

Ecranul intelectual

„Deși, în principiu, noi știm care sunt ecuațiile care guvernează întreaga biologie, studiul comportării umane nu se poate reduce la o ramură a matematicilor aplicate.”

Stephen W. Hawking

Decadența iluminismului – ca expresie a blocării în propriul proiect – s-a vizibilizat din momentul în care s-a crezut în autonomia gândirii artificiale și în confortul lumii virtuale. Omul a devenit o anexă a creației lui mecanice, inutilă chiar după regula randamentului.

Incrementa activității intelectuale (ca efect al conformării generale la suficiența producției de masă și al aventurii în spațiul virtual) și relativizarea comportamentelor (cu puseul reprezentat de dictatura minorităților și de faptul că decizia aparține unei majorități alcătuite ad-hoc din mai multe minorități inconsistente) recompun o arhitectură cu repere fluide pentru înțelegere. Metanarațiunile și-au pierdut suflul coagulant, idealul nu mai atrage masa critică menită să dea sens valorilor. Atomizarea vieții publice a demolat Agora, consensul este inert când nimeni nu este dispus să asculte argumentul. Renunțarea la metalimbaje a sublimat democrația.

Controlul social prin simboluri eclectice și comportamente șocante obturează calea către un ideal peren. Trecutul se inventează și viitorul se abandonează accidentalului. Soarta omului este făcută de structuri invazive, care, în fapt, funcționează pentru că transformă omul în obiect de consum. Evadarea nu are sens, ca și sinuciderea, atât timp cât omul stă pe loc și spațiile trec peste el, ca și modelele vestimentare și conveniențele funcționale. Realitatea recreată se mișcă pe ecrane suprapuse oferind șansa artificială a alegerii. Timpul a devenit schimbarea densă de imagini spațiale. Periferia se alienează de prea puțină piață, iar centrul se abrutizează de excesele pieței. Lumea se diversifică babilonian și se unifică saturnian. Comunicarea scade invers proporțional cu centripetarea puterii...

Preparativele acestui triumf identificat cu postmodernismul s-au produs pe varii alinamente ale cunoașterii. Debutul lor a constat în excluderea oricărui alt mod de cunoaștere în afara celui rezultat din gândirea rațională. Străpungeri spectaculoase s-au înregistrat prin apelul la instrumentul matematic. Când acesta s-a aplicat în științele umane, s-a pornit pe calea ingineriilor –

ca replică la Creație –, culminând cu schemele materialismului dialectic și istoric și ale corectitudinii politice.

Raționalismul, pozitivismul, scientismul, structuralismul, constructivismul, ca și alte cărămizi generice ale modernismului și postmodernismului, au dizolvat contextele în care natura umană își definea esența. A rămas doar să fie căutată relevanța condiției umane pentru motivul că este compatibilă cu economicitatea.

Condiția umană – împinsă de modernism în zona de semnificații a conceptului de forță de muncă – s-a identificat ca sursă a alienării. Omul, în această ipostază, este prins în mecanismul „mâinii invizibile” de o manieră implacabilă. Sentimentele, care dau sens comportamentelor, sunt filtrate de mecanismele pieței pentru a nu dijmui profitul. Natura umană este înlocuită integral de condiția umană. În viziunea modernismului, materia are relevanță absolută.

Contrareacția la utilitate și randament nu a însemnat o mișcare în favoarea naturii umane, ci saltul înapoi, la condiția edenică, fuga în contexte virtuale de tip arhaic. Relativizarea răspunderii (ca și a normei) nu este decât o adecvare la un spațiu vidat de sentimente, dincolo de bine și de rău, ca în proiecția estetizantă a lui Nietzsche.

În fapt, este vorba de o ruptură definitivă între formă și fond. Aglomerația urbană, ca distincție a progresului, nu a însemnat socializare, ci izolare a indivizilor, segmentare a comunicării. Artificialul a devenit context virtual, iar individul-univers autosuficient. Cel mult, regula insurgentă a minorităților amintește – cumva stresant – de comunitate, de social.

Răsturnarea de perspective nu este conjuncturală. Invarianțele sunt tratate prin virtualizarea vieții. Absolută rămâne doar voința de putere centrată pe imaginarul fiecăruia. Realitatea congruentă cu raționarea a murit, principiul antropocentric este inutil. Haosul rămâne singura consecință a diversității inventate, ecranul – singura expresie a comunicării atavice, spectacolul atotprezent fiind singura cerință a trăirii excitate.

Lumea tinde să aibă o propensiune schizofrenică către ea însăși.

Marin Dinu

Contents/Sumar

Elasticity of Substitution for Production Functions
in Romania and other Countries/Elasticitatea substituției
factorilor de producție în România și în alte țări

■ Gheorghe Zaman, Zizi Goschin 3

The Development of a Multisource and a Systematized
Database for Economic and Policy Impact Analysis/
Dezvoltarea unei baze de date multisursă și sistematizată
pentru analiza economică și a strategiei de impact

■ Filippo Oropallo, Lorenzo Lo Cascio 13

Leadership, Motivation and Excellence

(A Comparative view)/Leadership, motivație și excelență
(O abordare comparativă)

■ Gh. Gh. Ionescu, Adina Letiția Negrușă 33

Labor Relations and Social Dialogue: Measurement
and Diagnosis Instruments/Relații de muncă și dialog social:
instrumente de măsură și diagnostic

■ Viorel Lefter, Miruna Mazurencu Marinescu,
Anca Bogdan 41

Management Science Education, between
McDonaldisation of Society and High Quality Economics/
Învățământul superior de gestiune, între „mcdonaldizare”
și căutarea excelenței

■ Ion Ionașcu 49

Performant Brand Management Contribution
to the Company Success on International Market/

Contribuția managementului performant al mărcii
la succesul firmei pe piața internațională

■ Victor Danciu 55

Statistical Methods for Base Inflation Calculation/Metode
statistice de calcul al inflației de bază

■ Ion Pârțachi, Elena Cara 65

Professional Competence in Psychosociology Research/
Competența profesională în cercetarea psihosociologică

■ Maria Constantinescu, Cornel Constantinescu 73

VaR Methodology Application for Banking Currency
Portfolios/Aplicarea metodologiei VaR portofoliilor
valutare deținute de bănci

■ Daniel Armeanu, Florentina-Olivia Bălu 83

Development Economics and Economic Development:
Why do Institution Matter?/Economia dezvoltării
și dezvoltarea economică: de ce contează instituțiile?

■ Cosmin Marinescu 93

Evaluation of Results from Sales Promotion Activities/
Evaluarea rezultatelor acțiunilor de promovare a vânzărilor

■ Olimpia Ban 113

Currency Evolutions during 2006 and Expectations for 2007/
Evoluții monetar-valutare în anul 2006
și perspective pentru 2007

■ Radu Titus Marinescu 121

Notă: Autorii sunt responsabili de clarificarea dreptului de utilizare a informațiilor cuprinse în articole.

Revizie text: Gabriela Ochiană

Tehnoredactare computerizată: Nicoleta Bobocea

Grafică: Alexandru Ion

Abonamente: Irina Jerpel (021/312.22.48 – int. 24)

Difuzare: AGER-Economistul (021/312.22.48 – int. 24)

www.economioteoreticasiplicata.ro; www.ectap.ro

Recepție texte: economia.ta@edeconomica.com

Elasticitatea substituției factorilor de producție în România și în alte țări

■

Gheorghe Zaman

Profesor universitar doctor

Membru corespondent al Academiei Române

Zizi Goschin

Profesor universitar doctor

Academia de Studii Economice București

Abstract. *The production function is explaining the mechanism through which inputs are changed into outputs and the partial efficiency of labour and capital. It also allows for understanding the elasticity of substitution, which measures the percentage change in factor proportions due to a percentage change in the marginal rate of technical substitution. In this study we have applied the two factor Constant Elasticity of Substitution (CES) production function, which is considered to be the generalised form of the Cobb-Douglas function. Using the available statistical data regarding Romania's economy in 1990-1005 period, we have performed time-series and cross-section analysis based on the aggregated production functions at national level.*

Key words: production function; elasticity of substitution; Cobb-Douglas, CES, capital and labour.

■

1. Considerente teoretice preliminare

Sistemul factorilor de producție, analizat cu ajutorul funcțiilor de tip Cobb-Douglas, în prezent, cunoaște noi direcții de cercetare teoretice și aplicative ca urmare a trecerii de la modelele de creștere exogenă la cele cu creștere endogenă, începând cu anii '80 (Romer, 1986, Lucas, 1988). Aprofundarea interpotențării componentelor muncă și capital în ceea ce privește productivitatea și eficiența factorilor de producție este centrată pe

progresul tehnologic și înnoire care, prin complexe sale influențe și interdependențe, poate avea ca rezultat:

- a) creșterea consumului de factori (resurse) de producție (factor augmenting technical change);
- b) creșterea consumului de muncă înalt calificată, complexă (skilled labor augmenting technical change) și economisirea (înlocuirea) muncii slab calificate;

c) creșterea consumului de capital de nivel tehnologic înalt (high tech capital augmenting technical change);

d) schimbări semnificative ale elasticității substituției diferitelor tipuri de factori de producție în funcție, pe de o parte, de nivelul de dezvoltare economico-socială și, pe de alta, de factori cum sunt globalizarea piețelor, creșterea conectivității, interdependențelor și interoperabilității în economia mondială, ca urmare a extinderii tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC) și a necesității de înscriere, la diferite niveluri de agregare economică, pe traiectoria cerințelor sustenabilității creșterii, sub aspectele economic, social și ambiental, ca și al ridicării, în general, a nivelului de eficiență a modelelor de producție și consum și a nivelului ecoeficienței acestora, în special.

Substituția factorilor de producție a constituit un domeniu de cercetare cu tradiție în știința economică. În prezent, plusul de interes pentru acest domeniu a fost determinat de tendințele privind creșterea importanței serviciilor, a activelor intangibile, a TIC și a „dematerializării” producției.

Legătura dintre procesele de substituție a factorilor productivi și progresul tehnologic contemporan este intensificată de accentuarea caracterului restrictiv al resurselor naturale, îndeosebi al celor neregenerabile și cu impact ecologic nefavorabil, ca și de prevenirea și combaterea poluării la nivel local și global.

În prezent, substituția factorilor de producție este analizată din punctul de vedere al caracterului său *direct* (înlocuirea unui tip de factor de producție cu altul) și *indirect* (înlocuirea necesară a mai multor factori de producție cu alți factori cu funcții diferite, dar complementare în procesele productive). Progresul tehnologic contemporan și inovarea de proces/produs extind posibilitățile de opțiune pentru substituția directă și indirectă, între *capitalul antropic* (economic, material, fizic, instituțional, uman, financiar, intelectual, social etc.) și cel *natural*.

Substituția și complementaritatea dintre factorii de producție au forme de manifestare și intensități

diferite, în funcție de *caracterul slab* (weak) sau *puternic* (strong) al durabilității dezvoltării economico-sociale.

Dacă sustenabilitatea slabă se referă la o substituție mai mare între capitalul economic și cel natural, sustenabilitatea puternică implică o complementaritate mai mare a factorilor de producție sub forma fondurilor, stocurilor și fluxurilor, cu efecte favorabile asupra eficienței și bunăstării. Tranziția la economia bazată într-o măsură mai mare pe servicii, care presupune și tranziția de la sustenabilitatea slabă la cea puternică, nu înseamnă nici pe departe neglijarea sau excluderea din centrul atenției a bazei materiale de susținere a acesteia, ci, dimpotrivă, impune o folosire cu mult mai rațională a acesteia, cu o valoare adăugată superioară.

În literatura de specialitate, atât substituția directă sau înlocuirea factorilor de producție, cât și cea indirectă sau economisirea au ca obiective finale creșterea eficienței economice, a echității și justiției sociale, precum și menținerea și consolidarea echilibrului sistemelor ecologice, inclusiv pe seama „reciclării”, care, chiar dacă nu este completă și perpetuă (potrivit tezei lui N.G. Roegen, Legea a 4-a a termodinamicii), relaxează factorii generatori de crize ale resurselor naturale.

În prezent, cea mai importantă substituție dintre capital și muncă se referă la tehnologia informației și comunicațiilor (TIC), care produce o adevărată revoluționare în configurarea structurală a factorilor tradiționali capital și muncă. Capitalul TIC este un puternic înlocuitor, modernizator, factor de restructurare a unei bune părți a capitalului tradițional și a muncii, practic în toate compartimentele societale, ca urmare a externalităților pozitive pe care le creează în special în domeniul reducerii costurilor.

Abordarea problematicii complexe a substituției factorilor de producție presupune un instrumentar complex și adecvat scopurilor și nivelului (micro, mezo, macro) ale analizei, tocmai datorită multitudinii de mecanisme, categorii și instrumente de testare pe care le implică *substituibilitatea* și complementaritatea lor (tabelul 1).

Substituibilitatea și complementaritatea factorilor de producție

Tabelul 1

Tipul de mecanism	Categorii implicate de input	Factori de producție de bază	Testarea empirică directă	Exemple
Substituibilitatea				
1. Substituția directă a materialelor	Fluxuri	Materiale multiple	Posibilă, ușoară	Substituirea unui tip de material cu un altul, cu aceeași funcție sau una similară
2. Substituția indirectă a materialelor	Fonduri și fluxuri	Agenți și materiale	Posibilă, dificilă	Utilizare mai eficientă a materialelor în producție (economisire), via utilizării de mai mult capital de muncă sau via nou proces tehnologic
3. Substituția directă a energiei	Fluxuri/curent	Surse multiple de energie	Posibilă, ușor până la greu	Celule fotovoltaice în locul energiei bazate pe combustibili fosili
4. Substituția indirectă a energiei	Fonduri și fluxuri	Agenți și fluxuri de energie	Posibilă, dificilă	Noi tehnici de producție care folosesc mai puțină energie pe unitatea de producție
5. Substituția directă a capitalului	Fonduri, fluxuri, servicii	Agenți multipli	Posibilă, ușoară	Mai multe mașini, mai puțină muncă
6. Substituția indirectă a capitalului	Fonduri	Capital manufacturat și capital natural	Extrem de greu	Abordarea Hartwick, investirea veniturilor din extracția resurselor în capital economic
Complementaritatea				
1.Complementaritatea agenților	Servicii sau fonduri	Agenți multipli	Posibilă, ușoară	Mașini folosite de om
2.Complementaritatea încrucișată	Fluxuri	Materiale multiple și energie	Posibilă, ușoară până la dificilă	Materiale compozite
3.Complementaritatea factorilor	Fonduri, fluxuri, servicii	Agenți și materiale sau energie	Posibilă, dificilă	Energia necesară pentru funcționarea mașinilor, ore-mașină și conținutul material al produselor
4.Complementaritatea capitalurilor	Fonduri	Capital manufactural și capital material	Foarte greu până la imposibil	Tractoare, pământ arabil și pânză freatică în agricultură; recreare în natură

Sursa: Klump, 2005.

Cel mai adecvat instrumentar teoretico-metodologic și practic de analiză macroeconomică a substituției factorilor de producție îl reprezintă aparatul funcțiilor de producție Cobb-Douglas cu variantele funcției CES (constant elasticity of substitution) și VES (variable elasticity of substitution), la care ne vom referi în capitolul următor. De regulă, o elasticitate supraunitară a substituției factorilor de producție semnifică posibilități mai mari de combinare optimă a acestora, iar o elasticitate subunitară, dimpotrivă, relevă o rigiditate în varietatea compunerii eficiente a factorilor de producție, inclusiv ca urmare a întârzierii sau incapacității de absorbție și valorizare a investițiilor în progresul tehnologic, precum și a unei stări de autarhie economică.

Creșterea importanței și interesului științific și practic pentru acest instrumentar este determinată de faptul că acesta oferă un cadru fertil pentru

analize, diagnoze și previziuni economico-sociale cu privire la următoarele aspecte ale creșterii economice:

- semnificația magnitudinii dinamicii și structurii *substituției multifactoriale*, în special, pe baza *mărimilor subunitare și supraunitare* ale elasticității substituției, în funcție de stadiile dezvoltării economico-sociale;

- particularitățile procesului de desfășurare a substituției factorilor de producție pe *termenele scurt, mediu și lung* ținând seama de orizontul de timp al persistenței unor forțe inerțiale specifice structurilor sistemelor economico-sociale mari, supradeterminate, factoriale și de posibilitățile reale de schimbare pe care substituția le presupune;

- relevarea caracteristicilor și potențialului de creștere economică durabilă ale *tandemului elasticității substituției factorilor de producție și progresul tehnologic* – ca forțe motrice ale

Elasticitatea substituției factorilor de producție în România și în alte țări

dezvoltării în variantele creșterii/descrășterii consumului de muncă și capital, ale variabilității prețurilor factorilor de producție etc.;

- contribuția (ponderea) în dinamică pe care o au factorii de producție la creșterea veniturilor și adecvarea unor politici de venituri la această contribuție;

- creșterea potențialului de eficiență a substituției factorilor de producție în condițiile globalizării și liberalizării piețelor internaționale ale bunurilor, serviciilor și muncii, ca element de susținere a teoriei creșterii „continue” (Ventura, 1997, Saam, 2005).

În studiul nostru, am încercat să prezentăm elementele de bază ale elasticității substituției factorilor și să determinăm mărimea acesteia pentru cazul economiei României, folosind modelele de tip Cobb-Douglas și CES, în mai multe variante ale acestora.

2. Funcțiile de producție și elasticitatea substituției factorilor

Capacitatea analitică și predictivă a instrumentarului teoretico-metodologic al funcțiilor de producție le-a asigurat acestora un loc important în teoria și practica economică. Funcțiile de producție arată cantitățile maxime de producție (output) care pot fi obținute pornind de la o serie de factori de producție (input-uri) și permit definirea și măsurarea unor efecte economice legate de randamentul factorilor și de substituțiile posibile între aceștia: elasticitățile de scară, elasticitățile factorilor, elasticitatea de substituție, rata progresului tehnologic.

Randamentul de scară exprimă creșterea procentuală a producției atunci când cantitățile factorilor cresc în aceleași proporții, fără a se schimba ponderile factorilor utilizați în total. Elasticitatea (randamentul) de scară al funcției de producție este suma randamentelor factorilor de producție, fiecare randament fiind egal cu raportul dintre productivitatea marginală a factorului și productivitatea medie. Dacă suma randamentelor factorilor este egală cu unitatea, funcția de producție are randamente constante de scară. De exemplu, la o creștere cu 10% a tuturor input-urilor (factorilor), output-ul se mărește tot cu 10%. În cazul în care output-ul se mărește cu mai mult de 10%, funcția exprimă randamente crescătoare și suma elasticităților factorilor este supraunitară. Atunci când creșterea este sub 10%, randamentele de scară

sunt descrescătoare și suma randamentelor factorilor este subunitară. Aceste trei situații sunt ilustrate grafic în figura următoare:

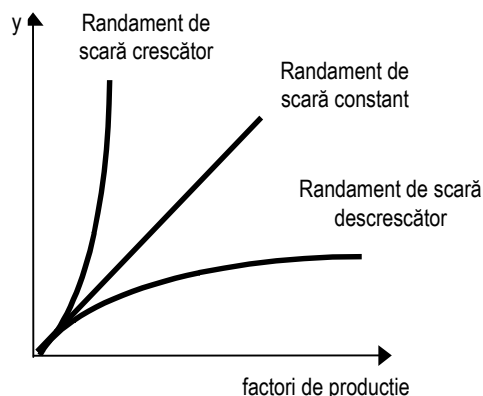


Figura 1. Variante ale randamentelor de scară

Randamentul de scară este important pentru înțelegerea tipului de concurență care se manifestă pe o anumită piață, deoarece explică numărul firmelor care operează într-un domeniu de activitate. Atunci când există randamente de scară crescătoare, o firmă mare produce mai ieftin decât două firme de dimensiuni mici, ceea ce generează o tendință firească de fuzionare a firmelor mici, precum și riscul falimentului pentru cele care nu se înscriu pe acest curs. Dimpotrivă, într-o activitate cu randamente descrescătoare de scară, sunt favorizate firmele de dimensiuni mici și este de așteptat ca acestea să predomine.

Consecințele modificării de scară a producției pot fi măsurate utilizând *elasticitatea producției*, E_p , care este definită ca fiind modificarea fracționară a output-ului total $\Delta Y/Y$, raportată la modificarea fracționară a unui factor de producție, K (capital) sau L (muncă), conform relației:

$$E_{p/K} = \frac{\Delta Y}{Y} \div \frac{\Delta K}{K} \text{ sau } E_{p/L} = \frac{\Delta Y}{Y} \div \frac{\Delta L}{L}.$$

Atunci când $E_p > 1$ rezultă că modificarea cu un procent a cantității utilizate dintr-un factor de producție produce o modificare mai mare de un procent a rezultatului (producția totală). Funcția de producție este supusă acțiunii legii randamentului descrescător al factorilor, ceea ce înseamnă că mărind peste un anumit nivel cantitatea consumată dintr-un anumit factor, în condițiile menținerii constante a cantităților consumate din celelalte input-uri, eficiența diferențială nu crește. În acest fel, funcția de producție permite înțelegerea mecanismului prin care input-urile sunt transformate în output-uri și permite determinarea

rezultatului maxim care poate fi obținut dintr-o cantitate dată de factori de intrare.

O componentă importantă a studiilor empirice bazate pe modelul funcțiilor de producție o reprezintă măsurarea posibilităților de substituție dintre factori, prin intermediul elasticității (randamentului) de substituție, concept introdus independent de John Hicks (Hicks, 1932) și Joan Robinson (Robinson, 1933).

Elasticitatea de substituție măsoară schimbarea procentuală în proporțiile factorilor datorată unei schimbări în rata marginală de substituție tehnică. John Hicks definea elasticitatea de substituție ca „o măsură a ușurinței cu care factorul variabil poate fi substituit cu altul” (Hicks, 1932, p.117). Elasticitatea de substituție arată variația proporțională a raportului cantităților de factori ce rezultă în urma unei variații proporționale a ratei marginale de substituție tehnică a unui factor în raport cu celălalt. Când elasticitatea de substituție este nulă, nu este posibilă înlocuirea unui factor de producție cu altul, aceștia fiind în proporție fixă (tehnologie de tip Leontieff), iar atunci când elasticitatea este infinită, substituția dintre factori este perfectă, funcția de producție fiind liniară.

În cazul unei funcții de producție cu doi factori, $Y = f(K, L)$, elasticitatea substituției între capital K și muncă L este dată de:

$$s = d \ln (L/K) / d \ln (f_K / f_L) = [d(L/K) / d(f_K / f_L)] \times [(f_K / f_L) / (L/K)]$$

Atunci când există doi factori de producție, o modalitate simplă de a reprezenta tehnologia de producție este prin intermediul izocantelor (figura 2). Fiecare izocantă constituie mulțimea combinațiilor de factori care permit atingerea aceluiasi nivel de producție. Elasticitatea substituției este expresia curburii izocantei, după cum se arată în figura 2. La punctul e , rata marginală de substituție tehnică este f_K / f_L (unghiul liniei tangente la punctul e), în timp ce raportul muncă/capital este L/K (unghiul corzii care leagă punctul e de origine). Să presupunem că ne deplasăm de la punctul e la punctul e' de pe izocantă. Rata marginală de substituție tehnică crește la $f_{K'} / f_{L'}$, în timp ce raportul muncă/capital crește la L' / K' (notată cu Δ^R în figura 2) cu deplasarea ratei marginale de substituție tehnică de la f_K / f_L la $f_{K'} / f_{L'}$ (representată prin Δ^M). Astfel elasticitatea substituției poate fi exprimată prin raportul $s = \Delta^R / \Delta^M$.

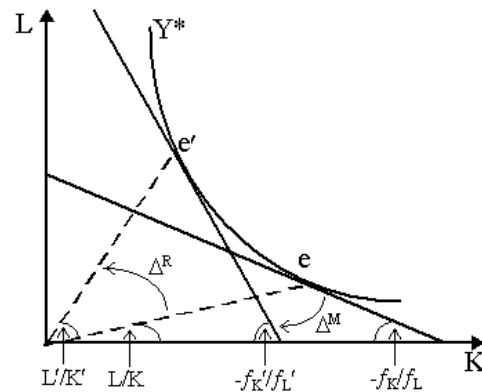


Figura 2. Elasticitatea de substituție și forma izocantelor

Rezultă de aici că, intuitiv, cu cât izocanta este mai curbă, cu atât va fi mai redusă schimbarea în proporțiile factorilor (Δ^R este mai mic pentru același Δ^M), așadar elasticitatea substituției s este mai mică. La extrem (tehnologie Leontieff) izocantele au forma unui L („curbură” maximă) și schimbările în rata marginală de substituție tehnică nu conduc la nicio modificare în proporțiile factorilor ($\Delta^R = 0$ pentru orice Δ^M) și $s = 0$.

Alt caz extrem este cel al substituției perfecte (figura 3), în care mașinile și lucrătorii sunt perfect substituibili, deci înlocuirea unuia cu celălalt nu produce nicio modificare în productivitatea marginală. Funcțiile de producție de acest tip au formă liniară:

$$Y = f(K, L) = a \times K + b \times L$$

unde a și b sunt constante. Întrucât $dY/dK = a$ și $dY/dL = b$, productivitățile marginale ale muncii și capitalului sunt constante și rata marginală de substituție tehnică este a/b , deci constantă. Așadar, izocantele sunt linii drepte (figura 3), indicând o rată marginală constantă a substituției tehnice, iar elasticitatea marginală de substituție este infinită.

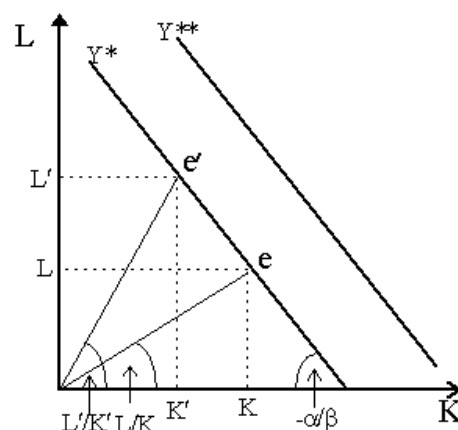


Figura 3. Substituția perfectă a factorilor de producție

În concluzie, pentru orice tehnologie de producție, atunci când s tinde la infinit, substituția factorilor este perfectă, iar atunci când s tinde către zero, nu este posibilă substituția. Explicația este legată de rata marginală de substituție tehnică. Dacă s este foarte mare, o modificare procentuală redusă în rata marginală de substituție tehnică antrenează o modificare procentuală foarte mare în raportul muncă/capital, posibilă doar dacă cei doi factori sunt ușor substituibili. Invers, când s este foarte mic, o schimbare importantă în rata marginală de substituție tehnică nu aduce modificări semnificative în proporțiile factorilor de producție, aceștia fiind utilizați în proporții foarte stricte.

Din această perspectivă, ipoteza productivității marginale descrescătoare capătă noi semnificații. Productivitatea marginală descrescătoare implică în mod necesar că $s < \infty$. Așa cum subliniază Joan Robinson, ipoteza productivității marginale descrescătoare afirmă de fapt că „există o limită a măsurii în care un factor de producție poate fi substituit cu altul sau, cu alte cuvinte, elasticitatea substituției între factori nu este infinită” (Robinson, 1933, p. 330).

Elasticitatea substituției poate fi exprimată în diferite forme. Un tip special de funcție de producție, cunoscut ca CES (*Constant Elasticity of Substitution*), a fost introdus de Arrow, Chenery, Minhas and Sollow (Arrow, 1961). Funcțiile de producție CES sunt liniar omogene și au elasticitatea de substituție constantă. Forma lor generală este exprimată prin relația:

$$Y = A \times [\alpha \times K^{-\rho} + (1-\alpha) \times L^{-\rho}]^{-1/\rho},$$

$$\rho > -1, 0 < \alpha < 1, A > 1$$

unde:

A – constantă, expresie a eficienței integrale a factorilor de producție;

ρ – parametru de substituție, care permite calcularea elasticității de substituție s : $\rho = 1 - 1/s$;
 s – elasticitatea de substituție;

α – constantă care măsoară contribuția capitalului la obținerea output-ului.

Această funcție este omogenă de grad 1: la modificarea cu un anumit procent a capitalului K și a muncii L , output-ul Y variază în aceeași proporție.

Funcția de producție Cobb-Douglas este un caz special al funcției CES (când s tinde către 1). Când s tinde către infinit se ajunge la funcția de producție liniară (substituție perfectă a factorilor) și când s

tinde către zero obținem funcția Leontief (complementaritate perfectă a factorilor de producție). CES este o funcție de producție neoclasică.

De-a lungul timpului, conceptul de elasticitate a substituției a fost extins de la doi la mai mulți factori, ceea ce a pus problema identificării posibilelor efecte încrucișate. Literatura de specialitate menționează 3 direcții principale de abordare a acestei probleme:

1. *elasticitatea directă a substituției*, care presupune calcularea elasticității de substituție a factorilor după modelul funcțiilor de producție bifactoriale, pe baza ipotezei stabilității celorlalți factori din funcția de producție, aceștia fiind astfel ignorați atunci când se măsoară dimensiunea substituției dintre cei doi factori de producție principali (de regulă, capitalul și munca);

2. *elasticitatea de substituție Allen*, denumită și elasticitate de substituție parțială (Allen, 1938), este bazată pe complementaritatea input-urilor; este cel mai frecvent folosită în aplicațiile empirice;

3. *elasticitatea de substituție Morishima* (Morishima, 1967) folosește ipoteza substituibilității input-urilor.

Aceste abordări diferite ilustrează versatilitatea conceptului de elasticitate a substituției factorilor în cadrul funcțiilor de producție multifactoriale.

În procesul evoluției teoriei funcțiilor de producție, un pas important în direcția reflectării mai fidele a realității economice l-a reprezentat înlocuirea ipotezei substituției constante a factorilor (*Constant Elasticity Substitution* - CES) cu cea a substituției variabile (*Variable Elasticity Substitution* - VES).

Funcția de producție cu elasticitate variabilă a substituției (VES) are forma următoare:

$$Y = A \times K^{\alpha v} \times [L + \alpha \times \beta \times K]^{(1-\alpha)v},$$

unde A , α , β , v , sunt constante, reprezentând variația elasticității substituției.

Astfel, când $v = 1$, funcția VES prezintă o elasticitate constantă a substituției, iar dacă, în plus, $\beta = 0$, obținem forma Cobb-Douglas a funcției de producție.

3. Aplicații ale funcțiilor de producție Cobb-Douglas și CES în România

Analiza noastră a urmărit estimarea parametrilor funcției de producție CES. Am testat mai multe

forme ale acestei funcții, cele mai bune rezultate fiind obținute în varianta homotetică. Datele statistice utilizate au fost: PIB, ca măsură a output-ului; formarea brută de capital fix, ca expresie a factorului de producție capital; populația ocupată, pentru factorul muncă.

Pe baza seriilor de indici de dinamică referitoare la cele trei variabile ale modelului (anexa 1), a fost determinată forma funcției de producție CES care caracterizează economia României în perioada 1990-2005:

$$Y = 1,33 \times (0,49 \times K^{-0,0002} + 0,51 \times L^{-0,0002})^{-1/0,0002}.$$

Valoarea parametrului σ este utilizată ca punct de pornire pentru calcularea mărimii *elasticității de substituție* s , care este foarte aproape de unitate ($s = 1,00022$), ceea ce reflectă inexistența unor deosebiri mari de productivitate între factorii de producție, situație care se constată și în cazul altor țări (tabelul 2) pentru perioade lungi de timp.

Rezultatele unor studii empirice privind elasticitatea de substituție în alte țări

Tabelul 2

Studiu	Țări	Perioada (frecvența)	Elasticitatea substituției factorilor s
Andersen (1999)	17 țări OECD	1966-1996	1,12
Berthold (2002)	SUA		1,15
	Germania	1970-1995	1,45
	Franța	(semestrial)	2,01
Bertolila (2003)	12 țări OECD	1972-1993	1,06
		(anual)	
Duffy (2000)	82 țări dezvoltate și în curs de dezvoltare	1960-1987	1,4
		(anual)	
Easterly (1995)	Uniunea Sovietică	1950-1987	0,37
		(anual)	
McAdam (2004)	Germania	1983-1999	0,7; 1; 1,2
		(trimestrial)	
Ripatti (2001)	Finlanda	1975-1999	0,6
		(trimestrial)	

După cum rezultă din calculele efectuate de autori străini pentru cazul mai multor țări dezvoltate și în curs de dezvoltare, elasticitatea de substituție a factorilor pare să confirme că o valoare supraunitară a acesteia este caracteristică pentru lanțuri de substituții directe și indirecte oferite de țări cu posibilități mai extinse de deschidere internațională și dezvoltare.

Calculul substituției factorilor de producție în sectorul agricol al unor țări membre ale UE, pentru

perioada 1980-2002, arată că aceasta a oscilat în jurul valorii unitare, după cum urmează: Grecia – 0,971; Italia – 1,603; Germania – 1,5; Franța – 1,5; Belgia – 0,888; Irlanda – 1,198; Danemarca – 0,953 și Olanda – 0,946 (Blazejczy – Majka et al., 2006).

Valorile estimate ale parametrilor α , β ai funcției CES sunt similare cu rezultatele obținute prin aplicarea modelului funcției de producție Cobb-Douglas, utilizând tot indicii de dinamică ai variabilelor. Varianta homotetică a modelului clasic Cobb-Douglas are forma următoare în cazul României:

$$Y = 0,94 \times K^{0,49} \times L^{0,51}.$$

Valorile parametrilor α și β pentru funcția Cobb-Douglas sunt identice cu rezultatele anterioare bazate pe funcția CES, de unde putem trage concluzia unei cvasistabilități a contribuției celor doi factori de producție la obținerea și la dinamica output-ului, ceea ce presupune un reper important pentru fundamentarea politicii de venituri. Menționăm faptul că folosirea variantei homotetice a modelului Cobb-Douglas conduce la valori identice ale parametrilor α și β , atât în cazul utilizării indicilor de dinamică, precum și în cel al folosirii valorilor absolute ale variabilelor modelului, pentru intervalul 1990-2005.

Analiza noastră are un înalt grad de agregare macroeconomică, motiv pentru care specialiștii o și numesc elasticitate agregată de substituție a factorilor. Analizele dezagregate ale factorilor capital și muncă oferă o paletă explicativă mult mai nuanțată și cuprinzătoare, cu un plus de valoare în plan științific și aplicativ. Astfel, factorul capital este dezagregat pe componente tradiționale și relativ noi (infrastructura CDI, activele intangibile, capitalul natural, capitalul instituțional etc.).

În ceea ce privește factorul muncă, se au în vedere personalul înalt calificat, personalul TIC, număr de doctori, indexul citărilor, migrația creierelor etc. Un element de impulsioneare a creșterii economice, comun ambilor factori de producție, îl reprezintă activele intangibile, de fapt principalul generator contemporan al veniturilor și profiturilor marilor corporații multinaționale. Activele necorporale, adesea denumite capital intelectual și/sau uman, reprezintă o nouă formă

de manifestare a progresului tehnologic care implică deopotrivă formele tradiționale ale factorilor capital și muncă într-o nouă paradigmă a creșterii economice în cadrul căreia prevalează creativitatea și cercetarea-dezvoltarea, infrastructura și munca înalt calificată în sensul modelelor de creștere endogenă.

Obținerea unor valori identice ale parametrilor α și β în cazul funcțiilor de producție pe care le-am testat pentru economia României, în perioada 1990-2005, era previzibilă deoarece, atunci când raportul de substituție între factorii de producție tinde către 1, funcția CES este identică cu funcția Cobb-Douglas. Mai mult, în literatura de specialitate se demonstrează că, dacă o funcție de producție are elasticitate de scară constantă (suma coeficienților este 1) și elasticitatea substituției factorilor este 1, atunci forma acelei funcții este obligatoriu Cobb-Douglas. Aplicația noastră se apropie foarte mult de satisfacerea acestor condiții: elasticitatea de scară este 1 și elasticitatea substituției factorilor $s = 1,00022$.

4. Concluzii

Elasticitatea substituției factorilor de producție în variantele sale *directe* și *indirecte* asociate cu complementaritatea acestora reprezintă un important *factor al creșterii economice* contemporane, impulsivat de influența complexă a progresului tehnologic.

Folosirea funcțiilor de producție Cobb-Douglas cu variantele lor homotetice și nehomotetice, CES și VES în cercetarea creșterii economice exogene și endogene oferă un important instrument de fundamentare a deciziei la nivelurile micro și macroeconomic, în ceea ce privește politica de creștere a eficienței și ecoeficienței, a distribuirii veniturilor și asigurării unui cadru de compunere optimă a factorilor de producție în condițiile globalizării și ale economiei bazate pe cunoaștere.

Din cercetările noastre rezultă că raportul de substituție dintre capital și muncă pe termen lung este în perioada de tranziție a economiei românești apropiat de unitate ($s = 1,00022$) în condițiile în care un raport *subunitar* semnifică posibilități reduse de substituție interfactorială specifice mai ales economiilor autarhice și slab dezvoltate și unul *supraunitar* – o situație favorabilă mai multor variante de substituție a factorilor specifici îndeosebi unor economii dezvoltate.

Elasticitatea factorilor de producție este variabilă în funcție de perioada de timp pentru care este calculată, pe termene lungi ea având tendința să se stabilizeze la nivel agregat.

Studiul nostru nu reprezintă decât un început al analizei de fond a problemei ample a substituției factorilor de producție, în condițiile globalizării și societății bazate pe cunoaștere. Tocmai de aceea suntem conștienți de o serie de neajunsuri pe care le are. Totodată am fi recunoscători cititorilor dacă vor contribui într-o formă care le este convenabilă la îmbunătățirea și continuarea acestui material.

Continuarea cercetărilor în acest domeniu s-ar putea referi, pe scară subiectivă de priorități a autorilor, în următoarele direcții:

- analiza dezagregată pe sectoare și domenii a substituției factorilor de producție, îndeosebi în agricultură, unde această substituție este încă restricționată;
- impactul capitalului natural al României asupra substituției factorilor de producție;
- efectele migrației externe a forței de muncă, îndeosebi al exodului de creiere (brain drain) asupra posibilității de substituție a factorilor de producție;
- implicațiile investițiilor străine directe în ceea ce privește substituibilitatea și complementaritatea factorilor de producție;
- îmbunătățirea instrumentarului analitic al funcțiilor de producție Cobb-Douglas, a relevanței și consistenței informației statistico-economice de care are nevoie.

Bibliografie

- Allen, R.G.D. (1938). *Mathematical Analysis for Economists*. New York: St. Martin's
- Arrow, K.J., Chenery, H.B., Minhas, B.S., Solow, R.M., „Capital-labor substitution and economic efficiency”, *Review of Economics and Statistics*, nr. 43, 1961, pp. 225-250
- Armington, P.S., „A theory of demand for products distinguished by place of production”, *IMF Staff Papers* nr. 16, 1969, pp. 159-178
- Andersen, P.S., Klau, M., Yndgaard, E., „Higher profits and lower capital prices: Is factor allocation optimal?” *BIS Working Paper*, nr. 65, 1999, Bank of International Settlements
- Berthold, N., Fehn, R., Thode, E., „Falling labor share and rising unemployment: Long-run consequences of institutional shocks?”, *German Economic Review*, nr. 3, 2002, pp. 431-459
- Bertolila, S., Saint-Paul, G., „Explaining movements in the labor share”, *Contribution to Macroeconomics*, nr. 3, 2003, Art. 9
- Blazejczy – Majka et al., „Substitution of Production Factor in the Agricultural Sector of Selected EU countries 1980-2002”, *Electronic Journal of Polish Agricultural Universities*, vol. 9, 2006, issue 3, Topic Economics
- Duffy, J., Papageorgiou, C., „A cross-country empirical investigation of the aggregate production function specification”, *Journal of Economic Growth*, nr. 5, 2000, pp. 86-120
- Easterly, W., Fisher, S., „The Soviet Economic Decline”, *World Bank Economic Review*, nr. 9, 1995, pp. 341-371
- Grossman, T., Helpman, E., (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*, MIT Press
- Gravelle, H., Rens, R., (1992). *Microeconomics*, Longman Group Limited, England
- Hicks, J. (1932). *The Theory of Wages*, 1963 edition, London: Macmillan
- Karagianis, G., Palivos, T., Papageorgiou, C., (2004), *Variable Elasticity of Substitution and Economic Growth: Theory and Evidence*, Department of Economics, University of Macedonia, Greece
- Klump, R., de La Grandville, O., „Economic Growth and the Elasticity of Substitution”, *American Economic Review*, nr. 90, 2000, pp. 282-291
- Klump, R., McAdam, P., Willman, A., (2005), *The Long-Term Successes of the Neoclassical Growth Model*, 2006 ASSA/AEA session, Boston
- Lovell, C.A.K., „CES and VES Production Functions in a Cross-Section Context”, *Journal of Political Economy*, nr. 81, 1973, pp. 705-720
- Lucas, R.E., „On the Mechanics of Economic Development”, *Journal of Monetary Economics* nr. 22, 1988, pp. 3-42
- McAdam, P., Willman, A., „Estimating German Long-Run Supply”, *Economic Modeling*, vol. 21, nr. 2, 2004, pp. 191-215
- Morishima, M., „A Few Suggestions on the Theory of Elasticity”, *Keizai Hyoron (Economic Review)*, vol. 16, 1967, pp. 149-150
- Ripatti, A., Vilminen, J., „Declining labor share-Evidence of a change in the underlying production technology?”, *Bank of Finland Discussion Papers* 10, 2001
- Robinson, J. (1933). *The Economics of Imperfect Competition*, 1950 reprint, London: Macmillan
- Romer P.M., „Increasing Returns and Long-Run Growth”, *Journal of Political Economy*, vol. 94, 1986, pp. 1002-1037
- Sato, R., Hoffman, F., „Production Functions with Variable Elasticity of Substitution: Some Analysis and Testing”, *Review of Economics and Statistics*, nr. 50, 1968, pp. 453-460
- Stiglitz, J.E., „Growth with Exhaustible Natural Resources. The Competitive Economy”, *Review of Economic Studies*, vol. 41, 1974, pp. 130-152
- Zaman, Gh., Goschin, Zizi, Herteliu, C., „Analysis of the Correlation between the GDP Evolutions and the Capital and Labour Factors in Romania”, *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 2005, pp. 5-21
- Zellner, A., Ryu, H., „Alternative Functional Shapes for Production, Cost and Returns to Scale Functions”, *Journal of Applied Econometrics*, nr. 13, 1998, pp. 101-127

An	Dinamica PIB (%)	Dinamica formării brute de capital fix (%)	Dinamica populației ocupate (%)	Elasticitatea producției în raport cu factorul:	
				capital	muncă
1990	100,0	100,0	100,0	-	-
1991	87,1	68,4	99,5	0,41	2,58
1992	79,4	75,9	96,5	-0,80	2,84
1993	80,6	82,2	92,8	0,18	-0,39
1994	83,8	99,2	92,3	0,19	-8,00
1995	89,8	106,1	87,5	1,02	-1,37
1996	93,4	112,1	86,5	0,70	-3,33
1997	87,7	114,0	83,2	-3,59	1,61
1998	83,5	107,5	81,3	1,03	2,56
1999	82,5	102,3	77,7	-3,94	-4,29
2000	84,3	107,9	79,6	-2,59	-5,6
2001	89,2	118,9	79,0	0,57	-7,25
2002	93,7	128,7	76,8	0,62	-1,89
2003	98,6	139,6	76,7	0,62	-26,5
2004	107,0	155,1	76,0	0,76	-10,62
2005	111,4	174,7	77,4	0,32	2,28
1990-2005	-	-	-	0,15	-0,50

Sursa: Calculele autorilor pe baza datelor din Anuarul statistic al României, 1991-2005, INS.

The Development of a Multisource and a Systematized Database for Economic and Policy Impact Analysis

■

Ec. Filippo Oropallo

Cercetător

Institutul Italian Național de Statistică

Ec. Lorenzo Lo Cascio⁽²⁾

Consultant pe probleme economice

Grupul META, Italia

Abstract. *ISTAT is involved in various EU projects with the objective of “supporting the Lisbon objectives, EU governance and the process of national policy coverage with the best EU-wide and national policy impact and evaluation analyses”.*

Existing knowledge on policy impact analyses is approximate. The “facts” on the impact of policies are charted only at the aggregate level and with a high degree of approximation. Macro indicators have well-known pitfalls and drawbacks. Understanding how policies affect economic performance and developing better indicators to gauge their effects is central to endow the EU with a set of efficient and fair policies. The gap in European knowledge and capacity for Policy Impact Analysis is patent.

The DIECOFIS EU-FP5 project has taken up the challenge of reducing this gap in the field of taxation. Results have been quite encouraging and have open new vistas for future work. Particularly notable has been the development of a system of micro-founded indicators, based on factuals and counterfactuals, estimated through micro-simulation models.

This has led to the current utilization of such a tool in the ex-ante microsimulation of the effects of several reforms of corporate taxation

Key words: *integration problems; enterprise performance; multisource database; microsimulation models; fiscal impact.*

■

Introduction

Micro-founded indicators on enterprise performance and fiscal microsimulation models require a great deal of information. This is normally scattered in different statistical surveys and administrative sources. Each different data source is conceived to serve different purposes and, in many instances, may refer to different units or different definitions may be used for the same unit. Any attempt to bring together data from different

sources has to overcome complex problems in terms of sheer access, and integration and systematisation. This paper addresses the following two broad questions:

- (i) the reconciliation of administrative and survey sources;
- (ii) the integration of sample survey data with exhaustive information from registers and other various administrative sources.

We expose also an analysis of the integration problems that were faced, the architecture of the integration process that has been adopted and how we expect to attain the final integrated information system.

The integration of administrative data (and survey data) can be solved by exact matching techniques, while the integration of data taken from two (or more) surveys can be solved by statistical matching techniques. This is often the case, since surveys rarely contain data on the same enterprises.

The sources

In order to build the integrated and systematized information system on enterprises needed to support economic analysis and for the development of tax microsimulation models and micro founded indicators, the first step is to select the “spine” information that will be use as a basis for the integration process. At ISTAT, the “spine” is constituted by the statistical register of Italian active enterprises (acronym ASIA)⁽¹⁾. This is the result of an integration process of different administrative sources and represents the best “hanger” for data integration purposes. On this hanger, information from the following sources can be put.

These include:

- Large Enterprise Accounts (Italian Acronym is SCI, cf. ISTAT 2000);
- Small/Medium Enterprise Survey (enterprises with less than 100 workers) (Italian Acronym is PMI, cf. ISTAT 2001b);
- Manufacturing Product Survey (PRODCOM, cf. ISTAT 2001a) and Cost Structure Survey (ISC);
- Foreign Trade Survey (Italian Acronym is COE, cf. ISTAT 2002a);
- Community Innovation Survey (CIS, cf. ISTAT 1999);
- ICT Survey (cf ISTAT 2002b).

All above ISTAT surveys are based on common EUROSTAT standards and classifications (as shown in Figure 1). This implies that the DIECOFIS database can serve to microsimulate the impact of public policies not only in Italy and that a path for the creation of an EU statistical information system has been traced.

The main effort which it was necessary to undertake is about the development of a methodology that allow the data linkage between the information of the above surveys and the whole

enterprise universe, represented by the data register on enterprises.

In the ASIA⁽²⁾ archive, ISTAT files all active enterprises (cf. Eurostat 1999) except for those belonging to Agriculture, Forestry and Fishing (A, B sectors according to NACE classification) and the Public Sector (L, O91, P and Q). This can be used as a starting point or common basis for the linkage of all survey data. In the ASIA archive the following information is included:

- Identifier: internal code, name, fiscal code, vat number, telephone, address;
- Localisation: geographical reference;
- Typology: economic activity and legal form;
- Demographic: status and transformations;
- Size: Turnover and employees.

The information coming from the administrative sources that have been integrated in the DIECOFIS database include:

- The Chamber of Commerce (CA = Commercial Accounts): data from the CC's Annual Report. These complement ISTAT business survey of account system (SCI and PMI) for all corporate, co-operatives and consortium enterprises only.
- The Revenue Agency (FISCAL=Fiscal Data): data from RA annual tax returns.
- The Social Security Administration (SSD = Social Security Data): data from SSA returns.

These two latter sources permit to obtain precise information on tax and social contribution revenues, and thus to calculate the actual tax burden on enterprises, which can be used to test the model's output (e.g. “counterfactuals”).

Looking at the quality of the available information, the enterprise size seems to be a “key” variable (Denk, Oropallo, 2003). In fact, exhaustive information (which covers the whole universe) is available for large enterprises that have at least 100 workers, while for small and medium ones we can collect data from a sample of enterprises.

A second characteristic that appears to be very important is the legal form, as the type of tax that an enterprise is required to pay depends on it.

Integration Issues

If we focus the attention on the integration of statistical data with business registers and with administrative data (Giovannini, Sorce, 2001, EUROSTAT, 1999), the first problem we have to

solve is to identify the business unit. This means basically choosing a variable which can be a unique key and act as a natural bridge between the different sources. In almost all firms' databases we have chosen either the VAT code or the fiscal code.

Another important question relates to possible changes to the business (Black, 2001) during the enterprises' life. In fact, the same enterprise may appear as a different unit because of transformation events. Usually two types of changes are considered:

- Changes involving a single unit (changes in kind of business classification, in size or localisation);
- Changes in the number of units (death, birth, divestitures and splits, mergers and acquisitions).

As a consequence of changes or in the presence of new-born firms, we may find that the business register doesn't contain all the units of a survey and it is necessary to distinguish between the case of new firms and that of transformed units. In the latter case, a problem of identifying the successor of the initial business can arise. In some cases, the VAT number of the new unit is different but the fiscal code is the same. A correspondence table containing old and new codes or a table containing the fiscal code and the many VAT numbers used by the enterprise has been used in order to solve this kind of problems.

Integrating different data sources implies the record linkage of two or more files containing units of the same population. This means dealing with both Exact and Statistical matching problems (FCSM, 1980). An example can be found in the use of the PMI survey. Mainly, two problems arise:

- On the one hand, the information contained in the ISTAT PMI survey only refers to profit, loss, staff costs and other variables. No data about enterprise's assets and liabilities is contained.

In order to solve this first problem, we need to integrate PMI data with administrative data from the Chambers of Commerce, at least for all enterprises that exist as a separate legal entity, using exact matching techniques, where the key variable is the fiscal code.

- On the other hand, no exact linkage with other Istat surveys is possible, because of Istat's intention

to avoid imposing an excessive burden on respondents. ISTAT, in fact, does not include an enterprise in more than one survey in a year.

The resolution of the second problem is possible through statistical matching techniques. By using several different statistical matching techniques, missing variables are drawn from the available information. Missing values are reconstructed with reference to enterprises that have similar characteristics and for which the information is available (FCSM, 1980). The characteristics in question are the size, the economic activity, the geographical area, the legal form etc. The following chart shows the coverage of all sources available. This is the starting point for applying any matching technique.

Nontrivial questions are sampling problems. After merging survey data with exhaustive data taken from a subset of the population, sampling weights have to be recalculated. An example is the merging of variables taken from PMI surveys with variables from foreign trade survey, which are data sets that cover all exporting/importing enterprises. In this case, sampling weights have to reflect the new proportion of export/import enterprises in each stratum of the sample. Sampling re-weighting techniques are also used in the case of changes in a single unit, when it changes its type of business, size or localisation.

Being able to rely on an integrated and systematised database for a sufficient number of years, in this overall systemic perspective, basically means that it would become possible to go beyond overall indicators (measuring "averages") and measures of inequality and dispersions (measuring overall inequality) and to "*slice*", "*dice*", "*drill up*" and "*drill down*", "*drill through*" and "*drill across*" information *hyper* and *micro cubes*, that is to move horizontally and vertically, across dimensions and over time, and chain link indicators. These *newly-built* indicators would refer to different dimensions and be characterised by systemic features that can be studied to identify factors/areas of weakness or strength; of progress or decline; gains and losses. Accordingly, it would become possible to study aspects relating to structure, composition, distribution and dispersion.

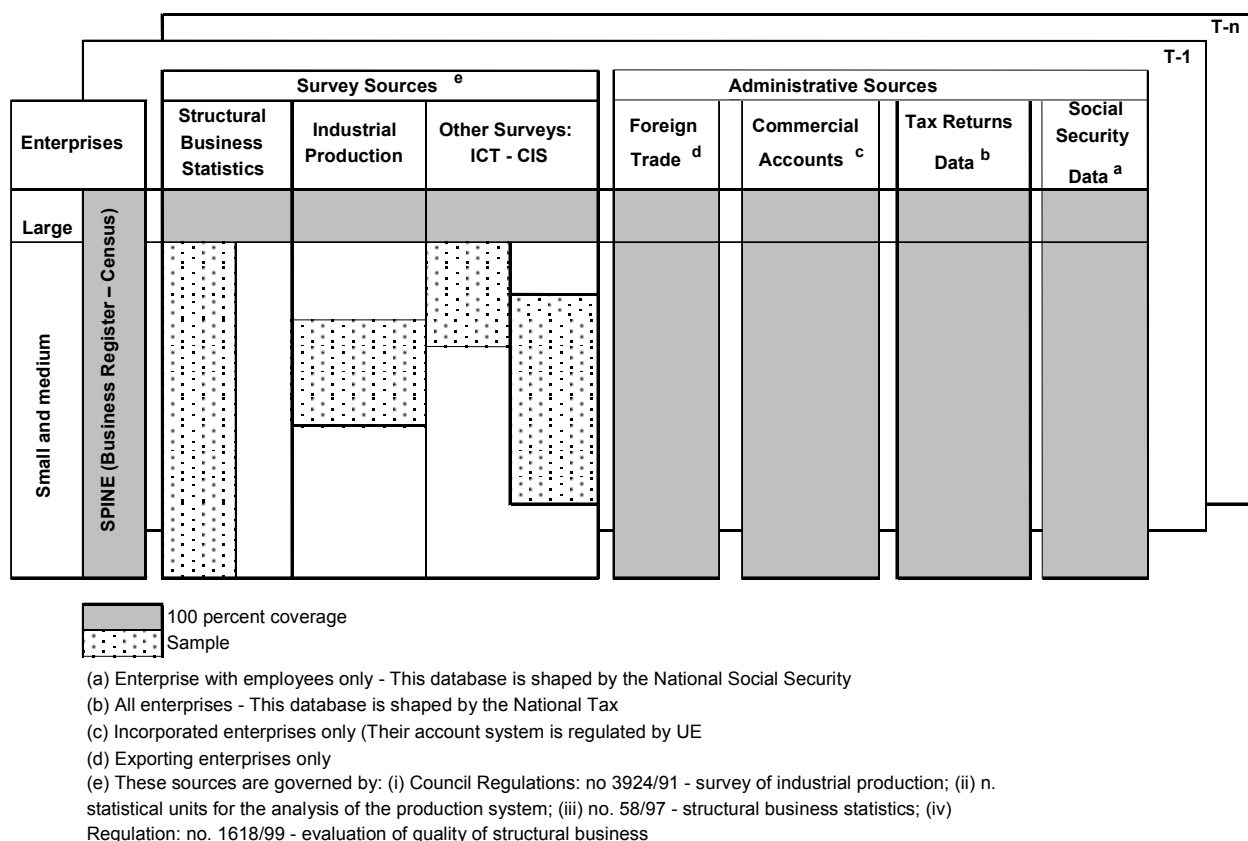


Figure 1. General Framework

The above figure shows the general framework of the sources to be integrated (Denk, Oropallo, 2002), grey areas represent exhaustive data, dotted areas sample data.

The DIECOFIS Database

First Stage of Integration

The first step of the DIECOFIS database integration was concerned with the creation of the following datasets:

Survey datasets (Regional datasets), which include information on 55 thousand corporate firms, coming from several ISTAT surveys (e.g.

Statistical data). Information is exhaustive for large corporate firms (8.8 thousand firms with 100 workers or more). Sample data are available for small corporates (45.9 thousand firms, roughly 1.5 percent of the universe).

Administrative datasets (Corporate datasets), which include information on 54 thousand corporate firms, coming from the Commercial Accounts data (e.g. Administrative data). Information is exhaustive for large corporate firms (7 thousand firms with 100 workers or more). Sample data are available for small corporates (47 thousand firms, roughly 1 percent of the universe).

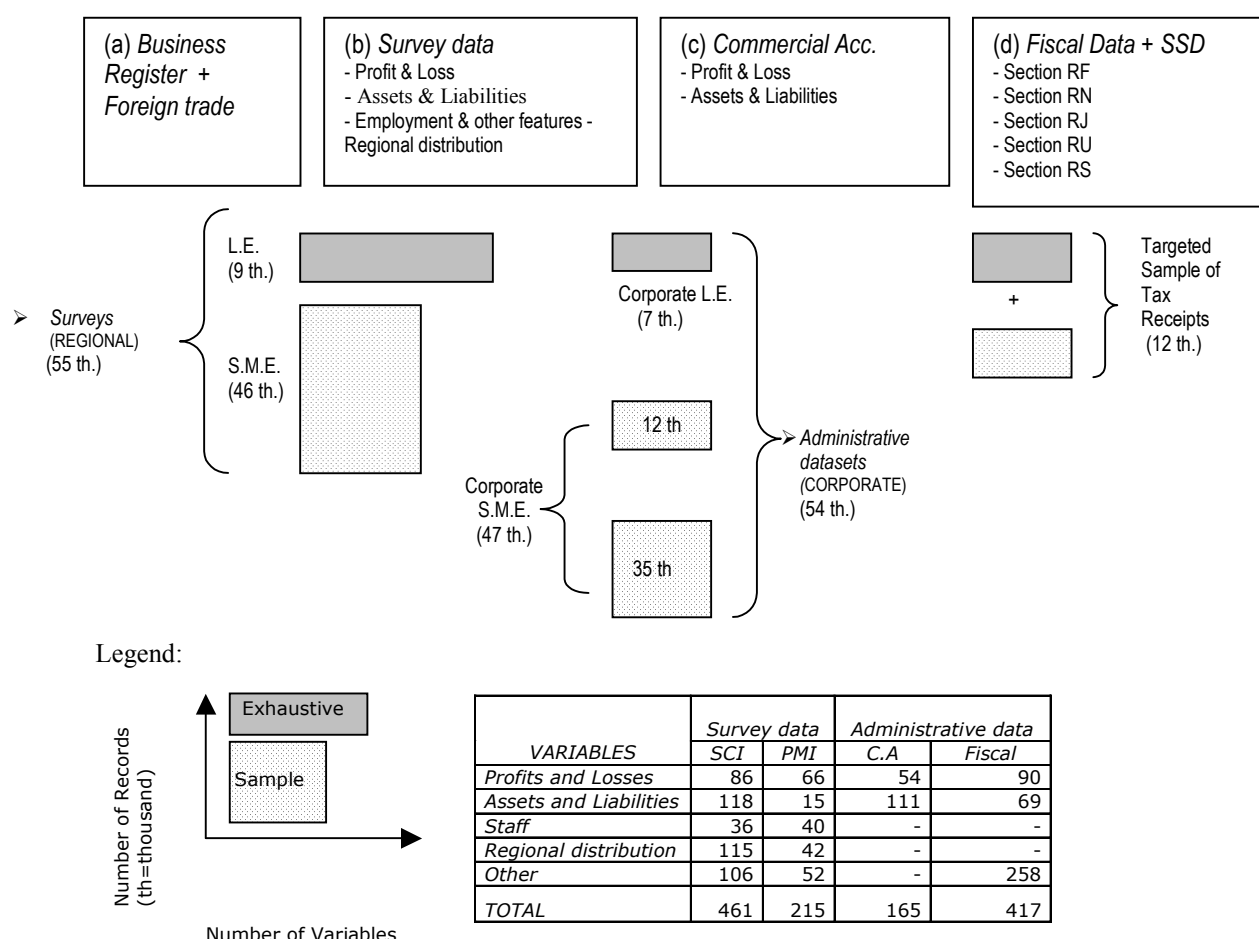


Figure 2. First Stage

Figure 2 shows all separated pieces of data that have been merged with the Business Register and that are described below.

The *Business Register ASIA* (years: 1996 – 2000) includes basic information on the whole universe of Italian active enterprises, so that the contained characteristics can serve as auxiliary variables in the processes of imputation and estimation. These

are: (1) Geographical reference, (2) Sector of economic activity, (3) Legal type (4) Dimension (independent workers and employees) and, for a portion of them, the annual turnover. This merging activity makes it possible to proceed with the second stage of integration: the missing data reconstruction, obtained by using matching techniques.

Business Register

Table 1						
Year	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Large Enterprises	8,091	8,684	8,924	9,240	9,741	10,125
SME	3,862,383	3,761,446	4,040,250	4,122,853	4,212,916	4,287,340
Total	3,870,474	3,770,130	4,049,174	4,132,093	4,222,657	4,297,465

The 1999 *SCI survey* (data are available also for year 1998) contains information about 8.734 enterprises. They refer to the universe of large enterprises with 100 or more workers (with the exclusion of the J division, Financial sector). Among these, we find 7.339 corporate enterprises, about 84 percent of the total.

SCI Survey

Table 2		
Year	1998	1999
Corporate Enterprises	7,124	7,339
Non Corporate Enterprises	1,330	1,395
Total	8,454	8,734

The 1999 *PMI survey* (data are available also for year 1998) contains information about 45,947 enterprises, of which 15,329 are corporate enterprises.

PMI Survey

Table 3

Year	1998	1999
Corporate Enterprises	15,372	15,329
Non Corporate Enterprises	32,112	30,618
Total	47,484	45,947

With respect to Commercial Accounts data (years '98-'00), we have, for the year 99, a sample of 53,532 enterprises: 6,902 of these are present in the SCI survey as well; 11,905 enterprises are in the PMI survey too; the remaining 34,725 enterprises are present in the ASIA register but not in any survey.

CA data

Table 4

Year	1998	1999	2000
Large Enterprises	6,145	6,902	5,778
SME Enterprises	48,313	46,630	43,653
Total	54,458	53,532	49,431

The Fiscal Dataset contains a targeted sample of tax returns for the year 1999. It contains all large corporates and a very small sample of small enterprises.

Fiscal Data

Table 5

Year	1999
Large Corporate Enterprises	7,340
SME Corporate Enterprises	4,535
Total	11,875

The Social Security Dataset contains data on all enterprises which have one employee at least.

Social Security Data

Table 6

Year	1999
Large Corporate Enterprises	9,021
SME Corporate Enterprises	1,061,932
Total	1,070,953

In this first stage, other surveys have been linked with the business register:

- The *PRODCOM* survey (ISTAT, 2001a). This survey is exhaustive for large enterprises and there is a sample of small and medium ones (approximately 35,000 units). It covers the manufacturing sector only. Other sectors, such as trade and services, remain uncovered. Moreover, for small and medium enterprises, we have the problem of the missing link between PMI sample units and units from the PRODCOM sample.
- The Foreign trade survey (*COE*), integrates information about foreign trade for the totality of enterprises (ISTAT, 2002). It is derived from custom data and covers all the population of enterprises engaged in foreign trade (approximately 260,000). It contains the value of every item exchanged (with a detail of 8 digits) for each country of destination and origin.
- The Survey of Technological Innovation of enterprises (*CIS* - Community Innovation Survey) collects information on expenses for innovation projects and on the type of innovation in question. The purpose is to estimate the input and output of the innovation process that takes place in enterprises. This survey is led on a representative sample of 5,256 enterprises that are part of the population of industrial enterprises with 20 workers or more. This is not an annual survey but is carried out every 4 years.
- The *ICT* survey (Information and Communication Technologies) tries to gather information on enterprises' use of Information and Communication Technologies and electronic commerce, in order to highlight "new economy" activities. Enterprises with 10 or more workers in the manufacturing sector and in part of the services sector are the reference units. The representative sample contains 7,000 units. The first year of issue is 2001.

Second Stage of Integration

The second stage of integration is synthesized in the chart below.

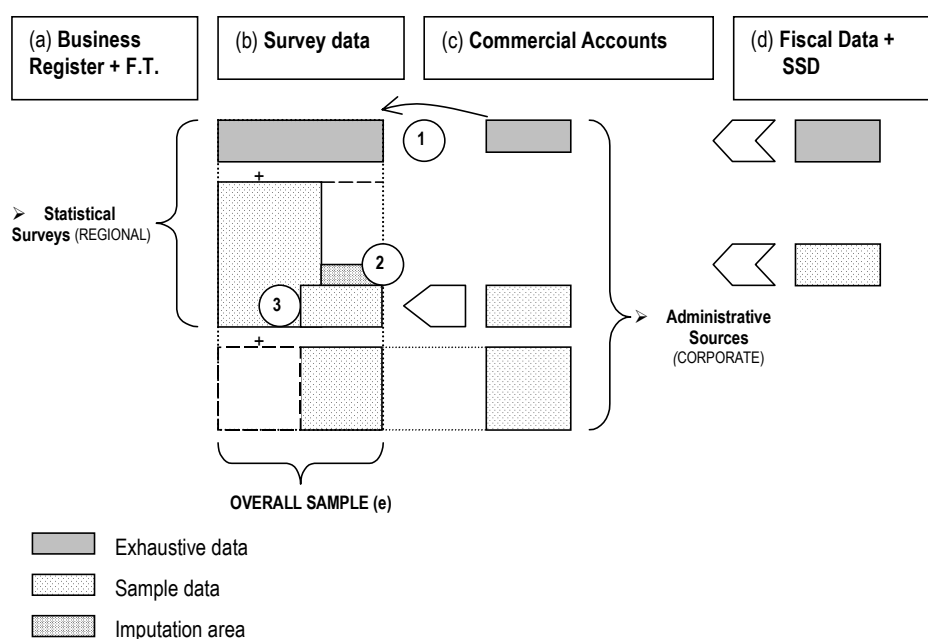


Figure 3. Second Stage

In this second step three main issues can be distinguished: (1) the reconciliation of survey data with administrative data, (2) the problem of missing data, (3) the estimation process.

Reconciling Survey and Administrative Data

The harmonization of variable definitions has been, preliminarily, required in order to produce metadata information. When it has been possible, the

same variables from different sources have been compared. An example on two important variables is illustrated in the chart below. The comparison of the values of the variables included in both *Corporate* and *Regional* datasets shows a regular distribution of relative differences. Roughly 80 percent of SME under observation have a discrepancy range of ± 2 percent, while roughly 50 percent of large enterprises fluctuate between ± 2 percent.

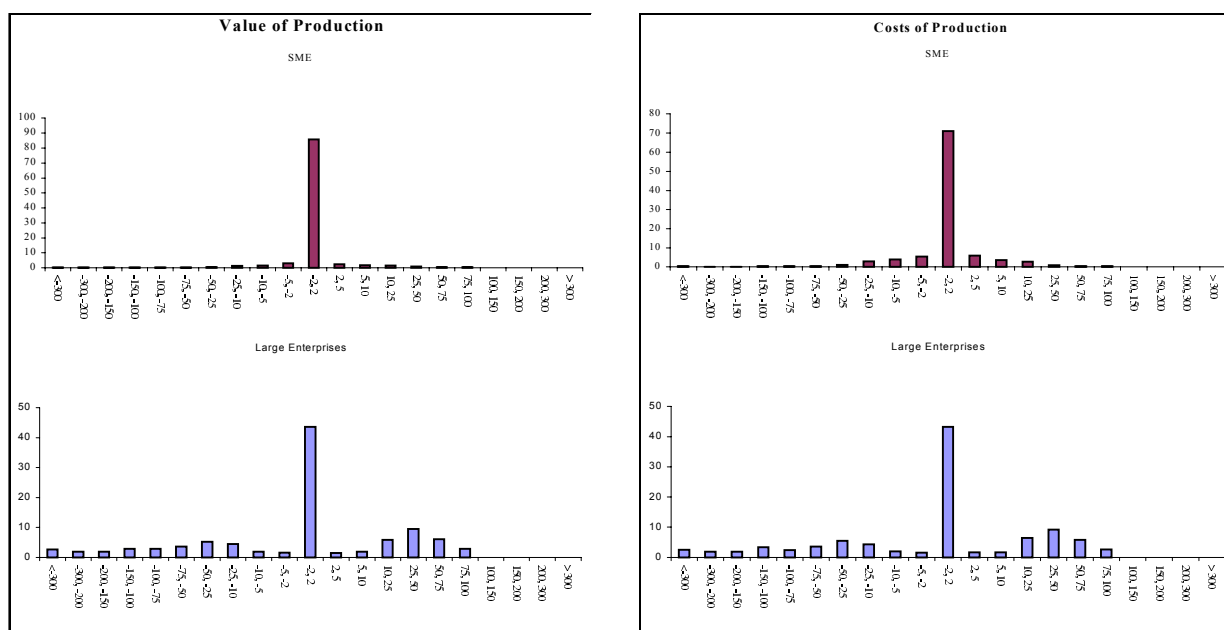


Figure 4. Comparisons

Imputation

By integrating the information coming from the Administrative sources, it was possible to reconstruct missing data. In addition, an analysis

of discrepancy of variable values has been performed on the units that are present both in the administrative and statistical sources.

