

**INTERNAȚIONALIZAREA IMM-
URILOR – SOLUȚIE PENTRU
DEPĂȘIREA CRIZEI ECONOMICE
ACTUALE**

Dr. Ing. Ec. Corina Ana BORCOȘI
SC Konkord Trans SRL
Drd. Ec. Anca STĂNCUȚ
Universitatea din Craiova

**INTERNATIONALIZATION OF SMES -
A SOLUTION TO OVERCOME THE
CURRENT ECONOMIC CRISIS**

Dr. Ing. Ec. Corina Ana BORCOȘI
SC Konkord Trans SRL
Drd. Ec. Anca STĂNCUȚ
University of Craiova

Rezumat:

Există o strânsă legătură între internaționalizare și creșterea performanțelor economice ale IMM-urilor. Activitățile internaționale asigură creșterea competitivității și dezvoltării pe termen lung a întreprinderilor. Totuși, IMM-urile europene încă depind, în mare măsură, de piețele lor interne, în pofida oportunităților aduse de piața unică extinsă și de globalizare în general. Un studiu realizat în anul 2009 de către Comisia Europeană relevă faptul că internaționalizarea crează mai multe locuri de muncă: IMM-urile active pe piața externă raportează o creștere a ocupării forței de muncă cu 7% față de doar 1% pentru IMM-urile fără activități internaționale. IMM-urile internaționalizate sunt mai inovatoare: 26% dintre IMM-urile active la nivel internațional au introdus produse sau servicii care au fost noi pentru sectorul acestora în țara de origine.

Cuvinte cheie: economie, globalizare, internaționalizare, criză economică, IMM

1. Rolul IMM-urilor în economie

Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) reprezintă ponderea cea mai numeroasă a întreprinderilor, având un rol important în depășirea crizei economice și relansarea economiei naționale datorită funcțiilor - economice, tehnice și sociale - pe care le îndeplinesc.

Astfel, IMM-urile [3]:

- generează cea mai mare parte a P.I.B. din fiecare țară, (în România fiind de peste 60%);
- oferă locuri de muncă pentru majoritatea populației ocupate;

Abstract:

There is a close link between economic performance and increasing internationalization of SMEs. International activities increase competitiveness and ensure long-term development of enterprises. However, European SMEs still depend largely on their internal markets, notwithstanding the opportunities created to the single market and globalization in general.

A study realized in 2009 by the European Commission reveals that internationalization creates more jobs: SMEs active in foreign markets reported an increase in employment by 7% compared to only 1% free activities for SMEs international.

Internationalized SMEs are more innovative: 26% of SMEs have introduced internationally active products or services that were new to the sector in their country of origin.

Keywords: economics, globalization, internationalization, economic crisis, SMEs

1. The role of SMEs in the economy

The small and medium enterprises (SMEs) are the largest share of companies having an important role in overcome the economic crisis and the national economic recovery because of the functions - economic, technical and social - which they realized.

Thus, SMEs [3]:

- generates the most part of Gross Internal Product in each country (in Romania, being over 60%);
- provide jobs for the majority of employment;
- generates a large proportion of technical innovation,

- generează, într-o mare proporție inovațiile tehnice, comerciale, manageriale, etc. aplicabile în economie;
 - realizează produse și servicii la costuri mai reduse decât firmele mari;
 - dovedesc flexibilitate și adaptabilitate ridicate la cerințele și schimbările pieții, favorizate de mărimea mai redusă, procesul decizional rapid realizat și de implicarea nemijlocită a întreprinzătorului în activitățile curente;
 - reprezintă una din principalele surse de venituri ale bugetului statului;
 - oferă posibilitatea împlinirii profesionale și sociale a unei părți apreciabile a populației, în special a segmentului său cel mai activ și inovator.
- commercial, managerial, etc. applied in economics;
 - produce products and services at lower costs than large firms;
 - show flexibility and high adaptability to the demands and market changes, favored by smaller size, faster decision making because of a direct involvement in day to day activities of the entrepreneur;
 - is one of the main sources of revenue for the state budget;
 - it provides professional and social fulfillment of a significant proportion of the population, especially its most active segment and innovative.

IMM-urile sunt singurele care generează locuri de muncă în ultimii ani, în quasitotalitatea statelor lumii, inclusiv în România [3].

