

Analele Universității Spiru Haret

Seria Economie
Anul 8, nr. 8, 2008
Volumul III

EDITURA FUNDAȚIEI ROMÂNIA DE MÂINE
BUCUREȘTI, 2008

COLEGIUL DE REDACȚIE

Redactor șef: Prof. univ. dr. *Mecu Constantin*, Prim-prorector Universitatea *Spiru Haret*
Redactor șef adjuncț: Prof. univ. dr. *Bondrea A. Aurelian*, Prorector Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Postolache Tudorel*, Membru al Academiei Române, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Ștefănescu Ștefan*, Membru al Academiei Române, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Ruskin Heather*, University City Dublin, Ireland
Prof. univ. dr. *Mauri Arnaldo*, Università degli Studi di Milano
Prof. univ. dr. *Bărbulescu Constantin*, Membru Corespondent al Academiei Române, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Iancu Aurel*, Membru al Academiei Române, Academia de Studii Economice București
Prof. Ph.D. *Giurgiuțiu Victor*, University of South Carolina
Prof. univ. dr. *Galben Andrei*, Membru al Academiei Republicii Moldova, Rectorul Universității ULIM Chișinău, Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău, Republica Moldova
Prof. univ. dr. hab. *Mișcoi C. Gheorghe*, Membru Corespondent al Academiei de Științe a Moldovei, Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău, Republica Moldova
Prof. univ. dr. *Faggini Marisa*, University of Salerno, Italia
Prof. univ. dr. *Paddy Gray*, Universitatea din Ulester, Irlanda de Nord
Prof. univ. dr. hab. *Gribincea Alexandru*, Șef Catedră ULIM, Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău, Republica Moldova
Prof. univ. dr. *Zaman Gheorghe*, Membru Corespondent al Academiei Române, Institutul Național de Cercetări Economice
Prof. univ. dr. *Dobrescu M. Emilian*, Secretar Științific al Secției de Științe Economice, Juridice și Sociologice a Academiei Române
Prof. univ. dr. *Cătoiu Iacob*, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Balaur Virgil*, Academia de Studii Economice București
Associate prof. *Mauri G. Aurelia*, Università IULM, Milano
Prof. univ. dr. *Epure Manuela*, Prorector Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Pistol Gheorghe*, Decan Facultatea de Finanțe și Bănci, București, Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. *Ghiorghiță Eugen*, Decan Facultatea de Management Financiar-Contabil, București, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Olaru Silvia*, Decan Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale, București, Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. *Matei Ion Viorel*, Decan Facultatea Management Financiar-Contabil, Craiova, Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. *Trană Dan Mircea*, Decan Facultatea de Contabilitate și Finanțe, Râmnicul Vâlcea, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Moroșan Iosefina*, Decan Facultatea de Contabilitate și Finanțe, Câmpulung Muscel, Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. *Deac Ioan*, Decan Facultatea de Finanțe și Bănci, Blaj, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Petrescu Ion*, Decan Facultatea de Management, Brașov, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Popescu Ion*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Mihai Ilie*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Vasilescu Ion*, Șeful Catedrei de Eficiență Economică a Investițiilor, Academia de Studii Economice, București
Prof. univ. dr. *Costea Carmen*, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Cămășoiu Camelia*, Prorector al Universității Ecologice București
Prof. univ. dr. *Lungu Ion*, Academia de Studii Economice, București
Prof. univ. dr. *Boulescu Mircea*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Negrus Mariana*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Popescu Constantin*, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Tașnadi Alexandru*, Academia de Studii Economice București
Prof. univ. dr. *Pistol Luminița*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Fusaru Doina*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Ionescu Cicilia*, Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. ing. *Șerbulescu Luminița*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Vasile Valentina*, Secretar Științific al INCE al Academiei Române
Conf. univ. dr. *Cioponea Mariana-Cristina*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Părăluță Nedelea Chira*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Gherasim Zenovic*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Ionescu Luminița*, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Dobrin Marinică*, Universitatea *Spiru Haret*
Lector univ. dr. *Firică Camelia*, Universitatea din Zagreb, Croația
Lector univ. drd. *Vasilescu Ruxandra*, Universitatea *Spiru Haret*
Secretariat: Asist. univ. drd. *Petronela Iuliana Geangu* – secretar șef, Universitatea *Spiru Haret*
Prof. univ. dr. *Mariana Elena Balu*, Universitatea *Spiru Haret*
Lector univ. drd. *Daniel Adrian Gărdan*, Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. *Claudia Baicu*, Universitatea *Spiru Haret*

© Editura Fundației *România de Măine*, 2008

ISSN: 1582-8336

Revistă cotate de CNCIS la categoria B

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă și prin orice mijloace tehnice, este strict interzisă și se pedepsește conform legii.

Răspunderea pentru conținutul și originalitatea textului revine exclusiv autorului/autorilor.

CUPRINS

I. CONTABILITATE – EXTINDEREA ARIEI SALE DE CUPRINDERE

Achimescu, Georgeta, <i>Determinarea rezultatelor și a performanțelor întreprinderii</i>	11
Mitran, Paula Cornelia, <i>Utilizarea principiului „lungimea de braț”, pentru determinarea prețului de transfer</i>	25
Bidașcu, Carmen Georgiana, <i>Metodologia înregistrărilor contabile pentru Fondul Agricol European pentru Dezvoltare Rurală</i>	37
Bratu, Alina, <i>Evaluarea – premisă fundamentală în procesul de fuziune a firmelor</i>	49
Bratu, Silviu, <i>Modele și structuri privind balanța comercială a unităților patrimoniale în practica curentă în lume</i>	63
Iatan, Elena; Mirea, Mariana, <i>Rolul analizei marginale în procesul decizional al întreprinderilor</i>	75
Elefterie, Liana, <i>Auditul public intern în cadrul managementului modern</i>	83

II. ECONOMIE – PROBLEME GENERATE DE VIAȚA ECONOMICĂ CONTEMPORANĂ

Mauri, Arnaldo; Baicu, Claudia, <i>De ce și cum trebuie protejați investitorii în instrumente financiare</i>	99
Petrov, Dancho, <i>Renașterea finanțării sindicalizate</i>	111
Gorobievski, Svetlana, <i>Concepte manageriale privind calitatea vieții</i>	121
Grama, Izabella Gilda, <i>Aspecte relevante ale temerilor cluburilor P&I privind costul real al pasivelor P&I</i>	133
Iacob (Patache), Laura, <i>Ocuparea forței de muncă față de șomaj în regiunea Dobrogea</i>	141
Pistol, Luminița, <i>Implicarea statului în reglarea mecanismelor pieței</i>	155
Matei, Ion Viorel, <i>Transferul internațional de tehnologie</i>	165
Ukpere, Wilfred I.; Slabbert, Andre D., <i>Relația dintre globalizare, șomaj, inegalitate și sărăcie</i>	169
Safari, Iloush, <i>Determinarea și ordonarea factorilor efectivi care influențează satisfacția clienților mașinilor de pasageri SAIPA utilizând tehnica AHP....</i>	179
Balu, Mariana Elena, <i>Costurile reducerii poluării în dezvoltarea durabilă</i>	195
Bilouseac, Irina, <i>Aspecte privind descentralizarea și deconcentrarea serviciilor publice din România</i>	203

III. INFORMATICA ÎN ECONOMIE

Chiru, Claudiu, <i>Software-ul de protecție împotriva proiectării inverse</i>	213
Tudoroiu, Nicolae; Grigore, Manuela; Jeflea, Victor; Tudoroiu, Roxana-Elena, <i>Estimarea dinamicii de stare a proceselor nonliniare utilizând Rețelele Neuronale ca o alternativă la Tehnicile de estimare Filtrele Kalman</i>	223

IV. ȘTIINȚA MANAGEMENTULUI ÎN PROCES DE AMPLIFICARE A CUPRINDERII SALE

Ipate, Dragoș Mihai, <i>Modelul de management al optimizării ca un activ intangibil</i>	237
Pârvu, Iuliana, <i>Cerințe actuale pentru managementul învățământului universitar românesc</i>	249
Grecu, Iulia, <i>Managementul resurselor umane – element de creștere a competitivității firmei</i>	259
Grecu, Gheorghe, <i>Caracteristici ale principalelor sisteme de plată</i>	271
Braicu, Cezar; Neagu, Cibela Elena, <i>Rolul culturii organizației în contextul managementului eficient</i>	283

V. MARKETINGUL CONTEMPORAN – NOI DOMENII DE APLICARE

Gârdan, Daniel Adrian; Andriesei, Ioana; Geangu, Iuliana Petronela, <i>Internetul – factor de competitivitate în marketingul serviciilor stomatologice</i>	293
Vakilifard, Reza H.; Taghipouryan, Yusuf, <i>Contabilitatea și marketingul ecologic: un model pentru dezvoltarea durabilă</i>	301
Tatu, Cristian, <i>Electoratul românesc și noul sistem de vot uninominal</i>	319
Șerbulescu, Luminița, <i>Strategia de marketing și implicațiile sale în orientarea activității de marketing a organizației</i>	325

CONTENTS

I. ACCOUNTING – EXPANDING ITS COVERAGE AREA

Achimescu, Georgeta, <i>The determination of the results and performances of the enterprise</i>	11
Mitran, Paula Cornelia, <i>The use of the principle „arm length” for the transference price determination</i>	25
Bidaşcu, Carmen Georgiana, <i>The methodology as regards the keeping of accounts of The European Agricultural Fund for Rural Development</i>	37
Alina, Bratu, <i>Evaluation – fundamental premise in the process of business organisations mergers</i>	49
Bratu, Silviu, <i>Models and structures concerning the balance sheet of the patrimonial entities used in the world practice</i>	63
Iatan, Elena; Mirea, Mariana, <i>The role of marginal analysis in the decisional process of the enterprise</i>	75
Elefterie, Liana, <i>Public internal audit in the frame of modern management</i>	83

II. ECONOMY – PROBLEMS GENERATED BY CONTEMPORARY ECONOMIC LIFE

Mauri, Arando; Baicu, Claudia, <i>Why and how investors in financial instruments have to be protected</i>	99
Petrov, Dancho, <i>The renaissance of the syndicated financing</i>	111
Gorobievski, Svetlana, <i>Managerial concepts on quality of life</i>	121
Grama, Izabella Gilda, <i>Some relevant aspects of P&I CLUBS fears regarding the true costs of P&I liabilities</i>	133
Iacob (Patache), Laura, <i>Employment versus unemployment in Dobrogea County</i>	141
Pistol, Luminița, <i>State involvement in adjusting market mechanism</i>	145
Matei, Ion Viorel, <i>International technology transfer</i>	165
Ukpere, I. Wilfred; Slabbert, D. Andre, <i>The relationship between globalization, unemployment, inequality and poverty</i>	169
Safari, Iloush, <i>Determining and ranking of effective factors on SAIPA passenger car customers’ satisfaction using AHP technique</i>	179
Balu, Mariana Elena, <i>The costs of reducing pollution in the in sustainable development</i>	195
Bilouseac, Irina, <i>Aspects regarding decentralization and deconcentration of public services in Romania</i>	203

III. INFORMATICS IN ECONOMY

Chiru, Claudiu, <i>Software protection against reverse engineering</i>	213
Tudoroiu, Nicolae; Grigore, Manuela; Jeflea, Victor; Tudoroiu, Roxana-Elena, <i>The state dynamics estimation of the nonlinear processes using neural networks as an alternative to the Kalman Filters Estimation Techniques</i>	223

IV. MANAGEMENT SCIENCE IN THE PROCESS OF BROADENING ITS AREA

Ipate, Dragoş Mihai, <i>Optimization model of management as an intangible asset</i> ...	237
Pârvu, Iuliana, <i>Nowadays requirments for Romanian higher education management</i>	249
Greco, Iulia, <i>Human resources management – element of growth firm's competitiv</i>	259
Greco, Gheorghe, <i>Characteristics of main payment systems</i>	271
Braicu, Cezar; Neagu, Cibela Elena, <i>The role of organizational culture in the context of efficient management</i>	283

V. CONTEMPORARY MARKETING, NEW AREAS OF EXPERTISE

Gârdan, Daniel Adrian; Andriesei, Ioana; Geangu, Iuliana Petronela, <i>The Internet – competitiveness factor in the field of stomatology services marketing</i>	293
Vakilifard, Reza H.; Taghipouryan, Yusuf, <i>Green accounting and green marketing: a pattern for sustainable development</i>	301
Tatu, Cristian, <i>Romanian electorate and the new uninominal voting system</i>	319
Şerbulescu, Luminiţa, <i>Marketing strategy and it's implications regarding the marketing activity orientation for the organization</i>	325

TABLE DES MATIÈRES

I. COMPTABILITÉ – L'EXTENSION DE SON DOMAINE

Achimescu, Georgeta, <i>La détermination des résultats et des performances de l'entreprise</i>	11
Mitran, Paula Cornelia, <i>L'utilisation du principe 'longueur du bras' pour la détermination du prix de transfert</i>	25
Bidaşcu, Carmen Georgiana, <i>La méthodologie des enregistrements comptables pour le Fonds Agricole Européen pour le Développement Rural</i>	37
Bratu, Alina, <i>L'évaluation, une prémisse fondamentale dans le processus de fusion des compagnies</i>	49
Bratu, Silviu, <i>Models et structures concernant la balance commerciale des unités patrimoniales dans la pratique courante dans le monde</i>	63
Iatan, Elena; Mirea, Mariana, <i>Le rôle de l'analyse marginale dans le processus de décision des entreprises</i>	75
Elefterie, Liana, <i>L'audit public interne dans le management moderne</i>	83

II. L'ECONOMIE, PROBLÈMES GÉNÉRÉS PAR LA VIE ÉCONOMIQUE CONTEMPORAINE

Mauri, Arnaldo; Baicu, Claudia, <i>Pourquoi et comment doivent être protégés les investisseurs en instruments financiers</i>	99
Petrov, Dancho, <i>La renaissance du financement syndicalisé</i>	111
Gorobievski, Svetlana, <i>Concepts managériaux sur la qualité de la vie</i>	121
Grama, Izabella Gilda, <i>Quelques aspects rélevants des doutes des clubs P&I sur le coût réel des passifs P&I</i>	133
Iacob (Patache), Laura, <i>L'emploi contre le chômage dans le département de Dobrogea</i>	141
Pistol, Luminiţa, <i>La participation de l'état dans l'ajustement des mécanismes du marché</i>	145
Matei, Ion Viorel, <i>Le transfert international de technologie</i>	165
Ukpere, I. Wilfred, Slabbert, D. Andre, <i>La relation entre la globalisation, le chômage, l'inégalité et la pauvreté</i>	169
Safari, Iloush, <i>Déterminer et ordonner les facteurs effectifs qui influencent la satisfaction des clients des machines de passagers SAIPA en utilisant la technique AHP</i>	179
Balu, Mariana Elena, <i>Les coûts de la réduction de la pollution dans le développement durable</i>	195
Bilouseac, Irina, <i>Aspects sur la décentralisation et la déconcentration des services publics en Roumanie</i>	203

III. ECONOMIE – INFORMATIQUE

Chiru, Claudiu, <i>Protection du software contre l'établissement d'un projet inverse</i>	213
Tudoroiu, Nicolae, Grigore, Manuela, Jeflea, Victor, Tudoroiu, Roxana-Elena, <i>Evaluation de la dynamique d'état des processus non-linéaires en utilisant les Réseaux Neuronales en tant qu'alternative aux Techniques d'évaluation des Filtres Kalman</i>	223

IV. LA SCIENCE DU MANAGEMENT AU COURS D'AMPLIFICATION DE SON INCLUSION

Ipate, Dragoș Mihai, <i>Le modèle de management de l'optimisation en tant qu'actif intangible</i>	237
Pârvu, Iuliana, <i>Les exigences actuelles pour le management de l'enseignement universitaire roumain</i>	249
Greco, Iulia, <i>Le management des ressources humaines – élément d'augmentation de la compétitivité de la compagnie</i>	259
Greco, Gheorghe, <i>Les caractéristiques des principaux systèmes de paiement</i>	271
Braicu, Cezar; Neagu, Cibela Elena, <i>Le rôle de la culture organisationnelle dans le contexte du management efficient</i>	283

V. LE MARKETING CONTEMPORAIN, – LES NOUVEAUX DOMAINES D'APPLICATION

Gârdan, Daniel Adrian; Andriesei, Ioana; Geangu, Iuliana Petronela, <i>L'Internet – un facteur de compétitivité dans le marketing des services stomatologiques</i> .	293
Vakilifard, Reza H., Taghipouryan, Yusuf, <i>La comptabilité et le marketing écologique: un modèle pour le développement durable</i>	301
Tatu, Cristian, <i>L'électorat roumain et le nouveau système de la voix uninominale</i>	319
Șerbulescu, Luminița, <i>La stratégie de marketing et ses implications dans l'orientation de l'activité de marketing de l'organisation</i>	325

**I. CONTABILITATE – EXTINDEREA
ARIEI SALE DE CUPRINDERE**

DETERMINAREA REZULTATELOR ȘI A PERFORMANȚELOR ÎNTRINDERII

Lector univ. dr. **ACHIMESCU, Georgeta**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

The determination of the results and performances of the enterprise

The accurate measure of the results obtained by the enterprise in the past and especially the anticipation of the tendencies of evolution of the future results supposes estimation, through the financial analysis of the level, evolution and instability of the economic-financial results of the enterprise. The determination of the results of an enterprise – a very often activity in the quotidian life, especially in this period when the entire evolution of the human life has the mark of the permanently capacity to inform. We determinate the result of an enterprise, we measure the quantity, as well as the quality of the goods that we possess at one moment.

This supposes the utilization of the information included in treatises, textbooks, articles and specialty studies with exactly references of this theme, according to a lot of consecrated work instruments, combining the economic and juridical documentation with analysis of legislation, synthesis of informative documentaries, case studies and comparative analysis.

Key-words: *accountant resulted, fiscal resulted, administration resulted, chargeable net profit, accountant net profit, dividends*

Practica socială a investit contabilitatea, componentă esențială a sistemului informațional economic, să construiască o informație completă și credibilă.

Contabilitatea, prin mijloacele și procedeele sale specifice, oferă o analiză pertinentă îndreptată spre piață, oferă orientări asupra strategiei economice viitoare, clarificări asupra trecutului și prezentului întreprinderii, soluții și motivații pentru deciziile luate.