CL	Range	SME Enterprises	
		Discrepancies	
		Obs	Perc
1	<-300	10	0.1
2	-300, -200	5	0.0
3	-200, -150	7	0.1
4	-150, -100	22	0.2
5	-100, -75	16	0.1
6	-75, -50	39	0.3
7	-50, -25	157	1.3
8	-25, -10	392	3.3
9	-10, -5	467	3.9
10	-5, -2	664	5.6
11	-2, 2	8449	71.0
12	2, 5	771	6.5
13	5, 10	473	4.0
14	10, 25	323	2.7
15	25, 50	76	0.6
16	50, 75	18	0.2
17	75, 100	8	0.1
18	100, 150	4	0.0
19	150, 200	3	0.0
20	200, 300	1	0.0
21	> 300	1	0.0

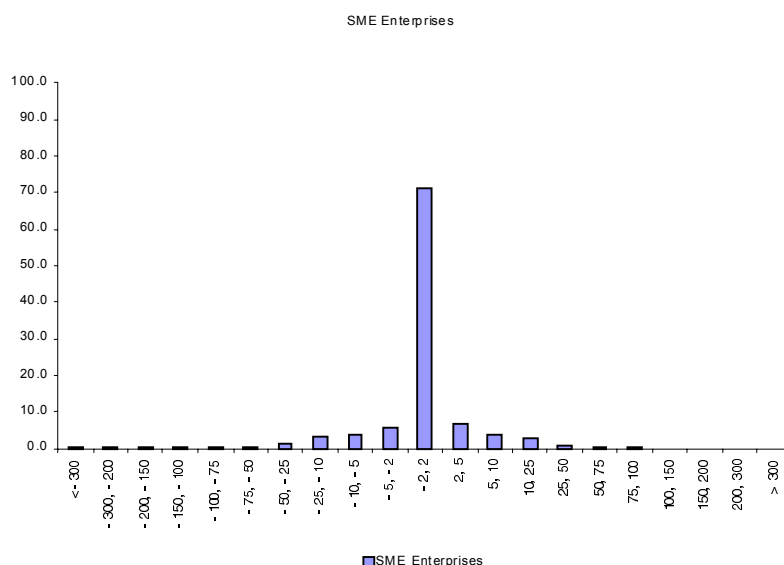


Figure 5. Analysis of discrepancy

After the reconstruction of information by integrating survey and administrative sources through a one-to-one match and eliminating outliers, missing data remains where an exact matching has not been possible. In this case, data imputation has been performed through statistical matching techniques. This problem can be viewed as an imputation problem (D'Orazio, Di Zio, Scanu, 2001). In fact, the main difficulty is to choose in two complementary datasets the similar units.

The tables below show on which basis missing data have to be imputed: being 1999 the year of reference and taking the corporate firms of the Regional dataset (15 thousand on a total of 45 thousand firms), 11,905 records are linked with the information contained in the administrative data sources. For the units for which no link has been possible, information has to be reconstructed and missing data has to be imputed (dotted region in figure 3). Several techniques may be applied to achieve this objective.

Merging activities

Table 7

MERGING Regional/Corporate

Cross Sectional integration

YEAR 1999	REGIONAL (99)	of which corporates	Year 1999	
			Linked with Commercial Accounts Dataset	Not linked with Commercial Accounts Dataset
SME Enterprises	45,947	15,329	11,905	3,424
Large Enterprises	8,734	7,339	6,902	437
Total	54,681	22,668	18,807	3,861

Longitudinal integration 1999 – 1998 – 1997 - 1996

YEAR 1999-1998	REGIONAL (99)	of which corporates	Year 1998	
			Linked with Commercial Accounts Dataset (a)	Not linked with Commercial Accounts Dataset (a)
SME Enterprises	45,947	15,329	11,801	3,528
Large Enterprises	8,734	7,339	6,937	402
Totalv	54,681	22,668	18,738	3,930

YEAR 99-97-96	REGIONAL (99)	of which corporates	Year 96-97 (dataset regional96_97)	
			Linked with previous surveys datasets (a)	Not linked with previous survey datasets (a)
SME Enterprises	45,947	15,329	4,006	11,323
Large Enterprises	8,734	7,339	6,681	658
Totalv	54,681	22,668	10,687	11,981

Imputation methods that have been used in the DIECOFIS database construction include:

- Regression based (EC-JRC, ISTAT, 2003)
- Hot deck (RIDA) (Abbate, 1997), implemented in the software CONCORD (ISTAT – Concord v1.0, 2002c) that operates in SAS environment.

- Multiple imputation (EC-JRC, ISTAT, 2003) also using a SAS procedure known as “PROC MI”.

First results of the application of two of the above mentioned procedures are reported below:

Model for Single imputation

Table 8

Variable	Description	Distribution	I/O
X1	Value of Production	Continuous	Input
X2	Total Employment	Continuous	Input
X3	Localisation	Discrete	Input
X4	Business Sector	Discrete	Input
Y	Total Asset (<i>dependent parameter with missing values</i>)	Continuous	Output

As regards single imputation, we have identified the regression model $Y=f(X1,X2,X4)$ and $Y=f(X1,X2,X3,X4)$ as the best models (the continuous variables are transformed in logarithmic values).

The *Multiple Imputation* method imputes several values (M) for each missing value (from the predictive distribution of the missing data), to represent the uncertainty about which values to impute. The M versions of completed datasets are analyzed by standard complete data methods and the results are combined using simple rules to yield single combined estimates (e.g., MSE, regression coefficients), standard errors, p-values, that formally incorporate missing data uncertainty. The pooling of the results of the analyses performed

on the multiply imputed datasets implies that the resulting point estimates are averaged over the M completed sample points, and the resulting standard errors and p-values are adjusted according to the variance of the corresponding M completed sample point estimates. Thus, the „*between imputation variance*”, provides a measure of the extra inferential uncertainty due to missing data (which is not reflected in single imputation).

The results obtained after 50 imputations for the variable Y (total assets) are shown in Table 9. The relative increase in variance (*r*) due to the multiple imputations is very small, indicating that the statistical uncertainty due to missing data, likewise (variation across the imputed datasets) is small.

Estimates of Y (complete data) obtained after m=50 imputations (Confidence level for interval estimates is 95%)

Table 9

	Estimate	BI Variance	WI Variance	Total Variance	Std Error	Low End-Point	High End-Point	r
Y	6.5725	1.3653 10 ⁶	0.7918	0.7918	0.8898	4.8284	8.3165	1.758910 ⁶

Next, we analyse the results considering the regression coefficients as the estimates (Table). In this way we will explore the robustness of the imputed datasets.

Some definitions:

T-ratio is defined as the estimate divided by its standard error (appropriate for testing the null

hypothesis that the quantity is equal to zero);

df shows degrees of freedom for Student's t approximation, and

p-value is for testing the null hypothesis that the quantity is equal to zero, against the two-sided alternative hypothesis that it is not zero.

Linear regression coefficients (dataset after imputation) obtained after m=50 imputations
(Confidence level for interval estimates is 95%)

Table 10

	Estimate	Standard error	t-ratio	Df	p-value	Low End-Pnt	High End-Pnt	r
B0	1.83695	0.0319513	57.49	767	0.0000	1.77423	1.89967	0.3380
B1	0.655848	0.00611069	107.33	795	0.0000	0.643853	0.667843	0.3302
B2	0.269159	0.00706406	38.10	1154	0.0000	0.255299	0.283019	0.2595
B3	-0.0121438	0.00675127	-1.80	1949	0.0722	-0.0253843	0.00109661	0.1884
B4	0.0654595	0.00542086	12.08	3033	0.0000	0.0548306	0.0760884	0.1456

A comparison of the *t-ratio* and the *t-distribution* for *B3* reveals that the null hypothesis (*B3*=0) is true.

This first test on the reconstruction of missing information is made through sensitivity analysis (EC-JRC, ISTAT, 2003). With single and multiple imputation techniques alternative estimates are obtained and a test is produced to validate the better model in the single imputation (table 10) and to accept multiple imputation results.

Weight Adjustment

Weight adjustment concerns the recalculation of the weights of the sample units in order to produce reliable estimations, even after the integration process. The variables usually used at ISTAT for sample stratification are NACE (four digits), 21 Regions and 5 employment classes. In this case, there is the need to add a new dummy variable, corporate/non corporate firm. The technique that is used is the Generalized Estimation Method (Falorsi, 1995), where calibrated estimators are applied. Weights are adjusted through the minimization of a distance function between the initial and final weights. The distance function is subject to two boundary conditions: 1) the sum of weighted firms in each stratum has to coincide with the sum of register firms; 2) the sum of weighted

employment in each stratum has to coincide with the sum of register employment (Estevao, Hidioglou, Sarndal, 1995, Falorsi, 1995, Ballin, Falorsi, Pallara, 2000).

First results are produced by considering the dummy variable “corp” (0 = non corporate; 1 = corporate) and one only constraint, i.e. the total number of enterprises. In this case, the solution is the following:

$$\text{Weight_new}_{ik} = \text{weight}_{ik} * \text{Total_Population}_k / \text{Sum_of_weights}_k$$

Where: i=enterprise and k=stratum.

At this stage, a first re-weighting procedure has been run, in order to correctly re-calculate sample weights, so that the sum of corporate weights is equal to the number of corporate enterprises. When there is a higher number of constraints, the problem of constrained optimization has to be handled with the GENESEES software (Istat, 2002d).

Overall Database for Policy Impact Analyses

The final result of the integration process is the overall dataset, which is representative of the universe of enterprises. Data marts are extracted from this database to serve fiscal microsimulation analysis and to produce systemic analyses.

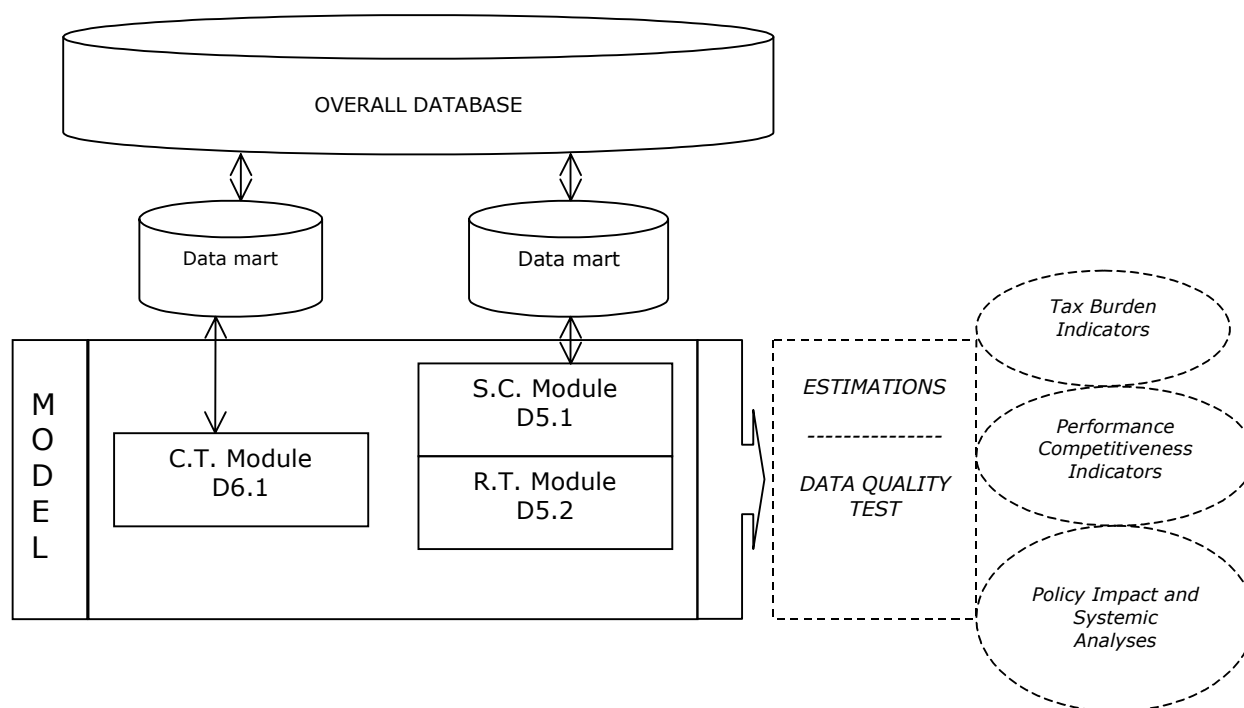


Figure 6. Overall and P.I.A.

From the integrated data base the model should estimate the taxable yield for every type of tax. Even if ISTAT surveys do not cover all data needs for a precise calculation of taxable incomes, of the voices of deductions of taxable income and of deduction of the tax, we can, however, make hypothesis on the behaviour of the enterprise or select proxy variables.

The DIECOFIS Microsimulation Model

Social Security Contributions Module⁽³⁾ and Regional Tax Module⁽⁴⁾

The Social Contributions module that has been developed needs data on the cost of staff for every type of worker. The taxable amount is the yield of the enterprise (for single and the associates) or the gross wage. The contributions share is differentiated according to professional category (manager, employees, etc.) and type of contract (formation, collaborations, etc.).

The equation will be:

$$CS = \sum_i tc_i \times w_i$$

Where t_{ci} is the contribution share for the category “ i ” and w_i the wage. In the case that these details for precise calculations of the social security variables are not available, an estimation of the average share can be obtained from the total cost of the social contributions of the enterprise.

The calculation of the Regional Tax (IRAP) on Added Value is carried out in the following way:

$$IRAP = tr (VP - CP - TO)$$

Where:

tr represents the share proportion of the regional tax.

VP = Value of Production: Income from sales, variations of stocks, other income.

CP = Costs of Production: Raw materials and consumables, other external charges, value adjustments, amortisation.

TO = Other Deductions: INAIL (National Institute of Insurance Against Accidents at Work) Contributions, apprentices’ costs, formation contract jobs and costs for disabled persons.

The illustrated method of calculation “from the top” could be replaced by a calculation method beginning “from the bottom”, that is from the Profit or loss and adding the costs of the staff, the devaluation of credits, provisions put aside, and extraordinary and financial income or charges.

Corporate Tax Module⁽⁵⁾

The Corporate Tax module uses balance sheet data and profit and loss data in order to calculate the tax burden on companies. The equation of Italian corporate tax is the following:

$$IRPEG = t_g (U + T_{IND.} + Cr + Crd - PP)$$

Where:

t_g is the legal rate, U is the profit, $T_{IND.}$ is the amount of non deductible taxes, Cr tax credits in profit and loss scheme, Crd Tax credit to share dividend and PP the amount of loss brought forward.

Taxes on Corporations however are accompanied by measures that try to reduce the burden. This is the case of the Dual Income Tax and of the measures introduced by the Tremonti reform. In synthesis the variables of interest for their calculation are:

Variables for Corporate Tax Calculation

Table 11

Deduction Tremonti	Dual Income Tax	Special Visco
Int = Investments minus handovers Mi = Average (5 year) Investments	ΔE = Variation of Equity	Inv = Investments minus amortization

This module adds the fiscal estimation variable that affects corporations and others.

The chart below shows the structure of the microsimulation model.

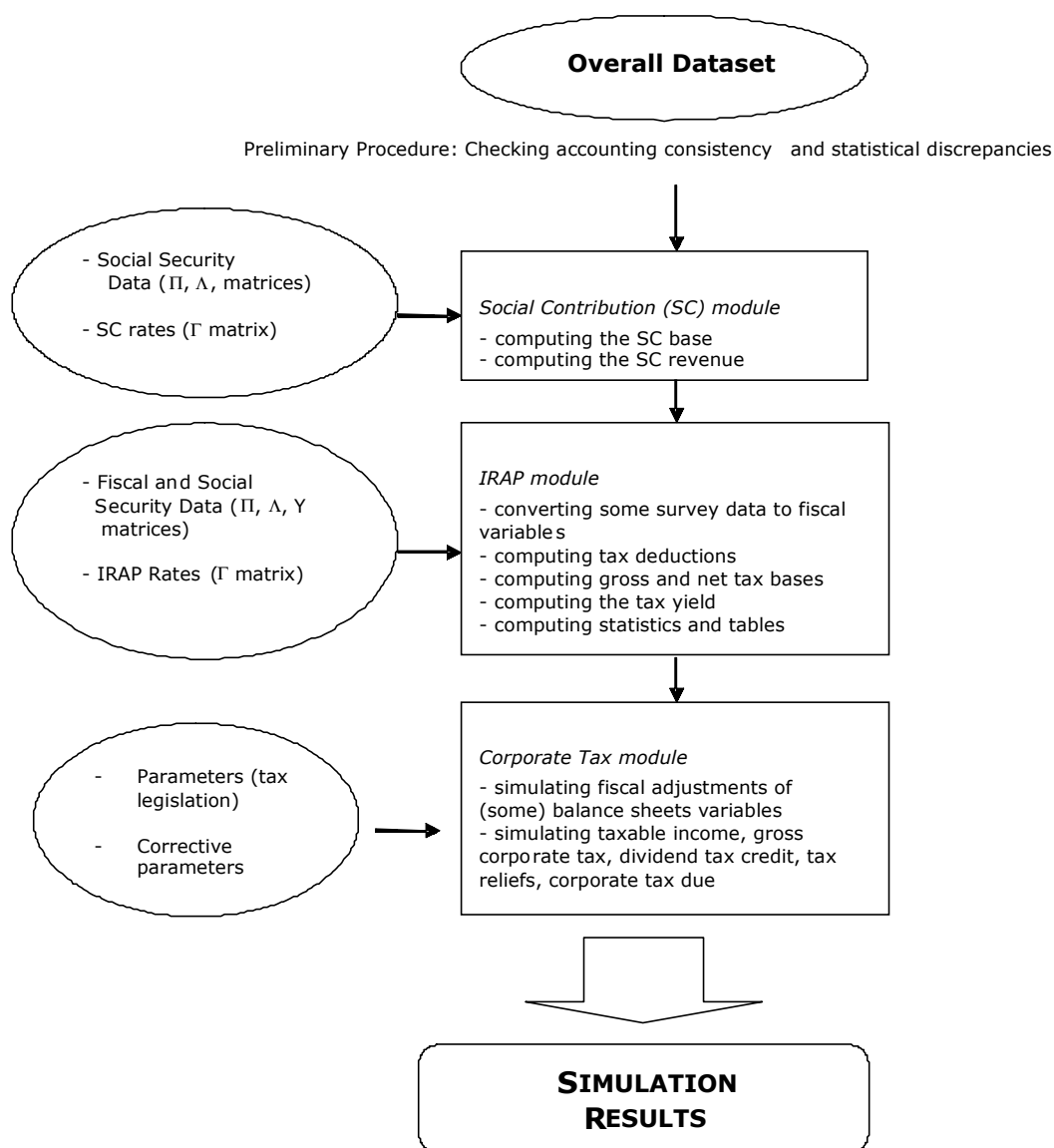
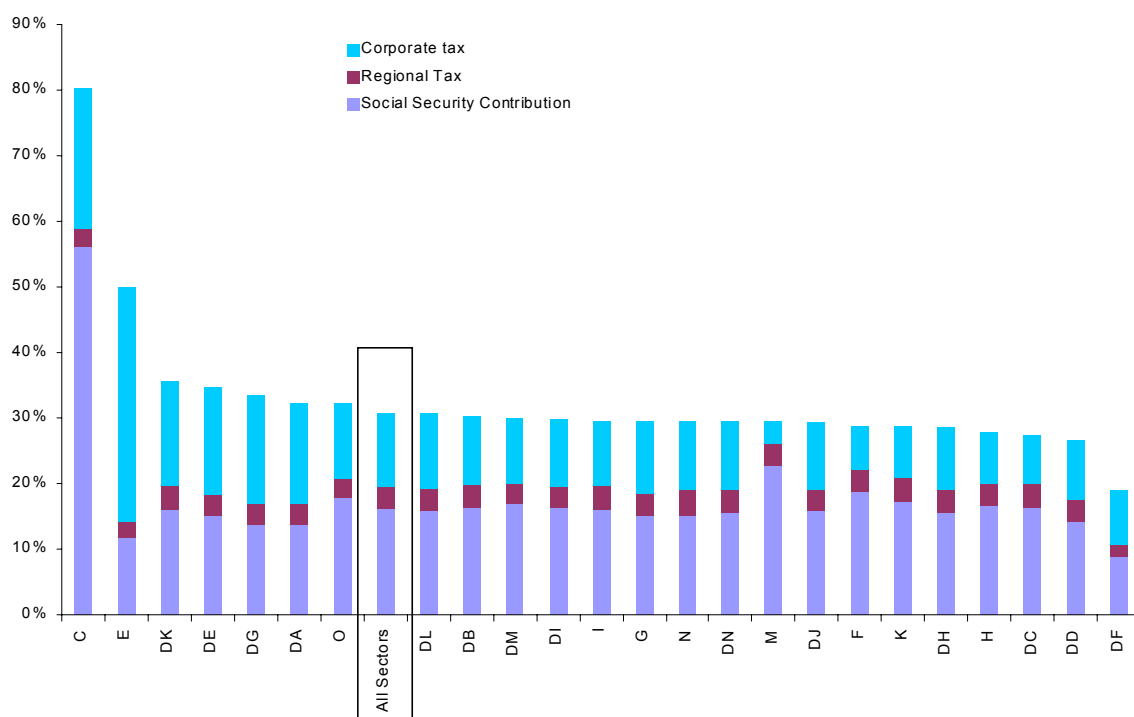


Figure 7. Microsimulation Model

Tax Indicators⁽⁶⁾

In order to quantify the direct tax burden on firms, Effective Tax Rates (ETR) and ex post implicit tax rates (EPITRs) have been calculated. First results are produced only for large

corporations (more than 8.000 firms). Figure 8 shows the total impact of taxes on the different sectors and illustrates how different taxes concur in forming total fiscal burden.



Source: Diecofis Project's Estimations.

Figure 8. Effective Tax Burden by NACE sector⁽⁷⁾

EPITRs are computed using turnover as a denominator. It is used, in the microsimulation exercise, to compare the baseline 1988 with two scenarios: (1) intermediate reform; (2) full reform.

As regards the effects of the full reform, the estimations show some interesting findings. First, the implicit rate drops in all sectors because of the full reform, except "Electricity, gas, water supply" which records an increase of the implicit rate of 0.07 percentage points mainly due to the reform of corporation tax. This is somewhat an

expected finding as, according to our simulations, this is the sector where (large) firms seem to have been most favoured by the DIT system. We also recall that the same result applies to companies of the sector "Transport and communication", although for this sector changes to IRAP provide for a reduction of the overall implicit rate. On the whole, falls of the implicit rates are greater for companies in the commerce and in the services sector; the highest reduction is recorded for the sector "Education" (-1,65).

EPITRs for different scenarios by NACE

Table 12

Sector of Activity (Nace)	Scenarios			Differences			
	Baseline 1998	2001	Full Reform 2003	2001-1998		2003-2001	
				Overall	Corporation tax	Overall	Corporation tax
Manufacturing, mining (C-D)	4.13	3.84	3.62	-0.30	-0.30	-0.21	0.00
Electrical energy, gas, steam, water (E)	2.79	2.36	2.43	-0.43	-0.43	0.07	0.31
Construction (F)	3.39	3.19	3.00	-0.20	-0.20	-0.18	0.11
Wholesale and retail trade services (G)	2.37	2.22	2.13	-0.15	-0.15	-0.09	0.03
Hotel and restaurant services (H)	4.77	4.60	4.07	-0.17	-0.17	-0.53	-0.08
Transport, storage, comm. (I)	6.79	6.24	5.76	-0.54	-0.56	-0.49	0.29
Real estate, renting and business (K)	6.00	5.88	4.89	-0.13	-0.13	-0.99	-0.21
Education services (M)	4.50	4.47	2.82	-0.04	-0.05	-1.65	-0.13
Health and social services (N)	6.32	6.09	5.35	-0.24	-0.24	-0.74	0.08
Other social services (O)	6.05	5.71	5.26	-0.34	-0.35	-0.44	-0.05
Total	4.52	4.24	3.89	-0.28	-0.28	-0.35	0.01

Source: Diecofis Project's estimations.

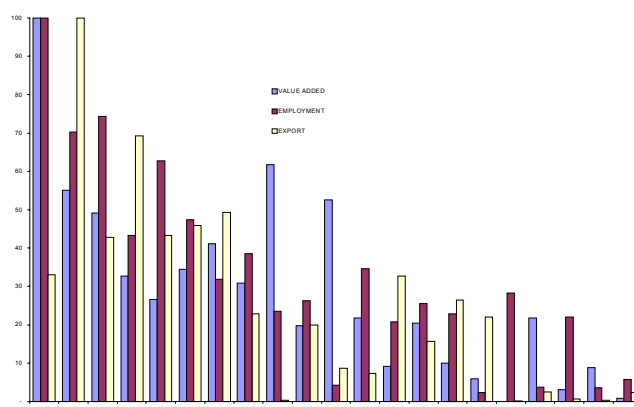
Composite and Decomposable Indicators

Micro founded indicators ought to be based on a comprehensive and multi source database that embraces all aspects of enterprise features. They must be opportune or scope fulfilling and must fit policy objectives (purpose oriented). They must possess the “well-behaved” and “consistent” properties to be able to support the decision-making process. Among very important indicator properties, the “decomposability” and the “multi-dimensional” properties are key to better understand social and economic phenomena. Using Istat’s integrated data base, a set of

performance indicators possessing the above mentioned properties was developed through the GINI index features, each covering a single dimension of firm performance; in a second step, these were aggregated into a composite indicator. The latter permitted a comparison of performance levels of business sectors, geographical areas etc.

The chart below shows some results. The decomposition of the GINI index permits to separate “between classes” effects. Moreover, the weighted sum of such effects produces a composite indicator which leads to a ranking of business sectors.

Three dimensions of enterprises' performance:
(1)Value Added (2)Employment (3)Exports



Composite Indicator

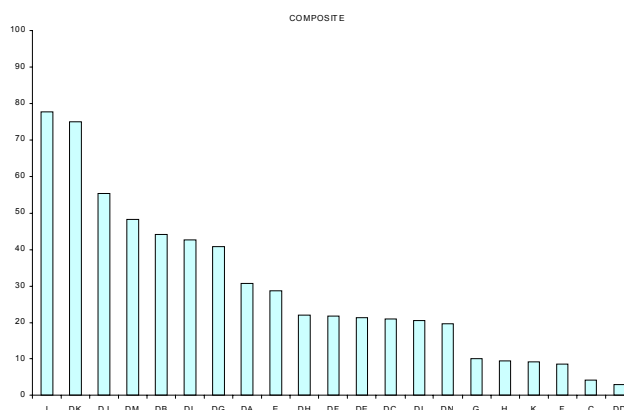
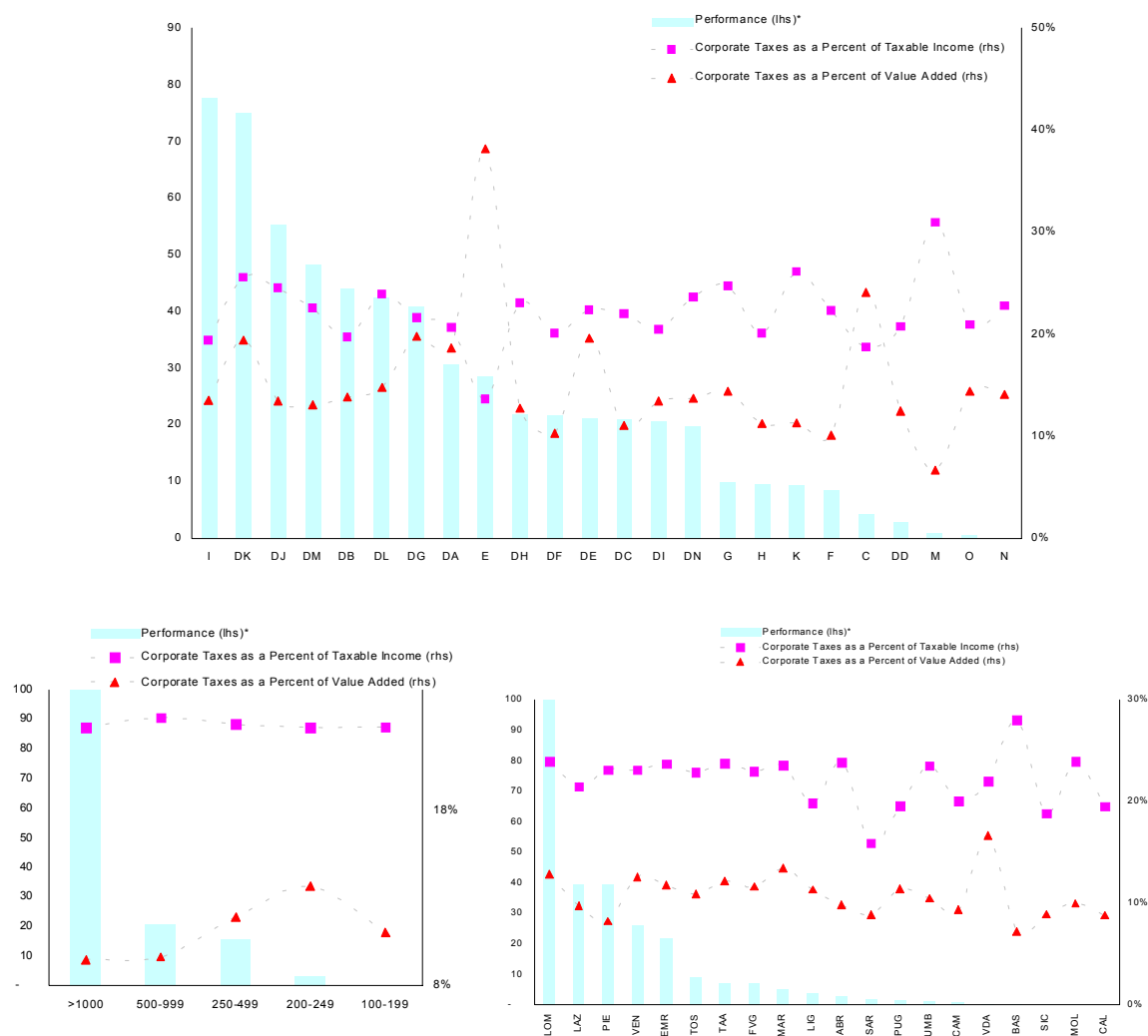


Figure 9. Decomposition of the GINI between component by economic activity class



Source: Diecofis Project's estimations.

Figure 10. Composite Indicator and Corporate Tax Burden, by NACE, size and Region

Conclusions

In the context of the DIECOFIS project aimed at the development of a system of indicators on competitiveness and fiscal impact on enterprises performance, one preliminary issue is the integration of all available information on enterprises into one multi-source database, so that as many (sensible) data as possible may contribute to the indicators measuring fiscal impact.

The state of enterprise data integration at ISTAT has been briefly summarized. Basically, two integration problems have been identified: the integration of administrative data (and survey data), which may be solved by exact matching techniques, and the integration of data of two (or more) surveys, which may be solved by statistical matching techniques, as, usually, surveys do not contain data on the same enterprises to reduce respondent burden.

The main integration problem at ISTAT with respect to business data is to merge two sample surveys when firms are not the same. In such cases, statistical matching techniques should be applied so that similar units in two samples can be identified, where one dataset is assumed to be the base set and to each base record the value of one or more variables contained in the other dataset gets assigned.

To apply these statistical matching techniques, matching variables are required: one quite apparent option is to use firm characteristics as provided by the business register. These include: (i) Identifiers: ASIA ID, name, VAT number, fiscal code; (ii) Localization: geographical references like region, province, municipality; (iii) Typology: economic activity (NACE) and legal form; (iv) Demographic information: date of birth; (v) Size: number of employees and turnover.

Identifiers will only be used to merge survey data and register data to obtain the other firm characteristics for the enterprises in the survey. Then, those variables may be used for statistical matching. Possibly, location and typology characteristics together with age and size intervals should be used to set up equivalence classes, and then age and size of enterprises should be considered in the calculation of the distance / similarity of base records and records

in the appropriate equivalence class of the reference dataset to determine those records to be matched.

The complete development of a user friendly interface and the management of confidentiality issues through the provision of remote access to microdata will allow the user to test, run and validate microsimulation models and to produce new indicators directly on the DIECOFIS integrated and systematised database.

Note

- (1) Basically, the actual enterprise state of activity is presumed by means of a logistic model, where the probability of existence is a function a various signs of life, drawn from different administrative sources.
- (2) The ASIA project started in 1995, its goal is to improve and update the register of all Italian enterprises. It is the result of the integration of external sources with ISTAT Archives (old Sirio-nai archive, 7 Industry Census and survey SK). External sources are:
- VAT Register of the Ministry of Finances;
 - Chambers of Commerce;
 - INAIL (National Institute of Insurance Against Accidents at Work);
 - INPS (National Social Security Institute);
 - Yellow Pages.
- (3) See references Bardazzi et al., 2003
- (4) See references Bardazzi et al., 2002
- (5) See Castellucci, et al., 2002
- (6) See Bardazzi et al., (2003)
- (7) See the next table

NACE	DESCRIPTION	Firms %	Empl. %	NACE	DESCRIPTION	Firms %	Empl. %
C	PRODUCTS FROM MINING AND QUARRYING	0.2	4.6	DK	MACHINERY AND EQUIPMENT N.E.C.	10.7	2.7
DA	FOOD PRODUCTS, BEVERAGES AND TOBACCO	4.5	2.9	DL	ELECTRICAL AND OPTICAL EQUIPMENT	6.6	3.6
DB	TEXTILES AND CLOTHING INDUSTRY PRODUCTS	8.6	2.1	DM	TRANSPORT EQUIPMENT	4.0	6.9
DC	LEATHER AND LEATHER PRODUCTS	2.2	1.7	DN	OTHER MANUFACTURED GOODS N.E.C.	2.9	1.8
DD	WOOD AND PRODUCTS OF WOOD AND CORK (EXCEPT FURNITURE)	0.8	1.4	E	ELECTRICAL ENERGY, GAS, STEAM AND WATER	0.7	20.4
DE	PULP, PAPER AND PAPER PRODUCTS; RECORDED MEDIA; PRINTING SERVICES	3.5	2.4	F	CONSTRUCTION WORK	3.9	2.1
DF	COKE, REFINED PETROLEUM PRODUCTS AND NUCLEAR FUEL	0.4	6.3	G	WHOLESALE AND RETAIL TRADE SERVICES	8.8	3.3
DG	CHEMICALS, CHEMICAL PRODUCTS AND MAN-MADE FIBRES	4.9	3.6	H	HOTEL AND RESTAURANT SERVICES	2.4	3.6
DH	RUBBER AND PLASTIC PRODUCTS	3.5	2.3	I	TRANSPORT, STORAGE AND COMMUNICATION SERVICES	4.7	13.2
DI	OTHER NON METALLIC MINERAL PRODUCTS	3.6	2.5	K	REAL ESTATE, RENTING AND BUSINESS SERVICES	9.4	2.4
DJ	BASIC METALS AND FABRICATED METAL PRODUCTS	9.1	2.3	M - N - O	EDUCATION - HEALTH AND SOCIAL - OTHER SOCIAL SERVICES	4.6	6.0

References

- Abbate, C. (1997), „Completeness of Information and Imputation from Donor with Minimum Mixed Distance“, *Quaderni di Ricerca ISTAT*, n. 4/1997, pp. 68-102
- Alvey, W., Jamerson, B. (eds.) (1997). *Record Linkage Techniques*, Washington, DC: Federal Committee on Statistical Methodology (FCSM)
- Alworth, J. S., Castellucci, L. (1993), Chap. 6, Italy, in Jergenson D. W.-Landon, R. (eds), *Tax Reform and the Cost of Capital. An International Comparison*, The Brookings Institution, Washington D.C.
- Ballin, M., Falorsi, P.D., Falorsi, S., Pallara, S. (2000). „Il trattamento delle mancate risposte totali nelle indagini ISTAT sulle Famiglie e sulle Imprese (Analysis of total non-response in ISTAT Surveys of Families and Firms)“, *ISTAT Methodological Studies*, 2000
- Bardazzi, R., F., Pazienza, M.G., Parisi, V. (2003), *The Effects of the Italian Tax Reform on Corporations: a Microsimulation Approach*. Available on the website <http://www.istat.it/diecofis>.
- Bardazzi, R., Gastaldi, F., Pazienza, M.G. (2002). *The IRAP module, Deliverable 5.2 of Diecofis Project*. University of Florence. Available on the website <http://www.istat.it/diecofis>.
- Bardazzi, R., Gastaldi, F., Pazienza, M.G. (2003), *The Social Contribution Module, Deliverable 5.1 of Diecofis Project*. University of Florence. Available on the website <http://www.istat.it/diecofis>.
- Belin, R., Rubin, D.B. „A Method for Calibrating False-Match Rates in Record Linkage“. *JASA* 90 vol. 430, 1995, pp. 694–707
- Black, J., „Changes in Sampling Units in Surveys of Businesses“. *FCSM Research Conference Papers*, US Census Bureau, 2001
- Bontempi, M.E., Giannini, S., Guerra, M.C., Tiraferri, A. (2001). *Incentivi agli investimenti e tassazione del reddito di impresa: una valutazione delle recenti innovazioni normative*, mimeo, available on the website <http://www.capp.unimo.it>.
- Bordignon, M., Giannini, S., Panteghini, P. „Reforming Business Taxation: Lessons from Italy?“, in *International Tax and Public Finance*, vol. 8, n. 2, 2001
- Bosi P., Guerra M.C. (2002), *I tributi nell'economia italiana*, Il Mulino, Bologna
- Brick J.M., Kalton G., „Handling Missing Data in Survey Research“, *Statistical Methods in Medical Research*, vol. 5, 1996, pp. 215-238
- Calza M.G., Inglese F. „Assessment of different approaches for the integration of sample surveys“, ISTAT, 2003, Available on the website <http://www.istat.it/diecofis>
- Castellucci, L., Coromaldi, M., Parisi, V., Perlini, L., Zoli, M., „Report describing country IT Corporate Tax Model and methodology“, *Deliverable 6.1 of Diecofis Project*, 2002, University of Rome Tor Vergata. Available on the website <http://www.istat.it/diecofis>.
- Dempster, A.P., Laird, N.M., Rubin, D.B. „Maximum Likelihood from Incomplete Data via the EM Algorithm“, *JRSS B* 39, 1977, pp. 1–38
- Denk, M., Oropallo, F. (2002). *Overview of the Issues in Longitudinal and Cross-Sectional Multi-Source Databases*, www.istat.it/diecofis.
- Denk, M. (2002). *Statistical Data Combination: A Metadata Framework for Record Linkage Procedures*. Dissertation Thesis, Dept. of Statistics, University of Vienna
- Denk, M., Froeschl, K.A., „The IDARESA Data Mediation Architecture for Statistical Aggregates“, *Research in Official Statistics* vol. 3 (1), 2000, pp. 7–38
- Deville J. C., Särndal, C. E., „Calibration Estimators in Survey Sampling“, *Journal of the American Statistical Association*, vol. 87, 1992, pp. 376-382
- EC-JRC, ISTAT (2003). *Software analysis - Development of methodologies and of a software for the measurement of statistical quality, and for comparing the robustness of alternative multi-source, integrated databases – Deliverable 3.1 - DIECOFIS* http://www.istat.it/diecofis/deliverable_list.htm.
- Estevao, V., Hidioglou, M. A., Särndal, C. E., „Methodological Principles for a Generalized Estimation System at Statistics Canada“, *Journal of Official Statistics*, vol. 11, n. 2, 1995, pp. 181-204
- D’Orazio, M., Di Zio, M., Scanu, M., „Statistical Matching: a tool for integration data in National Statistical Institutes“, paper ISTAT for NTTS 2001 – ETK 2001 – Crete Conference 18-22 June 2001, Eurostat, JRC(ISIS)
- Estevao, V., Hidioglou, M.A., Sarnald, C.E., „Methodological Principles for a Generalized Estimation System at Statistics Canada“, *Journal of Official Statistics* vol. 11 (2), 1995, pp. 181-204
- EUROSTAT (1999). *Use of Administrative Sources for Business Statistic Purposes: Handbook on Good Practices – Theme 4 (Industry, Trade and Services)*, EUROSTAT Edition.

- Falorsi, P.D., Falorsi, S., „Un metodo di stima generalizzato per le indagini sulle famiglie e sulle imprese (A Generalized Estimation Method for Surveys of Families and Firms)”, *Quaderni CON PRI*, 1995, University of Bologna.
- FCSM – Federal Committee on Statistical Methodology, „Report on Exact and Statistical Matching Techniques”, *Statistical Policy Working Paper 5*, Washington, DC: U.S. Department of Commerce
- Fellegi, I.P., Sunter, A.B., „A Theory for Record Linkage”, *JASA* nr. 64, 1969, pp. 1183–1210
- Froeschl, K.A. (1997). *Metadata Management in Statistical Information Processing*. Wien–Berlin: Springer.
- Froeschl, K.A. (1999a), „On Standards of Formal Communication in Statistics”, *Working Paper No. 16*, UN-ECE/METIS, *Work Session on Statistical Metadata*, 12 pp
- Froeschl, K.A. (1999b), „Metadata Management in Official Statistics An IT-based Methodology Approach”, *Austrian Journal of Statistics*, vol. 28 (2), 1999b, pp. 49–79
- Froeschl, K.A., Grossmann, W., „The Role of Metadata in Using Administrative Sources”, *Research in Official Statistics* vol. 3 (1), 2000, pp. 65–82
- Garcia-Molina, H. et al., „Intelligent Integration of Information (I3)”, *DARPA-Progress Report*, 1995
- García-Solaco, M., Saltor, F., and Castellanos, M. (1996). *Semantic Heterogeneity in Multidatabase Systems*, In: Bukhres, O.A. and Elmagarmid, A.K. (eds) *Object-Oriented Multidatabase Systems*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 129–202
- Giovannini, E., Sorce, A., „Integration of Statistical (survey) data with registers (administrative) data”, Paper contributed to the *Meeting on the Management of Statistical Information Technology, 2001*
- Informer SA (2003a) - Code for user interface – Deliverable 2.4 – *Diecofis project* – http://www.istat.it/diecofis/deliverable_list.htm.
- Informer SA (2003b) – Software User Manual – Deliverable 2.5 – *Diecofis project* – http://www.istat.it/diecofis/deliverable_list.htm.
- Inmon, W. H. – *Data Marts and Data Warehouse: Information Architecture for the Millenium* – Informix Corporation.
- ISTAT, „L’innovazione tecnologica nelle imprese (Firms’ Technological Innovation)”, *Note Rapide – July 1999* (LE Survey) - <http://www.istat.it/Imprese/Ricerca-e-/index.htm>.
- ISTAT, „I risultati economici delle medio-grandi imprese Anni 1998-99” (Economic Outcomes of Medium-Large Size Enterprises) - *Statistiche in breve - July 2000* (LE Survey) - <http://www.istat.it/Imprese/Struttura-/index.htm>.
- ISTAT (2001a). *Indagine Prodcum (prodcom Survey)* – Indagine sulla struttura dei Costi (Cost structure Survey) <http://www.istat.it/Imprese-e-/index.htm>.
- ISTAT (2001b) *Struttura e competitività del sistema delle imprese industriali e dei servizi nel 1998 (Structure and competitiveness of industrial and service enterprise system in 1998)*. - *Statistiche in breve - Luglio 2001* (LE & PMI Survey) <http://www.istat.it/Imprese/Struttura-/index.htm>.
- ISTAT (2002a) *Indagine sul Commercio Estero* (Foreign Trade Survey). Current version available at <http://www.coeweb.istat.it/>.
- ISTAT (2002b). *L’uso delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione nelle imprese* (The use of ICT in Italian firms) – *Statistiche in breve* <http://www.istat.it/Imprese/Ricerca-e-/index.htm>
- ISTAT (2002c). CONCORD v1.0 - (Generalized Data Editing Software) SOFTWARE GENERALIZZATO PER IL CONTROLLO E LA CORREZIONE DEI DATI RILEVATI NELLE INDAGINI STATISTICHE – MPS – ISTAT 2002 - <http://www.istat.it/Metodologi/index.htm>.
- ISTAT (2002d). GENESEES v1.0 - (GENERALISED software for Sampling Estimates and Errors in Surveys) SOFTWARE PER IL CALCOLO DELLE STIME E DEGLI ERRORI CAMPIONARI – MPS – ISTAT 2002 - <http://www.istat.it/Metodologi/index.htm>.
- Jaro, M.A. (1978). *UNIMATCH: A Record Linkage System, User’s Manual*, Washington DC: U.S. Bureau of the Census
- Jaro, M.A., *Advances in Record-Linkage Methodology as Applied to Matching the 1985 Census of Tampa, Florida*. *JASA* 84, 1989, pp. 414–420
- Kadane, J.B., „Some Statistical Problems in Merging Data Files”, In: *1978 Compendium of Tax Research*, US Dept. of the Treasury, 1978, pp. 159–171 (Reprinted in *Journal of Official Statistics*, vol. 17 (3), 1978, pp. 423–433)
- Kalton G., Kasprzik D., „The treatment of missing survey data”, *Survey Methodology*, vol. 12, n. 1, 1986, pp. 1-16
- Kalton G., Kasprzik D., „Imputing for missing survey responses”, *Proceedings of the Section on Survey Research Methods*, American Statistical Association, 1982
- Kamakura W. A., Wedel M., „Statistical Data Fusion for Cross-Tabulation”, *Journal of Marketing Research*, vol. 34, 1997, pp. 485-498

- Kovar, J.G., Whitridge, P.J. (1995). *Imputation of Business Survey Data*. In: Cox et al. (eds.), *Business Survey Methods*, New York: J. Wiley
- Lenz, H.-J. (1998). *Multi-Data Sources and Data Fusion*. In: *Proc. New Techniques and Technologies for Statistics (NTTS) 1998*, EUROSTAT, pp. 139–146
- Little R. J. A, Rubin D. B. (1987). „Statistical Analysis with Missing Data”, Wiley & Sons, New York
- Malvestuto, F.M. (1991). *Data Integration in Statistical Databases*. In: Michalewicz (ed.), *Statistical and Scientific Databases*, Chichester: Ellis Horwood, pp. 201–232
- Oropallo, F., Orsini, M., Runci, M.C., „Software di supporto per la gestione delle liste delle unita' locali, per il monitoraggio delle attività di rilevazione e per la predisposizione dei primi risultati - Software to support census of firms: to manage local unit files, to monitor data collection, and to produce first outcomes”. ISTAT, September 2001
- Oropallo F. (2002). *Conceptual, logical and physical model of datamarts deliverable 2.1* - http://www.istat.it/diecofis/deliverable_list.htm.
- Oropallo F., Skalbani, D. (2003). *Concept of IT framework issues and development of software for the creation of a multi-source data base - Analysis of the Software – deliverable 2.2* - http://www.istat.it/diecofis/deliverable_list.htm.
- Oropallo F., Caruso E., (2003). *The management of DIECOFIS database - deliverable 2.3* - http://www.istat.it/diecofis/deliverable_list.htm.
- Paass G., „Statistical match: Evaluation of existing procedures and improvements by using additional information”, G.H.Orcutt and H.Quinke (eds) *Microanalytic Simulation Models to Support Social and Financial Policy*, Amsterdam: ElsevierScience, 1986, pp. 401-422
- Porter, E., Winkler, W.E. (1997). *Approximate String Comparison and its Effect on an Advanced Record Linkage System*, RR97-02, U.S. Bureau of the Census, <http://www.census.gov/srd/www/byyear.html>.
- Roberti P., Oropallo F., Inglese F., Lo Cascio L., de Martinis G. (2003) - Towards a Systemic Analysis of Italian Industrial Texture Review “Industria” 4/2002 – Il Mulino – November 2002
- Roberti P., Oropallo F. (forthcoming) - Composite Indicators for the Measurement of Economic Performance - Productivity, Competitiveness and the New Information Economy - Business, Systemic and Measurement Issues, NESIS FP5 - ISTAT – Rome - June 26, 2003
- Renssen R. H., „Use of Statistical Matching Techniques in Calibration Estimation”, *Survey Methodology*, vol. 24, n. 2, 1998, pp. 171-183
- Rodgers, W.L., „An Evaluation of Statistical Matching”. *Journal of Business and Economic Statistics*, vol. 2, 1984, 91-102
- Rubin, D. B. (1987). *Multiple Imputation for Nonresponse in Surveys*, Wiley & Sons, New York
- Rubin, D.B., Belin, T.R., „Recent Developments in Calibrating Error Rates for Computer Matching”, In: *Proc. 7th Annual Research Conference*, Washington, DC: U.S. Bureau of the Census, 1991, pp. 657–668
- Ruggles, N., Ruggles, R., „A Strategy for Merging and Matching Microdata Sets”, *Annals of Economic and Social Measurement*, vol. 3 (2), 1974, pp. 353–372
- Scheuren, F., Winkler, W.E., „Regression Analysis of Data Files that are Computer Matched”, *Survey Methodology*, vol. 19, 1993, pp. 39–58
- Scheuren, F., Winkler, W.E., „Regression Analysis of Data Files that are Computer Matched II”, *Survey Methodology* vol. 23, 1997, pp. 157–165
- Schürmann, J. (1996). *Pattern Classification*, New York: John Wiley & Sons
- Scotney, B.W., McClean, S.I., Rodgers, M.C., „Optimal and Efficient Integration of Heterogeneous Summary Tables in a Distributed Database”, *Data and Knowledge Engineering*, vol. 29 (3), 1999, pp. 337–350
- Schafer J.L., Olsen M. .K., „Multiple imputation for multivariate missing-data problems: a data analyst's perspective”, *Multivariate Behavioral Research*, vol. 33, 1998, pp. 545-571
- Sheth, A.P., Larson, J.A., „Federated Database Systems for Managing Distributed, Heterogeneous, and Autonomous Databases”, *ACM Computing Surveys*, vol. 22(3), 1990, pp. 183–236
- Singh A. C., Mohl C. A., „Understanding Calibration Estimators in Survey Sampling”, *Survey Methodology*, vol. 22, n.2, 1996, pp. 107-115
- Singh, A.C, Mantel, H.J., Kinack, M.D., Rowe, G., „Statistical Matching: Use of Auxiliary Information as an Alternative to the Conditional Independence Assumption”, *Survey Methodology*, vol. 19, No.1, June 1993, pp. 59-79 - Statistics Canada
- Sims, C.A., Comments on „Constructing a New Data Base From Existing Microdata Sets: The 1966 Merge File” by B.A. Okner, *Annals of Economic and Social Measurement* vol. 1, 1972, pp. 343–345

- Winkler W. E. (1995). „Matching and Record Linkage”, in B. G. Cox et al. (ed.), *Business Survey Methods*, Wiley & Sons, New York, pp. 920-935 (355-384)
- Winkler, W.E., “Improved Decision Rules in the Fellegi-Sunter Model of Record Linkage”, In: *ASA, Proc. Section on Survey Research Methods*, 1993, pp. 274–279. Also available as RR93-12, Washington, DC: U.S. Bureau of the Census, Statistical Research Division, <http://www.census.gov/srd/www/byyear.html>.
- Winkler, W.E., „Advanced Methods for Record Linkage”. In: *ASA, Proc. Section on Survey Research Methods*, 1994, pp. 467–472
- Winkler, W.E. (1999c). *The State of Record Linkage and Current Research Problems*. RR99-04, U.S. Bureau of the Census, Statistical Research Division, <http://www.census.gov/srd/www/byyear.html>.
- Winkler, W.E., Thibaudeau, Y. (1991). *An Application of the Fellegi-Sunter Model of Record Linkage to the 1990 U.S. Census*. RR91-09, U.S. Bureau of the Census, Statistical Research Division, <http://www.census.gov/srd/www/byyear.html>.
- Wu, C.F.J. „On the Convergence Properties of the EM-Algorithm”, *Annals of Statistics*, vol. 11 (1), 1983, pp. 95–103

Leadership, Motivation and Excellence



Gh. Gh. Ionescu

Profesor universitar doctor

Universitatea de Vest Timișoara

Adina Letiția Negrușă

Lector universitar doctor

Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca

Abstract. *In our paper we will try to compare the based or traditional theories with some new ideas like those of Burns (1978) and some philosophical underpinnings will be analyzed. It should be kept in mind that our main goal is to insure that the reader understands the applications of this work to the real world of organizations and management. The special unique relationships, interactions, and roadblocks presented by the similarities and complementary nature of the kinship of leadership and motivation will emerge as we go along. Keep in mind that our practical approach merges the two throughout the paper.*

Key words: needs; leader; behavior; recognition; performance.



Usually, papers like this start off with a “textbook” definition of leadership. The authors here would be the first to refer the readers to a study of the question: “What is Leadership” by the great Stogdill (1974) and, later, the voluminous works of Bass & Stogdill (1982) as well as the individual Bass (1960, 1965) efforts which explain the answer to this haunting question in long and thoughtful discourse. We will leave to our readers to develop their own concept of leadership as they study this paper.

Likewise, motivation will be covered here as well. Motivation, though sometimes a slippery concept, is usually more finitely defined since the basic research seems to remain with the psychologists as opposed to the applied academicians such as has occurred with leadership. The answers to a definition of motivation in its applied context lie in answers to questions like:

- (1) How is behavior energized?
- (2) How is behavior directed?
- (3) How is behavior maintained?

There are a number of researchers who developed theories of motivation. The interested reader will desire to delve further into works of Adams (1961) and the theory of equity, Kelly (1971) and attribution theory, Herzberg (1966) and his hygiene theory, Maslow (1943) and his needs hierarchy theory, Latham & Kinne (1974) and their training-motivation theory, Locke (1968) and the expectancy theories, McGregor (1960) and his Theory X/Theory Y, Alderfer (1972) and the relatedness interaction models, McClelland (1976) and the achievement motivation theory, plus McClelland & Burnsham (1976) and the Power Motivation Theory, plus others.

1. Philosophies, Definitions, and the Theories

Most people throughout the world have had difficulty applying leadership theory, and, to some degree, this is why leadership in organizations remains a dynamic phenomenon. The many possible ways of thinking about leadership overwhelm and confuse some interested readers. Rather than attempting to master one approach or another, we will review a number of these ideas though not very much in detail nor depth. The interested reader may do this by going to the original references listed above and go to whatever depths desired. The reader is urged not to be overly concerned when it becomes obvious that the solutions espoused by one line of thinking is entirely different from others.

Even though we will avoid laying out definitions the reader must grasp some kind of basic assumptions that have guided various successful leaders in history. The student will then need to grasp some kind of basic assumptions that have guided various successful leaders in history. The interested reader will then need to grasp more all-encompassing notions in order to be a successful manager in the future, or in his organization.

At the risk of becoming overly definitional, many think of a *philosophy* as a study of “things” that underly thought and action. The “things,” sometimes called “principles,” have changed over the years. Thinking about several approaches should help the student gain a personal insight. This insight should be integrated and someday will become a personal mode, or even philosophy, of leadership and motivation.

The McGregor Ideas

Let us look first at the famous “Theory X and Theory Y” espoused just after World War II by Douglas McGregor and explained very thoroughly in his 1960 book. Actually many call Douglas McGregor’s output a “Philosophy,” and we will hue to that concept as well. McGregor studies numerous organizations in the 20’s, 30’s, and 40’s and he outlined the way he perceived these entities to be operating motivation and leadership-wise. He saw how decision-making and the decision-making authority worked in them and then he wrote out this view. He called his idea of how the USA of the day motivated and he called the background or philosophy of how this was: Theory X. We are calling it a philosophy and not a theory as it is

really a set of beliefs about the nature of work and of people who do this work.

As the interested reader will ascertain, McGregor’s work is set or “has its foundation” in the classic writings of Maslow (1943). Very similar to Maslow, McGregor was highly interested in what it was that motivated the workforce toward greater personal development and improved performance. McGregor argued that traditional – that is, what he had observed – leader and motivator behavior was inappropriate since it was based on his “Theory X” and he said the real assumptions of Theory X were in grave doubt. The assumptions of McGregor’s Theory X follow (McGregor, 1960):

- (1) Employees are inherently lazy and will avoid work and efforts unless they are forced to do it.
- (2) Employees have no ambition nor desire for responsibility. On the other hand, they prefer to be directed, bossed, and controlled.
- (3) Employees have no motivation to achieve organizational goals.

(4) Employees are motivated only by physiological and safety needs (Note: These are directly from Maslow’s “Hierarchy of Needs.”)

The above assumptions form a foundation for a philosophy that can be very dehumanizing to others. It can even dehumanize the leader him or herself. McGregor posited that Theory X assumptions were already obsolete and that employees would perform better if treated with a very different set of assumptions that he then called Theory Y.

Now, let us look at McGregor’s second set of ideas or philosophy called Theory Y. the Theory Y assumptions laid out by McGregor are:

- (1) Employees find work as natural as play if the organization situation is conducive. The workforce appears repugnant to work only because past work experiences have been unsatisfactory.
- (2) Employees can be motivated by higher-order needs such as ego, autonomy, and self-actualization. Here we see some Freudian as well as Maslow’s backgrounds.
- (3) Employees seek responsibility since it allows them to satisfy higher order needs. Again, we have a foundation from the great Maslow intertwined in McGregor’s Theory Y.

As can be ascertained, autocratic philosophy is at the root of Theory X. The leader initiates the structure and places the overweening focus on operations and not on the people. In Theory Y, we find democratic philosophy in which leaders believe the best about employees. Here the leader

treats employees more as people at work in organizations (Organizational Behavior!!!) rather than as workers who just also happens to be people.

Even today, we can see McGregor's great work as a big breakthrough in the identification of basic operating assumptions of leaders and the impact those assumptions can have on morale and organizational effectiveness. Much development has taken place in the years since McGregor's work and we will look to some of that as we progress.

Theory Z of Ouichi

Ouichi, in 1981, prepared and presented a very clear set of operating assumptions that were followed by most academicians and some business people like a religion. With late 1990's changes in fortune of Japan, Ouichi's work is less popular. However, a key here is that his assumptions are complementary to the research conducted in the USA for forty years. In fact, his assumptions are:

(1) Offer people long-term employment, a positive "family" of co-workers and leaders, and clear objectives, and they will stick around, do a good job, and have a sense of pride in the work done.

(2) Offer people a "piece of the pie" when it comes to making decisions that will affect their work, and they will understand and support the decisions more often and more wholeheartedly.

(3) Expect people to take individual responsibility for their own performances as an important part of a bigger team, and they will fulfill that expectation.

(4) Evaluate people over the long term rather than frequently because this gives them the opportunity to develop, based upon their inner sense of integrity.

(5) Build trust and integrity into all interactions between managerial and non-managerial personnel to develop a sense of the importance of individual contributions to the group effort.

(6) Maintain few levels of authority in the organization and emphasize work groups to get jobs done because this maximizes an individual's sense of belonging to his or her group and to the organization as a whole. It also increases individual and group accountability and performance.

(7) Use informed rules and regulations, with formalized measures of performance to further encourage individual workers to internalize personal responsibility for achieving group and organizational objectives.

Theory Z takes the focus off the individual and puts each person in the context of the group, the

organization, and the culture in which he or she is living. This gives the individual a sense of value and importance based upon the accomplishment of the overall organization, and takes some of the stress off each individual in each moment to perform all out. In Japan, this created personal and corporate determination to succeed at functioning in groups to reach departmental, organizational, and even national cultural goals.

Enemies of Theory Z ideas claim that it does not work outside the Orient. They point out that it is no good for the USA nor Europe. The cultural differences between Japan and other nations of the Western world are just too much, according to these critics (Biggs, 1982). Some of these have been, on the other hand, followed with great success in USA firms that are small and large.

It is strange and ironic that Europe and the USA, originally driven by Judeo-Christian historical and cultural roots, have found or could find values of cooperation, support, loyalty, family-type closeness, intimacy, and caring so foreign to their recently developed ways of leading businesses and organizations. Individual accomplishment, competition with others, confrontation between labor and management, and an emphasis on self in general have come to the forefront since the 1950's. One reason was likely to be that the reward system was skewed to individual performance and was not connected very well to group achievement.

Theory R: A "Relational" Value of Person Theory

Alderson (1985) proposed an interesting and unique set of assumptions into the area of the leadership philosophies. He gave it the name Theory R. The guiding assumptions are as follows:

(1) That all people need affirmation, a sense of dignity or appreciation, and need respect which mean that they need recognition of their intrinsic value, and that their work is a valued contribution in the workplace. This is not a unique are to the home but is needed a work and in volunteer situations as well.

(2) That the building of a person's sense of self-esteem through meeting the foregoing three key needs – they are [a] love, [b] dignity, and [c] respect. The synonyms commonly used in academe are [a] "affirmation", [b] "appreciation," and [c] "recognition" – will have a positive impact on worker morale, quality of work, and productivity.

(3) That reconciliation, not confrontation, in leader-follower relations will help to create the needed sense of mutual respect, dignity, and

unconditional concern for one another as humans.

(4) That relationships between leaders and followers are the keys to productivity, morale, and quality concerns.

(5) That people have the desire to work hard and take pride in what they accomplish.

(6) That when people are placed in an environment sensitive to the "Value of the Person," they will be cooperative, creative, and productive.

(7) That treating people "right" is the right thing to do, and that is the reason enough to actively value people.

At first glance, these ideas of Alderson (1985) seem too simplistic to have much credence in the "real" complex world. But at least when Alderson himself employed them, they worked in an excellent manner. He reports on employing them at a Pennsylvania foundry and found something that both management and labor could agree upon. Every man and woman in the foundry had something in common!! *They wanted to be valued.*

Two years after the "Value of the Person" approach was implemented, the plant went from a six million dollar (\$6,000,000.00) loss to an equal sized profit. Employment rose from 300 to 1,000. Grievances dropped from 600 per year to just one. Absenteeism dropped from 20 percent to 1 percent. Production quality went from low to high. Productivity was up 64 percent. These dramatic changes demand our attention. Sproul, 1980, gives an additional description and summary of Alderson's intervention at the foundry.

Thus, we see a dramatic shift in the evolution of the guiding assumptions of leadership theories from the autocratic sweatshops of old to the humanistic Theory Y, to the Value of People ideas of Theory R. There is more to see. Next, we will be doing some comparisons of the traditional ideas with new insights into the nature of transformational leadership.

2. Looking at the Definitions and Categories

Leadership has been defined in many ways by many people, of varying perspectives over the years. Indeed, there are so many definitions that vagueness and confusion seem to prevail in the many minds about the whole issue. It is not surprising then that many leaders question their roles, their effectiveness, even their importance, and are questioned by those around them. Below the reader will notice a summary of many different definitions of leadership, most of which are

traditional by nature. Some do lead towards the more transformative and then give a specific definition of the transforming leadership. The interested reader should peruse the great works of Stogdill (1974) and the fine follow-on by Bass (1982). These that follow are but snippets of the great Stogdill's and Bass's efforts to typify leadership and to set up categories for the plethora and confusion in the literature. The authors are attempting to extremely simplify the categories as follows:

- (1) A potpourri of definitions
- (2) Determining group structure
- (3) Coupling leader behavior to groups needs
- (4) Keeping one step ahead of the group
- (5) Innovation in accomplishment of the task
- (6) Achieving the most with the least friction
- (7) Inducing compliance, respect, and cooperation
- (8) Goal-directed communication that gets positive results
- (9) Serving others and meeting their needs
- (10) Persuading others to accept a particular view or strategy
- (11) Exercising positive power to get desired results
- (12) Making the most of individual differences to reach goals
- (13) Being perceived as legitimate, expert, and/or trustworthy.

As can be seen by the range of definitional approaches above, there are considerable differences among these various views of leadership. Many fail to search for alternative views to their detriment. The lack of a working definition of leadership can be a problem for someone who wants to develop leadership potential and become more effective in achieving goals.

In contrast, the reader will see a focused definition of leadership that can assist him in developing a more integrated and applicable understanding of leadership and its more transformative nature.

Transforming Leadership Defined. Transforming leadership is vision, planning communications, and creative action that has a positive unifying effect on a group of people around a set of clear values and beliefs, to accomplish a clear set of measurable goals. This transforming approach simultaneously impacts the personal development and corporate productivity of all involved.

The above definitional paragraph is based on the works of Burns (1974) and Bass (1985).

The transforming leader also transforms self and the nature of leadership itself into a continuing process of learning to lead better. Therefore, everything is affected by a transforming, developing leader who is, by definition, an active agent of positive *motivation* and *change*. The environment is affected. The organizers are affected. Groups and teams are affected. Interpersonal interchanges are affected. The character of leadership becomes more mature throughout the organization. Other leaders are developed. Furthermore, the leader's understanding of leadership and motivation are developed in the process. It is not meant to say that a transforming leader is some *super* person, but the subtle, ripple effect of this positive leadership can affect all parts of an organization and all the people in it. As a spin-off, their families at home can be passively affected, and this can even impact the tone of the communities in which people live.

Transforming leaders could be people who are administrators, managers, supervisors, educators, health maintenance organization leaders, medical professionals, counselors, clergy, criminal justice workers, parents, and others who might have the knowledge, skills, tools, and abilities to impact and develop both an organization and the people in it at the same time. This is the case when a father or mother (the transforming leaders) in a family (the organization) facilitate themselves and their children to grow by combining structure and nurturing behaviors. It is also the case when an executive structures an organization through long-range planning and policy development, and develops teams of people who grow toward increased morale and productivity. How many organizations do strategic planning to increase productivity? Most that are large and successful is the answer. Well, how many of these same organizations also do strategic planning and budgeting to increase quality of the work and interpersonal lives for the people who do the producing? Sadly, not nearly so many is the answer to that. Therefore, the reader can see the potential importance of defining leadership in terms of the people who are the producers rather than producers who happen to be people.

Overview of Some Traditional

Important aspects of leadership are contained in many of the traditional views of leadership. Some very important lessons can be learned by

identifying some of their limitations. Now that a review has been completed of definitions of leadership and we examined transformational leadership, it will be helpful to look at some bedrock theories that have served the study of leadership for a long time. For clarity, we will categorize the theories as we go.

Biological-Personality Theories

a) *The Great Man Theory*. In 1960, Jennings wrote and published a comprehensive survey and analysis of the "great man" theory of leadership. In summary, this somewhat early theory advances the idea that certain people are born stronger, more intelligent, and more able to lead. Heroes, royalty, and the more successful people in general were thought to have inborn talent and ability that enabled them to stand out from the masses and achieve unusual successes. This idea that born leaders had certain characteristics gave rise to the related trait theory of leadership studied and popularized in the USA in the 1920's and 1930's by Bernard (1926), Bingham (1927), and Tead (1929). For a good review of the above, see Kilbourne's 1959 work.

b) *Trait Theories*: These theories were sometimes intermixed with convenient rules and laws of the day to promote one group, race, class, or gender over another. However, much serious research was done and is summarized by Stogdill (1974).