Sectorul IMM-urilor din România este profund afectat de criza economică. În primele 11 luni ale anului 2009 [3], 184 170 IMM-uri și-au încetat activitatea, 22,4% din firmele care au supraviețuit au trebuit să reducă salariile pentru a nu concedia salariații, 31,6% din firmele care au supraviețuit au trebuit să reducă numărul de salariați, 57,5% din firmele care au supraviețuit și-au redus investițiile, 58,8% din firmele care au supraviețuit și-au redus vânzările iar 77% din firmele care au supraviețuit au profituri mai mici decât în anul 2008.

2. Situația actuală a economiei românești

Principală provocare pentru mediul românesc de afaceri este criza economică actuală. Recesiunea este cauzată de o criză financiară severă la nivel mondial, ceea ce nu va permite o revenire rapidă. Un studiu FMI care a examinat 122 fenomene de recesiune începând cu anul 1960, a arătat că, în recesiunea adusă de crizele financiare, investițiile continuă să scadă și după ce a fost atins punctul cel mai de jos al căderii economice. În același timp, cheltuielile de consum cresc mult mai lent ceea ce nu

SMEs are the only ones that generate employment in recent years, almost world states, including in Romania [3].

The SME sector in Romania is deeply affected by economic crisis. In the first 11 months of 2009 [3], 184 170 SMEs have closed down, 22.4% of firms that have survived have had to cut wages in order not to lay off employees, 31.6% of the companies that survived had to reduce the number of employees, 57.5% of firms that have survived have reduced investment and in 58.8% of the companies that have survived have reduced sales and 77% of the companies that have survived profits lower than in 2008.

2. The current situation of the Romanian economy

The main challenge for the Romanian business environment is the current economic crisis. The recession is caused by a severe global financial crisis, which will not allow a rapid recovery. An IMF study which examined 122 phenomena of recession since 1960 showed that the recession brought about by financial crisis, investment continues to decline after being reached the lowest point of economic collapse. At the same time, consumer spending increased more slowly which does not contribute to boosting demand [5].

contribuie la dinamizarea cererii [5].

Sincronizarea crizei în mai multe țări din Europa este un fenomen grav care va conduce la o revenire mai lentă. Deoarece în multe țări încrederea în mediul de afaceri s-a diminuat va fi nevoie de un timp îndelungat pentru revenirea la nivelul anterior anului 2009.

Pe termen mediu, criza curentă va avea un impact negativ semnificativ asupra mediului de afaceri românesc. Mediul de afaceri va fi caracterizat prin precauție sporită, lichiditate mai redusă, fluxuri reduse de capital străin, reglementări mai stricte și acțiuni de minimizare a riscului, ceea ce va diminua capitalul investit [5].

Pe acest fond, IMM-urile internaționalizate au reușit să depășească deja criza care aproape că nu le-a afectat în nici un fel activitatea economică.

3. Internaționalizarea IMM-urilor

Internaționalizarea întreprinderilor poate fi definită ca un proces de implicare în operațiuni internaționale și este rezultatul deciziilor pe care le adoptă managementul întreprinderii în dezvoltarea afacerilor, scopul fiind valorificarea unor oportunități de piață sau a unor avantaje competitive.

Procesul internaționalizării este unul evolutiv, în cadrul căruia IMM-urile parcurg treptat mai multe etape cărora le corespund strategii și respectiv structuri organizatorice diferite.

Unele IMM-uri parcurg aceste etape mai rapid, altele având nevoie de o perioadă mai îndelungată.

Internaționalizarea IMM-urilor poate fi prezentă în mai multe variante [4]:

- ca răspuns la o comandă externă; este o implicare experimentală pe piața externă cu următoarele caracteristici: atitudine reactivă în raport cu piața externă, sunt utilizate strategii de marketing specifice pieței interne, utilizându-se intermediari în realizarea exportului și / sau livrărilor intracomunitare de bunuri și servicii;
- exportul, sau livrarea intracomunitară directă - pe fondul unei evoluții ascendente a exporturilor, livrărilor intracomunitare, managementul întreprinderii consideră necesară implicarea directă pe piața externă - în acest

Synchronization crisis in several countries in Europe is a serious phenomenon that will lead to a slower recovery. As in many countries, business confidence declined will take a long time to return to the previous level of 2009.

In the medium term, the current crisis will have a significant negative impact on the Romanian business environment that will be characterized by greater caution, reduced liquidity, reduced flows of foreign capital, more stringent regulations and actions to minimize the risk, which will reduce capital investment [5].