Relația care-și pune în mod evident amprenta asupra calculului mărimii rezultatului este cea privitoare la *recunoașterea cheltuielilor și a veniturilor*. Această relație, în contabilitatea patrimonială, se stabilește între veniturile dobândite efectiv și cheltuielile angajate corespondente acestor venituri în condițiile în care are loc ajustarea cheltuielilor și veniturilor, în timp ce în contabilitatea economică, relația este recunoscută numai în măsura în care poate fi credibil evaluată, respectiv relația dintre creșterea beneficiilor economice viitoare asociate unei creșteri de active sau reducerii de pasive, pe de o parte, și diminuarea

beneficiilor economice viitoare asociate unei reduceri de active sau creșteri de pasive, pe de altă parte.

Evoluția metodelor și tehnicilor utilizate de analiza financiară este legată de necesitatea adoptării acestora la cerințele unei game mari de utilizatori interni și externi: gestionarii, acționarii actuali și potențiali; creditorii, personalul angajat al întreprinderii; organele fiscale și nu în ultimul rând statul.

Pe baza rezultatelor analizei financiare se pot adopta decizii financiare, *atât în cadrul gestiunii financiare pe termen lung*: decizii pentru investițiile financiare și repartizarea profitului, cât și *în cadrul gestiunii financiare pe termen scurt*: deciziile de trezorerie privind gestiunea trezoreriei și cea a ciclului de exploatare.

Delimitări conceptuale privind rezultatul exercițiului, o adevărată provocare în teoria rezultatului întreprinderii, implică abordarea teoretică a rezultatului exercițiului în contextul integrării și globalizării economice, în general și al integrării economice europene, în special, fenomen ce a influențat în mare măsură evoluția economică a țării noastre și implicit normele contabile din țara noastră.

Încercările marilor noștri înaintași profesioniști, de definire a rezultatului întreprinderii, pe parcursul timpului au fost multiple. Cea mai des uzitată și mai ales, obișnuită definiție a rezultatului exercițiului se referă la diferența dintre veniturile totale și cheltuielile corespunzătoare. Este o definiție a rezultatului care se structurează și se montează funcție de natura veniturilor și a cheltuielilor, dar și în raport de funcțiile întreprinderii ce sunt delimitate ca segmente comparabile la nivelul cărora are loc o asociere a venitului realizat cu costul corespondent.

Orice entitate, indiferent de obiectul său de activitate, își fixează drept obiective prioritare obținerea de profit imediat și pe termen lung, ori pentru realizarea acestui deziderat este necesară continuarea activității, activitate ce este consumatoare de resurse și producătoare de rezultate.

În realizarea dezideratului său, respectiv obținerea de profit, este necesară o evidențiere a componentelor veniturilor și cheltuielilor din întreprindere din punct de vedere: al purtătorilor de valoare (bunuri și prestări servicii); al locurilor de activitate consumatoare de resurse și producătoare de rezultate; al proceselor care ocazionatează cheltuielile.

O analiză a rezultatului contabil sub aspectul percepției din partea utilizatorilor de informație contabilă se manifestă diferit. Dacă acționarii și investitorii de capital, precum și creditorii percep rezultatul contabil ca o diferență între venituri și volumul cheltuielilor din care s-au dedus dobânzile datorate, care și-au pierdut statutul de cheltuieli devenind o afectare de profit în favoarea creditorilor, factorii de producție, respectiv proprietarul, angajații întreprinderii, statul percep rezultatul ca fiind valoarea adăugată calculată ca diferență între veniturile și cheltuielile proprii consumurilor intermediare, reprezentate de consumuri de bunuri și servicii primite de la terți. Celelalte cheltuieli cu salariile și protecția socială, impozitele și taxele, dobânzile și amortizările devin afectări sau distribuții ale profitului.

Deloc de neglijat sunt cele trei categorii de rezultate stabilite la nivelul întreprinderii, astfel: *rezultatul contabil*, stabilit de contabilitatea generală ca o rațiune a analizei financiare; *rezultatul fiscal*, legat de rațiunile fiscale stabilit de

contabilitatea financiară; *rezultatul de gestiune*, legat de rațiunile de eficiență a performanțelor întreprinderii și menținerea acesteia în starea concurențială, rezultat calculat de contabilitatea de gestiune.

De asemenea, rezultatele sunt diferite și în funcție de metodele contabile diferite de evaluare. Metoda prudenței și metoda costului istoric conduc la un rezultat diferit de cel calculat într-o contabilitate de inflație bazată pe puterea de cumpărare constantă a monedei sau pe costuri curente.

Pentru a oferi informații asupra rezultatului exercițiului la nivelul întreprinderii este necesară o amplă dezbateră teoretică asupra incidenței veniturilor și cheltuielilor asupra patrimoniului societății. În acest sens, o importanță deosebită o reprezintă considerentele asupra conceptului, conținutului și structurii veniturilor și cheltuielilor, asupra modalității diferite de reflectare a veniturilor și cheltuielilor prin intermediul sistemului de contabilitate monist și prin intermediul contabilității financiare și de gestiune din cadrul sistemului de contabilitate dualist.

Un accent deosebit se acordă definirii veniturilor și cheltuielilor în contextul normelor contabile din țara noastră și al integrării economice și internaționale.

Din definițiile veniturilor și cheltuielilor prezentate de Cadrul general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare, elaborat de Comitetul de Standarde Internaționale de Contabilitate, se desprinde trăsătura esențială a acestora, de componente ale situației nete a întreprinderii sau ale capitalurilor proprii. În concordanță cu aceasta poate fi definit rezultatul exercițiului ca „fiind variația situației nete a patrimoniului întreprinderii în cursul unui exercițiu financiar determinată prin activitatea întreprinderii. Totodată, nu în puține cazuri, pentru a analiza rezultatele se apelează și la structura de capitaluri proprii – așa cum o definește contabilitatea anglo-saxonă”.

Reglementările I.A.S.B. preluate și de normalizatorii români definesc *cheltuielile* ca fiind „diminuări ale beneficiilor economice înregistrate pe parcursul perioadei contabile, sub formă de ieșiri sau scăderi ale valorii activelor ori creșteri ale datoriilor, care se concretizează în reduceri ale capitalului propriu, altele decât cele rezultate din distribuirea acestora către acționari”.

Veniturile reprezintă „bogăția creată prin activitățile desfășurate de entitatea patrimonială sau obținută din afară cu titlu gratuit”, au remarcat profesorii Călin, O. și Ristea, M. în lucrarea „Bazele contabilității”, iar profesorul Horomnea, E. în lucrarea „Bazele contabilității. Concepte și aplicații”, vorbind despre venituri spune că acestea „reprezintă efectul obținut în urma angajării unei cheltuieli, care conduce la sporirea resurselor, a averii sau bogăției firmei. Aceeași logică ne determină să constatăm că orice venit majorează patrimoniul sau averea firmei”.

Informațiile privind rezultatul exercițiului, cu deosebire legate de profitabilitatea întreprinderii, sunt necesare pentru a evalua potențialele modificări ale resurselor economice pe care le poate controla întreprinderea. Tot atât de importante sunt și informațiile privind variabilitatea rezultatului exercițiului. Informațiile despre *rezultatele întreprinderii* sunt utile pentru a anticipa capacitatea întreprinderii de a genera fluxuri de lichidități cu resursele existente, cât și pentru

formularea raționamentelor referitoare la eficiența cu care întreprinderea poate să utilizeze noile resurse.

Realizarea unei imagini clare asupra procesului de determinare a rezultatelor întreprinderii și de evidențiere a performanțelor acesteia, impune detalierea considerentelor teoretice și metodologice privind contabilitatea financiară a cheltuielilor, veniturilor și rezultatelor întreprinderii, în conformitate cu legislația legală în domeniu, dar și în contextul integrării și aderării normelor contabile românești la cele europene și la Standardele Internaționale de contabilitate.

Aceasta presupune o prezentare detaliată, în paralel, a contabilității financiare a veniturilor și cheltuielilor, conform prevederilor Ordinului nr. 1752/2005 pentru aprobarea reglementărilor contabile armonizate cu Directivele Europene. Potrivit noilor reglementări, *veniturile* cuprind: sumele sau valorile încasate sau de încasat în nume propriu din activitățile curente (orice activități desfășurate de o entitate, ca parte integrantă a obiectului său de activitate precum și activitățile conexe ale acestora) ce se pot regăsi sub diferite denumiri, cum ar fi: vânzări, comisioane, dobânzi, dividende precum și câștigurile din orice alte surse (creșteri ale beneficiilor economice care pot apărea sau nu ca rezultat din activitatea curentă, dar nu diferă ca natură de veniturile din această activitate).

Cheltuielile, potrivit noilor reglementări, reprezintă: valorile plătite sau de plătit pentru: consumuri de stocuri, lucrări executate și servicii prestate de care beneficiază entitatea; cheltuielile cu personalul; executarea unor obligații legale sau contractuale, provizioanele, amortizările și ajustările pentru depreciere sau pierdere de valoare reflectate precum și pierderile reprezentate de reduceri ale beneficiilor economice care pot sau nu să rezulte ca urmare a desfășurării activității curente a entității.

Diversitatea mare de operații economice ce conduc la transformarea elementelor patrimoniale în rezultate economico-financiare se concretizează, într-un sens restrâns, în: *profit*, dacă pe parcursul unui exercițiu financiar veniturile sunt mai mari decât cheltuielile și *pierdere*, dacă pe parcursul unei perioade de timp dată, de regulă un exercițiu financiar, veniturile sunt mai mici decât cheltuielile.

Dacă ne referim la *o clasificare a rezultatelor economico-financiare* este de specificat faptul că sistemul contabil românesc a operat începând cu 1 ianuarie 1994, conform O.G. nr. 704/1993, clasificarea acestora în: curente, alcătuite din rezultate economico-financiare aferente activității de exploatare, financiare și excepționale, iar potrivit Cadrelui general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare, elaborat de Comitetul de Standarde Internaționale de Contabilitate clasificarea rezultatelor economico-financiare prevede alături de cele curente (din exploatare și financiare) și rezultatele economico-financiare extraordinare, „acele venituri sau cheltuieli ce rezultă din evenimente și tranzacții care sunt în mod clar diferite de activitățile curente ale unei întreprinderi și care, prin urmare, nu se acceptă să se repete într-un mod frecvent sau regulat”.

Rezultatele economico-financiare sunt cunoscute, în practica de specialitate, sub denumirea de rezultate ale exercițiului. *Rezultatul exercițiului* se determină lunar cu ajutorul contului „Profit și pierdere”, care caracterizează veniturile și

cheltuielile și care determină rezultatele pe structura activităților și operațiilor de bază.

Potrivit prevederilor Legii Contabilității nr. 82/1991, republicată, cu modificările și completările ulterioare, din punct de vedere contabil, se procedează la stabilirea lunară a rezultatului exercițiului (profit sau pierdere) prin închiderea conturilor de cheltuieli și de venituri în corespondență cu contul 121 „Profit și pierdere”.

Cum însă contabilitatea este conectată la fiscalitate, Legea nr. 571/2003, privind codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare, prevede calculul și evidențierea profitului impozabil și a impozitului pe profit trimestrial, cumulat de la începutul anului fiscal. Astfel, în debitul contului 121 „Profit și pierdere” alături de cheltuielile cumulate se cuprind cheltuielile cu impozitul pe profit calculat și evidențiat în cursul exercițiului

Impozitul pe profit se stabilește, conform legislației, ca diferență între veniturile realizate din orice sursă și cheltuielile efectuate pentru realizarea acestora, dintr-un an fiscal, din care se scad veniturile neimpozabile și se adaugă cheltuielile nedeductibile.

Modul riguros de calcul și determinare a bazei impozabile conduce la reducerea marjei interpretărilor și a diferenței de interese între cei implicați nemijlocit. Permisivitatea legislativă, dar și combinația paradoxală a unor elemente contradictorii reprezintă, uneori, elementele ce favorizează evaziunea fiscală „tolerată” sau „licită”.

Din punct de vedere fiscal, cunoașterea sensului și conținutului categoriilor de cheltuieli supuse impozitării este esențială pentru înțelegerea corectă atât a sensului și conținutului *noțiunilor de profit impozabil și impozit pe profit, profit impozabil net, profit contabil net și dividende*, care constituie esența fiscalității, cât și pentru cunoașterea metodologiei corecte de calcul a acestora, având astfel posibilitatea de a respecta prevederile legale în domeniu și de a contribui cu idei la îmbunătățirea sistemului fiscal, eliminarea evaziunii fiscale și colectarea la bugetul statului a acestei importante categorii de resurse, atât de necesară pentru eliminarea deficitului bugetar, pentru dezvoltarea și prosperitatea țării.

O imagine fidelă, clară și completă a patrimoniului unei societăți necesită prezentarea bilanțului contabil, acel mod de analiză și de conducere, oglinda activității întreprinderii, principalul mijloc de informare a tuturor celor interesați, sursa principală de informații pentru managerul unei unități în ceea ce privește modul de desfășurare a activității pe care o conduce.

În decursul timpului, noțiunea de bilanț s-a dezvoltat concomitent cu evoluția rolului și funcțiilor contabilității, menținându-și totuși înțelesul inițial, de bilanț cu două talere, aflate într-un permanent echilibru.

Reglementările românești armonizate cu Directivele Europene și normele I.A.S.B. consideră bilanțul drept *documentul contabil de sinteză prin care se prezintă elementele de activ și de pasiv ale întreprinderii la încheierea exercițiului*.

Potrivit cadrului general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare, elaborat de către I.A.S.B., *un activ* reprezintă o resursă controlată de către întreprindere, ca rezultat al unor evenimente trecute și de la care se așteaptă să

rezulte beneficii economice viitoare pentru întreprindere. Pentru a fi recunoscut ca atare, orice activ trebuie să aducă beneficii economice viitoare, iar costul său să poată fi evaluat în mod credibil.

O datorie reprezintă, potrivit aceleiași surse, o obligație prezentă a întreprinderii care decurge din evenimente trecute și prin decontarea căreia se așteaptă să rezulte o ieșire de resurse din întreprindere, care încorporează beneficii economice.

Capitalurile proprii reprezintă, în lumina aceluiași „Cadru general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare”, elaborat de I.A.S.B, interesul rezidual în activele întreprinderii după deducerea tuturor datoriilor. *Bilanțul inițial* este bilanțul redactat la începutul exercițiului financiar respectiv, în momentul de înființare al entității patrimoniale.

Bilanțul, potrivit art. 20 din Reglementările Contabile din 17 noiembrie 2005 conforme cu Directiva a IV-a a Comunității Economice Europene, „este documentul contabil de sinteză prin care se prezintă elementele de activ, datorii și capital propriu ale entității la sfârșitul exercițiului financiar, precum și în celelalte situații prevăzute de lege. În bilanț, elementele de activ și datorii sunt grupate după natură și lichiditate, respectiv natură și exigibilitate”.

Pentru a răspunde cerințelor armonizării contabile cu prevederile legale, potrivit art. 3 alin. 1 din Ordinul 1752/2005 privind Reglementările Contabile conforme cu Directiva a IV-a a Comunității Economice Europene, începând cu data de 1 ianuarie 2006, persoanele juridice care la data bilanțului au depășit limitele a două din trei criterii de mărime: total active: 3.650.000 euro; cifră de afaceri netă: 7.300.000 euro; număr mediu de salariați în cursul exercițiului financiar: 50 au procedat la întocmirea *situațiilor financiare anuale*: bilanț; cont de profit și pierdere; situația modificărilor capitalului propriu; situația fluxurilor de trezorerie; note explicative la situații financiare anuale.

Alin. 2 al aceluiași articol precizează că cealaltă categorie de persoane juridice (care la data bilanțului nu depășesc limitele a două din criteriile de mărime prevăzute la alin. 1) întocmesc *situații financiare anuale simplificate compuse din*: bilanțul prescurtat; contul de profit și pierdere; note explicative la situații financiare anuale simplificate. Opțional, ele pot întocmi situația modificărilor capitalului propriu și/sau situația fluxurilor de trezorerie.

Situațiile financiare anuale, respectiv situațiile financiare anuale simplificate constituie un tot unitar. *Importanța, rolul, funcțiile și structurile bilanțiere* utilizate în practica mondială decurg din volumul mare de informații pe care bilanțul contabil le pune la dispoziția sistemului informațional al unității.

Din considerente legate de realitatea economică și financiară a întreprinderii este necesară *abordarea*, pe lângă cea *tradițională* a bilanțului și a unei alte forme de analiză, respectiv, *analiza în dinamică* a echilibrului financiar al bilanțului. Aceasta presupune evaluarea rezultatelor întreprinderii având drept sursă de date contul de profit și pierdere. Analiza rezultatelor întreprinderii pe baza elementelor oferite de bilanțul propriu-zis prezintă, deci, mărimea rezultatului global în structura sa, neexplicând proveniența acestui rezultat și nici cauzele care le-au generat. Din aceste necesități a fost elaborat contul de profit și pierdere sau contul

de rezultate. Concluziile desprinse în urma analizei contului de rezultate, corelate cu cele obținute din interpretarea datelor din bilanțul contabil, permit luarea unor decizii fundamentale, în măsură să potențeze dezvoltarea viitoare a întreprinderii, precum și îmbunătățirea performanțelor acesteia, în vederea continuării desfășurării activității în condiții de profitabilitate și lichiditate.

Structura contului de profit și pierdere trebuie să permită normalizarea limbajului utilizat de analiștii economico-financiari în materie de agregate economice și financiare, care să evidențieze interacțiunea dintre mediu și structura organizațional-operatională a întreprinderii.

S-a impus, astfel, o abordare a contul de profit și pierdere potrivit: *concepției de normalizare contabilă internațională; a normelor contabile americane; a concepției anglo-saxone; a concepției franceze și în cadrul sistemului de contabilitate din țara noastră*, fiind evidențiate caracteristicile esențiale, avantajele și dezavantajele structurii contului de profit în măsurarea performanțelor întreprinderii. Analiza performanțelor economico-financiare realizată pe baza elementelor oferite de contul de profit și pierdere prin metodele directe, respectiv *tabloul soldurilor intermediare de gestiune, capacitatea de autofinanțare și autofinanțarea* a fost completată de metoda tradițională de analiză prin intermediul *ratelor*, și aceasta întrucât dă posibilitatea comparării unui indicator ce reflectă rezultatele obținute cu volumul total de activitate sau cu mărimea mijloacelor utilizate pentru realizarea acestui rezultat.