Environmental Theories

a) *Leader-Behavior Theory*. This position suggests that circumstances themselves cause a great leader to rise to the occasion. Under the "right" conditions, a leader will emerge as if by nature's necessity or invention. As early as 1918, Bogardus was suggesting that the type of leadership that a group will develop or accept will be determined by the nature of the group and the problems it must solve. We certainly are heartened by many instances of leaders emerging at the least expected times in most unexpected forms. But, on the other hand, there have been many crises that have not resulted in a leader equal to the occasion.

b) *Personal-Situational Theory*: This theory is the first to propose a complex set of factors involved in the shaping and development of leadership, and is the first to be scrutinized by serious research efforts. Westburg (1931) proposed that the critical factors involved in leadership were

a combination of the affective, intellectual, and action traits of the individual as well as the specific conditions under which the individual operates. The idea here is that success in leadership is dependent upon a leader's ability to understand the followers and the surrounding environment and they react appropriately to those people and situations at they change. In this same area, Bennis (1961) recommended that theory on leadership should consider the measurement of rationality. That is, the impact of informal organization and interpersonal relations, the positive influence of benevolent autocracy because it structures relationships between superiors and subordinates job enlargement and employee centered supervision that permit individual self-development, and participative management with joint consultation that allow the integration of individual and organizational goals. Bennis further emphasized the importance of interpersonal dimension in determining the quality of the work life in an organization. Additionally, he stressed the value of the person in relation to productivity.

c) *Interaction-Expectation Theory*: In this theoretical orientation, leadership is the act of initiating structure supported by group members because such structure solves mutual problems, conforms or positively transforms group norms, and causes members to expect that success will come from following a leader of such initiative. Leadership, according to this theory, involves both initiating and fulfilling the expectations of followers. Leader credibility is based upon the ability to fulfill expectations generated by the leader (Homans, 1950).

Humanistic Leadership Theories. The theories of Argyris (1964), Blake and Mouton (1960), Likert (1967), and McGregor (1960) (McGregor's "X" and "Y" previously covered in our paper) are focused on the development of effective organizations through a "humanizing" process of structuring the work of living environment so that individuals can meet personal needs and organizational objectives at the same time. These theories attempt to balance the needs of the individual with the goals of the organization, but have been accused, at times, of sacrificing organizational bottom line results for the sake of realizing human values such as employee morale, worth of the individual, quality of work life, meaning and purpose in work, mutual trust, and

productivity based upon the internal motivation of workers. This approach can contribute much to our understanding of human needs in the workplace, and can cause us to be more cognizant of the "people" side enterprise, the importance and dignity of personal meaning and purpose of work. It has also revolutionized thinking about productivity and performance. Basically, it has clarified that people who like what they do while feeling respected and valued will perform better. The following is a look at some of the personalities who developed these theories:

1) *Argyris* pointed out the inevitable conflict between the individual and the organization. He posited that organizations are most effective when leaders provide avenues for organizational objectives. He also explained how most organizations overplay the rational and under-emphasize the emotional (1982). In his view, the best organizations recognize and process negative emotions until resolution – or compromise – is reached;

2) *Blake and Mouton* presented a grid to illustrate the relationship between concern for people and concern for production or the mission of the organization. They created one of the very first leadership-style assessment instruments, and formulated a theory that suggested that a leader who score high on both people and production concerns was most effective;

3) *Likert* suggested that leaders need, to seriously consider the values, expectations, and interpersonal skill competences of other with whom they work. The positive leader, as defined by Likert, is one who appreciates an employee's efforts and build self-esteem in others. Task and relationship factors are both important and interrelated. Likert's work on the leadership theory came in the twilight of a great career that focused mainly on the development of techniques for organizational research and the development of a renowned Survey Research Center at the University of Michigan.

Contingency Approaches to Leadership. These approaches reflect important advances over the simplistic "one best way" methods-to-lead models. Contingency models suggest more complex diagnosis of the situation at hand as well as more complex leadership interventions. Situational or contingency approaches reflect the belief that there is a relationship between employees' satisfaction/performance and their environment. The basic

premise of these approaches is that if we understand the factors that impact employee morale and performance, and apply that understanding successfully, we can have more direct influence and control over morale and – some studies indicate – production.

a) *Fiedler*, in 1967, published a theory that he called “The Leadership Contingency Model,” which was to serve three main purposes:

(1) Supports the idea that effective leadership is situational in nature, that a leader has to attend to a wide range of situational variables to make a wise choice of leader behavior.

(2) Fiedler found that more-directive leaders were effective in certain situations and this finding was contrary to the philosophies of the 1950’s and 1960’s that were dominated by human relations professors.

(3) Fiedler also opened up the issue of leader versatility and the placement of a leader in a situation in which he or she can capitalize on his or her strengths, i.e., “engineer the environment to fit the manager.”

b) *House*, in 1971, brought forth the Path-Goal Model, which suggests that leader behaviors can influence worker performance and satisfaction. This approach suggests that the leader’s job is to increase the payoffs to workers for achieving work goals. The leader does this by clarifying the path to these goals, by reducing blockages that prevent workers from reaching the goals and by behaving in a way that will increase worker satisfaction while workers are achieving these goals. If workers feel that they are capable of doing a good job without direction from the boss, they will be dissatisfied with and resent directive leadership behavior. House’s model is important because it gives insight into some ways leaders can increase employee satisfaction.

c) *The Vroom-Yetton* model is yet another type of situational-contingency theory of leadership. They call it a “Decision-Making” Model. According to their theory, it is critical for the leader

to decide on how much participation subordinates should have when making decisions. The theorists provide guidelines for leaders to decide how much participation is appropriate in each situation. They stress the importance of decisions and information availability plus they show that acceptance of decisions by subordinates is an important issue in regard to their productivity.

d) *Hersey and Blanchard*, in 1982, brought forth a popularization of the situational approach. Even though the roots of this go back to the theory pioneers, it is far to mention the impact and importance of this work as a major voice in communicating to many leaders, and to the educators of leaders, the value of carefully considering the development level of a follower or group of followers. A concern for followers development is clearly voiced in this work and the Hersey-Blanchard approach is continuing to be influential in shaping thinking and training in leadership, flexibility for greater appropriateness, and, therefore, greater effectiveness in face-to-face situations.

3. Conclusions

Only a few people in a situation rise to the top for a number of complex reasons. Some of these succeed and some fail for a myriad of complex reasons. Theories of leadership are each limited. None of them are integrating and including many useful into one. Each theory has been based on interesting academic research and, somewhat limitingly, upon the predominant philosophical beliefs of a particular decade or era.

Theories of leadership are moving from the simple to the more complex as we move through time. There comes a time, however, when the richness can become clutter or when the complexity goes beyond what is applicable by average leader. This is the price we pay for more complex theories. They are more difficult to learn, more complicated in their applications, and require more sophisticated training methods.

References

- Adams, J.S., "Towards an Understanding of Inequity." *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 67, 1961, pp. 422-436
- Alderfer, C. (1972). *Existence, Relatedness, and Growth*. New York: Free Press, Inc.
- Alderson, W. (1985). *Value of The Person: The Theory R Concept*. Pittsburgh, PA: Value of Person, Inc.
- Argyris, C. (1964). *Integrating the Individual and the Organization*. New York: John Wiley & Sons.
- Argyris, C. (1982). *Reasoning, Learning, and Action*. San Francisco: Jossey-Bass, Inc.
- Bass, B.M. & Stogdill, R.M. (1982). *Stogdill's Handbook of Leadership*. New York: Free Press, Inc.
- Bass, B.M. (1960). *Leadership, Psychology, and Organizational Behavior*. New York: Harper & Row.
- Bass, B.M. (1965). *Organizational Psychology*. Boston: Allyn and Bacon
- Bass, B.M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York: Free Press, Inc.
- Bass, B.M. (Ed) (1990). *Bass & Stogdill's Handbook of Leadership*. New York: Free Press, Inc.
- Bennis, W. (1989). *On Becoming A Leader*. Reading: Addison-Wesley, Inc.
- Bennis, W.G., "Revisionist Theory of Leadership." *Harvard Business Review*, vol. 39 (1), 1961, pp. 26-36, 146-150.
- Bernard, L.L. (1926). *An Introduction to Social Psychology*. New York: Henry Holt and Company
- Biggs, B. (1982). "The Dangerous Folly Called Theory Z." *Fortune*. 17 May 1982, pp. 48-53.
- Bingham, W.V. (1927). "Leadership." In H.C. Metcalf, *The Psychological Foundations of Management*. New York: Shaw Publishing Co.
- Blake, R.R. & Mouton, J.S. (1964). *The Managerial Grid*. Houston: Gulf Publishing, Co.
- Bogardus, E.S. (1918). *Essentials of Social Psychology*. Los Angeles: University of Southern California Press
- Burns, J.M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row
- Crosby, P.B. (1990). *Leading: The Act of Becoming an Executive*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Fiedler, F.E. & Garcia, J.E. (1987). *New Approaches to Effective Leadership*. New York: John Wiley & Sons
- Fiedler, F.E. (1967). *A Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGraw-Hill
- Hersey, P., Blanchard, K. (1982). *Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*. Cleveland, OH: World Publishing Company
- Homans, G.C. (1950). *The Human Group*. New York: Harcourt, Brace and Company
- House, R.C., "A Path-Goal Model of Leader Effectiveness." *Administrative Science Quarterly*, vol. 16, 1971, pp. 312-338
- Jennings, E.E. (1960). *An Anatomy of Leadership: Princes, Heroes, and Supermen*. New York: Harper & Row
- Kelly, H.H. (1971). *Attribution in Social Interaction*. New York: General Learning Press
- Kilbourne, C.E., "The Elements of Leadership." *Journal of Applied Psychology*, vol. 43, 1959, pp. 209-211
- Latham, G.P., Kinne, S.B., "Improving Job Performance Through Training in Goal Setting." *Journal of Applied Psychology*, vol. 59, 1974, pp. 20-24
- Likert, R. (1967). *The Human Organization*. New York: McGraw-Hill
- Locke, E.A., "Toward a Theory of Task Motivation." *Organizational Behavior and Human Performance*, vol. 3, 1968, pp. 157-189
- Maslow, A.H., "A Theory of Human Motivation." *Psychological Review*, vol. 25, 1943, pp. 370-396
- McClelland, D., Burnham, D.H., "Power is the Great Motivation." *Harvard Business Review*, vol. 54, 1976, pp. 100-110
- McClelland, D., "Toward a Theory of Motive Acquisition." *American Psychologist*, Vol. 50, 1965, pp. 321-333
- McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill Book Company
- Ouchi, W. (1981). *Theory Z: How American Business Can Meet The Japanese Challenge*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Sproul, R. (1980). *Stronger than Steel*. New York: Harper & Row
- Stogdill, R.M. (1974). *Handbook of Leadership*, New York: Free Press, Inc.
- Stogdill, R.M. (1977). *Leadership, Abstracts and Bibliography, 1904-1974*. Columbus, OH: The Ohio State Press
- Tead, O. (1929). *Human Nature and Management*. New York: McGraw-Hill
- Vroom, V., Yetton, P. (1973). *Leadership and Decision Making*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press
- Westburg, E.M., "A Point of View: Studies in Leadership." *Journal of Abnormal Social Psychology*, vol. 25, 1931, pp. 418-423
- Yukl, G. (1994). *Leadership in Organizations, 3rd Edition*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.

Relații de muncă și dialog social: instrumente de măsură și diagnostic

■

Viorel Lefter

Profesor universitar doctor

Miruna Mazurencu Marinescu

Conferențiar universitar doctor

Anca Bogdan

Asistent universitar doctorand

Academia de Studii Economice București

Abstract. *Social dialogue and tripartism play an important role in promoting and strengthening fundamental principles and rights at work, promoting job creation and expanding social protection. In the context of the severe challenges of globalization, a growing number of developing countries are recognizing the need to faster dialogue, partnership and participatory approaches to decision-making. Thus, social dialogue becomes a prerequisite for efficient corporate governance and means to attain national economic and social objectives and to contribute to poverty reduction policies. We shall propose a diagnosis and analysis system in order to measure and monitor the evolution of the industrial relations and social dialogue.*

Key words: industrial relations; social dialogue; social diagnosis; tripartism; social policies.

■

Dialogul social reprezintă un factor important de progres socioeconomic, esențial pentru promovarea unor condiții decente de muncă și pentru reducerea sărăciei. În acest context, în ultima decadă există o preocupare aparte la nivel internațional (ILO – International Labour Office, OECD, Banca Mondială) și național pentru monitorizarea acestui proces și elaborarea unor indicatori pertinenti pentru evaluarea relațiilor de muncă și a dialogului social.

O definiție general acceptată a dialogului social este cea dată de ILO (Kenworthy, Kittel, 2003, p. 5): procesul prin care reprezentanții salariaților, ai patronatelor și ai guvernului schimbă informații și opinii, se consultă, negociază și ajung la acorduri

în probleme de interes comun. Această definiție este largă, cuprinzând toate nivelurile la care se realizează dialogul social:

- la nivel interprofesional, reunind reprezentanți ai diferitelor profesii la scară națională;
- la nivel de ramură profesională, grupând reprezentanți ai activităților ce au caracteristici economice comune;
- la nivel de întreprindere.

Dialogul social joacă un rol central în politicile sociale europene, reflectând capacitatea de exprimare a angajaților cu privire la aspecte legate de muncă și implicarea acestora în procesul decizional referitor la stabilirea condițiilor de

muncă. Această interacțiune poate fi realizată prin intermediul unor reprezentanți legali ai colectivului sau în dialog direct, între angajat și angajator. Capacitatea angajaților de a se organiza în mod liber în vederea apărării intereselor proprii în cadrul negocierilor colective cu angajatorul este un element fundamental în evaluarea gradului de democratizare a procesului de muncă și în măsurarea eficienței dialogului social.

Avantajele implementării unui sistem de indicatori sociali „de alertă” prezintă o serie de avantaje organizaționale, printre care enumerăm:

- întărirea coeziunii organizaționale,
- facilitarea comunicării în cadrul organizației,
- suplețe și flexibilitate structurală în gestionarea problemelor curente,
- evitarea conflictelor deschise,
- valorificarea experiențelor pozitive,
- creșterea eficacității organizaționale.

Scopul prezentei cercetări este acela de a identifica principalele surse de informații primare pentru dezvoltarea unui set de indicatori de evaluare a dialogului social și a estima relevanța și utilitatea unui astfel de demers.

Partenerii sociali și dialogul social la nivel de întreprindere

Existența dialogului social într-o întreprindere este condiționată, în mare măsură, de organizarea și funcționarea unor structuri instituționale adecvate acestui domeniu. Conform prevederilor Codului Muncii, în țara noastră există în acest sens următoarele instituții: reprezentanții salariaților; sindicatele; patronatul. La organizațiile unde sunt încadrați mai mult de 20 de salariați și dacă nici unul nu este membru de sindicat, interesele acestora pot fi promovate și apărute de reprezentanții salariaților, aleși în cadrul adunărilor generale ale salariaților. Acești reprezentanți urmăresc respectarea drepturilor salariaților, în conformitate cu legislația în vigoare, cu contractul colectiv de muncă și regulamentul intern.

Patronatele sunt organizații ale patronilor, autonome, care susțin și apără interesele membrilor în relațiile cu autoritățile publice, cu sindicatele și cu alte persoane fizice și juridice. Patronatele sunt parteneri sociali în relațiile colective de muncă, participând, prin reprezentanții proprii, la negocierea și încheierea contractelor colective de muncă, la tratative și acorduri cu autoritățile publice

și cu sindicatele și în alte structuri specifice ale dialogului social.

În toate întreprinderile, indiferent de mărimea lor, se poate organiza de drept sindicatul salariaților, iar patronatul nu se poate opune acestei inițiative. De asemenea, fiecare sindicat reprezentativ își poate crea secții sindicale la nivel de unități de producție (atelieri, secții, fabrici, uzine etc.) care să-și stabilească apoi propriii reprezentanți sindicali.

Delegații sindicatului reprezintă organizațiile lor în raport cu respectiva conducere a întreprinderii; numărul lor se stabilește în raport cu efectivele grupelor sindicale. Pentru desfășurarea activității, delegații sindicatului în țările occidentale au un statut special: dispun de un număr de ore lunar plătite ca timp de lucru, însă consacrate activităților sindicale, concedierea lor fiind supusă aprobării inspecției muncii etc.

Reprezentarea sindicală își face simțită prezența mai ales în cadrul diferitelor negocieri, ca parte a dialogului social din cadrul unităților economice. Negocierile trebuie să se efectueze cel puțin anual și se vor referi la aspecte prioritare privind activitatea salariaților: durata și organizarea timpului de lucru, salariile, formele de cointerese financiară ale lucrărilor, modalitățile de aplicare a dreptului de exprimare etc.

Ca mod de desfășurare, se practică negocierile colective, în care reprezentanții sindicatelor și ai patronatului (sau conducerii întreprinderii) stabilesc diferite convenții sau acorduri de muncă prin care sunt concretizate dispozițiile legale, în special ale Codului Muncii, la specificul întreprinderii.

Indiferent însă la ce nivel au loc negocierile, la acestea participă, pe de o parte, doar reprezentanții organizațiilor sindicale autorizate să negocieze, iar, pe de altă parte reprezentanții confederațiilor sau organizațiilor patronale (la nivel național sau de ramură), respectiv ai conducerii întreprinderii (sau patronatul întreprinderii).

La nivel de ramură, negocierile vor aborda obligatoriu:

- cel puțin odată la cinci ani, probleme de bază ale calificării profesionale specifice ramurii și, de asemenea, metodologia acordării pentru fiecare calificare a unui coeficient ierarhic ce determină salariul;
- anual, aspectele privind salarizarea și mai ales salariile minime (salariul minim pentru fiecare calificare sau tip de angajare din ramura respectivă).

La nivel de întreprindere, negocierile sindicat-conducerea unității vor avea în vedere anual aspecte privind:

- salariile brute pentru fiecare nivel de calificare (ținând cont de convenția colectivă la nivel de ramură); majorările (indexările) periodice ale salariilor; stabilirea unor modalități specifice de stimulare financiară a lucrătorilor (prime de concediu, prime pentru anumite posturi etc.);
- durata și modul de organizare a timpului de lucru săptămânal (repartizarea concretă în cadrul săptămânii și a fiecărei zile de lucru a duratelor legale pentru muncă); în cazul unor acorduri derogatorii care permit o durată superioară a săptămânii de lucru, peste durata legală, se vor stabili în comun regimul de plată sau de recuperare a orelor suplimentare etc.

În urma stabilirii unor acorduri patronat-sindicat, de prevederile acestora beneficiază toți salariații din întreprindere, indiferent dacă sunt sau nu membri de sindicat. Patronatul trebuie să asigure însă o informare a tuturor salariaților în legătură cu textele acordurilor convenite în cadrul negocierilor cu sindicatele.

Printre dezavantajele apariției unor dezechilibre în relația patronat-sindicate enumerăm următoarele:

- menținerea unui personal inadecvat ca număr față de necesarul real: insuficient, în cazul în care balanța puterii înclină spre patronat, respectiv excesiv în unele ramuri economice aflate în declin, în cazul influenței sindicale;
- menținerea unor niveluri salariale fără o legătură directă cu evoluția productivității în întreprindere, fapt ce poate conduce la scăderea gradului de motivație a angajaților și la conflicte de muncă (nivel salarial scăzut), respectiv la scăderea productivității și chiar consecințe macroeconomice de anvergură, cum ar fi amplificarea inflației (nivel salarial excesiv);
- frânarea procesului de modernizare a producției, din cauza reticenței sindicatelor în acest sens, ținând cont de perspectiva reducerii, în unele cazuri, a efectivelor de salariați.

Dezechilibrele conduc, de regulă, la declanșarea unor conflicte sociale de durată și dificile, multiplicarea grevelor de solidaritate etc., care determină, de regulă, dezorganizarea sistemului productiv.

Managementul conflictelor sociale în cadrul organizației

Ca orice organism social, fiecare organizație are două caracteristici: atât dialogul, cât conflictul social. Conflictele sociale sunt naturale și necesită aplicarea unor proceduri specifice pentru rezolvarea lor. Realitatea apariției lor are în vedere divergențele ce apar în legătură cu punctele de vedere, obiectivele sau interesele diferiților salariați, grupuri, conducerea organizației etc.

Conform Codului Muncii, conflictul de muncă reprezintă orice dezacord intervenit între partenerii sociali în raporturile de muncă. Conflictele de muncă pot fi:

- conflict de interese, când se referă la interesele cu caracter profesional, social sau economic ale salariaților;
- conflicte de drepturi, atunci când vizează exercitarea unor drepturi sau îndeplinirea unor obligații decurgând din legi sau din alte acte normative.

Conflictele sociale pot fi clasificate, de asemenea, după diferite criterii. În raport de nivelul la care apar, există:

- a. Conflicte individuale, specifice unor anumiți salariați, și privesc strict pe fiecare lucrător în parte (de exemplu, divergențele exprimate de un salariat privind suma primită drept remunerație);
- b. Conflicte la nivelul unei categorii de lucrători dintr-un atelier sau calificare profesională (de exemplu în legătură cu modul de repartizare a primelor, ca stimulente financiare);
- c. Conflicte la nivelul întregii organizații, care cuprind ansamblul salariaților având cauze diferite (de exemplu privind procentul de indexare a salariilor).

Din punct de vedere al organigramei organizației, conflictele pot fi:

- a. Conflicte orizontale, care apar între persoane sau compartimente de muncă aflate pe același nivel ierarhic, dar pe linii ierarhice diferite (de exemplu conflictul care poate să apară între directorul tehnic și directorul economic în legătură cu anumite probleme financiare);
- b. Conflicte verticale ce apar între persoane sau compartimente de muncă situate pe trepte ierarhice diferite; acestea sunt cele mai frecvente și pot să existe și între persoane aflate pe aceeași linie ierarhică (de exemplu între șeful serviciului contabilitate și șeful biroului aprovizionare).

O formă a conflictului colectiv o reprezintă greva; aceasta implică o încetare a lucrului de către salariați ținând cont de o serie de revendicări profesionale care sunt evidențiate fie pentru prima dată, fie au fost solicitate anterior însă nu sunt încă satisfăcute.

Forma clasică de grevă presupune întreruperea completă a lucrului de către salariați și părăsirea locurilor respective pentru o durată, determinată sau nu, de timp.

În țările occidentale se întâlnesc diferite variante de greve (Lefter, 2004), spre exemplu:

a. Greva de avertisment, ce presupune o oprire scurtă a lucrului de către salariați, urmărind atât mobilizarea greviștilor, cât și determinarea părților în conflict pentru a începe negocieri;

b. Greva repetată, care se caracterizează prin opriri succesive ale lucrului, de către salariați, pe perioade scurte de timp;

c. Greva turnantă, când au loc încetări succesive ale activităților în diferite verigi de producție (ateliere, secții etc.) sau compartimente de muncă; în acest caz se înregistrează o masivă dezorganizare a producției, iar costurile sunt ridicate pentru întreprindere;

d. Greva surpriză presupune stoparea lucrului de către salariați, fără existența unui preaviz în acest sens; în general, această variantă de grevă este interzisă prin convențiile colective de muncă, iar în serviciile publice din țările occidentale este, de regulă, ilicită;

e. Greva cu ocuparea localurilor întreprinderii de către greviști; această formă de grevă este, în principiu, nelegală deoarece încalcă dreptul de proprietate (privată sau publică). Astfel conducătorul întreprinderii poate cere organelor în drept să procedeze la evaluarea localurilor ce sunt ocupate de greviști.

În practica țărilor cu economie de piață se constată că dreptul la grevă al salariaților este limitat în două situații, ținând cont de:

- dreptul de proprietate, care interzice deci greva cu ocuparea localurilor întreprinderii;
- dreptul de muncă; acesta, de asemenea, interzice salariaților greviști să oprească lucrul pentru alți salariați care doresc să-și continue activitatea (și astfel să nu participe la grevă).

O cerință de bază a managementului resurselor umane dintr-o organizație o constituie cunoașterea permanentă a reclamațiilor și revendicărilor

salariaților și reevaluarea, pe cât posibil, a acestora în scopul prevenirii conflictelor sociale.

În foarte multe cazuri, rezolvarea unui conflict de muncă se face prin semnarea unei convenții sau a unui acord între părțile aflate în dispută. Sunt situații însă când negocierea directă între părțile aflate în conflict este dificilă în climatul conflictual; în aceste cazuri se apelează la diferite proceduri instituționale de rezolvare a conflictelor colective, cum ar fi: concilierea, medierea, arbitrajul etc.

a. Concilierea este efectuată de către o persoană neutră, sau o comisie de conciliere, și presupune organizarea de discuții între părțile aflate în conflict, în scopul armonizării pozițiilor acestora și ajungerii la un anumit acord; în general această procedură de rezolvare a conflictelor sociale este prevăzută în acordurile sau convențiile colective de muncă;

b. Medierea solicită intervenția unei persoane sau comisii neutre, care anchetează conflictul social, analizează pozițiile, părțile, iar în final propune acestora o soluție pentru rezolvarea respectivului conflict;

c. Arbitrajul constă în soluționarea conflictului social, de către unul sau mai mulți arbitri, stabiliți de comun acord de părțile opozante. Decizia arbitrului este însă obligatorie pentru părțile aflate în conflict (ținând cont de faptul că acestea au acceptat atât procedura arbitrajului, cât și pe respectivul arbitru).

Ca o tendință generală în ultimii ani, se constată în țările occidentale scăderea însemnată a conflictelor de muncă, atât privind numărul acestora, cât și efectivele care au încetat lucrul, numărul de zile de inactivitate, numărul de întreprinderi la care s-au înregistrat etc. Această situație are multiple explicații, iar printre elementele favorizante ale diminuării conflictelor de muncă se află indiscutabil și dezvoltarea managementului resurselor umane în cadrul organizațiilor respective (dialogul social, motivarea personalului etc.)

Sistemul de indicatori de monitorizare a relațiilor de muncă în cadrul organizației

Monitorizarea permanentă, cotidiană, a condițiilor și relațiilor de muncă permite reperarea eventualelor conflicte de muncă latente. Utilizând modelul de conflict organizațional al lui Robbins (citată de Manolescu, 2004), se poate afirma că declanșarea conflictelor de muncă debutează cel

mai adesea prin comportamente atipice ale salariaților, care prejudiciază astfel întreprinderea.

În acest sens, sistemul de indicatori sociali de alertă cuprinde: absenteismul, rotația personalului, scăderea randamentului sau a calității produselor/serviciilor, utilizarea excesivă a serviciilor de mentenanță, risipa de resurse, sabotajul etc.

Absenteismul reprezintă o situație conflictuală între comportamentul unui salariat și regulamentul de funcționare al organizației, conducând în timp la deteriorarea calității raporturilor de muncă cu responsabilul ierarhic și cu restul populației angajate. Printre indicatorii luați în calcul pentru măsurarea absenteismului enumerăm următorii: întârzierile (micro-absenteism), concediile medicale de scurtă durată, justificate sau nu prin certificate medicale, absențele nemotivate, absențele cauzate de conflicte deschise de muncă, absențele medicale determinate de accidente de muncă sau boli profesionale (Peretti, 2004).

În practica relațiilor umane, putem determina o serie de indicatori care să permită monitorizarea climatului social din cadrul organizației (Picard, 1991):

- *Gravitatea absențelor* – determinată ca pondere a numărului cumulat de ore de absențe în timpul normal de lucru, permite măsurarea impactului absenteismului asupra funcționării organizației și asupra atingerii obiectivelor de producție;
- *Frecvența absențelor* – determinată prin raportarea numărului absențelor la numărul de angajați, permite observarea repetitivității în timp a comportamentelor disfuncționale și evaluarea respectării normelor interne de funcționare;
- *Durata medie a absențelor* – raportul dintre numărul de ore de absență și numărul total al absențelor, permite identificarea unor tendințe în abordarea relațiilor de muncă în cadrul grupului observat și frecvența anumitor tipuri de absențe în funcție de durata lor.

Observarea în timp a indicatorilor referitori la absenteism permite relevarea tendințelor în cadrul grupului observat și atitudinea indivizilor față de muncă și de procedurile organizaționale. Pornind de la monitorizarea absenteismului, se pot de asemenea determina costurile acestuia, directe (remunerații plătite celor absenți) sau indirecte

(generate de pierderile de productivitate, respectiv de necesitatea suplimentării efectivului sau orelor de muncă pentru a compensa pierderile).

Rotația personalului („turn-over” în literatura anglo-saxonă) este un indicator pertinent utilizat în practica resurselor umane. În ultimele decenii a devenit un indicator pertinent pentru a evalua capacitatea de înnoire a structurii organizaționale, menținerea sa la niveluri ridicate constituindu-se, în unele cazuri, în politică de resurse umane.

Pentru monitorizarea părăsirii definitive a întreprinderii, pot fi utilizați indicatori precum:

- *Rata de rotație a personalului* – determinată ca raport între numărul persoanelor care încheie raporturile de muncă și efectivul mediu de salariați ai organizației; indicatorul este relevant dacă este corelat cu o anchetă privind cauzele plecării;
- *Gradul de înnoire a efectivului* – calculat ca pondere a persoanelor cu vechime în întreprindere inferioară unui an în efectivul total, permanent.

Ca și în cazul absenteismului, putem identifica o serie de costuri legate de rotația personalului precum formalități administrative, eventuale compensări materiale, costul recrutării, integrării și formării noului angajat, pierderile de productivitate generate pe parcursul perioadei cât postul este vacant.

Eficacitatea în muncă poate fi măsurată sub forma a doi indicatori fundamentali (Picard, 1991):

- *Randamentul muncii* – raportul dintre volumul producției fizice obținute și timpul efectiv de muncă dedicat producției, indicator imperfect, deoarece nu ia în calcul decât influența unui singur factor de producție și nu permite comparații sectoriale datorită diversității;
- *Productivitatea muncii* – raportarea valorii producției obținute la costul forței de muncă utilizate pentru realizarea acesteia.

Calitatea produselor/serviciilor este un factor determinat în satisfacerea nevoilor clienților organizației. Apariția defectelor sau erorilor poate avea cauze materiale sau umane (necunoaștere, neglijență, neadaptare etc.). Indicatorii de alertă în acest domeniu pot fi de tipul (Picard, 1991):

- *Ponderea obiectelor cu defecte* într-un lot de fabricație sau adefectelor și erorilor în totalul caracteristicilor produsului/serviciului realizat;

- *Fiabilitatea produselor* – reprezentând capacitatea acestora de a funcționa la parametri normali pentru o perioadă predeterminată;
- *Gradul de securitate oferit de produse* – măsurat prin numărul de incidente cauzate de acestea la utilizatorii finali;
- *Calitatea relațiilor cu clienții*, evaluată prin intermediul chestionarelor privind gradul de satisfacție și/sau numărul reclamațiilor.

Și în acest caz, se pot identifica o serie de costuri directe (reparația sau înlocuirea produselor, acordarea de compensații, plata orelor de service, costul rebuturilor etc.) sau indirecte (pierderea clienților și diminuarea cifrei de afaceri).

Utilizarea serviciilor de mentenanță poate fi un indicator al modului de utilizare a utilajelor și dotărilor de către personalul direct productiv. Timpii dedicați întreținerii și reparației sunt neproductivi, deci afectează productivitatea și rezultatele globale. Importantă în acest caz este monitorizarea frecvenței și duratei acestor operații.

Utilizarea excesivă a resurselor, fie că este vorba de materii prime, energie, utilaje, ambalaje, este adesea rezultatul unor erori umane, al demotivării sau al indisciplinei.

Sabotajul reprezintă acte săvârșite cu rea-voință în relațiile de muncă: furt, infracțiuni în domeniul păstrării secretului profesional sau al proprietății intelectuale etc. În afară de gravitatea problemelor propriu-zise, astfel de comportamente pot conduce la degradarea climatului intern al organizației.

Accidentele de muncă și bolile profesionale reprezintă indicatori importanți în evaluarea condițiilor de muncă, factor-cheie în dialogul social. Se pot monitoriza indicatori de tipul *frecvența accidentelor de muncă*, raportată la efectivele totale și la numărul de ore de muncă, sau *frecvența bolilor profesionale*.

Pentru diminuarea acestor tipuri de surse de conflict social, se recomandă monitorizarea permanentă a climatului social și a condițiilor de muncă din organizație. Soluțiile uzuale pentru cazurile mai puțin grave se regăsesc în dialogul permanent, individual sau cu reprezentanții angajaților sau sindicatelor (în funcție de tipul disfuncției sesizate). În cazul abaterilor disciplinare grave se impun sancțiuni clare, dublate de întărirea normelor interne de disciplină și securitate în muncă, precum și de programe de recompensare a performanțelor (Manolescu, 2004).

Sistemul de indicatori ai dialogului social

Dată fiind importanța strategică a dialogului social, indicatorii specifici sunt de regulă agregați la nivel sectorial, regional și național. Majoritatea acestora se referă la conflictele colective de muncă, acestea fiind forma acută de manifestare a disfuncțiilor sociale.

Statisticile INSSE relevă ca surse de conflicte colective în România următoarele cauze (ponderi calculate la nivelul anului 2004):

- revendicări salariale (54,5%) – neacordarea compensărilor, indexărilor, neplata salariilor la termen, neacordarea unor prime de vacanță etc.
- viața sindicală (7%) – asigurarea condițiilor pentru desfășurarea activității sindicale, amestecul patronatului în activitatea sindicală, măsuri de sancționare a liderilor, lipsa de transparență, prezența liderilor la negocieri etc.
- organizarea muncii (5,5%) – revizuirea normelor de muncă, organizarea timpului de lucru, programul de muncă, lipsa fișei postului etc.
- condiții de muncă (5%) – neasigurarea condițiilor normale de muncă și a condițiilor sociale, acordarea grupelor de muncă etc.
- timp de muncă (5%) – neacordarea zile libere, a orelor suplimentare, lucrul în schimburi etc.
- drepturi sociale (4,5%) – lipsa unor măsuri de protecție socială la nivelul agenților economici, sisteme proprii de asigurări sociale, acordare de locuințe, bilete de tratament, fonduri pentru acțiuni sociale etc.
- utilizarea forței de muncă (1,5%) – neasigurarea încărcării forței de muncă, redistribuirea personalului, disponibilizări, trimiteri în șomaj etc.
- alte cauze (17%) – modificări în structurile organizatorice, negocierea contractelor colective etc.

Din analiza indicatorilor statistici menționați anterior se remarcă o evoluție importantă a relațiilor de muncă din România în ultimii 10 ani, în concordanță cu evoluția economiei și societății, comparabilă cu stadiul actual din state dezvoltate. Se remarcă o pondere importantă a revendicărilor salariale (în progresie de la 34,3% în 1992 la 54,5% în 2004) și creșteri sensibile ale celor privind viața sindicală (de la 3,8% în 1992 la 7% în 2004).

Monitorizarea indicatorilor referitori la dialogul social și relațiile de muncă se realizează luând în calcul în special indicatorii de alertă, cuantificând frecvența, dimensiunea și intensitatea conflictelor de muncă (Chataignier, 2005).

INSSE utilizează în prezent un sistem bazat pe 46 de indicatori agregați specifici dialogului social. Un studiu recent al INCSMPS privind sistemul de indicatori ai protecției sociale în România identifică zece indicatori de bază:

- *Numărul contractelor colective de muncă* înregistrate la nivelul Direcțiilor teritoriale de Muncă, Solidaritate Socială și Familie – niveluri de agregare: pe forme de proprietate a unității, pe județe, total;
- *Numărul actelor adiționale* înregistrate la nivelul Direcțiilor teritoriale de Muncă, Solidaritate Socială și Familie – niveluri de agregare: pe forme de proprietate a unității, pe județe, total;
- *Numărul de conflicte de interese* – niveluri de agregare: pe activități economice, pe județe, pe grupe de întreprinderi, după locația concilierii, după modul de soluționare, după obiectul conflictului, pe principalele confederații sindicale;
- *Numărul de salariați aferent unităților unde au avut loc conflicte de interese* – niveluri de agregare: pe activități economice, pe județe, pe grupe de întreprinderi, după obiectul conflictului, pe principalele confederații sindicale;
- *Numărul de salariați aferent unităților unde au avut loc conflicte de interese, participanți la conflicte* – niveluri de agregare: pe activități economice, pe județe, pe grupe de întreprinderi, după obiectul conflictului, pe principalele confederații sindicale;
- *Gradul de participare a salariaților la conflicte*, calculat ca pondere în numărul

total al salariaților unităților în care au avut loc conflicte – niveluri de agregare: pe activități economice, pe județe, pe grupe de întreprinderi, după locația concilierii, după modul de soluționare, după obiectul conflictului, pe principalele confederații sindicale;

- *Numărul grevelor declanșate* cu respectarea procedurilor prevăzute de Legea nr. 168/1999 – niveluri de agregare: total și pe tipuri de greve;
- *Numărul salariaților aferenți unităților în care au avut loc greve* – niveluri de agregare: total, pe tipuri de greve;
- *Numărul salariaților participanți la greve* – niveluri de agregare: total, pe tipuri de greve;
- *Timp de lucru neutilizat* – niveluri de agregare: total, pe tipuri de greve.

Concluzii

Evoluția relațiilor de muncă și a dialogului social este influențată de factori externi, care pot influența performanțele întreprinderii, evoluția climatului social și a condițiilor de muncă. Printre acești factori enumerăm conjunctura economică națională și internațională, evoluțiile mediului politic, sistemul relațiilor colective de muncă, condițiile geografice (caracteristicile socioculturale locale) și specificul activității organizației.

Diagnosticul social este un instrument important în observarea colectivităților, permițând detectarea nucleelor reale sau potențiale de conflicte de muncă și ajustarea în timp real a politicilor sociale, atât la nivel organizațional, cât și sectorial, regional sau național. Un astfel de instrument asigură prevenirea sau limitarea efectelor negative ale deteriorării relațiilor de muncă din cadrul organizațiilor.

Bibliografie

- Beardwell, I, Holden, L., Claydon, T. (2004). *Human Resource Management. A Contemporary Approach*, 4th edition, Prentice Hall, Harlow, pp. 425-581
- Chataignier, A., „Statistical indicators relating to social dialogue: A compilation of multiple country data bases”, *Working Paper no 56*, 2005, Statistical and Development and Analysis Group, International Labour Office, Geneva
- Dessler, G. (2003). *Human Resource Management*, 9th edition, Prentice Hall, International edition, pp. 395- 422
- Falkner, G. (2003), „The interprofessional social dialogue at European level: Past and future”, în Keller B., Platzer, H. W. (coord.), *Industrial Relations and European Integration. Developments and Prospects at EU-level*, Ashgate
- Kenworthy, L., Kittel, B., „Indicators of Social Dialogue: Concepts and Measurement”, *Working Paper No 5*, 2003, Policy Integration Department, International Labour Office, Geneva
- Lefter, V., „Dialogul social și rezolvarea conflictelor” în Nicolescu, O. (coord.) (2004). *Managerii și managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, pp. 215- 224
- Manolescu, A. (2003), *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, pp. 515-538
- Peretti, J.-M. (2004). *Ressources Humaines*, 9^e édition, Ed. Vuibert, Paris, pp. 505-532
- Picard, D. (1991). *La veille sociale*, Editions Vuibert, Paris, pp. 133-197
- *** Anuarul Statistic al României (2006). Vol. 3 – *Piața forței de muncă*, INSSE, București
- *** Sisteme de indicatori ai protecției sociale (2007), INCSMPS, INS, ASE, București
- *** Legea nr. 53 / 2002 Codul Muncii, Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 72 din 05.02.2003

Învățământul superior de gestiune, între „mcdonaldizare” și căutarea excelenței

Ion Ionașcu

Profesor universitar doctor

Academia de Studii Economice București

Abstract. *The purpose of this paper is to analyse the extent to which the McDonaldisation of society (Ritzer, 2003) affects the university and management sciences education in particular. The paper brings forward to discussion the McDonaldisation phenomenon in the Romanian economic studies faculties, also pleading for an institutional recognition of management sciences in Romanian University.*

Key words: McDonaldisation of society; management sciences education; McUniversity; Romanian economic studies faculties.

În ultimii ani sociologii vorbesc tot mai mult de *mcdonaldizarea* societății, fenomen care atinge în diverse grade aproape toate domeniile vieții sociale, de la stil de viață și petrecerea timpului liber până la învățământ și religie. *Mcdonaldizarea* societății a fost definită ca „procesul prin care principiile restaurantului fast-food încep să domine din ce în ce mai multe sectoare în societatea americană, precum și în restul lumii” (Ritzer, 2003). În continuare ne propunem să analizăm incidența acestui fenomen asupra învățământului superior din domeniul gestiunii afacerilor și, în special, asupra celui românesc.

1. Aspecte ale dezvoltării învățământului și cercetării științelor de gestiune pe plan internațional

Din capul locului trebuie să recunoaștem că în comparație cu alte activități, cum sunt restaurantele fast-food, *mcdonaldizarea* universității este mai

puțin evidentă, fiind „un fenomen cu două fețe”, care prezintă avantaje și dezavantaje. Majoritatea sistemelor *mcdonaldizate* sunt creații americane (mâncăruri, băuturi și modă americane, distracții americane, modele sociale americane etc.) și se exportă în toată lumea. Însă, putem spune că un fenomen similar s-a produs și în domeniul educației superioare din domeniul gestiunii afacerilor, deoarece, după cel de-al doilea război mondial, tehnicile de gestiune de la Harvard Business School au fost preluate de școlile de afaceri (*business schools*, în engleză) din multe țări europene. De altfel, autonomizarea *științelor de gestiune* (*management sciences*, în engleză) ca un domeniu distinct al cunoașterii științifice s-a realizat mai întâi în SUA, în prima parte a secolului al XX-lea, sub impulsul dezvoltării teoriei *tayloriste* privind organizarea științifică a producției, ca mai apoi acest proces să se propage și în țările europene (prima semnalare în SUA se consideră în anul 1954, sub denumirea de *management sciences*, iar în 1970

Învățământul superior de gestiune, între „mcdonaldizare” și căutarea excelenței

sunt recunoscute oficial în Franța sub apelativul *sciences de gestion*). Obiectul general al științelor de gestiune poate fi definit ca studiul manierei de a conduce, de a dirija, de a structura și de a dezvolta o organizație (întreprindere, instituție publică etc.), iar dezvoltarea teoriei tayloriste, la începutul secolului al XX-lea, privind organizarea științifică a muncii poate fi considerată ca debutul gestiunii firmei ca un domeniu nou al cunoașterii științifice.

Recunoșterea științelor de gestiune ca un domeniu distinct al științelor sociale nu are încă unanimitatea, fiind un proces de durată, similar cu cel al recunoșterii științelor economice. De exemplu, pentru acordarea premiului Nobel în domeniul economic au trebuit câteva decenii ca să fie recunoscute și cercetările economiștilor. Deși începând cu anul 1901 se acordă premiul Nobel, potrivit voinței fondatorului autorilor de „descoperiri științifice care au contribuit de o manieră semnificativă la binele umanității” sau au adus acesteia „servicii incomparabile”, pentru domeniul economic acesta a fost instituit abia în anul 1968. Aceasta se explică prin faptul că economia a avut o recunoaștere târzie ca știință, în comparație cu alte domenii din științele exacte, cum sunt fizica sau chimia. Apoi, la începutul secolului al XX-lea, când a fost creat premiul Nobel, economia nu era obiectul învățământului universitar și doar „în anii 1930 economia a putut fi recunoscută, puțin câte puțin, ca o știință și, în primele momente, numai de câteva mici grupuri de economiști. După cel de-al doilea război mondial, facultăți de economie au fost create aproape peste tot”.

Modelul de învățământ MBA (*Master of Business Administration*) este tot un concept educativ american, preluat și de universitățile europene, care oferă o pregătire managerială post-universitară, model care s-a impus la nivel mondial. MBA constă într-un program cu durată de unu-doi ani care oferă o formare generală în gestiune (include discipline ca finanțe, strategie, marketing, gestiunea resurselor umane, contabilitate, control de gestiune etc.) licențiatilor în drept, inginerie, litere sau alte domenii.

În ultimele decenii, învățământul universitar din domeniul științelor de gestiune a suportat câteva mutații majore, una dintre ele fiind *masificarea*, deoarece acesta a devenit accesibil unui număr tot mai mare de studenți. Aceasta se explică prin faptul că astăzi profesii cum sunt cele de contabil,

funcționar public sau din sfera comercială nu mai pot fi practicate fără studii superioare, ca acum 40-50 de ani. Apoi, complexificarea afacerilor a dus la apariția de profesii noi, care necesită o pregătire superioară, cum sunt cele de analist financiar, specialist în marketing, actuar, expert contabil, auditor financiar etc. În plus, există o cerere pentru profesiile din domeniul gestiunii afacerilor pe piața forței de muncă și se știe că șomajul este mai redus în rândul celor cu o pregătire universitară.

Pe de altă parte, „masificarea” învățământului superior se poate justifica și prin politicile guvernamentale de temporizare a șomajului deoarece se pare că întreținerea unui student, într-o universitate publică, este un cost mai eficient, sub raport social, decât costul cu întreținerea unui șomer. Însă, aceasta este o problemă a universităților europene, dacă avem în vedere și aprecierea profesorului Ash de la Oxford University (2005), care consideră că „la ora actuală, ne confruntăm cu ceea ce eu aș numi criza universităților europene. Marea majoritate sunt supraaglomerate, fondurile de finanțare sunt extrem de sărace, iar profesorii sunt din ce în ce mai presați de stat să scoată studenți pe bandă rulantă. Mediul academic a devenit un fel de industrie de producție în masă!”. Apoi, finanțarea în funcție de numărul de studenți (în universitățile publice fondurile bugetare sunt alocate în funcție de numărul de studenți, iar locurile cu taxă sunt finanțate de studenți) nu duce neapărat la un sistem competițional în interiorul universității deoarece finanțarea universității depinde de numărul studenților aflați în sistem, menținuți adesea prin scăderea exigenței și a calității pregătirii profesionale, situație ce atrage o inflație de licențiați.

Mănat de criteriul eficienței, învățământul universitar, botezat acum *McUniversity* (Ritzer, 2003) a trecut la standardizarea muncii universitare. Un exemplu este examinarea prin test grilă, cu variante multiple de răspuns sau, mai simplist, cu o variantă de răspuns care tinde să înlocuiască examinarea clasică, orală sau scrisă, prin care examenul era oarecum personalizat dar care necesita un consum mare de muncă și considerat inefficient. Examenul de tipul „bifați răspunsul corect” (testul grilă) permite o evaluare rapidă, care poate fi făcută chiar de asistenți sau de calculator, examinarea fiind mai eficientă pentru profesori, care câștigă timp pentru activități cum sunt scrisul și cercetarea științifică. Și studenții par

să beneficieze de avantajele acestui sistem deoarece testul grilă ușurează studiul, pe baza unei bibliografii precise (se editează chiar culegeri „standardizate” de teste grilă care permit autocontrolul, prin indicarea răspunsurilor corecte) și se diminuează subiectivismul în evaluare. Odată cu apariția testului-grilă, examenul a devenit foarte *previzibil* deoarece studentul care susține un astfel de examen știe că o întrebare este urmată de patru sau cinci răspunsuri din care poate să intuiască unul sau mai multe răspunsuri corecte.

Specialiștii sunt de acord că una din limitele universității *mcdonaldizate* este *accentul pus pe cantitate în detrimentul calității*: „accentul se pune pe câți studenți – sau produse – pot fi trecuți prin sistem și ce calificative obțin, nu pe ce au învățat sau pe deprinderea de a învăța”. Universitățile tind să devină uzine care livrează titluri cum sunt cele de „licențiat în economie”, „masterat în administrarea afacerilor: MBA” sau „doctor în economie”, titluri utile nu doar pentru a obține un post pe piața muncii, dar afișate tot mai frecvent ca o etichetă pentru a convinge în privința competenței celui care le deține.

De asemenea, factorii cantitativi sunt importanți și în cercetarea științifică din universități, deoarece criteriile de angajare sau promovare în mediul academic urmăresc mai curând numărul de materiale publicate decât calitatea lor. Aceasta are drept consecință „fie publicarea unor lucrări care nu sunt de cea mai bună calitate, insuficient elaborate, fie publicarea, cu variații minime, a aceleiași idei sau descoperiri” (Ritzer, 2003).

Cursurile cu un număr mare de studenți, condiționate strict de orar, examinarea standardizată, limitarea la maximum a interacțiunii dintre profesor și student instituie în mediul universitar „o atmosferă de fabrică”, unde „studenții nu se pot simți altfel decât asemenea unor obiecte în care se toarnă cunoștințe în timp ce se mișcă de-a lungul unei linii de asamblare ce furnizează informații și acordă titluri universitare”. Însă, după aprecierea lui Ritzer (2003), chiar dacă multe din aspectele *mcdonaltizării* se regăsesc și în spațiul universitar, care presupune uniformizare, punerea accentului pe aspectele cantitative și previzibilitatea proceselor în scopul eficientizării sistemului, totuși spațiul univeritar „nu este tot atât de *mcdonaltizat* ca, să spunem, restaurantul fast-food. De exemplu, foarte puține dintre contactele umane sunt scenarizate. Există prelegeri care pot fi uniforme, dar este o

mare diferență între a-ți folosi în mod repetat propria prelegere și utilizarea unui scenariu elaborat de altcineva. De asemenea, angajații universității, în special profesorii, au un comportament mai puțin previzibil în comparație cu angajații restaurantului fast-food”.

Un alt aspect este legat de calitatea pregătirii și talentul celor care fac cercetarea și urmează o carieră academică în domeniul economic și al gestiunii afacerilor. Este avansată ideea că cercetarea și învățământul superior din domeniul economic nu mai reprezintă un domeniu de atracție pentru (unii) absolvenți talentați deoarece în Statele Unite „băncile de plasament și cabinetele de consultanță au oferit, în anii 1990, studenților celor mai străluciți salarii de pornire care depășesc în mod evident salariul unui profesor titular (...) și Wall Street furnizează din ce în ce mai mult tinerilor economiști ocazia de a combina satisfacția profesională cu o bună remunerație, îndeosebi dacă ei sunt preocupați de macroeconomie și piețe” (*Problèmes économiques*, nr. 2637/1999).

Mutații au loc și în maniera de a face cercetare în domeniul economic. Dacă „în economie cercetările originale sunt, mai frecvent decât în științele naturii și îndeosebi în medicină, opera unui individ și nu a unei echipe”, această situație se schimbă deoarece în revistele specializate de economie articolele au din ce în ce mai frecvent mai mulți autori.

În ce privește criteriul de validare al *științificității* unei teorii în domeniile economic și al științelor de gestiune, aceasta depinde de *poziția epistemologică* asumată de autor și de școala la care se raportează. Însă, în ultimă instanță, o teorie economică se verifică prin modul cum influențează practica socială. Academia regală de științe a Suediei nu acordă premiul Nobel autorilor de teorii economice recente. Cel mai frecvent, laureații premiului Nobel pentru economie sunt autori care au trecut de mult de apogeul carierei lor. Aceasta deoarece, în economie, „se pare că teoriile trebuie să reziste la proba timpului pentru ca autorii lor să fie recompensați. Vârsta medie a unui laureat în economie este de 67 de ani, pe când în fizică sau în chimie ea este de 52 de ani. Această diferență este fără îndoială legată de natura particulară a economiei ca știință socială, validarea unei teorii neputând fi corect apreciată decât după mai mulți ani” (Van Gompel, 1999). Este exemplificator cazul lui Coase⁽²⁾, laureat al premiului Nobel pentru

învățământul superior de gestiune, între „mcdonaldizare” și căutarea excelenței

economie în 1991 pentru descoperirea costurilor de tranzacție și a drepturilor de proprietate și efectele lor asupra structurii instituționale și funcționării economiei, care arăta „... cam acestea erau ideile pe care le susțineam în articolul din 1937. (...) Aveam 21 de ani și eram extrem de optimist. N-aș fi crezut însă că, după 60 de ani, aceste idei aveau să-mi aducă Premiul Nobel pentru economie. Și e o experiență deosebită să fii răsplătit la 80 de ani pentru ceea ce ai realizat la 20” (Coase, 1991).

2. Învățământul universitar de gestiune din România: între nevoile de legitimare instituțională și afirmare intelectuală

În România, fenomenul *mcdonaldizării* învățământului superior din domeniul economic (și al științelor de gestiune, deși nu sunt recunoscute oficial) s-a declanșat după 1990, într-un ritm foarte susținut, deși la un interval de câteva decenii față de fenomenul similar din țările dezvoltate, fenomen care a cunoscut o anumită procesualitate. Acest lucru era necesar dacă avem în vedere decalajul important față de țările occidentale în ce privește indicatorul „numărul de studenți la 100.000 de locuitori”⁽³⁾, cât și noile oportunități create de trecerea de la economia planificată, de tip sovietic, la o economie de piață. Dezvoltarea învățământului superior românesc din domeniile economiei și gestiunii afacerilor s-a făcut mai ales sub aspect cantitativ, prin creșterea numerică a facultăților de profil, de stat și private, dar fără ca acestea să aibă totdeauna și o acoperire calitativă corespunzătoare în ce privește pregătirea corpului profesoral și logistica aferentă (dotarea cu biblioteci, laboratoare, spații de învățământ etc.) și care să asigure șanse egale pentru toți, de vreme ce numărul studenților proveniți din mediul rural rămâne unul puțin semnificativ.

În general este acceptat faptul că „Universitatea”, ca instituție socială, trebuie să aibă un dublu rol: să *depoziteze și să vehiculeze informație științifică*, dar să și *creeze știință*. Distincția dintre vehicularea de cunoștințe și cercetarea științifică care generează cunoștințe noi este sesizată cu multe decenii în urmă de filosoful Ortega y Gasset, care arăta că „nu înseamnă știință ... *nici să explici sau să înveți conținutul unei științe*. În înțelesul ei propriu și autentic, știință este numai investigația: a-ți pune probleme, a lucra pentru a le rezolva și a ajunge la o soluție”, iar „a cerceta înseamnă a descoperi un

adevăr, sau opusul său, a demonstra o eroare” (Ortega y Gasset, 1999, p. 56). De altfel, în lumea academică occidentală se face distincția între universitățile de formare profesională și cele axate mai ales pe cercetarea științifică, funcția de cercetare a universității devenind din ce în ce mai importantă.

Universitățile sunt denumite în noua economie a informației ca *fabrici de cunoaștere*. De aceea, schimbarea manierei de învățare trebuie să plece de la predare, de la actuala formulă a „cursului magistral”, unde profesorul „toarnă”, respectiv dictează o sumă de cunoștințe care mai apoi sunt reproduse la examen, către un curs care să învețe studentul să folosească informația. Care este drumul de parcurs al universității, inclusiv al celei din domeniul științelor de gestiune? Un răspuns ni-l dă John Searle, profesor de filosofie la University of California at Berkeley, care consideră că „Orice universitate bună este elitistă, exact în sensul în care echipele de fotbal profesionist nu pot fi decât elitiste. Echipele se zbat să angajeze cei mai buni antrenori, să recruteze cei mai buni jucători și să facă să dea tot ce pot. Universitățile sunt amatoare de profesori și de studenți străluciți, pe care să-i înhame la o muncă de ocași. Educația superioară nu poate fi decât elitistă, fiindcă esența ei este căutarea perpetuă a calității intelectuale. Altfel, universitățile s-ar transforma în școli comerciale sau în agenții de asistență socială. Ele nu-și pot permite luxul să ignore câteva axiome de bază: unele cărți sunt bune, altele sunt proaste; anumite persoane sunt mai inteligente ca altele; există teorii adevărate și teorii false; ideile pot fi originale sau nu etc.”. Deci, un prim comandament și pentru învățământul universitar de gestiune ar fi căutarea *exceleței*, caracterizată prin vehicularea și producerea de informație științifică de înaltă calitate.

Însă, la ora actuală, în România, *științele de gestiune* nu sunt recunoscute instituțional, totul fiind acoperit de apelativul „economic”. Este adevărat, unele facultăți care se numeau „de științe economice” și-au schimbat denumirea în *economie și administrarea afacerilor*, vrând astfel să iasă din schema tradiționalistă, încercând timid, de la nivelul autonomiei locale, să pună în evidență autonomizarea unui nou domeniu – *administrarea afacerilor*, respectiv „*științele de gestiune*” (vezi cazul Facultății de economie și administrarea afacerilor din cadrul Universității „Al. I. Cuza” din Iași și al celei de la Universitatea din Craiova; la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca există

Facultatea de științe economice și gestiune a afacerilor; Facultatea de administrarea afacerilor – cu predare în limbi străine, din cadrul ASE București ...).

Optica după care „totul este economic, chiar dacă știința economică nu este peste tot“, face abstracție de faptul că domeniul denumit „știință economică“ a suferit în ultimele decenii asemenea mutații încât astăzi a impus autolegitimarea unui alt câmp al cunoașterii științifice: științele de gestiune. Distincția dintre *economie* și *gestiune* este trasată foarte sugestiv de Herbert Simon (1982), care arată: „Economia a descoperit instituția pieței, mecanismele prețului ca proces de reglare a pieței (...). Gestiunea a descoperit instituția organizației formalizate, mecanismele de autoritate și de influență interpersonală pentru asigurarea coordonării și planificarea, ca mijloc de luare a deciziilor. Întreprinderea a devenit frontiera (...) dintre economic și gestiune.“ Rolul actual al teoriei economice este diferit față de suportul teoretic al științelor de gestiune, deoarece, „la nivel microeconomic, economistul nu este consilierul întreprinzătorului (...). Teoreticianul microeconomiei apare, cel mai adesea, ca un cercetător privind fundamentele cele mai abstracte ale științei economice, conceptele de bază, pure de orice finalitate practică“, pe când „rolul teoreticianului în gestiune este de a elabora instrumentele unei acțiuni operaționale“ (Lorino, 1989).

Deci, asistăm la o reconfigurare a câmpului disciplinar al *științelor economice* (*economics*, în engleză), care se ocupă de studiul fenomenelor la nivel micro și macroeconomic, pure de orice finalitate practică pe când *științele de gestiune* (*management sciences*, în engleză) oferă suportul teoretic pentru instrumentele practice de gestiune ale unei organizații. Astăzi, în țările occidentale domenii ca finanțe, contabilitate, marketing, gestiunea resurselor umane, management etc. sunt considerate ca aparținând științelor de gestiune. Baza teoretică a științelor de gestiune s-a format din recombinarea unor fragmente din diverse discipline cum sunt economie, sociologie, drept etc. într-o nouă interpretare, la care s-au adăugat ulterior propriile paradigme. Însă, actualmente, în România, pregătirea doctoratului – forma cea mai înaltă de pregătire profesională și de cercetare instituționalizată, se face exclusiv în științe economice, care cuprind domeniile: economie, management, marketing, finanțe, contabilitate, cibernetică și statistică economică și relații economice internaționale. De o manieră aproximativă aceste domenii de doctorat corespund cu principalele facultăți din cadrul ASE București.

Pentru a urma tendințele din țările vest-europene, în perioada (imediat) următoare este necesară și o revedere a cadrului care reglementează învățământul superior și cercetarea științifică prin recunoașterea științelor de gestiune, alături de alte măsuri care să accentueze aspectele calitative ale învățării și producerii de cunoștințe în acest domeniu.

Note

- (1) Unele dintre ideile acestui studiu au fost prezentate în cadrul Simpozionului „Contabilitate și informatică de gestiune”, ediția a VI-a, 18-19 noiembrie 2005, ASE București
- (2) R.H. Coase a publicat în 1937 articolul „Natura firmei”, pe baza unor idei originale expuse inițial în corespondența sa din 1932, pe când avea 21 de ani
- (3) O statistică a UNESCO-CEPES despre învățământul universitar din țările centrale și sud-est europene arăta

că în anul universitar 2003-2004 România se situa la baza inferioară a clasamentului, cu 2.856 de studenți la 100.000 de locuitori, fiind luat în considerare atât numărul de studenți din sistemul învățământului de stat, cât și din cel privat, fiind devansată de Bulgaria, cu 2.929 de studenți, și Croația, cu 3.341 de studenți, și cu mult în urma unor țări ca Ungaria, cu 4.034 de studenți, Polonia, cu 4.843, Slovenia cu 5.229 etc. (vezi www.cepes.ro)

Bibliografie

- Ash, T. G., Lepenies, W., „Noua și vechea Europă – o convorbire între Timothy Garton Ash și Wolf Lepenies la 10 ani de la înființarea Colegiului Noua Europă”, *Dilema veche*, nr. 96/18-24 noiembrie, 2005, pp. 10-11
- Ben Kahla, K., „De l'utilité de la recherche en Sciences de Gestion: quelques aspects épistémologiques et sociologiques”, in *Questions de méthodes en Sciences de Gestion*, Editions EMS, 2002, pp. 339-386
- Descargues, R., Grenier, C., „Vingt ans d'enseignement de la comptabilité”, *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 1999, pp. 137-154
- Ionașcu I., (2003). *Dinamica doctinelor contabilității contemporane. Studii privind paradigmele și practicile contabilității*, Editura Economică, București
- Lorino, Ph. (1989). *L'économiste et le manager*, Edition La Découverte
- Ortega y Gasset, J. (1999). *Misiunea Universității*, Editura Univers
- Ritzer, G. (2003). *Mcdonaltizarea societății*, traducere de V. Vușcan, Editura comunicare.ro
- Searle, J., „Există o criză a învățământului universitar?”, traducere de Monica Spiridon, *Secolul 20*, nr. 7-8-9, 1999, p. 201-207
- Van Gompel, J., „Qui sont les prix Nobel ?”, *Problèmes économiques*, nr. 2637, 1999, pp. 1-3
- Williason, O.E., Winter, S.G. (editori) (1997). *Natura firmei. Origini, evoluție și dezvoltare*, traducere, Editura Sedona

Contribuția managementului performant al mărcii la succesul firmei pe piața internațională

Victor Danciu

Profesor universitar doctor

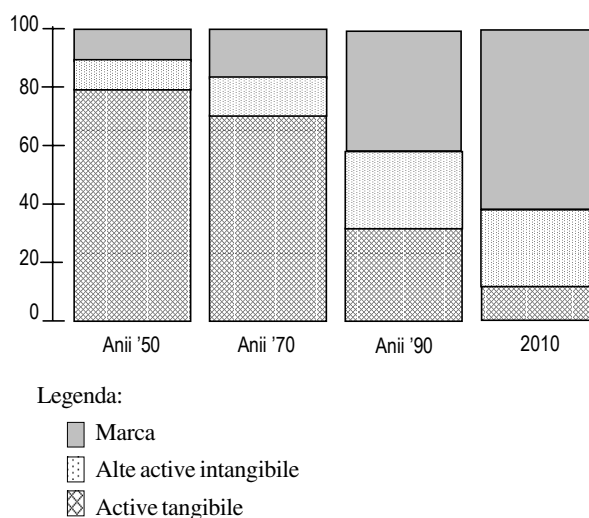
Academia de Studii Economice București

Abstract. *The success of any company in international markets heavily depends on the brand strategies. These strategies are based on the pillars of the brand management, which are identity, positionning and image. The core element of the internationalisation strategy of the brand is the identity. The positionning depends on the global or international characteristics of the brand. The market served, the product innovation and the exclusive character or not of the brand are the fundamental decisions of the internalisation strategy of the brand. The results of these decisions are to be found in the strategies of the brand. These strategies play a prominent part in the performant management of the brand and the strategic outcome of the company in the international markets. The succesfull, consistent international brands confirm this remarcable role of the management.*

Key words: branding; brand identity; brand positionning; brand image; Interbrand methodology.

1. Brandingul, element al managementului și marketingului strategic tridimensional

Produsele fără marcă au puține șanse să obțină succes pe piața internațională. Asemenea produse au valoare relativ scăzută, percepută ca atare de clienți și, de cele mai multe ori, sunt vândute sub marcă privată. Marca devine componenta cea mai importantă a activelor firmei, în condițiile în care cele mai importante active devin cele intangibile, respectiv numele companiei, logo-urile, mărcile, baza de clienți, brevetele. Un studiu realizat în anul 2000 arată că, în cazul celor mai performante douăzeci de companii din lume, doar 20% din resursele lor erau de natură tangibilă, restul fiind active intangibile, între acestea numărându-se și mărcile. Rolul mărcilor ar urma să crească în viitor, ele ajungând să depășească în importanță celelalte categorii de active, la un moment dat. Această idee este ilustrată în Figura 1.



Sursa: Brand Finance (2001), Brands in the future.

Figura 1. Rolul crescând al mărcilor în viitor

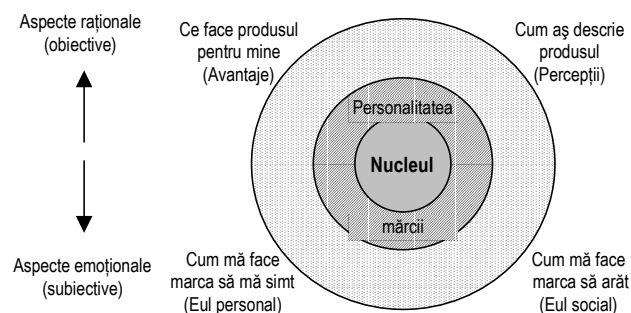
O asemenea evoluție tinde să plaseze marca drept o condiție și totodată o componentă cu cea mai mare relevanță asupra managementului performant, în eforturile pentru depășirea statutului de produs național sau local.

Importanța politicii de marcă este subliniată de avantajele certe pe care un branding eficient le poate aduce firmelor. *Brandingul este asociat cu toate măsurile luate și activitățile desfășurate pentru a scoate în evidență un produs din masa produselor de același fel și pentru a face posibilă o ierarhizare a tuturor produselor în funcție de o anumită marcă* (Haedrich, Tomczak, Kaetzke, 2003, p. 16). Brandingul face obiectul managementului strategic, reprezentând componenta dinamică a marketingului mărcii. Marca se găsește în centrul marketingului strategic dezvoltat și utilizat pentru ea. *În sensul cel mai larg, prin marca unui produs se înțelege un semn distinct, care facilitează individualizarea. Acest semn poate fi un nume, termen, simbol, desen sau o cifră ori o combinație a acestora*⁽¹⁾.

Scopurile primare și principale ale mărcii sunt identificarea unui bun sau serviciu al unui vânzător sau grup de vânzători și diferențierea acestuia de cele ale concurenților⁽²⁾.

În termeni de marketing, marca se identifică cu bunul sau serviciul care oferă beneficii funcționale și valoarea adăugată pe care clienții le apreciază suficient pentru a cumpăra produsul (Bradley, 1995, p. 457). Mărcile oferă, de asemenea, informații într-o formă sofisticată asupra valorii adăugate. Valoarea adăugată constituie cea mai importantă parte a definiției mărcii, după Bradley (1995). Mărcile puternice sunt echilibrate între avantajele motivante și avantajele cu caracter discriminatoriu pe care le oferă clienților. Avantajele motivante sunt beneficii funcționale care stimulează clientul să utilizeze orice marcă din categoria produsului. Avantajele discriminatorii reprezintă beneficiile care stimulează clientul să cumpere o anumită marcă mai degrabă decât alta. Astfel privită, marca aduce ceva în plus față de produs, care este destinat satisfacerii unei nevoi fundamentale. Valoarea adăugată produsului poate fi rezultatul experienței obținute ca urmare a utilizării mărcii (familiaritate, siguranță, reducerea riscului), asocierea cu persoanele cunoscute ca utilizatori ai mărcii (bogate și snoabe, tinere și strălucitoare, de exemplu) și convingerii că marca este eficace (Bradley, 1995). Marca există, înainte

de toate, în mintea oamenilor, atât a celor care o creează, cât și a celor care o cumpără sau utilizează. Ei o definesc în funcție de imaginația lor, ceea ce înseamnă că marca depinde în primul rând de modul în care este percepută și definită de clienți (Figura 2).



Sursa: 2010 Innov8: Brands and the Innovation Imperative, British Brand Group, The Brand Conference, 2001; contribuția autorului.

Figura 2. Viziunea conceptuală asupra mărcii din perspectiva clienților

Pornind de la viziunea clienților, o marcă trebuie să fie creată și utilizată *ca marcă-imagine și marcă-relație*.

Marca-imagine are în vedere faptul că oamenii reacționează mai degrabă în funcție de modul în care ei percep realitatea, și nu în funcție de realitatea propriu-zisă. Percepția unei mărci este influențată de experiența discretă și indirectă, iar rezultatul este imaginea despre marcă. Deoarece clienții au experiențe diferite, este puțin probabil ca două persoane să aibă aceeași imagine referitoare la o marcă.

Marca-relație se sprijină pe faptul că, atunci când alege mărcile, fiecare client încearcă să se înțeleagă pe sine însuși și să comunice altora diferite aspecte ce-l caracterizează. Relația afectivă pe care o poate stabili cu mărcile pentru a înțelege și a transmite mesajele îl face pe client să fie favorabil unei mărci.

Viziunea creatorului și deținătorului mărcii, fără să omită importanța imaginii și relației mărcii cu clienții, este concentrată, de regulă, pe elemente care să transmită informații și simboluri ce îi conferă mărcii personalitate și identitate. Succesul managementului mărcii va depinde de modalitățile în care se reușește obținerea unor mărci în care să se regăsească atât viziunea clientului, cât și a deținătorului.