Against this background, internationalized SMEs have already managed to overcome the crisis that has almost no effect on any economic activity.

3. Internationalization of SMEs

Internationalization of companies can be defined as a process of involvement of international operations and is the result of the management decisions for business development, in order to use advantage of market opportunities or competitive advantages.

Globalization is one evolutionary process in which SMEs gradually go through several stages which correspond to different strategies and organizational structure. Some SMEs go through these steps quickly, others needing a longer period. The internationalization of SMEs can be present in several variants [4]:

- as a response to an external command; is an experimental involving on external market with the following characteristics: reactive attitude in relation to foreign markets, are used for internal market-specific marketing strategies, using intermediaries to export and / or intra-Community deliveries of goods and services;
- export, or direct intra-Community supply - developments amid rising, the management company deems it necessary to direct involvement in the internal market - so, SMEs employ

sens, IMM-urile angajează personal calificat în relații economice internaționale și renunță treptat la utilizarea intermediarilor de pe piața internă.

□ sunt create sucursale și filiale de comercializare – IMM-urile cu activități mai importante pe piața externă decid crearea de structuri organizatorice proprii în țara în care livrează bunurile și/sau serviciile, renunțând la utilizarea intermediarilor de pe piața externă.

□ asamblarea în străinătate - este decizia care pregătește producția în străinătate - și care are la bază rațiuni de reducere a costurilor (taxe vamale mai reduse pentru componente, facilități fiscale etc);

□ producția în străinătate - reprezintă o decizie pe termen lung care se poate realiza în mai multe forme cum ar fi: subcontractarea, investițiile directe de capital.

Studiile au demonstrat deja legătura directă dintre internaționalizare și creșterea performanțelor IMM-urilor [2]. Internaționalizarea proactivă impulsionează creșterea, sporește competitivitatea și sprijină viabilitatea pe termen lung a societății.

Internaționalizarea nu se limitează la export. De exemplu, cooperarea transfrontalieră, participarea la rețele profitabile, căutarea de mijloace competitive sau de noi tehnologii sunt elemente importante în motivația IMM-urilor moderne de a se internaționaliza. De asemenea, în strategiile lor de internaționalizare, IMM-urile internaționalizate combină diferite abordări care se susțin reciproc. Acest lucru subliniază faptul că sprijinul individualizat acordat IMM-urilor este cel mai eficient sprijin pentru internaționalizarea IMM-urilor. Acesta implică o analiză a societății în ansamblul său și elaborarea unui plan individual utilizând măsuri care trec adeseori peste limitele internaționalizării [2].

Pe lângă creșterea conștientizării IMM-urilor cu privire la necesitatea internaționalizării, instituțiile europene la nivel național și regional trebuie să faciliteze accesul mai ușor și mai larg la programele de sprijin, precum și accesul la informațiile relevante care pot fi utilizate. De asemenea, trebuie să fie abordate aspecte interne precum lipsa unor resurse umane suficiente sau suficient pregătite

qualified personnel in international economic relations and gradually renounce the use of intermediaries internal market;

□ are created branches and subsidiaries for sale - SMEs with major activities on foreign markets decide to create their own organizational structures in the country supplying the goods and / or services, renouncing the use of intermediaries in foreign markets;

□ assembly abroad - is the decision to prepare production abroad - which is based on reasons of cost reduction (reduced fees, tax incentives etc.);

□ production abroad - is a long-term decision can be made in several forms such as subcontracting and direct capital investment.

Studies have proven direct link between internationalization and growth performance of SMEs [2]. Proactive internationalization drives growth, enhances competitiveness and supports long-term viability of the company.

Internationalization is not limited to export. For example, Trans boundary cooperation, participation in networks profitable or competitive, looking for new technologies are important elements for modern SMEs in motivation to internationalize. Also, in their strategies for internationalization, internationalized SMEs combine different approaches that are mutually reinforcing.

This underlines the fact that individualized support to SMEs is the most effective support for internationalization of SMEs. It involves an analysis of society as a whole and develops a creating an individual plan using measures that often go beyond the limits of internationalization [2].

In addition to raising awareness of SMEs on the need for internationalization, European institutions at national and regional levels should facilitate easier access and broader support programs and access to relevant information that can be used. It is also necessary to be studied internal issues such as lack of sufficient human resources or sufficiently prepared and need funding support

și necesitatea sprijinului direct prin finanțarea internaționalizării. În toate acestea va trebui să se țină seama de eterogenitatea IMM-urilor care cere o abordare individualizată pentru fiecare întreprindere.