Considerentele teoretico-metodologice privind analiza financiară a rezultatelor întreprinderii pe baza bilanțului au fost transpuse pe exemplul Societății Comerciale „ETA” S.A. Constanța, societate pe acțiuni, condusă și coordonată de un Consiliu Director și de Asociația Generală a Acționarilor. Înființată, ca persoană juridică, din anul 1997, ca parte dintr-un mare complex de construcții hidrotehnice, ce data încă din anul 1953, a fost destinată să coordoneze toți agenții economici ai județului Constanța, implicați în extinderea sau construcția porturilor Constanța, Constanța-Sud, Mangalia, Midia și canale, lucrări de întreținere în porturi maritime și fluviale de pretutindeni. În cadrul societății, Fondul Proprietății de Stat a deținut 40% din acțiuni, restul fiind deținut de Fondul Proprietății Private. Modificări substanțiale în structura acționarilor au avut loc în anul 2001, prin vânzarea de către FPS a numărului de acțiuni, astfel că, de la acea dată societatea a devenit cu capital integral privat. O analiză pertinentă a performanțelor întreprinderii presupune o abordare inițială a volumului cifrei de afaceri:

Tabelul 1

Evoluția cifrei de afaceri

Indicatori	2004	2005	2006
CA	87.796.963	196.662.227	157.365.942

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Creșterea semnificativă a cifrei de afaceri se datorează activităților de închiriere nave și vânzări către clienți interni și externi desfășurate la maximum de capacitate. Tendința de regres cu 20% a volumului cifrei de afaceri din anul 2006

față de anul anterior este totuși nesemnificativă, dacă luăm în considerare evoluția prețurilor și a ratei de inflație.

Pentru a stabili rezultatele obținute de societate este necesară efectuarea unei analize a veniturilor și cheltuielilor societății. Analiza este realizată pe baza celor trei categorii de venituri și cheltuieli: de exploatare, financiare și extraordinare, aferente perioadei 2004-2006 și detaliate în tabelul 2:

Tabelul 2

Evoluția veniturilor și cheltuielilor

Indicatori	2004	2005	2006
Venituri totale, din care:	106.521.665	213.385.980	177.158.448
– de exploatare	93.416.392	209.406.303	168.485.902
– financiare	7.882.400	3.979.677	8.672.546
– extraordinare	-	-	-
Cheltuieli totale, din care:	119.350.987	199.108.446	176.248.366
– de exploatare	114.103.703	198.690.930	172.870.617
– financiare	1.048.974	417.053	3.377.749
– extraordinare	-	-	-

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Veniturile din exploatare dețin ponderea cea mai mare în totalul veniturilor. Așa cum rezultă din contul de profit și pierdere, valoarea cea mai mare în totalul veniturilor din exploatare o are cifra de afaceri, urmată de alte venituri din exploatare și de producția stocată.

Veniturile financiare au avut o evoluție sinuoasă și reprezintă venituri din participații, venituri din diferențe de curs valutar și dobânzi bancare. Veniturile financiare dețin, comparativ cu veniturile din exploatare, o pondere mult mai mică în totalul veniturilor.

Tabelul 3 evidențiază evoluția rezultatelor societății:

Tabelul 3

Evoluția rezultatelor

Rezultate din:	2004	2005	2006
– activitatea de exploatare	-19.662.748	10.715.373	- 4.384.715
– activitatea financiară	6.833.426	3.562.624	5.294.797
Rezultat curent al exercițiului	-12.829.332	14.277.534	910.082
– activitatea extraordinară	0	0	0
Rezultatul brut	-12.829.332	14.277.534	910.082
Impozit pe profit	0	3173691	0
Rezultat net			
– profit	0	11.103.843	910.082
– pierdere	12.829.322	0	0

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Analiza rezultatelor activității de exploatare, pe parcursul întregii perioade, se poate realiza pe baza următoarelor elemente (tabelul 4):

Analiza rezultatelor activității de exploatare

Explicații	2004	2005	2006
Cifra de afaceri	87.796.963	196.662.227	157.365.942
Costul bun vândute și al servicii prestate	114.103.703	198.690.930	172.870.617
Cheltuielile activității de bază (directe și indirecte)	114.103.703	198.690.930	172.870.617
Cheltuielile activităților auxiliare	0	0	0
Rezultat brut aferent cifrei de afaceri nete	-26.306.740	-2.028.703	-15.504.675
Cheltuieli de desfacere	0	0	0
Cheltuieli generale de administrație		0	0
Alte venituri de exploatare	46.994.051	12.744.076	11.119.960
Rezultat de exploatare	-20.687.311	10.715.373	-4.384.715

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

O primă analiză asupra rezultatelor întreprinderii, realizată pe baza elementelor oferite de bilanțul simplificat, se referă la *indicatorii de echilibru financiar*, începând cu *situația netă*, *fondul de rulment*, *nevoia de fond de rulment*, *trezoreria netă*, astfel:

Valorile indicatorilor de echilibru financiar

Indicatori	2004	2005	2006
Situația netă	215.530.629	198.649.816	167.581.399
Fond de rulment	42.807.783	30.415.864	40.354.540
Nevoia de fond de rulment	18.759.744	14.330.890	30.576.532
Trezoreria netă	24.048.039	16 084 974	9. 978.008

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Deși se înregistrează o diminuare substanțială a indicatorului situație netă în ultimii trei ani, totuși, se observă valorile pozitive ale acestuia, ceea ce reliefează preocupările continue ale conducerii pentru menținerea unei averi suficiente care să-i permită independența sa financiară.

Echilibrul financiar al societății rezultă din confruntarea maselor mari ale bilanțului, și anume fondul de rulment și nevoia de fond de rulment, din care rezultă trezoreria societății. Astfel, un prim indicator al echilibrului financiar, *fondul de rulment financiar*, rezultă din confruntarea capitalurilor permanente cu necesarul permanent, pune în evidență echilibrul financiar pe termen lung reprezentând, de fapt, partea din capitalurile permanente rămasă după finanțarea imobilizărilor, parte ce este consacrată de societate pentru finanțarea activelor circulante, sau altfel spus, partea din capitaluri cu grad de exigibilitate slab ce servește pentru finanțarea elementelor patrimoniale cu un grad de lichiditate mai scăzut.

Dacă fondul de rulment financiar determinat ca diferență între capitalurile permanente și necesarul permanent a insistat asupra originii acestuia, fondul de rulment financiar determinat ca diferență între activele circulante și datoriile pe termen scurt, pune în evidență afectarea și finalitatea fondului de rulment care este finanțat din activul circulant. Fondul de rulment astfel determinat demonstrează că o parte însemnată din activele circulante este finanțată din capitalurile permanente. De asemenea, fondul de rulment pozitiv scoate în evidență surplusul de active circulante nete nefinanțate din datoriile temporare, ceea ce evidențiază excedentul de lichiditate potențială, ca o marjă de securitate privind solvabilitatea societății.

Analiza fondului de rulment este completată, pentru edificare, cu cea a unui alt agregat important al bilanțului, și anume necesarul de fond de rulment. Valorile pozitive ale necesarului de fond de rulment demonstrează surplusul de necesar temporar față de resursele temporare ce pot fi mobilizate de societate. Cum acest indicator desemnează nevoile financiare generate de executarea unor operațiuni ce au un caracter mereu repetitiv al cărui total trebuie acoperit cel puțin parțial de resursele stabile este bine de reliefat și principalele cauze ale variației necesarului de fond de rulment care trebuie căutate pe fazele întregului ciclu de activitate al societății, în timp, dar și în influența inflației.

Valorile acestui indicator al echilibrului curent al societății demonstrează, odată în plus, că mărimea sa depinde de volumul de activitate, de durata de rotație a stocurilor, de termenul de recuperare a creanțelor, de termenul de plată a datoriilor către furnizori, fiind deci, mai fluctuant și mai instabil decât indicatorul fond de rulment.

Trezoreria netă este expresia cea mai concludentă a desfășurării unei activități echilibrate și sigure a întreprinderii și relevă calitatea echilibrului financiar general al întreprinderii pe termen lung, dar și pe termen scurt. Nivelul trezoreriei nete este dat de disponibilitățile evidențiate de societate în casă și conturi bancare și de volumul creditelor de trezorerie la care apelează societatea.

În cadrul analizei financiare, pentru aprecierea obiectivă a fondului de rulment, am făcut apel la trei rate, și anume: *rata de finanțare a cifrei de afaceri*, *rata de finanțare a activelor circulante*, și *rata de acoperire a nevoii de fond de rulment total* (tabelul 6).

Tabelul 6

Indicatori	2004	2005	2006
rata de finanțare a cifrei de afaceri – în zile – $R_{CA} = (FR/CA) \times 360$	175,53	55,68	92,32
rata de finanțare a activelor circulante – în zile – $R_{AC} = (FR/AC) \times 100$	258,31	214,10	286,85
rata de acoperire a nevoii de fond de rulment total – în zile – $R_{NFR} = (FR/NFR) \times 100$	821,48	764,06	475,12

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Cum valorile indicatorului rata de finanțare a cifrei de afaceri nu se cuprind în intervalul 30 și 90 de zile (limite normale), rezultă că fondul de rulment nu poate acoperi volumul cifrei de afaceri. Valorile *ratei de finanțare a activelor circulante* demonstrează faptul că fondul de rulment nu poate acoperi din punct de vedere financiar activele circulante.

Valoarea minimă a *ratei de acoperire a nevoii de fond de rulment total* trebuie să fie de 100%, pentru ca fondul de rulment să asigure finanțarea integrală a nevoii de fond de rulment și a unei părți a activelor de trezorerie. Valorile ratei de acoperire a nevoii de fond de rulment total pe toată perioada demonstrează imposibilitatea societății de a asigura finanțarea integrală a nevoii de fond de rulment.

Întrucât mărimea nevoii de fond de rulment depinde de o serie de factori, printre care o deosebită importanță o au: cifra de afaceri, durata ciclului de exploatare, natura sectorului de activitate, trezoreria, în analiza echilibrului financiar, se folosesc și *rata nevoii de fond de rulment total și rata de finanțare a nevoii de fond de rulment*, ale căror valori sunt:

Tabelul 7

Anii	Sold final de trezorerie NFR		$R = (\text{Sold de trezorerie} / \text{NFR}) \times 100$	$R = \text{NFR}/\text{CA} \times 360$
2003	24 048 039	18 759 744	461,48 zile	76,92 zile
2004	16 084 974	14 330 890	404,06 zile	26,23 zile
2005	9 978 008	30 576 532	117,48 zile	69,95 zile

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Scăderea nivelului *ratei nevoii de fond de rulment total* evidențiază, o dată în plus, situația defavorabilă înregistrată de societate, reliefată, de altfel de întreaga gamă de indicatori utilizați până în prezent.

Valoarea *ratei de finanțare a nevoii de fond de rulment totale prin trezorerie* este de obicei mai mică de 1, deoarece reflectă măsura în care trezoreria participă la acoperirea financiară a nevoii de fond de rulment. Valoarea sa negativă și subunitară subliniază independența de pasivele de trezorerie și stabilitatea întreprinderii. Mărimea supraunitară a acestei rate reflectă faptul că societatea și-a acoperit nevoile curente din creditele de trezorerie, ceea ce a dus la un dezechilibru financiar major, exprimat sub forma dependenței de pasivele de trezorerie, demonstrând instabilitate financiară în care se află.

Bilanțul contabil reprezintă o sursă nepuizabilă de informații pentru realizarea unei analize a echilibrului financiar pe baza ratelor sau a indicilor, a coeficienților. Categoriile de rate cele mai importante: *ratele de structură; ratele de sinteză; ratele de rotație*. Un tablou de bord recapitulativ al acestor rate prezintă următoarele valori:

Tabelul 8

Rate de structură (%)	2004	2005	2006
Ratele de structură ale activului			
– ponderea imobilizărilor corporale	73,24	71,60	61,62
– ponderea imobilizărilor financiare	0,59	0,28	4,55
– ponderea activelor circulante materiale	25,99	28,18	33,67
– ponderea creanțelor comerciale	13,34	14,95	22,98
– ponderea disponibilităților	10,48	8,86	6,63
Ratele de structură ale pasivului			
– caracterizarea autonomiei globale	91,75	109,45	111,4
Rate de sinteză calculate pe baza părții de sus a bilanțului			
– rata finanțării stabile a imobilizărilor	1,24	1,52	1,68
Rate de sinteză calculate pe baza părții de jos a bilanțului			
– rata lichidității generale	3,51	2,57	4,92
– rata lichidității reduse	3,21	2,09	4,31
– rata lichidității imediate	1,41	0,78	0,95
Ratele de rotație			
Viteza de rotație a stocurilor de materii prime (număr rotații)	-5,59	0,82	-0,37
– durata de rotație a stocurilor (zile)	-64,31	440,79	-565,10
– viteza de rotație a creanțelor	-3,59	-17,13	-11,12
– durata de încasare a creanțelor (zile)	-100,23	-21,01	-32,35
– viteza de rotație a datoriilor către furnizori (număr rotații)	-1,04	0,30	0,11
– termenul de plată a furnizorilor (zile)	-347,50	1180,38	3410,33
– rata de rotație a activelor (%)	-7,76	30	-43,29
– rata de rotație a capitalurilor proprii (%)	-84,60	27,40	-45,60

Sursa: Bilanțul contabil al societății ETA SRL Constanța

Dar, o analiză financiară completă a rezultatelor obținute de societate se poate realiza și pe baza elementelor oferite de contul de profit și pierdere, ceea ce presupune, întocmirea într-o primă etapă, a indicatorilor în cascadă a soldurilor intermediare de gestiune și implicit a tabloului acestuia pe toată perioada, începând cu marja comercială și până la rezultatul net al exercițiului. Dezvăluirea informației contabile privind rezultatul întreprinderii poate fi continuată și cu ajutorul *ratelor de rentabilitate și profitabilitate*, cu studiul variabilității nivelului profitului societății determinat de evoluția cifrei de afaceri realizate. Este vorba de analiza efectului de levier al exploataării, concretizat prin existența *levierului operațional* și a *levierului financiar*.

Mărimea valorilor acestor indicatori, pe parcursul perioadei analizate, ar putea fi influențată și de inflația la care am asistat, motiv pentru care ar fi fost necesară asigurarea comparabilității datelor, lucru ce s-ar fi putut realiza fie pe baza ratelor de creștere a prețurilor la mărfurile vândute și la prestările de servicii executate de societatea analizată, metodă ce ar permite evidențierea efectelor inflației asupra atractivității sectorului de activitate în care acționează această

societate, dacă ne gândim la specificul activității desfășurate (societate specializată în executarea lucrărilor de construcții hidrotehnice la nivelul structural – canale navigabile, bazine portuare, cheiuri, diguri de protecție – și servicii portuare maritime și fluviale); fie pe baza ratelor de creștere a prețurilor la nivel de economie națională prin actualizarea acestora la nivelul întregii economii.

Dat fiind însă, limitarea de informații disponibile realizării acestui lucru, am preferat efectuarea analizei pe baza informațiilor prezentate în situațiile financiare ale societății.

BIBLIOGRAFIE

- Horomnea, E.; Tabără, N.; Georgescu, I.; Budugan, D.; Bețianu, L., *Bazele contabilității*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2005
- Mironiuc, M., *Analiza economico-financiară, Elemente teoretico-metodologice și aplicații*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2006
- Pântea, P.I.; Bodea, Gh., *Contabilitatea financiară românească conformă cu Directivele Europene*, Editura Intelcredo, Deva, 2006
- *O.M.F.P. nr. 1752/2005 pentru aprobarea reglementărilor contabile conforme cu directivele europene*, publicat în M.O. nr. 1080 bis din 30 noiembrie 2005
- *Standarde Internaționale de Raportare Financiară, IAS 1 – Prezentarea situațiilor financiare*, Ghid pentru înțelegerea și aplicarea Standardele Internaționale de Contabilitate, Editura CECCAR, București, 2004
- *Standarde Internaționale de Raportare Financiară, IAS 8 – Profitul net sau pierderea netă a perioadei, erori fundamentale și modificări ale politicilor contabile*, Ghid pentru înțelegerea și aplicarea Standardele Internaționale de Contabilitate, Editura CECCAR, București, 2004
- *Standarde Internaționale de Raportare Financiară*, incluzând Standardele Internaționale de Contabilitate (IASTM) și Interpretările lor la 1 ianuarie 2005, Corpul Experților Contabili și a Contabililor Autorizați, 2005.

UTILIZAREA PRINCIPIULUI „LUNGIMEA DE BRĂȚ”, PENTRU DETERMINAREA PREȚULUI DE TRANSFER

Conf. univ. dr. MITRAN, Paula Cornelia
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

The use of the principle „arm length” for the transference price determination

The “arm length” principle is an international standard accepted by the OECD countries, in the same time being used by the multinational companies and fiscal administrations.

This principle offers the possibility to determine the transfer price from the fiscal point of view.

The essential stipulation is that through the price, the transfer must reflect the market force, in this case not being possible the distortion of the fiscal bonds of the great companies neither the fiscal incomes of administrations.

The application of this principle puts on the same level the affiliated companies and the independent companies, promotes the commerce development and the international investments.

Key-words: *transfer price, the “arm length” principle, affiliated companies, independent companies, analysis analogy, comparative price method*

Principiul lungimii de braț este un standard internațional utilizat pentru determinarea prețurilor de transfer din punct de vedere fiscal. El este agreat de statele membre OECD (Organizația Europeană pentru Cooperare și Dezvoltare) și este folosit în scopuri fiscale de către grupurile MNE (companiile multinaționale) și de administrațiile fiscale.

Conform acestui principiu, așa cum este el prezentat în Articolul 9 al Convenției Fiscale Model a OECD, în cazul în care „condițiile create sau impuse între companiile afiliate, în relațiile lor comerciale sau financiare diferă de acelea care ar fi fost create între companiile independente, atunci profiturile care s-ar fi acumulat, în lipsa acestor condiții, la una dintre companii, dar nu s-au acumulat datorită acestor condiții, pot fi incluse în profiturile acelei companii și impozitate în consecință”.

Pot apărea două situații:

- companiile independente intră în relații de afaceri unele cu altele, iar condițiile relațiilor lor comerciale și financiare (ex.: prețul bunurilor transferate sau al serviciilor prestate și condițiile transferului sau prestării) sunt în mod obișnuit determinate de forțele pieței;

- companiile afiliate intră în relații de afaceri, iar relațiile lor comerciale și financiare pot să nu fie afectate direct de forțele pieței externe în același fel, deși companiile afiliate încearcă adesea să copieze dinamica forțelor pieței în afacerile lor.