Toate acestea conferă mărcii o simbolistică particulară, care este utilizată de clienți în conturarea unei anumite percepții sau poziționări (Keegan, Schlegelmilch, Stöttinger, 2002, p. 411). Percepția creată de mărci în mintea clienților le permite acestora să atribuie o anumită valoare produsului, valoare definită cu ajutorul a patru caracteristici principale ale oricărei mărci (Kötler, 1998, Danciu, 2005).

Atributele. Marca aduce și readuce în mintea clientului anumite atribute ale produsului. Mercedes sugerează atribute ca „bine proiectat”, „bine construit”, „durabil”, „rapid”, „scump”.

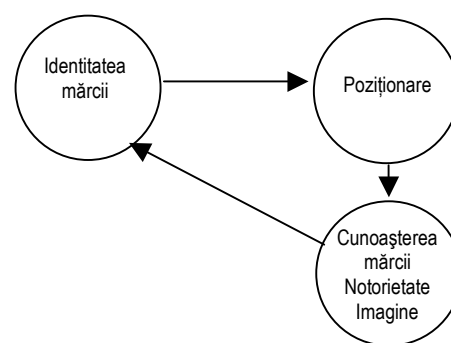
Avantajele. Clienții cumpără mai ales avantaje. De aceea, atributele trebuie transformate în avantaje funcționale și psihologice care sunt apreciate de clienți. Atributul „durabil” poate deveni avantaj funcțional, cumpărătorul apreciind că nu trebuie să cumpere o mașină nouă foarte repede. Atributul „bine construit” poate fi asociat unui avantaj funcțional și pedagogic, clientul având convingerea că este în siguranță în caz de accident.

Valorile. Marca transmite informația nu numai despre valorile producătorului și ale vânzătorului, ci și despre ale cumpărătorilor. Cei care achiziționează marca Mercedes pun preț pe performanțe ridicate, siguranță, prestigiu și statutul social.

Personalitatea. Cumpărătorii pot vedea într-o marcă însușiri ce aparțin unui tip de personalitate. Mercedes poate fi văzută ca un om de afaceri bogat, de vârstă mijlocie. Marca va atrage persoanele a căror imagine efectivă sau dorită se potrivește cu personalitatea mărcii.

Marca, este de fapt, o combinație a trei elemente, respectiv generator al unei imagini distincte, garant al unei calități particulare și semn al diferențierii produselor în mediul lor competitiv.

Cele patru caracteristici și cele trei elemente trebuie să se afle la baza strategiilor de marcă ce fac obiectul deciziilor manageriale. Deciziile și activitățile manageriale referitoare la marcă trebuie fie distribuite pe trei direcții importante, și anume: identitatea mărcii, în sensul creării acesteia, poziționarea mărcii și cunoașterea mărcii, cu ajutorul comunicării. Între cele trei componente esențiale ale marketingului strategic al mărcii există condiționări de natură relațională și sub aspectul conținutului (Figura 3).



Sursa: Adaptare și completare după Haedrich, Tomczak și Kaetzkc (2003), p. 31.

Figura 3. Componentele marketingului strategic al mărcii

2. Identitatea mărcii

Aaker (1996, p.68) definește identitatea mărcii ca „un set unic de asocieri ale mărcii pe care brand managerul (strategul – n.a.) aspiră să le creeze și să le mențină. Aceste asocieri arată ceea ce reprezintă marca și implică o promisiune făcută clienților din partea firmei”. Structura identității unei mărci, după Kötler (1998) și Aaker, poate fi stabilită cu ajutorul a patru dimensiuni.

Dimensiunea referitoare la produs se referă la asocieri ale atributelor și caracteristicilor necesare categoriei produsului și produsului însuși, situației consumului, segmentului și țării de origine a mărcii.

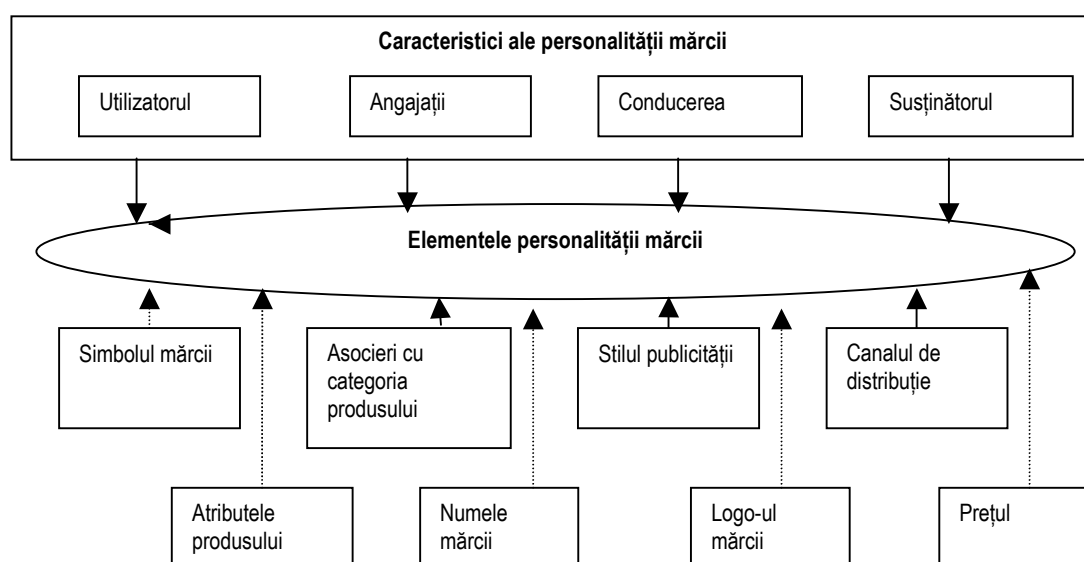
Fiecare marcă înglobează mai întâi proprietăți determinate care depind de categoria produsului și reprezintă date necesare pentru construirea identității mărcii. În cazul Häagen – Dasz, proprietatea produsului folosită pentru marcă este calitatea premium, în timp ce la SWATCH aceasta o reprezintă designul.

Situația consumului poate juca un rol important în crearea identității mărcii. De exemplu, anumite produse gen snack sunt asociate de regulă cu micul dejun. Segmente vizate sunt distincte. McDonald’s vizează tinerii și familiile cu copii, în timp ce automobilele BMW sau Ferrarri sunt asociate cu sportivii. Țara de origine a mărcii joacă un rol în crearea identității mărcii când este vorba despre produse din anumite sectoare. Mărcile pentru produse germane sunt asociate cu o calitate superioară, iar cele elvețiene din sectorul alimentară cu proprietăți ecologice.

Dimensiunea organizațională este legată, între altele, de ideile, reprezentările referitoare la produs ale producătorului și/sau vânzătorului și de valoarea geografică a mărcii. Identitatea mărcii se creează de multe ori cu ajutorul unei organizații sau firme, ceea ce ajută mai ales marca corporativă. Asocierile ce pot fi utilizate pentru crearea identității mărcii se pot referi la responsabilitatea socială a firmei, orientarea inovativă sau calitatea peste medie a produsului. Asocierile cu firma care pot influența crearea mărcilor pentru noile produse se regăsesc la două niveluri. Primul este nivelul pieței, caracterizat de capacitatea firmei de a realiza produse. Cel de-al doilea nivel este cel social, unde se plasează responsabilitatea socială a firmei percepută de public. Valoarea geografică a mărcii nu trebuie neglijată atunci când este creată identitatea unei mărci. Mărcile globale au în general un grad de cunoaștere uneori mai mare decât cele locale.

Dimensiunea referitoare la personalitate are în vedere asocieri referitoare la personalitatea mărcii și la legăturile emoționale între marcă și clienții săi. La întrebarea „ce semnifică personalitate mărcii” răspunsul este „multe”. Imagine mărcilor puternice se referă la capacitatea lor de a fi prezente pe numeroase piețe. Aaker înțelege prin personalitatea mărcii „setul de caracteristici umane asociate unei mărci determinate. Considerată viziunea în sens restrâns a personalității unei mărci, aceasta include caracteristici precum sexul, vârsta și clasa socioeconomică, dar și trăsături clasice ale personalității umane precum căldură, preocupare și sentimentalism” (Aaker, 1996, p.141).

Stabilirea personalității mărcii trebuie să se bazeze pe asocierile ce apar în legătură cu marca, incluse în figura 4.



Sursa: Haedrich, Tomczak, Kaetzke (2003), p. 37.

Figura 4. Elementele stabilirii personalității mărcii

În general, personalitatea mărcii este considerată ca reprezentând cheia pentru ocuparea unei poziții distincte, de durată și profitabile în câmpul concurențial al pieței.

Dimensiunea simbolică este stabilită cu ajutorul numelor de marcă, logo-urilor mărcilor și al simbolisticii mărcilor existente. Crearea și managementul mărcilor în stil modern includ nu numai găsirea numelui, ci merg mult mai departe. Aceasta înseamnă că sunt dezvoltate asocieri pozitive cu marca, de exemplu cu ajutorul unor elemente precum culorile, textul,

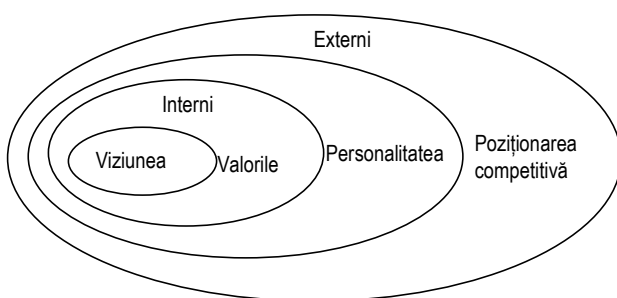
simbolurile, sloganurile, metaforele imagistice. Culorile sunt asociate cu mărci precum Fuji (verde), Kodak (auriu), roșu-galben (McDonald's, Maggi).

Designul special al numelui de marcă poate sugera calitatea unică a produsului, cum se întâmplă în cazul omulețului puternic (Michelin), capului de culoare neagră (Schwarzkopf) sau crocodilului (Lacoste). Sloganurile sugerează, de asemenea, în mod simbolic, prestația deosebită asigurată de marcă: Top of the world (Saint Moritz); Let's make things better (Philips).

În acest fel, se încearcă atragerea și ancorarea clienților din segmentul-țintă prin ajutorul dat acestora pentru a diferenția oferta de concurență și a crește capacitatea de protejare a mărcii.

3. Poziționarea mărcii pe piață

Toate firmele urmăresc să identifice un anumit loc în piață pentru mărcile lor, desfășurând o activitate specifică în cadrul unui proces care are drept rezultat poziționarea. Procesul proiectării unei imagini și valori astfel încât clienții de pe piața-țintă să înțeleagă ce reprezintă marca în raport cu ale concurenților reprezintă poziționarea (Keegan, Schlegelmilch, Stöttinger, 2002, p. 415; Gilligan, Wilson, 2003, p. 440). Termenul, introdus de Ries și Trout încă din 1969, sugerează posibilitatea „umplerii unui gol în gândirea asupra grupurilor-țintă”. Acest gol este înlocuit cu un răspuns specific față de așteptările și percepțiile clienților. Poziționarea plasează marca sau produsul pe locul considerat potrivit de consumator, în raport cu alte mărci și produse existente sau potențiale pe piețele-țintă. Scopul fundamental al poziționării trebuie să fie stabilirea – într-o manieră strategică și activă – a unui loc al mărcii pe piața relevantă. Poziționarea are în vedere consonanța între marcă, viziunea și valorile sale. Modelul realizat de Interbrand sugerează că poziția mărcii este rezultatul acțiunii factorilor interni și externi (Figura 5). Factorii interni, cum sunt viziunea și valorile mărcii, reprezintă parte din identitatea mărcii. Factorii externi, precum personalitatea mărcii și poziționarea competitivă, se află la originea imaginii mărcii, adică a modului în care marca este văzută de clienți.



Sursa: Interbrand (2002).

Figura 5. Factorii care influențează poziționarea mărcii

3.1. Obiectivele poziționării mărcii

Obiectivele poziționării depind de implicarea pe termen lung a segmentelor-țintă. Implicarea acestora poate fi cognitivă și emoțională. Componenta cognitivă a implicării clientului apare sub forma

cercetării și prelucrării de către acesta a informațiilor obținute din surse diferite. Componenta emoțională se bazează mai mult pe propriile trăiri și impresii, fiind mai mult de natură internă. Utilizând implicarea pe termen lung, pot fi schitate obiectivele urmărite în poziționarea unei mărci (Figura 6).

Ridică	Scăzută
Necesități și așteptări existente Interes ridicat pentru informații Poziționare mixtă	Necesități și așteptări existente Interes redus pentru informații Proprietățile produsului sunt cunoscute Poziționare orientată spre evenimente
Necesități și așteptări viitoare Interes ridicat pentru informații Poziționare orientată spre proces/obiecte	Necesități și așteptări viitoare Interes scăzut pentru informații Proprietățile produsului sunt cunoscute Accelerarea cunoașterii pieței

Sursa: Haedrich, Tomczak, Kaetzke (2003), p. 58.

Figura 6. Obiectivele și tipurile alternative ale poziționării în raport cu gradul de implicare pe termen lung

3.2. Caracteristicile poziționării

■ Poziționarea se realizează în mintea clientului.

Poziționarea are în vedere ceea ce crede clientul despre marcă. Percepția clientului este rezultatul combinației între realitate (dată de atributele, caracteristicile și calitățile produsului, prețul, canalele de distribuție, tipul de nevoie ș.a.) și imaginea creată prin intermediul publicității, PR, promovării vânzărilor etc. și prin procese emoționale ale clientului care poate acorda, chiar în mod nejustificat uneori, calități pe care produsele sub o anumită marcă nu le au, le exacerbează pe unele existente sau le ignoră pe unele și le supradi-mensionează pe altele. Elementele reale și cele imaginate de client se sprijină reciproc, efectul lor sinergic contribuind la mărirea valorii mărcii percepute de client. Rolul cel mai important revine tipului de client. Cel orientat spre calitate va aprecia tocmai calitatea premium a produselor sub o anumită marcă și va plăti, indiferent de preț. Clientul orientat spre cantitate va urmări să achiziționeze cât mai mult din produsul sub o anumită marcă, la un preț mic. Drept urmare, poziția vizată și eventual ocupată ulterior trebuie să fie definită și precizată pornind de la așteptările, perspectiva și percepția clientului și nu din unghiul firmei deținătoare a mărcii.

■ Poziționarea se bazează în mod esențial pe avantajul oferit și asigurat clientului, de marcă. Aceasta înseamnă că o poziție bună bine susținută de caracteristici, atribute, calități ale produsului și

personalitatea și imaginea mărcii le transformă pe acestea în avantaje și beneficii pentru clienți. Suma acestor avantaje și beneficii se transformă, la rândul ei, în valoare pentru clienți. Poziția eficientă și distinctă le transmite clienților o imagine clară și le oferă motive justificate și clare pentru a achiziționa marca firmei, deoarece o percep ca având valoarea așteptată de ei.

- Deoarece poziționarea se bazează pe avantaje care corespund valorilor specifice așteptate de clienți, *poziția ocupată de o marcă în mintea unui cumpărător poate fi diferită de locul pe care aceeași marcă îl ocupă în mintea altui cumpărător de pe diferite piețe dacă respectivii clienți împărtășesc așteptări și valori diferite.*

- *Poziționarea este un concept relativ.* Caracterul relativ al poziționării derivă din faptul că marca se plasează în raport cu cele cunoscute, existente pe piață. Un preț care nu se raportează la prețurile mărcilor rivale, designul unic ce nu poate fi comparat cu al celorlalte mărci nu pot fi apreciate corect de clienți. Prețul în afara competiției nu va fi nici mic, nici mare, iar designul nu va fi apreciat ca unic dacă nu are termen de comparație. De aceea, *poziționarea trebuie să urmărească diferențierea față de mărcile cunoscute.*

- *Poziționarea are caracter strategic*, plasându-se în contextul preocupărilor pe termen lung. Vizarea și ocuparea unei poziții distincte trebuie pregătite îndelung. Poziționarea propriu-zisă, care înseamnă comunicarea și ocuparea locului ales, este un proces pe termen scurt, realizat mai ales cu ajutorul campaniilor de comunicare și promovare. Poziționarea bine concepută permite ocuparea unei poziții distincte pe piață, ceea ce oferă o capacitate mare de susținere și exploatare ulterioară, pe o lungă perioadă de timp. Mai mult, poziționarea și rezultatul ei, care este poziția ocupată, pot fi dezvoltate și uneori modificate în timp, în raport cu ciclul de viață al pieței și al produsului, respectiv mărcii, ceea ce conferă poziționării un caracter dinamic (Hooley, 1999).

- *Poziționarea este de natură anticipativă și competitivă.* Sarcina centrală a poziționării mărcii este ocuparea unui loc pe piață în viitor și în câmpul concurențial al acesteia, cu scopul de a stabili direcția pentru elaborarea și utilizarea unui mix de marketing eficient și potrivit obiectivelor firmei. Poziționarea furnizează ideea de bază pentru elaborarea cantitativă și calitativă a mixului de marketing adecvat locului vizat.

3.3. Structura poziționării pe trei niveluri

Poziția unei mărci reprezintă locul pe care ea îl ocupă în mintea consumatorului, după cum sugerează Al Ries și Jack Trout. Ea este vizată și ocupată prin răspunsul specific și adecvat al firmei, care trebuie să realizeze poziționarea respectând trei idei-forță, pe tot atâtea niveluri, respectiv cel funcțional, cel emoțional și cel senzorial.

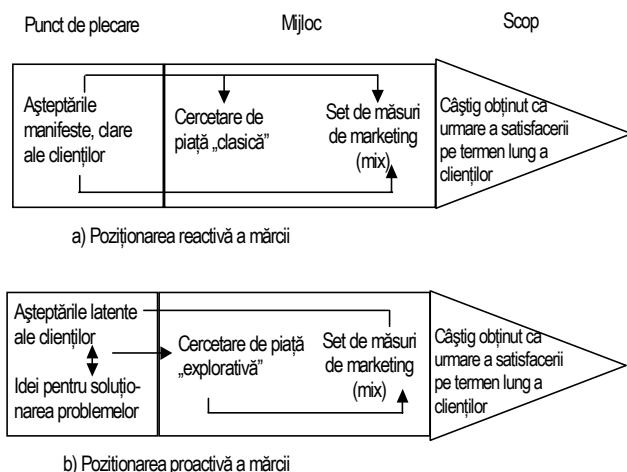
Poziționarea funcțională este realizată cu ajutorul elementelor tangibile și intangibile ale produsului sub marca în cauză. Ea are în vedere modul în care clientul apreciază performanțele produsului. La acest nivel, poziționarea se sprijină pe problemele specifice pe care le rezolvă marca, printre care se poate afla siguranța sau nivelul tehnologiei.

Poziționarea emoțională folosește imaginile mărcii, în momentul cumpărării sau utilizării acesteia. De multe ori, la acest nivel sunt satisfăcute nevoi și așteptări determinate de apartenența la un grup social și care se proiectează asupra unui loc în grup sau în societate, așa cum este statutul social. Materialele sportive cum sunt tricourile și fulelele cu sigla și culorile unui club de marcă, bineînțeles, și purtate eventual de jucători, care sunt și ei simboluri ale clienților mari, cu tradiție și performanțe pe plan internațional sunt poziționate pentru fani – în calitate de clienți care le cumpără – ca simboluri de care ei sunt atașați emoțional. Simbolistica devine factorul decisiv care este utilizat în strategia de poziționare și sursa unor venituri foarte mari, așa cum se întâmplă în cazul fotbalistului David Beckham.

Poziționarea senzorială se bazează pe experiențele senzoriale ce rezultă din atribute specifice ale mărcii, cum sunt gustul, parfumul, designul etc., cu scopul de a satisface nevoi și așteptări empirice, legate în principal de sentimentul varietății, al stimulilor noi și așa mai departe.

3.4. Modele de poziționare a mărcii

În funcție de locul acordat clientului în relația dinamică marcă–consumator, poziționarea poate fi pregătită și realizată cu ajutorul a două modele, respectiv modelul clasic sau reactiv și modelul modern sau proactiv. Diferențierea orientării și conținutului poziționării mărcii se face în raport cu punctul de plecare care consfințește rolul clientului, așa cum reiese din figura 7.



Sursa: După Haedrich, Tomczak, Kaetzke (2003), p. 53.

Figura 7. Modele de poziționare a mărcii

Modelul poziționării reactive are ca idee centrală filozofia de marketing, care statuează că, respectiv clienții aleg bunurile și serviciile ale căror proprietăți și caracteristici corespund nevoilor și așteptărilor lor. Consecința în planul poziționării mărcilor constă în orientarea întregii activități pentru vizarea și ocuparea locului ales pentru marcă în funcție de această ipoteză, ceea ce îi conferă poziționării un caracter reactiv.

În cazul poziționării clasice a mărcii, pozițiile vor fi schimbate eventual cu mărcile concurente, în cadrul unui spațiu de poziționare. Acest spațiu este construit cu ajutorul calităților și proprietăților relevante pentru decizia de actualizare a fiecărei mărci, plasate în cadrul unui sistem de axe.

Modelul poziționării proactive are la bază ideea inițiativei firmei, deoarece în numeroase cazuri și pe diferite piețe, marketingul nu mai este orientat spre dorințele și așteptările clienților. În asemenea situații apare cu atât mai necesară identificarea și evidențierea așteptărilor și dorințelor latente ale clienților, iar satisfacerea lor solicită activități de marketing adecvate.

Poziționarea activă se sprijină pe principiile sugerate de Trent și Ries. În cazul acestui model al poziționării este necesară stabilirea, într-un mod unic, special, a celei mai importante proprietăți a mărcii pentru decizia de achiziție a cumpărătorului, dar care nu este conștientizată încă de acesta. Această proprietate trebuie să reprezinte, în același timp, un avantaj competitiv și să fie utilizată ca vector esențial al poziționării. Pentru a realiza o poziționare activă, la dispoziția managementului strategic stau două alternative, respectiv orientarea Outside-in și cea Inside-out.

Orientarea Outside-in presupune că firma poate crea avantaje competitive bazate pe costuri și diferențiere pe piețele atractive cu ajutorul direcționării asupra nevoilor și așteptărilor clienților. Într-o primă fază are loc identificarea nevoilor și așteptărilor atente și încă necunoscute ale segmentelor de clienți, pentru ca în etapa următoare să se încerce rezolvarea problemelor cu ajutorul unor soluții inovative pentru care sunt utilizate resursele necesare. Marca SWATCH nu a avut succes până ce nu a fost astfel poziționată cu ajutorul dimensiunilor de natură imagistică încât să corespundă mai bine așteptărilor ideale ale unui segment determinat de clienți. Noi dimensiuni ca „actualitate la modă” pentru piața ceasurilor au fost necesare a fi descoperite și individualizate.

Orientarea Inside-out este perspectiva strategică care se sprijină pe ideea bazării pe resurse și pe dezvoltarea acestei idei în viziunea bazării pe capacități și pe cunoștințe. Teza centrală a viziunii bazate pe resurse sugerează/înseamnă că firma poate obține avantaje competitive prin repartizarea specifică și judicioasă a resurselor. În mod similar, capacitățile și cunoștințele specifice sunt necesare pentru succesul firmei. Resursele pot fi de natură materială și imaterială, dar esențial este ca ele să fie distincte, chiar unice, ceea ce înseamnă că trebuie menținute și utilizate într-o perioadă de timp lungă și că nu pot fi imitate încă de concurență. Firmele pot crea avantaje competitive nu numai cu ajutorul propriilor resurse, ci și prin integrarea mai multor resurse în competențele cheie. Firmele care urmează orientarea Inside-out vor realiza poziționarea alocând know-how-ul și resursele pentru soluționarea inovativă a problemei, într-o primă etapă. După aceea, sunt identificați clienții care au necesități și așteptări latente care ar corespunde competențelor și resurselor alocate.

4. Cunoașterea mărcii

4.1. Imaginea mărcii

Percepția și preferința clienților față de o anumită marcă pot fi obținute și cu ajutorul diverselor asocieri realizate și acumulate în legătură cu marca respectivă. Utilizând asocierea drept criteriu multidimensional pentru caracterizarea imaginii unei mărci, imaginea poate fi rezultatul următoarelor (Haedrich, Tomczak, Kaetzke, 2003):

- *natura asocierilor în legătură cu marca.* Aceasta joacă rolul decisiv în crearea imaginii mărcii. Asocierile referitoare la marcă se pot baza

pe proprietăți concrete ale produsului sau nu, cât și pe utilizările mărcii sau pe anumite servicii. Imaginea mărcii MILKA se bazează pe proprietăți determinate ale produsului cum sunt contextul și consistența delicate ale ciocolatei. În același timp, la crearea și susținerea imaginii mărcii contribuie proprietăți nelegate de produs în sine, dintre acestea făcând parte ambalajul de culoarea mov și prezentarea ciocolatei ca fiind produsul sută la sută al Alpilor. O idee similară este utilizată pentru imaginea lactatelor La Dorna, care sunt prezentate ca produse obținute de animale care pasc pe pajiștile complet ecologice din Carpați;

■ *capacitatea asocierilor de a realiza avantaje* este, la rândul ei, un factor important al imaginii mărcii. Aceasta înseamnă, în general, asocierile favorabile mărcii respective în comparație cu alte mărci care pot atrage după sine o imagine pregnantă a mărcii;

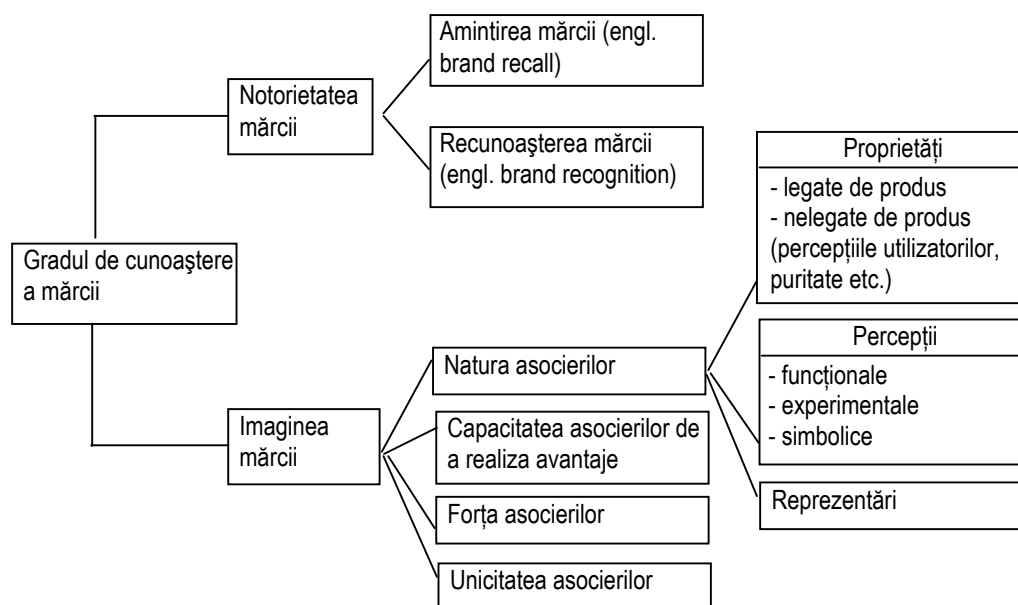
■ *forța asocierilor referitoare la marcă* este importantă, deoarece puterea mai mare sau mai mică a asocierilor cu marca depinde de cât de des primesc clienții informații, de lungimea perioadelor de timp în care le sunt acestea furnizate și de cât de intens le utilizează clienții;

■ *unicitatea asocierilor cu marca* influențează, la rândul său, imaginea mărcii. Atunci când o marcă iese în evidență față de alte mărci din aceeași categorie ca urmare a unei proprietăți cu rol decisiv, fenomenul depinde și de unicitatea profilului mărcii și de posibilitatea de a fi schimbată cu altele de consumatori.

4.2. Notorietatea mărcii

Definită ca „*ușurința cu care utilizatorii își amintesc sau își reamintesc marca, în condiții diferite*” (Haedrich ș.a., 2003, p. 161), notorietatea este influențată atât de personalitatea, cât și de imaginea mărcii. Împreună cu imaginea, notorietatea mărcii reprezintă cele două dimensiuni ale cunoașterii mărcii de consumatori.

Sub aspect strategic, gradul de cunoaștere a unei mărci de consumatori este important pentru acțiunile de marketing care vizează cunoașterea mai bună a mărcii respective. Gradul de cunoaștere în ambele componente, imagine și notorietate, poate fi identificat cu ajutorul rețelelor sau schemelor semantice. Figura 8 detaliază modul în care rețelele semantice surprind cele mai importante caracteristici ale unei mărci. Acestea sunt mai mult sau mai puțin abstracte, și sunt organizate ierarhic.



Sursa: Haedrich, Tomczak, Kaetzke (2003), p. 160

Figura 8. Operaționalizarea cunoașterii mărcii

5. Mărcile de succes pe piața internațională, rezultat al managementului performant

Succesul cu care conceptele și aserțiunile teoretice sunt puse în practică este ilustrat de rezultatele deosebite obținute de anumite mărci,

pe piețele internaționale și globale. Ca activ extrem de important, poate mai semnificativ, marca are o valoare specifică, ce poate fi obținută atât în termeni monetari, cât și nemonetari.

■ *Cele mai valoroase mărci din lume, după valoarea de piață*, sunt identificate cel mai bine cu ajutorul metodologiei utilizate de Interbrand Group. Metodologia Interbrand pentru stabilirea valorii externe, de piață, a mărcilor și ierarhizarea acestora face apel la informații despre fiecare marcă pentru ultimii zece ani și face proiecții în viitor. Fiecare marcă analizată primește puncte la șapte categorii de criterii, respectiv cota de piață deținută și locul în ierarhie, stabilitatea mărcii, stabilitatea categoriei produsului, caracterul internațional, tendințele pieței pentru categoria produsului, sprijinul publicitar și promoțional și protecția legală a mărcii. Potrivit ierarhiei realizate de Interbrand în fiecare an, cu ajutorul metodologiei de mai sus, cele mai multe mărci valoroase, cu caracter global, provin din SUA (circa 2/3 din Top 100), restul fiind japoneze, germane, englezești, franceze și așa mai departe. În Top zece, domină mărcile de sorginte americană, așa cum reiese din Tabelul 1.

Top 10 al celor mai valoroase mărci din lume

Tabelul 1

Marca	Țara de origine	Valoarea mărcii (miliarde USD)		Sectorul de activitate
		2005	2003	
Coca-Cola	SUA	67,52	70,45	Alimentar
Microsoft	SUA	59,94	65,17	IT
IBM	SUA	53,38	51,77	IT
General Electric	SUA	47,0	42,34	Electrotehnică
Intel	SUA	35,60	31,11	IT
Nokia	Finlanda	26,45	29,44	Telefonie mobilă
Disney	SUA	26,44	28,04	Divertisment
McDonald's	SUA	26,01	24,70	Alimentar
Marlboro	SUA		22,18	Tutun
Toyota	Japonia	24,84		
Mercedes	Germania		21,37	Auto

Sursa: Business Week, August 4, 2003; Business Week, July, 2005.

■ *Ierarhizarea mărcilor după notorietate* este rezultatul unei evaluări nemonetare, realizată cu ajutorul cercetărilor directe, organizate sub forma interviurilor. Potrivit unui sondaj al revistei on line Brand Channel, cele mai cunoscute mărci în 2005 au fost cele din Tabelul 2.

Cele mai cunoscute mărci la nivelul global

Tabelul 2

Marca	Țara	Domeniul
1. Google	SUA	Motor de căutare pe Internet
2. Apple	SUA	Computere
3. Skype	Luxemburg	Motor căutare
4. Starbucks	SUA	Cafea
5. Ikea	Suedia	Mobilă
6. Nokia	Finlanda	Telefonie mobilă
7. Yahoo	SUA	Internet
8. Firefox	SUA	Browser
9. e-Bay	SUA	Magazin virtual
10. Sony	Japonia	Electronice

Sursa: Ziarul financiar, 24 ianuarie 2006, p.8.

Google, brandul cu cel mai mare impact în 2005, a intrat prima dată în top în anul 2003. Motivul pentru care Google a ajuns pe prima poziție este că toți consumatorii au ajuns în stadiul de dependență de un instrument de căutare pe Internet. Compania Apple, la fel ca Google, este deosebită în privința inovației, ea lansând în 2005 un număr impresionant de produse noi. Skype a câștigat repede teren în Europa după ce a fost cumparată de e-Bay în septembrie 2005. Între 2003, când a fost lansată, și 2005, Skype a devenit unul dintre cei mai mari furnizori de Internet.

În zona Europa, pe primul loc s-a situat brandul finlandez Nokia, care a avut o creștere a notorietății considerabilă, întrucât în 2004 a fost doar pe locul patru. Ea este urmată de Ikea și Skype, BMW și Zara.

În Asia-Pacific, cea mai cunoscută marcă în 2005 a fost Sony, urmată de Toyota, Samsung și LG. În America Centrală, pe primul loc se plasează Corona (bere, Mexic), după care se află Baccardi și Movistar, iar în America de Nord pe primul loc rămâne Apple.

■ *Mărcile de încredere în Europa*

Reader's Digest folosește metoda sondajului în rândul cititorilor săi pentru a desemna anual mărcile în care aceștia au cea mai mare încredere.

În 2003, 27.692 de cititori din 18 țări europene au nominalizat mărcile în care au cea mai mare încredere, pentru 30 de categorii de produse. Studiul efectuat arată că mărcile în care cititorii Reader's Digest au cea mai mare încredere sunt cele din tabelul 3.

Mărci de încredere în Europa

Tabelul 3

Marca	Domeniul	Numărul de țări unde a ocupat primul loc
1. Nokia	Telefonie mobilă	18
2. Visa	Carduri bancare	17
3. Nivea	Îngrijirea pielii	16
4. Canon	Aparate foto	13
5. Colgate	Pastă de dinți	10
6. Coca Cola	Băuturi răcoritoare	8
7. Ariel	Detergenți	6

Sursa: Olivia, nr.7/2003, p. 72.

La categoria produse pentru îngrijirea părului, marca Pantene se bucură de cea mai mare încredere

în 5 țări (Finlanda, Ungaria, Portugalia, Spania, Marea Britanie), L'Oreal în Belgia, Franța, Polonia și Croația, Wella în Cehia, Norvegia, Slovacia și Suedia, iar Schwarzkopf în Austria, Germania și Rusia.

Mărcile de produse cosmetice cele mai credibile sunt considerate Nivea, în Belgia, Rusia, Slovacia și Elveția, Avon (Cehia, Ungaria, Polonia, Portugalia) și L'Oreal (Italia, Norvegia, Spania). Printre mărcile din categoria produselor electrocasnice în care cititorii Reader's Digest au cea mai mare încredere se numără Whirlpool (Franța, Ungaria și Slovacia), Electrolux în Norvegia și Suedia) și Philips, în Olanda.

Note

⁽¹⁾ Conform The Concise Oxford Dictionary, 1964; Nouveau Petit Larousse, 1968; Kotler ș.a., 1998, p. 558.

⁽²⁾ Conform Czinkota, Ronkainen, 2004; Haedrich, Tomczak, Kaetzke, 2003; Kotler ș.a. 1998

Bibliografie

- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*, Free Press, New York.
- Benkenstein, M. (2002). *Strategisches Marketing*, 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart
- Bradley, F. (1995). *International Marketing Strategy*, second edition, Prentice Hall Ltd (UK), London
- Chandhury, A. „Brand equity or double jeopardy”, *Journal of Product and Brand Management*, nr. 4(1), 1995
- Czinkata, M. Ronkainen, Ilka (2004). *International Marketing*, seventh edition, Thomson, South Western, Ohio
- Danciu, V. (2001). *Marketing internațional. De la tradițional la global*, Editura Economică, București
- Danciu, V. (2004). *Marketing strategic competitiv. O abordare internațională*, Editura Economică, București
- Danciu, V. (2005). *Marketing internațional. Provocări și tendințe la începutul mileniului trei*, Editura Economică, București
- Dick, A.S., Basu, K. „Customer loyalty. Toward an integrated conceptual framework”, *Journal of Academy of Marketing Science*, vol. 22(2), 1994
- Gilligan, C., Wilson R. (2003). *Strategic Marketing Planning*, Butterworth – Heinemann, Oxford (UK)
- Haedrich, G., Tomczak, T., Kaetzke, Philomela (2003). *Strategische Markenführung*, 3. Auflage, Haupt, Berne
- Keegan, W., Schlegelmilch, B., Stöttinger, Barbara (2002). *Globales Marketing – Management*, Oldenbourg Verlag, München, Wien
- Kötler, Philip (1999). *Managementul Marketingului*, Editura Teora, București
- Ries, Al., Trout, J. (2004). *Poziționarea, lupta pentru un loc în mintea ta*, Editura Curier Marketing, București
- *** *Brands in the future*, Brand Finance, 2001
- *** *Olivia*, nr. 7, 2003
- *** *Nouveau Petit Larousse*, Ange Gillon, Hollier Larousse, Moreau et Compagnie, Librairie Larousse, Paris, 1968
- *** *The Concise Oxford Dictionary*, Oxford University Press, London, 1964
- *** *2010 Innov8: Brands and the Innovation Imperative*, British Brand Group, The Brand Conference, 2001
- *** *The 100 Top Brands*, Business Week, August 4, 2003
- *** *Roxana Grigorean*, „Google a fost ales brandul cu cel mai mare impact în 2005”, *Ziarul financiar*, Business International, p. 8, 24 ianuarie, 2006

Metode statistice de calcul al inflației de bază

■

Ion Pârțachi

Profesor universitar doctor

Elena Cara

Conferențiar universitar doctor

Academia de Studii Economice Chișinău

Abstract. *The purposes of the given research are the analysis of four alternative methods of measurement of base inflation and a choice of the parameter most precisely reflecting an actual inflationary trend in the Republic of Moldova. The estimation of the fact sheet on inflation in the Republic of Moldova is made with application of the approach based on methods of the statistical analysis, in particular: exclusion method, trimmed means method, standard deviation trimmed means method, percentile method.*

Key words: base inflation; exclusion method; trimmed means method; standard deviation trimmed method; percentile method.

■

Conceptul inflației de bază

Inflația reprezintă problema centrală cu care s-a confruntat economia Republicii Moldova în ultimii 15 ani. Starea economiei naționale poate fi caracterizată cu ajutorul unor indicatori de mare sinteză, cum ar fi: rata produsului intern brut, rata șomajului, balanța de plăți externe, rata inflației. Dintre acestea, rata șomajului și rata inflației au un impact major, cu efecte resimțite în mod direct de populație.

„Inflația de bază” este componenta indicelui de prețuri oficial măsurat, reflectat de prețuri, care tind să fie ireversibile.

Definirea precisă a cauzelor inflației de bază devine o problemă subsidiară. Unii autori subliniază, în mod special, anumiți factori care acționează pe partea ofertei, considerând inflația de bază ca reflectând mai ales creșterea prețurilor ofertei agregate. Orice ofertă poate fi redusă, în

ultimă instanță, la cei doi factori primari de producție: munca și capitalul.

Această dihotomie este relativă, explicațiile de partea cererii și ale ofertei sunt reciproc condiționate. Un exces de cerere stimulează producătorii să-și crească prețurile, ceea ce determină sindicatele să solicite salarii mai mari. Pe de altă parte, creșterea costurilor muncii și capitalului înseamnă venituri mai mari și, deci, o cerere mai mare; un factor de presiune inflaționistă, pe partea costurilor, nu poate genera inflație, pe termen lung, fără o politică monetară acomodativă, respectiv fără suficientă masă monetară, care să acopere creșterile de costuri.

Definiția inflației de bază, ca element persistent, conduce la considerarea acesteia ca fiind sinonimă cu trendul inflației. Astfel, Quash și Vahey definesc inflația de bază ca fiind acea componentă a inflației

Metode statistice de calcul al inflației de bază

măsurate care nu are impact asupra produsului real pe termen mediu și lung, avându-se în vedere acele componente care reflectă inflația așteptată. Definiția exclude impactul cererii asupranivelului prețurilor. Această definiție este, într-o anumită măsură, diferită de definiția originală a inflației de bază formulată de Eckstein (1981), respectiv: *trendul crescător în costul factorilor de producție care reflectă așteptările, pe termen lung, ale inflației, pentru gospodării și firme care sunt luate în considerare în stabilirea politicii fiscale și salariale*. Eckstein separă această componentă de inflația determinată de ofertă, pe de o parte, și de schimbările ciclice în inflație generate, pe de altă parte, de schimbarea cererii agregate.

Diferențele nu sunt însă esențiale, iar distincția dintre influențele ciclice și influențele pe termen lung este artificială. În aceste condiții, alegerea definiției este determinată de lungimea orizontului de prognoză. Pentru un orizont mediu al politicii monetare, este utilă definiția dată de Quah și Vahei. Pentru un orizont îndepărtat, definiția dată de Eckstein este mai adecvată. Toate argumentele sunt orientate în favoarea indicelui prețurilor de consum în defavoarea, spre exemplu, a deflatorului PIB sau a altor indici de preț. Deoarece trebuie recunoscut că puterea de cumpărare a consumatorilor finali este evidențiată de indicele prețurilor de consum (IPC), acesta fiind mult mai aproape de public, cel care apreciază, în fapt, evoluția nivelului inflației. Bineînțeles, apar și diferențieri în ceea ce privește stabilirea elementelor ce compun IPC, valoarea de dezinflație acceptată în majoritatea cazurilor fiind de aproximativ 2% pe an.

Încercarea de a explica inflația de bază exclusiv prin factori de ofertă, sau, alternativ, prin cei de cerere nu este convingătoare. „Problema de bază constă în faptul că economiștii nu au modelele potrivite care să le permită separarea efectelor șocurilor de pe partea ofertei de cele de pe partea cererii, care influențează potențial inflația” (Motley, 1997, p. 3). Această ambiguitate referitoare la impulsurile inflaționiste, de pe latura ofertei și a cererii, poate fi motivul pentru care unii autori „preferă să fie agnostici în legătură cu sursele exacte ale inflației de bază” (Quah, Vahley, 1995, p. 1131).

Problema se complică în cazul economiilor în tranziție, datorită efectelor distorsiunii monetare incluse de arieratele întreprinderi și de forma disturbantă a dolarizării (Dobrescu, 1999).

Conform interpretării general acceptate, inflația de bază este complet acomodată și, drept urmare, nu afectează output-ul global real pe termen mediu și lung. Această afirmație denotă faptul că inflația de bază implică absența schimbărilor structurale la nivelul output-ului real? Dacă, pe termen mediu și lung, sistemul se găsește în condiții de echilibru, răspunsul este afirmativ. În acest caz, inflația de bază tinde să se apropie – terminologic – de situația ideală, în care toate prețurile cresc cu rate egale. Conform esenței modelului lui Lucas, „constanța familială a prețurilor relative în teoria economică neoclasică se traduce într-o constanță a variației acestor prețuri” (Vinning, Elwrtowski, 1976, p. 701).

Totuși, realitatea economică arată că „variațiile în prețuri apar ca reacție la modificările din venitul real, structura familiilor și mulți alți determinanți de cerere, pe de o parte, și evoluția tehnologiilor, a accesului la resurse și alți determinanți ai ofertei, pe de altă parte” (Parks, 1978, p.80). Gradul de stabilitate și amplitudinea acestor modificări sunt diferite.

Într-o formă mai largă, inflația de bază reprezintă tendința de inflație pe termen lung.

Metodologia, bazată pe metode de analiză statistică, a fost descrisă inițial în lucrările: Cecchetti (1996), Bryan, Cecchetti (1994), Bryan, Cecchetti, Wiggins (1997) și, ulterior, testată în țările aflate în tranziție (Wozniak, 1997).

Bryan, Cecchetti au popularizat estimațiile cu influențe restrictive pentru inflația de bază, ceea ce înseamnă că aceste estimații stabile, în raport cu unele „aruncări”, eficientizează statistic estimațiile inflației de bază ca măsură de tendință centrală.

Quah, Vahey fac referință la conceptul SVAR și la estimarea inflației de bază. Ei utilizează SVAR de două dimensiuni, incluzând inflația, calculată pe baza indicelui prețurilor de consum și producția reală.

Inflația de bază reprezintă o componentă de măsură a inflației care nu influențează producția reală pe termen mediu și de lungă durată.

Realitatea economică arată că: „variațiile prețurilor relative apar ca răspuns la modificările venitului real, structurii familiilor și multor alți determinanți ai cererii, pe de o parte, și evoluția tehnologiilor, a accesului la resurse și altor determinanți ai ofertei, pe de altă parte” (Parks, 1978, p.80).

Pornind de la cele expuse anterior, se impun trei concluzii esențiale:

- Există o legătură semnificativă între dispersia prețurilor relative și rata inflației sau deflației (Parks, Blejer și Leiderman, Vining și Elwertowski).
- Anumite modificări ale prețurilor relative exprimă tendințele durabile ale condițiilor de echilibru, în timp ce altele reflectă doar un dezechilibru temporar între cerere și ofertă pe diferite piețe.
- Economia reală este semnificativ-inerțială față de alter ego-ul său nominal.

Alegerea indicatorului, conform inflației de bază, se bazează pe criteriul optimal. Însă, referitor la absența criteriilor exacte de evidențiere a criteriului mai acceptabil pentru calcularea inflației de bază, în alegerea criteriului optim este necesar a ține cont de cele mai importante atribute din punct de vedere al politicii monetar-credite:

- posibilitatea utilizării măsurii de inflație ca indicator de evoluție în perioada curentă și viitoare, ceea ce oferă posibilitatea de facilitare a seriei de timp;
- capacitatea de prognozare a dinamicii prețurilor în viitor pe baza seriei retrospective de inflație;
- posibilitatea de estimare pe baza comparației seriei de timp a măsurărilor luate în trecut;
- pregătirea trendului istoric stabil, calculat pe baza unui set mare de indicatori de influență, a fiecărei adăugiri de date noi în calcul;
- transparența pentru societate.

Unele metode statistice de calculare a inflației de bază

Metoda excluderii simple (Exclusion Method) constă în eliminarea din IPC a anumitor categorii sau grupe întregi de bunuri și servicii (de exemplu, producția agricolă, energia electrică, gazul, alte tipuri de carburanți, tutun) care au, de regulă, în coșul de consum, un caracter tranzitoriu. Aceasta se explică prin faptul că prețurile la aceste bunuri și servicii, tradițional, sunt sensibile la șocurile ofertei agregate, dar nu la modificările factorilor fundamentali. De asemenea, volatilitatea excesivă deformează tabloul trendului inflaționist general și poate duce la luarea unor decizii neadecvate din partea Băncii Naționale. Formal, putem evidenția trei categorii de bunuri și servicii, care se exclud

cel mai des:

- bunurile și serviciile, prețurile care se reglementează administrativ. Tradițional, dinamica la aceste prețuri este redată prin „salturi” (de exemplu, prețurile la energie electrică, gaz, benzină, motorină, păcură etc.);
- bunurile și serviciile, prețurile care conțin o parte considerabilă a impozitelor indirecte (de exemplu, accizele). Prețurile la aceste bunuri, de regulă, depind de modificările asupra impozitelor și nu reflectă starea cererii în țară;
- bunurile și serviciile, ale căror prețuri sunt expuse mai des fluctuațiilor sezoniere sau depind de alți factori expresivi din partea ofertei.

Așadar, această metodă se caracterizează prin alegerea unui set concret de bunuri și servicii, invariabil în timp, care se exclude din calcule.

Există mai multe abordări ale metodei de excludere simple, dintre care, cel mai des, se utilizează:

- IPC – prețuri administrate;
- IPC – prețuri cu volatilitate ridicată;
- IPC – (prețuri cu volatilitate ridicată + combustibili);
- IPC – (alimente + combustibili).

Metoda excluderii sistematice (Trimmed Means Method) se bazează pe eliminarea regulată a celor mai mari salturi de preț, indiferent de grupa de bunuri din care fac parte. Ideea de bază constă în excluderea prețurilor cu cele mai mari devieri de la distribuția abaterilor în jurul unui anumit preț mediu ponderat, într-o perioadă concretă, mai mult decât abaterea standard a repartiției. Prin metoda excluderii sistematice, pe lângă articolele excluse prin metoda excluderii simple – fructele, legumele, combustibilul, plata dobânzilor aferente creditelor de consum și ipotecii, se mai exclud bunurile și serviciile produse și oferite de sectorul public – energia electrică, combustibilul pentru încălzirea locuințelor, serviciile și impozitele administrației și de stat, serviciile de poștă și telecomunicații, transportul urban, îngrijirea medicală și medicamentele, educația etc.

Metoda excluderii sistematice (Trimmed Means Method) se bazează pe eliminarea regulată a celor mai mari salturi de preț, indiferent din ce grupă de bunuri fac parte. Ideea de bază constă în excluderea prețurilor cu cele mai mari devieri de la distribuția abaterilor în jurul unui anumit preț mediu ponderat,

într-o perioadă concretă, mai mult decât abaterea standard a repartiției.

Metoda mediilor ajustate și metoda medianei ponderate de 2,5; 5; 7,5; 10; 12,5 și 15%.

Metoda MEANTSD reprezintă media ponderată a prețurilor produselor și serviciilor dintr-o lună determinată care au fost selectate în urma excluderii a celor componente ale căror prețuri au fluctuat mai mult de 1.5% de la abaterea medie.

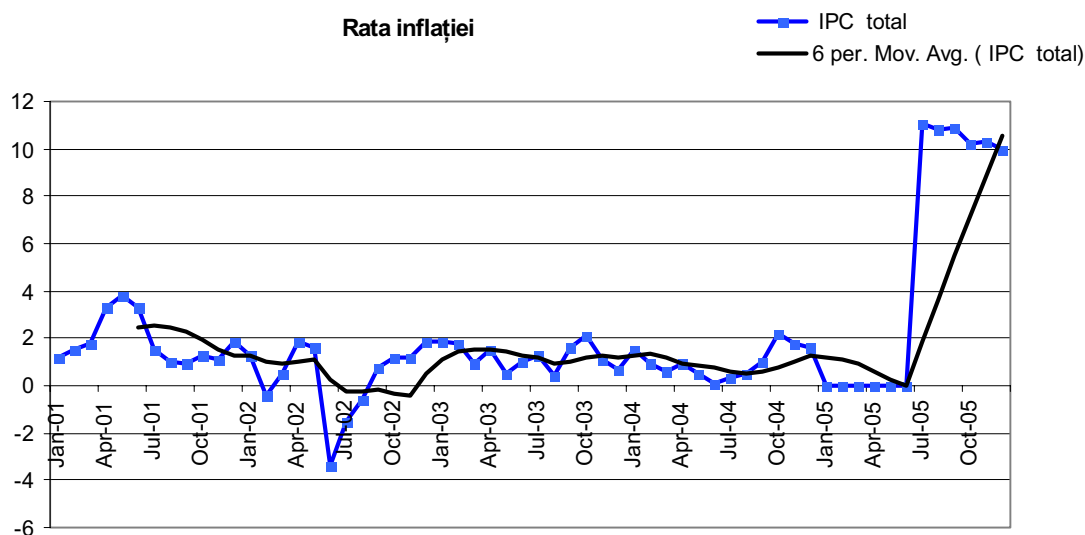
Metoda procentilelor presupune realizarea proprietăților de nedeplasate, pentru care speranța matematică a estimațiilor este egală cu caracteristicile reale ale colectivității generale. Procentilul de distribuție este un astfel de număr x_p încât partea p a colectivității este mai mică sau egală cu x_p .

La luarea în calcul a acestor atribute, estimația optimă se obține prin verificarea corespondenței seriilor, obținute pe baza metodelor enumerate, pe baza criteriului de netezire. În calitate de indicator

care descrie corespunderea măsurii inflației criteriului de netezire se ia RMSE (rădăcina pătrată a mediei abaterilor) sau MAD (abaterea medie absolută).

Analiza datelor și calculele de bază

Politica promovată de Banca Națională a Moldovei (BNM) trebuie să asigure o stabilitate monetară. Moldova este supusă mai tare șocurilor externe și, de aici, survine necesitatea diferențierii factorilor care provoacă procesele inflaționiste. Strategia BNM, în prezent, prevede aplicarea masei monetare în calitate de instrumentar operativ al politicii monetare. Politica pe perioadă scurtă trebuie să se realizeze pornind, pe de o parte, de la restricțiile impuse pentru dezvoltarea țării, iar, pe de altă parte, de la necesitatea integrării în Uniunea Europeană. De aici apare necesitatea armonizării scopurilor politicilor monetare și valutare.



Sursa: BNS și BNM.

Figura 1. Rata inflației în perioada 2001-2005

BNM, fiind independentă de guvern, trebuie, totuși, să colaboreze cu el pentru a atinge o convergență între politica monetară și cea fiscală

Pentru asigurarea stabilității prețurilor, Banca Națională trebuie, în deciziile sale, să se conducă nu numai de IPC, dar și de indicele de bază al inflației.

Indicele prețurilor de consum și indicele de bază al inflației în perioada 2004-2005

Tabelul 1

	2004			2005		
	Creșterea prețurilor	contribuția	contribuția IPC	Creșterea prețurilor	contribuția	contribuția IPC
IPC	12,5	12,5	100%	10	10	100%
Produse alimentare	13,1	6,1	48,8	8,7	4,0	40,0
Mărfuri nealimentare	11,9	3,6	28,8	14,9	4,4	44,0
Servicii cu plată	11,8	2,8	22,4	6,6	1,6	16,0

Sursa: BNS și BNM.

Practic, în Republica Moldova, calculul IPC presupune că, pornind de la structura cheltuielilor pentru consum obținută pe baza bugetelor de familie și de la datele privind prețurile curente ale asortimentelor, cuprinde în nomenclator agregări succesive, și anume:

- indicele de preț, pe fiecare sortiment, se obține ca raport între prețul mediu din perioada curentă și cel din perioada de bază;
- indicele de prețuri pe produs se obține ca o medie aritmetică ponderată a indicilor de prețuri ale sortimentelor, care intră în componența acestuia;
- indicele de prețuri pe categorii de mărfuri și servicii se determină ca o medie aritmetică a indicilor grupelor componente;
- IPC se construiește, pe ansamblu, ca o medie aritmetică ponderată a indicilor celor trei categorii de mărfuri și servicii: alimentare, nealimentare și servicii.

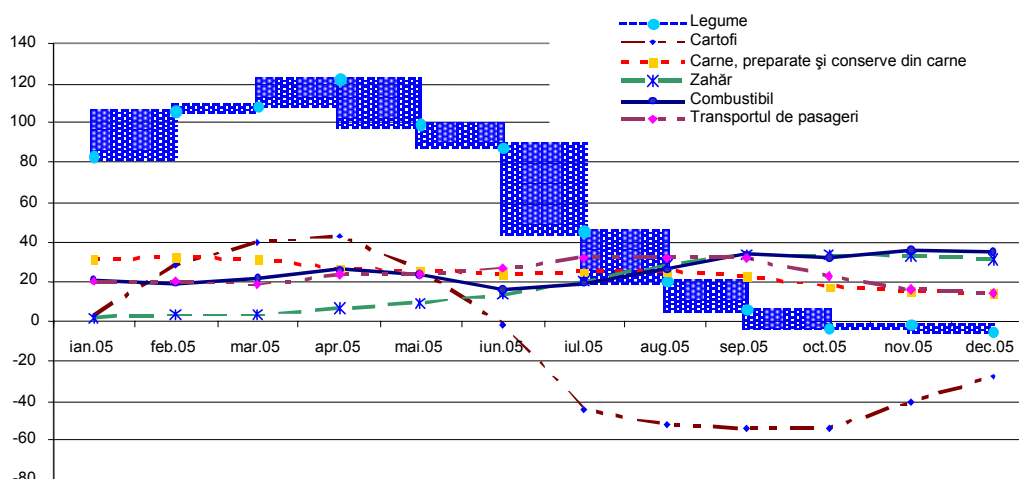
Pornind de la indicele prețurilor pe fiecare sortiment, se calculează indicele prețurilor pentru fiecare produs. Ponderea cu care se introduce fiecare sortiment în calculul prețurilor produsului o constituie greutatea specifică a cheltuielilor în produsul dat. Indicii de prețuri calculați la fiecare nivel se implică în calculul indicelui prețurilor la nivelul superior cu ponderea pe care o deține produsul, grupa de produse etc. în cheltuielile populației, la nivelul respectiv, în perioada de bază.

Calculul indicelui se efectuează în baza unui nomenclator format din 1.000 de mărfuri și servicii. Datele cu privire la prețurile curente se colectează în 650 de unități comerciale amplasate în 8 orașe ale republicii. Înregistrarea prețurilor numai în aceste localități își găsește justificarea în faptul că ele reprezintă adevărate centre gravitaționale pentru

comerțul local, aici aprovizionându-se atât populația din localitățile respective, cât și o mare parte din populația care locuiește în apropierea acestora. Se apreciază că volumul desfacerii de mărfuri și servicii din localitățile selectate reprezintă circa 80% din volumul total la nivelul țării.

Eșantionul unităților de observare cuprinde două tipuri de unități. Primul tip îl constituie magazinele, piețele și unitățile prestatoare de servicii, care practică prețuri libere pentru mărfurile alimentare, agroalimentare, nealimentare și o parte din servicii. Al doilea tip de unități se referă la cele prestatoare de servicii care practică tarife unice pe țară, stabilite prin acte normative, note de negociere etc. (de exemplu, transportul feroviar) sau prețuri unice (energie electrică și termică, gazul metan, presa centrală, serviciile telefonice). Conform normelor metodologice ale BNM: „nomenclatorul produselor alimentare, nealimentare și serviciilor pentru care se înregistrează prețurile și tarifele include mărfurile și serviciile cu cea mai mare pondere în cheltuielile de consum al populației, astfel încât schimbarea prețurilor acestora să reflecte evoluția prețurilor grupei, din care ele fac parte”.

În anul 2005, a continuat trendul de diminuare a ritmului de creștere a prețurilor de consum, înregistrând un nivel de 10,0%, comparativ cu 12,5% în anul precedent și 15,7% în anul 2003. Creșterea prețurilor la produsele alimentare a constituit 8,7%, contribuind cu 4,0 puncte procentuale la rata inflației în 2005. Cele mai mari majorări s-au înregistrat la fructele proaspete, unde prețurile au crescut cu 44,7%, la zahăr – cu 31,4%, la pește și produse din pește – cu 19,4%, la ulei vegetal – cu 18,8%, la băuturi alcoolice – cu 16,2%, la carne, preparate și conserve din carne – cu 14,3%, la lapte și produse lactate – cu 10,2%.



Sursa: BNS, calcule ale autorilor.

Figura 2. Ritmul de creștere a prețurilor produselor de consum în anul 2005

Pe parcursul anului 2005 indicele prețurilor la mărfurile nealimentare a înregistrat cea mai mare creștere – cu 14,9%, contribuind cu 4,4 puncte procentuale la rata inflației. S-au evidențiat creșteri majore de prețuri de combustibil – cu 35,7%, medicamente – cu 17,3%, materiale pentru construcție – cu 10,8%, încălțăminte – cu 10,8%.

Trebuie menționat faptul că, pe piața europeană, prețul petrolului în luna decembrie 2005 s-a majorat cu 61,7%, față de decembrie 2004.

În cadrul grupei de servicii prestate populației, majorarea prețurilor a fost de 6,6%, contribuind cu 16,0% la formarea IPC. Cele mai mari creșteri de prețuri au fost consemnate la reparația și întreținerea locuințelor – cu 30,7%, în alimentația publică – cu 27%, în transportul de pasageri – cu 14,2% și în învățământ – cu 7,7%.

Ca rezultat al analizei concrete, prin metodele propuse, se pot elimina din coșul de consum al IPC următoarele produse alimentare: mărfuri nealimentare, ale căror prețuri sunt foarte sensibile la fluctuațiile sezoniere (în procente):

- Produse de morărit și panificație +0,3;
 - Legume +1,18;
 - Fructe proaspete +0,3;
 - Cartofi +1,35;
 - Ulei vegetal + 0,1;
 - Zahar +0,3;
 - În total pe produse alimentare + 3,63;
- Pe mărfuri nealimentare +1,93, dintre care:
- Îmbrăcăminte +0,15;

- Încălțăminte + 0,12;
- Medicamente +0,5;
- Materiale de construcție +0,2;
- Combustibil +0,2;

Printre servicii cu ponderea de 1,9, putem evidenția:

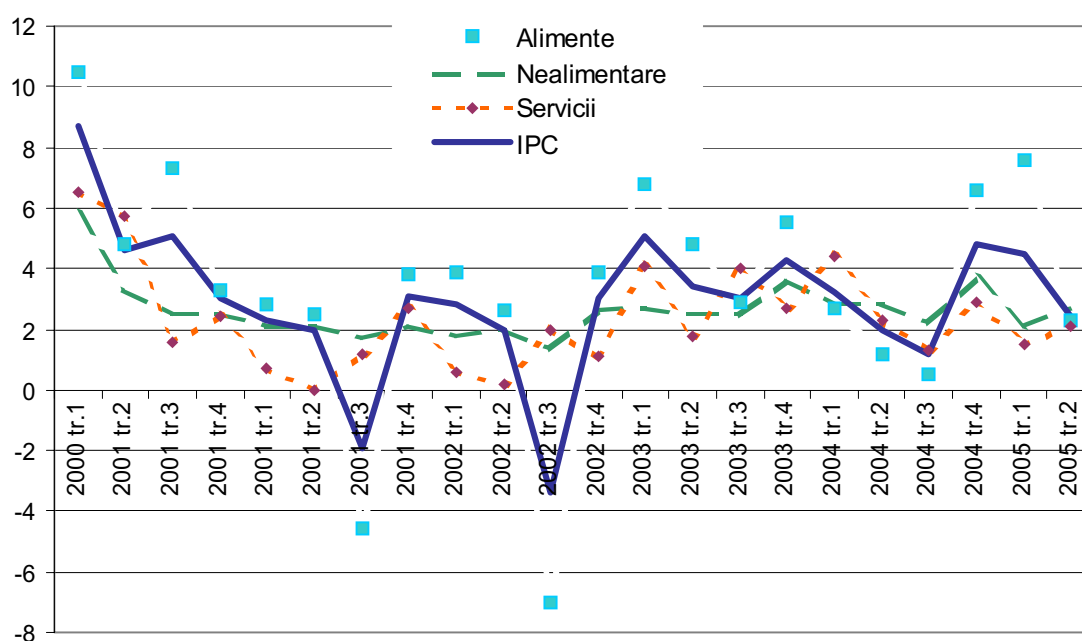
- Serviciile comunale +1,4;
- Energia electrică + 0,1;
- Gaz +0,4.

Aceste poziții duc la o stabilitate a nivelului de inflație.

Factorii nemonetari au o influență puternică asupra procesului inflaționist din Republica Moldova.

Deschiderea economiei Republicii Moldova spre exterior, piețele neprotejate, influența statelor cu o pondere relativ mare în comerțul mondial constituie doar o parte din factorii care influențează inflația. Aceasta se observă din figura 1, care arată inflația lunară pe anii 2001-2005. Din figura 1, putem trage concluzia că în comerțul exterior al Republicii Moldova schimbarea politicii regionale din unele țări a dus la modificări mari ale IPC.

Din analiza figurii 2, putem trage concluzia că, începând cu 2001, inflația anuală s-a stabilizat în jurul a 6-7% anual. Variațiile în IPC sunt puternic influențate de grupele de mărfuri alimentare. Pornind de la aceste variații mari, vom aplica metodele bazate pe studierea abaterilor mari ale prețurilor.



Sursa: BNS și BNM.

Figura 3. Indicele prețurilor de consum și componentele acestuia, modificările față de perioada precedentă, %

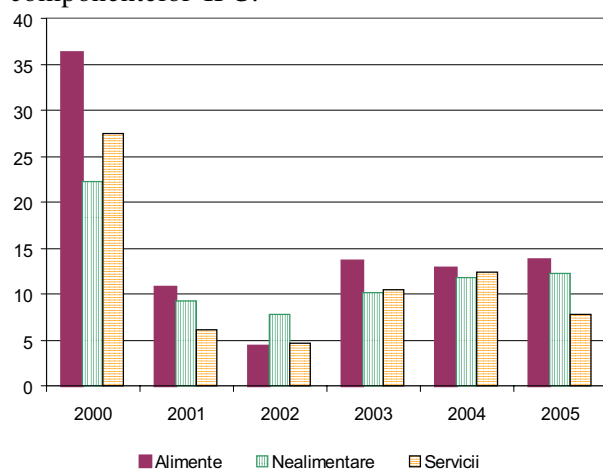
În tabelul de mai jos, am arătat mișcarea în timp a prețurilor.

Modificarea față de perioada precedentă, %

Tabelul 2				
	IPC	Alimente	Nealimentare	Servicii
1999	39,3	32,5	37,8	62,6
2000	31,3	36,3	22,3	27,5
2001	9,8	10,7	9,3	6,1
2002	5,2	4,3	7,8	4,7
2003	11,6	13,6	10,1	10,4
2004	12,4	12,8	11,8	12,4
2005	11,9	13,7	12,3	7,8

Sursa: Calculate de autori.

Figura 4 ne indică mișcarea în timp a ponderilor componentelor IPC:



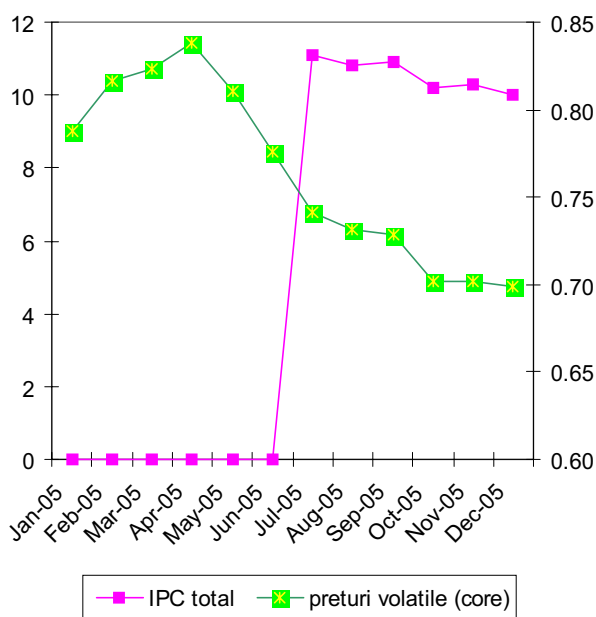
Sursa: BNS, calculate de autori.

Figura 4. Contribuția principalelor componente ale creșterii IPC. Total în perioada 2000-2005

Evoluția prețurilor produselor și serviciilor în anul 2005

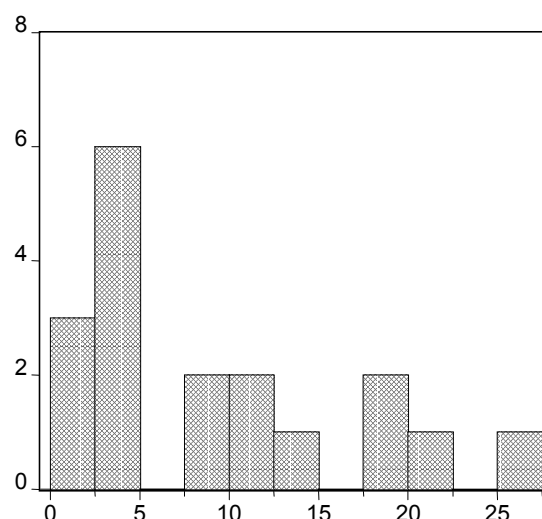
Tabelul 3		
2005		
	Medie lunară	Abaterea standar lunară
Produse de morărit și panificație	21,755	0,740
Legume	12,023	3,878
Cartofi	3,880	1,682
Fructe proaspete	3,403	0,400
Ulei vegetal	4,372	0,116
Carne, preparate și conserve din carne	25,442	1,214
Pește și conserve din pește	9,129	0,169
Lapte și produse lactate	14,488	0,252
Ouă	2,328	0,340
Zahăr	4,868	0,548
Băuturi alcoolice	2,899	0,081
Băuturi nealcoolice	1,443	0,022
Confecții	19,379	0,162
Mărfuri de construcție	9,643	0,219
Combustibil	18,427	1,035
Repararea și întreținerea locuințelor	2,149	0,079
Sănătate	4,454	0,133
Transportul de pasageri	11,645	0,579
Minimum	1,443	0,022
Maximum	25,442	3,878
Mediana	6,998	0,296
Intervale de excludere		0,562

Sursa: BNS, calculate de autori.