Europa necesită un număr mai mare de IMM-uri internaționalizate. Un procent important de IMM-uri și majoritatea acelor care au sub 10 angajați își concentrează întreaga activitate pe piața locală sau națională. Conform studiilor internaționale este însă și mai îngrijorător faptul că o mare parte din IMM-uri nu au luat vreodată în calcul internaționalizarea [2].

Internaționalizarea oferă acces la o bază de clienți extinsă, la furnizori suplimentari sau la noile tehnologii. În general, aceasta oferă o rută pentru creșterea performanței, a viabilității pe termen lung și a unei mai mari competitivități, acestea fiind principalele beneficii rezultate dintr-o strategie de internaționalizare de succes.

Internaționalizarea consolidează creșterea, intensifică competiția și asigură echilibrul economic pe termen lung IMM-urilor. Cu toate acestea, pentru multe IMM-uri, frontierele naționale reprezintă o barieră importantă în extinderea afacerilor proprii și încă depind într-o mai mică sau mai mare măsură de piețele locale. Conform ultimelor date oferite de Observatorul IMM-urilor, doar 8% dintre acestea sunt implicate în exporturi, doar 12% din venituri sunt obținute internațional și doar 5% dintre IMM-urile Uniunii Europene obțin venituri din parteneriate de afaceri din străinătate. Această situație împiedică atât o dezvoltare rapidă a IMM-urilor cât și crearea de noi locuri de muncă și reduce competitivitatea companiei, internaționalizarea fiind o soluție pentru depășirea crizei economice actuale și pentru dezvoltarea IMM-urilor [2].

4. Bariere în calea internaționalizării

Internaționalizarea este rezultatul dezvoltării IMM-urilor care reușesc să-și îmbunătățească performanțele economice, mai întâi la nivel național și apoi la nivel internațional [1]. Uneori, tranzacțiile internaționale nu se mai realizează deoarece IMM-urile nu sunt capabile să depășească barierele asociate internaționalizării. Au fost

for internationalization. In all of this we will have to take into account the heterogeneity of SMEs that requires an individualized approach for each company.

Europe needs a larger number of internationalized SMEs. A significant proportion of SMEs and the majority of those who are under 10 employees are focusing their entire business on the local or national market. According to international studies is even more worrying that a large proportion of SMEs have not ever taken into account the internationalization [2].

Internationalization provides access to an extensive customer base, additional suppliers or to new technologies.

Generally, it offers a route to increased performance, long-term sustainability and greater competitiveness, which are the main benefits resulting from a successful internationalization strategy.

Internationalization enhances growth, intensified competition and ensures long-term economic equilibrium for SMEs. However, for many SMEs, national boundaries are an important barrier in expanding own business and still depend to a lesser or greater measure of local markets.

According with the latest data provided by the Observatory for SMEs, only 8% of them are involved in exports, only 12% of international revenue is obtained of international activities and only 5% of EU SMEs obtain income from foreign business partnerships.

This situation prevent both the rapid development of SMEs and create new jobs and reduce the company's competitiveness, internationalization is one solution to overcoming the current economic crisis and the development of SMEs [2].

4. Barriers to internationalization

Internationalization is the result of the development of SMEs that improve economic performance, first nationally and then internationally [1]. Sometimes, the international transactions are no longer done because SMEs are not able to overcome the

identificate două categorii de bariere ce stau în calea internaționalizării: bariere interne și bariere externe [1].

A. Barierele interne

Sunt proprii IMM-urilor și sunt influențate direct de caracteristicile acestora. Cea mai importantă barieră, cea mai greu de depășit pentru a deveni un IMM de nivel internațional este prețul de producție al produselor sau serviciile. Prețul de producție, desigur, se referă la nivelul general al prețurilor pe piața internă și reflectă nivelul de eficiență al IMM-urilor [1]. Ca măsuri de înlăturare a acestei bariere, pot fi considerate: implementarea politicilor de inovare, stimularea utilizării eficiente a materiilor prime materialelor etc și poate, încurajarea importurilor directe.