Administrațiile fiscale nu trebuie să presupună în mod automat că toate companiile afiliate încearcă să manipuleze profiturile. Este posibil să existe o dificultate reală în determinarea exactă a prețului de piață în absența forțelor pieței sau când se adoptă o anumită strategie comercială.

Este important de reținut că necesitatea de a face o ajustare pentru a aproxima tranzacțiile la lungime de braț ia naștere indiferent de orice obligație contractuală asumată de părți de a plăti un anumit preț, și fără nicio legătură cu intenția părților de a minimiza sau a eluda impozitele.

Judecarea prețurilor de transfer nu trebuie confundată cu judecarea problemelor de fraudă fiscală sau evaziune fiscală, chiar dacă politicile de prețuri de transfer pot fi utilizate și în aceste scopuri. Atunci când transferul prin prețuri nu reflectă forțele pieței și principiul lungimii de braț, obligațiile fiscale ale companiilor afiliate și veniturile fiscale ale țării gazdă ar putea fi distorsionate. Țările membre OECD consideră că o ajustare corespunzătoare se obține prin stabilirea condițiilor pentru relațiile comerciale și financiare pe care ele anticipează că le vor identifica între companii independente în tranzacții asemănătoare, în circumstanțe asemănătoare.

Și alți factori, în afara considerațiilor de natură fiscală pot distorsiona condițiile relațiilor comerciale și financiare stabilite între companii afiliate.

De exemplu, astfel de companii pot fi supuse unor presiuni guvernamentale contradictorii (atât în țara de origine, cât și în țări străine) legate de stabilirea valorii în vamă, taxe anti-dumping și control al schimbului sau al prețurilor. În plus, distorsiuni de prețuri de transfer pot apărea și datorită cerințelor de flux de numerar în cazul unei companii dintr-un grup de MNE. Un grup MNE care este proprietate publică poate suporta presiuni din partea acționarilor pentru a demonstra o profitabilitate ridicată la nivelul companiei mamă, mai ales dacă raportările destinate acționarilor nu se fac pe bază consolidată.

Concluzionăm faptul că toți acești factori pot avea impact asupra prețurilor de transfer și asupra profiturilor acumulate de companiile afiliate din cadrul unui grup MNE.

Prin încercarea de a ajusta profiturile prin referire la condițiile care ar fi apărut între companiile independente în tranzacții comparabile și în circumstanțe comparabile, principiul lungimii de braț urmează abordarea conform căreia membrele unui grup de companii multinaționale sunt tratate mai degrabă ca entități separate și nu ca părți inseparabile ale unei companii unificate, singulare. Datorită

faptului că abordarea separată a entității tratează membrele unui grup de companii multinaționale ca și cum ar fi entități independente, atenția se concentrează pe caracterul tranzacțiilor dintre aceste membre. Există mai multe motive pentru care țările membre OECD și alte țări au adoptat principiul lungimii de braț.

Un motiv major este acela că principiul lungimii de braț oferă o vastă egalitate de tratament fiscal pentru companiile multinaționale și companiile independente.

Datorită faptului că principiul lungimii de braț pune pe picior de egalitate, din punct de vedere fiscal, companiile afiliate și companiile independente, el evită crearea unor avantaje sau dezavantaje fiscale care ar distorsiona pozițiile relativ competitive ale fiecărui tip de entitate.

Prin eliminarea acestor considerente fiscale din deciziile economice, principiul lungimii de braț promovează creșterea comerțului și investițiilor internaționale.

Deși s-a constatat că principiul lungimii de braț funcționează eficient în marea majoritate a cazurilor, totuși, există și situații semnificative în care este complicat și dificil de aplicat principiul lungimii de braț, de exemplu, în grupurile de companii multinaționale care operează în producția integrată de mărfuri foarte specializate, în proprietăți necorporale unice, și/sau în prestarea de servicii specializate.

O dificultate de ordin practic în aplicarea principiului lungimii de braț este aceea că entitățile afiliate se pot angaja în tranzacții pe care companiile independente nu le-ar întreprinde.

Astfel de tranzacții nu sunt neapărat motivate de evaziune fiscală, ci pot apărea datorită faptului că derulând afaceri unele cu altele, membrele unui grup multinațional se confruntă cu circumstanțe comerciale diferite de cele ale unor companii independente. De exemplu, o companie independentă poate să nu fie dispusă să vândă un activ necorporal (cum ar fi uzufructul tuturor cercetărilor viitoare) contra unui preț fix, dacă profitul potențial al activului necorporal nu poate fi estimat corect și există alte posibilități de exploatare a acestui necorporal.

Într-un astfel de caz, o companie independentă poate să nu dorească să riște o vânzare definitivă deoarece prețul poate să nu reflecte potențialul activului necorporal de a deveni extrem de profitabil. În mod similar, proprietarul unui necorporal poate avea ezitări să încheie un acord de licență cu o companie independentă de teamă că valoarea respectivului activ s-ar degrada.

Va exista însă întotdeauna riscul ca activul necorporal să nu fie atât de valoros pe cum pare. De aceea, o companie independentă trebuie să aleagă între a vinde activul necorporal, diminuând astfel riscul și protejându-și profitul, și a exploata acest activ, asumându-și în acest caz riscul ca profitul să varieze față de profitul ce ar fi putut fi obținut din vânzarea necorporalului. Atât administrațiile fiscale, cât și contribuabilii au adeseori dificultăți în obținerea de informații suficiente pentru aplicarea principiului lungimii de braț.

Deoarece principiul lungimii de braț impune în mod obișnuit ca administrația fiscală și contribuabilii să evalueze tranzacții necontrolate și activitățile economice ale companiilor independente, și să le compare apoi cu tranzacțiile și activitățile

companiilor afiliate, poate fi nevoie de un volum substanțial de date. Informațiile accesibile pot fi incomplete și greu de interpretat; alte informații, dacă ele există, pot fi dificil de obținut datorită amplasării geografice sau datorită părților de la care ar trebui obținute aceste informații. Mai mult, poate să nu fie posibilă obținerea de informații de la companiile independente, din rațiuni de confidențialitate.

În alte cazuri, informațiile despre companiile independente ce pot fi relevante pot pur și simplu să nu existe.

Totuși, și în contextul considerațiilor de mai sus, punctul de vedere al țărilor membre OECD continuă să fie acela că principiul lungimii de braț ar trebui să guverneze evaluarea prețurilor de transfer între companiile afiliate. Principiul lungimii de braț este un principiu teoretic solid deoarece asigură aproximarea cea mai sigură a acțiunilor pieței deschise în cazurile în care se transferă mărfuri și servicii între companiile afiliate.

O îndepărtare de la principiul lungimii de braț ar însemna abandonarea bazei solide teoretice descrisă mai sus și ar amenința consensul internațional, ducând astfel la o majorare substanțială a riscului de dublă impunere.

Experiența lucrului cu principiul lungimii de braț a devenit suficient de vastă și sofisticată pentru a asigura o înțelegere comună între comunitatea de afaceri și administrațiile fiscale.

Această înțelegere comună are o valoare practică foarte mare în realizarea obiectivului de a asigura baza de impunere corespunzătoare în fiecare jurisdicție fiscală și de a evita dubla impunere. Această experiență ar trebui folosită pentru elaborarea în continuare a principiului lungimii de braț, pentru a rafina modul său de operare și pentru a îmbunătăți administrarea sa prin furnizarea de instrucțiuni mai clare pentru contribuabili și prin controale efectuate la momentele oportune.

Modalități de aplicare a principiului lungimii de braț

Analiza comparabilității

Aplicarea principiului lungimii de braț se bazează, în general, pe compararea condițiilor unei tranzacții controlate cu condițiile tranzacțiilor ce au loc între companiile independente.

Pentru ca o astfel de comparație să aibă utilitate, caracteristicile economice relevante ale situațiilor ce se compară trebuie să fie suficient de comparabile.

A fi comparabile înseamnă că niciuna din diferențele (dacă acestea există) dintre situațiile comparate nu ar putea să afecteze substanțial condițiile supuse examinării în cadrul metodologiei (ex.: preț sau marjă), sau că pot fi efectuate ajustări cu un grad suficient de acuratețe pentru a elimina efectul unor astfel de diferențe.

În stabilirea gradului de comparabilitate, incluzând și ajustările necesare pentru a determina comparabilitatea, este necesară înțelegerea modului în care companiile neafiliate evaluează tranzacțiile potențiale. Companiile independente, când evaluează termenii unei tranzacții potențiale, vor compara tranzacția cu alte opțiuni realiste ce le stau la dispoziție, și vor intra în această tranzacție numai dacă nu găsesc nicio altă alternativă care să fie în mod clar mai atrăgătoare. De exemplu,

este improbabil ca o companie să accepte prețul oferit pentru produsele sale de către o companie independentă dacă știe că alți clienți potențiali sunt dispuși să plătească mai mult în condiții similare.

Acest punct este relevant în chestiunea comparabilității, deoarece, în general, companiile independente vor lua în considerare toate diferențele relevante din punct de vedere economic dintre opțiunile realiste ce le stau la dispoziție (cum ar fi diferențele în nivelurile de risc sau alți factori de comparabilitate discutați în continuare), atunci când evaluează aceste opțiuni. De aceea, atunci când efectuează comparația impusă de aplicarea principiului lungimii de braț, administrațiile fiscale ar trebui să ia, de asemenea, în considerare aceste diferențe când stabilesc comparabilitatea situațiilor comparate și ajustările necesare pentru realizarea acestei comparabilități.

Toate metodele ce aplică principiul lungimii de braț pot fi legate de conceptul conform căruia companiile independente iau în considerare opțiunile ce le stau la dispoziție și, în compararea unei opțiuni cu alta, ele iau în considerare toate diferențele dintre aceste opțiuni care ar afecta semnificativ valoarea acestora.

Dintre factorii ce determină comparabilitatea, amintim:

- Diferențele în caracteristicile specifice ale bunurilor sau serviciilor contează, cel puțin parțial, pentru diferențele de valoare între ele pe o piață deschisă.

De aceea, compararea acestor caracteristici poate fi utilă în stabilirea comparabilității între tranzacțiile controlate și cele necontrolate. În general, asemănarea caracteristicilor bunurilor sau serviciilor transferate contează mai mult atunci când se compară prețurile tranzacțiilor controlate, cu cele ale tranzacțiilor necontrolate, decât când se compară marjele de profit.

Caracteristicile ce pot fi luate în considerare includ următoarele:

- în cazul transferului de active corporale, caracteristicile fizice ale bunurilor, calitatea și siguranța, și volumul și disponibilitatea ofertei;
- în cazul prestării de servicii, natura și amploarea serviciilor;
- în cazul proprietăților necorporale, forma tranzacției (licență sau vânzare), tipul de necorporal (brevet, marcă de fabrică, know-how), durata și gradul de protejare și beneficiile anticipate din folosirea necorporalului.

- Analiza funcțională, atunci când se stabilește dacă tranzacțiile sau entitățile controlate și necontrolate sunt comparabile, este necesară compararea funcțiilor efectuate de părți.

Această comparație are la bază o analiză funcțională, care încearcă să identifice și să compare activitățile semnificative din punct de vedere economic și responsabilitățile asumate sau care vor fi asumate de către companiile afiliate și independente.

În acest scop, trebuie acordată o atenție deosebită structurii și organizării grupului. Mai este relevantă, de asemenea, și stabilirea capacității juridice în care contribuabilul își exercită funcțiile (proiectarea, producția, asamblarea, cercetarea și dezvoltarea, service, achiziții, distribuție, marketing, publicitate, transport, finanțare și management).

În continuare, se identifică funcțiile principale efectuate de partea supusă verificării, se efectuează ajustări pentru toate diferențele de substanță ce apar față de funcțiile efectuate de orice companie independentă cu care partea respectivă este comparată, relevanță fiind semnificația economică a acestor funcții, adică frecvența, natura și valoarea pentru părțile respective.

Pentru realizarea acestor deziderate se iau în considerare activele angajate sau ce vor fi angajate. Această analiză trebuie să țină cont de tipul de active utilizate, cum ar fi fabricile și echipamentele, utilizarea proprietăților necorporale valoroase și natura activelor utilizate, precum vechimea, valoarea de piață, localizarea, existența protecției drepturilor de proprietate etc.

Importantă este și luarea în considerare a riscurilor asumate de către respectivele părți. Pe o piață deschisă, premisa unor riscuri ridicate va fi compensată de o creștere a veniturilor previzionate.

Deci, tranzacțiile și entitățile controlate și necontrolate nu sunt comparabile între ele dacă există diferențe semnificative în riscurile asumate, diferențe pentru care nu se pot efectua ajustările necesare.

Ca riscuri amintim: fluctuațiile de cost ale intrărilor și fluctuațiile de preț ale produselor, riscurile investiționale, riscurile financiare precum cele generate de cursul de schimb valutar și de variația ratei dobânzii, riscurile de credit.

Funcțiile efectuate (ținând cont de activele utilizate și de riscurile asumate) vor determina în oarecare măsură alocarea riscurilor între părți, și deci, și condițiile pe care le anticipează fiecare parte în operațiunile la lungime de braț.

De exemplu, când un distribuitor își asumă responsabilitatea pentru marketing și publicitate, el va avea dreptul la venituri previzionate din activitate proporțional mai mari, iar condițiile tranzacției vor fi diferite decât dacă respectivul distribuitor ar fi acționat doar ca un agent, căruia i se rambursează costurile și primește un venit corespunzător respectivei activități:

- Termenii contractuali, în operațiunile la lungime de braț, definesc explicit sau implicit cum se împart responsabilitățile, riscurile și beneficiile între părți.

Datorită acestui lucru, o analiză a termenilor contractuali ar trebui să facă parte din analiza funcțională discutată anterior. Termenii unei tranzacții mai pot fi găsiți și în corespondența/comunicările între părți, altele decât un contract scris.

În operațiunile dintre companiile independente, divergența de interese dintre părți asigură că părțile vor încerca în mod obișnuit să se oblige una pe alta să respecte termenii contractului și că, în general, termenii contractuali vor fi ignorați sau modificați post factum numai dacă acest lucru este în interesul ambelor părți.

- Circumstanțele economice – prețurile la lungime de braț pot varia pe piețe diferite chiar și pentru tranzacții ce implică aceleași bunuri sau servicii; de aceea, pentru a asigura comparabilitatea se impune ca piețele pe care operează companiile independente și afiliate să fie comparabile, și ca diferențele să nu aibă un efect de substanță asupra prețului sau să poată fi efectuate ajustările corespunzătoare.

Este esențială identificarea pieței sau piețelor respective ținând cont de bunurile sau serviciile înlocuitoare disponibile.

Circumstanțele economice ce pot fi relevante în stabilirea comparabilității piețelor includ poziția geografică, mărimea piețelor, amploarea concurenței pe piețe și pozițiile competitive relative ale vânzătorilor și cumpărătorilor; existența (și, deci, riscul aferent) unor bunuri și servicii înlocuitoare, nivelul cererii și ofertei pe piață, ca întreg și în anumite regiuni, dacă este relevant, puterea de cumpărare a consumatorilor, caracterul și amploarea reglementărilor guvernamentale ale pieței, costurile de producție, inclusiv costul terenului, al forței de muncă și al capitalului etc.

- Strategiile de afaceri – ar trebui și ele examinate atunci când se stabilește comparabilitatea în scopuri legate de prețuri de transfer.

Strategiile de afaceri țin cont de multe aspecte ale unei companii, cum ar fi inovarea și dezvoltarea de noi produse, gradul de diversificare, aversiunea față de riscuri, aprecierea schimbărilor politice, contribuția legislației muncii existente și a celei avute în vedere, și alți factori ce influențează desfășurarea zilnică a activității. Poate fi necesară luarea în considerare a acestor strategii de afaceri atunci când se stabilește comparabilitatea între tranzacțiile și companiile controlate și necontrolate.

Strategiile de afaceri pot include și scheme de intrare pe piață, astfel un contribuabil care încearcă să intre pe o piață, să își majoreze cota de piață, poate practica, temporar, pentru produsele sale un preț care este mai mic decât prețul perceput pe aceeași piață pentru produse comparabile din alte puncte de vedere.

Mai mult, un contribuabil care încearcă să intre pe o piață nouă sau să își majoreze cota de piață, poate să aibă, temporar, costuri mai mari (datorită costurilor de înființare sau eforturilor sporite de marketing) și, deci, să obțină un nivel de profit mai redus decât alți contribuabili ce operează pe aceeași piață.

Aceste aspecte pot ridica anumite probleme activității de control fiscal, care evaluează legitimitatea afirmației unui contribuabil ce pretinde că respectă o strategie de afaceri care îl deosebește de potențialii comparabili; astfel, strategiile amintite pot presupune reduceri ale profiturilor curente ale contribuabililor, anticipând profituri viitoare majorate.

Dacă în viitor aceste profituri majorate nu se materializează deoarece strategia de afaceri declarată nu a fost de fapt respectată de contribuabil, pot exista constrângeri de ordin legal care să împiedice administrația fiscală să reexamineze anii fiscali precedenți.

De exemplu, dacă un producător facturează distribuitorului sau afiliatului la un preț sub prețul pieței, economiile de cost ale distribuitorului pot să se reflecte în prețul facturat clienților distribuitorului sau în cheltuieli mai mari de intrare pe piață, suportate de distribuitor.

O strategie de intrare pe piață, aparținând unui grup multinațional poate fi pusă în practică de către producător sau de către distribuitor, care acționează separat de producător (costurile generate fiind suportate de fiecare dintre ei).

În plus, o strategie de intrare pe piață sau de majorare a cotei de piață este însoțită adesea de eforturi de marketing și publicitate neobișnuit de intense.

De exemplu, în operațiunile la lungime de braț, o companie care acționează numai ca un agent de vânzări, fără responsabilități sau cu responsabilități reduse de

dezvoltare a pieței, pe termen lung, nu va suporta, în general, costurile unei strategii de intrare pe piață.

Când o companie întreprinde activități de dezvoltare a pieței pe riscul său și sporește valoarea produsului printr-o marcă de fabrică sau o marcă înregistrată sau sporește bunul renume asociat produsului respectiv, această situație ar trebui să se reflecte în analiza funcțiilor, în vederea stabilirii comparabilității.