Sursa: BNS, calculate de autori.

Figura 5. Evoluția IPC total în anul 2005



Series: PRET05	
Sample 1 18	
Observations 18	
Mean	9.540389
Median	6.998500
Maximum	25.44200
Minimum	1.443000
Std. Dev.	7.567456
Skewness	0.734129
Kurtosis	2.254409
Jarque-Bera	2.033767
Probability	0.361720

Sursa: Calculate de autori.

Figura 6. Histograma prețurilor medii ale grupelor de mărfuri alimentare excluse cu ajutorul metodei simple de excludere

Concluzii

Aceste metode bazate pe excluderi precum metoda excluderii sistematice și metoda excluderii simple pot fi utilizate la construirea indicelui inflației de bază în Moldova, fiind metode destul de simple ele nu necesită operații complicate. În altă ordine de idei, BNM examinează posibilitatea elaborării unui indicator sintetic al inflației – *inflația de bază* – care ar sta la baza elaborării politicilor monetar-valutare și a prognozelor macroeconomice. Se

presupune că la elaborarea acestui indice se va face abstracție de unii factori nemonetari și sezonieri, inclusiv vor fi excluse produse și mărfuri supuse oscilațiilor de preț majore. Practici similare de calculare a unui indicator sintetic al inflației sunt aplicate și în unele țări occidentale. În prezent, indicele ratei inflației este calculat de Biroul Național de Statistică și include evoluția prețurilor la produsele alimentare, nealimentare, precum și la servicii.

Bibliografie

- Bryan, M.F., Cecchetti, S.G. (1994). *Measuring Core Inflation*, in N.G. Mankiw (editor) *Monetary Policy*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Bryan, M.F., Cecchetti, S.G., Wiggings, R.L., „Efficient Inflation Estimation”, *NBER Working Paper Series*, Cambridge Massachusetts, Working Paper 6183, 1997
- Cecchetti, S.G., „Measuring Short – Run Inflation for Central Bankers”, *NBER Working Paper Series*, Cambridge Massachusetts, *Working Paper* 5786, 1996
- Dobrescu, E., „Core Inflation in a Transition Economy (The Romanian Case)”, International Conference “*The Measurement of Inflation*”, Cardiff Business School, 1999
- Eckstein, O. (1981). *Core Inflation*, New York, Englewood – Cliffs: Prentice – Hall
- Motley, B., „Should Monetary Policy Focus on «Core» Inflation?”, *Economic Research – FRBSF Economic Letter*, nr. 97-11, April 18, 1997
- Parks, R., „Inflation and Relative Price Variability”, *Journal of Political Economy*, February, vol. 86, no. 1, 1978
- Quah, D., Vahey, S.P., „Measuring Core Inflation”, *The Economic Journal*, vol. 105, Royal Economic Society, September, 1995
- Vining, D.R., Elwertowski, T.C., „The Relationship between Relative Prices and the General Price Level”, *American Economic Review*, September, 1976
- Wozniac, P., „Relative Prices and Inflation in Poland 1989-1977”, *Studies and Analysis*, no. 121, Warsaw: CASE – Center for Social and Economic Research, 1997
- Buletin statistic de prețuri*, 1994-2005, Editura Statistica, Chișinău
- Dinamica prețurilor și tarifelor*, 1994-2005, Editura Statistica, Chișinău
- Anuarul statistic al Republicii Moldova*, 1994-2005, Editura Statistica, Chișinău
- www.statistica.md

Competența profesională în cercetarea psihosociologică

■

Maria Constantinescu

Conferențiar universitar doctor

Cornel Constantinescu

Conferențiar universitar doctor

Universitatea din Pitești

Abstract. *Dealing with labour activity through perspective of factors that condition it's efficiency is a problem of great interest in psychosociology. The performances' evaluation is a manner to appreciate the degree of adequation of the human operator to professional exigences of the labour he does. "The professional competence" is the intrinsic potentiality of person and the performance – the achieved potentiality shown in material or spiritual products or services and which is, often, influenced not only by factors depending on the person (the specific skills, the motivation, the degree of implication in decisional process), but also by factors independent of person.*

Through the present study we have verified the interpretative-theoretical pattern suggested for professional competence (mental skills of cognitional kind and socio-emotional skills, the consciousness of professional competence) of a group of subjects that carried on in army. In this study the used method is secondary analysis, analysis and interpretation in a different manner of collected information with different reasons.

Key words: profesional competence; socio-emotional competence; potentiality; performance; motivation.

■

Problematica cercetării

Abordarea activității de muncă din perspectiva factorilor care îi condiționează eficiența este o problemă de larg interes în psihosociologie. Activitatea umană necesită competență, definită drept capacitatea cuiva de a se pronunța asupra unui lucru, pe temeiul unei cunoașteri adânci a problemei în discuție, capacitatea unei autorități, a unui funcționar etc. de a exercita anumite atribuții. Orice profesiune poate fi desfășurată cu succes numai când persoana care o exercită este competentă, corespunde prin calitățile sale psihice și fizice cerințelor ei. Competența profesională, ca

potențialitate intrinsecă a persoanei (*lat. competens-tis = a fi capabil*, a fi în stare să efectueze o anumită muncă, activitate, în mod optim), apare ca o concordanță a calităților individuale cu cerințele profesiei, iar performanța este potențialitatea realizată, concretizată prin produse materiale, spirituale sau servicii.

Competența conferă randament, precizie, siguranță și permite rezolvarea de situații dificile în direcția în care s-a format. „Practicarea cu competență a unei profesii presupune un ansamblu de cunoștințe, abilități și deprinderi specifice,

însușite în mod temeinic, care se concretizează prin efectuarea unor acțiuni bine precizate” (Pitariu, 1983, p. 30).

Evaluarea performanțelor profesionale constituie o modalitate de apreciere a gradului de adecvare a operatorului uman la exigențele profesionale și ale muncii pe care o prestează, iar evaluarea competenței profesionale presupune identificarea posibilităților de care dispune omul pentru a desfășura o anumită activitate, a practica o anumită profesiune. În acest studiu am verificat modelul teoretic interpretativ propus pentru competența profesională a unui lot de subiecți care își desfășoară activitatea în armată. „Modelul interpretativ avut în vedere în definirea și analiza *competenței profesionale* are la bază următoarele dimensiuni:

- un ansamblu de *capacități psihice generale și speciale* absolut necesare pentru desfășurarea unei activități, profesii, meserii, *abilități* ce țin de *inteligența generală, ca abilitate cognitivă*;
- un ansamblu de *abilități socioemoționale* care definesc *inteligența socială și emoțională*;
- *angajarea în sarcină* (nivelul și tipul motivației profesionale în sensul potențialului de realizare personală, al focalizării și implicării active în sarcinile profesionale în strânsă legătură cu interesul pentru activitate);
- *eficacitatea sinelui* (conștiința competenței intelectuale și profesionale)” (Constantinescu, 2004, p. 169).

Metoda utilizată este *analiza secundară*, analiză și interpretare într-o manieră diferită a unor date colectate cu un alt scop. Analiza secundară reprezintă o abordare complexă a datelor cu reguli de aplicare bine stabilite și cu principii metodologice specifice. S.Chelcea (2001, p. 102) apreciază că analiza secundară presupune cu necesitate arhivarea cercetărilor sociologice empirice; în prezent, ea înregistrează un reviriment puternic, fiind distinctivă pentru actuala etapă de evoluție a cercetărilor socioumane empirice (concrete, de teren).

Analiza secundară este o procedură frecvent utilizată în primele faze ale unei cercetări sociologice în vederea stabilirii trăsăturilor domeniului ce urmează a fi investigat. Ea se aseamănă, într-o anumită măsură (privință), cu analiza conținutului comunicării; ambele se aplică asupra unor date produse de altcineva, în alt scop decât cel pe care îl urmărim noi. „Diferența

fundamentală dintre cele două abordări constă în aceea că analiza secundară se aplică direct la datele cuantificate care sunt deja colectate și nu cuvintelor care sunt deja scrise sau rostite” (Sedlanck, Stanley, 1992, p. 275, *apud* Chelcea, 2001, p. 102). Este o formă specială de analiză, nu are obiect propriu ca analiza de conținut sau ecologică, este o « redescoperire », pentru că în prima fază a sociologiei empirice nu sociologii adunau date. Nici Quetelet, nici E. Durkheim, nici W. Thomas și Fl. Znaniecki n-au adunat date speciale pentru problemele pe care le-au cercetat”, opinia Raymond Boudon (1969, după Constantinescu, 2003, p. 20). Ei au folosit datele deja colectate și consemnate de alte persoane sau instituții (de cele mai multe ori date statistice de origine administrativă). Aportul constă în selecționarea datelor, nu și în recoltarea lor. Definirea „analizei secundare” ca exploatarea datelor în vederea unui obiectiv sau pentru o problemă diferită de ceea ce a condus la producerea acestor date corespunde specificului acesteia și aplicării lui în cercetările sociologice contemporane.

Datele prelucrate pe baza analizei secundare sunt rezultate din activitatea proprie de testare a trăsăturilor de personalitate ale unui lot de subiecți (ofițeri și subofițeri), care, pentru a fi admiși la cursurile de perfecționare de specialitate și a fi promovați în funcție și grad, au fost examinați psihosociologic. Bateria de selecție a investigat următoarele dimensiuni: nivelul aptitudinal mental și structura psihică de personalitate. Rezultatele obținute la probele de abilități cognitive și chestionarele de personalitate au constituit baza de date pentru analiza secundară, de unde am desprins anumite competențe, abilități, necesare cadrelor militare în desfășurarea cu succes a activității profesionale.

Obiectivele cercetării. Studiul a urmărit o serie de obiective: să realizeze o delimitare a componentelor competenței profesionale; să evidențieze predictorii competenței profesionale; să reliefeze legătura între stabilitatea emoțională, încrederea în propriile forțe și competența profesională.

Ipotezele cercetării. Cercetarea competenței profesionale a avut în vedere următoarele ipoteze: a) cu cât individul dispune de abilități intelectuale ridicate (de excelență), cu atât competența profesională va fi mai mare; b) dacă individul va fi dominat de o motivație de realizare prin conformare, atunci competența profesională va fi

crescută; c) dacă individul va fi dominat de o motivație de realizare prin independență, atunci competența profesională va atinge valori înalte; d) cu cât încrederea în forțele proprii este mai mare, cu atât eficiența intelectuală și competența profesională vor fi la cote ridicate; e) cu cât stabilitatea emoțională va fi mai mare, cu atât vor crește încrederea în propriile forțe și competența profesională.

Populația investigată. Au participat la această investigație psihosociologică 312 cadre militare (ofițeri și subofițeri) din toate județele țării, cu vârsta cuprinsă între 28-40 de ani. Evaluarea psihosociologică s-a desfășurat în luna iunie 2001.

Descrierea instrumentelor și tehnicilor de cercetare. Testele psihologice cu ajutorul cărora s-a investigat nivelul mental al subiecților au fost Domino 48 (D. 48) și Wonderlic (I.W.).

Testul de inteligență D. 48 este omogen, puternic saturat în factorul g. Ideea testului îi aparține lui Anstey (1943, după Roșca, 1972, p. 239) și urmărește să elimine șansele unor răspunsuri corecte întâmplătoare. Materialul este prezentat sub forma a 44 de serii de imagini de dominouri, cu numere de buline, distribuite în funcție de anumite relații cantitative, pe care subiectul trebuie să le descopere și să completeze dominourile goale din cadrul fiecărei serii. La început, pentru înțelegerea testului se prezintă patru serii mai ușoare. Deși sarcina este mai greu de explicat subiecților decât în cazul altor teste de inteligență, testul D. 48 are anumite avantaje: este ușor de cotat, este independent de limbaj. Faptul că cineva dispune sau nu de experiență în jocul cu dominouri nu influențează rezultatele la D. 48.

Testul de inteligență Wonderlic (I.W.) sau testul de aptitudini generale, autor E.F. Wonderlic (1973, după Pitariu, 1983, p. 106), este o probă de eficiență intelectuală, este un instrument rapid (aplicarea lui necesită 12 minute) de investigare a inteligenței generale, destinat formării unei imagini globale despre cei examinați. Chiar autorul testului susține că I.W. reprezintă numai un pas al unei proceduri complete de examen psihologic. Testul I.W. conține 50 de itemi al căror conținut se referă la: analogii, analiză de figuri geometrice, probleme de similaritate a unor formulări verbale, găsirea sensului unor proverbe, raționamente axate pe logica deductivă sau inductivă, spirit de observație, aprecierea unor relații spațiale. Problemele urmăresc capacitatea de a înțelege și de a gândi în termeni verbali și critici, capacitatea de a gândi în termeni

de simboluri și idei. Proba se poate administra individual sau colectiv; este foarte sensibilă la nivelul de școlarizare. Ea este un predictor satisfăcător al performanțelor intelectuale (academice). Cu ajutorul acestei probe se poate face nu numai o analiză cantitativă a performanței, ci și o analiză calitativă a semnificației rezultatelor.

Descrierea probelor de personalitate. În evaluarea personalității au fost utilizate următoarele instrumente: Inventarul de personalitate Freiburg (F.P.I.) și Inventarul de personalitate California (C.P.I.).

Inventarul de personalitate Freiburg (F.P.I.) este un chestionar multifazic, factorialist, elaborat de Fahrenberg Selg Hampel (1978, după Șchiopu, 2002, p. 265), construit prin combinarea unui sistem psihologic clasic și unul extras din nosologia psihiatrică. Prin dimensiunile sale și parametrii care-i vizează, acesta evidențiază atât aspectele personalității normale, cât și aspecte patologice. Conține 212 itemi grupați în douăsprezece scale, care au saturații în diferite structuri, mai mult din domeniul afectivității și a tendințelor de tulburări ce se pot structura.

Cea de-a doua probă de personalitate folosită în studierea subiecților a fost Testul de personalitate California (C.P.I.) elaborat de H. Gough (1969, după Șchiopu, 2002, p. 256) și conține 480 de itemi, care intră în componența a 18 scale grupate la rândul lor în patru mari categorii: a) dimensiuni ale echilibrului, ascendență, autoasigurare și adecvare interpersonală; b) dimensiuni de socializare, maturitate, responsabilitate și structurare interpersonală a valorii; c) dimensiuni ale obținerii eficienței potențiale și intelectuale; d) dimensiuni intelectuale și de interese.

În cercetarea noastră chestionarul cuprinde doar șapte scale și este creat pe subiecți normali, fără tulburări psihice. Scalele se adresează în principal acelor factori de personalitate care sunt implicați în relaționarea interpersonală și conviețuirea socială. Se identifică: maturitatea interrelațională și responsabilitatea (R), toleranța la frustrare (F), adaptarea la modelul comun (C), starea de confort psihic (Gi), ca și modelul motivațional implicat în potențialul de realizare personală, cât și focalizarea pe valorile intelectuale reprezentate de realizarea prin conformitate (A.c), realizare prin independență (Ai) și eficiență intelectuală (Ie).

Pe baza analizei secundare, s-au desprins anumite dimensiuni psihosociologice care pot fi asimilate ca predictor ai competenței profesionale. Una dintre aceste dimensiuni o reprezintă abilitatea

intelectuală definită prin inteligența generală (evidențiată în special prin testul de nivel mental D. 48, puternic saturat în factorul g), dar și de o serie de abilități psihice speciale ce țin de vocabular (găsirea sensului unor proverbe, similaritatea unor formulări verbale), de calitățile atenției (spirit de observație, aprecierea unor relații spațiale) puse în evidență de testul de eficiență cognitivă „Wonderlic” (I.W.).

O altă variabilă psihosociologică apreciată ca predictor al competenței profesionale este motivația de realizare, reliefată de scalele de evaluare A.C. (realizare prin conformare) și A.I. (realizare prin independență) din chestionarul de personalitate California (C.P.I.). Realizarea prin conformare (A.C.) este o scală motivațională reflectând factori atitudinali și motivaționali asociați cu realizarea intelectuală de niveluri înalte. Este formată din 38 de itemi, după cum urmează: 12 itemi cu răspuns semnificativ „adevărat”; 26 itemi cu răspuns semnificativ „fals”. Termenul de „conformitate” reflectă trebuința de realizare personală manifestată prin plăcerea de a învăța și eficiența în activitate, încrederea în propriile capacități. Scorurile înalte prezintă o persoană capabilă, cooperantă, eficientă, responsabilă, sinceră, conștiincioasă. Scorurile scăzute prezintă o persoană vulgară, încăpățânată, distantă, dificilă, care se dezorganizează ușor sub influența stresului și este pesimistă în privința viitorului profesional.

Realizarea prin independență (A.I.) măsoară interesul subiectului pentru activitățile care solicită independență în gândire, creativitate, valorizarea propriului potențial. Se identifică factori ai interesului și motivației intrinseci care facilitează realizarea în orice cadru unde autonomia și independența sunt comportamente pozitive (inclusiv pregătirea academică). Scala AI are 32 de itemi repartizați astfel: trei itemi cu răspuns semnificativ „adevărat” și 29 itemi cu răspuns semnificativ „fals”. Scorurile înalte prezintă o persoană matură, eficientă, puternică, dominantă, pretențioasă și precaută, independentă și sigură pe sine, cu abilități intelectuale și discernământ. Scorurile scăzute indică un comportament inhibat, anxios, prudent, nemulțumit, mărginit, suspicios. Este o persoană umilă și supusă față de autorități, căreia îi lipsesc capacitatea de introspecție și înțelegerea de sine.

„Încrederea în propriile forțe” (conștiința competenței profesionale) este în mare parte legată de ceea ce Albert Bandura (1989) a numit

„conștiința propriei eficiențe” (*apud* N. Hayes, Orrell, 2003, p. 215), adică de cât de bună se consideră persoana respectivă în realizarea anumitor activități. Nu este vorba de ceea ce individul a făcut deja, „pentru că unele persoane pot face foarte multe lucruri, fără a fi convinse că sunt competente în domeniul respectiv”. Mai curând, este vorba despre cât de competentă se percepe pe sine persoana respectivă. Evaluarea nivelului „conștiinței competenței profesionale” a fost reliefată cu scala „eficiență intelectuală” (I.E.) din Inventarul de personalitate California, care reflectă principalele aspecte pe care le implică acest sentiment de puternică încredere în propriile capacități profesionale. Eficiența intelectuală (I.E.) nu măsoară capacitatea de a rezolva probleme, ci nivelul motivațional determinat de interesul pentru valori intelectuale (opus celui pentru valori practice), surprinde aspecte legate de capacitatea de a face față unor situații de indeterminare și ambiguitate, interesul pentru activități de cercetare pentru probleme intelectuale, reflectând un comportament flexibil, dar mai puțin organizat. Implică gradul de eficiență personală și intelectuală la care a ajuns subiectul. Aceasta cuprinde 52 de itemi.

Competența socioemoțională a fost evidențiată prin următoarele abilități: sociabilitatea, extraversia-introversia, calmul, labilitatea emoțională (din chestionarul F.P.I.) și responsabilitate, toleranță la frustrare (din chestionarul C.P.I.). Stabilitatea emoțională este adesea percepută ca fiind un factor de personalitate care „reține diferențele individuale referitoare la caracteristicile emoționale ale unei persoane (calm, mulțumit, emotiv, neemotiv), dar și diferitele dificultăți ale oamenilor (anxietate, depresie, iritabilitate etc.). În prezentarea chestionarelor de personalitate Cattell, se subliniază că raportul dintre instabilitatea emoțională și stabilitatea emoțională definește factorul forța Eului, strâns legat de controlul emoțional (Minulescu, 1996, p. 243). Polul caracterizat prin instabilitate (Eu slab) indică o orientare imatură afectiv, inconstanță în atitudini și interese, hiperreactivitate, fugă de responsabilitate, neliniște, cu o toleranță scăzută la frustrare, anxietate, incapacitatea individului de a se adapta la cerințele mediului, fiind dominat de pulsivitatea Sinelui. Polul opus indică un Eu puternic, stabil, caracterizat prin maturitate în reacții, calm, realism, adaptare facilă, rezistență la oboseală, neimplicare în conflicte, toleranță la frustrare, modificarea dorințelor egoiste și primitive în conformitate cu pattern-urile

socialmente acceptabile, flexibilitatea în tratarea stresului. Echilibrul emoțional, factor important al competenței profesionale, a fost măsurat cu ajutorul scalei de evaluare „labilitate emoțională” (N.le.) din chestionarul de personalitate Freiburg și „toleranță la frustrare” din Inventarul de personalitate California.

Toleranță la frustrare (F.) caracterizează persoanele cu atitudini permissive, lipsite de prejudecăți, deschise, flexibile, fără anxietăți, lipsite de rigiditate, cu echilibru și siguranță de sine. Scorurile înalte indică persoane iertătoare, generoase, binevoitoare, independente, neformale, cumpătate, tandre, altruiste. Scorurile scăzute indică persoane afectate, reci, orgolioase, sâcâitoare, insensibile, superficiale, egocentrice.

Labilitatea emoțională (Nle) - valorile ridicate indică indispoziție, depresie, lipsă de energie, iritabilitate (violență, susceptibilitate, agitație, supărare); meditație inutilă (subiectul stă dus pe gânduri, are o atenție foarte labilă, visează cu ochii deschiși și dezvoltă sentimente de culpabilitate). Valorile scăzute exprimă dispoziție stabilă și echilibrată (degajare, bună dispoziție, stăpânire de sine, răbdare, calm, liniște), capacități de concentrare foarte bună; raport emoțional netulburat.

Calmul (răbdarea) ca abilitate socioemoțională a fost analizată din chestionarul de personalitate Freiburg. Valorile ridicate arată încrederea în sine și capacitatea de a nu se abate de la drumul și obiectivele fixate. Persoanele care obțin valori ridicate nu pot fi enervate ușor, sunt, în anumite condiții, răbdătoare, dârze, neclintite, bine dispuse, optimiste; acestora nu le plac disputele agresive, sunt energice și le place să acționeze repede și eficient. Valorile scăzute exprimă iritabilitate, susceptibilitate, decepție, supărare, pesimism și descurajare.

Sociabilitatea evidențiază dorința și tendința de a stabili contacte, prietenii și posibilitatea de a întreține și cultiva relațiile. Această dimensiune socială este interpretată drept „caracter social”. Persoana sociabilă prezintă spirit întreprinzător, vioiciune, este activă, comunicativă. Valorile înalte la această abilitate corelează cu extraversia. Valorile scăzute exprimă dorința redusă pentru contacte interpersonale, preferință pentru solitudine și cerc redus de cunoștințe și prieteni, spirit distant, rezervat.

Responsabilitatea (maturitatea interrelațională) definește persoanele conștiințioase, responsabile, legate de reguli și ordine, cu preocupări pentru obligațiile sociale, civice și morale.

Aceste „abilități cognitive și socioemoționale”, alături de „încrederea în propriile forțe”, considerăm că sunt predictorii valoroși ai competenței profesionale.

Analiza și interpretarea rezultatelor

Prin tehnica analizei secundare s-a trecut la prelucrarea statistică a datelor avute la dispoziție, evaluându-se „competența profesională” concretizată în potențialul intelectual și socioemoțional al subiecților, precum și motivația de realizare și conștiința propriei eficiențe. Competența intelectuală a fost evidențiată de rezultatele obținute la testele de inteligență generală (D.48 și I.W.). S-a realizat o ierarhizare a subiecților având drept criteriu aceste rezultate. Ierarhizarea subiecților conform scorurilor obținute la D.48 se prezintă astfel: 13,14 la sută subiecți au rezultate de nivel slab; 67,62 la sută subiecți au obținut rezultate de nivel mediu; 19,23 la sută subiecți au obținut rezultate supramedii (de excelență intelectuală).

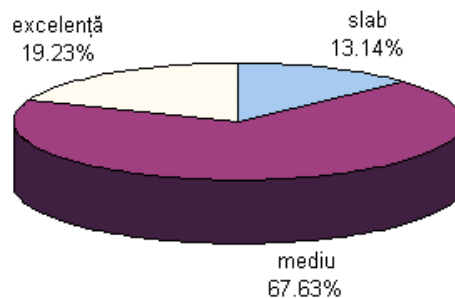


Figura 1. Distribuția scorurilor la testul D.48

Ierarhizarea subiecților conform scorurilor obținute la testul I.W (Wonderlic) este următoarea: 16,98 la sută subiecți au obținut rezultate de nivel slab; 62,50 la sută subiecți au obținut rezultate de nivel mediu; 20,52 la sută subiecți au obținut rezultate de excelență intelectuală.

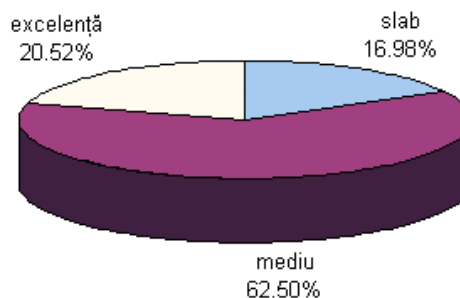


Figura 2. Distribuția scorurilor la testul I.W.

Din analiza acestor date rezultă că la ambele teste de nivel mental au obținut rezultate supramedii aproximativ 20 la sută dintre subiecții examinați, dovedind o înaltă competență intelectuală; aproximativ 65 la sută o competență intelectuală medie și 15 la sută o slabă competență intelectuală. Totodată se evidențiază *fidelitatea* probelor (consistența rezultatelor obținute de aceiași subiecți retestați cu o probă echivalentă) și *validitatea* acestora, calitatea cea mai importantă a unui test, deoarece indică gradul în care testul măsoară ceea ce își propune să măsoare, adică nivelul înalt cognitiv, predictor al competenței profesionale. Ambele teste au valoare predictivă întrucât anticipează realizarea unor performanțe de către subiecții cu aptitudini intelectuale supramedii. Cu ajutorul programului de prelucrare statistică SPSS s-a calculat coeficientul de corelație simplă Pearson, acesta luând în calcul relațiile dintre valorile individuale ale subiecților. Astfel s-a obținut o corelație de valoare medie între scorurile celor două teste D. 48 și I.W.; $r = 0,496$; fiind diferit de zero, înseamnă că există o corelație între variabilele respective – vezi tabelul 1, anexa A.

Din punct de vedere grafic, rezultatele subiecților la testele de inteligență au următoarea formă:

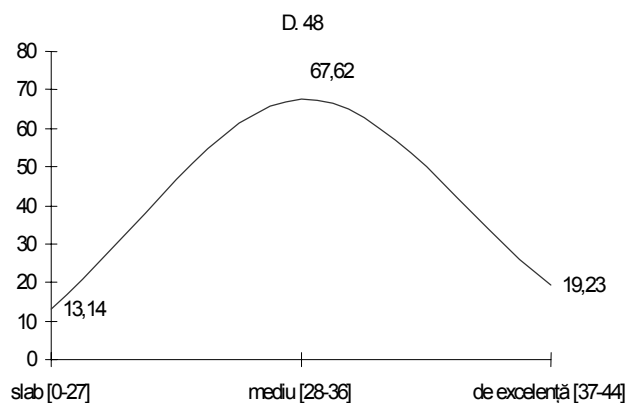


Figura 3. Distribuția grafică a rezultatelor la testul D.48

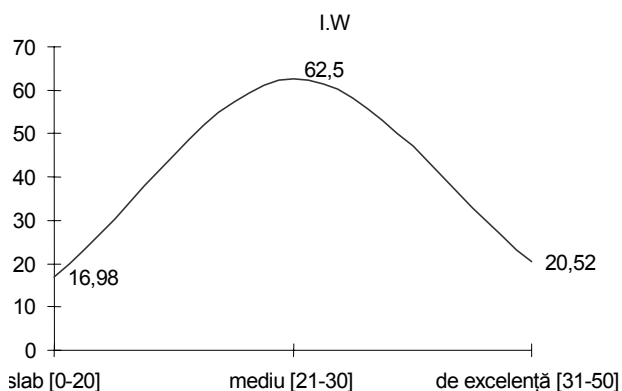


Figura 4. Distribuția grafică a rezultatelor la testul I.W.

Corelând „abilitatea intelectuală” cu „stabilitatea emoțională” (scala de autoevaluare N.le din chestionarul F.P.I.) doar pentru subiecții cu valori supramedii, a reieșit că din cele 62 de persoane cu scoruri înalte în ceea ce privește abilitățile cognitive, 36 au scoruri foarte mici (0-3) la dimensiunea „labilitate emoțională”, aceasta evidențiind o relație directă între competența intelectuală de excelență și stabilitatea emoțională. Sunt într-un raport invers proporțional: cu cât este mai scăzută labilitatea emoțională cu atât sunt mai mari șansele de a obține performanțe intelectuale. Evaluarea coeficientului de corelație între „labilitatea emoțională” și „eficiența intelectuală” este de $-0,429$, care arată existența unei legături moderate și invers proporțională între cele două variabile. Așadar, putem consemna că individul dotat intelectual este superior colegilor de vârstă din mai multe puncte de vedere (conform concepției lui Terman, 1925) și în special în privința echilibrului emoțional. Totodată „labilitatea emoțională” corelează și cu motivația de realizare prin conformare $r = -0,466$, demonstrând o legătură ponderat medie și invers proporțională între cele două abilități. Se observă și în tabelele 1 și 2.

Corelația între variabila eficiență intelectuală și labilitate emoțională

		Tabelul 1	
		NLE	I.E
NLE	Pearson Correlation	1,000	-0,429*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000
	N	312	312
I.E	Pearson Correlation	-0,429*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	.
	N	312	312

** Corelația este semnificativă la nivelul 0,01

Corelația între variabila labilitate emoțională și motivația de realizare prin conformitate

		Tabelul 2	
		NLE	A.C
NLE	Pearson Correlation	1,000	-0,466*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000
	N	312	312
A.C	Pearson Correlation	-0,466*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	.
	N	312	312

** Corelația este semnificativă la nivelul 0,01

Nevoia de autorealizare, de încredere, de stimă se încadrează în sfera motivațiilor superioare și o găsim tot mai prezentă la cadrele militare.

În ceea ce privește „motivația” ca vector al competenței profesionale, consemnăm că tehnicile de cercetare au evidențiat două modalități de influență ale motivației de realizare măsurate cu scalele de autoevaluare A.I. (realizare prin independență) și A.C. (realizare prin conformare). Media statistică pentru motivația de realizare prin conformare este 31,048. Această cotă se situează în partea superioară (în intervalul 9 din 11) și caracterizează întregul lot de subiecți. Scorul mediu pentru motivația de realizare prin independență este 17,890 (se află în partea inferioară a valorilor în intervalul 4 din 7).

Aceste date evidențiază că în armată cel puțin la anumite „eșaloane” predomină motivația de conformare. Ele trebuie privite însă prin prisma faptului că în lotul de cadre militare investigat nu au existat militari care să ocupe poziții superioare în ierarhie (ofițeri superiori). Prin conformare înțelegem încadrarea unitară a membrilor grupului (unității militare) în normele scrise și nescrise ale grupului. Sub raport psihosocial, prin conformare trebuie să înțelegem identificarea, atașamentul, participarea nu numai intelectuală, ci și afectivă. Termenul de „conformitate” se referă la influența socială, „expresia-cheie (...) în psihologia socială, după Elliot Aronson (1991), influența pe care o au oamenii față de ideile, credințele sau comportamentele celui alt”. În ciuda elogiilor aduse individului autonom, lipsa influențelor sociale va determina dificultăți în cooperarea, comunicarea și definitivarea relațiilor cotidiene. Ele ne ajută să ne comportăm „cum se cuvine”, să facem distincția între „normal” și „deviant”, să „vorbit frumos” și să știm ceea ce trebuie făcut în cea mai mare parte a situațiilor. Ele intervin de cele mai multe ori în maniera tacită a aprobării și dezaprobarii colective. În domeniul militar, conformitatea funcționează după principiul majorității, are caracter exterior, colectiv și vizibil în sensul că regulamentele, ordinele trebuie respectate întocmai, aprecierea pozitivă, avansarea în funcție și grad având în vedere tocmai această conformare la ordinea și disciplina militară. Rezultatele sunt în acord cu ipoteza potrivit căreia militarii, ca persoane motivate de realizarea prin conformare, sunt competenți profesional și pot ajunge la performanțe profesionale.

Realizarea prin independență măsoară interesul subiecților pentru activitățile ce solicită independență în gândire, creativitate, valorizarea propriului potențial; acestea țin de motivația intrinsecă, motivație ce facilitează obținerea autonomiei și independenței comportamentale. Această formă de motivație funcționează cu precădere la eșaloanele superioare unde se elaborează strategii de lucru, de luptă care necesită creativitate, imaginație și independență în gândire.

Coeficientul de corelație între motivația de realizare prin independență (A.I.) și „eficiența personală” IE (care are o medie statistică de 37,70) este: $r = 0,350$ și indică o corelație de nivel slab spre moderat. Cu mult mai ridicat este acest coeficient de corelație între predictorul „realizarea prin conformism” și „eficiența personală”: $r = 0,577$ și evidențiază o legătură de valoare medie și direct proporțională între cele două variabile (Tabelul 3).

Corelația între variabila eficiență personală și cele două tipuri de motivații

Tabelul 3

		A.C	I.E	A.I
A.C	Pearson Correlation	1,000	0,577*	0,252*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000	0,000
	N	312	312	312
I.E	Pearson Correlation	0,577*	1,000	0,350*
	Sig. (2-tailed)	0,000	.	0,000
	N	312	312	312
A.I	Pearson Correlation	0,252*	0,350*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	.
	N	312	312	312

** Corelația este semnificativă la nivelul 0,01

Valoarea înaltă a mediei statistice a „eficienței intelectuale” (37,70) arată încrederea în propriile forțe, precum și autoperceperea ca persoane inteligente, capabile să facă față unor situații deosebite, imprevizibile, să fie buni conducători, adică să aibă „conștiința propriei lor valori”.

Analiza secundară a datelor avute la dispoziție a scos în evidență o serie de abilități socioemoționale. Astfel, sociabilitatea are scorul mediu 20,75, o cotă înaltă care caracterizează 97 la sută dintre subiecții investigați; aceștia tind spre contacte interpersonale, sunt prietenoși, comunicativi, întreprinzători. Valoarea ridicată a sociabilității corelează cu valoarea scăzută a

„depresiei” (scor mediu = 3,88); $r = -0,446$), după cum se remarcă din tabelul 2, anexa A. Cele două variabile sociale sunt în raport invers proporțional: cu cât sociabilitatea este mai mare, cu atât starea depresivă este mai scăzută. Experimentele au demonstrat că nevroticii, depresivii au slabe competențe sociale, ceea ce nu este cazul subiecților cercetării noastre. Aceștia nu sunt anxioși, nu au complexe de inferioritate, ci, din contră, au dispoziție echilibrată, sunt optimiști, au un raport emoțional bun cu ceilalți, o bună capacitate de concentrare și siguranță de sine. O corelație puternică o întâlnim între abilitățile sociale: „sociabilitatea” și „extraversia”; $r = 0,666$, după cum se observă din tabelul 3, Anexa A.

„Maturitatea interrelațională” (responsabilitatea), competență socială deosebit de valoroasă și în reușita profesională, dar și în viață are un scor mediu ridicat (29,98), ceea ce arată că subiecții sunt persoane capabile, responsabile, legate de reguli și ordine socială, cu preocupări pentru obligațiile civile și morale. Coeficientul de corelație între această abilitate socială și „conștiința eficienței personale” (I. E), toleranța la frustrare arată o strânsă legătură între aceste competențe.

În ceea ce privește „răbdarea”, calmul, abilitate socială apreciată de tot mai mulți cercetători ca predictor al competenței profesionale, și nu numai; după cum o definea D. McClelland, una din competențele sociale necesare în o serie de profesii, adăugăm noi, necesară și în activitatea militară, are o valoare medie de 13,38 (valoarea minimă este 3 și maxima 20) (vezi tabelul 6, anexa A). Se poate deduce că subiecții analizei noastre dau dovadă de răbdare, toleranță la frustrare, dar trebuie să mai exerseze pentru a dezvolta și mai mult aceste competențe socioemoționale, deoarece ei lucrează cu factorul uman, în special cu tinerii recruți.

Concluziile cercetării

Pe baza datelor obținute putem afirma că este justificată ipoteza conform căreia competența intelectuală de excelență este în relație pozitivă cu „competența profesională” și reprezintă o condiție necesară, dar nu și suficientă pentru dobândirea acesteia. Cu cât individul posedă capacități cognitive mai accentuate, cu atât are șanse mai mari de a fi competent profesional și a obține performanțe profesionale. Totuși, sunt și cazuri când indivizi cu același potențial mental nu ajung la aceleași performanțe. Cauzele sunt multiple, de natură

internă sau externă (lipsa motivației, satisfacției, cadrul organizațional nefavorabil etc.). Astfel, trei la sută dintre subiecții cu potențial intelectual supramediu nu au obținut performanțe profesionale pe măsura așteptărilor, deoarece nu au fost motivați corespunzător. Chiar dacă absolveau cursul, la unitățile unde lucrau nu existau posturi vacante pe care să fie promovați.

În ceea ce privește rolul motivației în desfășurarea activității cu înaltă eficiență, se poate consemna că ipotezele cercetării s-au confirmat parțial, în sensul că pentru subiecții lotului analizat un rol energizant l-au avut elementele de natură externă, vizibilă, adică motivația de realizare prin „conformare”, și mai puțin motivația de realizare prin „independență”. Un număr redus de subiecți și-au manifestat dorința de realizare profesională prin independență în gândire, creativitate, flexibilitate; toate ținând de motivația intrinsecă. Marea majoritate a aderat la realizarea profesională prin conformare, având în vedere și statutul lor de ofițeri inferiori. Explicația acestei conformități are la bază fie încrederea subiecților în raționamentul majorității, fie dorința de a fi acceptați de grup, de a nu ieși în evidență cu un comportament deosebit, special, care cu siguranță în mediul militar sunt sancționați. Putem extinde această idee subliniind că în societatea românească actuală motivația de natură externă (stimulentele financiare, materiale) constituie un vector energetic și dinamogen pentru multe categorii de persoane în manifestarea competenței profesionale.

Pentru lotul de subiecți studiat, ipoteza privind relația dintre stabilitatea emoțională și „eficiența intelectuală” s-a dovedit a fi consistentă. Studiul nostru a evidențiat că cei care se percep cu abilități intelectuale înalte sunt capabili să-și controleze reacțiile emoționale. Pe ansamblul lotului corelația între aceste abilități este de $-0,429$, ceea ce arată că stabilitatea emoțională și eficiența intelectuală sunt în relație invers proporțională. Consemnăm că subiecții echilibrați emoțional și cu inteligență performantă au și capacitatea de adaptare la exigențele mediului organizațional.

Subiecții lotului analizat au făcut dovada că dispun de un nivel ridicat în ceea ce privește conștiința competenței profesionale, în perceperea valorii lor. Cu cât imaginea lor asupra a ceea ce sunt capabili să realizeze este mai bună, cu atât ei se vor implica mai mult în activitate și vor dovedi un interes permanent și deosebit pentru ceea ce fac, fapt ce va conduce foarte probabil la

performanțe profesionale. Apreciem însă că această relație nu trebuie absolutizată. Uneori, o încredere excesivă în forțele proprii, ca și dorința absolută de realizare pot conduce în anumite condiții la destabilizarea și dezorganizarea activității, chiar la eșec. Încrederea în forțele proprii (I.E) este puternic influențată de „maturitatea interrelațională”(R) ($r = 0,559$) (vezi tabelul 4, anexa A). Această corelație subliniază competența civică a subiecților și dorința de autorealizare prin respectarea normelor și valorilor sociale din unitățile din care fac parte.

Datele cercetării mai evidențiază o serie de abilități socioemoționale ca: sociabilitatea, extraversia, stabilitatea emoțională, toleranța la frustrare, răbdarea, la marea majoritate a subiecților. O strânsă legătură se observă între sociabilitate și extraversie ($r = 0,666$), ceea ce confirmă cercetările din domeniu. Michael Argyle și L. Lu (1990,

pp. 1011-1017) au constatat că persoanele extravertite sunt mai fericite decât cele introvertite, probabil datorită faptului că sunt mai asertive și au o tendință puternică spre cooperare. Totodată, acestea confirmă că, pe lângă potențialul intelectual, subiecții analizați dispun și de inteligență socială și emoțională, competențe necesare în reușita profesională, dar mai ales în viața socială.

De asemenea, rezultatele cercetării reliefează, printre altele, și gradul înalt de fidelitate și validitate al probelor utilizate, că testele de inteligență sunt predictorii valizi pentru competența profesională. Faptul că subiecții (65%) care au obținut rezultate peste valoarea medie atât la testele de abilități cognitive, cât și la abilitățile socioemoționale au fost admiși la cursurile de perfecționare și, apoi, avansați în funcție și grad demonstrează că au competență profesională.

Bibliografie

- Argyle, M., Lu, L., „Happiness and social skills”, *Personality and Individual Differences*, nr. 11, 1990b, pp. 1255-1261
- Argyle, M. și Lu, L., „The Happiness of extraverts”, *Personality and Individual Differences*, nr. 11, 1990 a, pp. 1011-1017
- Chelcea, S. (2001). *Analiza secundară a cercetărilor sociologice*. În C. Constantinescu (coordonator), *Sociologie, etică și politică socială*, Editura Universității Pitești, Pitești
- Constantinescu, C. (2003). *Arhivarea și analiza secundară a cercetărilor sociologice*. Editura Universității Pitești, Pitești
- Constantinescu, Maria (2004). *Competența socială și competența profesională*, Editura Economică, București
- Hayes, N., Orrel, S. [1993] (2003). *Introducere în psihologie*, Editura All, București
- Minulescu, Mihaela. (1996). *Chestionarele de personalitate în evaluarea Psihologică*: Garell Publishing House, București
- Pitariu, H. (1983). *Psihologia selecției și formării profesionale*, Editura Dacia, Cluj-Napoca
- Roșca, Mariana (1972). *Metode de psihodiagnostic*, Editura Didactică și Pedagogică, București
- Șchiopu, Ursula (2002). *Introducere în psihodiagnostic*, Editura Humanitas, București
- Terman, L.M. (1925). *Genetic studies of genius. Mental and physical traits of a thousand gifted children. (vol.1)*. Stanford University Press

ANEXA A

Corelații între probele de nivel mental: D. 48 și I.W.

Tabelul 1

		D48	I.W
D 48	Pearson Correlation	1,000	0,497*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000
	N	312	312
I.W	Pearson Correlation	0,497*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	.
	N	312	312

Corelații între sociabilitate și depresie

Tabelul 2

		S	D
S	Pearson Correlation	1,000	-0,496*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000
	N	312	312
D	Pearson Correlation	-0,496*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	.
	N	312	312

Corelații între sociabilitate și extraversie

Tabelul 3

		S	EX
S	Pearson Correlation	1,000	0,666*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000
	N	312	312
D	Pearson Correlation	0,666*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	.
	N	312	312

Tabelul 4

		A.C	I.E	R	F	G.I
A.C	Pearson Correlation	1,00	0,577*	0,534*	0,295*	0,575*
	Sig. (2-tailed)	.	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	312	312	312	312	312
I.E	Pearson Correlation	0,577*	1,000	0,559*	0,299*	0,456*
	Sig. (2-tailed)	0,000	.	0,000	0,000	0,000
	N	312	312	312	312	312
R	Pearson Correlation	0,534*	0,559*	1,000	0,400*	0,491*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	.	0,000	0,000
	N	312	312	312	312	312
F	Pearson Correlation	0,295*	0,299*	0,400*	1,000	0,483*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	.	0,000
	N	312	312	312	312	312
G.I	Pearson Correlation	0,575*	0,456*	0,491*	0,483*	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	.
	N	312	312	312	312	312

Valorile medii la Testele FPI și CPI

Frecvențe

Tabelul 5

		F.P.I	C.P.I
N	Valid	312	312
	Missing	0	0
Mean		8,24	23,87
Minimum		5	5
Maximum		13	30

Frecvențe F.P.I

Tabelul 6

		N	A	D	E	S	C	T.D	I	F.D	EX	NLE	M
N	Valid	312	312	312	312	312	312	312	312	312	312	312	312
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2,46	3,38	3,86	3,37	21,00	13,25	4,55	4,00	6,10	14,80	4,04	18,03
Minimum		0	0	0	0	5	3	0	0	0	1	0	7
Maximum		20	33	33	19	28	20	18	16	15	22	17	25

Frecvențe C.P.I

Tabelul 7

		A.C	A.I	I.E	R	F	C1	G.I
N	Valid	312	312	312	312	312	312	312
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		30,98	17,84	37,70	30,26	16,34	6,57	27,37
Minimum		5	6	5	3	5	1	4
Maximum		37	28	45	40	27	20	39

Aplicarea metodologiei VaR portofoliilor valutare deținute de bănci

■

Daniel Armeanu

Lector universitar doctor

Florentina-Olivia Bălu

Asistent universitar doctor

Academia de Studii Economice București

Abstract. *VaR has become the standard measure that financial analysts use to quantify market risk. VaR measures can have many applications, such as in risk management, to evaluate the performance of risk takers and for regulatory requirements, and hence it is very important to develop methodologies that provide accurate estimates. In particular, the Basel Committee on Banking Supervision at the Bank for International Settlements imposes to financial institutions such as banks and investment firms to meet capital requirements based on VaR estimates. In this paper we determine VaR for a banking currency portfolio and respect rules of National Bank of Romania regarding VaR report.*

Key words: Value at Risk (VaR); currency; bank; banking portfolio; foreign exchange risk.

■

1. Scurt istoric

Istoria VaR este legată de numele președintelui Băncii de Investiții J.P. Morgan, Dennis Weatherstone, care, în intenția de a evalua riscul total la care era expusă firma sa, le-a cerut angajaților ca, în fiecare zi la ora 16,30 să îi prezinte un raport despre riscul firmei împreună cu o măsură de risc corespunzătoare. În acest fel, în octombrie 1994, în cadrul J.P. Morgan, ia naștere Departamentul RiskMetrics, condus de Till Guldman, specializat numai în studiul și analiza riscului. În urma cercetărilor acestui departament, a rezultat o măsură pentru risc care s-a popularizat prin denumirea de *Value at Risk* (VaR).

Succesul VaR s-a datorat și importanței care i-a fost atribuită în *Raportul Grupului celor 30* din 1993 și în amendamentul din 1996 al *Acordului de la Basel*, în care se recomandă băncilor centrale să folosească VaR ca măsură de determinare a limitei minime de capital necesară unei bănci comerciale pentru a-și acoperi riscul de piață la care aceasta este expusă.

Un alt motiv pentru care această metodă s-a impus a fost și faptul că, dacă ar fi fost aplicată, mai devreme, multe falimente financiare ar fi putut fi evitate, cum ar fi:

- *Cazul LTCM – Long Term Capital Management* – un fond de investiții celebru, cu doi laureați ai premiului Nobel în conducere, pierde peste 4 miliarde dolari, din capitalul investit, doar în câteva luni (1997) (Roger LOWENSTEIN, *When Genius Failed: The Rise and Fall of Long-Term Capital Management* by Random House, 2000);
- *Cazul Metallgesellschaft* – pierde peste 1,5 miliarde dolari din tranzacții pe piața futures a petrolului (1993) (http://www.erisk.com/Learning/CaseStudies/ref_case_mg.asp);
- *Cazul Barings* – cea mai veche bancă britanică, la momentul respectiv, pierde peste 1,3 miliarde dolari (1995)

2. Definirea VaR

Valoarea la Risc ($VaR_{h,\alpha}$) măsoară *pierdere maximă probabilă* a se obține pe o anumită poziție sau pe un portofoliu de poziții, *într-o anumită perioadă de timp* (h) și *pentru un anumit nivel de încredere* ($1-\alpha$). Pierderea (sau profitul) înregistrate de un anumit portofoliu, într-o perioadă de „ h ” zile, se calculează ca diferență între valoarea inițială a portofoliului și valoarea portofoliului după cele „ h ” zile, așa cum reiese din formula de mai jos (Down, 2002):

$$\Delta W_h = W_0 - W_h,$$

unde:

W_0 = Valoarea inițială a portofoliului (cunoscută)

W_h = Valoarea portofoliului după h zile (variabila aleatoare)

ΔW_h = Pierderea (sau profitul) pe următoarele „ h ” zile

(Dacă $W_h < W_0$ înseamnă că portofoliul a înregistrat pierdere în cele „ h ” zile).

$$\alpha = P(\Delta W_h < -VaR_{h,\alpha})$$

$$1 - \alpha = P(\Delta W_h > -VaR_{h,\alpha})$$

$VaR_{h,\alpha}$ = pierderea maximă probabilă

Exemplu: Valoarea VaR pentru un anumit portofoliu este $VaR_{h,\alpha} = VaR_{1, 2.33} = 20$ milioane RON. Acest lucru poate fi interpretat astfel: pierderea maximă pe acel portofoliu într-o perioadă

de o zi este de 20 milioane RON cu o probabilitate de 99% (unei probabilități de 99% i se asociază un coeficient $\alpha = 2,33$). Asta înseamnă că, în medie, doar într-o zi din 100 zile pierderea poate depăși valoarea de 20 milioane RON.

3. Calcularea VaR

Calcularea efectivă a *Valorii la Risc* presupune stabilirea următorilor doi parametri:

- *orizontul de timp* (h) pentru care se estimează riscul
- *probabilitatea de încredere* (p) sau *procentul de toleranță la risc* ($1-p$) pentru care se calculează riscul.

Comitetul Basel *propune un orizont de 10 zile și o valoare de 1% (respectiv o probabilitate de încredere de 99%) în aprecierea VaR*.

Departamentul RiskMetrics *propune un orizont de timp de o zi și un procent de toleranță la risc de 5% (respectiv o probabilitate de încredere de 95%)*.

Odată stabilite aceste două elemente putem calcula VaR în două variante:

- ca diferență între *valoarea curentă a portofoliului* ales și *cea mai mică valoare a portofoliului* (numită și *cuantilă*) la orizont de timp ales „ h ”, cu probabilitate stabilită „ p ”.
- ca diferență între *valoarea așteptată a portofoliului* la orizontul de risc ales „ h ” cu o probabilitate „ p ” și *cea mai mică valoare a portofoliului* (cuantila) la același orizont de timp „ h ” și cu aceeași probabilitate „ p ”.

Fie:

W_0 = valoarea de piață actuală a portofoliului;

W_h = valoarea așteptată medie a portofoliului la orizontul de timp ales „ h ”;

R_m = rentabilitatea medie a portofoliului la orizontul de timp ales „ h ”;

W^* = valoarea cea mai mică (cuantila) pe care o poate înregistra portofoliul la orizontul de timp, corespunzător nivelului de încredere ales;

R^* = randamentul corespunzător cuantilei.

Folosind notațiile de mai sus, putem scrie următoarele relații:

$$W_h = W_0 \times (1 + R_m),$$

$$W^* = W_0 \times (1 + R^*)$$

Utilizând aceste două relații putem calcula VaR (pierderea maximă așteptată) în cele două variante:

■ *față de valoarea curentă a portofoliului la orizontul de timp „h”*

$$\text{VaR} = W_0 - W^* = W_0 - W_0 \times (1 + R^*) = -W_0 \times R^*$$

■ *față de valoarea așteptată medie a portofoliului la orizontul de timp „h” este:*

$$\begin{aligned}\text{VaR} &= W_h - W^* = W_0 \times (1 + R_m) - W_0 \times (1 + R^*) = \\ &= W_0 \times (R_m - R^*)\end{aligned}$$

Cea mai mică valoare a rentabilității portofoliului la orizontul de risc, R^* , se determină plecând de la funcția (f) a distribuției de probabilitate urmată de R , astfel:

$$1 - p = P(x < R^*) = \int_{-\infty}^{R^*} f(x) dx$$

În cazul în care funcția cumulativă de distribuție este cunoscută, și mai ales când aceasta este funcția cumulativă a distribuției normale, calcularea VaR se simplifică considerabil.

Pentru recunoașterea unei legi normale sunt suficienți doi parametri, respectiv media μ și varianța σ^2 . O variabilă aleatoare X , de medie μ și varianța σ , urmează o lege normală $X \sim N(\mu; \sigma)$, dacă densitatea ei de repartiție este:

$$f(x) = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x-\mu)^2}{2\sigma^2}},$$

$$x \in N(-\infty, \infty),$$

Iar funcția de repartiție este:

$$F(d) = \int_{-\infty}^d f(x) dx$$

Funcția de repartiție, numită și probabilitate cumulată cuantifică probabilitatea ca variabila aleatoare care descrie legea normală să aibă o mărime mai mică decât d , respectiv:

$$P(Z \leq d) = F(d)$$

Distribuția normală pentru care $\mu = 0$ și $\sigma = 1$ se numește distribuție standard și în acest caz variabila X este *normală sau standard* $X \in N(0;1)$. Pentru distribuția normală standard, densitatea de repartiție

este:

$$\varphi(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{x^2}{2}}$$

Pentru distribuția normală standard, funcția de repartiție va fi notată cu N în loc de F , adică:

$$P(X \leq d) = N(d) = \int_{-\infty}^d \varphi(x) dx$$

Orice distribuție normală poate fi transformată într-o distribuție normală standard utilizând următoarea transformare:

$$X = \frac{Z - \mu}{\sigma},$$

unde:

$Z \sim N(\mu, \sigma)$ = variabila aleatoare ce urmează o lege normală de distribuție $X \sim N(0, 1)$ = variabila aleatoare ce urmează o lege normală standard de distribuție.

În cazul nostru randamentele urmează o distribuție normală, astfel R și $R^* \sim N(R_m, \sigma)$.

$$1 - p = P(x \leq R^*) = \int_{-\infty}^{R^*} f(x) dx = \int_{-\infty}^{\alpha} \varphi(z) dz,$$

$$\alpha = \varphi^{-1} \times (1 - p)$$

$$\alpha = \frac{R^* - R_m}{\sigma} \rightarrow R^* = \alpha \times \sigma + R_m$$

Din tabelele privind probabilitatea cumulată la distribuția normală standard rezultă următoarele valori importante pentru parametrul d , corespunzătoare probabilităților, precum:

Probabilitatea (P)	99%	97,5%	95%	90%
Pragul d ($x ? d$)	2,33	1,96	1,65	1,29

Înlocuind R^* în formula VaR, obținem formula VaR în ipoteza distribuției normale:

■ *Față de valoarea de piață curentă W_0 a portofoliului*

$$\begin{aligned}\text{VaR} &= W_0 - W^* = -W_0 \times R^* = -W_0 \times (\alpha \times \sigma + R_m) = \\ &= -W_0 \times \alpha \times \sigma, \quad R_m = 0\end{aligned}$$

Rentabilitatea medie pe termen foarte scurt tinde la zero, astfel încât $R_m = 0$

■ *Față de valoarea așteptată medie a portofoliului la orizontul de timp ales, W_h*

$$\begin{aligned} VaR &= W_h - W^* = -W_0 \times (R^* - R_m) = \\ &= -W_0 \times (\alpha \times \sigma + R_m - R_m) = -W_0 \times \alpha \times \sigma \end{aligned}$$

Deci, pierderea maximă a portofoliului se calculează conform relației:

$$VaR = \text{Valoarea de piață curentă} \times \text{Nivelul de încredere} \times \text{Volatilitatea}$$

Din această formulă se observă că:

- o creștere a volatilității portofoliului va determina aplatizarea curbei (distribuția randamentelor), ceea ce înseamnă o creștere a VaR.
- modificarea rentabilității medii determină o glisare a curbei pe abscisă. Dacă perioada de deținere este scurtă, modificarea rentabilității medii nu va avea un impact semnificativ asupra calculului VaR. Dacă perioada de deținere este mare, modificarea rentabilității medii este semnificativă și va fi inclusă în formula VaR.
- Odată cu creșterea nivelului de încredere are loc o creștere în valoarea VaR și invers.

Având în vedere că rentabilitatea urmează o distribuție normală, există o relație de echivalare între o estimare VaR cu un anumit procent de toleranță la risc și o altă estimare la un alt procent, astfel: pornind de la formula:

$$VaR_{\alpha} = -W_0 \times \alpha \times \sigma$$

$$VaR_{\alpha_2} = \frac{VaR_{\alpha_1} \times \alpha_2}{\alpha_1},$$

unde:

$$VaR_{\alpha_1} = -W_0 \times \alpha_1 \times \sigma \text{ și}$$

$$VaR_{\alpha_2} = -W_0 \times \alpha_2 \times \sigma$$

În ultimii ani, numeroase bănci comerciale, bănci de investiții, societăți de asigurări, societăți de investiții financiare și-au elaborat propriile modele de evaluare a riscului de piață. Aceste modele interne de evaluare a riscului de piață pot fi împărțite în trei categorii în funcție de cele trei tipuri de abordări care stau la baza lor:

- *Metoda parametrică (Metoda Varianță – Covarianță sau Metoda RiskMetrics*
- *Metoda simulărilor istorice*
- *Metoda simulărilor Monte Carlo*

- *Metoda parametrică (Metoda Varianță – Covarianță)*

Această metodă se fundamentează pe următoarele două ipoteze importante:

= *presupune asumarea unei distribuții normale a randamentelor*⁽¹⁾ valorilor instrumentelor dintr-un portofoliu

= *ponderile inițiale ale instrumentelor din portofoliu (din momentul t) se mențin constante până la orizontul de risc (momentul t+1), adică:* ($x_{i,t} = x_{i,t+1}$)

= *ignoră complet prezența „fat tails” în distribuția probabilității, una dintre cele mai importante caracteristici ale datelor financiare. Din acest motiv ne așteptăm ca modelul să subestimeze în mod serios riscul.*

Totuși, analiștii au ajuns la concluzia că Risk Metrics are rezultate bune și prin urmare a devenit repede un standard de măsură a riscului. RiskMetrics a jucat și continuă să joace un rol extrem de folositor în diseminarea tehnicilor și ideilor de risc management, chiar dacă este foarte simplificat.

- *Metoda simulării istorice*

O critică majoră a metodei varianță-covarianță este legată de presupunerea unei distribuții normale pentru rentabilitate, astfel încât se poate subestima riscul unor pierderi extreme. Abordarea bazată pe simulări istorice are meritul de a contribui la contracararea acestui inconvenient.

Un avantaj al acestei metode este că *nu face nicio presupunere în ceea ce privește distribuția rentabilității*, în acest caz folosindu-se distribuția empirică obținută din analiza datelor din trecut analizate. De asemenea, simularea istorică are avantajul că este *o metodă relativ simplă* și că nu necesită calculul matricii de varianță-covarianță.

Dezavantajul metodei constă în faptul că *prezice evoluția din viitor pe baza trecutului*, contrazicând astfel modelele teoretice, care consideră că *prețurile activelor sunt procese de tip Markow* (valorile viitoare ale prețurilor depind numai de prețul de azi, nu și de cele din trecut).

■ Metoda simulării Monte Carlo

În acest caz distribuția rentabilității portofoliului pe următoarele h zile se obține generând diferite scenarii pentru factorii de risc considerați și calcularea valorii portofoliului în aceste condiții. Metoda este flexibilă, putând fi aplicată pentru toate tipurile de portofolii, însă necesită o putere mare de calcul și alegerea cu grijă a modelelor de evaluare pentru activele financiare din componența portofoliului.

4. Cerințele Băncii Naționale a României privind raportarea VaR

Ca parte a evaluării expunerii la riscul de piață, băncile vor raporta măsuri proprii ale expunerii la riscul de piață sub forma informațiilor furnizate de sistemele VaR la nivelul portofoliului de tranzacționare (*Trading Book*). Raportarea va cuprinde atât informații *calitative*, cât și *cantitative*.

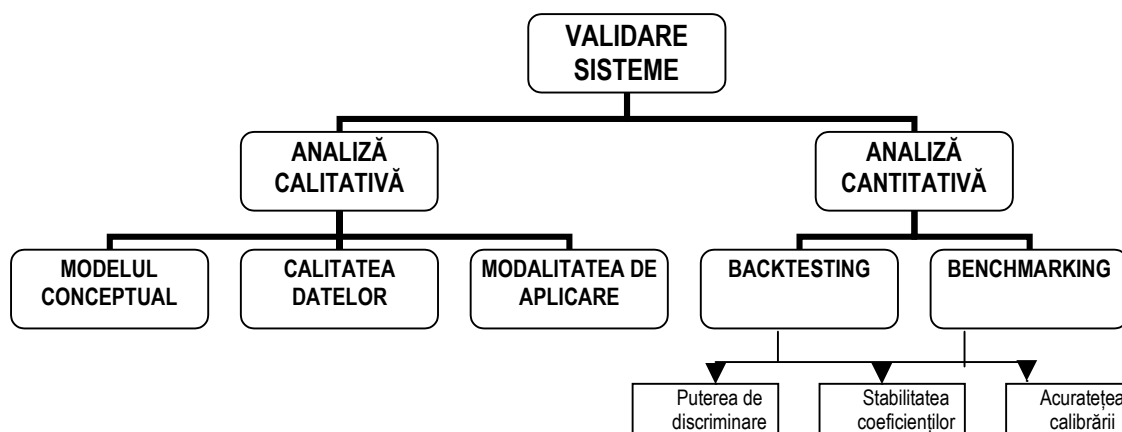


Figura 1. Aspecte calitative și cantitative ale procesului de validare

Setul de informații calitative cuprinde o scurtă descriere a sistemului VaR după cum urmează:

- Tipuri de modele VaR folosite (varianță/covarianța, simulare istorică, simulare Monte Carlo etc.)
- Tehnica de estimare a varianței/covarianței (medie mobilă simplă, medie mobilă ponderată, Garch etc.)
- Descrierea procedurilor de agregare a măsurilor VaR între diferiți factori de risc
- Descrierea procedurilor de alocare și monitorizare a limitelor VaR
- Descrierea tehnicilor de validare și testare (backtesting) a modelului
- Alte precizări.

Setul de informații cantitative cuprinde:

- Valorile VaR din momentul raportării, precum și valorile minim/mediu/maxim înregistrate în trimestrul precedent;
- Limitele VaR la nivelul Trading Book (limita agregată, limite pe factori de risc – rata dobânzii/curs de schimb);
- Rezultatele ultimei testări (back testing) a sistemului VaR.

Conform reglementărilor Băncii Naționale a României, raportările VaR vor fi rezultatul unor sisteme care se vor conforma unui set minim de standarde cantitative, cuprinzând:

- Perioada minimă de deținere (holding period) va fi de 10 zile.
- Frecvența evaluărilor VaR va fi zilnică.
- Marja de încredere pentru măsurile VaR va fi de 99%.
- Estimatorii VaR se vor baza pe un eșantion istoric de minimum 1 an.
- Reestimarea parametrilor se va face cu o frecvență nu mai mică de 1 trimestru.
- Backtesting-ul se va realiza pe un orizont de minim 250 de zile.

5. Studiu de caz

Studiul nostru de caz are în vedere aplicarea metodologiei VaR pentru măsurarea riscului aferent unui portofoliu de valute deținut de o bancă comercială. În acest scop am parcurs următorii pași:

■ **Pasul 1:** Identificarea pozițiilor lungi și scurte pe fiecare valută deținută în portofoliul băncii. Pozițiile deținute de bancă pe fiecare valută le-am luat din documentul „*Supravegherea pozițiilor valutare*”. Conform reglementărilor BNR, băncile din România sunt obligate să întocmească zilnic acest formular și să îl raporteze la BNR.

La data de 29.12.2006 din documentul „Supravegherea pozițiilor valutare” s-a desprins următoarea situație a portofoliului de valute deținute de banca TETHA:

Portofoliul de valute deținut de bancă

Tabelul 1

Currency	FX Positions	Rates 29.12.2006
AUD	121.771	2,0289
CAD	235.687	2,2146
CHF	46.424	2,1044
CZK	0	0,1230
DKK	89.855	0,4536
EGP	0	0,4495
EUR	-3.965.565	3,3817
GBP	59.733	5,0390
HUF	8.826.908	0,013437
JPY	5.729.736	0,021599
MDL	0	0,1999
NOK	773.914	0,4096
PLN	0	0,8820
SEK	148.333	0,3736
TRY	0	1,8158
USD	18.245	2,5676

■ *Pasul 2:* Construirea bazei de date, care în acest caz presupune identificarea cursurilor de schimb zilnice înregistrate de fiecare valută deținută în portofoliul băncii. Pentru băncile din România BNR solicită cursurile pentru determinarea VaR pentru o perioadă de minimum 250 zile.

În exemplul nostru am luat în considerare cursurile pe o perioadă de doi ani: 3 ianuarie 2005 - 29 decembrie 2006 (o perioadă de 510 zile).

■ *Pasul 3:* Calculul rentabilităților zilnice pentru fiecare valută din portofoliu. În acest scop putem recurge la calculul rentabilității zilnice:

■ În timp discret: $R_{it} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}} \times 100$ sau

■ În timp continuu: $R_{it} = \ln \frac{P_{i,t}}{P_{i,t-1}}$

Pe baza cursurilor zilnice, am calculat rentabilitățile zilnice în timp continuu. Pentru fiecare valută din portofoliu vom avea un număr de rentabilități mai mic cu 1 decât numărul de cursuri luate în calcul (adică vom avea 509 rentabilități calculate, pentru fiecare din cele 16 valute deținute în portofoliul bancar).

■ *Pasul 4:* Identificarea cursurilor de schimb aferente zilei în care îl calculăm pe VaR (cursurile de schimb pentru data de 29.12.2006 sunt prezentate în tabelul 1)

■ *Pasul 5:* Transformarea fiecărei poziții exprimată în valută în echivalentul lei la cursul BNR al zilei în care calculăm VaR (cursul identificat la etapa anterioară). În această etapă trebuie să avem în vedere că transformarea unei anumite poziții valutare în echivalent lei va fi de natură opusă. Exemplu: o poziție lungă pe euro de 2.000.000 la cursul de 35.000 RON/euro este echivalentul unei poziții scurte pe RON de 70.000.000.000.

Pozițiile valutare în RON

Tabelul 2

Currency	Currency position	Actual rate	Long position in RON	Short position in RON
AUD	121.771	2,0289	0	247.060
CAD	235.687	2,2146	0	521.952
CHF	46.424	2,1044	0	97.694
CZK	0	0,1230	0	0
DKK	89.855	0,4536	0	40.758
EGP	0	0,4495	0	0
EUR	-3.965.565	3,3817	13.410.350	0
GBP	59.733	5,0390	0	300.994
HUF	8.826.908	0,0134	0	118.607
JPY	5.729.736	0,0216	0	123.757
MDL	0	0,1999	0	0
NOK	773.914	0,4096	0	316.995
PLN	0	0,8820	0	0
SEK	148.333	0,3736	0	55.417
TRY	0	1,8158	0	0
USD	18.245	2,5676	0	46.846

■ **Pasul 6:** Calcularea poziției nete în RON pe total portofoliu ca diferența între poziția totală lungă și poziția totală scurtă (exemplu: o poziția totală lungă se calculează ca fiind suma tuturor pozițiilor individuale lungi din acea zi).

■ **Pasul 7:** Calculul volatilității exprimate ca abatere medie pătratică (Standard Deviation) pentru fiecare valută din portofoliu, după formula:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^T (R_{i,t} - \bar{R}_i)^2}{T-1}}, \quad \bar{R}_i = \frac{\sum_{t=1}^T R_{i,t}}{T}$$

Volatilități zilnice

Tabelul 3

AUD	CAD	CHF	CZK	DKK	EGP	EUR	GBP
0,638%	0,724%	0,567%	0,557%	0,523%	0,730%	0,522%	0,599%
HUF	JPY	MDL	NOK	PLN	SEK	TRY	USD
0,626%	0,672%	0,673%	0,630%	0,672%	0,585%	0,917%	0,726%

■ **Pasul 8:** Calcularea coeficienților de corelație pentru fiecare două valute din portofoliu și apoi construirea matricei coeficienților de corelație aferentă tuturor valutelor din portofoliu.