O altă barieră importantă în calea internaționalizării IMM-urilor este reprezentată de costul ridicat al internaționalizării [1], care înseamnă pentru IMM-uri cheltuieli pentru: obținerea de informații referitoare la piețele internaționale ușor accesibile pentru IMM-uri și pentru participarea la târguri internaționale. Această barieră poate fi înlăturată prin afilierea la organisme profesionale (pentru obținerea de informații despre piețele internaționale) și prin accesarea finanțărilor nerambursabile (pentru participarea la târguri și expoziții internaționale).

Bariere în calea internaționalizării IMM-urilor sunt și calitatea produselor realizate, personalul calificat (care este o barieră greu de depășit mai ales pentru întreprinderile mici), specificul produselor obținute, limba și alte bariere.

Există o discrepanță între importanța atribuită multor bariere de către întreprinderile deja active pe piețele internaționale și acele întreprinderi care doar intenționează să intre pe aceste piețe. Este necesară creșterea nivelului de informare și creșterea gradului de conștientizare în rândul întreprinderilor interesate. Unele bariere pot fi percepute a fi mai greu de depășit, altele ca fiind mai ușor de trecut, în funcție și de experiența IMM-urilor [1].

B. Barierele externe

barriers associated with internationalization.

It was identified two categories of barriers that stand in the way of internationalization: internal barriers and external barriers [1].

A. Internal barriers

Internal barriers are own to SMEs and are directly influenced by their characteristics. The most important barrier, the most difficult to be overcome to become an international SMEs is the price of goods or services. Production price, of course, refers to the general level of local prices and reflect the efficiency of SMEs [1].

As measures to remove these barriers may be considered: the implementation of innovation policies, stimulate efficient use of raw materials and materials, etc. and maybe encourage direct imports.

Another important barrier to the internationalization of SMEs is the high cost of internationalization [1], which means the spending for SMEs: to obtain information about easily accessible international markets for SMEs, and for participation in international fairs. This barrier can be removed by the membership of professional bodies (for obtaining information about international markets) and accessing grants (for participation in international fairs and exhibitions).

Barriers to internationalization of SMEs are and the quality of their products, qualified personnel (which is hard to overcome this barrier especially for small companies), specific of the products, language and other barriers.

There is a discrepancy between the importance attributed to several barriers to companies already active in international markets and those companies that only plans to enter on these markets.

It is necessary to increase awareness and raising awareness among interested companies. Some barriers may be perceived to be more difficult to overcome; others are easier to pass, depending on experience of SMEs [1].

B. External barriers

Lipsa de capital și lipsa de politici adecvate de susținere publică[1], sunt cele mai importante, cele mai greu de depășit bariere externe în calea internaționalizării IMM-urilor. Alte bariere sunt considerate a fi [1]: lipsa de informații adecvate, costul documentelor de transport, reguli și legi internaționale ce trebuie respectate, tarife specifice piețelor externe, diferențele culturale, tarife specifice țării de origine și alte bariere externe.

Percepția IMM-urilor asupra nivelului barierei, a gradului de dificultate privind înlăturarea barierei externe este diferit perceput de către IMM-urile care activează deja pe piețele internaționale față de IMM-urile care abia își planifică să intre pe piețele internaționale.

5. Internaționalizarea unui IMM românesc – soluție pentru depășirea crizei economice actuale

SC ILIANA SRL are ca obiect de activitate, fabricarea de produse stratificate din lemn, cod CAEN 2020 - Fabricarea de produse stratificate din lemn: placaj, panel, furnir, plăci din așchii din lemn, plăci fibrolemnoase, etc. Personalul muncitor reprezintă 98% din totalul personalului întreprinderii.

Întreprinderea este o întreprindere mijlocie, cu un număr de 120 angajați, din care peste jumătate sunt femei. Sediul social se află în localitatea Târgu-Jiu, județul Gorj. Personalul calificat este în procent de 70%, având următoarele specializări: economist-inginer, economist, inginer, tâmplar, electrician, fochist, lăcătuș mecanic, mecanic auto.

SC ILIANA SRL are în dotare utilaje performante utilizate la producerea de ferestre și uși din lemn stratificat (centre de prelucrare cu comandă numerică, mașini de șlefuit, circulare multiple etc.). Produsele realizate sunt de cea mai bună calitate și au un design deosebit. Cei mai mulți clienți (peste 90%) sunt clienți externi (Germania, Austria).

SC ILIANA SRL este un IMM românesc ce a reușit să depășească criza economică actuală. Investind încă de la început în utilaje performante, angajând personal calificat - chiar cu mai multe specializări – având în departamentul comercial angajați,

Lack of capital and lack of appropriate public policies [1], are the most important, most difficult to overcome external barriers to the internationalization of SMEs.