Recunoașterea tranzacțiilor întreprinse efectiv

Examinarea din punct de vedere fiscal a unei tranzacții controlate ar trebui să fie în mod normal bazată pe tranzacția întreprinsă efectiv de către companiile afiliate, așa cum a fost structurată de acestea, utilizând metodele aplicate de contribuabil.

Controlul fiscal (administrația fiscală) nu ar trebui să ignore tranzacțiile efective sau să le înlocuiască cu alte tranzacții.

Restructurarea unor tranzacții economice legitime ar reprezenta un exercițiu total arbitrar, a cărui inechitate ar putea fi completată de dubla impunere generată acolo unde cealaltă administrație fiscală nu împărtășește aceleași opinii referitor la modul în care ar trebui structurată tranzacția.

Prin excepție, se poate ignora acest mod de tratare în două situații sau circumstanțe:

➤ când conținutul economic al tranzacției diferă de forma sa. În astfel de cazuri, administrația fiscală poate să nu țină cont de caracterizarea tranzacției făcută de părți și să o reclasifice în conformitate cu substanța sa.

Un exemplu de circumstanță de acest fel ar fi o investiție într-o companie afiliată, făcută sub forma unui împrumut purtător de dobândă, atunci când, la lungime de braț, ținând cont de circumstanțele economice ale companiei ce primește împrumutul, nu ar fi fost previzibil ca investiția să fie structurată astfel.

În acest caz, se poate trata împrumutul ca pe o subscriere de capital;

➤ când, deși forma și substanța tranzacției corespund, aranjamentele aferente tranzacției, văzute în ansamblul lor, diferă de cele ce ar fi fost adoptate de companiile independente care acționează într-o manieră comercială rațională, iar structura efectivă practic împiedică administrația fiscală să stabilească un preț de transfer corespunzător.

Un exemplu în acest sens ar fi vânzarea printr-un contract pe termen lung, contra unei sume globale, a dreptului nelimitat la drepturile de proprietate intelectuală ce apar ca rezultat al cercetărilor viitoare; administrația fiscală poate să ajusteze, în acest caz, condițiile acordului încheiat, într-o manieră comercială rațională, cum ar fi un acord de cercetare continuă.

Evaluarea tranzacțiilor separate și combinate

Pentru a se ajunge la cea mai precisă aproximare a valorii corecte de piață, principiul lungimii de braț ar trebui să se aplice tranzacție cu tranzacție.

În practică, există adeseori situații în care tranzacțiile separate sunt atât de strâns legate una de alta, sau se continuă una pe alta, încât nu pot fi evaluate în mod adecvat pe bază separată, cum ar fi: anumite contracte de furnizare de mărfuri sau

servicii pe termen lung, drepturi de a folosi proprietăți necorporale și stabilirea de prețuri pentru o gamă de produse strâns legate între ele.

Astfel de tranzacții ar trebui evaluate împreună, utilizând metoda sau metodele cele mai potrivite la lungime de braț.

În timp ce unele tranzacții contractate separat între companii afiliate pot necesita evaluarea agregată pentru a determina dacă condițiile lor sunt la lungime de braț, alte tranzacții contractate între astfel de companii ca un pachet pot necesita evaluarea separată.

În astfel de cazuri, după stabilirea prețurilor de transfer pentru elementele separate, administrația fiscală ar trebui totuși să analizeze dacă stabilirea prețului de transfer al întregului pachet este la lungime de braț.

Chiar și în tranzacțiile necontrolate, tranzacțiile la pachet pot combina elemente supuse unor tratamente fiscale diferite în legislația națională față de convențiile de impunere a venitului.

De exemplu, redevențele pot fi supuse impozitului cu reținere la sursă, dar chiriile pot fi supuse impunerii nete. În aceste circumstanțe este potrivit să se determine prețul de transfer pe pachet, iar administrația fiscală poate stabili apoi dacă din alte rațiuni fiscale este necesară alocarea prețului pe elemente ale pachetului. Când efectuează aceste determinări, administrația fiscală ar trebui să examineze tranzacția la pachet între companiile afiliate în același mod, cum ar analiza tranzacțiile similare între companii independente.

Contribuabilii trebuie să fie pregătiți să demonstreze că tranzacția la pachet reflectă prețul de transfer corespunzător.

Utilizarea unui domeniu la lungime de braț

În unele cazuri este posibil să se aplice principiul lungimii de braț pentru a se ajunge la o singură cifră (preț sau marjă), care este cea mai sigură pentru a se stabili dacă condițiile unei tranzacții sunt sau nu la lungime de braț.

Cu toate acestea, deoarece prețurile de transfer nu sunt o știință exactă, vor exista și multe ocazii în care aplicarea celei sau celor mai potrivite metode va produce un domeniu de cifre, toate acestea fiind relativ la fel de sigure, datorită faptului că aplicarea acestui principiu conduce numai la o aproximare a condițiilor ce s-ar fi stabilit între companiile independente, care pot sau nu să stabilească exact același preț pentru tranzacție.

De aceea, determinarea efectivă a prețului la lungime de braț presupune exercitarea unei judecăți corecte. Se pot folosi, de exemplu, două metode care conduc la grade asemănătoare de comparabilitate pentru a evalua caracterul la lungime de braț al unei tranzacții controlate.

Fiecare metodă poate produce un rezultat sau un domeniu de rezultate care diferă de cealaltă datorită diferențelor de natură ale metodelor și a datelor relevante pentru aplicarea unei anumite metode, care au fost utilizate.

Cu toate acestea, fiecare domeniu separat poate fi utilizat pentru a defini un domeniu acceptabil de cifre la lungime de braț. Atunci când aplicarea uneia sau mai multor metode generează un domeniu de cifre, o abatere substanțială între punctele aceluși domeniu, poate indica faptul că datele utilizate în determinarea

unora dintre puncte pot să nu fie la fel de sigure ca și datele utilizate în determinarea altor puncte ale domeniului, sau că abaterea respectivă poate rezulta din caracteristici ale datelor comparabile care necesită ajustări. Se utilizează metode tranzacționale tradiționale, dintre care amintim:

- Metoda prețului comparabil necontrolat (CUP), care compară prețul perceput pentru bunurile sau serviciile transferate într-o tranzacție controlată cu prețul perceput pentru bunurile sau serviciile transferate într-o tranzacție comparabilă necontrolată în circumstanțe comparabile.

Dacă există vreo diferență între cele două prețuri, aceasta poate fi un indiciu că în condițiile relațiilor comerciale și financiare ale companiilor afiliate nu sunt la lungime de braț, și că prețul tranzacției controlate poate fi înlocuit de prețul tranzacției necontrolate.

Metoda CUP este o metodă deosebit de sigură în cazul în care o companie independentă vinde același produs ca și cel vândut între două companii afiliate.

- Metoda prețului de revânzare pornește de la prețul la care un produs ce a fost achiziționat de la o companie afiliată este revândut unei companii independente. Acest preț (prețul de revânzare) se reduce apoi cu o marjă brută corespunzătoare („marja prețului de revânzare”), ce reprezintă suma din care revânzătorul ar încerca să își acopere cheltuielile de vânzare și alte cheltuieli de exploatare și, în lumina funcțiilor efectuate (ținând cont de activele utilizate și riscurile asumate), să realizeze un profit corespunzător.

Ce rămâne după scăderea marjei brute poate fi privit, după ajustarea pentru alte costuri aferente achiziției produsului (ex.: taxe vamale), ca și un preț la lungime de braț pentru transferul inițial al bunurilor între companiile afiliate.

Această metodă este probabil cea mai utilă atunci când se aplică la operațiuni de marketing.

- Metoda cost plus pornește de la costurile efectuate de către furnizorul de bunuri (sau servicii) într-o tranzacție controlată, pentru bunurile transferate sau serviciile furnizate unui cumpărător înrudit.

Un adaos cost plus corespunzător este adăugat la acest cost, pentru a realiza un profit corespunzător în lumina funcțiilor efectuate și a condițiilor pieței. După ce se adaugă acest adaos cost plus la costurile menționate mai sus se ajunge la ceea ce poate fi văzut ca un preț la lungime de braț al tranzacției controlate inițiale. Această metodă este poate cea mai utilă atunci când sunt vândute produse semifabricate între părți înrudite, când părțile înrudite au încheiat acorduri comune de facilități sau înțelegeri de cumpărare-furnizare pe termen lung, sau când tranzacția controlată este o prestare de servicii. Metodele tranzacționale tradiționale sunt mijloacele cele mai directe prin care se poate stabili dacă condițiile relațiilor comerciale și financiare între companii afiliate sunt sau nu la lungime de braț.

Rezultatul este că metodele tranzacționale tradiționale sunt preferate altor metode.

Totuși, complexitățile situațiilor economice din viața reală pot ridica dificultăți practice în calea aplicării metodelor tranzacționale tradiționale. În acele situații excepționale, în care nu există date sau datele existente nu au o calitate suficientă

pentru a te baza pe metodele tranzacționale tradiționale, sau numai pe ele, poate fi necesar să se analizeze dacă și în ce condiții pot fi utilizate alte metode.

Singurele metode de profit ce satisfac principiul lungimii de braț sunt acelea care sunt în concordanță cu metoda de împărțire a profitului sau metoda marjei tranzacționale nete.

Metoda împărțirii profitului încearcă să elimine efectul condițiilor speciale create sau impuse într-o tranzacție controlată asupra profitului, prin stabilirea împărțirii profiturilor pe care s-ar aștepta să le obțină companiile independente din angajarea în tranzacție sau tranzacții.

Metoda împărțirii profitului identifică mai întâi profitul de împărțit între companiile afiliate obținut din tranzacțiile controlate în care sunt angajate companiile afiliate.

Apoi împarte aceste profituri între companiile afiliate pe o bază valabilă din punct de vedere economic care aproximează împărțirea profiturilor ce ar fi fost anticipate și reflectate într-un acord încheiat la lungime de braț. Metoda marjei tranzacționale nete examinează marja profitului net raportat la o bază corespunzătoare pe care un contribuabil o realizează dintr-o tranzacție controlată. Astfel, o metodă a marjei tranzacționale nete operează într-o manieră similară cu metodele prețului de revânzare sau cost plus. Similaritatea înseamnă că pentru a putea fi aplicată în condiții de siguranță, metoda marjei tranzacționale nete trebuie să fie aplicată într-o manieră consecventă cu maniera în care se aplică metoda prețului de revânzare sau cost plus.

Acest lucru înseamnă, în special, că marja netă a contribuabilului din tranzacția controlată ar trebui stabilită, în mod ideal, prin referința la marja netă pe care o obține același contribuabil în tranzacții comparabile necontrolate.

BIBLIOGRAFIE

- Conover, T.L.; Nichols, N.B., *A Further Examination of Income Shifting through Transfer Pricing Considering Firm Size and/or Distress*, The International Journal of Accounting 35, 2000
- Epstein, B.J.; Mirza, A.A., *Interpretarea și Aplicarea Standardelor Internaționale de Contabilitate și Raportare Financiară (Interpretation and Application of International Accounting and Financial Reporting Standards)*, Editura BMT, 2005
- Tsiopoulos, T.P.; Uceda, A., *Beyond Fiscal Issues, Tax Planning International*, Transfer pricing, vol. 3, 2002
- Raportul OECD *Prețurile de Transfer și Companiile Multinaționale – Ghidul pentru prețuri de transfer pentru companii multinaționale și administrații fiscale*, OECD (Organization for economic cooperation and development), 1997
- Legea nr. 571 privind Codul fiscal, cu modificările ulterioare
- Hotărârea de Guvern nr. 529/ 2007 privind Procedura de emitere a soluției fiscale individuale anticipate și a acordului de preț în avans

METODOLOGIA ÎNREGISTRĂRILOR CONTABILE PENTRU FONDUL AGRICOL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE RURALĂ

Conf. univ. dr. **BIDAȘCU, Carmen Georgiana**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

The methodology as regards the keeping of accounts of The European Agricultural Fund for Rural Development

According to (EC) Council Regulation no. 1290 of June 21 2005 on the financing of the common agricultural policy and Commission Regulation (EC) no. 883/2006 of 21 June 2006 laying down detailed rules for the application of Council Regulation (EC) no. 1290/2005 as regards the keeping of accounts by the paying agencies, declarations of expenditure and revenue and the conditions for reimbursing expenditure under the EAGF and the EAFRD a proper and efficient legislative framework has been developed for the management of community funds concerning common agricultural policy and the protection of financial interests of the European Union and the Romanian state. Romania will provide the national co-financing and prefinancing of EAFRD from the state budget, supported by the Ministry of Agriculture and Rural Development, according to the provisions in G.E.O. no. 67/2006 and G.D no. 293/2008 concerning the methodological standards on the application of G.E.O. no. 67/2006.

According to the present legislation, an efficient mechanism of financial flows has been established for the application of the European Agricultural Fund for Rural Development, which will be included in the accountancy book-keeping of the institutions involved in fund operations, respectively the Ministry of Agriculture and Rural Development (MADR) and the Paying Agency for Rural Development and Fishery .

Key-words: *The Ministry of Agriculture and Rural Development (MADR), The Paying Agency for for Rural Development and Fishery (APDRP), The Authentification Body of the Payment Agencies, The European Agricultural Fund for Rural Development*

**Înregistrarea în evidența contabilă a Ministerului Agriculturii
și Dezvoltării Rurale a principalelor operațiuni privind derularea
Fondului European de Dezvoltare Rurală**

1. Fonduri externe nerambursabile de la Uniunea Europeană – prefinanțare

1.1. *Încasarea sumelor reprezentând prefinanțare de la Comisia Europeană, în contul euro deschis la instituția financiar-bancară*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în valută din fonduri externe nerambursabile	5152	x	
	Avansuri primite de la C.E. sub formă de prefinanțare	4506		x

2. Fonduri de la bugetul de stat

2.1. *Solicitarea de fonduri de către APDRP de la bugetul de stat în cazul indisponibilităților temporare de fonduri de la Comisia Europeană*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Cerere de fonduri	Sume în curs de certificare	474	x	
	Sume datorate Agenției de plată	4522		x

2.2. *Înregistrarea sumelor de primit de la bugetul de stat înaintea certificării sumelor de către Organismul de Coordonare a agențiilor de plată*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Cerere de fonduri	Sume de primit de la buget	4553	x	
	Decontări din operații în curs de clarificare	473		x

2.3. *Virarea sumelor din contul bugetar în contul de disponibil, reprezentând alocații bugetare acordate în cazul indisponibilităților temporare de fonduri de la C.E., după aprobarea deschiderii de credite bugetare*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Transferuri interne	673	x	
	Finanțarea de la bugetul de stat	7701		x

2.4. *Încasarea sumelor în cazul indisponibilităților temporare de fonduri de la Comisia Europeană în contul de trezorerie al MADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil de la buget reprezentând prefinanțări și fonduri în cazul indisponibilităților temporare	559	x	
	Sume de primit de la buget	4553		x

2.5. *Virarea sumelor în contul Agenției pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit (APDRP), reprezentând alocații bugetare acordate în cazul indisponibilităților temporare de fonduri de la C.E.*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume datorate Agențiilor de plată	4522	x	
	Disponibil de la buget reprezentând prefinanțări și fonduri în cazul indisponibilităților temporare	559		x

2.6. *Solicitarea de fonduri de către APDRP de la bugetul de stat, reprezentând cofinanțare*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Cerere de fonduri	Sume în curs de certificare	474	x	
	Sume datorate Agențiilor de plată	4522		x

2.7. *Înregistrarea sumelor de primit de la bugetul de stat, reprezentând cofinanțare FEADR, înaintea certificării sumelor de către Organismul de Coordonare a agențiilor de plată*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Cerere de fonduri	Sume de primit de la buget	4553	x	
	Sume de restituit bugetului	4554		x

2.8. *Virarea sumelor din contul bugetar în contul de disponibil cofinanțare FEADR, după aprobarea deschiderii de credite bugetare*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Transferuri interne	673	X	
	Finanțarea de la bugetul de stat	7701		x

2.9. *Încasarea sumelor de la bugetul de stat, reprezentând cofinanțare FEADR în contul MADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil din contribuția națională, reprezentând cofinanțarea de la buget	5581	x	
	Sume de primit de la buget	4553		x

2.10. *Virarea sumelor în contul APDRP, reprezentând cofinanțare FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume datorate Agențiilor de plată	4522	x	
	Disponibil din contribuția națională, reprezentând cofinanțarea de la buget	5581		x

2.11. *Înregistrarea sumelor de primit de la bugetul de stat, reprezentând taxa pe valoarea adăugată aferentă livrărilor de bunuri, prestărilor de servicii și execuției de lucrări, finanțate integral sau parțial din contribuția financiară a Uniunii Europene și/sau din cofinanțarea aferentă TVA (cheltuieli neeligibile)*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Cerere de fonduri	Sume de primit de la buget pentru cheltuieli neeligibile	4563	X	
	Sume datorate Agențiilor de plată	4522		x

2.12. *Virarea sumelor din contul bugetar în contul de disponibil cheltuieli neeligibile FEADR, după aprobarea deschiderii de credite bugetare*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Transferuri interne	673	X	
	Finanțarea de la bugetul de stat	7701		x

2.13. *Încasarea sumelor de la bugetul de stat, reprezentând TVA în contul MADR cheltuieli neeligibile FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil din contribuția națională, reprezentând cheltuieli neeligibile	5582	x	
	Sume de primit de la buget pentru cheltuieli neeligibile	4563		x

2.14. *Virarea sumelor, reprezentând TVA, în contul de disponibil al APDRP cheltuieli neeligibile FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume datorate Agențiilor de plată	4522	x	
	Disponibil din contribuția națională, reprezentând cheltuieli neeligibile	5582		x

2.15. *Costuri bancare rezultate din administrarea conturilor deschise la instituția financiar-bancară (în lei și valută)*

a) *încasarea creditelor bugetare necesare acoperirii costurilor bancare (cheltuieli neeligibile)*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Viramente interne	581	x	
	Finanțarea de la bugetul de stat	7701		x

b) *virarea sumelor în contul de disponibil din trezorerie – cheltuieli neeligibile FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil din contribuția națională, reprezentând cheltuieli neeligibile	5582	x	
	Viramente interne	581		x

c) *virarea sumelor din contul de trezorerie – cheltuieli neeligibile FEADR în contul în lei deschis la instituția financiar-bancară*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Viramente interne	581	x	
	Disponibil din contribuția națională, reprezentând cheltuieli neeligibile	5582		x

d) încasarea sumelor în contul de disponibil în lei deschis la instituția financiar-bancară