Calculul unui coeficient de corelație se face după următoarea formulă:

$$\rho_{ij} = \frac{\sigma_{ij}}{\sigma_i \times \sigma_j}, \quad \sigma_{ij} = \frac{\sum_{t=1}^T (R_{i,t} - \bar{R}_i) \times (R_{j,t} - \bar{R}_j)}{T-1}$$

În construirea matricei coeficienților de corelație a valutelor din portofoliu, vom presupune un coeficient de corelație egal cu 1 între valutele din portofoliu pentru care în ziua de calcul nu avem poziție.

Matricea coeficienților de corelație

Tabelul 4

	AUD	CAD	CHF	CZK	DKK	EGP	EUR	GBP	HUF	JPY	MDL	NOK	PLN	SEK	TRY	USD
AUD	1,00	0,75	0,70	1,00	0,74	1,00	0,74	0,75	0,60	0,71	1,00	0,60	1,00	0,67	1,00	0,69
CAD	0,75	1,00	0,67	1,00	0,71	1,00	0,71	0,70	0,47	0,67	1,00	0,61	1,00	0,64	1,00	0,77
CHF	0,70	0,67	1,00	1,00	0,95	1,00	0,95	0,85	0,62	0,74	1,00	0,81	1,00	0,86	1,00	0,63
CZK	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
DKK	0,74	0,71	0,95	1,00	1,00	1,00	1,00	0,86	0,67	0,76	1,00	0,82	1,00	0,89	1,00	0,70
EGP	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
EUR	0,74	0,71	0,95	1,00	1,00	1,00	1,00	0,86	0,67	0,76	1,00	0,82	1,00	0,89	1,00	0,70
GBP	0,75	0,70	0,85	1,00	0,86	1,00	0,86	1,00	0,56	0,77	1,00	0,71	1,00	0,77	1,00	0,73
HUF	0,60	0,47	0,62	1,00	0,67	1,00	0,67	0,56	1,00	0,52	1,00	0,54	1,00	0,63	1,00	0,45
JPY	0,71	0,67	0,74	1,00	0,76	1,00	0,76	0,77	0,52	1,00	1,00	0,59	1,00	0,67	1,00	0,71
MDL	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
NOK	0,60	0,61	0,81	1,00	0,82	1,00	0,82	0,71	0,54	0,59	1,00	1,00	1,00	0,78	1,00	0,54
PLN	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
SEK	0,67	0,64	0,86	1,00	0,89	1,00	0,89	0,77	0,63	0,67	1,00	0,78	1,00	1,00	1,00	0,58
TRY	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
USD	0,69	0,77	0,63	1,00	0,70	1,00	0,70	0,73	0,45	0,71	1,00	0,54	1,00	0,58	1,00	1,00

■ **Pasul 9:** Stabilirea probabilității cu care vrem să calculăm pierderea maximă aferentă portofoliului bancar de valute (adică a probabilității cu care vrem să-l calculăm pe VaR). Identificarea apoi a coeficientului de încredere (α) aferent probabilității

stabilite. Pentru băncile din România, BNR recomandă calculul VaR cu o probabilitate de 99%, iar în acest caz coeficientul de încredere este $\alpha = 2,33$.

■ **Pasul 10:** Calcularea VaR zilnic pentru fiecare valută din portofoliu după formula:

$$VaR_i = -W_{i,0} \times \alpha \times \sigma_i,$$

unde:

$W_{i,0}$ = poziția valutară netă pentru valuta luată în considerare în echivalent RON

α = coeficientul de încredere ($\alpha = 2,33$)

σ_i = volatilitatea zilnică a valutei „i”

Pierderi maxime individuale

Tabelul 5

Currency	Net open position (RONequivalent)	Standard Deviation	VaR zilnic 99%
AUD	-247.060	0,638%	-3.671
CAD	-521.952	0,724%	-8.803
CHF	-97.694	0,567%	-1.291
CZK	0	0,557%	0
DKK	-40.758	0,523%	-497
EGP	0	0,730%	0
EUR	13.410.350	0,522%	163.241
GBP	-300.994	0,599%	-4.204
HUF	-118.607	0,626%	-1.730
JPY	-123.757	0,672%	-1.936
MDL	0	0,673%	0
NOK	-316.995	0,630%	-4.656
PLN	0	0,672%	0
SEK	-55.417	0,585%	-756
TRY	0	0,917%	0
USD	-46.846	0,726%	-793

■ *Pasul 11:* Calculul VaR zilnic pentru întregul portofoliu de valute, utilizând formula riscului pentru un anumit portofoliu, diferența constând în faptul că de această dată riscul se calculează prin indicatorul VaR în loc de indicatorul de varianță. Formula de calcul a riscului unui portofoliu utilizând indicatorul de varianță este:

$$\sigma_p^2 = \sum_i \sum_j x_i \times x_j \times \sigma_{ij} = \sum_i \sum_j x_i \times x_j \times \sigma_i \times \sigma_j \times \rho_{ij} \text{ sau}$$

$$\sigma_p^2 = \sum_{i=j}^n x_i^2 \times \sigma_i^2 + \sum_i \sum_{j,i \neq j} x_i \times x_j \times \sigma_i \times \sigma_j \times \rho_{ij}$$

Dar, în cazul nostru indicatorul de măsurare a riscului este VaR în loc de σ . În această situație formula VaR pentru un portofoliu devine (ponderile sunt luate în considerare în calcul VaR individual aferent fiecărei poziții valutare):

$$VaR_p^2 = \sum_i \sum_j VaR_i \times VaR_j \times \rho_{ij} \text{ sau}$$

$$VaR_p^2 = \sum_{i=j}^n VaR_i^2 + \sum_i \sum_{j,j \neq i}^n VaR_i \times VaR_j \times \rho_{ij}$$

Același lucru poate fi scris matriceal astfel:

$$VaR_p^2 = (VaR_1 \quad VaR_2 \quad \dots \quad VaR_n) \times \begin{pmatrix} \rho_{11} & \rho_{12} & \dots & \rho_{1n} \\ \rho_{21} & \rho_{22} & \dots & \rho_{23} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \rho_{n1} & \rho_{n2} & \dots & \rho_{nn} \end{pmatrix} \times \begin{pmatrix} VaR_1 \\ VaR_2 \\ \dots \\ VaR_n \end{pmatrix}$$

$$\text{Adică: } VaR_p = V^t \times \Psi \times V,$$

unde:

V = vectorul valorilor VaR individuale ale valutei din portofoliu;

Ψ = matricea coeficienților de corelație dintre rentabilitățile zilnice ale valutei din portofoliu.

Exemplu: pentru un portofoliu format din două valute, calcul VaR se reduce la următoarea formulă:

$$VaR_p^2 = (VaR_1 \quad VaR_2) \times \begin{pmatrix} \rho_{11} & \rho_{12} \\ \rho_{21} & \rho_{22} \end{pmatrix} \times \begin{pmatrix} VaR_1 \\ VaR_2 \end{pmatrix}$$

sau

$$VaR_p = \sqrt{VaR_1^2 + VaR_2^2 + 2 \times VaR_1 \times VaR_2 \times \rho_{12}}$$

$$VaR_p = 141.595$$

■ *Pasul 12:* Calculul VaR pentru portofoliul ales la orizontul de timp stabilit h:

$$VaR_{p,h} = VaR_p \times \sqrt{h}, \quad VaR_p \text{ este VaR calculat}$$

pentru un orizont de timp de 1 zi

$$VaR_{p,10} = 447.763, \quad h = 10 \text{ zile}$$

În exemplul nostru am calculat valoarea la risc cu o probabilitate de 99%, la un orizont de timp de o zi și apoi de 10 zile. Valoarea curentă a portofoliului am considerat-o a fi în data de 29 decembrie 2006.

Tabelul 6

Value-at-Risk (RON)	
Value-at-Risk for 1 day	141.595
Days	10
Probability	99%
Confidence Level	2,33
Final Value-at-Risk	447.763

Seriile de date utilizate sunt reale, ele fiind luate de pe site-ul Băncii Naționale a României, pentru valutele din portofoliu cotate de BNR. Pentru valutele din portofoliu băncii pentru care BNR nu oferă cotații, am utilizat cursul valutar în raport cu

euro, publicat BCE și printr-o operație cross am calculat cursul valutar în raport cu RON, utilizând cursul RON/EUR oferit de BNR.

În mod concret, am utilizat serii de date privind cursul de schimb valutar al tuturor celor 16 valute pe care banca le deține de obicei în portofoliu (la data de 29.12.2006, banca avea poziții deschise doar pe 11 valute), în raport cu moneda națională, pe o perioadă de doi ani, adică 3 ianuarie 2005-29 decembrie 2006.

Prelucrările statistice le-am realizat în Microsoft Office Excel.

Concluzie: În studiul nostru de caz am prognozat cu o probabilitate de 99% care va fi pierderea maximă a valorii portofoliului, datorată unei eventuale aprecieri a monedei naționale, la data de 3 ianuarie 2007. Am calculat VaR pentru fiecare

valută deținută în portofoliu și apoi matricea coeficienților de corelație dintre rentabilitățile zilnice ale valutilor deținute în portofoliu. Ținând cont de valorile coeficienților de corelație și de valorile VaR individuale valutare, am calculat, în final, valoarea VaR aferentă portofoliului.

Tabelul 7

Final Value-at-Risk (RON)	Gross VaR (RON)
447,763	517,569

Din rezultatele obținute se observă că nivelul VaR pentru portofoliul nostru (*Final Value-at-Risk*) este mai mic decât suma valorilor VaR individuale, aferente fiecărei valute (*Gross VaR*), datorită luării în calcul a coeficienților de corelație dintre valutele din portofoliu.

Notă

- ⁽¹⁾ Randamentul valorii portofoliului se determină ca o medie a randamentelor valorilor instrumentelor ponderată cu valoarea inițială a instrumentelor. Astfel,

din moment ce randamentul portofoliului este o combinație liniară de variabile normale rezultă că și acesta urmează tot o distribuție normală.

Bibliografie

- Basak, S., Shapiro, A., „Value-at-Risk Based Risk Management: Optimal Policies and Asset Prices”, *Review of Financial Studies*, 2000
- Berkowitz, J., Brien, J. (2001). *How Accurate are Value-at-Risk Models at Commercial Banks?*, Graduate School of Management Division of Research and Statistics University of California, Irvine Federal Reserve Board
- Butler, C. (1999). *Mastering value at risk: a step-by-step guide to understanding and applying VaR*, Pitman
- Collier, C., Forbush, S., Nuxoll, D.A., „Evaluating the Vulnerability of Banks and Thrifts to a Real Estate Crisis”, *FDIC Banking Review*, 2003 <http://www.fdic.gov/bank/analytical/banking/2003dec/>

- Committee on Global Financial System, „Stress Testing at Major Financial Institutions: Survey Results and Practice”, *Working group report*, Bank for International Settlements, 2005 <http://www.bis.org/publ/cgfspubl.htm>
- Down, K. (2002). *Measuring Market Risk*, John Wiley of Sons, Chichester
- Greuning, H., Bratanovic, J. (2004). *Analyzing and Managing Banking Risk, A Framework for Assessing Corporate Governance and Financial Risk*, Editura Irecson, București
- Hoggarth, G., Logan, A., Zicchino, L., „Macro Stress Tests of UK Banks”, *Manuscript*, Bank of England, 2004, <http://www.bis.org/publ/bppdf/bispap22t.pdf>
- Holton, G.A. (2003). *Value-at-risk: theory and practice*, Academic Press

- Hull, J. (2006). *Risk Management and Financial Institutions*, John Wiley & Sons
- Jorion, P. (2001). *Value-at-Risk: the New Benchmark for Controlling Market Risk*, McGraw-Hill
- Penza, P., Bansal, V. (2000). *Measuring Market Risk with Value at Risk*, John Wiley & Sons
- Roșoagă, A., *Utilizarea metodologiei Value-at-Risk în gestiunea riscului și optimizarea portofoliilor*, http://www.sorec.ro/pdf/OEcoN3/12_A.Rosoaga.pdf
- Saunders, A. (1999). *Credit risk measurement: New approaches to value at risk and other paradigms*, John Wiley & Sons
- Sorge, M., „*Stress-Testing Financial Systems: An Overview of Current Methodologie*”, Working paper no. 165, Monetary and Economic Department, Bank for International Settlements, 2004 <http://www.bis.org/publ/work165.htm>
- Tomiță, T., „Valoarea la Risc Value at Risk (VaR)”, *BRM Business Consulting*, <http://www.riskmanagement.ro>

Economia dezvoltării și dezvoltarea economică: de ce contează instituțiile?

■

Cosmin Marinescu

Lector universitar doctor

Academia de Studii Economice București

Abstract. *Economic development is a complex phenomenon, at least when speaking about understanding its real sources, despite the simplifying tendencies of economic growth neoclassical theories. These orthodox theories limit themselves to identifying the necessary conditions – such as capital accumulation and technological progress – for production increasing. But, in order to explain “why” people are saving, investing, learning and looking for knowledge, we must take into consideration the institutions that define any economic system. Within society, people are perceptive to a system of general rules that provides incentives and constraints for human behavior. Institutions’ and human action’s mutuality, and also its economic and political implications, explain the essential importance of institutions in economic science and the institutional approach viability.*

Key words: institutions; development economics; property rights; economic development.

■

Destul de târziu în istoria umanității și datorită eforturilor intelectuale sistematice de construire a unor explicații științifice, sigure, cu privire la posibilitățile oamenilor de îmbunătățire a propriilor condiții, s-a înțeles că omul este dăruit cu rațiune, prin intermediul căreia are capacitatea de a cunoaște legile universului material în care trăiește: „cât timp lumea a fost cărmuită de cutumă și de autoritate (Heilbroner, 1994, p. 41) – filozofii nu s-au prea interesat de problema bogăției și a sărăciei”.

În studiul de față doresc să evidențiez modul în care analiza economică a instituțiilor, respectiv economia instituțională⁽¹⁾, favorizează explicarea primelor manifestări ale „dezvoltării economice moderne”⁽²⁾, ca „accident” excepțional și necesar

în istoria umanității. În ultimă instanță, „dezvoltarea economică este o formă de schimbare, iar schimbarea implică inovație” (Rosenberg, Birdzell, 1986, p. 266), implicit în sfera argumentelor „economiei dezvoltării” prin care economiștii caută să explice progresul economic și evoluția societății umane.

1. Economia dezvoltării și dezvoltarea economică

Istoria economiei dezvoltării începe, fără îndoială, cu Adam Smith. În „Avuția națiunilor”, considerată a fi primul tratat vast de economie, Smith a urmărit identificarea acelor factori esențiali în crearea avuției și, deci, în asigurarea dezvoltării

Economia dezvoltării și dezvoltarea economică: de ce contează instituțiile?

economice⁽³⁾. Cu privire la paternitatea problematicii creșterii economice, Mark Blaug relevă: „Apare evident din titlul lucrării [...] că *dezvoltarea națiunilor* este de fapt subiectul principal al cărții. Este evident acest lucru, de asemenea, din distincția dintre munca productivă și neproductivă, din analiza sa considerată confuză dintre ceea ce numim ierarhia productivității ramurilor economice, din aprecierile sale asupra economisirii, din tratarea rolului capitalului, din abordarea ciudată a teoriei valorii [...] și, mai mult, din discuția sa despre politicile economice și sensul impactului lor asupra creșterii economice în trecut, ca și în decursul dezvoltării economice în diferite țări din epoca sa” (Blaug, 1992, p. 96).

Economia dezvoltării din secolul trecut s-a remarcat prin încercarea de a schimba radical această viziune clasică asupra dezvoltării economice, considerată tradițională și, deci, depășită. De altfel, pentru foarte mulți economiști, semnificația cadrului instituțional – invocat implicit, dar sistematic, de-a lungul întregii opere smithiene – este doar una marginală, dacă nu irelevantă pentru complexitatea societății actuale. Probabil că marea realizare a economiștilor din ultimii cincizeci de ani, cea care asigură poate singurul element de unitate în marea diversitate a economiei dezvoltării, este înțelegerea faptului că *dezvoltarea economică este posibilă, însă nu și inevitabilă*.

Întrebarea „De ce unele țări sunt mai bogate decât altele?” este problema crucială la care și-au propus să răspundă mai toți economiștii. Începând cu secolul al XVIII-lea, au fost propuse o mulțime de teorii și modele ale dezvoltării economice, cu ecou diferit asupra proceselor economice reale. Există în continuare o dezbatere aprinsă asupra a ceea ce este considerată a fi sursa determinantă a dezvoltării economice. Aceasta a fost considerată a fi diviziunea muncii la Adam Smith, acumularea capitalului la Karl Marx (care privește eronat tendința de reducere a ratei profiturilor ca inefficientă în a regula acumularea de capital din cadrul economiei), inovațiile la Joseph Schumpeter, rata economisirii și a investițiilor la Roy Harrod și E. Domar. Modelul neoclasic al lui Robert Solow este cel care caută să explice decalajele de dezvoltare economică între țări prin diferențele în eficiența combinării factorilor de producție (factorul uman, capitalul și noile tehnologii). Mai nou, J. Stiglitz așază la baza dezvoltării economice raportul de „eficiență” în funcționarea sectorului

privat și a celui public, precum și exigențele societății civile și ale individului, aflat permanent într-o cursă a educării și a cunoașterii.

Cea de-a doua jumătate a secolului XX a fost dominată, aproape în întregime, de mirajul cantitativ încorporat în funcțiile matematice ale modelului Solow⁽⁴⁾. După cum relevă David Romer, modelul Solow reprezintă baza pentru toate dezvoltările moderne din teoria creșterii economice. Ipotezele modelului sunt: progresul tehnologic apare drept neutral (exogen), funcția de producție cu randamente de scară constante, stocurile de capital și muncă sunt crescătoare, cu rate constante (exogene) de creștere.

În esență, arată economiștii empiriști, modelul lui Solow este important datorită faptului că demonstrează că, oricare ar fi punctul de plecare pe o traiectorie de creștere, există o creștere echilibrată. Trebuie remarcat totuși și principalul neajuns al modelului de față, și anume acela că nu are capacitatea de a explica în mod coerent decalajele internaționale privind nivelurile de dezvoltare economică, neajuns ce a trebuit sancționat. Astfel, succesorii lui Solow au modificat totodată și anumite ipoteze ale modelului, și anume trecerea de la *randamente de scară constante* la *randamente crescătoare* și tratarea *progresului tehnic ca factor endogen* ce contribuie la creșterea venitului național.

O altă explicație a gradului de dezvoltare economică, care pare a combina unele dintre argumentele neoclasiche, se concentrează asupra factorilor geografici. Jeffrey Sachs, de exemplu, a dezvoltat ideea că geografia și localizarea sunt determinante majore ale diferențelor dintre țări cu privire la rata de creștere sau nivelul venitului. El a subliniat importanța a trei mari factori: clima tropicală, accesul la un port oceanic și distanța țării respective față de centrele comerciale importante ale lumii (precum Rotherdam, New York sau Tokio). În conformitate cu punctul său de vedere, clima tropicală este un factor prohibitiv în procesul creșterii din cauza pericolului reprezentat de diferite maladii, dar și datorită efectului negativ al atmosferei calde și umede asupra productivității muncii (Gwartney et al., 2004, p. 3). Lipsa accesului la un port oceanic înseamnă costuri de tranzacție mai mari și o dezvoltare insuficientă a comerțului cu o parte importantă a economiilor lumii. O localizare la distanță față de principalele piețe internaționale se constituie în constrângeri suplimentare în calea comerțului. În consecință,

se vor reduce câștigurile din diviziunea muncii, specializare și economiile de scară. Mai mult decât atât, fiecare dintre acești factori tind să reducă atractivitatea unei țări ca posibilă locație de producție pentru investitorii străini.

Consider, însă, că a invoca în prezent caracterul determinant al factorului geografic în explicarea decalajelor de dezvoltare economică înseamnă a nega însăși esența dezvoltării, și anume efortul uman sistematic de ameliorare a condițiilor vieții. Localizarea geografică și resursele naturale nu pot explica dezvoltarea economică⁽⁵⁾, în cel mai bun caz decât până la un anumit punct, așa cum voi arăta în finalul studiului.

După cel de-al doilea război mondial, dezvoltarea economică a devenit conceptul-cheie al teoriei economice. Subdezvoltarea noilor țări independente, apărute în urma destrămării sistemului colonial din Africa, Asia și America Latină, a ridicat problema elaborării unei teorii a dezvoltării – *economia dezvoltării*.

Numeroși economiști și-au pus imaginația în slujba identificării surselor esențiale ale dezvoltării: P. T. Bauer, C. Clark, A. Hirschman, W. A. Lewis, G. Myrdal, R. Prebish, H. W. Singer, J. Tinbergen etc. Dificultățile economice cu care se confruntă, în prezent, mare parte din populația globului demonstrează fie că „rețeta dezvoltării” nu a fost găsită, fie că – dacă aceasta există – ea nu a reușit, deocamdată, să câștige încrederea și interesul decidenților politici spre a fi consecvent implementată. De exemplu, presupusa „rețetă a dezvoltării” recomandată cu asiduitate de organismele financiare internaționale – stabilizare macro, management etatist al echilibrelor financiare și intensificarea asistenței financiare externe pentru țările sărace – a generat implicații adverse în multe țări care au „experimentat” un astfel de program (centralizat).

În esență, dincolo de latura sa deterministă, cantitativă, a programului economic actual, economia dezvoltării caută să răspundă la întrebarea: ce „forțe” stau la baza diferențelor de dezvoltare economică existente între țări? Tema esențială a discuției pare a se concentra pe ideea că țările dezvoltate, industrializate, se deosebesc semnificativ de țările în dezvoltare prin mult mai multe elemente decât prin nivelul de capital, chiar al capitalul uman existent. Această perspectivă arată că țările dezvoltate și cele aflate în dezvoltare se definesc prin diferite „funcții de producție” și prin diferite aranjamente de organizare economică.

De aceea, dezvoltarea economică tinde să fie privită mai puțin ca un proces de acumulare de capital, ci, într-o tot mai mare măsură, drept un proces de schimbare a aranjamentului de dezvoltare economică.

În ceea ce privește factorul de producție capital, eventual capitalul financiar, teoria economică arată că mai mult capital poate fi de folos, însă trebuie remarcat faptul că intensificarea asistenței financiare nu echivalează nici cu un „transfer de capital” și nici nu rezolvă problema dezvoltării economice (World Bank, 1999). De altfel, această concluzie, potrivit căreia redistribuirea nu rezolvă problema sărăciei, ci o poate chiar accentua, este argumentată infailibil de logica științei economice și demonstrată fără echivoc de istoria asistenței financiare internaționale.

În viziunea tradițională asupra dezvoltării economice, s-a presupus că Lumea a Treia este săracă datorită lipsei capitalului. Astfel, soluția ar consta în transferul de bani de la cei dezvoltati la cei subdezvoltați. Peter Bauer (1981) arată, însă, că „a avea bani este rezultatul unei realizări economice, nu o condiție preliminară a acesteia”. După 1950, numai Banca Mondială a acordat țărilor în curs de dezvoltare o asistență financiară de peste 300 miliarde de dolari. Însă, cei peste 40 de ani de transferuri internaționale către Lumea a Treia nu au adus beneficiile scontate⁽⁶⁾. Ajutoarele externe de miliarde de dolari, oferite cu generozitate țărilor africane de organismele financiare internaționale, au avut eficacitate modestă sau au înregistrat eșecuri usturătoare în planul reducerii sărăciei (India, unele țări din America Latină și Africa).

Înțelegerea adevărului esențial că prosperitatea se bazează pe crearea avuției, nu pe redistribuirea acesteia, indică necesitatea reevaluării argumentului asistenței financiare în economia dezvoltării. Există, în prezent, numeroase lucrări care demonstrează că asistența financiară externă nu creează și nici nu se corelează cu factorii esențiali ai prosperității⁽⁷⁾. Aceasta este confirmarea faptului că *practicile redistributive alterează întreaga structură de stimulente și constrângeri care ghidează efortul productiv, inițiativa și activitatea antreprenorială*.

În prezent, analizele din domeniul economiei dezvoltării se bazează, în mod esențial, pe anumite convingeri pe care economiștii neoclasici le-au ridicat la statutul de dogme. În primul rând, este vorba despre credința că funcționarea economiei de piață nu este suficientă pentru obținerea

dezvoltării economice, ceea ce atrage necesitatea ca piața liberă să fie completată (adică înlocuită) prin diferite forme de control guvernamental direct, atât la nivel național, cât și internațional. În al doilea rând, ca element complementar, este vorba de prevalarea concepției holiste că analiza microeconomică a alocării resurselor devine aproape lipsită de relevanță în conceperea politicilor publice.

În acest context, scopul esențial al guvernului este acela de a implementa strategii „rapide” de dezvoltare economică, în care de primă importanță sunt agregatele macroeconomice și ritmurile în care evoluează acestea – PIB, consum, cheltuieli guvernamentale, investiții, balanță de plăți⁽⁸⁾ etc. În al treilea rând, este vorba de credința că principiul clasic al *laissez-faire*, pe care s-a întemeiat dezvoltarea economică în secolul al XIX-lea, a devenit inaplicabil pentru țările în dezvoltare. Acestea, pentru accelerarea procesului de convergență cu țările dezvoltate, au nevoie de o și mai mare implicare a statului în problemele economice. O astfel de concepție nu căuta, însă, să definească rolul pe care statul l-ar putea avea în procesul dezvoltării economice și nici semnificația „implicării” acestuia.

Fundamentată pe idei economice eronate, după cum s-a dovedit mai târziu, doctrina economică postbelică prezenta statul ca panaceu al tuturor problemelor economice, iar cheltuielile publice ca instrument miraculos de rezolvare a acestora. Teoria economică devine dominată de „revoluția” keynesiană (*The End of Laissez-Faire* – 1926 și *Teoria Generală* – 1936) și de operele urmașilor ei (Richard Musgrave, *The Theory of Public Finance* – 1959 și J. K. Galbraith, *The Affluent Society* – 1958), prin viziunea activistă atribuită rolului statului.

Cele mai frecvente interpretări asociate dezvoltării economice pot fi sintetizate în următoarele categorii: știință și invenție, dotarea în materie de resurse naturale, argumente de natură psihologică, administrare (guvernare) defectuoasă, stimulente rezultate din inegalitățile ce operau la nivelul veniturilor și avuției, imperialismul și exploatarea colonială sau practicile sclavagiste ale unor societăți. Fără a exclude importanța parțială a acestor numeroase interpretări, voi arăta de ce analiza instituțională trebuie să capete merite superioare în aprecierea istorică a performanțelor economice.

Unele dintre cele mai populare explicații ale prosperității economice occidentale se concentrează pe *rolul științei și al inovațiilor*. Însă, presupunând

că știința și inovațiile se constituie în cauze suficiente ale producerii de avuție, atunci de ce China sau națiunile islamice, care erau lideri în știință și inovații pe vremea în care Occidentul depășea feudalismul și intra într-o nouă eră, nu au fost țările care să înregistreze mutații permanente și consistente dinspre sărăcie către prosperitate?⁽⁹⁾

Creșterea economică susținută a Occidentului a început cu emergența unor structuri economice de piață caracterizate printr-un grad înalt de autonomie față de controlul politic și religios. Relaxarea controlului politic asupra sferei economice a însemnat expansiunea comerțului, în contextul unui sistem de prețuri supus într-o mai mică măsură autorității politice. Autonomizarea activităților comerciale a fost posibilă în contextul creșterii libertății comercianților de a decide când și la ce prețuri să cumpere și să vândă. Libertatea schimbului s-a afirmat treptat, pe măsura diminuării nenumăratelor restricții ale societății feudale, inclusiv respingerea principiului potrivit căruia comerțul trebuie să aibă loc doar la un preț „just”.

Extinderea schimbului a însemnat atât o *schimbare cantitativă*, reflectată într-o creștere a volumului comerțului, cât și o *schimbare calitativă*, reflectată în substituirea treptată a practicilor medievale ale schimbului (bazate pe raporturi cutumiare, în principal) și în utilizarea prețurilor de piață ca rezultate ale negocierilor între comercianți. Aceste schimbări s-au materializat în afirmarea aproape definitivă a *instituției contractului*, ca instituție fundamentală a sistemelor economice de piață. Expansiunea piețelor a făcut posibilă creșterea specializării în sistemul de interacțiuni economice. Creșterea specializării în activitatea economică presupunea piețe suficient de largi pentru a furniza posibilitatea exploatării intensive a oportunităților oferite de specializare.

În termenii lui Adam Smith (1992: cap. 3), această evoluție corespunde faptului că „*diviziunea muncii este limitată de dimensiunea pieței*”. Schimbarea calitativă, mai importantă decât cea cantitativă, este rezultatul unui proces complex de *inovație instituțională*. Schimbarea calitativă a însemnat renunțarea aproape completă la acele practici comerciale și credințe proprii feudalismului⁽¹⁰⁾. Desfășurarea comerțului în evul mediu a arătat că *pieța și sistemul de prețuri constituiau instituții incompatibile cu valorile medievale*, mai puțin în câteva centre comerciale delimitate prin divergențe jurisdicționale față de structura politică medievală (Rosenberg, 1986, p. 72).

Dezvoltarea economică este un fenomen relativ recent: originile acestuia se găsesc în secolul al XVII-lea. Numeroși economiști au dobândit obișnuința de a considera revoluția industrială ca punct de plecare a societății industriale moderne și, deci, a prosperității economice. Însă, aceasta este o interpretare istorică eronată. *Manifestarea „creșterii economice” este, de fapt, un fenomen anterior revoluției industriale propriu-zise, deoarece revoluția tehnologică constituie doar una dintre manifestările creșterii economice, semnul principal al acesteia, și nu cauza ei determinantă.*

Afirmat pentru prima dată în secolul al XVII-lea, fenomenul creșterii economice nu s-a manifestat prioritar în Anglia, locul declanșării revoluției industriale, ci în Țările de Jos: pentru prima dată în istoria umanității două țări ofereau, într-o manieră durabilă, un nivel de viață superior unei populații aflate în creștere. Aceasta se întâmpla cu aproape un secol înaintea manifestării primelor semne reale ale revoluției industriale, care avea să producă, de altfel, prosperitatea fără precedent a Angliei⁽¹¹⁾.

De ce Țările de Jos și Anglia? De ce nu Franța sau Spania? „Pentru că – după cum explică Douglass North – vechile provincii spaniole și Anglia constituie primele națiuni europene dotate cu un sistem de instituții sociale și drepturi de proprietate care au făcut posibilă exploatarea eficientă a motivațiilor individuale, ceea ce a asigurat orientarea resurselor către cele mai utile activități productive. Revoluția industrială nu este cauza progresului economic. Ea nu reprezintă altceva decât reflectarea acestuia, fenomen ale cărui origini constau în configurarea unei structuri a drepturilor de proprietate. Aceasta a creat condițiile sociale necesare celei mai bune alocări a resurselor productive”(North, Thomas, 1973, p. 98).

Așadar, contrar considerentelor ortodoxe, istoria dezvoltării economice moderne nu se identifică cu istoria progresului tehnic, ci cu cea a „drepturilor” concepute ca tehnologie de organizare a raporturilor umane. Această evoluție este inseparabilă de geneza capitalismului și a sistemului modern al drepturilor de proprietate. Oportunitățile schimbului, în sensul avantajelor mutuale extrase de comunitățile europene din schimbul producțiilor specifice acestora, au existat dintotdeauna. Însă, condiția necesară pentru descătușarea acestor oportunități economice a constatat în *extinderea gradului de libertate economică față de exercitarea arbitrară a autorității*.

Consecința primară a prosperității economice, fenomen reflectat de și difuzat prin intermediul

dezvoltării piețelor, inovațiilor comerciale și tehnologice, constă în *transformarea anumitor instituții sociale, de natură să creeze stimulentele necesare unei și mai eficiente alocări a resurselor*. Primele manifestări ale progresului economic apar atunci când oamenii au început să fie suficient de motivați pentru a dezvolta un comportament antreprenorial, căutând și creând astfel noi oportunități de câștig. De ce depinde valorificarea acestor oportunități? Pe de o parte, de costurile pe care întreprinzătorii le estimează în vederea captării acelor câștiguri; pe de altă parte, de structura drepturilor de proprietate. Exclusivitatea proprietății private oferă stimulentele necesare suplimentului de productivitate degajat prin inițiativa „inovatorilor”.

Noțiunea de „drepturi de proprietate” nu are aici un sens strict uzual, ci unul economic: adică ansamblul de reguli, legi și uzanțe ce contribuie la stabilirea drepturilor fiecăruia în legătură cu apropierea, utilizarea și transferul bunurilor. Impozitul, taxele vamale, spre exemplu, sunt instituții care dau statului un „drept de proprietate” asupra rezultatelor activităților economice ale rezidenților; ele se materializează în impunerea obligației de împărțire a rezultatelor eforturilor personale cu un terț, ceea ce înseamnă limitarea drepturilor de proprietate asupra „fructelor” muncii proprii. De asemenea, situația în care statul conferă unei persoane sau întreprinderi un drept comercial (legal) echivalează cu acordarea de „privilegii” și creează prejudicii altor persoane, consumatorilor și potențialilor concurenți, ceea ce înseamnă „deposedare” de proprietate.

Astfel, orice intervenție guvernamentală, orice act legislativ – fie că este vorba de o lege electorală, de un sistem de asigurări sociale sau de protecția drepturilor sindicale etc. – înseamnă modificarea și crearea de noi drepturi (de proprietate), în măsura în care se modifică, într-o manieră directă sau indirectă, repartiția valorii nou create⁽¹²⁾.

Însă drepturile de proprietate nu reprezintă decât o anumită parte a *factorului instituțional* avut în vedere în acest studiu. Modul în care drepturile de proprietate „lucrează”, *de facto*, în viața reală este circumscris multor altor *variabile instituționale*, de la structurarea puterii politice în societate și până la ideologiile și valorile culturale care modelează conceperea și funcționarea politicilor economice. Însă, înainte ca factorul instituțional să fie „integrat”, metodic, în teoria dezvoltării economice, voi supune *instituțiile* unui exercițiu de analiză a locului acestora în știința economică.

De ce contează instituțiile?

Abordarea pe care o propun în acest studiu pornește de la recunoașterea faptului că *acțiunea umană și rezultatele acesteia trebuie analizate, în mod fundamental, în corespondență cu regulile sociale și politice care guvernează relațiile interpersonale în societate*. Astfel, abordarea economică a instituțiilor (economia instituțională) are în centrul său problema identificării sistemului instituțional optim⁽¹³⁾, în virtutea posibilităților evidente de analiză comparată a aranjamentelor instituționale alternative.

Noțiunea de *instituție socială* se referă la o *regularitate în comportamentul social, adică un comportament specific în situații recurente specifice*. Instituția socială este asociată unei reguli, unei regularități în comportamentul uman, fie în sensul unei constrângeri autoimpuse, fie impusă de o autoritate externă.

Instituțiile reprezintă regulile jocului în societate, adică setul de constrângeri și stimulente care modelează interacțiunile umane. Diferitele constrângeri și stimulente sunt adoptate și consolidate în măsura în care acțiunea umană recurentă desfășurată în condițiile acestora se soldează cu atingerea scopului propus.

Economia instituțională modernă se întemeiază pe postulatul potrivit căruia *modificarea stimulentei (a instituțiilor și aranjamentelor instituționale) influențează acțiunea umană într-o manieră predictibilă*, în condițiile oricărei forme de organizare socială. Stimulentele afectează comportamentul uman în toate aspectele vieții noastre, de la cooperarea socială în cadrul pieței până la deciziile non-piață sau cele politice⁽¹⁴⁾. În acest sens, economia instituțională încorporează analize privind *impactul aranjamentelor instituționale alternative, ca sisteme de reguli sociale, asupra modului în care oamenii își îndeplinesc scopurile* și, implicit, asupra dezvoltării economice generale. De asemenea, abordarea instituțională desemnează, în mod necesar, și analizele de *feedback* referitoare la modul în care instituțiile evoluează, adică explicațiile (teoriile) formulate asupra procesului de schimbare instituțională.

Prin însăși natura vieții în societate, *oamenii sunt receptivi la un sistem de reguli generale ce structurează și ghidează în diferite moduri comportamentul uman*. Aceasta reprezintă condiția necesară formării unei ordini spontane

nonconflictuale a acțiunilor umane. Instituțiile oferă oamenilor gradul de încredere și stabilitate necesar manifestării schimburilor interpersonale și extinderii diviziunii sociale a muncii pe această bază. În absența unui anumit grad de predictibilitate și încredere, adică în absența unor reguli generale ale comportamentului uman, oamenii nu vor fi capabili să concentreze și să exploateze pe deplin abilitățile și cunoștințele pe care le dețin, dar și acelea care pot fi astfel obținute. În acest fel, numeroase acțiuni productive (inclusiv schimburile reciproc generatoare de bunăstare) nu vor avea niciodată loc (Hazlitt, 1988, pp. 53-61).

Prin evocarea învățămintelor pe care David Hume și apoi Adam Smith le-au expus în lucrările *Inquiry Concerning the Principles of Morals* (1752), respectiv *Theory of the Moral Sentiments* (1759), Henry Hazlitt susține chiar ideea necesității unui „omagiul față de regulile generale”. Avantajele rezultate din virtuțile sociale ale justiției (ale drepturilor de proprietate și ale legii) și încrederii nu constituie consecința directă a fiecărui act individual izolat, ci rezultă din întregul sistem de relații interpersonale care formează, de fapt, societatea. Pacea și ordinea socială sunt fenomene care însoțesc în mod necesar domnia legii (a regulilor de drept), împotriva exploatării și violenței instituționalizate încorporate, se pare, în însuși modul de organizare a societății.

Structurile instituționale descentralizate (de piață) favorizează coordonarea spontană a acțiunilor și planurilor individuale, ceea ce desemnează ordinea spontană (nonconflictuală) a societății.

Pentru numeroși economiști, *principiul „ordinii spontane”* reprezintă, de fapt, „logica libertății” și echivalează cu *principiul „mâinii invizibile”*, probabil una dintre cele mai importante descoperiri intelectuale din întreaga istorie a științei (economice). De exemplu, legile predictibile ale procesului de piață armonizează acțiunile individuale într-un rezultat general favorabil, care nu făcea parte din intențiile oamenilor care l-au produs; manifestarea ordinii spontane a pieței devine însă subordonată gradului în care instituțiile dreptului de proprietate și a (libertății și respectării) contractului susțin procesul de schimb. Pentru domeniul analizei instituționale este relevantă extinderea principiului ordinii spontane (al „mâinii invizibile”), cu toate implicațiile sale normative, la însăși emergența structurilor instituționale (reguli sociale, norme de conduită etc.).

Rafinarea explicațiilor privind formarea și evoluția instituțiilor se bazează pe aparenta simplitate a principiului ordinii spontane⁽¹⁵⁾. Cooperarea socială este determinată de manifestarea unor reguli recunoscute și mutual acceptate; în absența acestora, oamenii nu vor putea nici măcar să circule pe stradă sau să comunice. În același timp, relațiile interpersonale facilitează evoluția instituțiilor corespunzător gradului de dezvoltare a diviziunii sociale a muncii în societate. În acest fel se poate explica, de exemplu, formarea regulilor de trafic, ca fenomen instituțional ce favorizează și în același timp rezultă din cooperare socială. Întocmai precum instituția legii, al cărei scop nu este acela de a abolii sau restrânge, ci de a prezerva și extinde libertatea, regulile de trafic nu au luat naștere pentru a reduce sau încetini traficul, ci pentru a-l favoriza prin crearea încrederii necesare participanților la trafic, pentru a spori siguranța călătorilor, pentru a reduce la minimum potențialele conflicte și accidente. Există numeroase posibilități de asociere a formării regulilor de trafic cu procesul de formare a unor instituții sociale care guvernează relațiile interpersonale, inclusiv cu regulile de natură morală, așa cum arată Hazlitt (1988) în capitolul intitulat „Traffic Rules and Moral Rules”⁽¹⁶⁾.

3. Integrarea instituțiilor în teoria dezvoltării economice

Progresul economic este un fenomen complex, cel puțin prin prisma identificării și înțelegerii adevăratelor sale surse, în ciuda tendințelor simplificatoare care provin din direcția teoriilor creșterii economice. De exemplu, teoria neoclasică a creșterii economice se rezumă la identificarea condițiilor absolut necesare sporului producției materiale, cum ar fi acumularea de capital și progresul tehnic. Însă pentru a explica „*de ce*” oamenii economisesc, investesc, învață și caută cunoștințe care să le folosească, trebuie să acordăm o deosebită atenție diferitelor sisteme instituționale și de valori care se găsesc la baza succeselor sau eșecurilor. Teoria economică arată existența a numeroase bariere în calea prosperității; pe de altă parte, anumite tipuri de instituții motivează oamenii într-o mai mare măsură atunci când este vorba de înlăturarea acestor obstacole.

Încercarea economiștilor de a explica temeinic creșterea susținută a productivității muncii și a avuției materiale presupune luarea în considerare

a tot mai multor factori explicativi. În perioada anilor '40 și '50, teoria economică sublinia importanța factorului capital (K) pentru creșterea economică pe termen lung, prin corelarea directă a progresului economic cu procesul de acumulare a capitalului (investiții înalte susținute de o rată ridicată de economisire). Spre sfârșitul anilor '50, explicarea performanțelor economice prin intermediul acumulării capitalului devine nesatisfăcătoare. În condițiile creșterii economice viguroase de după război, economiștii utilizează noțiunea de funcție de producție națională. Aceasta constă într-o relație ce leagă *input*-urile, cum ar fi capitalul, forța de muncă (L) și tehnologia (TEC) cu *output*-urile predictibile. Teoriile secolului al XIX-lea, potrivit cărora creșterea demografică reprezintă factorul cheie al dezvoltării, au fost re-activate și circumscrise creșterii volumului forței de muncă.

Abordarea neoclasică deține însă avantajul demonstrării faptului că progresul economic nu trebuie să fie, în mod necesar, instabil sau să conducă în mod inevitabil la declinul ratelor de creștere, după cum susținea Marx. Din punct de vedere metodologic, economiștii n-au mai gândit în termenii unei funcții de producție *date*, realizând faptul că tehnologiile superioare (organizarea activității) îmbunătățesc „funcția de producție”.

Teoria permite luarea în considerare a modificării prețurilor factorilor: ca urmare a extinderii stocului de capital are loc scăderea prețului acestuia și substituirea factorilor; capitalul, devenit relativ mai ieftin, va fi utilizat în proporții mai mari pentru a economisi forța de muncă, devenită astfel relativ mai scumpă. Posibilitatea substituirii factorilor de producție decurge din posibilitatea modificării tehnologiei. Într-adevăr, începând cu anii '60, interesul economiștilor a fost captat de explicarea performanțelor economice prin intermediul inovațiilor tehnologice.

Cercetarea a căpătat un nou impuls în anii '60, atunci când analizele au subliniat influența semnificativă a educației, a îndemânărilor și abilităților (SK) generate în cadrul procesului educațional și valorificate în afara acestuia. În ciuda preocupărilor evidente asupra dezvoltării economice, desi conceptul de „*capital uman*” este cunoscut încă de la Adam Smith, nici Thomas Malthus și nici studiile neoclasiche de mai târziu nu acordau prea multă atenție capitalului uman⁽¹⁷⁾.

În prezent, analizele economice ale educației furnizează unele dovezi serioase cu privire la

existența unei strânse legături între investițiile în capitalul uman educațional și performanțele economice. A devenit evident faptul că îmbunătățirile „software-ului” dezvoltării – îndemânare, cunoștințe, inovații tehnologice și organizaționale – au asigurat îmbunătățirea eficienței „hardware”-ului dezvoltării – capital, muncă și resurse naturale (NR). Oferind o viziune cantitativă utilă asupra a ceea ce contează de fapt în cadrul procesului creșterii economice pe termen lung, analizele neoclasice nu explică totuși *de ce* anumite societăți au acumulat mai mult capital fizic și uman în comparație cu altele.

Analiza producțiilor naționale evidențiază faptul că în spatele fenomenului creșterii economice, a cărei natură macro „ascunde” numeroase determinante (fundamente microeconomice) ale procesului de piață, se găsesc, de fapt, structuri (instituționale) evolutive la nivel microeconomic. Se pare că economiile caracterizate printr-un grad ridicat de flexibilitate a structurilor de piață, prin flexibilitatea prețurilor și prin mobilitate ridicată a factorilor de producție tind să înregistreze progrese economice mai mari, spre deosebire de economiile caracterizate prin rigiditate structurală.

Structura de producție corespunde întotdeauna unei dezvoltări impuse de necesitatea susținerii preferințelor consumatorilor, iar dinamica structurii de producție rezultă din modificarea preferințelor consumatorilor pe un anumit orizont temporal. Orice evoluție a structurii de producție determină reconsiderarea pozițiilor bunurilor de capital în cadrul acesteia. Anticiparea corectă a sensului și intensității evoluției structurii de producție influențează eficiența aranjării diferitelor bunuri de capital în cadrul viitoarei structuri. Așadar, eficiența noii structuri de producție depinde de calitatea ajustării temporale a acesteia, corespunzător modificărilor în preferințe. Astfel, ajustarea structurală (“STR”) apare ca element integrant și indicator al performanței economice.

În prezent, instrumentarul teoriei economice se dovedește util pentru aprecierea intensității și consecințelor relațiilor biunivoce manifestate între structurile economice și cele politice⁽¹⁸⁾. Așa cum am arătat în capitolul anterior, procesele politice pot accentua rigiditatea structurilor economice, atât în țările mai puțin dezvoltate (unde regulile de organizare se găsesc la discreția grupurilor de interese), cât și în țările dezvoltate, citate adesea ca modele democratice, în cadrul cărora grupurile ce urmăresc obținerea de privilegii capturează

procesele politice și administrative pentru a rezista modificărilor structurale. Materializarea comportamentului *rent-seeking* devine, așadar, sinonimul obținerii de avantaje economice arbitrare și manifestării puterii birocratice discreționare.

Constrângerile instituționale dictează limitele în care operează organizațiile și, în consecință, fac vizibilă interacțiunea dintre regulile jocului și comportamentele agenților participanți. Dacă organizațiile – întreprinderi, societăți comerciale, corporații, partide politice, organisme financiare etc. – își orientează eforturile către activități redistributive, acesta este rezultatul unor reguli instituționale improprii performanței economice, deoarece aceste reguli sunt cele care oferă stimulente pentru asemenea activități.

Asemenea direcții de analiză microeconomică se îmbină perfect cu abordarea reînnoită și mult mai sofisticată asupra rolului cunoștințelor în societate: cum sunt acestea descoperite, testate și puse în aplicare? Ce structură a stimulentei îi motivează pe actorii acestui proces – întreprinzătorii – să mobilizeze factori de producție, să riște întrebuițări inovative ale acestor cunoștințe și să încerce anumite modificări structurale?

În anii '70, teoreticienii au revigorat învățămintele lucrărilor scrise în prima jumătate a secolului de Joseph Schumpeter și de cei mai de seamă reprezentanți ai școlii austriece, Ludwig von Mises și Friedrich von Hayek. Aceștia au realizat o analiză profundă asupra rolului întreprinzătorului în progresul economic în cadrul mecanismelor concurențiale. Evoluțiile din planul cunoștințelor, al inovațiilor tehnologice și structurii economice sunt susținute de persoane care își asumă riscurile descoperirii cunoștințelor și ajustărilor dorite în structura de producție. Acest proces este însă condiționat de existența unui *sistem de stimulente materiale care să justifice și să ghideze activitatea antreprenorială* și alocarea resurselor în cadrul structurii de producție.

În această perspectivă, activitatea antreprenorială apare ca „ultimă” cauză a progresului economic, într-o măsură mult mai mare decât stocul de resurse naturale, de capital fizic și uman. Importanța activității antreprenoriale este justificată tocmai de faptul că economia reală este caracterizată prin incertitudine. Evoluția structurii de producție depinde de acuratețea cu care întreprinzătorii receptează anticipativ schimbările survenite în structura preferințelor consumatorilor. În consecință, adevăratul întreprinzător este un

speculator, un om dornic să-și folosească percepția asupra viitoarei structuri economice pentru a demara acțiuni care să aducă profit.

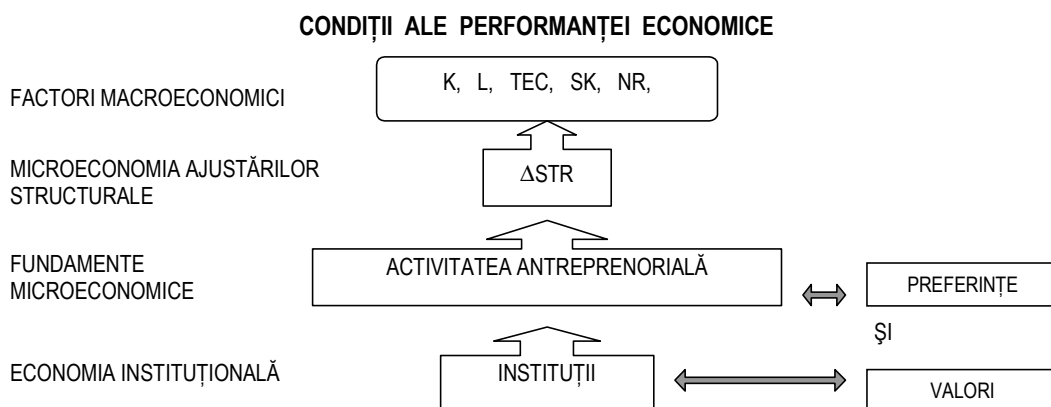
De asemenea, volumul, calitatea și intensitatea activității antreprenoriale reprezintă consecințele anumitor condiții economice și sociale favorabile. Structura și evoluția instituțională influențează și modifică compoziția activității antreprenoriale și intensitatea manifestării acesteia (Baumol, 1990). Regulile jocului ce guvernează relațiile de piață într-o societate orientează, în mod necesar, eforturile jucătorilor. În prezent, puțini economiști își permit să nege faptul că activitatea antreprenorială de succes reprezintă ingredientul esențial al prosperității economice. Iar pentru ca întreprinzătorul și activitatea antreprenorială să poată ocupa un loc în teoria economică este necesară revizuirea radicală a fundamentelor teoriei ortodoxe existente (Lydall, 1998, p. 11).

În anii '80, analiza dedicată dezvoltării economice a fost puternic impulsionată de atenția deosebită acordată istoriei economice pe termen lung (North, Thomas, 1973, Rosenberg, Birdzell, 1986, North, 1990). Asemenea analize au evidențiat progresele înregistrate în cunoașterea tehnologică și organizațională în timpul revoluției industriale, ca rezultate ale evoluției graduale a instituțiilor favorabile acumulării de capital și comerțului (libertăți individuale, drepturi de proprietate, protecția efectivă a contractelor prin intermediul legii, statul constituțional limitat ca putere).

Una dintre problemele de bază se referă la faptul că progresul tehnic înregistrat în culturile

noneuropene nu a condus la dezvoltări industriale comparabile cu cele din Europa Occidentală. Faptul că excelențele realizări tehnice și tehnologice ale Chinei, mai ales în timpul dinastiei Sung, nu au susținut crearea de structuri industriale reprezintă, în opinia unora, o adevărată enigmă a istoriei economice. Lucrările menționate invocă lipsa condițiilor sociale, politice și legale, adică manifestarea unor grave deficite instituționale. În societățile asiatice, autarhice, conducătorii politici nu concureau pentru atragerea sau reținerea întreprinzătorilor și comercianților în jurisdicțiile lor (precum în Europa postmedievală). Deficiențele evoluției instituționale din Asia au împiedicat obținerea roadelor progresului tehnic și valorificarea unor oportunități comerciale.

Economia instituțională privește activitatea umană și viața ca fiind ordonate de legile formale și de drepturile de proprietate, însă acestea, chiar și în sistemele de piață cele mai dezvoltate, formează doar o parte din totalul constrângerilor care modelează alegerile efective ale oamenilor. O analiză mai atentă indică importanța constrângerilor informale, adică a moștenirilor culturale, a preferințelor și valorilor, a căror natură nu se modifică întotdeauna ușor, ca reacție la schimbarea rapidă și profundă a regulilor formale. Rezultatul se concretizează în înțelegerea dezvoltării economice prin analiza fundamentelor microeconomice ale motivațiilor și constrângerilor instituționale cu diverși factori de natură sociologică și psihologică precum preferințele și sistemele de valori.



Concentrarea atenției asupra aspectelor instituționale necesită, în mod necesar, reevaluarea vechilor învățăminte ale liberalismului clasic și ale școlii austriece de economie. Potrivit acestor

învățăminte, susținerea progresului material și a civilizației decurge din afirmarea unor instituții sociale și aranjamente instituționale fundamentale precum drepturile de proprietate (privată),

transferul liber al proprietății într-un sistem instituțional de contracte voluntare, dar și virtuțile păstrării promisiunilor făcute, în contextul afirmării principiilor de drept ale unei societăți libere. Astfel, teoria contemporană a dezvoltării economice pare a se reîntoarce la argumentele tradiționale și, prin îmbinarea factorilor economici cu cei revelați de știința politicii și a dreptului, își consolidează justificarea prin eliminarea pericolului ca abstractizarea și matematizarea să pună definitiv stăpânire asupra ei.

Explicația instituțională a creșterii are la bază ideea că atât disponibilitatea, cât și productivitatea resurselor vor fi influențate semnificativ de mediul instituțional și politic. Stimulentele cu care se confruntă actorii economici sunt derivate în mare parte din instituțiile existente, instituții care în opinia lui D. North pot fi eficiente sau ineficiente. O structură instituțională care garantează libertatea economică își demonstrează capacitatea de a furniza premise indispensabile procesului de creștere economică din câteva motive fundamentale: promovează remunerarea eforturilor productive prin intermediul unei fiscalități reduse, al unui sistem judiciar independent ce protejează proprietatea privată; de asemenea, stimulează manifestările antreprenoriale în condițiile în care întreprinderile publice și reglementările au un rol mai redus; facilitează predictibilitatea construcției viitoare a pieței, precum și luarea deciziilor de afaceri prin intermediul stabilității prețurilor; promovează extinderea comerțului internațional și a migrației capitalurilor.

Indiscutabil, ideile și ideologiile contează, iar instituțiile joacă un rol major în determinarea măsurii în care acestea contează. *Ideile și ideologiile modelează construcțiile mentale subiective pe care indivizii le folosesc pentru a interpreta lumea din jurul lor și pentru a adopta decizii* (North, 1990, p. 111). Dezvoltarea economică este susținută de faptul că întreprinzătorii, oamenii în general, manifestă preferințe pentru cooperare onestă și progres material (de exemplu, manifestarea unei atitudini pozitive față de muncă și alegerea muncii în detrimentul timpului liber)⁽¹⁹⁾. Pretutindeni în scrierile hrisostomice, bogăția este împărțită în *dreaptă* și *nedreaptă*, în funcție de modul de procurare a acesteia: prin acte voluntare (producție, schimb, dar, moștenire) sau prin furt, fraudă, violență. De altfel, această distincție se găsește în deplină concordanță cu Scriptura și cu piața liberă sau capitalismul.

4. Instituțiile și dezvoltarea economică: analiză empirică

Studiile recente asupra dezvoltării economice demonstrează că factorul instituțional, ca aranjament general și definitoriu pentru orice sistem economic, poartă „responsabilitatea” primară a decalajelor de dezvoltare interțări. Această demonstrație survine firesc, pe fondul evoluțiilor recente din sistemul științelor economice: din punct de vedere metodologic și aplicativ, studiile de economie instituțională au capacitatea de a face lumină asupra multor probleme pe care teoria ortodoxă (neoclasică) fie le subapreciază, fie le expediază în abstractul irelevant al unor modele econometrice care, uneori, au sfârșit mai degrabă prin complicarea și deturnarea raționamentului economic, decât prin simplificarea acestuia și prin oferirea soluțiilor necesare⁽²⁰⁾.

Aceste studii, acompaniate de numeroase dovezi empirice, oferă imaginea instituțională a unei dezvoltării economice realiste, supusă unei multitudini de determinante contextuale, ale cărei rădăcini vin din istorie, din aranjamentele instituționale care au prevalat asupra sistemului economic național. Cercetarea științifică recentă asupra determinantelor dezvoltării economice demonstrează că *instituțiile care protejează drepturile de proprietate privată, cele care reduc costurile de tranzacție și susțin libertatea economică* sunt decisive în favorizarea performanțelor economice.

Dincolo de recunoașterea acestei funcții economice a factorului instituțional, cercetătorii atrag atenția că performanța economică este rezultatul influențelor pe care instituțiile le exercită asupra guvernării și asupra politicilor economice. Oficialii guvernamentali răspund, în mare parte, la stimulentele instituite de instituțiile politice și juridice existente în societate. De asemenea, structura și calitatea instituțiilor politice explică modul în care puterea politică, prin politicile adoptate, favorizează sau, dimpotrivă, inhibă dezvoltarea economică. În ultimă instanță, caracterul economic al aranjamentului politic din societate, productiv sau redistributiv în privința alocării resurselor, este tot „creația” factorului instituțional.

Instituțiile sunt considerate adesea invariabile, odată ce este adoptată ipoteza că instituțiile se caracterizează prin stabilitate în ceea ce privește ghidarea comportamentului uman. Însă,

modificarea condițiilor naturale și demografice, a tehnologiilor și preferințelor umane necesită și antrenează, în diferite grade, ajustări și schimbări la nivelul instituțiilor și aranjamentelor instituționale. De exemplu, între 1970 și 1990 putem remarca unele schimbări notabile în calitatea instituțiilor, în special în contextul reformelor de *transformare sistemică* din Europa Centrală și de Est, precum și din China, Asia de Est sau America Latină. Bineînțeles, modul în care se manifestă schimbarea instituțională este o problemă dificilă, care se găsește în centrul multor dezbateri curente asupra dezvoltării economice.

În acest context, cercetătorii își concentrează eforturile în direcția măsurării *calității factorului instituțional*, astfel încât studiile teoretice să fie însoțite de abordări empirice menite să evidențieze intensitatea cu care factorul instituțional potențează dezvoltarea economică. Sunt semnificativi, în acest sens, indicatorii care măsoară constrângerile instituționale asupra sistemului de guvernământ. Putem include în această categorie *Indicatorul Libertății Economice*⁽²¹⁾, precum și indicatorii calității instituționale utilizați în studiile organismelor financiare internaționale. De exemplu, studiile empirice realizate sub egida FMI (2003) demonstrează că douăzeci de țări au înregistrat creșterea nivelului calității instituționale cu mai mult de 40 de procente.

Din punct de vedere empiric, integrarea sistematică a factorului instituțional în teoria dezvoltării economice survine pe fondul analizei comparative a principalelor surse pe care economiștii le-au asociat, tradițional, dezvoltării economice. Acesta este cazul unei serii de studii concepute pentru NBER (*National Bureau of Economic Research*) sau pentru diferite rapoarte ale organismelor financiare internaționale. De menționat aici studiile lui Dani Rodrik, Daron Acemoglu, David Romer, Hali Edison, precum și unele rapoarte asupra dezvoltării economice concepute de FMI și Banca Mondială.

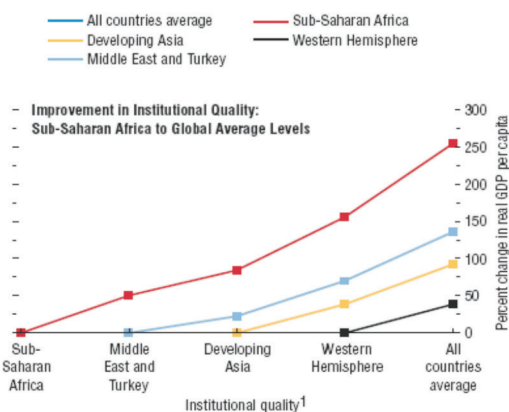
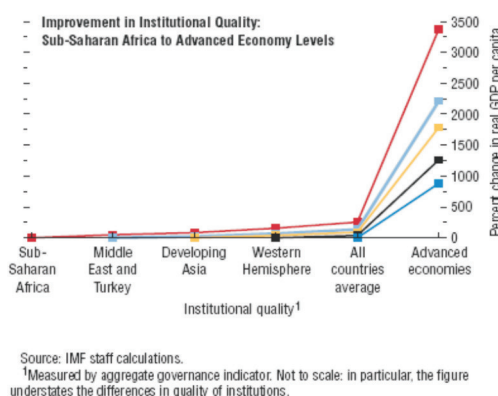
Pentru a determina măsura în care instituțiile susțin dezvoltarea economică, se poate dezvolta un cadru econometric simplu, prin care să se poată corela indicatorii macroeconomici rezultativi cu diferiți indici de calitate instituțională. Acest exercițiu empiric pune în evidență că factorul instituțional are un efect semnificativ nu numai asupra venitului mediu, ci și asupra *volatilității ritmului de creștere economică* (Edison, 2003). Rezultatele sunt compatibile cu orice măsurare

aplicată *factorului instituțional*, însă, în realitate, cea mai utilizată metodă este cea a indicatorului agregat al guvernării.

Analizele empirice recente sunt construite prin luarea în considerare a trei metode de măsurare a factorului instituțional, care nu pot fi socotite însă independente unele de celelalte. Este vorba, în primul rând, de *indicatorul agregat al guvernării*, care include gradul de corupție, drepturile politice, eficiența sectorului public și povara reglementărilor asupra afacerilor. În al doilea rând, este vorba despre *protejarea legală a drepturilor de proprietate* și despre impunerea domniei legii în acest domeniu. În al treilea rând, este vorba despre *constrângerea instituțională asupra liderilor politici*, prin instituții menite să atenueze discreționarismului deciziilor politice. Bineînțeles, indicatorii respectivi nu reprezintă produsul utilizării unui algoritm matematic obiectiv, ci reflectă percepțiile experților de țară consfințite în diferite rapoarte și chestionare ale organismelor internaționale ori ale organizațiilor nonguvernamentale.

Indicatorul agregat al guvernării este construit ca medie a șase variabile instituționale, potrivit metodologiei dezvoltate în 1999 de Daniel Kaufman, Art Kraaz și Pablo Zoido-Lobaton. Aceste variabile instituționale constau în (1) *exprimare și responsabilitate* – gradul în care cetățenii sunt liberi să aleagă puterea politică, beneficiază de drepturi politice⁽²²⁾, de libertăți civile și de o mass-media independentă; (2) *stabilitatea politică și absența coerciției* – gradul în care exercițiul de guvernământ nu este afectat de neconstituționalitate ori de lovituri de stat; (3) *eficacitatea guvernării* – calitatea serviciilor publice și competența și independența politică a serviciilor civile; (4) *povara reglementărilor asupra afacerilor* – gradul în care guvernul controlează piețele bunurilor și factorilor de producție, sistemul bancar și comerțul internațional; (5) *domnia legii* – protejarea persoanei și a proprietății împotriva agresiunii, independența justiției și impunerea contractelor; (6) *capturarea statului* – gradul în care puterea politică este utilizată în scopuri private, fenomenul de corupție⁽²³⁾.

Figura următoare prezintă corelațiile factorului instituțional cu ritmul de creștere a PIB real/locuitor. În medie, îmbunătățirea calității factorului instituțional cu o deviație standard – care corespunde diferenței dintre calitatea instituțională în Camerun și media calității instituțiilor din toate țările luate în considerare – va spori cu 1,4 procente rata medie anuală de creștere a PIB real/locuitor.

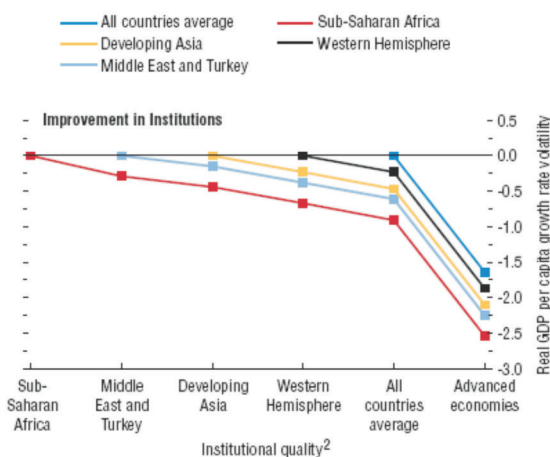
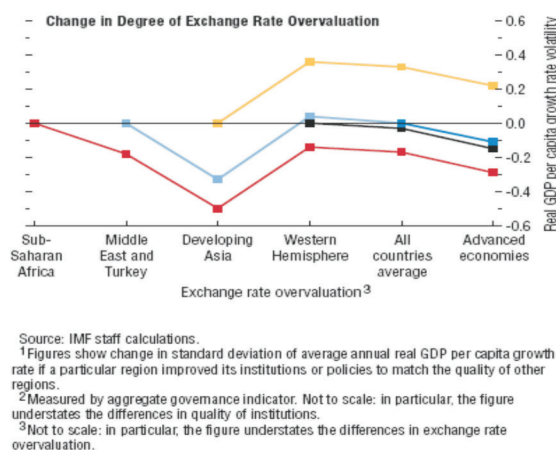


Sursa: World Economic Outlook, „Growth and Institutions”, aprilie 2003, IMF, p. 106.

Figura 1. Corelațiile factorului instituțional cu ritmul de creștere a PIB real/locuitor

Rezultatele raportului FMI indică, de asemenea, faptul că instituțiile manifestă un puternic efect asupra volatilității performanței economice: cu cât instituțiile sunt mai „sănătoase”, cu atât mai mică va fi volatilitatea creșterii economice⁽²⁴⁾. Impactul factorului instituțional pare a fi unul semnificativ chiar și atunci când între țări există diferențe semnificative în privința unor fenomene și politici precum inflația, supraevaluarea ratei de schimb valutar, deschiderea externă ori deficitul bugetar.

Rezultatele arată că o creștere cu o deviație standard a indicelui agregat al guvernării va reduce volatilitatea creșterii economice cu aproape 25 de procente. De exemplu, dacă aranjamentul instituțional din țările Africii ar fi la fel de bun precum media tuturor țărilor luate în considerare, atunci în această regiune volatilitatea economică s-ar reduce cu peste 16%. Figurile următoare prezintă impactul îmbunătățirii calității aranjamentului instituțional.



Sursa: World Economic Outlook, „Growth and Institutions”, aprilie 2003, IMF, p. 109.

Figura 2. Impactul îmbunătățirii calității aranjamentului instituțional asupra performanței economice

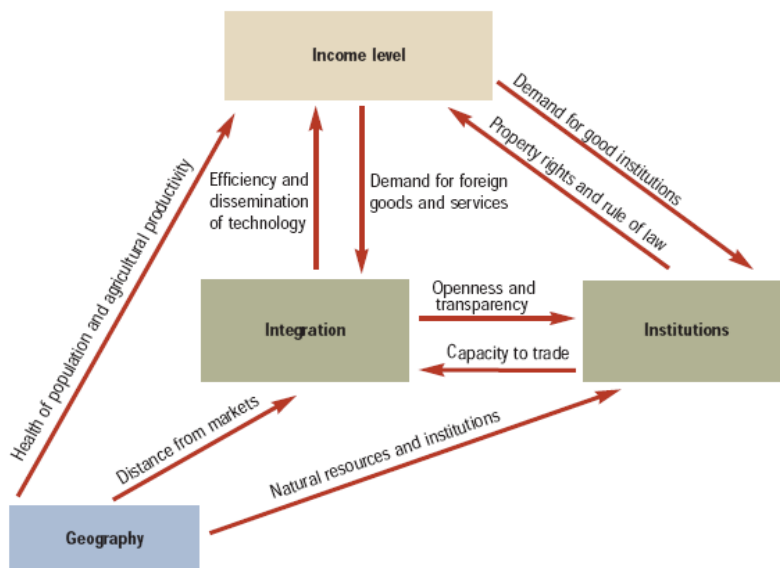
În contextul identificării unui impact al factorului instituțional atât de însemnat, ce rol vor avea politicile economice în procesul dezvoltării? Există o literatură extrem de bogată care arată că politicile au un impact semnificativ asupra rezultatelor macroeconomice. Problema este aceea că, spun studiile empirice, atunci când variabilele instituționale și cele de politică sunt analizate împreună, factorul instituțional este cel care prevalează, în timp ce politicile economice dețin o

influență independentă relativ redusă asupra performanțelor economice⁽²⁵⁾. Concluzia ar fi că politicile sănătoase sunt susținute de calitatea aranjamentului instituțional, în timp ce instituțiile precare reduc șansa adoptării de politici economice de succes.