Other barriers are considered to be [1]: lack of adequate information, the cost of transport documents, rules and international laws to be respected, specific rates of external markets, cultural differences, rates specific country of origin and other external barriers.

SMEs perception about the level of barriers, a degree of difficulty of removing external barriers is perceived differently by SMEs already active in international markets of SMEs that only plans to enter on the international markets.

5. The internationalization of Romanian SMEs - a solution to overcome the current economic crisis

SC ILIANA SRL is a company that has as main activity the manufacture of laminated wood products, NACE Code 2020 - Manufacture of laminated wood: plywood, panels, veneer sheets of wood chips, fiberboard, etc. Hardworking staff represents 98% of the total staff.

The company is a medium-sized enterprise with a total of 120 employees, of which over half are women. Headquarters are in town Targu-Jiu, Gorj County. Qualified personnel are 70%, with the following specializations: economist engineer, economist, engineer, carpenter, electrician, fireman, machinist mechanic, auto mechanic.

SC ILIANA SRL is equipped with modern equipment used in the manufacture of wood windows and doors (numerically controlled machining centers, grinding machines, multiple circular, etc.). The products are of the highest quality and have a great design. Most customers (90%) are external customers (Germany, Austria).

SC ILIANA SRL is a Romanian SMEs that managed to overcome the current economic crisis. Investing in performance equipment since the began, hiring qualified staff - even with much more specialties on

buni cunoscători ai limbilor străine: engleză și germană și stimulând material personalul angajat a reușit să se impună pe piața internațională făcând export prin comisionar, la început și mai apoi exporturi directe.

În plină criză economică SC ILIANA SRL realizează livrări intracomunitare generatoare de mari profituri, reușind să mențină active o sută douăzeci de locuri de muncă, câți angajați are în prezent.

6. Concluzii

În pofida avantajelor sale, internaționalizarea continuă să reprezinte un pas dificil de realizat pentru majoritatea IMM-urilor. Acestora le lipsesc pur și simplu resursele și contactele cu privire la oportunitățile de afaceri potrivite, potențialii parteneri și deschiderea spre piețele străine. Mai mult, investiția financiară necesară pentru lansarea internațională poate reprezenta o barieră semnificativă pentru multe IMM-uri.

Internaționalizarea a devenit o condiție pentru supraviețuirea IMM-urilor în mediul extrem de competitiv din prezent și mai ales în condițiile crizei economice actuale. **SI**

Bibliografie

1. *** Internationalization of European SMEs – Final Report, European Union, 2010
2. *** Sprijinirea internaționalizării IMM-urilor, selectarea bunelor practici - Comisia Europeană Direcția generală întreprinderi și industrie, 2008
3. CNIPMMR - Priorități pentru îmbunătățirea mediului de afaceri și dezvoltarea domeniului IMM, Biroul de presă, 2009
4. Blideanu, D. - Managementul tranzacțiilor internaționale, suport de curs, București, 2002
5. *** Strategia guvernamentală pentru îmbunătățirea și dezvoltarea mediului de afaceri 2010 – 2014 - Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri, 2010

person - having in commercial department staff that know foreign languages as English and German and stimulating material the staff SC ILIANA SRL managed to impose itself on the international market by making exports commission at first and then direct exports.

In this economic crisis SC ILIANA SRL made intra-Community deliveries generating of large profits, managing to maintain a hundred and twenty active jobs, how many employees currently have.

6. Conclusions

Despite its advantages, internationalization continues to be a difficult step for most SMEs. They simply lack the resources and contacts to the appropriate business opportunities, potential partners and openness to foreign markets. Furthermore, international financial investment required to launch could be a significant barrier for many SMEs.

Internationalization has become a condition for the survival of SMEs in today's highly competitive environment, especially in the current economic crisis.

Bibliography

1. *** Internationalization of European SMEs – Final Report, European Union, 2010
2. *** Supporting the internationalization of SMEs, selecting best practices - Commission European Directorate-General Enterprise and Industry, 2008
3. CNIPMMR - Priorities for improving the business environment and development SMEs policy, Press Office, 2009
4. Blideanu, D. - Management of international transactions - course support, București, 2002
5. *** Government Strategy for improving and developing business 2010 - 2014 – Ministry of Economy, Trade and Business, 2010