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	x	
	Viramente interne	581		x

e) reținerea de către instituția financiar-bancară a sumelor reprezentând comisioane și speze bancare

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Cheltuieli cu serviciile bancare și asimilate	627	x	
	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151		x

2.16. *Sume certificate din „Declarația de cheltuieli” și solicitate C.E., reprezentând cofinanțare FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Declarație de cheltuieli APDRP	Sume de restituit bugetului	4554	x	
	Sume în curs de certificare	474		x

3. Fonduri externe nerambursabile de la Comisia Europeană – plăți intermediare

3.1. *Solicitarea de fonduri pentru finanțarea proiectelor, din fonduri externe nerambursabile, de către Agenția de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit (A.P.D.R.P.) în vederea efectuării plăților către beneficiari*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Solicitare de fonduri	Sume în curs de certificare	474	X	
	Sume datorate Agențiilor de plată	4522		x

3.2. *Încasarea în contul de trezorerie a sumelor neutilizate de către APDRP din fonduri externe nerambursabile, aferente viramentelor anterioare*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	x	
	Decontări din operații în curs de clarificare	473		x

- 3.3. *Solicitarea de fonduri pentru finanțarea proiectelor, din fonduri externe nerambursabile, de către A.P.D.R.P. în vederea efectuării plăților către beneficiari, în situația în care finanțarea se efectuează din sumele restituite anterior de APDRP în contul de finanțare externă nerambursabilă al MADR, din dobânzile încasate aferente conturilor de disponibilități în lei și valută, ale MADR, deschise la instituția financiar-bancară*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Solicitare de fonduri	Decontări din operații în curs de clarificare	473	x	
	Sume datorate Agențiilor de plată	4522		x

- 3.4. *Virarea sumelor solicitate reprezentând finanțare externă nerambursabilă în situația în care există disponibil în euro în contul deschis la instituția financiar-bancară*

- a) schimbul valutar pentru alimentarea conturilor din trezorerie

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Viramente interne	581	X	
	Disponibil în valută din fonduri externe nerambursabile	5152		x

- b) încasarea în contul în lei deschis la instituția financiar-bancară

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	X	
	Viramente interne	581		x

- c) virarea sumelor din contul în lei deschis la instituția financiar-bancară în contul finanțare externă nerambursabilă FEADR

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Viramente interne	581	X	
	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151		x

- d) încasarea sumelor în contul MADR de trezorerie – finanțare externă nerambursabilă FEADR

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	X	
	Viramente interne	581		x

- e) virarea din contul MADR de trezorerie – finanțare externă nerambursabilă FEADR în contul APDRP de trezorerie finanțare externă nerambursabilă

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume datorate Agențiilor de plată	4522	X	
	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151		X

- 3.5. *Sume certificate din „Declarația de cheltuieli” și solicitate C.E. reprezentând finanțare externă nerambursabilă*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Declarație de cheltuieli APDRP	Sume de primit de la CE	4503	X	
	Sume în curs de certificare – fonduri pentru agricultură, fonduri de la buget și alte fonduri	474		X

- 3.6. *Deducerea prefinanțării din sumele certificate, la sfârșitul programului*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Cerere de fonduri	Avansuri primite de la C.E. sub formă de prefinanțare	4506	X	
	Sume de primit de la C.E.	4503		X

- 3.7. *Încasarea sumelor reprezentând rambursări primite de la Comisia Europeană, în contul în euro deschis la instituția financiar-bancară, în situația în care sumele solicitate C.E. prin „Declarația de cheltuieli” coincid cu sumele rambursate*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în valută din fonduri externe nerambursabile	5152	X	
	Sume de primit de la C.E.	4503		X

- 3.8. *Virarea la bugetul de stat a sumelor rambursate de Comisia Europeană reprezentând plățile efectuate de APDRP în anul anterior*

- a) înregistrarea obligației de a vira la bugetul statului sumele rambursate de C.E.

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Nota contabilă	Rezultatul reportat	117.01	X	
	Alte datorii față de buget	4481		X

b) schimbul valutar pentru alimentarea conturilor din trezorerie

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Viramente interne	581	X	
	Disponibil în valută din fonduri externe nerambursabile	5152		x

c) încasarea în contul în lei deschis la instituția financiar-bancară

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	X	
	Viramente interne	581		x

d) virarea sumelor în contul de trezorerie

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Viramente interne	581	X	
	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151		x

e) încasarea sumelor în contul MADR de trezorerie

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	X	
	Viramente interne	581		x

f) virarea din contul MADR de trezorerie – finanțare externă nerambursabilă FEADR, la bugetul de stat a sumelor reprezentând rambursările C.E. în anul curent pentru plățile efectuate în anul anterior

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Alte datorii față de buget	4481	X	
	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151		x

3.9. *Înregistrarea sumelor declarate de Comisia Europeană ca neeligibile și nerambursate reprezentând debite de recuperat de la beneficiari precum și a dobânzilor și penalităților aferente acestora*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Declarație C.E.	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573	x	
	Sume de primit de la C.E.	4503		x

- 3.10. *Compensări ale Comisiei Europene cu debite de încasat de la alți beneficiari de fonduri externe nerambursabile (rambursare diminuată cu debite datorate de alți beneficiari ai fondurilor externe nerambursabile, altele decât cele aferente domeniului „Agricultura”)*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Debitori	461	x	
	Sume de primit de la CE	4503		x

- 3.11. *Încasarea debitului*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	x	
	Debitori	461		x

4. **Debite și dobânzile/penalitățile aferente, recuperate de la A.P.D.R.P.**

- 4.1. *Înregistrarea debitelor și dobânzilor/penalităților aferente ce urmează a fi recuperate de APDRP de la beneficiarii finali în situația în care finanțarea s-a efectuat din sume alocate de la bugetul de stat în cazul indisponibilităților temporare de la C.E. și din cofinanțare*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Nota de debitare	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573	x	
	Sume de restituit bugetului – indisponibilități temporare de fonduri de la Comisia Europeană	4554		x

- 4.2. *Înregistrarea debitelor și dobânzilor/penalităților aferente ce urmează a fi recuperate de către APDRP de la beneficiarii finali, reprezentând TVA (cheltuielă neeligibilă)*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Nota de debitare	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573	x	
	Sume de restituit bugetului pentru cheltuieli neeligibile	4564		x

4.3. *Încasarea debitelor și dobânzilor/penalităților aferente, recuperate de la APDRP în contul de trezorerie în situația în care finanțarea s-a efectuat din fonduri externe nerambursabile*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil în lei din fonduri externe nerambursabile	5151	x	
	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573		x

4.4. *Încasarea debitelor și dobânzilor/penalităților aferente, recuperate de la APDRP în contul de trezorerie în situația în care finanțarea s-a efectuat din sume alocate de la bugetul de stat în cazul indisponibilităților temporare de la C.E.*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil de la buget reprezentând prefinanțări și fonduri în cazul indisponibilităților temporare	559	x	
	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573		x

4.5. *Încasarea debitelor și dobânzilor/penalităților aferente, recuperate de la APDRP în contul de trezorerie în situația în care finanțarea s-a efectuat din cofinanțare FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil din contribuția națională reprezentând cofinanțarea de la buget	5581	x	
	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573		x

4.6. *Încasarea debitelor și dobânzilor/penalităților aferente, recuperate de la APDRP în contul de trezorerie cheltuieli neeligibile FEADR*

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Disponibil din contribuția națională reprezentând cheltuieli neeligibile	5582	x	
	Sume de recuperat de la Agențiile de plată	4573		x

4.7. Virarea la buget a debitelor și dobânzilor/penalităților aferente

a) virarea debitelor finanțate din alocații bugetare, în cazul indisponibilităților temporare de la C.E.

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume de restituit bugetului – indisponibilități temporare de fonduri de la Comisia Europeană	4554	x	
	Disponibil de la buget reprezentând prefinanțări și fonduri în cazul indisponibilităților temporare	559		x

b) virarea debitelor finanțate din alocații bugetare, reprezentând cofinanțare FEADR

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume de restituit bugetului – cofinanțare	4554	x	
	Disponibil din contribuția națională reprezentând cofinanțarea de la buget	5581		x

c) virarea debitelor finanțate din alocații bugetare, reprezentând cheltuieli neeligibile (TVA)

Document contabil	Explicație	Cont	Debit	Credit
Extras de cont	Sume de restituit bugetului pentru cheltuieli neeligibile	4564	x	
	Disponibil din contribuția națională reprezentând cheltuieli neeligibile	5582		x

BIBLIOGRAFIE

- Legea nr. 82/1991 a contabilității, republicată
- Regulamentul Consiliului (CE) nr. 1290 din 21 iunie 2005 privind finanțarea politicii agricole comune
- Regulamentul Comisiei (CE) nr. 883/2006 de stabilire a regulilor detaliate pentru aplicarea Regulamentului Consiliului (CE) nr. 1290/2005 privind ținerea evidenței conturilor de către agențiile plătitoare, declarațiile de venituri și cheltuieli și condițiile pentru rambursarea cheltuielilor din FEAGA și FEADR
- Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1917/2005 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea și conducerea contabilității instituțiilor publice, Planul de conturi pentru instituțiile publice și instrucțiunile de aplicare a acestuia, cu modificările ulterioare
- O.U.G. nr. 67/2006 privind gestionarea fondurilor nerambursabile destinate finanțării Politicii Agricole Comune alocate de la Comunitatea Europeană, precum și a fondurilor de cofinanțare și prefinanțare alocate de la bugetul de stat
- H.G. nr. 293/2008 privind Normele metodologice de aplicare a O.U.G. nr. 67/2006 privind gestionarea fondurilor nerambursabile destinate finanțării Politicii Agricole Comune alocate de la Comunitatea Europeană, precum și a fondurilor de cofinanțare și prefinanțare alocate de la bugetul de stat

EVALUAREA – PREMISĂ FUNDAMENTALĂ ÎN PROCESUL DE FUZIUNE A FIRMELOR

Lector univ. drd. **BRATU, Alina**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Abstract

Evaluation – fundamental premise in the process of business organizations mergers

The merger is one of the juridical modalities which admit development following external way of societies. It is appreciated that “the merger is the classical way of reorganization”. Taking into consideration the modality of transmitting and taking the patrimony, the merger may be rejoin-merger and absorbed-merger. Among the operations done when the merger takes place there are: the patrimony inventory, the evaluation of the assets and liabilities, the establishing of the net assets based on the merger balance, and the establishing of the shares or social parts exchange rates.

Key-words: *the merger, rejoin-merger, absorbed-merger, evaluation, patrimony*

Procesul de fuziune a societăților comerciale s-a înscris în mișcările de concentrare ce au caracterizat faza de dezvoltare economică a anilor '70. În țara noastră, fuziunea a fost utilizată pentru reorganizarea societăților comerciale și dezvoltarea lor (ex.: privatizarea societăților comerciale cu capital de stat).

Fuziunea este una din modalitățile juridice care permit creșterea, dezvoltarea și atragerea de noi surse de finanțare de către entitățile economice.

Prin fuziune se înțelege operațiunea economică prin care două sau mai multe societăți decid reunirea patrimoniilor lor în vederea desfășurării comune a activităților lor¹.

Potrivit Ordinului Ministrului Finanțelor Publice nr. 1376/2004 *fuziunea este operațiunea prin care două sau mai multe societăți comerciale hotărâsc separat transmiterea elementelor de activ și pasiv la una dintre societăți sau înființarea unei noi societăți comerciale în scopul comasării activităților.*

¹ Feleagă, N.; Ionașcu, I., *Tratat de contabilitate financiară*, vol. II, Editura Economică, 1998, p. 181.

Dar, a fuziona nu înseamnă doar a aduna bunurile pe care la aduce fiecare dintre întreprinderi, ci și a combina și coordona diferit aceste mijloace, în scopul obținerii de noi capacități de producție, finanțare și comercializare².

Fuziunea are ca efect dizolvarea fără lichidare a societății care își încetează existența și transmiterea universală a patrimoniului său către societatea beneficiară, în starea în care se găsește la data fuziunii, în schimbul atribuirii de acțiuni sau părți sociale ale acesteia către asociații societății care își încetează existența și, eventual, a unei sume în bani, care nu poate depăși 10% din valoare nominală a acțiunilor și a părților sociale atribuite³.

Operația de fuziune conduce la crearea unei noi societăți cu personalitate juridică distinctă sau, după caz, la dizolvarea unei societăți prin transferul patrimoniului său unei alte societăți având personalitate juridică proprie.

Procesul de fuziune a societăților comerciale poate fi abordat sub diverse aspecte, cum ar fi: economic, juridic, fiscal și financiar-contabil, aspecte ce prezintă o importanță deosebită pentru înțelegerea mecanismului operației de fuziune.

În ceea ce privește scopurile economice urmărite de operațiunile de fuziune, printre cele mai importante putem aminti:

- dezvoltarea economică, fie pentru specializarea pe un anumit gen de activitate, fie pentru diversificarea activităților desfășurate;
- mai buna adaptare la condițiile pieței;
- redresarea unor societăți aflate în criză, fie datorită unor factori externi, fie datorită unor factori interni;
- accesul la structuri tehnice și tehnologice avansate;
- creșterea capacității concurențiale;
- reducerea costurilor de producție;
- sprijinirea unor sectoare economice aflate în dificultate.

Aspectele juridice ale fuziunii societăților comerciale fac obiectul **Directivei a III-a a Consiliului Comunității Europene nr. 78/855/EEC** din 9 octombrie 1978.

În România, aspectele juridice ale operațiunilor de fuziune sunt precizate în **Legea nr. 31/1990** privind societățile comerciale republicată și actualizată prin OG nr. 82/2007 publicată în M.O. nr. 446/29 iunie 2007.

Potrivit acestor acte normative, operațiunea de fuziune are următoarele semnificații:

- una sau mai multe societăți, în momentul și ca efect al dizolvării fără lichidare, își transferă totalitatea activelor și pasivelor către o altă societate existentă, în schimbul emiterii către participanții lor a titlurilor de participare reprezentând capitalul celeilalte societăți și, dacă este cazul, al plății în numerar a maximum 10% din valoarea nominală ori, în absența

² De La Villeguerin, E., *Dictionnaire Fiduciaire Financier*, ed. La Villenguerin, Editions, Paris, 1991, p. 209.

³ Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată și actualizată prin OG nr. 82/2007 publicată în M.O. nr. 446/29 ian. 2007.

valorii nominale, a valorii nominale contabile echivalente a titlurilor respective;

- două sau mai multe societăți, în momentul și ca efect al dizolvării fără lichidare, își transferă totalitatea activelor și pasivelor unei alte societăți care se înființează, în schimbul emiterii către participanții lor a unor titluri de participare reprezentând capitalul celeilalte societăți și, dacă este cazul, al plății în numerar a maximum 10% din valoarea nominală ori, în absența valorii nominale, a valorii nominale contabile echivalente a titlurilor respective;
- o societate, în momentul dizolvării fără lichidare, își transferă totalitatea activelor și pasivelor către societatea care deține toate titlurile de participare ce reprezintă capitalul său.

Cu toate că fuziunea pare mai degrabă o alianță strategică încheiată între întreprinderi, ținând cont de aspectul juridic și economic determinat de reunirea patrimoniilor societăților care decid desfășurarea în comun a activităților lor, ne dăm seama de efectele ei⁴:

- reunirea întregului patrimoniu al societăților participante la fuziune;
- încetarea personalității juridice a unei societăți;
- dizolvare fără lichidare a societății care își încetează existența;
- transmiterea universală a patrimoniului (activelor și datoriilor) societății care își încetează existența către societatea beneficiară (absorbantă sau nou constituită);
- atribuirea de acțiuni sau părți sociale ale societății absorbante sau nou constituită către asociații societății care își încetează existența și eventual a unei sume în bani, care nu poate depăși 10% din valoarea nominală a acțiunilor și a părților sociale atribuite;
- crearea unei noi societăți cu personalitate juridică distinctă;
- în cazul fuziunii prin absorbție, societatea absorbantă dobândește drepturile și este ținută de obligațiile societății pe care o absoarbe;
- în cazul fuziunii prin contopire (reunire), drepturile și obligațiile societăților care își încetează existența trec asupra noii societăți astfel înființate.

În România, aspectele fiscale ale operațiunilor de fuziune sunt reglementate în Codul fiscal (**Legea nr. 571/2003** publicată în M.Of. nr. 927 din 23.12.2003, cu modificările și completările ulterioare și **H.G. nr. 44** din 22.01.2004 privind Normele metodologice de aplicare a Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal, publicată în M.Of. nr. 112 din 06.02.2004 cu modificările și completările ulterioare).

⁴ Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată și actualizată prin OG nr. 82/2007 publicată în M.O. nr. 446/29 ian. 2007.

În cadrul operațiunilor de fuziune nu trebuie neglijate următoarele aspecte fiscale:⁵

- transferul activelor și datoriilor de la societatea aportoare la societatea beneficiară de aport nu se tratează ca un transfer impozabil;
- schimbul unor titluri de participare între persoane juridice române nu se tratează ca un transfer impozabil;
- valoarea fiscală a titlurilor de participare primite de către o persoană trebuie să fie egală cu valoarea fiscală a titlurilor de participare care sunt transferate de către această persoană;
- la societatea beneficiară de aport, valoarea fiscală a activelor și datoriilor primite ca aport este egală cu valoarea fiscală pe care acestea au avut-o la societatea aportoare, înainte de operațiunea de fuziune;
- societatea absorbită trebuie să transmită societății absorbante valoarea fiscală a fiecărui element de activ și pasiv transferat, iar societatea absorbantă folosește la determinarea profitului impozabil aceste valori transmise;
- societatea absorbită are obligația să depună declarația de impunere și să plătească impozitul pe profit cu 10 zile înainte de data înregistrării încetării existenței la registrul comerțului;
- pierderea fiscală înregistrată de societățile care își încetează existența prin fuziune nu se recuperează de către societățile nou înființate sau de către societățile absorbante;
- reducerea sau anularea unui provizion sau a unei rezerve care a fost anterior dedusă la determinarea profitului impozabil se include în veniturile impozabile ale societății absorbite, cu excepția situației în care societatea absorbantă preia provizionul și rezerva și le menține la valoarea avută înainte de transfer;
- transferul de bunuri efectuat cu ocazia operațiunilor de transfer total sau parțial de active și pasive, ca urmare a fuziunii, nu constituie livrare de bunuri, indiferent dacă este făcută cu plată sau nu; în consecință, operațiunile de fuziune nu sunt supuse taxei pe valoarea adăugată.