În ciuda dificultăților inerente de măsurare cu acuratețe a calității și a impactului factorului instituțional asupra dezvoltării economice, evoluția

consemnată în sfera abordării empirice pare a legitima definitiv importanța instituțiilor. Evaluarea comparativă a factorului instituțional în raport cu alte variabile, presupuse definitorii pentru dezvoltarea economică, conduce la același tip de concluzie. De exemplu, Dani Rodrik analizează

explicațiile formulate, în mod tradițional, cu privire la diferențele mari existente în nivelul venitului pe cap de locuitor. El reduce aceste explicații, în principal, la trei surse determinante, *factorul geografic*, *factorul internațional* și *factorul instituțional*, care sunt sintetizate în figura de mai jos.



Sursa: Rodrik, Subramanian, 2003.

Figura 3. Sursele determinante în dezvoltarea economică

Factorul geografic, la care se adaugă „moștenirile” istorice, pe linia teoriei *path-dependence*, este cel care explică „înzestrarea” cu resurse naturale, implicit aspecte care țin de costurile de transport și de difuzia tehnologiei între diferite țări, caracterizate prin diferite grade de dezvoltare economică. O a doua abordare se referă la comerțul internațional ca factor de stimulare a creșterii productivității și veniturilor. În sens larg, acest factor privește întreg procesul de *integrare economică* ce însoțește, la un nivel de intensitate mai ridicat sau mai scăzut, globalizarea piețelor și a activității economice. Cea de-a treia abordare privește rolul instituțiilor în susținerea dezvoltării economice, în particular *rolul drepturilor de proprietate și al domniei legii*. În această abordare, așa cum am arătat în capitolul anterior, ceea ce contează ține de regulile jocului în societate, cele care instituie stimulente adecvate pentru activitatea productivă și pentru inițiativa antreprenorială.

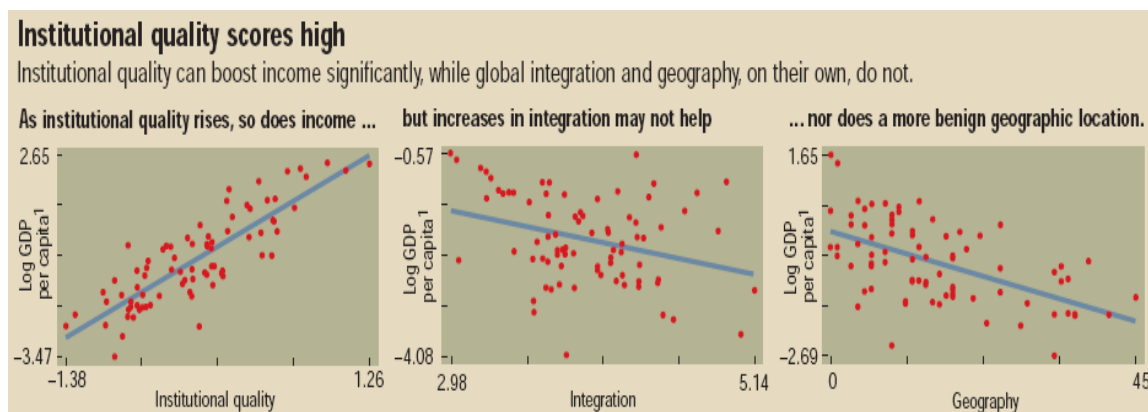
Încercarea de a oferi o explicație cuprinzătoare și sistematică a progresului economic naște, în același timp, și preocuparea de a surprinde intensitatea cu care acești factori potențează dezvoltarea. Scopul este de a contura sursa primordială a dezvoltării economice, care să detalieze implicațiile de condiționalitate a unor

factori asupra altora. Utilizând metoda regresiei, studiile empirice menite să testeze sursa definitorie a dezvoltării economice demonstrează că *factorul instituțional* se corelează cel mai bine cu indicatorii dezvoltării, în raport cu cel geografic și cel al integrării economice⁽²⁶⁾.

Cercetarea empirică se bazează pe estimarea corelațiilor indicate în figura de mai sus, prin luarea în considerare a acestei complexe structuri de cauzalitate. În termeni econometrici, prin abordarea variabilelor instrumentale, Dani Rodrik și Arvin Subramanian estimează o serie de regresii între PIB real/locuitor și cei trei factori explicativi așezați la baza dezvoltării economice.

În figura de mai sus sunt prezentate corelațiile econometrice pe cei trei factori considerați determinanți pentru creșterea venitului mediu pe cap de locuitor. După cum se poate observa, corelarea PIB real/locuitor cu integrarea comercială și cu factorul geografic conduce la rezultate difuze, chiar neconcludente, așa putea spune. În schimb, factorul instituțional se remarcă printr-o consistență a regresiei în planul corelațiilor cu PIB/real pe locuitor. Rezultatele arată faptul că *indicatorul calității instituționale* este singurul corelat pozitiv și coerent cu nivelul venitului⁽²⁷⁾.

Economia dezvoltării și dezvoltarea economică: de ce contează instituțiile?



(PIB/locuitor este exprimat la paritatea puterii de cumpărare)

Sursa: Dani Rodrik, Arvin Subramanian, 2003.

Figura 4. Corelația dintre factorul instituțional și nivelul venitului

După cum se poate vedea din diagramă, factorul internațional nu se caracterizează printr-un efect direct asupra veniturilor, în timp ce factorul geografic se distinge prin efecte directe foarte slabe. Rezultatele obținute sunt unele consistente, de vreme ce rămân neschimbate în ciuda modificărilor operate la nivelul metodologiei de testare (utilizarea de instrumente alternative de măsurare a factorilor cercetați lasă neschimbate rezultatele).

Dar cât de mult pot instituțiile sănătoase să stimuleze creșterea veniturilor și, în timp, dezvoltarea economică? Majoritatea studiilor recente asupra instituțiilor și dezvoltării economice își focalizează atenția asupra importanței unui aranjament instituțional specific, și anume asupra aranjamentului instituțional care protejează drepturile de proprietate și reduce costurile de tranzacție. În general, este vorba de instituțiile care susțin piața.

Faptul că instituțiile reprezintă cheia dezvoltării economice nu rezolvă, în sine, problemele privind aranjamentul instituțional optim pentru stimularea performanței economice. Pentru fiecare funcție pe care instituțiile trebuie să o asigure, există o serie de aranjamente cu privire la forma specifică a „produsului” instituțional. De exemplu, ce tip de sistem legal este cel mai favorabil dezvoltării

economice, pentru a fi adoptat, cel de tip *common law*, sistemul juridic continental, adică cel de tip *civil law*, sau un sistem hibrid? Care este echilibrul corect între competiție și reglementare, cu privire la presupusele situații de eșec al piețelor? Care este mărimea adecvată („optimă”) a sectorului public⁽²⁸⁾ sau cât discreționarism trebuie să permită aranjamentele instituționale din domeniile monetar, fiscal, valutar?

În acest context, apare problema opțiunii instituționale, adică a modului în care să fie selectate formele specifice de aranjament instituțional în domenii precum cele menționate mai sus. Dacă analiza economică poate fi de folos în identificarea implicațiilor aranjamentelor alternative, atunci trebuie menționat și rolul pe care îl poate avea dezbaterea publică a opțiunii „colective” în plan instituțional. De fapt, democrația politică, arată Rodrik (2003, p. 33) „poate fi gândită drept o metainstituție care ajută societățile să aleagă instituțiile pe care le doresc”. În ultimă instanță, economia instituțională merită să extindă sfera analizei aranjamentelor instituționale inclusiv la natura regimului politic și a implicațiilor acestuia asupra reformelor prodezvoltare, implicit asupra dezvoltării economice.

Note

⁽¹⁾ Ca disciplină de studiu, economia instituțională cuprinde, pe de o parte, analiza modului în care instituțiile iau naștere și evoluează – ca rezultat al alegerilor pe care oamenii le fac în fața schimbării circumstanțelor, fie ele economice sau politice. Pe de altă parte, este vorba despre analiza impactului

diferitelor seturi de reguli (aranjamente instituționale) asupra performanței economice.

⁽²⁾ În studiul de față, se va folosi conceptul de „dezvoltare economică” cu referire la evoluțiile pozitive pe care economiile țărilor lumii le înregistrează pe termen lung, fără a fi necesară, în acest sens, vreo delimitare științifică

între „dezvoltare” și „creșterea economică”. Motivațiile sunt, în principal, două: pe de o parte, criteriile pe care economiștii le invocă adesea pentru realizarea unei asemenea distincții sunt supuse relativismului; pe de altă parte, așa cum arată Murray Rothbard, conceptul de „creștere” este rezultatul unui „împrumut” lingvistic pe care economiștii l-au făcut din științele naturii, care sugerează că evoluția pozitivă a economiei poate și trebuie interpretată similar evoluției (creșterii) biologice a unei plante. În realitate, evoluția favorabilă a unei economii nu se definește printr-un soi particular de „creștere”, fără a mai adăuga dificultățile statistice de a cuantifica ce este și ce nu este „creștere”.

- (3) Teoria dezvoltării din perspectiva smithiană este însă posibilă numai într-un anumit *cadru instituțional*. Se cuvine să remarcăm acest aspect deoarece vom observa o reluare a acestei abordări și a implicațiilor diferitelor aranjamente instituționale asupra dezvoltării economice atât la Paul Romer, cât mai ales la Douglas North. Cu privire la acest aspect, economistul clasic a identificat dreptul de *proprietate privată* și *economia de piață liberă* ca fiind factorii care asigură cele mai bune rezultate la nivel individual, dar și social. Însă, menționa el, acestea *vor conduce la armonie și prosperitate doar dacă sunt înconjurate de alte instituții și legi favorabile*.
- (4) După terminarea educației universitare la Harvard, Solow și-a petrecut întreaga carieră universitară la MIT. Pentru contribuțiile majore în domeniul creșterii economice a fost distins în 1987 cu Premiul Nobel pentru economie.
- (5) De exemplu, Japonia are resurse naturale sărace, iar energia sa industrială își are aproape în întregime sursa în import. Hong-Kong-ul nu are practic niciun fel de materii prime, foarte puțin sol fertil și nici surse interne de energie. Totuși, ambele sunt țări prospere. Din contră, Venezuela este una dintre țările cu cele mai mari rezerve de petrol, iar Argentina are multe terenuri fertile și alte resurse naturale importante. Abundența de resurse naturale nu reprezintă o condiție necesară și nici una suficientă pentru progresul economic. Dacă ar fi așa, Japonia și Hong-Kong-ul ar trebui să fie sărace, în vreme ce Venezuela și Argentina, bogate.
- (6) În 1993, datoria externă a Americii Latine se ridica la 430 miliarde de dolari, iar venitul mediu în Africa era mai mic decât în 1970. Conform ONU, cele mai sărace 47 de țări din lumea subdezvoltată nu au cunoscut niciun fel de progres, în ciuda asistenței financiare externe. Iată câteva dintre efectele acțiunilor de întraajutorare din Africa: în Sudan, o fabrică de suc de tomate a fost construită într-o zonă unde nu se cultivau tomate, ci curmalii; în Kenya, norvegienii au construit

o fabrică de congelare a peștelui în zona tribului Turkana, oameni care trăiau din creșterea vitelor, caprelor și cămilelor; în Senegal, SUA au construit 50 de silozuri în zone în care țăranii nu puteau ajunge, iar silozurile au rămas nefolosite.

- (7) A se consulta în acest sens Deepak Lal (2002), Peter T. Bauer (1981), Paul Johnson (2003), Doug Bandow și Ian Vasquez (2001). De exemplu, Bandow și Vasquez demonstrează caracterul falimentar al programelor de asistență financiară externă ale Indiei: începând cu „first five year plan” din 1951 și până în 1990, India a primit cea mai mare asistență financiară din toate țările subdezvoltate, estimată la 55 miliarde de dolari. Deturnarea unei mari părți a acestor resurse în programe guvernamentale iraționale (de naționalizare a unor întreprinderi și sectoare ale economiei – pe bani „capitaliști”!!), măcinată în general de fenomenul corupției, care a condus la „osificarea” elitelor statului. Astăzi, după peste 50 de ani de economie centralizată, un procent la fel de mare de indieni (40%) trăiesc sub limita sărăciei. Exceptând puținele cazuri în care ajutoarele internaționale au avut rezultate – când milioane de oameni au fost salvați de la înfometare în anii 1950 și mai apoi în 1960 – asistența financiară externă a fost un eșec total, încurajând corupția și socialismul.
- (8) Foarte adesea, politicile economice, în general, și politicile comerciale, în special, sunt circumscrise unor rațiuni ce țin de situația concretă, actuală sau dorită, a soldurilor din balanța de plăți. De aceea, a susține că în balanța de plăți se înregistrează un deficit (comercial) înseamnă, de fapt, a pretinde că se manifestă ceva indezirabil și invers, în cazul excedentului (însă mult mai puțin frecvent). Spre exemplu, în anii ‘80, Mexicul a fost constrâns să promoveze o balanță comercială excedentară din motive de susținere a serviciului datoriei externe, în absența interesului creditorilor externi de a continua să acorde împrumuturi guvernului mexican. Începând cu anii ‘90, soldul comercial extern a devenit puternic deficitar, datorită recăștigării încrederii creditorilor externi, care și-au reorientat capitalurile către Mexic. În acest context, se poate pretinde că economia mexicană a fost competitivă în perioada crizei îndatorării, iar perioada de după 1990 este ilustrarea unei pierderi de competitivitate?
- (9) Potrivit studiilor istorice, între secolele X-XIV, China a fost foarte avansată în domeniile matematicii, științelor teoretice și medicinei, tehnologie acesteia fiind echivalentă cu cea a Europei sau poate chiar superioară. Toate însă se bazau pe sprijinul puterii guvernamentale centrale. Valorile culturale ale Chinei, instituțiile informale, în general, care pot fi caracterizate

mai degrabă ca mandarine decât mercantile, nu au favorizat exploatarea economică a realizărilor științifice și tehnologice. Deși civilizația chineză a fost mult mai eficientă decât cea occidentală în aplicarea cunoașterii, concluzia istoricilor este că valorile culturale și sociale ale „federalismului birocratic” erau, pur și simplu, incompatibile cu dezvoltarea capitalistă – contradictorie, ca sistem instituțional, unei „civilizații agrariene birocratice” (Rosenberg, 1986, p. 86).

⁽¹⁰⁾ În acest context istoric de urgență comercială au apărut, în cea de-a doua jumătate a secolului al XII-lea și în prima jumătate a secolului al XIII-lea, anumite inovații comerciale precum banca de depozit, creditul comercial, polița, asigurarea, comandita etc. Astfel, târgurile periodice se transformă treptat în piețe permanente, localizate în anumite orașe-cheie: se dezvoltă un adevărat comerț interregional între principatele italiene din sud (Venetia, Genoa, Pisa) și cele din nord (Țările de Jos, unde Bruges-ul era orașul cu cea mai mare efervescență comercială).

⁽¹¹⁾ În Franța și Spania nivelul de viață stagnează – și chiar se degradează – în condițiile diminuării populației. În Anglia și Țările de Jos are loc creșterea nivelului real de viață (cu 30 și, respectiv, 50%), în condițiile unui spor demografic continuu, cu aproape 25% în Anglia (Lepage, 1978, p. 145).

⁽¹²⁾ Teoria economică asociază începuturile economiei de schimb cu apariția unei structuri a drepturilor de proprietate de natură să susțină schimbul, relațiile de piață fiind, de fapt, *schimburi voluntare de drepturi de proprietate*. Orice interferență guvernamentală cu procesul de schimb liber consimțit înseamnă, așadar, realocarea arbitrară a drepturilor de proprietate participante la schimb. Aceasta aduce atingere, cu siguranță, întregului sistem de relații de schimb voluntar bazate pe manifestarea drepturilor de proprietate afectate, deoarece orice intervenție guvernamentală este echivalentă cu una din următoarele două fenomene: pe de o parte, are loc *instituirea obligativității unor schimburi ce nu s-ar fi desfășurat voluntar în absența intervenției* respective, altfel intervenția nefiind necesară; pe de altă parte, are loc *împiedicarea (scoaterea în afara legii a) unor schimburi ce s-ar fi desfășurat voluntar în absența intervenției guvernamentale*.

⁽¹³⁾ Potrivit lui Eggertsson (1990, p. 11), setul optim de reguli este cel care contribuie la direcționarea resurselor către utilizările generatoare de bunăstare maximă, adică în posesia celor care le evaluează (monetar) în cel mai înalt grad; în mod complementar, în condiții de reguli optime, resursele vor fi angajate în cele mai valoroase utilizări.

⁽¹⁴⁾ De exemplu, teoria economică și istoria au dovedit că eșecul organizării socialiste își are originea în implementarea unor stimulente incompatibile cu natura umană și, deci, contrare progresului economic și social. De asemenea, funcționarea sistemului economic socialist a generat rezultate injuste, care i-au deteriorat posibilitatea de preservare. Aceste consecințe au fost anticipate odată cu demonstrația lui Ludwig von Mises cu privire la *imposibilitatea calculului economic* în economia socialistă și cu argumentul lui Friedrich von Hayek în *problema cunoașterii* – argumente însă ignorate de teoria neoclasică. Treptat, în rândul economiștilor apare înțelegerea faptului că *performanța economică este dependentă de cadrul instituțional al unei economii*.

⁽¹⁵⁾ În realitate, ordinea spontană nu e un fenomen simplu de înțeles, în comparație cu ordinea ierarhică, „artificială”, rezultată din contract sau din impunerea unei voințe externe, mult mai accesibilă orizontului imaginativ al omului.

⁽¹⁶⁾ În cazul regulilor de trafic, precum și în cazul regulilor morale, oamenii trebuie să adere la acestea în mod inflexibil. Faptul că există unele excepții demonstrează că înseși aceste excepții trebuie să fie guvernate de reguli. De exemplu, cazurile mașinilor de pompieri, de poliție sau cel al ambulanțelor sunt unele excepții de intrare în trafic peste culoarea roșie a semaforului. Însă acestea operează doar în anumite condiții inflexibile. De exemplu, mașinile de pompieri trebuie să se deplaseze către locul incendiului, și nu invers etc.

⁽¹⁷⁾ În capitolul X al binecunoscutei lucrări *Avuția națiunilor. Cercetare asupra naturii și cauzelor ei*, Adam Smith aprecia ca „...un om pentru a cărui instruire se cheltuiește mai multa muncă și timp trebuie să dovedească un nivel superior de calificare și abilitate, putând fi astfel comparat cu orice mașină scumpă, dar performantă...”, iar Alfred Marshall, în *Principii de Economie Politică*, considera ca „...iluminismul a adus cu sine dorința de creștere a bunăstării unei națiuni, mutând accentul de pe investiția în capitalul material pe investiția în capitalul personal”. Totuși, așa cum am arătat în lucrarea *Educația: perspectivă economică* (2001, p. 122), remunerarea capitalului uman depinde esențial de condițiile economice și instituționale în care acesta activează. *Mărimea productivității marginale a factorului muncă rezultă din tipul și eficiența combinării capitalului uman cu alte bunuri de capital*. Dacă vreodată un lucrător canadian va dori să activeze pe piața muncii din România, acesta va descoperi că nu calitățile și capitalul său uman, ci condițiile din Canada fac ca el să primească salarii cu mult mai mari. Când un român cu o calificare

corespunzătoare intră pe piața muncii din Canada, el poate ajunge curând să primească un salariu obișnuit în Canada. Dar dacă acesta revine în România, el va descoperi că experiența canadiană nu l-a înzeștră neapărat cu acele calități care să-i permită să câștige, pe piața românească, salarii mai mari decât concetățenii săi. Aceasta înseamnă că nivelul capitalului uman nu constituie, în sine, un criteriu suficient de apreciere a potențialului productiv într-o economie.

⁽¹⁸⁾ Nu numai că procesele politice definesc și aplică drepturile de proprietate care formează structura esențială a stimulentei în societate; în lumea modernă, împărțirea PIB-ului trece prin mâinile agențiilor guvernamentale, prin intermediul reglementărilor și deciziilor acestora. De aceea, *integrarea proceselor politice într-un sistem de gândire ce își propune explicarea surselor performanței economice devine obligatorie* (North, 1990, p. 112).

⁽¹⁹⁾ A se vedea Spiridon (2002, p. 35). În comentariul de la I Corinteni, Sfântul Ioan Gură de Aur spune: „noi (creștinii) nu poruncim a nu se îmbogăți cineva, ci numai a nu se îmbogăți rău, fiindcă este cu puțință a se îmbogăți cineva și fără lăcomie, și fără răpire sau siluirea aproapelui, și fără să audă blesteme din partea tuturor” (p. 144). De asemenea, în legătură cu alegerea muncii în detrimentul timpului liber, Sfântul Ioan Gură de Aur întrevede ieșirea din sărăcie prin îmbogățirea dreaptă sau legitimă: „A fura este poate din necesitate? «Da, zici, căci sărăcia îl împinge la aceasta». Dară sărăcia forțează pe cineva mai mult de a lucra, decât de a fura. Sărăcia, deci, face tocmai contrariul; căci a fura este fapt rezultat din trândăvie (lene), pe când sărăcia naște iubire de muncă, iar nu trândăvia.” (Com. La Efeseni, p. 20)

⁽²⁰⁾ De exemplu, raportul *World Economic Outlook* din ultimii ani întocmit de Fondul Monetar Internațional pare a reprezenta prima încercare oficială și sistematică de recunoaștere a rolului hotărâtor al instituțiilor pentru performanța economică (titlul raportului este elocvent în acest sens, anume *Growth and Institutions*).

⁽²¹⁾ Fundamentele științifice ale libertății formează centrul de rezistență în construirea *Indicatorului Libertății Economice* (ILE). James Gwartney, unul dintre autorii săi morali, apreciază că ILE poate fi analizat din mai multe perspective. Spre exemplu, poate fi ilustrativ în evidențierea calității aranjamentelor instituționale și politice dintr-o țară. Douglass North, Peter Bauer, Hernando de Soto și Gerald Scully au subliniat, în scrierile lor, semnificația instituțiilor și a mediului politic în asigurarea prosperității economice. Legea, securizarea drepturilor de proprietate, contractul, stabilitatea prețurilor, comerțul liber, piețele concurențiale și fiscalitate redusă sunt factori cu o

importantă aparte în construirea ILE. În plus, ILE poate reflecta poziția unei țări între cele două extreme: stat minimal și stat totalitar. Evidențele empirice confirmă ipoteza că, pe măsură ce acțiunile guvernamentale sunt orientate către minimizarea rolului statului în economie, cu atât nivelul ILE va fi mai mare, în timp ce o creștere a cheltuielilor statului și o extindere a setului de reglementări asupra activității economice conduc la coborârea țării respective în clasamentul ILE. Conform raportului din 2005, Hong Kong păstrează primul loc (cu un nivel general al ILE de 8,7 din 10), urmată de Singapore (8,5), Noua Zeelandă, Elveția și SUA (8,2), Marea Britanie, Canada și Irlanda. Mare parte dintre țările din Africa, America Latină și cele fost-comuniste au un nivel redus al ILE (Gwartney, 2005, p. 3).

⁽²²⁾ Libertatea este adesea structurată în libertate civilă, libertate politică, libertate economică etc. Aceasta nu înseamnă că relevanța „libertății” în teoria economică este doar una parțială, prin aceea că „proprietatea” (ca izvor al libertății) este socotită o categorie economică și nu una civilă, politică etc. *Drepturile omului sunt drepturi de proprietate, altfel devin vagi și contradictorii atunci când nu sunt fondate pe criteriul drepturilor de proprietate*. De exemplu, nu există un drept particular la „liberă exprimare”, ci un drept natural, inalienabil, de proprietate asupra corpului și propriilor corzi vocale, care este exercitat în condiții specifice: nu poți utiliza abuziv (încălca) proprietatea locativă a cuiva, pentru a-ți exprima părerile, prin simpla invocare a „dreptului la liberă exprimare” (Marinescu, 2005, p. 43).

⁽²³⁾ Construirea unor astfel de indicatori permite estimarea rolului factorului instituțional asupra performanței economice. Rezultatele testelor empirice demonstrează că, pentru aproape orice metodologie de măsurare, factorul instituțional deține un impact statistic semnificativ în corelație cu PIB real/locuitor. De exemplu, în raportul „World Economic Outlook” al FMI pe 2003 indicatorul agregat al guvernării, ca măsură instituțională, este capabil să explice singur aproximativ trei pătrimi din decalajele interțări în nivelul veniturilor.

⁽²⁴⁾ Volatilitatea creșterii economice este măsurată ca abatere standard a ratei de creștere a PIB real/locuitor.

⁽²⁵⁾ În ansamblu, totuși, calitatea aranjamentului instituțional și politicile economice nu sunt adesea corelate, cel puțin prin faptul că măsurarea calității instituționale are la bază percepțiile asupra unor politici cum ar fi eficacitatea sectorului public ori impactul reglementărilor din domeniul afacerilor.

⁽²⁶⁾ Factorul geografic este singurul care poate fi tratat ca exogen și ca unul care nu este influențat de nivelul și

dinamica veniturilor. Spre deosebire de acesta, integrarea economică și instituțiile se caracterizează prin influențe biunivoce asupra veniturilor. În cazul instituțiilor, în timp ce creșterea calității factorului instituțional va favoriza investițiile și progresul tehnologic, ceea ce va conduce la creșterea nivelului veniturilor, dezvoltarea economică va antrena la rândul ei schimbare instituțională, cel puțin prin creșterea cererii pentru instituții mai sănătoase.

⁽²⁷⁾ Cu privire la relațiile între factorii testați, concluzia este aceea că factorul instituțional are întotdeauna un efect pozitiv și semnificativ asupra integrării economice, însă și integrarea are un impact pozitiv asupra calității instituționale.

⁽²⁸⁾ În opoziție cu relațiile de piață, acțiunile guvernului de producere a bunurilor stabilite de către acesta ca fiind „publice” implică, în sine, distribuirea neproportională a costurilor și beneficiilor. Nu există niciun motiv pentru a presupune că guvernul va „confisca” proprietatea subiecților săi doar atunci când

și la nivelul la care el poate utiliza această proprietate mai eficient (pentru cine?) decât proprietarii ei de drept. O asemenea analiză, așa cum am arătat în lucrarea *Instituții și prosperitate. De la etică la eficiență*, produce concluzii devastatoare în ceea ce privește dimensionarea optimă a sectorului guvernamental. Mărimea sectorului public nu este rezultatul calculului economic, așa cum se întâmplă cu dimensiunea unei firme, în orice moment, pe piață, datorită imposibilității de a utiliza criteriul calculului economic în cazul unei agenții ale cărei *încasări* (prefer acest termen în comparație cu cel de „venituri”) sunt obținute prin coerciție (fiscală). Eșecul teoriei normative pure a fiscalității constă tocmai în stabilirea nevoilor fiscale ale guvernului într-o manieră exogenă, potrivit unei cantități de bunuri publice considerate „optime”. Însă determinarea acestui „optim” nu poate fi supusă criteriului obiectiv al raționalității economice, ci doar judecăților arbitrare ale decidenților guvernamentali susținuți, eventual, prin votul majoritar.

Bibliografie

- Acemoglu, D., Simon J., Robinson, J.A., „The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation,” *American Economic Review*, vol. 91, December, 2001
- Aidis, R., Estrin, S., *Weak Institutions, Weak Ties and Low Levels of Productive Entrepreneurship in Russia: An Exploration*, American Economic Association, www.aeaweb.org/annual_mtg_papers, 2005
- Bandow, D., Vasquez, I. (2001). *Perpetuating Poverty*, Cato Institute, Washington
- Bastiat, F., [1848], *Ce qu'on voit et ce qu'on ne voit pas*, Editions Romillat, Paris, 1993
- Bauer, P.T. (1981). *Equality, Third World and Economic Delusion*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press
- Baumol, W.J., „Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive”, *Journal of Political Economy*, vol. 98, nr. 5, 1990
- Blaug, M. (1992). *Teoria economică în retrospectivă*, Editura Didactică și Pedagogică, București
- Buchanan, J. (1997). *Limitele libertății. Între anarhie și Leviathan*, Institutul European, București
- Buchanan, J. (1979). *What Should Economists Do?*, Liberty Press, Indianapolis
- Coase, R., „The Lighthouse in Economics”, *The Journal of Law and Economics*, vol. 17, nr. 2, 1974
- Demsetz, H., „Information and Efficiency: Another Viewpoint”, *Journal of Law and Economics*, vol. 12, nr. 1, 1969
- Dobrescu, E. (2002). *Tranziția în România. Abordări econometrice*, Editura Economică, București
- Edison, H., „How strong are the links between institutional quality and economic performance?”, în *Finance and Development*, IMF, vol. 40, nr. 2, 2003
- Eggertsson, Th. (1990). *Economic Behavior and Institutions*, Cambridge University Press
- Elsner, W., „Adam Smith's Model of the Origins and Emergence of Institutions; The Modern Finding of the Classical Approach”, *Journal of Economic Issues*, vol. XXIII, no. 1, 1989
- Epstein, R. (1995). *Simple Rule for a Complex World*, Cambridge, MA: Harvard University Press
- Frankel, J., David, R., „Does Trade Cause Growth?” *American Economic Review*, vol. 89 (June), 1999
- Friedman, M. (1953), „Metodologia științei economice pozitive”, în Hausman, D.M. editor, *Filozofia științei economice*, Editura Humanitas, București, 1993

- Fudulu, P., „On the Consistency between Different National Cultures and the Institution of Free Market”, Centrul Român de Economie Comparată și Consensuală, 2000
- Fudulu, P., „Regulile și instituțiile definite în termeni de costuri de oportunitate, I și II”, *Analiză și perspectivă economică*, ASE, nr. 3, 4, 2006
- Gwartney, J., Holcombe, R. G., Lawson, R., „Economic Freedom, Institutional Quality, and Cross-Country Differences in Income and Growth”, *Cato Journal*, vol. 24, nr. 3 (Fall 2004)
- Gwartney, J., Lawson, R., Gartzke, E., „Economic Freedom of the World: 2005 Annual Report”, Fraser Institute, Canada
- Hayek, Fr.A. (1980). *Droit, législation et liberté*, Quadrige/Press Universitaires de France
- Hayek, Fr.A., „Economics and Knowledge”, *Economica IV*, 1937
- Hausman, D. (ed.) (1993). *Filozofia științei economice*, Editura Humanitas, București
- Hazlitt, H., (1988). *The Foundations of Morality*, Lanham, MD: University Press of America
- Heilbroner, R.L. (1994). *Filosofii lucrurilor pământului: viețile, epocile și ideile marilor economiști*, Editura Humanitas, București
- Hodgson, Geoffrey M. (1988). *Economics and Institutions. A Manifesto for a Modern Institutional Economics*, Polity Press, Oxford
- Hoppe, H.-H. (2001). *Democracy. The God That Failed*, Transaction Publishers, New Brunswick, USA
- Hoppe, H.-H., „The Political Economy of Monarchy and Democracy, and The Idea of a Natural Order”, *Journal of Libertarian Studies*, vol. 2, nr. 11, 1995
- Hoppe, H.-H. (1993). *The Economics and Ethics of Private Property*, Kluwer Academic Publishers, Massachusetts
- Hülsmann, J.G., „A Realist Approach to Equilibrium Analysis”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, nr. 3(4), 2000
- Hülsmann, J.G., „Economic Science and Neoclassicism”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, nr. 2(4), 1999
- Iancu, A. (2000). *Politică și Economie. Repere ale unui sistem economic performant*, Editura Expert, București
- Johnson, P. (2003). *O istorie a lumii moderne: 1920 – 2000*, Editura Humanitas, București
- Jütting, J., „Institutions and development: a critical review”, *Working Paper No. 210*, OECD, Development Center, 2003
- Kasper, W., Streit, M.E. (1998). *Institutional Economics: Social Order and Public Policy*, The Locke Institute, Editura Edward Elgar, Cheltenham, UK
- Kaufmann, D., Aart, K., Zoido-Lobaton, P., „Aggregating Governance Indicators”, *World Bank Policy Research Working Paper No. 2195*, 1999
- Kinsella, S.N., „Legislation and the Discovery of Law in a Free Society”, *Journal of Libertarian Studies*, nr. 11:2, 1995
- Krugman, P. (2000). *La mondialisation n'est pas coupable. Vertus et limites du libre-échange*, Éditions La Découverte, Paris
- Kunio, Y. (2001). *Institutions, culture and economic growth. An explanatory framework for comparative economic performance*, The Japan Foundation Kuala Lumpur
- Lal, D. (2002). *The Poverty of „Development Economics”*, 3rd edition, Institute of Economic Affairs, London
- Langlois, R. (editor) (1986). *Economics as a Process. Essays in the New Institutional Economics*, Cambridge University Press
- Lepage, H. (1978). *Demain le capitalisme*, Librairie Générale Française
- Lydall, H. (1998). *A Critique of Orthodox Economics. An Alternative Model*, Macmillan Press Ltd., Great Britain
- Marinescu, C. (2001). *Educația: perspectivă economică*, Editura Economică, București
- Marinescu, C. (2004). *Instituții și prosperitate. De la etică la eficiență*, Editura Economică, București
- Marinescu, C. (2005). *Economie Instituțională*, Editura ASE, București
- Maki, U., Gustafsson, Bo, Kundsén, Ch. (eds.) (1993). *Rationality, Institutions and Economic Methodology*, London, New York
- Menger, C. (1994). *Principles of Economics*, Libertarian Press, Inc.
- von Mises, L. (1966). *Human Action*, Henry Regnery Company, SUA
- von Mises, L., [1933], *Epistemological Problems of Economics*, New York University Press, 1981
- von Mises, L. (1947). *Planned Chaos*, The Foundation for Economic Education, Irvington-on-Hudson, SUA
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press
- North, D., Thomas, R.P. (1973). *The Rise of the Western World*, Cambridge University Press
- North, D.C. „The Adam Smith Address: Economic Theory in a Dynamic Economic World”, *Business Economics*, 1995
- Olson, M., [1965], *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Revised edition, Harvard University Press, 1971
- Petkantchin, V. (1996). *Les sentiments moraux font la richesse des nations. Moralité des comportements et moralité des procédures dans l'oeuvre d'Adam Smith*, Librairie de l'Université d'Aix-en-Provence
- Pejovich, S. (1995). *Economic Analysis of Institutions and Systems*, Kluwer Academic Publishers

- Rodrik, D., Arvind, S., Trebbi, F., „Institutions Rule: The Primacy of Institutions over Geography and Integration in Economic Development”, *NBER Working Paper 9305*, Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research, October 2002
- Rodrik, D., Arvin, S., „The Primacy of Institutions” (and what this does and does not mean), *Finance and Development*, IMF, vol. 40, nr. 2, 2003
- Rodrik, D., „Institutions, Integration, and Geography: In Search of the Deep Determinants of Economic Growth,” în *In Search of Prosperity: Analytic Country Studies on Growth*, ed. by Rodrik, D., Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2003
- Roger, A., „Hayek and Institutional Evolution”, *The Journal of Libertarian Studies*, vol. IV, 1980
- Rosenberg, N., „Some Institutional Aspects of the Wealth of Nation”, *Journal of Political Economy*, vol. 68, 1960
- Rosenberg, N., Birdzell Jr., L.E., (1986). *How the West Grew Rich. The Economic Transformation of the Industrial World*, Basic Books, Inc., Publishers, New York
- Rothbard, M. (1995). *Classical Economics. An Austrian Perspective on the History of Economic Thought*, vol. II, Editura Edward Elgar, England
- Rothbard, M. (1998). *Ethics of Liberty*, New York University Press, New York and London
- Sachs, J.D., „Tropical Underdevelopment,” *NBER Working Paper 8119*, Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research, 2001
- Sautet, Fr., *The role of institutions in entrepreneurship: implications for development policy*, Mercatus Center, George Mason University, www.mercatus.org/globalprosperity, 2005
- Schotter, A. (1981). *The Economic Theory of Social Institutions*, Cambridge University Press
- Smith, A. (1992). *Avuția națiunilor. Cercetare asupra naturii și cauzelor ei*, Editura Universitas, Chișinău
- Spiridon, M., „Ortodoxie și economie: Sfântul Ioan Gură de Aur”, *Jurnalul Economic*, iulie 2002
- Stiglitz, J., „More Instruments and Broader Goals: Moving Toward the Post-Washington Consensus”, *WIDER Annual Lectures*, Helsinki: United Nations University World Institute for Development Economic Research, 1998
- Weber, M. (1993). *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, Editura Humanitas, București
- Williamson, O.E., „The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead”, *The Journal of Economic Literature*, vol. 38, nr. 3, 2000
- World Bank, *Assessing Aid: What Works, What Doesn't, and Why*, World Bank Policy Research Report, New York: Oxford University Press, 1999
- World Bank, *World Development Report 2002: Building Institutions for Markets*, New York: Oxford University Press, 2002
- World Bank, *World Development Report 2003, Sustainable Development in a Dynamic World: Transforming Institutions, Growth, and the Quality of Life* (New York: Oxford University Press), 2003
- IMF, *World Economic Outlook*, „Growth and Institutions”, aprilie 2003

Evaluarea rezultatelor acțiunilor de promovare a vânzărilor

■

Olimpia Ban

Lector universitar doctor
Universitatea din Oradea

Abstract. *An essential element of the sales promotion strategy and not only is the evaluation of the results obtained from the activities performed. Due to their nature and applicability, the evaluation of the sales promotion is much easier to be achieved, but it raises some problems. Using a hypothetical example, we have tried to develop a “classic” evaluation model of the specialty literature.*

Key words: sales promotion; evaluation model: Bump-Trough effect.

■

Marea și încă nerezolvată problemă a promovării este evaluarea rezultatelor. Pe plan mondial, cheltuielile cu promovarea cresc de la an la an, însă nu se fac prea multe progrese în determinarea eficienței cu care au fost folosiți banii.

Strategiile promoționale trebuie să facă față la două tendințe contradictorii:

- pe de o parte, creșterea competiției pe piață impune creșterea cheltuielilor cu mix-ul promoțional. În 1992, totalul cheltuielilor cu promovarea au fost de 177 miliarde de dolari SUA, iar rata de creștere anuală a fost de 8%;
- iar pe de altă parte, se caută căi de scădere a costurilor și creștere a profiturilor.

Cu alte cuvinte, se acordă importanță promovării, însă se caută forme de promovare cu eficiență economică maximă foarte vizibilă. Toate acestea au condus la accentuarea rolului promovării vânzărilor, datorită efectelor lor *mai* vizibile și pe termen scurt, în detrimentul celorlalte instrumente promoționale.

S-au identificat câteva elemente ce trebuie luate în calcul la evaluarea rezultatelor promovării vânzărilor (Srinivasan, Anderson, 1998: pp. 410-420):

- profitabilitatea;
- condițiile pieței locale;
- efectele asupra partenerilor;
- sinergia dintre diferite tipuri de tehnici de promovare a vânzărilor;
- activitățile promoționale ale competitorilor și
- rolul promovării vânzărilor în strategia de marketing globală.

La acestea se mai adaugă (Dubois, Jolibert, 1994: pp. 256-262):

- impactul diferențiat al diverselor tehnici conform obiectivelor promovării;
- impactul promovării asupra altor produse ale gamei din punctul de vânzare;
- efecte ale promovării în timp, conform ciclului de viață al produsului;

Evaluarea rezultatelor acțiunilor de promovare a vânzărilor

- rolul promovării asupra performanțelor punctului de vânzare.

Înainte de studierea fiecărui element identificat, ne putem alinia opiniei generale în domeniu deoarece e dificil de a se generaliza o bună parte a rezultatelor promovării, cât timp sunt importante variațiile: de context, de produs, de tehnică și efectele interacțiunii.

Rolul promovării vânzărilor în reflectarea profitabilității de marketing nu este așa mare cum se crede. Acest lucru se datorează: lipsei de înțelegere a impactului global al promovării vânzărilor asupra performanțelor mărcii și utilizării metodelor și indicatorilor nepotrivii de evaluare a impactului promovării vânzărilor.

De exemplu, într-un articol din Business Week (1996) cupoanele erau apreciate ca ineficiente datorită ratei de răspuns ce a scăzut din 1985 de la 4% la 2% în 1995. În acest caz nu s-a luat în calcul profitabilitatea mărcii. Rezultatele arată doar dezinteresul pentru returnarea cupoanelor și nu pentru produsele mărcii.

O lacună a modelului ierarhiei efectelor al lui Lavidge și Steiner (1961) este absența înregistrării efectelor pe termen lung ale promovării vânzărilor.

Un alt aspect neluat în calcul e faptul că diferite instrumente ale promovării vânzărilor pot avea diferite impacturi asupra vânzărilor, profitabilității și valorii adăugate ale mărcii.

Una din greșelile comune în evaluarea promovării vânzărilor, apreciază Srinivansan și Anderson, este agregarea efectelor pe toate activitățile promoționale.

Promovarea vânzărilor are atât efecte pe termen scurt și mediu de creștere a vânzărilor, cât și efecte pe termen lung care nu sunt de neglijat: conștientizarea consumatorului cu privire la existența produsului, informarea acestuia cu privire la anumite caracteristici, evidențiate printr-un concurs de exemplu, determinarea primei încercări care va determina atașamentul față de marcă și după încheierea perioadei de promovare etc.

În planificarea și evaluarea promovării vânzărilor trebuie să se țină cont și de condițiile speciale ale pieței. Nu toate instrumentele promoționale se vor comporta la fel pe toate piețele. Ele depind și de segmentele de consumatori și de condițiile de mediu. Spre exemplu, o acțiune

promoțională de succes în Statele Unite poate avea probleme în România datorită suspiciunii și reticenței populației.

Efectele asupra partenerului sunt realmente importante. Nu trebuie uitat că, de cele mai multe ori, producătorul nu este în relație directă cu consumatorul, ca urmare nu are controlul total asupra aplicării anumitor instrumente ale promovării vânzărilor. Pentru a avea totalul sprijin al distribuitorului, și el trebuie să beneficieze de acțiunea promoțională. Spre exemplu, un detailist „întreprinzător” poate să descurajeze vânzarea anumitor produse supuse promovării la preț redus pentru ca, după terminarea perioadei, să le vândă la prețul normal și să profite de diferență.

Un alt aspect ce trebuie exploatat și măsurat este sinergia dintre diferite tipuri de instrumente de promovare a vânzărilor.

Foarte des, aplicarea combinată a două sau mai multor instrumente de promovare a vânzărilor aduce beneficii mai mari decât fiecare instrument separat. Se pot combina instrumente de promovare a vânzărilor sau se pot asocia produse complementare în promovare.

Evaluarea sistematică a rezultatelor obținute de fiecare instrument de promovare a vânzărilor permite identificarea felului în care diferite piețe răspund la diferite tehnici de promovare a vânzărilor, în diferite condiții de mediu și concurență.

Adesea, când vânzările și profiturile dorite nu sunt atinse, promovarea vânzărilor este cea acuzată. Nu trebuie uitat că succesul unei acțiuni promoționale poate fi susținut doar de un produs de calitate sugerată, la un preț corespunzător, cu o bună distribuție și o poziționare adecvată.

Dacă promovarea vânzărilor reușește să convingă consumatorii să acționeze, iar produsul nu corespunde cerințelor consumatorilor, efectele acțiunilor promoționale vor fi tocmai contrare celor dorite.

Promovarea vânzărilor este în relație și cu ciclul de viață al produsului, de acesta depinzând și rezultatele.

S-a observat un impact mai mare al promovării în etapa de creștere a produselor. Întrebarea ar fi în ce măsură promovarea stimulează creșterea produselor sau creșterea e cea care sporește rezultatele promovării?

Gradul de competitivitate în plan promoțional este și el foarte important în succesul unei acțiuni. Produsele se aseamănă tot mai mult între ele, dar și acțiunile promoționale se aseamănă foarte mult. Acest lucru scade evident eficiența unei acțiuni.

Promovarea vânzărilor e adesea utilizată de noi intrați pe piață care vor să atragă consumatorii altor mărci. Mărcile consacrate pot să ignore pe termen scurt aceste acțiuni, dar pe termen lung e nevoie de o strategie ofensivă.

Într-un mediu competitiv, spun Srinivasan și Anderson, „abilitatea de a elabora și implementa promovarea vânzărilor pe termen scurt e un avantaj competitiv în sine” (Srinivasan, Anderson, 1998, p. 412).

Atenția acordată rezultatelor promovării se realizează pe fondul încercărilor de reducere a costurilor unei organizații, prin reducerea cheltuielilor de marketing.

Evaluarea și controlul într-o organizație au rolul de a asigura încadrarea în resursele disponibile și a evalua eficiența realizării cheltuielilor.

Câteva firme au creat posturi numite „controlori de marketing” în încercarea de standardizare și control a cheltuielilor de marketing.

Concluzia analizării elementelor ce concură la reușita unei acțiuni de promovare a vânzărilor este că nu doar tehnicile de promovare în sine sunt răspunzătoare de rezultate. Promovarea vânzărilor este văzută ca un „rău necesar” de unii, poziție nemerită.

În ciuda creșterii interesului pentru promovarea vânzărilor, ea este încă văzută ca „o cenușareasă a marketing-ului”.

După Ph. Kotler, G.H. McDougall și J.L. Picard (Dubois, Jolibert, 1994, pp. 256-262), producătorii pot să utilizeze patru metode pentru măsurarea eficacității promovării vânzărilor:

- analiza vânzărilor;
- analiza datelor culese de pe paneele de consumatori;
- analiza datelor culese în cursul anchetelor pe lângă consumatori;
- studii experimentale.

Analiza vânzărilor poate furniza informații despre: cantitățile vândute; cifrele de afaceri; realizările pe segmente de consumatori, pe produse, pe puncte de vânzare etc. Ea poate fi

însoțită de o estimare a rentabilității fiecărei operațiuni, a raportului între costul promovării și surplusul dat de aceasta. E important să se înțeleagă care este pragul de rentabilitate al fiecărei acțiuni.

Stabilirea pragului de rentabilitate al acțiunii înseamnă: determinarea cheltuielilor maxime ce se vor realiza cu promovarea (cheltuieli cu realizarea, tipărirea, distribuția materialelor informative cu privire la acțiune etc.) la care se adaugă estimarea numărului maxim de posibili câștigători (ai unui concurs, sweepstake etc.) și compararea acestora cu un posibil interval de câștiguri.

Spre exemplu, multe hoteluri și-au stabilit reguli mai restrictive pentru intrarea în posesia premiilor. Astfel: s-a păstrat ridicat numărul punctelor cerute pentru premiu; s-au stabilit perioade când punctele nu pot fi utilizate; s-a alocat doar un număr de locuri sau camere pentru gratuitate sau reduceri.

O altă metodă de *ținere sub control* a câștigurilor ar fi cea sugerată de A. Toop (Toop, 1998, p.122), într-un exemplu pe care îl dă, când „creșterea gradului de dificultate a întrebărilor este generat prin intermediul unui computer, care va răspunde prin intermediul unei voci sintetizate electronic, activată de vocea celui care sună. Calculatorul va învăța din propria experiență pe tot parcursul celor opt săptămâni în care va rula acțiunea promoțională, de exemplu va observa dacă gradul de dificultate pe care l-am atașat întrebărilor se dovedește în practică a fi cel bun, putându-l ridica sau scădea. Programul computerului este confidențial, fiind capabil să conțină numărul total al câștigătorilor de televizoare între 450 și 550, cu câștigători lunari între 50 și 80”.

Limitele analizei vânzărilor în evaluarea promovării vânzărilor:

- multe întreprinderi nu au un sistem contabil destul de precis pentru a furniza toate datele privitoare la vânzări sau consideră că e prea costisitor;
- e dificil de a izola efectul promovării vânzărilor față de alte efecte ale acțiunilor promoționale, mai ales că promovarea vânzărilor se aplică în asociere cu alte acțiuni;
- durata efectelor promoționale nu e doar de scurtă durată, mai ales în cazul prescriptorilor;
- analiza vânzărilor neglijează alte efecte ale promovării, cum ar fi comunicarea.

Panelele de distribuție sau consum devin instrumente din ce în ce mai fiabile în a măsura efectele acțiunilor promoționale.

În Statele Unite, panelul Nielsen propune un serviciu numit National Scantrak, bazat pe un eșantion extrapolat al clienților supermagazinelor cu o cifră de afaceri mai mare de 4 milioane de dolari.

Sistemul Audilab de la societatea Nielsen, constituit dintr-un anumit număr de paneliști ce frecventează cu regularitate magazine echipate cu scanere, permite cunoașterea rezultatelor promovărilor prin paneliști.

Limitele acestei metode sunt date de costul paneelelor, rezultatele privesc mai ales produse în general de larg consum; interferențele dintre tehnicile de promovare nu sunt luate în calcul, iar efectele asupra comunicării nu prea sunt luate în calcul.

Studiile experimentale sunt mai frecvente mai ales sub forma testelor combinate cu planurile experienței.

Unul din avantajele acestei tehnici este posibilitatea de a obține rezultatele înaintea generalizării operațiunii la scară mare.

Limitele aplicării tehnicii sunt date de costul lor, necesitând o prezență importantă la punctul de vânzare, și de întârzierea adusă operațiunii care permite concurenței să acționeze.

Trecerea în revistă a doar câtorva probleme ce trebuie analizate în înțelegerea efectelor

promovării a demonstrat încă o dată dificultatea și complexitatea demersului.

S-a convenit să se cadă de acord asupra anumitor efecte principale, cum ar fi: accelerarea achizițiilor, creșterea vânzărilor sau efectul *Bump-Trough* (Desmet, 1981).

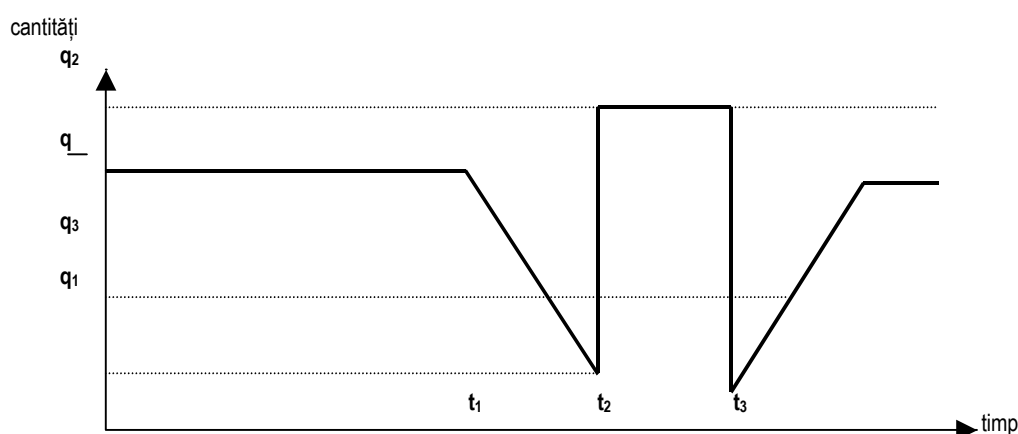
Efectul de anticipare este datorat distribuitorului, care, informat despre promovare, vinde din stoc pentru a-și putea reface stocurile la un preț mai scăzut. Acest destocaj durează t_1 perioade și în medie, diminuează vânzările $(\bar{q} - q_1)$.

Importanța acestui efect depinde de distribuție și de controlul exercitat de întreprinderile producătoare asupra acesteia.

Efectul Bump este pozitiv și concomitent cu promovarea. El provine din refacerea stocurilor distribuitorului și din suplimentele de cumpărături efectuate de consumatori. Acest supliment este datorat cumpărăturilor făcute de noii clienți (neconsumatori sau clienți ai concurenței) sau cumpărăturilor efectuate de clienții actuali (anticipare și stocaj al clienților produsului supus promovării).

Durata acestui efect este: $(q_2 - \bar{q})$.

Efectul Trough este repercursiunea efectelor care preced: reîntoarcerea anumitor clienți la marca lor inițială, consumul din stoc pentru clienții obișnuiți. Acest efect în perioada t_3 o costă pe întreprindere $(\bar{q} - q_3)$.



Efectele dinamice ale promovării asupra vânzărilor

Sursa: prelucrare după Dubois, Jolibert, Marketing-Teorie și practică, vol. II, Universitatea de Științe Agricole din Cluj-Napoca, 1994, p. 261

Figura 1. Evoluția vânzărilor generată de o acțiune promoțională

Mergând mai departe, pentru o mai exactă apreciere a efectelor promovării vânzărilor, se poate realiza compararea vânzărilor, dinainte și după promovare, atât sub aspect cantitativ, cât și valoric.

Pornind de la modelul evoluției vânzărilor oferit de Dubois și Jolibert ne-am propus să facem noi o analiză mai detaliată:

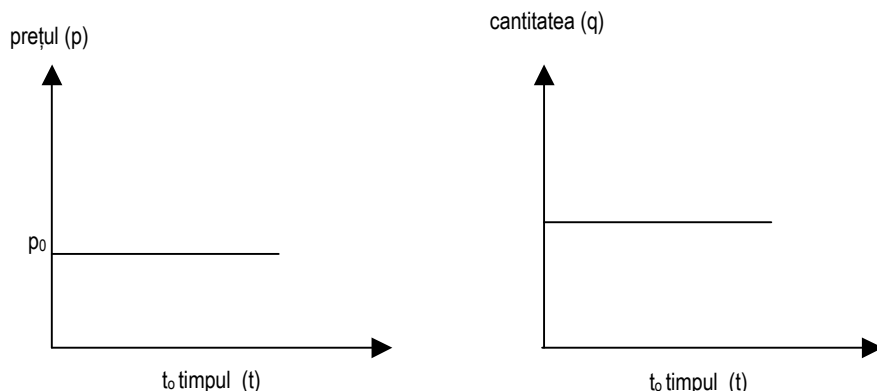


Figura 2. Situația vânzărilor fără promovare

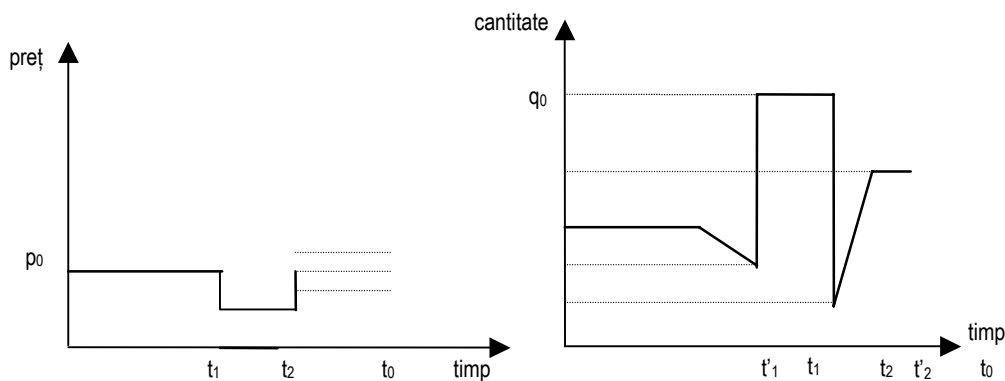


Figura 3. Situația vânzărilor cu promovare

În perioada t_0 (perioada fără promovare) presupunem că vânzările ($p \times q$) rămân constante.

Dacă în aceeași perioadă de timp ar avea loc o acțiune promoțională (de tip reducere de preț), în intervalul de timp $[t'_1 - t_0]$ au loc următoarele modificări:

- în perioada $[t'_1 - t_1]$ (înaintea promovării), cantitatea vândută scade (liniar) la nivelul q_1 cu prețul inițial p_0 ;
- în perioada $[t_1 - t_2]$ (în timpul promovării), cantitatea vândută crește la nivelul q_2 , la prețul promoțional p_1 ;
- în perioada $[t_2 - t'_2]$ (postpromoțională), cantitatea vândută scade brusc până la nivelul q_3 , ca apoi să crească (liniar) până la nivelul q_4 , în condițiile revenirii la prețul inițial p_0 ;
- în perioada $[t'_2 - t_2]$ cantitatea vândută se menține la nivelul q_4 , la un preț p_0 .

Luarea în discuție și a variațiilor de preț, în raport cu variațiile de cantități vândute generate de

lansarea unei operațiuni promoționale, evidențiază profitabilitatea acțiunii. Simpla creștere a cantității vândute nu e un scop în sine.

Pentru a realiza compararea încasărilor în cele două situații (cu și fără promovare) sunt necesare următoarele demersuri:

- când nu se face promovare, încasările sunt: $p_0 \times q_0 \times t_0$;
- când se face promovare, avem:
 - în perioada t'_1 , încasările sunt: $p_0 \times q_0 \times t'_1$.
 - în perioada $[t'_1 - t_1]$, încasările sunt: $p_0 \times (q_0 + q_1)/2 \times (t_1 - t'_1)$ deoarece cantitatea vândută în perioada $[t'_1 - t_1]$ este $(q_0 + q_1) \times 2$.
 - în perioada $[t_1 - t_2]$, încasările sunt: $q_2 \times p_1 \times (t_2 - t_1)$.
 - în perioada $[t_2 - t'_2]$, încasările sunt: $p_0 \times (q_3 + q_4)/2 \times (t'_2 - t_2)$ deoarece cantitatea vândută în perioada $[t_2 - t'_2]$ este $(q_3 + q_4)/2$.
 - în perioada $[t'_2 - t_0]$, încasările vor fi: $q_4 \times p_0 \times (t_2 - t'_2)$.

Ca urmare încasările din *perioada de promovare* vor fi:

$$p_0 \times q_0 \times t'_1 + p_0 \times (q_0 + q_1)/2 \times (t_1 - t'_1) + \\ + q_2 \times p_1 \times (t_2 - t_1) + p_0 \times (q_3 + q_4)/2 \times (t'_2 - t_2) + \\ + q_4 \times p_0 \times (t_2 - t'_2).$$

Aceste încasări se vor compara cu cele din perioada similară când nu s-a făcut promovare.

Aceasta ar fi o cale de evaluare a rezultatelor unei acțiuni de promovare a vânzărilor. Metoda prezintă numeroase limite, fiind mai mult o „cercetare de laborator”. Această metodă pune în evidență doar încasările obținute.

Câteva din limitele demersului sunt:

- s-a pus în discuție doar reducerea prețului (când se știe că promovarea vânzărilor se asociază adesea cu alte acțiuni promoționale);
- nu s-au luat în calcul costurile aferente promovării (altele decât reducerea prețului);
- nu s-au luat în considerare factorii de mediu, condițiile pieței;
- nu s-au luat în considerare acțiunile concurenților etc.

Totuși, având în vedere faptul că până acum nu s-au dezvoltat modele mai elaborate și cea mai bună cale de a evalua rezultatele unei acțiuni promoționale este de a separa tehnicile între ele, acesta ar putea fi un început.

O altă discuție ar putea pleca de la recomandările din literatura de specialitate care arată că între reducerea de preț și cifra de afaceri (CA) obținută trebuie să existe o legătură, în condițiile păstrării unei anumite marje de adaus.

Astfel, în condițiile păstrării unei marje brute, de 25% spre exemplu, concordanta dintre reducerea de preț și cifra de afaceri trebuie să fie:

Reducerea prețului	Creșterea cifrei de afaceri
5%	18%
10%	50%
15%	112%
20%	300%

Sursa: adaptare după Balaure et. al., 1999, p. 71.

Figura 4. Corelația dintre reducerea de preț și creșterea cifrei de afaceri

După cum se poate vedea, pe măsură ce se reduce prețul ritmul de creștere a cifrei de afaceri trebuie să crească și el, dar mai susținut.

Legătura dintre reducerea de preț și CA este una esențială, ignorarea ei ducând la „prosperitate fără profituri”, cum spunea Mike Ogden. Dacă mai luăm în considerare faptul că o reducere pentru a influența consumatorii trebuie să fie de cel puțin 15-20%, atunci ar trebui să se urmărească prin promovare o creștere a CA cu 112% sau 300%.

Ne propunem să găsim legături între cantitatea vândută înaintea acțiunii promoționale și cantitatea care ar trebui să fie vândută pentru ca acțiunea să fie considerată profitabilă.

Facem următoarele notații:

- prețul aplicat înaintea promovării- p_0 ;
- cantitatea vândută înaintea promovării- q_0 ;
- CA obținută înaintea activității de promovare- CA_0 ;
- procentul de reducere aplicat- r_0 ;
- creșterea procentuală a CA- c_0 ;

Atunci o creștere a CA cu c_0 necesită vânzarea unei cantități q_1 care să verifice următoarea relație:

$$c_0 \times CA_0 + CA_0 = q_1 \times (p_0 - p_0 \times r_0), \text{ adică}$$

$$q_1 = CA_0 (c_0 + 1) / (p_0 - p_0 \times r_0) = q_0 (c_0 + 1) / (1 - r_0) \quad (1)$$

Plecând de la concordanta sugerată mai sus se poate obține următorul grafic (aproximativ):

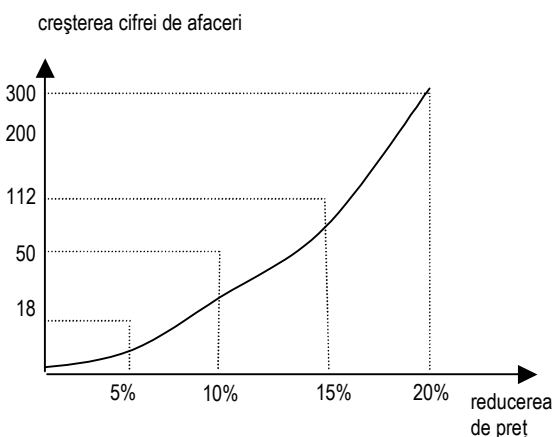


Figura 5. Concordanța dintre reducerile de prețuri și cifra de afaceri

Reprezentarea grafică ne sugerează că am putea avea de-a face cu o funcție exponențială.

Pentru început vom considera o creștere exponențială a cantității ce va trebui vândută, de tipul: $a \times a^x$, pe fiecare segment (0-5, 5-10 etc.); unde X reprezintă creșterea procentuală a reducerii.

Dacă $X = 0$ (nu există reducere de preț) atunci $q_1 = q_0$, adică $(a \times a^0) = 1$, ceea ce implică $a = 1$.

Dacă $X = 0,05$, în conformitate cu graficul de mai sus și cu relația $1, q_1 = q_0 \times (0,18 + 1)/(1 - 0,05) = 1,24 \times q_0$, adică $a \times a^{0,05} = 1,24$,

$$I \quad f_1(X) = 1 \times 1,24^{20X}$$

La fel se obțin și celelalte relații:

$$II \quad f_2(X) = 0,94 \times 1,33^{20X}$$

$$III \quad f_3(X) = 0,68 \times 1,56^{20X}$$

$$IV \quad f_4(X) = 0,34 \times 1,95^{20X}$$

Ceea ce am obținut mai sus ne permite ca pentru orice reducere de preț cuprinsă în intervalul 0-20% să se determine cantitatea ce urmează a fi vândută, pentru a se realiza o promovare profitabilă.

Dacă pornim de la ipoteza că am avea de-a face cu o funcție *polinomială*, ea va avea următoarea formă:

$$f(x) = ax^4 + bx^3 + cx^2 + dx + e;$$

Pornind de la relația: $CA = q \times p$; și luând în considerare datele pe care le avem vom obține

$$\left\{ \begin{array}{l} f(0) = 1 \\ f(0,05) = 1,24 \quad \text{la o reducere a prețului cu 5\% se impune o creștere a cantității vândute de 1,24 ori;} \\ f(0,10) = 1,66 \quad \text{la o reducere a prețului cu 10\% se impune o creștere a cantității vândute de 1,66 ori;} \\ f(0,15) = 2,59 \quad \text{la o reducere a prețului cu 15\% se impune o creștere a cantității vândute de 2,59 ori;} \\ f(0,20) = 5 \quad \text{la o reducere a prețului cu 20\% se impune o creștere a cantității vândute de 5 ori;} \\ \text{de unde rezultă următoarea funcție:} \end{array} \right.$$

$$f(x) = 4267 x^4 - 840 x^3 + 87 x^2 + 2x + 1$$

Dacă am urmări o reducere a prețului cu 50 %, adică $x = 0,5$ (în condițiile păstrării aceluiași ritm de creștere), atunci cantitatea ce va trebui să se vândă va fi mai mare de:

$$\begin{aligned} f(x) &= 4267(0,5)^4 - 840(0,5)^3 + 87(0,5)^2 + 20,5 + 1 = \\ &= 4267 \times 0,0625 - 840 \times 0,125 + 87 \times 0,25 + 2 \times 0,5 + 1 = \\ &= 266,6875 - 105 + 10,875 + 2 = 174,56 \text{ ori} \end{aligned}$$

Precizăm faptul că modelul ar fi prețios dacă s-ar păstra aceleași condiții de mediu, pentru aceleași produse, aflate într-un anumit stadiu al ciclului lor de viață, fără consemnarea altor influențe etc. Nerepetabilitatea condițiilor de mediu îngreunează sau face practic imposibilă o modelare matematică exactă.

Concluzii

Efectele promovării vânzărilor sunt foarte complexe și nu sunt condiționate doar de acțiunea în sine de promovare a vânzărilor. Ele depind de: etapa din ciclul de viață în care se găsește produsul, de condițiile concrete de pe piață din momentul promovării, de reușita colaborării cu partenerii de piață în privința promovării, de sinergia dintre diferite tehnici de promovare, de comportamentul concurenței etc. Într-un model matematic de anticipare a rezultatelor unei acțiuni de promovare a vânzărilor, toate aceste variabile nu pot fi rezonabil reprezentate. Lucrarea de față punctează doar una dintre metodele rudimentare de evaluare a acțiunilor promoționale care ar putea permite o fundamentare mai precisă a deciziilor cu privire la bugetele promoționale.

Cu toate acestea, modelarea matematică a unor fenomene economice rămâne una dintre cele mai mari provocări ale cercetătorilor științifici din domeniul economicului. Modelarea matematică oferă posibilitatea predicției evoluției pieței în condițiile cunoașterii unor parametri, tendința fiind de luare în calcul a cât mai multor variabile și efectuarea de previziuni în condiții de piață tot mai incerte.

Bibliografie

- Balaure, V., Popescu, Ioana Cecilia, Șerbănică, D., Vegheș, C. (1999). *Tehnici promoționale, Probleme Analize Studii de caz*, Editura Uranus, București
- Dubois, P.L., Jolibert, A. (1994). *Marketing-Teorie și practică*, vol. II, Universitatea de Științe Agricole din Cluj-Napoca, p. 261
- Srinivasan, S.S., Anderson, R.E., „Concepts and strategy guidelines for designing value enhancing sales promotions”, *Journal of Product & Brand Management*, vol. 7, no. 5., 1998
- Toop, A. (1998). *Tehnici de promovarea vânzărilor*, Editura Class, București.

Evoluții monetar-valutare în anul 2006 și perspective pentru 2007

Radu Titus Marinescu

Conferențiar universitar doctor
Universitatea „Artifex” București

Abstract. *As a result of the achieved progress, Bulgaria and Romania will be allowed to assume the rights of membership of the European Union starting January 1st, 2007. The Commission hardly waits to welcome Romania and Bulgaria as full members of the European Union at that date.*

Key words: currency reformation; denomination; monetary; macroeconomics.

Anul 2007 reprezintă un an crucial în evoluția economiei românești, când România se află în fața celei mai mari oportunități din istoria sa recentă, odată cu integrarea sa în Uniunea Europeană, o economie globală în expansiune, o vastă organizație cu interese supranaționale specifice, dar, în același timp, o constelație de interese naționale care reprezintă o provocare pentru factorii de decizie la nivel național.

Cadrul macroeconomic favorabil stabilității financiare în perioada 2005-2006 este caracterizat prin intensificarea procesului de corelare a politicilor existente și de implementarea de politici noi:

- *reforma politicii fiscale;*
- *continuarea liberalizării contului de capital;*
- *țintirea directă a inflației;*
- *denominarea monedei naționale;*
- *continuarea consolidării fiscale.*

Toate acestea în condițiile *mediului internațional* cu impact asupra politicii fiscal-bugetare, ceea ce denotă că România își menține și consolidează progresele înregistrate până în prezent.

