscurile unui drum plin de incertitudini.

Managementul IMM devine un „capital” distinct în „arta conducerii”.

Termenul de „capital antreprenorial” vrea să sugereze faptul că antreprenorul

devine el însuși o mare resursă la dispoziția întreprinderii. În locul sau complementar altor mecanisme ale schimbării (mărima firmei, capitalul disponibil etc.), antreprenorul devine agent al schimbării introducând noi mecanisme de schimbare, cum ar fi: transfer al inovației, sursă de noi idei, experimentator, specializare pe nișe, generator de *spin-off*, inițiator de alianțe, utilizator de clustere și rețele etc.

Note

1. Să reținem că Adam Smith moare în 1790, an socotit de unii (Blaug, 1992, 71) ca început al revoluției industriale (mașiniste).
2. Cele patru moduri sunt: 1) ameliorarea și exploatarea pământurilor, minelor și pescăriilor; 2) capitalurile patronilor manufacturieri; 3) capitalurile comercianților cu ridicata; 4) capitalurile amănuntului.
3. Se știe că, în evoluția sa, capitalismul a trecut prin mai multe faze: cooperarea simplă, manufactura, etapa industrială și acum se trece la cea „post-industrială” (a economiei bazate pe cunoaștere).
4. Când vom trata IMM de generația a treia, acest raport de „simbioză” va căpăta noi aspecte.
5. *Spin-off* – o nouă companie creată pentru a comercializa cunoașterea sau priceperile unei universități sau ale unei echipe de cercetare” (revista *Innovation and Technology Transfer*, European Commission, Luxemburg, 2002, ediție specială, octombrie, 23). Adăugăm și cunoașterea unei întreprinderi.

Bibliografie

- Audretsch, David B. și Fritsch, Michael. (2002). *Growth. Regim over Time and Space*. Regional Studies, European Commission.
- Bell, Daniel. (1973). *The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, Inc. Publishers.
- Bernal, John Desmond. (1964). *Știința în istoria societății*. București: Editura Politică.
- Blaug, Mark. (1992). *Teoria economică în retrospectivă*. București: Editura Didactică și Pedagogică.
- Bower, Joseph. (1970). *Managing the Resource Allocation Process*. Irwin, Homewood, Il.
- Burgelman, Robert. *A Model of the Interaction of Strategic Behavior, Corporate Context and the Concept of Strategy*. *Academy of Management Review*, 3(1) 61-69.
- Callon, Michael, Larédo, Philippe și Mustar, Philippe. (1995). *La gestion stratégique de la recherche et de la technologie*. Paris: Editura Economică.
- Chandler, Alfred D. *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Christensen, Clayton M. și Bower, Joseph L. *Customer Power, Strategic Investment and the Failure of Leading Firms*. În Tushman, Michael L. și Anderson Philip (coord.). (2004). *Managing Strategic Innovation and Change*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Garelli, Paul. (1959). *Histoire générale du travail* (coord. L.H. Panas – vol. 1).
- Giarini, Orio și Stahel, Walter R. (1996). *Limitele certitudinii*. București: EDIMPRESS-CAMRO.
- Hannan, Michael T. și Freeman, John. (1988). *Organizational Ecology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hoffman, Oscar. (1999). *Știință, Tehnologii, Valori*. București: Editura Lumina Lex.
- Hoffman, Oscar. (2000). *Întreprinderea în tranziție* (partea a treia). București: Editura Lumina Lex.
- Jacobs, Jane. (1969). *The Economy of Cities*. New York: Vintage Books.
- Leonard-Barton, Dorothy. (1992). Core Capabilities and Core Rigidities. A Paradox in Managing New Product Development. *Strategic Management Journal*, vara, supliment, 13.

- Mumford, Lewis. (1973). *Le mythe de la machine*. Paris: Fayard.
- Navarro, Luis. (2003). *Industrial Policy in the Economic Literature. Recent Theoretical Developments and Implication to EU Policy*. European Commission, Luxemburg.
- Nicolae-Valeanu, Ivanciu. (1992). *Istoria gândirii economice*. Bucuresti: Editura Didactică și Pedagogică.
- Pfeffer, Jeffrey și Salancik, Gerald R. (1978). *The External Control of Organization: Resources Dependence Perspectiv*. New York: Harper and Row.
- Pfeffer, Jeffrey. (2004). Understanding Power in Organization. În M.L. Tushman și P. Anderson (eds.). *Managing Strategie Innovation and Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- Porter, Michael E. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*. Harward Business Review, XI-XII.
- Schumacher, E.F. (1973). *Small is beautiful. A Study of Economics as if People Mattered*. London: Blond and Briggs, Ltd.
- Smith, Adam. (1962). *Avuția națiunilor* (vol. 1). București: Editura Academică.
- Sull, Donald N. (2004). *The Dinamics of Standing Still*, în vol. *Managing Strategic Innovation and Change*, Tushman, Michael L. și Anderson, Philip (coord.). Oxford: Oxford University Press.
- Teece, David J., Pisano, Gary și Shuen, Amy. Dynamic Capabilities and Strategic Management. În vol. *Managing Strategic Innovation and Change*.

Abstract

The authors present the three stages in SMEs development: 1) the handicraft workshops from the early period of capitalism; 2) the small industrial workshop from the industrial capitalism period; 3) the new stage of SMEs specific to the economy based on knowledge in a consolidation process. The authors analyze the economical and sociological thought concerning the report between the large enterprises and SMEs.

The capitalism of mechanical industry had the large enterprises as a main productive unit, with a "strong" technology (the running belt and standardized high efficiency machines), which could ensure a better competitiveness through the productivity increase and a cost price decrease.

In a new phase, the evolution of western society generated a complex process based on the beginning of the knowledge based economy and, on the other side, on major changes in social behaviors and on markets regulation concerning life style sociocultural criterions. In this new context, there is a new phase in front of SMEs: these become the "engine" of development, ensuring technological innovation transfer in the whole economy, new jobs and many chances to a better living standard for the people.

This study offers a multidimensional analyze of the SMEs role and place in present, with major consequences on the possible strategies for Romania, too.

Primit la redacție: noiembrie 2005