Operațiunile de fuziune sunt abordate din punct de vedere financiar-contabil de către normalizatorii români prin **Ordinul nr. 1.376/2004** pentru aprobarea Normelor metodologice privind reflectarea în contabilitate a principalelor operațiuni de fuziune, dizolvare și lichidare a societăților comerciale, precum și retragerea sau excluderea unor asociați din cadrul societăților comerciale și tratamentul fiscal al acestora, publicat în M.O. nr. 1.012 și M.O. nr. 1.012 bis din 03.11.2004.

Din punct de vedere financiar-contabil operațiunea de fuziune presupune următoarele aspecte:

⁵ Legea nr. 571/2003 privind Codul fiscal cu modificările și completările ulterioare; și H.G. nr. 44 din 22.01.2004 privind Normele metodologice de aplicare a Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal cu modificările și completările ulterioare.

- efectuarea inventarierii patrimoniului societăților participante la operațiunea de fuziune și înregistrarea rezultatelor inventarierii;
- evaluarea patrimoniilor societăților participante la operațiunea de fuziune și determinarea valorii de piață;
- întocmirea situațiilor financiare conform **O.M.F.P. nr. 1752/2005** pentru aprobarea reglementărilor contabile conforme cu directivele europene;
- determinarea activului net contabil;
- stabilirea raportului de schimb;
- determinarea majorării capitalului social corespunzătoare aporturilor primite la societatea absorbantă;
- la societatea nou constituită prin contopire se înregistrează constituirea capitalului la nivelul aporturilor în natură aduse de societățile care fuzionează;
- determinarea și înregistrarea primei de fuziune.

Fuziunea societăților comerciale se realizează prin două modalități⁶:

1) fuziunea prin absorbirea uneia sau mai multor societăți comerciale de către o altă societate comercială. Societatea comercială care absoarbe dobândește drepturile și este ținută de obligațiile societății comerciale pe care o absoarbe;

2) fuziunea prin contopirea a două sau mai multe societăți comerciale pentru a alcătui o societate comercială nouă.

Într-o lume supusă legilor pieței unde totul se cumpără și se vinde într-un ritm rapid, evaluarea întreprinderii constituie un act frecvent în viața economică contemporană; accentuarea liberalismului economic însoțit de privatizări multiplică numărul întreprinderilor care pot face obiectul unor tranzacții; pe de altă parte, dezvoltarea schimburilor la bursă face să crească necesitatea evaluării unei societăți în vederea vânzării sau cumpărării unei părți din aceasta, oricât de mică ar fi⁷.

Cuvântul *evalua* este de origine franceză, *evaluer* și presupune a stabili prețul (valoarea, numărul, cantitatea), de a calcula, a estima etc.

În viziunea Institutului Canadian de Evaluare⁸ aceasta reprezintă *o opinie asupra valorii, cu caracter oficial, elaborată pe baza unui contract cu clientul, pe care se pot baza părțile identificate și pentru care evaluatorul își asumă răspunderea*.

Conform Standardelor Internaționale pentru Raportare Financiară *evaluarea este procesul prin care se determină valorile monetare la care structurile situațiilor financiare vor fi recunoscute în bilanț și în contul de profit și pierdere*⁹.

⁶ *Idem*.

⁷ Toma, M., *Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, Editura Ceccar, București, 2005, p. 16.

⁸ Appraisal Institute, *Evaluarea proprietății imobiliare*, ediția a II-a, Editura Anevar, București, 2004, pp. 1.9.

⁹ IASB, *Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS), incluzând Standardele Internaționale de Contabilitate (IAS) și interpretările lor la 01 ianuarie 2006*, Editura Ceccar, București, 2006, p. 53.

Potrivit Standardelor Internaționale de Evaluare, evaluarea reprezintă procesul de estimare a valorii¹⁰.

În conformitate cu Standardele de Evaluare ANEVAR, evaluarea este o cale de estimare a valorii utilizând una sau mai multe proceduri de evaluare¹¹.

Evaluarea, în general, poate fi definită ca un ansamblu de tehnici, procedee și metode prin care se stabilește valoarea unui bun, grupă de bunuri, activ sau întreprindere¹².

O altă definiție dată evaluării este aceea că aceasta reprezintă „un complex de tehnici, procedee și metode prin care un bun, o grupă de bunuri, un activ economic, un activ sau element intangibil, o întreprindere în ansamblul său sunt aduse din punct de vedere valoric la nivelul pieței și prin care li se asigură comparabilitatea cu aceasta sau, într-o accepțiune mai restrânsă, a evalua integral sau în parte o întreprindere constă în a determina zona cea mai probabilă în care s-ar putea situa prețul la care o tranzacție s-ar putea încheia în condiții normale de piață”¹³.

Procesul de evaluare presupune cercetarea colectivă a piețelor relevante, asamblarea datelor concludente, folosirea metodelor analitice corespunzătoare, ca și aplicarea cunoștințelor, experienței și raționamentelor profesionale în scopul găsirii celei mai potrivite soluții la o problemă de evaluare. Evaluatorul pune la dispoziția clientului o opinie asupra valorii unei proprietăți imobiliare, opinie care reflectă toate realitățile pertinente de pe piață.

Obiectivul primordial al unei evaluări monetare este determinarea rezultatului numeric, fie ca interval dintre anumite sume, fie ca punct de magnitudine foarte probabil – suma, costul estimat sau puterea de câștig estimată¹⁴. Acest rezultat numeric este obiectiv și nu se leagă de dorințele sau necesitățile clientului care angajează evaluatorul.

Sintetizând toate aceste definiții, putem spune că evaluarea are drept scop estimarea valorii, indiferent că este o valoare economică, contabilă sau administrativă.

Considerăm că, fără înțelegerea importanței evaluării și fără stabilirea unor principii, reguli și procedee comune, clare și concise, utilizate pentru realizarea acesteia, însăși procesul de contabilizare, cuantificare și măsurare a structurilor patrimoniale, a fenomenelor și proceselor economice și financiare care se desfășoară la nivelul unei entități economice este pus sub semnul întrebării.

Necesitatea evaluării¹⁵ întreprinderii derivă din necesitățile utilizatorilor acestui serviciu de consultanță, respectiv investitorilor actuali (acționarii) și

¹⁰ International Valuation Standards Committee, *Standardele Internaționale de Evaluare*, ediția a VII-a, Editura Anevar, București, 2005.

¹¹ *Standarde de evaluare Anevar*, Iroval, București, 2001, p. 4.

¹² Deaconu, A., *Diagnosticul și evaluarea întreprinderii*, Editura Intelcredo S.A., București, 2000, p. 3.

¹³ Toma, M., *op. cit.*, Editura Ceccar, p. 21.

¹⁴ *Idem*, p. 181.

¹⁵ Stan, S., *Evaluarea întreprinderii*, Editura Iroval, București, 2003, p. 5.

potențiali, personalul angajat, creditorii, instituțiile specializate ale statului și publicului larg.

Acționarii sau asociații sunt interesați de o evaluare cât mai corectă a firmei pentru a cunoaște perspectivele de evoluție ale acesteia, evoluție ce le va dicta comportamentul investițional viitor (și, în primul rând, vânzarea unora dintre acțiunile deținute, precum și cumpărarea de noi acțiuni sau părți sociale)¹⁶. De asemenea, acționarii au posibilitatea ca, în urma evaluării unei întreprinderi, să cunoască rentabilitatea reală a capitalului investit (pe baza valorii de piață a capitalului), ca și eficiența echipei manageriale (pe baza creșterii valorii adăugate pentru acționari)¹⁷.

Investitorii și consultanții lor sunt interesați în plasarea capitalului lor în afaceri profitabile, în achiziții de întreprinderi și active, în fuziuni cu alte firme, în vânzarea unor participații la o întreprindere sau a unor active ale acesteia, în efectuarea unor investiții substanțiale în active necorporale (cheltuieli de dezvoltare, licențe de fabricație, programe informatice etc.).

Personalul angajat este interesat de stabilitatea economico-financiară a întreprinderii și de valoarea de piață a acesteia, în scopul aprecierii capacității întreprinderii de a le asigura stabilitatea locului de muncă. De asemenea, salariații, în special prin forța conferită de puterea sindicatelor, pot cere salarii mai mari numai atunci când firma are o evoluție favorabilă materializată în creșterea valorii, în caz contrar acționând exact în sensul falimentării propriei firme și, deci, pentru pierderea propriului loc de muncă¹⁸.

Creditorii sunt interesați de valoarea de piață a întreprinderii în ansamblul ei, ca și de valoarea de piață a unor active corporale și necorporale în vederea garantării rambursării creditelor și plății dobânzilor aferente.

Instituțiile specializate ale statului sunt interesate în procesul de evaluare pentru diferite scopuri, precum: expropriere, trecerea în proprietatea publică a unor proprietăți, privatizare, asocieri între proprietatea publică și proprietatea privată¹⁹.

Publicul larg este interesat de procesul de evaluare în scopul vânzării unor bunuri, obținerii unor credite ipotecare, partajului bunurilor în urma unui divorț, solicitării unor despăgubiri sau daune etc.

Evaluarea contabilă reprezintă procesul de exprimare în unități monetare a unei valori economice determinate: mijloc, resursă, proces (cheltuială, venit) sau rezultat²⁰.

Procesul de evaluare este o procedură sistematică pe care o urmează evaluatorul pentru a răspunde clientului la întrebările referitoare la valoarea unui

¹⁶ Dumitrescu, D.; Dragotă, V.; Ciobanu, A., *Evaluarea întreprinderilor*, ediția a II-a, Editura Economică, București, 2002, p. 27.

¹⁷ Stan, S., *op. cit.*, p. 5.

¹⁸ Dumitrescu, D.; Dragotă, V.; Ciobanu, A., *op. cit.*, p. 28.

¹⁹ Stan S., *op. cit.*, p. 5.

²⁰ Horomnea, E.; Tabără, N.; Georgescu, I.; Budugan, D.; Bețianu, L., *Bazele contabilității*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2006, p. 131.

bun imobiliar²¹. El constă într-un model care poate fi adaptat unei game foarte largi de aspecte legate de valoarea proprietății imobiliare.

Începerea procesului de evaluare se declanșează atunci când evaluatorul acceptă o misiune de evaluare și ia sfârșit odată cu prezentarea către client a concluziilor evaluării.

Procesul de evaluare constă în mai multe etape. Numărul acestora depinde de natura evaluării și de datele existente. Etapele procesului de evaluare sunt următoarele²²:

a. Definirea problemei de evaluare

În această etapă evaluatorul identifică: clientul evaluării, destinația și scopul evaluării (inclusiv definiția valorii care se va raporta), data evaluării, caracteristicile proprietății (inclusiv localizarea și drepturile de proprietate imobiliară ce urmează a fi evaluate, printre alte trăsături) orice ipoteze excepționale sau condiții ipotetice, și la urmă, sfera lucrării de evaluare.

b. Culegerea informațiilor și descrierea proprietății imobiliare

În urma analizei preliminare – respectiv a identificării problemei și a stabilirii sferei de cuprindere a lucrării – evaluatorul va începe să culegă date despre piața respectivă, despre proprietatea care face obiectul analizei, dar și despre alte proprietăți, comparabile cu aceasta.

Cantitatea și felul datelor culese în scopul evaluării depind de abordările pe baza cărora s-a elaborat opinia asupra valorii, ca și sfera lucrării, astfel cum a fost definită. La orice misiune de evaluare, pentru a indica o valoare, este bine și necesar a se aplica mai mult de o singură abordare a valorii. În funcție de problema sau problemele de rezolvat, se poate pune accent pe una dintre abordările valorii. Într-o lucrare, alegerea abordării sau a abordărilor adecvate este determinată de raționamentul profesional și experiența evaluatorului, dar și de cantitatea și de calitatea informațiilor disponibile și supuse analizei.

c. Analiza datelor

După ce datele despre segmentul de piață, despre proprietatea analizată și poziția în care se află aceasta au fost colectate și verificate cu exactitate, evaluatorul poate începe analiza acestora, pe două componente: analiza de piață și analiza celei mai bune utilizări.

d. Aplicarea abordărilor valorii

Procesul de evaluare este aplicat pentru a se ajunge pe baza analizei datelor generale și particulare la o opinie bine documentată asupra unui anumit tip de valoare stabilit în enunțul problemei. Pentru exprimarea unei opinii asupra valorii unei proprietăți, evaluatorii se folosesc de proceduri specifice, care se încadrează în trei abordări distincte de analiză a datelor: cost, comparație directă și venit.

²¹ Appraisal Institute, *op. cit.*, p. 4.1.

²² *Idem*, p. 4.2.

În abordarea prin cost, valoarea unei proprietăți este determinată prin adăugarea valorii estimate a terenului la costul curent de reconstrucție sau de înlocuire al amenajărilor și construcțiilor și apoi prin scăderea sumei reprezentând deprecierea construcțiilor din toate cauzele.

Abordarea prin comparație directă este deosebit de utilă atunci când pe piață s-au vândut recent ori există la vânzare mai multe proprietăți cu caracteristici asemănătoare celor ale proprietății analizate. Evaluatorul apreciază gradul de asemănare sau de diferență dintre proprietatea analizată și vânzările comparabile, pe baza anumitor elemente de comparație și apoi face anumite corecții ale prețurilor de vânzare cunoscute ale fiecărei vânzări comparabile, pentru a obține un indicator de valoare pentru proprietatea analizată.

Abordarea prin venit presupune calcularea valorii actualizate a beneficiilor viitoare care decurg din dreptul de proprietate imobiliară²³. Venitul și valoarea de revânzare (terminală) a unei proprietăți se poate capitaliza într-o valoare actualizată, într-o singură sumă.

e. Reconcilierea finală a valorilor

Punctul final în procesul de evaluare al entităților îl reprezintă concilierea valorilor obținute într-o singură valoare, în bani, sau într-un interval de valoare în care este cel mai probabil că se va încadra valoarea proprietății analizate.

f. Raportul de evaluare asupra valorii definite

Misiunea de evaluare nu se poate considera îndeplinită până când concluzia nu este transpusă într-un raport de evaluare și prezentată clientului. Valoarea astfel comunicată este o opinie a evaluatorului și reflectă experiența și raționamentul profesional pe care acesta le-a aplicat pentru analizarea datelor adunate. Raportul de evaluare este expresia practică a muncii evaluatorului și ultima etapă a procesului de evaluare.

În conformitate cu prevederile Legii contabilității nr. 82/1991 republicată, modificată și completată prin Legea nr. 259/2007 și OUG nr. 102/2007 și a Ordinului Ministrului Finanțelor Publice nr. 1752 din 17.11.2005, elementele prezentate în situațiile financiare anuale se evaluează, în general, pe baza principiului **costului de achiziție** sau al **costului de producție**. Entitățile pot opta, de asemenea, pentru reevaluarea immobilizărilor corporale și financiare la **valoarea justă**.

În raport de natura elementelor patrimoniale, sensul mișcărilor intervenite în masa patrimoniului și momentul în care se face evaluarea, se delimitează următoarele reguli și forme de evaluare: evaluare la intrarea în entitate, evaluarea la ieșirea din entitate, evaluare la inventar și evaluare la data bilanțului.

*Procesul de evaluare este util pentru estimarea credibilă a valorii definite, bazată pe analiza tuturor informațiilor disponibile*²⁴. Evaluatorul va estima

²³ Appraisal Institute, *op. cit.*, p. 4.13.

²⁴ Stan, S., *op. cit.*, p. 91.

valoarea întreprinderii prin metode și tehnici specifice, care reflectă trei abordări distincte în evaluare.

În mod general, au fost fundamentate trei modalități (abordări) pentru a stabili valoarea unei întreprinderi:

- 1) abordarea pe bază de active;
- 2) abordarea pe bază de venit;
- 3) abordarea prin comparație.

În prezent, evaluarea se bazează tot mai mult pe analiza financiară a conturilor, fiind marcată prin analiza fluxurilor, ceea ce nu presupune înlăturarea modului de abordare pe bază de patrimoniu, ci ameliorarea acestuia prin integrarea activelor imateriale și a potențialului uman. O analiză a diversității metodelor de evaluare arată că niciuna dintre ele nu este perfectă. Adevărata problemă este de a găsi modelul care s-ar apropia cel mai mult de valoarea reală a întreprinderii sau de a combina diferitele metode pentru cât mai multe scenarii posibile și stabilirea unei serii de valori²⁵.

Abordarea patrimonială reprezintă *modalitatea de estimare a valorii unei întreprinderi și/sau unui pachet de acțiuni, prin utilizarea metodelor de estimare a valorii de piață a activelor individuale ale întreprinderii din care se scade valoarea de piață a datoriilor totale (deci activele totale corectate la valoarea de piață minus datoriile totale corectate)*²⁶.

Abordarea patrimonială, respectiv pe bază de active, a fost fundamentată în anul 1961 de către Uniunea Europeană a Experților Contabili și Financieri prin următoarea definiție: *valoarea unei întreprinderi se identifică cu valoarea elementelor pe care le exploatează în vederea unui scop economic specific*²⁷.

Conform Standardelor Internaționale de Evaluare, abordarea pe bază de active a valorii ia în considerare bilanțul unei întreprinderi, prin care se raportează toate activele, corporale și necorporale și toate datoriile la valoarea de piață sau la o altă valoare contabilă adecvată²⁸.

La baza abordării patrimoniale stă principiul substituției prin care se consideră că valoarea unui activ este dată de costul de înlocuire a componentelor sale și conceptul de „valoare de schimb” atașat activelor întreprinderii într-o viziune statică. Valoarea patrimonială este practic o „fotografie” a situației patrimoniale a firmei la data evaluării, rezultată prin adăugarea valorilor ajustate a activelor, din care se scade valoarea curentă a datoriilor totale, reflectând modul în care au fost utilizate cele patru categorii de resurse.

Metoda patrimonială este o metodă statică și înglobează, de multe ori, active subutilizate sau neutilizate (care nu produc venit), iar pentru compararea unei valori obținute prin abordarea patrimonială cu una obținută prin valoarea de

²⁵ Toma, M., *op. cit.*, p. 96.

²⁶ Stan, S., *op. cit.*, p. 91.

²⁷ Union Européenne des Experts Comptables Économiques et Financiers, *L'évaluation des entreprises et parts d'entreprises*, Paris Dumond, 1961, p. 2.