Anul 2007 marchează trecerea României într-o fază superioară, care necesită continuarea alinierii acesteia la tendințele de evoluție a societăților occidentale și care îi va permite să beneficieze de avantajele integrării:

- *suplimentarea și diversificarea resurselor financiare prin accesul României la fondurile structurale și de coeziune;*
- *beneficiile viitoare ca stat membru, derivate din participarea la piața unică, la Uniunea Economică și Monetară și o mai bună susținere a intereselor naționale;*
- *accelerarea reformei și susținerea procesului de integrare. Proiectul de buget pe anul 2006 a fost elaborat în contextul păstrării echilibrelor macroeconomice, astfel încât țintele propuse pentru anul 2006 (creștere economică, inflație, deficitul contului curent) să fie menținute în limitele proiectate.*

Proгноza macroeconomică pentru anul 2006 va asigura amplificarea creșterii economice, România continuând să înregistreze ritmuri ridicate de creștere economică cu atât mai mult cu cât 2006 reprezintă al doilea an de implementare a Programului de guvernare 2005-2008.

Produsul intern brut, pe primul semestru al anului 2006, a crescut într-un ritm susținut de 7,4%, la finele anului prognoza fiind de 6,7%, pe seama măririi volumului de activitate, cu deosebire în construcții și sectorul terțiar, în sumă absolută acesta situându-se la 335,9 miliarde de lei.

Politica fiscală promovată în anul 2006 a avut efecte benefice asupra încasărilor bugetare; astfel în primele

opt luni veniturile bugetare au fost mai mari cu 0,9 puncte procentuale din produsul intern brut față de cele realizate în aceeași perioadă din anul precedent.

Politica monetară reflectă consolidarea procesului de dezinflație, ținta aferentă anului 2006 fiind un nivel de 5,5% la finele anului, media anuală fiind de 6,8%. Implementarea, începând cu

1 iulie 2005, a leului greu a marcat închiderea unei perioade cu inflație înaltă și instabilă.

Deficitul bugetului general consolidat pentru anul 2006, corelat cu obiectivele de sprijinire a procesului de dezinflație și limitare a deficitului de cont curent în marjele de siguranță, a fost stabilit la 2,8% din produsul intern brut.

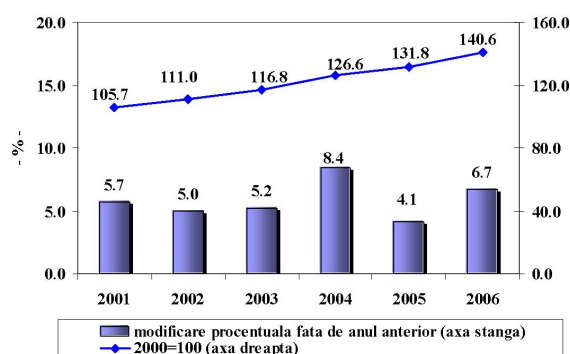


Figura 1. Evoluția produsului intern brut

Ponderea datoriei publice interne în produsul intern brut la finele anului 2006 se estimează a fi de 4,4% (5% în 2005).

Datoria publică guvernamentală externă

prognostată pentru sfârșitul anului 2006 va fi de circa 11,7% din produsul intern brut, situându-se pe un trend descendent față de anul precedent (15,4% în 2005).

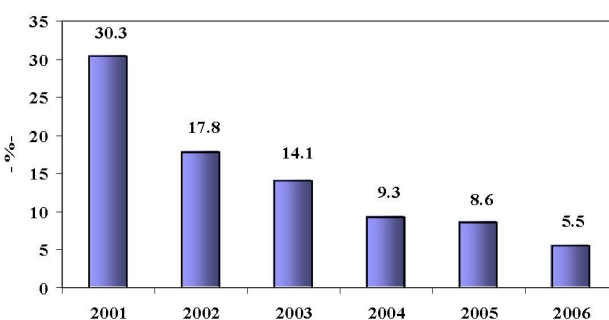


Figura 2. Evoluția inflației
(decembrie față de decembrie an anterior)

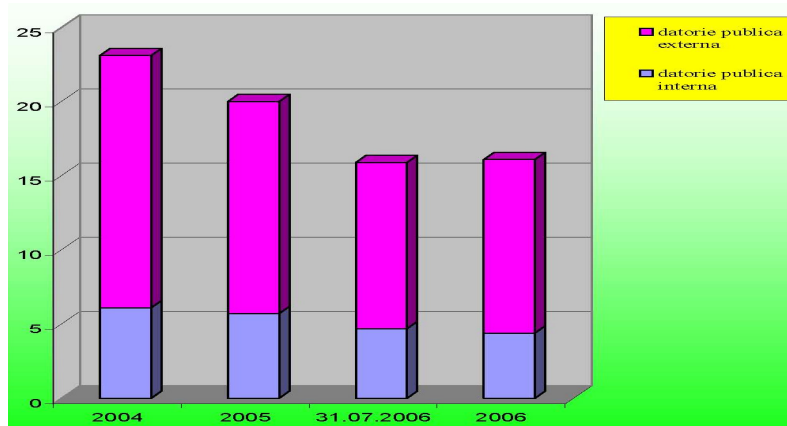


Figura 3. Evoluția ponderii datoriei publice guvernamentale în produsul intern brut în perioada 2004-2006

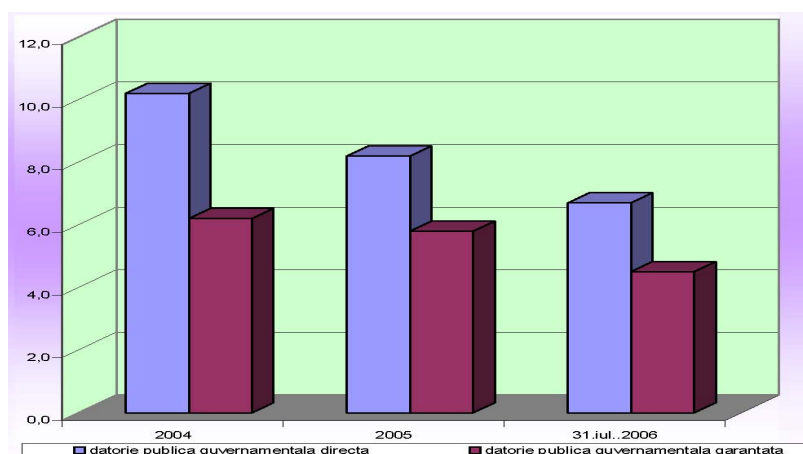


Figura 4. Evoluția datoriei publice guvernamentale externe (procente din produsul intern brut)

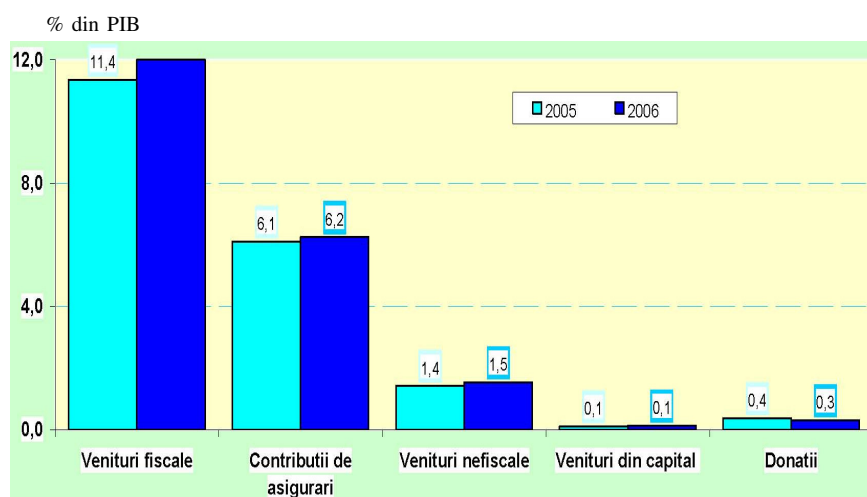


Figura 5. Evoluția veniturilor bugetului general consolidat în produsul intern brut în perioada 01.01.2005-31.08.2006

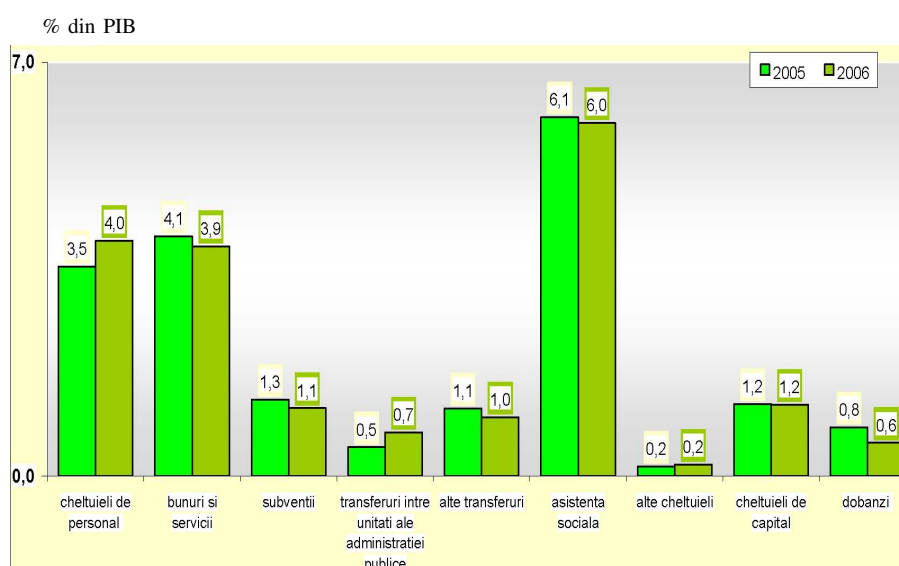


Figura 6. Ponderea în produsul intern brut a cheltuielilor bugetului general consolidat în structura economică în perioada 01.01.2005-31.08.2006

Pentru anul 2007 produsul intern brut se estimează că va crește cu 6,4%, pe seama măririi volumului de

activitate, cu deosebire în construcții și servicii, atingând la finele anului 381,9 miliarde de lei.

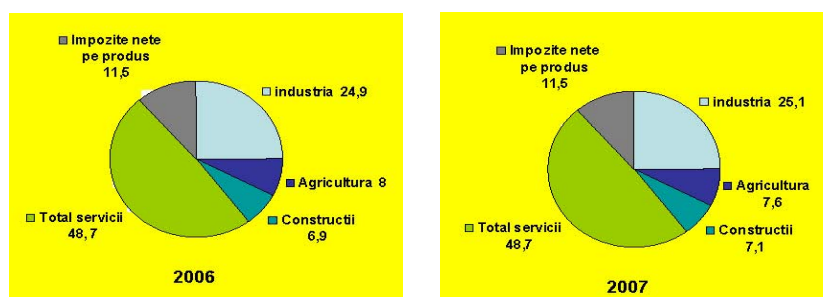


Figura 7. Structura produsului intern brut pe ramuri

Formarea brută de capital fix va crește în anul 2007 cu 11,5%, în condițiile în care cererea internă, în ansamblul său, va crește cu 7,9%.

Consumul individual efectiv al gospodăriilor va crește cu o rată mai mică decât în anul 2006 (7,5% față de 8,9%), având, în schimb, o dinamică mai mare decât consumul colectiv efectiv al administrației publice (3,5%).

Deficitul contului curent al balanței de plăți externe se așteaptă să fie de 9,3 miliarde euro, în special ca urmare a majorării deficitului comercial, situându-se la 8,6% din produsul intern brut, în descreștere față de anul 2006.

Rata inflației se va reduce față de sfârșitul anului 2006 la 4,5%, în timp ce media anuală se va situa la 5%.

Cursul de schimb se estimează a continua tendința de apreciere moderată, ceea ce va contribui la reducerea prețurilor din import.

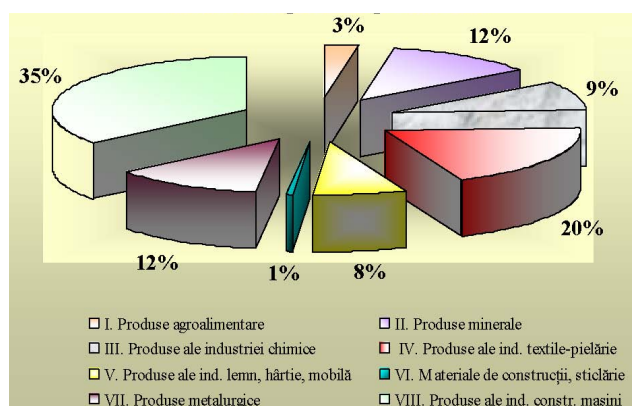


Figura 8. Structura exportului pe anul 2007

Ponderea salariaților în total populație ocupată va crește ajungând la 58,4%, cu 1,8 puncte procentuale mai mare decât în 2006.

Rata șomajului înregistrat se estimează că va ajunge la 5,6%, în evidentă scădere.

Câștigul salarial mediu brut prognozat pentru anul 2007 va atinge nivelul de 1.270 lei, mai mare cu 12,4% față de anul 2006.

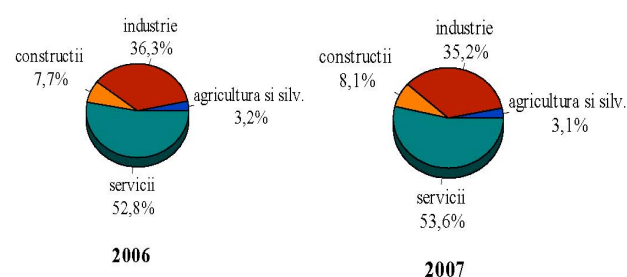


Figura 9. Structura numărului mediu de salariați

Politica fiscală în anul 2007 vizează următoarele obiective:

- relaxare fiscală, extinderea bazei de impozitare, creșterea gradului de colectare a veniturilor bugetare;
- restructurarea cheltuielilor publice prin prioritizarea programelor de anvergură națională;
- crearea condițiilor pentru absorbția și funcționarea instrumentelor structurale care reprezintă resursa cea mai importantă de care va beneficia România pentru a atinge obiectivul de creștere durabilă;
- stabilirea unui deficit bugetar de 2,8% din PIB, pentru susținerea dezinflației și a deficitului de cont curent în limite rezonabile;
- nivel al cheltuielilor bugetare de 38,0 % din produsul intern brut.

În *domeniul impozitului pe profit*, se acționează în vederea extinderii bazei de impozitare, simplificarea sistemului de impunere și preluarea reglementărilor comunitare prin:

- introducerea sistemului de plăți anticipate pentru sectorul bancar;
- restrângerea categoriilor de rezerve deductibile la calculul profitului impozabil pentru societățile bancare și de asigurare, precum și din sectorul energetic și petrolier;
- eliminarea unor facilități fiscale, cuprinse în acte normative speciale, considerate neconforme cu principiile Uniunii Europene, precum:
- facilitățile pentru cooperarea agricolă;
- facilitățile pentru investițiile în zonele montane.

În *domeniul impozitării microîntreprinderilor* au fost modificate cotele de impozitare astfel: 2% pentru anul 2007, 2,5% pentru anul 2008 și 3% pentru anul 2009, iar contribuabilii care depășesc 100.000 euro în cursul anului plătesc pentru acel an impozit pe profit.

În *domeniul impozitului pe venit*, obiectivele vizate sunt:

- uniformizarea cotei de impunere pentru categoriile de venit la cota de 16%;
- modificarea procedurii de calcul și administrare a impozitului pe câștigurile din tranzacții cu valori mobiliare;
- renunțarea la neimpozitarea câștigurilor din transferul proprietăților imobiliare dobândite prin moștenire și schimb.

În *domeniul impozitului pe venit*, obiectivele vizate sunt:

- uniformizarea cotei de impunere pentru categoriile de venit la cota de 16%;
- modificarea procedurii de calcul și administrare a impozitului pe câștigurile din tranzacții cu valori mobiliare;
- renunțarea la neimpozitarea câștigurilor din transferul proprietăților imobiliare dobândite prin moștenire și schimb.

În domeniul *taxei pe valoarea adăugată* politica fiscală este decisă la nivel comunitar astfel că de la data aderării României la UE ne vom conforma acestei reguli, iar măsurile adoptate vor viza actualizarea legislației naționale cu cea comunitară.

În domeniul *accizelor* se va avea în vedere majorarea nivelului acestora pentru produsele supuse accizării armonizate, la care nu a fost atins încă nivelul minim impus prin directivele comunitare, cum ar fi tutunul prelucrat, produsele energetice și electricitatea.

În domeniul *taxelor vamale*, începând cu anul 2007, România va adopta tariful vamal și codul vamal comunitar. În aceste condiții, taxele vamale colectate pe teritoriul țării noastre vor deveni venit al bugetului comunitar.

În domeniul *impozitelor și taxelor locale* sunt avute în vedere următoarele măsuri:

- în cazul clădirilor utilizate ca locuințe, a căror suprafață construită depășește 150 de metri pătrați, se va majora impozitul aferent acestora, ca urmare a creșterii valorii impozabile a clădirii cu câte 5% pentru fiecare 50 de metri pătrați sau fracțiune din aceștia;
- taxa asupra mijloacelor de transport se va majora ca urmare a modificării modului de calcul al impozitului, în funcție de capacitatea cilindrică a mijlocului de trans-

port, prin înmulțirea fiecărei grupe de 200 cmc sau fracțiune din aceasta cu o valoare cuprinsă între 7-120 lei, în cazul autovehiculelor;

- taxa pentru nave de sport și agrement se stabilește între 0 - 800 lei/an;
- comerțiații a căror activitate se desfășoară în restaurante și baruri plătesc bugetului local o taxă pentru eliberarea sau vizarea anuală a autorizației de funcționare în sumă de până la 3.000 lei.

În domeniul politicii bugetare pe anul 2007 au prioritate:

- reforma consistentă a cheltuielilor publice;
- îmbunătățirea prioritizării acestora și redirecționarea lor către finanțarea angajamentelor asumate de România în cadrul procesului de aderare la Uniunea Europeană;
- asigurarea unui management mai bun al cheltuielilor publice.

Veniturile bugetului general consolidat pe anul 2007, incluzând și fondurile externe nerambursabile, sunt estimate la 134.371,5 milioane lei (35,2% din PIB), în creștere cu 2,9 puncte procentuale față de 2006.

Pe categorii de venituri, ponderea acestora în PIB se prezintă astfel:

- impozit pe venit și profit persoane juridice: 3,1%;
- impozit pe venit și profit persoane fizice: 3,5%;
- impozite și taxe pe proprietate: 0,8%;
- impozite și taxe pe terenuri și servicii: 13,5%;
- contribuții și asigurări sociale: 9,5%;
- venituri nefiscale: 2,1%;
- donații: 2,1%

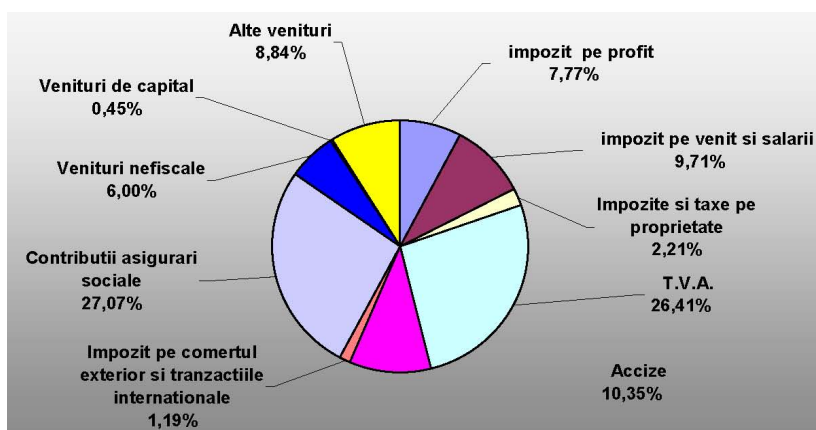


Figura 10. Structura veniturilor bugetului general consolidat în anul 2007 (procent în total venituri)

Politicile bugetare promovate se identifică pe următoarele *direcții*:

- direcționarea resurselor bugetare către anumite politici publice: capitalul uman, coeziunea economică și socială, dezvoltarea regională, politica de asigurări sociale, dezvoltarea cercetării-inovării, obiectiv esențial al Strategiei Lisabona, transporturi, mediu;
- asigurarea cu prioritate a sumelor destinate cofinanțării proiectelor finanțate din fonduri europene și a contribuției României la bugetul comunitar, care pentru anul 2007 reprezintă circa 1,6% din PIB;
- consolidarea cadrului de cheltuieli pe termen mediu, ca instrument de programare bugetară, care va anticipa în profunzime

presiunile viitoare ale bugetului ce decurg din calitatea României de stat membru al Uniunii Europene.

Cheltuielile bugetului general consolidat pe anul 2007 sunt proiectate la 145.071,5 milioane de lei (38,0% din PIB), incluzând și cheltuielile prevăzute a se efectua din fonduri externe nerambursabile.

Ponderea cheltuielilor în PIB se prezintă astfel:

- cheltuieli de personal: 6,3%;
- bunuri și servicii: 7,2%;
- subvenții: 1,3%;
- transferuri: 15,4% din care:
- pentru administrația publică locală: 2,1%;
- asistență socială: 9,6%;
- cheltuieli de capital: 6,7%.

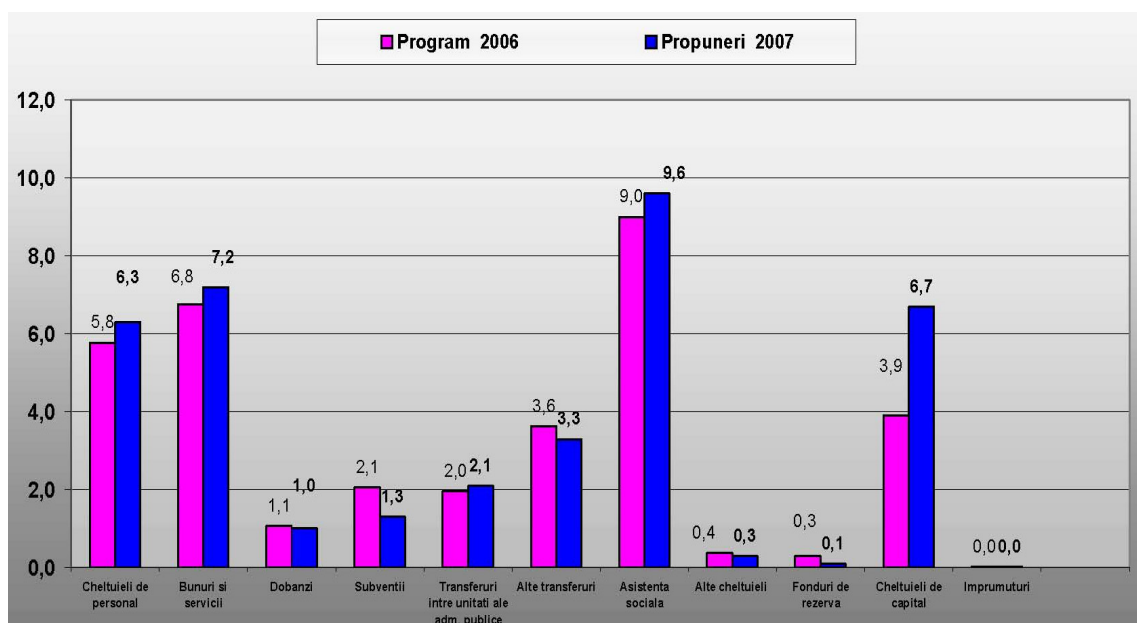


Figura 11. Evoluția cheltuielilor bugetului general consolidat în anii 2006-2007 (procent în produsul intern brut)

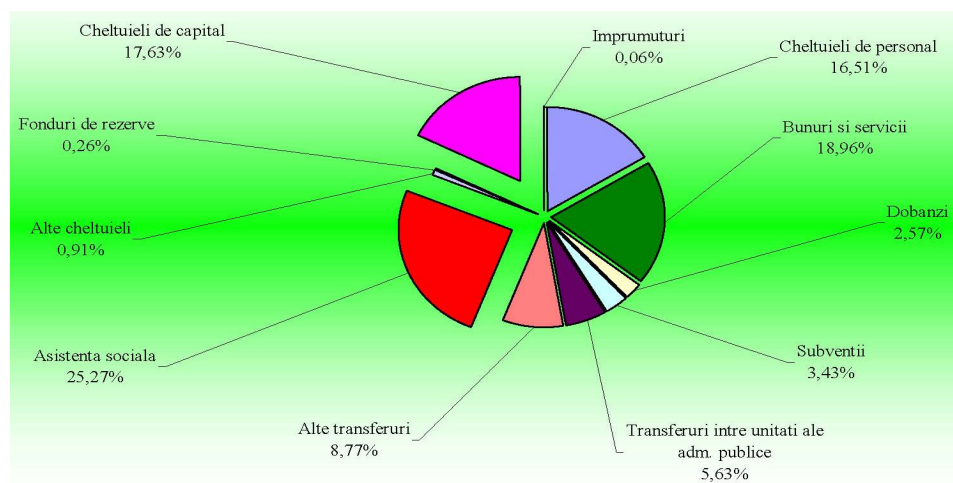


Figura 12. Structura cheltuielilor bugetului general consolidat pe anul 2007

Deficitul bugetar proiectat pe anul 2007 este de 2,8% din PIB și este corelat cu indicatorii care asigură echilibrele macroeconomice necesare respectării angajamentelor asumate de România în calitate de membră cu drepturi depline a UE.

Relevante pentru stabilirea deficitului bugetar pe anul 2007 sunt următoarele aspecte:

- asigurarea contribuției României la bugetul comunitar și cofinanțarea fondurilor nerambursabile primite de la Uniunea Europeană;
- susținerea procesului de dezinflație și limitarea adâncirii deficitului de cont curent;
- finanțarea unor proiecte pentru infrastructură în domeniile prioritare: transporturi și mediu, a unor proiecte de investiții în domeniul învățământului și sănătății.

Obiectivele politicii bugetare:

1. Îmbunătățirea stabilității politicii de cheltuieli, eficienței alocărilor bugetare și focalizarea fondurilor bugetare către domenii determinate în procesul aderării:

- dezvoltarea infrastructurii, protecția mediului, securizarea frontierelor;
- susținerea politicii agricole în conformitate cu cerințele politicii agricole comune și de pescuit ale Uniunii Europene;
- reforma sistemului de asigurări sociale;
- susținerea unor costuri privind ridicarea nivelului de performanță a operatorilor economici.

2. Consolidarea formulării proiectelor de buget ale ordonatorilor principali de credite pe bază de programe, orientând gestiunea financiară spre obiective, performanță, rezultate.

3. Asigurarea cu prioritate a sumelor destinate cofinanțării proiectelor finanțate din fonduri europene.

În ceea ce privește *politice sectoriale*, principalele obiective pentru anul 2007 vizează:

- *finanțarea de politici convergente cu cele promovate de UE* – infrastructură, cercetare-dezvoltare, mediu și dezvoltare rurală;
- *continuarea și consolidarea politicilor de capital uman* – învățământ și sănătate în vederea realizării unei economii durabile în domeniul forței de muncă;
- *politici de acompaniament social* – asistență socială, pensii, asigurări de sănătate;
- *alte politici sectoriale* – apărare; ordine publică și siguranță națională; cultură, recreere și religie; locuințe, servicii și dezvoltare publică; comunicații ș.a.

A. În domeniul asigurărilor sociale:

- continuarea procesului de reformă în cadrul sistemului public de pensii în vederea îmbunătățirii standardului de viață pentru pensionari.
- pensiile vor fi majorate în termeni reali cu 27,3% față de anul 2004;
- pensia medie crește de la 318,2 lei în decembrie 2006 la 384,0 lei în decembrie 2007 și la 463,2 lei în decembrie 2008.
- asigurarea pensiilor agricultorilor și indemnizațiilor cu caracter reparatoriu destinate unor categorii de persoane care au avut de suferit daune în urma unor evenimente sociopolitice.

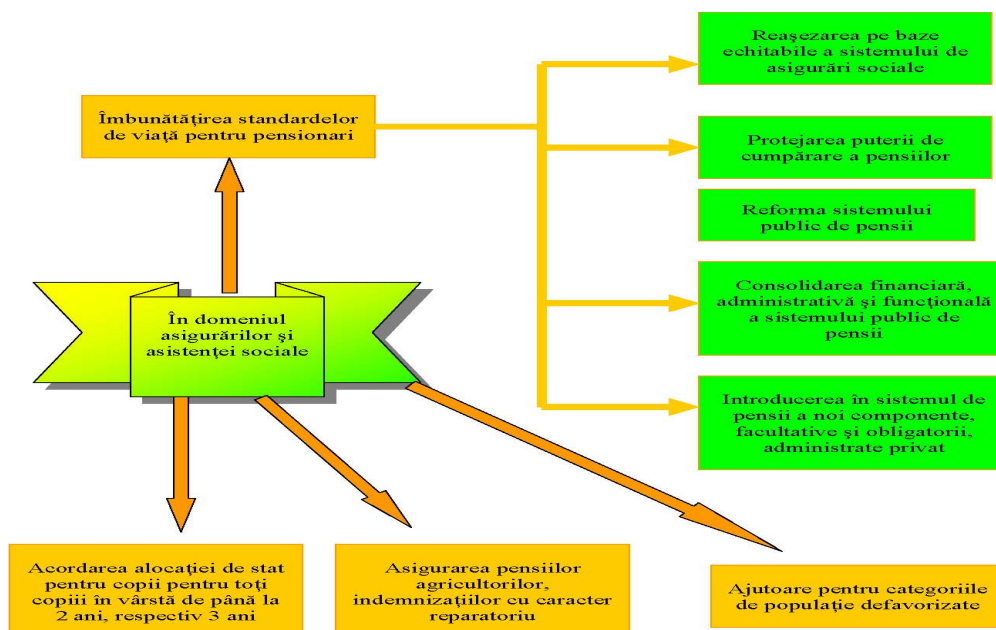


Figura 13. Obiective pentru anul 2007 în domeniul asigurărilor sociale

B. În domeniul social:

- redimensionarea măsurilor de protecție socială pasivă (ajutor financiar pentru familiile cu nevoi speciale) și dinamizarea măsurilor active de solidaritate familială;
- reforma sistemului de protecție a copilului;
- protecția socială a persoanelor cu dizabilități;
- acordarea alocației de stat pentru copii în cuantum de 200 lei/lună pentru toți copiii în vârstă de până la 2 ani, respectiv 3 ani în cazul copiilor cu handicap;
- ajutoare pentru categoriile de populație defavorizate:
- ajutoare pentru încălzirea locuinței și pentru montarea de centrale termice individuale sau arzătoare acordate familiilor cu venituri reduse;
- ajutoare de urgență pentru familiile aflate în situații deosebit de grave ca urmare a unor calamități naturale.

C. În domeniul educației:

- asigurarea egalității de șanse și sporirea accesului la educație;
- asigurarea calității educației și compatibilizarea sistemului național de învățământ cu sistemul european de educație și formare profesională;
- descentralizarea și creșterea gradului de

autonomie a sistemului educativ, la nivelul UAT și instituțiilor de învățământ;

- continuarea programelor de reabilitare a școlilor și dotarea cu mobilier școlar;
- continuarea finanțării programelor privind:
- acordare de rechizite școlare (25,1 mil. lei);
- educația universitară și postuniversitară (1.827,7 mil. lei);
- dotarea școlilor cu calculatoare (26,0 mil. lei);
- „Bani de liceu” (228,6 mil. lei);
- stimularea achiziționării de calculatoare (43,4 mil. lei);
- acordarea de produse lactate și de panificație elevilor din clasele I-IV și copiilor preșcolari din grădinițele cu program normal de 4 ore (260,9 mil. lei).

D. În domeniul cercetării:

- stimularea integrării românești în circuitele științifice și internaționale.
- programele prioritare finanțate prin bugetul pe anul 2007 sunt:
- dezvoltarea capacității de cercetare-dezvoltare și de diseminare a rezultatelor cercetării (1.137,6 milioane lei);
- creșterea competitivității economice prin cercetare și inovare (598,4 milioane lei).

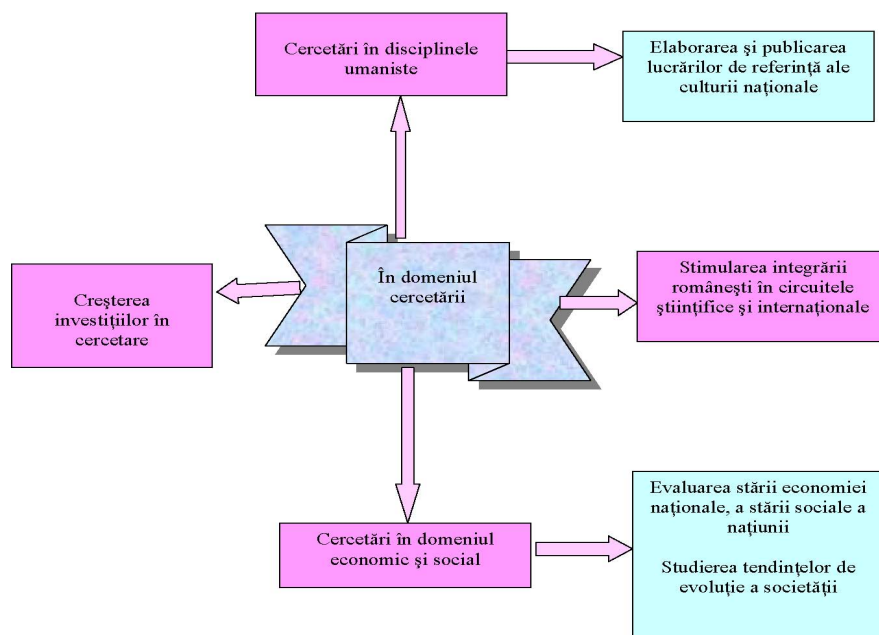


Figura 14. Obiective pentru anul 2007 în domeniul cercetării

E. În domeniul sănătății:

Finanțarea programelor naționale de sănătate și pentru realizarea infrastructurii necesare unor servicii medicale de calitate, respectiv:

- prevenirea și controlul bolilor cu impact major asupra stării de sănătate a populației;
- administrație sanitară și politici de sănătate;

- construirea a 8 spitale regionale de urgență;
- construirea a 20 de spitale județene;
- modernizarea a 15 spitale de urgență;
- dotarea spitalelor cu aparatură de înaltă performanță și cu ambulanțe;
- repararea și modernizarea aparaturii medicale de înaltă performanță.

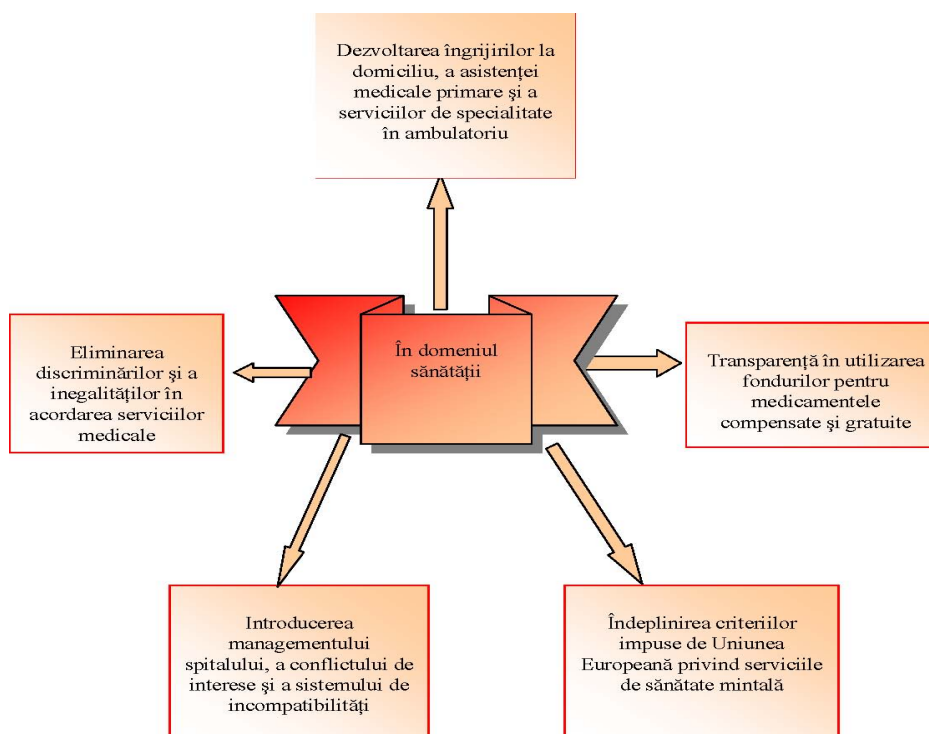


Figura 15. Obiective pentru anul 2007 în domeniul sănătății

F. În domeniul transporturilor:

- continuarea proiectelor/acțiunilor de reabilitare, modernizare și dezvoltare a infrastructurii de transport, cu prioritate a celei situate pe coridoarele pan-europene IV, VII și IX, a programelor pentru îmbunătățirea confortului călătorilor, creșterea siguranței acestora și a eficientizării transportului de marfă;
- dezvoltarea și modernizarea mijloacelor și instalațiilor de transport în vederea îmbunătățirii calității serviciilor;
- asigurarea volumului de transport public de călători conform pachetului minim social și modernizarea activității (1.749,4 milioane lei).

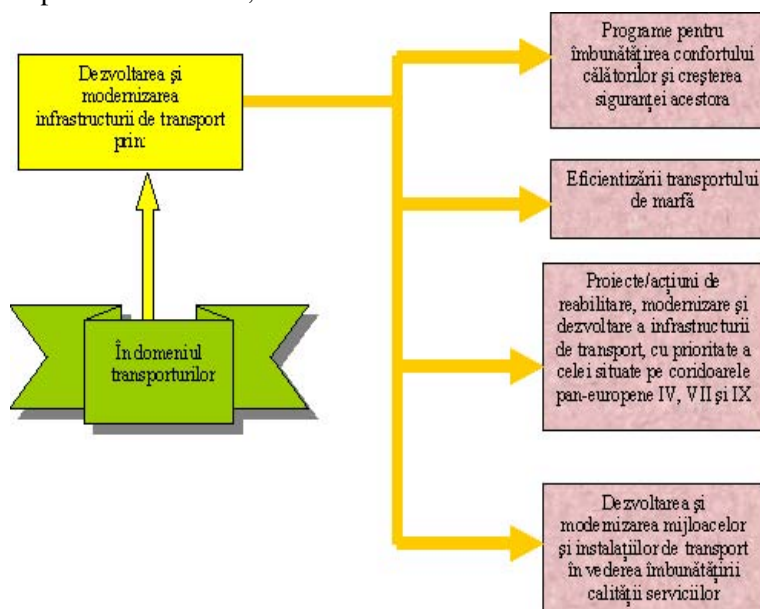


Figura 16. Obiective pentru anul 2007 în domeniul transporturilor

G. În domeniul serviciilor publice, amenajării teritoriului și lucrărilor publice:

- creșterea calității apei și aplicarea unor măsuri stricte de prevenire a poluării surselor de apă;
- continuarea lucrărilor privind construirea de locuințe sociale pentru familii cu venituri modeste (22,8 milioane lei);
- aplicarea programului național privind asfaltarea drumurilor comunale;

- dezvoltarea infrastructurii din spațiul rural (340,0 milioane lei);
- construcții de locuințe pentru tineri destinate închirierii (314,8 milioane lei);
- construcții săli de sport (90,4 milioane lei).

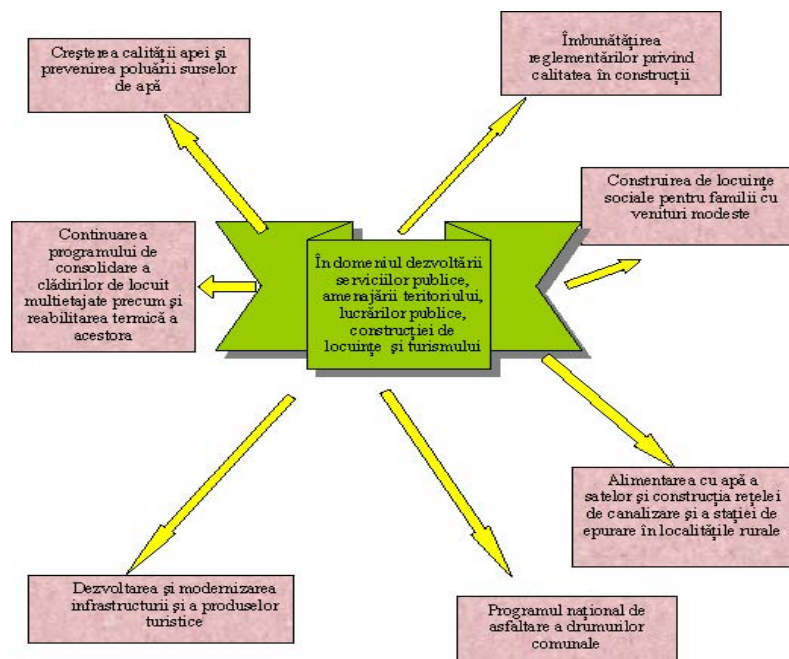


Figura 17. Obiective pentru anul 2007 în domeniul serviciilor publice, amenajării teritoriului și lucrărilor publice

H. În domeniul turismului:

- dezvoltarea produselor turistice (10,0 milioane lei);
- diversificarea ofertei și creșterea calității serviciilor turistice;
- marketing și promovare turistică (23,4 milioane lei).

I. În domeniul agriculturii și dezvoltării rurale:

- stimularea transformării gospodăriilor țărănești în ferme agricole familiale cu caracter comercial;

- sprijinirea valorificării producției agricole prin măsuri de piață;
- gestionarea durabilă a pădurilor și extinderea suprafețelor de păduri ale țării cu minimum 1% în 4 ani „ofensiva verde”;
- siguranța alimentară și sănătatea animalelor;
- reforma instituțională și asigurarea cadrului specific aplicării politicilor agricole comunitare;
- alocarea eficientă a resurselor bugetare pentru sprijinirea producătorilor agricoli și absorbția fondurilor europene.



Figura 18. Obiective pentru anul 2007 în domeniul agriculturii și dezvoltării rurale

J. Programe derulate prin Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale:

- dezvoltarea durabilă a sectorului vegetal, a sectorului zootehnic și piscicol și alte programe (5.584,7 milioane lei);
- „Fermierul” (520,0 milioane lei);
- dezvoltarea durabilă a silviculturii (305,0 milioane lei).

K. În domeniul protecției mediului și gospodăririi apelor:

- protecția și conservarea naturii;
- Strategia națională privind protecția atmosferei;

- Strategia națională privind schimbările climatice;
- Strategia națională de gestionare a deșeurilor;
- Controlul poluării industriale;
- Finanțarea următoarelor programe:
- Managementul resurselor de apă (850,7 milioane lei);
- Protecția mediului, conservarea naturii și a diversității biologice, a calității aerului și schimbările climatice, gestionarea deșeurilor (703,0 milioane lei);
- Managementul activității meteorologice (93,1 milioane lei)

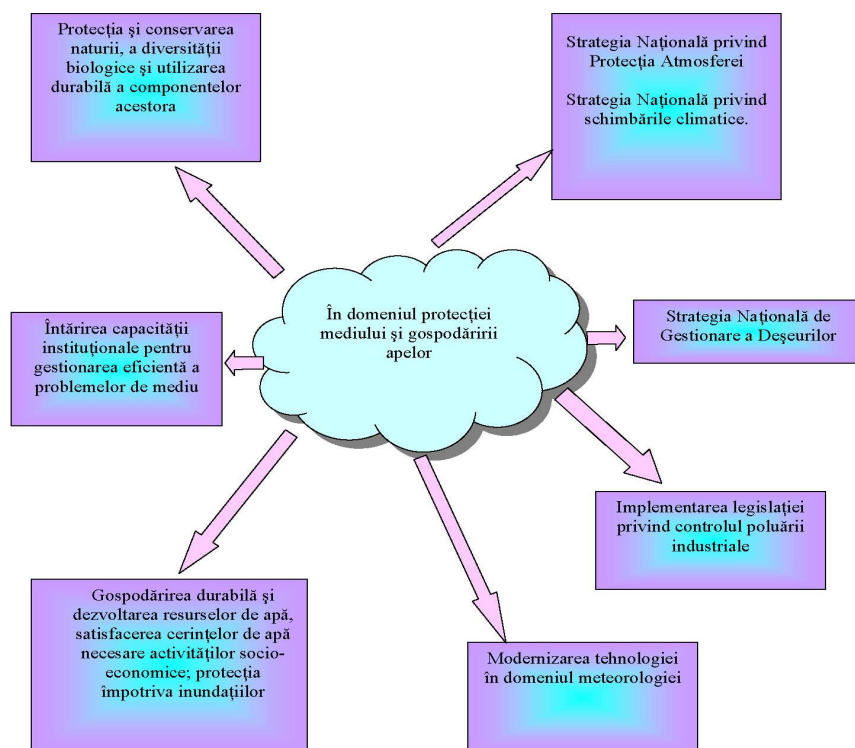


Figura 19. Obiective pentru anul 2007 în domeniul protecției mediului și gospodăririi apelor

L. În domeniul comunicațiilor și tehnologiei informației:

- realizarea trecerii la Societatea Informațională;
- promovarea imaginii României prin integrarea sa în fluxurile informaționale și tranzacționale internaționale;
- generarea unei creșteri economice prin

dezvoltarea sectorului de comunicații și tehnologiei informației;

- asigurarea unui cadru transparent, echidistant, sigur și deschis, orientat către furnizarea de servicii publice pentru cetățenii României prin tehnologii ITC.

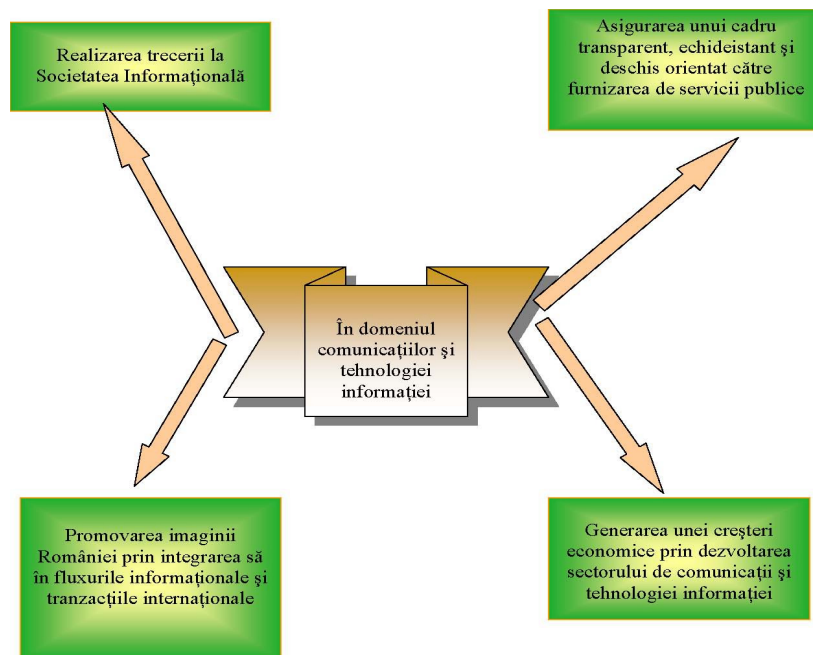


Figura 20. Obiective pentru anul 2007 în domeniul comunicațiilor și tehnologiei informației

M. În domeniul ordinii publice și siguranței naționale:

- abordarea într-o concepție nouă, unitară a asigurării și funcționării structurilor naționale și locale de ordine publică;
- realizarea interoperabilității cu structurile de informații și siguranță națională din țările membre NATO și UE;
- accelerarea măsurilor de securizare a frontierei de stat în scopul asigurării unui nivel înalt de control și supraveghere la

viitoarele frontiere externe ale Uniunii Europene;

- asigurarea compatibilității cu reglementările și standardele NATO și ale Uniunii Europene în domeniul protecției informațiilor clasificate;
- extinderea rețelilor de comunicații speciale;
- întărirea cooperării interinstituționale între instituțiile implicate în implementarea Strategiei antidrog în scopul prevenirii și combaterii traficului și consumului ilicit de droguri.

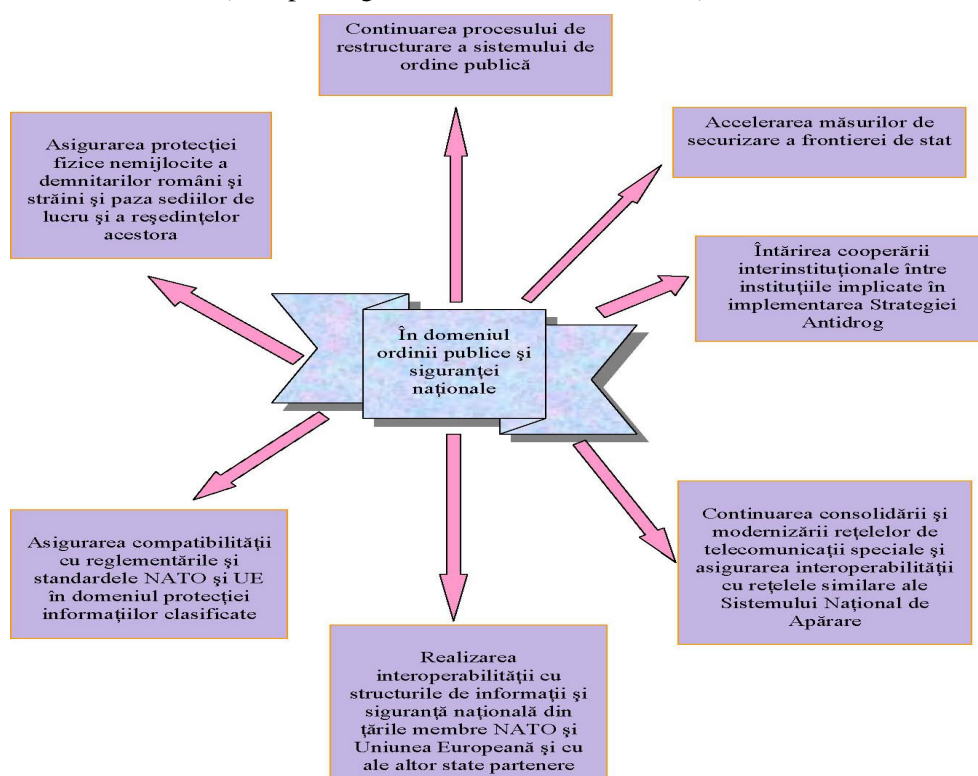


Figura 21. Obiective pentru anul 2007 în domeniul ordinii publice și siguranței naționale

N. În domeniul justiției:

- asigurarea unui sistem judiciar independent și funcțional, prin completarea cadrului legislativ privind reforma justiției;
- asigurarea transparenței actului de justiție;
- îmbunătățirea calității actului de justiție prin realizarea unei legislații unitare și coerente, a unei practici judiciare uniforme și a unei activități de judecată specializată;
- sporirea eficienței și responsabilizării sistemului judiciar prin reducerea duratei procedurilor, responsabilizarea autorilor actului de justiție;
- îmbunătățirea protecției drepturilor minorilor;
- consolidarea mediului de afaceri prin stabilitate legislativă și jurisdicțională;
- consolidarea cadrului instituțional și legislativ în domeniul cooperării judiciare internaționale;
- reorganizarea sistemului național de protecție a victimelor și de reintegrare socială a infractorilor;
- reforma sistemului penitenciar;
- prevenirea și combaterea corupției din sistemul judiciar.

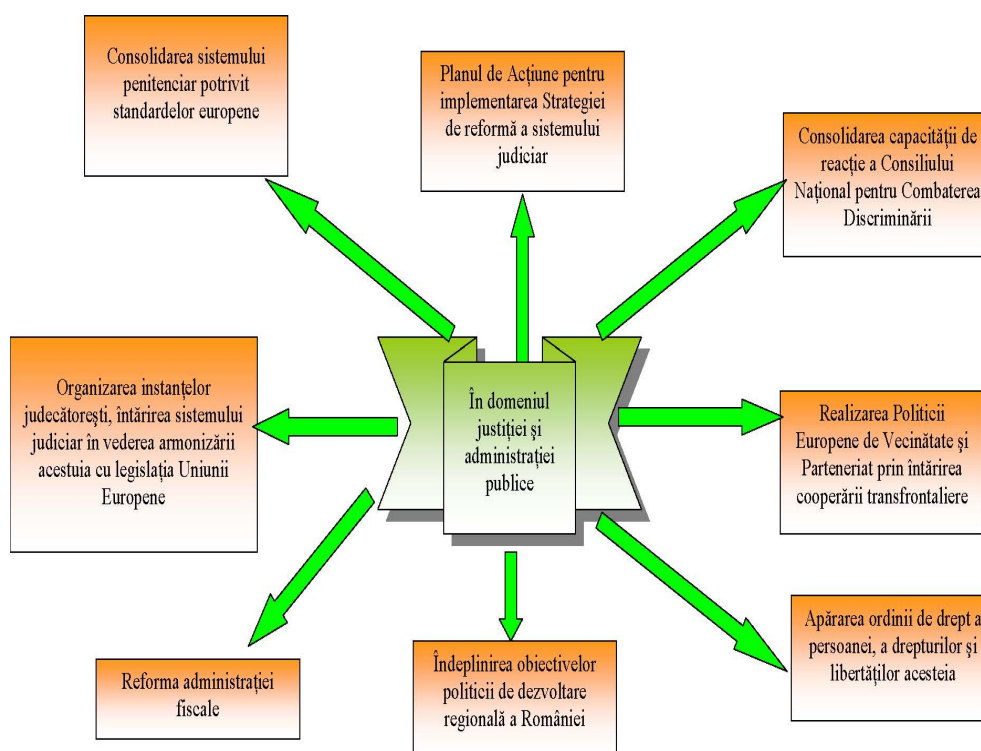


Figura 22. Obiective pentru anul 2007 în domeniul justiției

O. În domeniul apărării naționale:

- optimizarea capacităților de apărare ale României;
- respectarea angajamentelor asumate în cadrul Alianței Nord-Atlantice;
- consolidarea sistemului de planificare multianuală a resurselor pentru apărare și adoptarea integrală a metodelor și mecanismelor utilizate în NATO;
- participare la Politica Europeană de Securitate și Apărare;
- continuarea procesului de modernizare a tehnicii și echipamentelor militare;
- contribuția specifică la lupta contra terorismului.

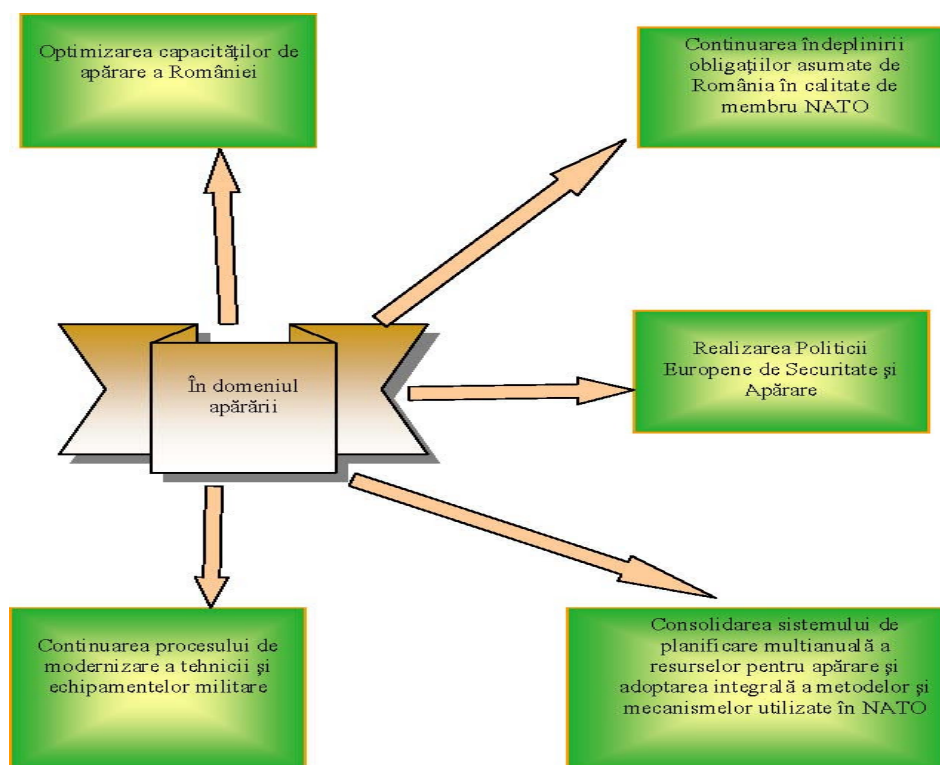


Figura 23. Obiective pentru anul 2007 în domeniul apărării naționale

P. În domeniul industrial:

- creșterea competitivității;
- sporirea rolului cercetării și dezvoltării;
- promovarea unui management durabil al resurselor și protecția mediului;
- obținerea unei competitivități rele în domeniul energetic;
- accelerarea aplicării Strategiei de dezvoltare a industriei miniere;
- reducerea treptată a ajutorului de stat pentru sectorul minereuri, lignit și huilă;
- îmbunătățirea pregătirii profesionale și ocuparea forței de muncă.

Bugetele locale ale autorităților administrației publice locale

Pentru anul 2007, în domeniul bugetelor locale ale autorităților administrației publice locale s-a avut în vedere, cu prioritate, *asigurarea condițiilor corespunzătoare funcționării administrației publice locale* pentru exercitarea atribuțiilor cu care sunt

investite aceste autorități în procesul general de reformă economico-socială care să răspundă cerințelor etapei actuale.

Amplul proces de descentralizare a serviciilor publice și de consolidare a autonomiei locale, de restructurare a mecanismelor de protecție socială a segmentelor defavorizate ale populației și al armonizării politicilor guvernamentale și sectoriale cu cele locale a determinat *îmbunătățirea sistemului de asigurare a surselor de finanțare ale administrației publice locale în corelație cu responsabilitățile transferate*.

Veniturile totale ale bugetelor locale pe anul 2007 se estimează la 30.552,8 milioane lei, respectiv la 8,0% din produsul intern brut, în creștere cu circa 24,0% față de anul 2006.

Veniturile proprii ale bugetelor locale sunt estimate la circa 16.835,5 milioane lei, reprezentând 55,1% din totalul veniturilor acestor bugete, în creștere cu 38,3% față de cele din anul 2006, din care 10.689,8 milioane lei reprezintă cote defalcate din impozitul pe venit, respectiv 63,5% din total.

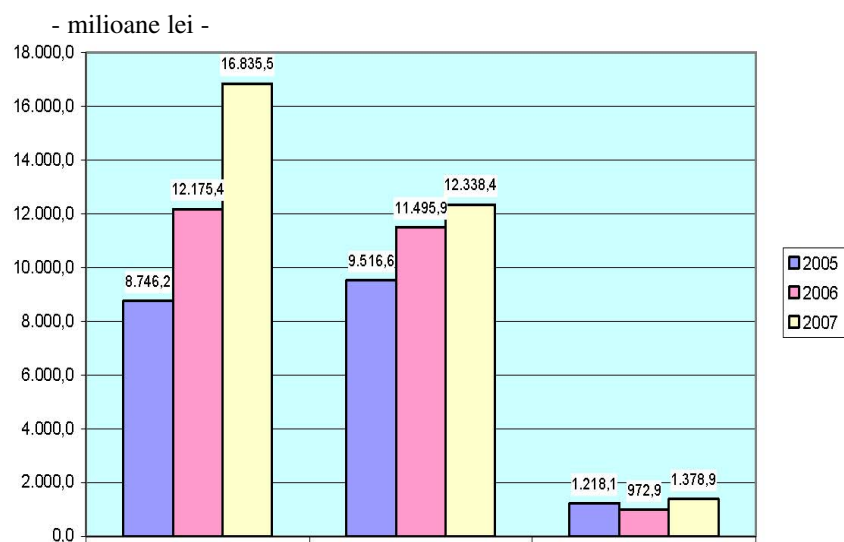


Figura 24. Evoluția veniturilor bugetelor locale pe anii 2005-2007

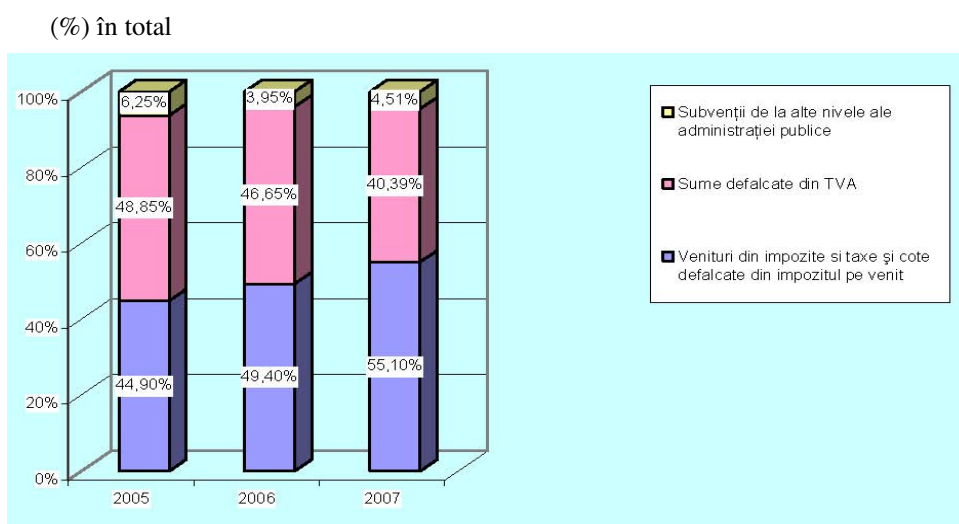


Figura 25. Evoluția veniturilor bugetelor locale pe anii 2005-2006

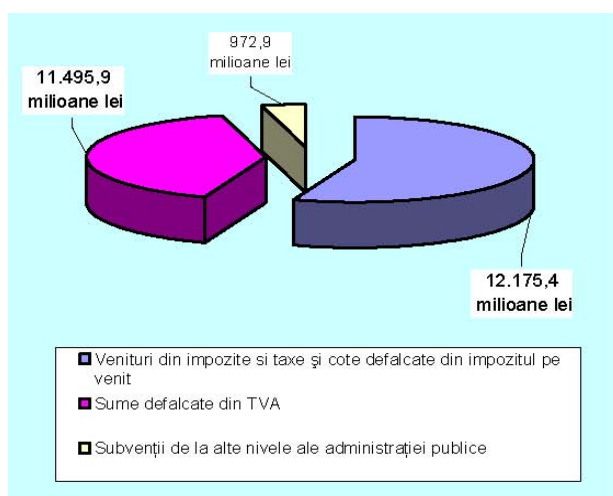


Figura 26. Structura veniturilor pe anul 2006

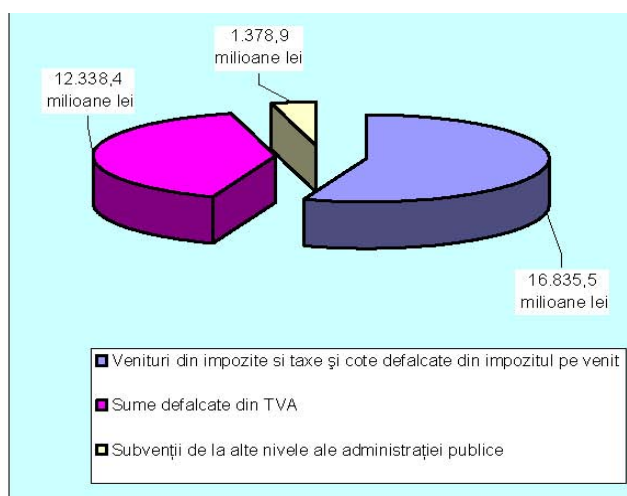


Figura 27. Structura veniturilor pe anul 2007

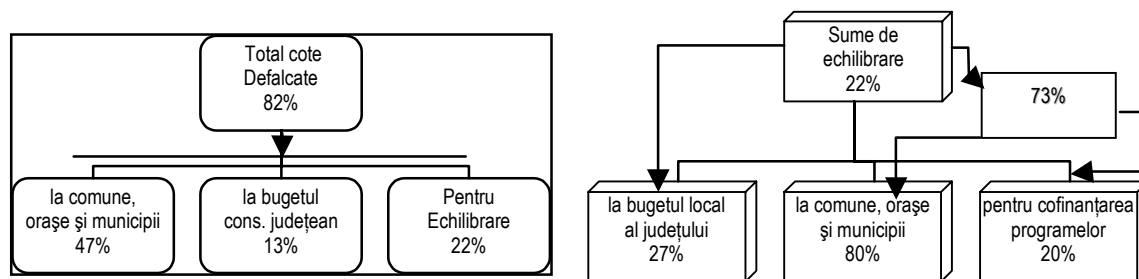


Figura 28. Cotele defalcate din impozitul pe venit

De remarcat că acestea nu pot fi diminuate ci numai în anumite condiții, majorate (art.32 alin 5)

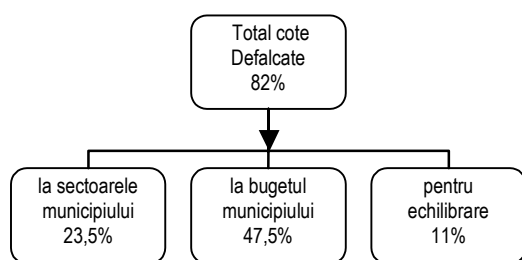


Figura 29. Repartizarea cotelor defalcate din impozitul pe venit pentru municipiul București

În completarea veniturilor proprii ale bugetelor locale, prin proiectul Legii bugetului de stat pe anul 2007 se propune alocarea de la bugetul de stat și bugetul asigurărilor pentru șomaj a sumei de 13.717,3 milioane lei, din care:

- 12.338,4 milioane lei sume defalcate din taxa pe valoarea adăugată pentru:
- finanțarea cheltuielilor descentralizate la nivelul județelor și municipiului București (1.307,6 milioane lei);
- finanțarea cheltuielilor descentralizate la nivelul comunelor, orașelor, municipiilor și sectoarelor municipiului București (8.004,5 milioane lei);
- echilibrarea bugetelor locale (1.544,7 milioane lei);
- retehnologizarea, modernizarea și dezvoltarea sistemelor centralizate de producere și distribuție a energiei termice (741,6 milioane lei);
- finanțarea drumurilor (400,0 milioane lei);
- finanțarea Programului de dezvoltare a infrastructurii din spațiul rural (340,0 milioane lei);
- 1.275,2 milioane lei transferuri de la bugetul de stat, din care, în principal, pentru:
- drepturile acordate persoanelor cu handicap (MMSSF) (700,0 milioane lei);
- investiții finanțate parțial din împrumuturi externe (MFP) (70,0 milioane lei);

- compensarea creșterilor prețurilor la combustibili (MAI) (200,0 milioane lei);
- finanțarea lucrărilor de cadastru imobiliar (MTTC) (5,5 milioane lei);
- finanțarea programului de pietruire a drumurilor comunale și alimentare cu apă a satelor (MTTC) (88,7 milioane lei);
- finanțarea acțiunilor privind reducerea riscului seismic al construcțiilor existente cu destinație de locuințe (MTTC) (8,5 milioane lei);
- reabilitarea termică a clădirilor de locuit (MTTC) (9,5 milioane lei);
- retehnologizarea centralelor termice și electrice de termoficare transferate autorităților administrației publice locale (30,4 milioane lei);
- finanțarea programelor de mediu (MMGA) (156,7 milioane lei).
- 103,7 milioane lei subvenții de la bugetul asigurărilor de șomaj către bugetele locale pentru finanțarea programelor pentru ocuparea temporară a forței de muncă.

Pentru anul 2007, criteriile utilizate pentru repartizarea pe județe a sumelor defalcate din impozitul pe venit pentru echilibrarea bugetelor locale sunt: *capacitatea financiară* calculată în funcție de impozitul pe venit încasat pe locuitor, *în proporție de 70%* din sumele defalcate și *suprafața județului în proporție de 30%* din sumele defalcate.

Repartizarea sumelor de echilibrare pe unitățile administrativ-teritoriale în interiorul județului se face pe baza *criteriului excluderii*.

Bibliografie

- Anghelache, G. V., Belean, P. (2005). *Finanțele publice ale României*, Ediția a doua, Editura Economică, București
- ***Legea Bugetului de Stat pe 2006
- ***Proiectul Legii Bugetului de Stat pe 2007