²⁸ International Evaluation Standards Committee, *Standarde Internaționale de Evaluare*, ediția a VII-a, Editura Anevar, București, 2005, p. 63.

randament, activele vor trebui defalcate în active din exploatare și din afara exploatării.

Esența metodei constă în înlocuirea bilanțului stabilit pe baza costurilor istorice cu un bilanț în care toate activele și pasivele sunt aduse la valoarea lor curentă de piață sau la cea mai adecvată definiție a valorii, după care, din valoarea evaluată cumulată a activelor, se deduce valoarea curentă de piață a obligațiilor totale ale firmei²⁹.

Metoda este limitată de faptul că necesită un număr foarte mare de experți iar, în unele cazuri, nu ține seama de capacitatea întreprinderii de a genera profit, cum este cazul valorii de lichidare care, în majoritatea situațiilor, este mai mică decât valoarea de piață. În unele cazuri, valoarea patrimonială este egală cu valoarea de casare (dezmembrare), iar această valoare uneori poate fi o valoare negativă.

În această abordare sunt incluse două metode de evaluare³⁰:

- metoda activului net corectat (ANC);
- metoda activului net de lichidare (ANL).

Abordarea pe bază de venit reprezintă *calea generală de estimare a valorii unei întreprinderi, pachet de acțiuni sau unei acțiuni, prin utilizarea uneia sau mai multor metode prin care valoarea este determinată pe baza convertirii veniturilor anticipate (deci prin tehnica actualizării/capitalizării)*³¹.

Această abordare se bazează, în primul rând, pe principiul anticipării care afirmă că valoarea provine din beneficiile viitoare anticipate care urmează a fi generate de proprietatea deținută.

Spre deosebire de metode patrimoniale, bazate pe valoarea activelor întreprinderii și care abordează exclusiv latura patrimonială a unei afaceri, evaluările financiare consideră întreprinderea ca fiind un organism viu ce interacționează cu mediul, consumă resurse sub formă de intrări, realizează ieșiri sub formă de produse și informații și obține din valorificarea acestora rezultate economice generatoare de valoare.

Abordarea bazată pe venituri este recomandabilă, în special, în ipoteza de evaluare a unei afaceri ce va continua să funcționeze și în perioada previzionată, sursa valorii afacerii constituind-o activitățile de exploatare operaționale la data evaluării³².

Cele două metode înscrise în această abordare sunt:

- metoda cash-flow-ului net actualizat (sau fluxul de numerar actualizat);
- metoda capitalizării venitului.

Abordarea pe bază de venit are ca fundament teoria utilității conform căreia investitorul va cheltui o anumită sumă de bani în funcție de satisfacția

²⁹ Manațe, D., *Diagnosticul și evaluarea întreprinderilor cotate și necotate*, Editura Iroval, București, 2002, p. 260.

³⁰ Stan, S., *op. cit.*, p. 165.

³¹ *Ibidem*, p. 92.

³² Manațe, D., *op. cit.*, p. 347.

viitoare sperată de el, care va rezulta din exploatarea investiției lui³³. Pentru investitor, satisfacția se reflectă prin venitul pe care îl obține, care se poate exprima sub mai multe forme: profit brut din exploatare, profit net din exploatare, rezultat curent brut sau net, dividende, cash-flow brut sau net.

Această abordare se înscrie în optica investitorului care este interesat să achiziționeze capacitatea viitoare de generare de venit a unei întreprinderi.

Abordarea prin comparație pe piață *este o cale generală de estimare a valorii unei întreprinderi, participații sau acțiuni prin folosirea uneia sau mai multor metode care compară subiectul evaluat cu alte întreprinderi similare, participații sau acțiuni similare, care au fost vândute*³⁴.

Abordarea prin piață compară întreprinderea de evaluat cu alte întreprinderi similare, cu participații la întreprinderi și cu acțiuni care au fost vândute pe piață (liberă) sau cu întreprinderi comparabile.

Cele trei surse uzuale de informații, folosite în abordarea prin piață sunt piețele financiare de valori mobiliare, unde sunt tranzacționate participații pentru întreprinderi similare, piața achizițiilor de întreprinderi în ansamblul lor și tranzacțiile anterioare ale proprietății subiect al evaluării.

În abordarea prin piață trebuie să existe o bază rezonabilă pentru comparații prin referirea la întreprinderi similare. Aceste întreprinderi similare trebuie să funcționeze în același domeniu de activitate ca și subiectul evaluat sau într-un domeniu care răspunde aceluiași variabile economice. Comparația trebuie făcută într-o manieră clară și fără ambiguități. Factorii luați în considerare pentru stabilirea existenței unei baze rezonabile de comparație cuprind:

- asemănarea cu întreprinderea în cauză, în termeni de caracteristici cantitative și calitative ale întreprinderii;
- cantitatea și gradul de verificabilitate a informațiilor referitoare la întreprinderi similare;
- dacă prețul întreprinderii similare reprezintă prețul rezultat dintr-o tranzacție liberă și nepărtinitoare.

Metodele înscrise în abordarea prin comparație sunt³⁵:

- metoda comparației cu societăți similare cotate;
- metoda comparației cu tranzacții de întreprinderi similare necotate;
- metoda comparației cu tranzacții anterioare sau oferte de tranzacție cu participații (acțiuni, părți sociale) ale întreprinderii evaluate.

Principalele reguli de care trebuie ținut seama în cazul evaluării pentru fuziuni sau divizări sunt următoarele³⁶:

- evaluarea întreprinderilor se face prin mai multe metode, punându-se accent pe evaluarea patrimonială;

³³ Stan, S., *op. cit.*, p. 266.

³⁴ IVSC, *Standardele Internaționale de evaluare*, ediția a VII-a, Editura Anevar, București, 2005, GN5, p. 208.

³⁵ Stan, S., *op. cit.*, p. 93.

³⁶ *Ibidem*, p. 156

- în mod obligatoriu, trebuie evaluat fondul comercial al societăților intrate în fuziune sau divizare;
- activele fictive (cheltuieli de înființare, cheltuieli efectuate în avans și unele elemente necorporale) se consideră nonvalori;
- pentru stocuri, creanțe și alte active incerte se constituie ajustări pentru depreciere;
- acțiunile, titlurile din patrimoniu se evaluează, de regulă, pe baza valorii patrimoniale a întreprinderii în care am investit;
- pe baza ANC se determină valoarea intrinsecă a unei acțiuni pentru fiecare din societățile participante la fuziune sau divizare;
- uzual, sunt două tipuri de evaluări într-o fuziune: evaluarea acțiunilor fiecărei societăți participante și evaluarea aportului adus de societățile absorbite în absorbantă sau transmise de societatea divizată.

BIBLIOGRAFIE

- Dumitrescu, D.; Dragotă, V.; Ciobanu A., *Evaluarea întreprinderilor*, ediția a II-a, Editura Economică, București, 2002
- IASB, *Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS)*, incluzând Standardele Internaționale de Contabilitate (IAS) și interpretările lor la 01 ianuarie 2006, Editura Ceccar, București, 2006
- IVSC, *Standardele Internaționale de Evaluare*, ediția a VII-a, Editura Anevar, București, 2005
- Horomnea, E.; Tabără, N.; Georgescu I.; Budugan, D.; Bețianu L., *Bazele contabilității*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2006
- Manațe, D., *Diagnosticul și evaluarea întreprinderilor cotate și necotate*, Editura Iroval, București, 2002
- Mățiș, D., *Contabilitatea operațiunilor speciale*, Editura Intelcredo, Deva, 2003
- Stan, S., *Evaluarea întreprinderii*, Editura Iroval, București, 2003
- Toma, M., *Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, Editura Ceccar, București, 2005
- Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată și actualizată prin OG nr. 82/2007 publicată în M.O. nr. 446/29 ian. 2007
- Legea nr. 571/2003 privind Codul fiscal cu modificările și completările ulterioare; și H.G. nr. 44 din 22.01.2004 privind Normele metodologice de aplicare a Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal cu modificările și completările ulterioare
- O.M.F.P. 1376/2004 pentru aprobarea normelor metodologice privind reflectarea în contabilitate a principalelor operațiuni de fuziune, divizare, dizolvare și lichidare a societăților comerciale, precum și retragerea sau excluderea unor asociați din cadrul societăților comerciale și tratamentul fiscal al acestora
- O.M.F.P. nr. 1752/2005 pentru aprobarea reglementărilor contabile conforme cu directivele europene
- Legea nr. 82/1991, legea contabilității, republicată în Monitorul Oficial al României, partea I, nr. 48/14.01.2005, modificată și completată prin O.U.G. nr. 102 din 4 octombrie 2007

MODELE ȘI STRUCTURI PRIVIND BALANȚA COMERCIALĂ A UNITĂȚILOR PATRIMONIALE ÎN PRACTICA CURENTĂ ÎN LUME

Lector univ. drd. **BRATU, Silviu**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Abstract

Models and structures concerning the balance sheet of the patrimonial entities used in the world practice

Coming into existence as a necessity of practice accounting in order to establish a merchant's patrimony at a given moment, the balance sheet has developed and evolved at the same time with the increase of the accounting role and functions.

Key-words: *balance sheet, patrimonial structures, assets, liabilities, debts*

În contextul reformei și al tranziției la economia de piață, precum și al integrării în Uniunea Europeană, firmele românești se confruntă cu o serie de probleme care vizează în principal stabilirea locului pe care îl ocupă în spațiul economic concret în care activează, obiectivul major spre care se îndreaptă, șansele de izbândă și costurile implicate.

Pentru a elabora decizii corecte, care să corespundă pe deplin realității, dar și să contribuie la rezolvarea multiplelor și complexelor probleme ale activității economico-financiare, este dependentă de cantitatea și mai ales de calitatea informațiilor furnizate prin intermediul sistemului informațional economic.

Chiar dacă gama de obiective ale contabilității, în general, și ale contabilității financiare, în special, este foarte diversă, nu trebuie neglijat faptul că produsele finale ale oricărui sistem contabil sunt situațiile financiare (documentele de sinteză), iar oferta de informații furnizate de aceste documente depinde de utilizatori și, respectiv, de necesitățile lor informaționale.

Bilanțul, „ca instrument de închidere periodică a gestiunii, a apărut sub formă de inventar din cele mai vechi timpuri pe plăcuțe de ceramică, papirusuri etc., începând să fie întocmit odată cu descoperirea contabilității”¹.

¹ Pântea, I.P.; Căinap, I.; Henegar, L.; Popa, I., *Bilanțul contabil*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1987, p. 13.

Termenul de bilanț provine, din punct de vedere etimologic, din adjectivul latin „bilanx”. „Îl găsim în limba latină, începând din secolul al V-lea, cu înțelesul de *cu două talere* (bi = două, lanx = talere). Din acest adjectiv s-a format, în latineasca medie, cuvântul *billancium* având înțelesul de *cântar*”.

Odată cu progresul și evoluția contabilității s-a dezvoltat și noțiunea de bilanț, însă păstrându-se înțelesul inițial de balanță cu două talere aflate într-un permanent echilibru. În prezent, noțiunea de bilanț este utilizată într-un sens larg, generalizat, exprimând „rezultatul sintetic al unei activități desfășurate într-o perioadă dată”².

Pornind de la o interpretare simplă, „bilanțul este documentul de sinteză care prezintă situația afacerilor unei întreprinderi la un moment dat”³. Multă vreme bilanțul și contul de profit și pierdere și-au disputat întâietatea în materie de dominare a utilității situațiilor financiare prezentate și publicate de o întreprindere. Astăzi, în această dispută, intervine cu argumentele sale și tabloul fluxurilor de trezorerie.

Bilanțul a pătruns în lumea teoriei și practicii economice ca un model de sintetizare în expresie bănească, la un moment dat, a relațiilor de echilibru dintre activele și pasivele patrimoniale⁴.

Acordând bilanțului rolul pe care îl merită în setul de situații financiare, specialiștii au ajuns la concluzia că beneficiile nu sunt altceva decât consecința unor ipoteze filtrate prin intermediul acestui document de sinteză.

„Acceptat ca o situație financiară care redă capitalurile proprii prin diferența între active și datorii, se consideră că bilanțul furnizează informații privind natura și sumele investite în resursele (activele) întreprinderii, obligațiile ei vizavi de creditorii, precum și partea proprietarilor în aceste resurse”⁵.

Dincolo de rolul său în a completa informațiile referitoare la compoziția beneficiului, bilanțul contribuie și la furnizarea bazei informaționale privind: calculul ratei de randament, evaluarea structurii capitalului întreprinderii și determinarea lichidității întreprinderii.

Bilanțul permite formularea de judecăți de valoare privind riscul pe care și-l asumă o întreprindere și evaluarea mișcărilor viitoare de trezorerie. Pentru aceasta ea analizează, pe baza bilanțului, lichiditatea și flexibilitatea financiară cu care se confruntă întreprinderea.

Lichiditatea se referă la intervalul de timp necesar pentru ca un element de activ să fie realizat sau convertit în disponibilități, sau pentru ca o datorie să fie achitată. Pentru o întreprindere, se afirmă că, în general, cu cât lichiditatea este mai mare, cu atât aceasta riscă mai puțin să dea faliment.

² Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, *Dicționar explicativ al limbii române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996, p. 98.

³ Feleagă, N.; Malciu, L.; Bunea, Șt., *Bazele contabilității – o abordare europeană și internațională*, Editura Economică, București, 2002, p. 44.

⁴ Lezu, D.M., *Analiza situațiilor financiare ale întreprinderii*, Editura Economică, București, 2004, p. 48.

⁵ Feleagă, N.; Malciu, L.; Bunea, Șt., *op. cit.*, p. 45.

1. Bilanțul în viziunea Directivei a IV-a europene

Normalizarea și armonizarea sistemelor contabile sunt cunoscute ca fiind două procese care se întrepătrund și se completează reciproc. Pe plan internațional, normalizarea vizează conceperea normelor, ea realizându-se în ultima vreme de către IASC, în timp ce armonizarea are drept atribut realizarea compatibilității între diferitele norme (se circumscrie în sfera comunicărilor la nivel comunitar).

Uniunea Europeană și-a concentrat eforturile pe linia armonizării sistemelor de contabilitate și a întocmirii rapoartelor societăților comerciale, fapt concretizat în elaborarea de directive, fiecărui stat membru revenindu-i obligația încorporării acestora în legislația proprie.

Standardele de contabilitate reprezintă doar scheme teoretice în domeniu (cu conținut juridic, economic și financiar), cu aplicabilitate practică directă pentru toate activitățile economice ce constituie obiectul activității întreprinderilor.

Preocupările armonizării contabilității s-au concretizat la nivelul Uniunii Europene, în adoptarea următoarelor trei documente semnificative: Directiva a IV-a, Directiva a VII-a și Directiva a VIII-a.

Directiva a IV-a, elaborată la 25 iulie 1978 și revizuită la 8 noiembrie 1990, a vizat cu predilecție coordonarea dispozițiilor naționale referitoare la structura și conținutul conturilor anuale și ale raportului de gestiune, normele de evaluare a elementelor patrimoniale, cât și publicarea acestor documente pentru societățile de capitaluri (societăți anonime și societăți cu răspundere limitată). Statele membre au fost obligate să înscrie în legislația națională prevederi cu privire la aplicabilitatea acestei directive.

Prevederile directivei se sprijină pe standardele publicate de către organisme internaționale, respectiv Uniunea Europeană a Experților Contabili Economici și Financieri (UEC) și *International Accounting Standards Committee* (IASC).

Cuprinsul directivei se împarte în patru părți: schema bilanțului (inclusiv contul de rezultate), normele de evaluare, anexa la bilanț și raportul de gestiune.

În prima parte sunt cuprinse două scheme de bilanț, din care doar una trebuie aplicată la alegere, precum și două scheme ale contului de rezultate. Prima schemă prezintă bilanțul contabil format orizontal (cont), activul fiind descompus în șase rubrici, notate de la A la F, iar pasivul în cinci rubrici, notate de la A la E.

Tabelul 1

Bilanțul contabil format orizontal (cont)

ACTIV		PASIV	
A. Capital nevărsat	subscris	A. Capitaluri proprii	
B. Cheltuieli de constituire		B. Provizioane pentru riscuri și cheltuieli	
C. Activ imobilizat		C. Datorii	
D. Activ circulant		D. Conturi de regularizare	
E. Conturi de regularizare		E. Beneficiul exercițiului	
F. Pierderea exercițiului			

Cea de-a doua schemă din directivă prezintă bilanțul contabil format vertical, cu rubricile notate de la A la L.

Tabelul 2

Bilanțul contabil format vertical (listă)

A.	Capital subscris nevărsat
B.	Cheltuieli de constituire
C.	Activ imobilizat
D.	Activ circulant
E.	Conturi de regularizare
F.	Datorii cu scadență mai mică de un an
G.	Activul circulant (inclusiv E), exclusiv datoriile cu scadență mai mică sau egală cu un an
H.	Suma totală a elementelor de activ după deducerea datoriilor cu scadență mai mică de un an
I.	Datorii cu scadență mai mare de un an
J.	Provizioane pentru riscuri și cheltuieli
K.	Conturi de regularizare
L.	Capitaluri proprii

2. Bilanțul în viziunea normelor contabile internaționale

Având în vedere esența fenomenelor și proceselor economico-financiare, precum și posibilitățile de modelare în domeniul contabilității, în anul 1973 s-a înființat *International Accounting Standards Committee* (I.A.S.C.), al cărui obiectiv principal îl constituie dezvoltarea standardelor de contabilitate internaționale printr-un proces rațional care vizează evaluarea, prezentarea și comunicarea informațiilor privind situațiile financiare ale întreprinderii. Dezvoltarea și publicarea standardelor de contabilitate internaționale exercită o influență directă asupra structurilor informaționale prezentate de aceste situații (bilanțul, contul de profit și pierdere și anexa).

Începând cu anul 2001, IASC a devenit IASB (*International Accounting Standards Boards*), finanțându-se după chipul și asemănarea organismului american de normalizare⁶.

Problematika privind forma și conținutul bilanțului pe plan internațional o regăsim în prevederile normei contabile internaționale IAS 1 „Prezentarea situațiilor financiare” elaborată de către IASC/IASB, revizuită în anul 2005, cu aplicabilitate începând cu data de 01 ianuarie 2005.

Standardul include îndrumări privind sensul expresiei „prezentare fidelă” și accentuează faptul că aplicarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS-uri) este preconizată a avea drept rezultat situații financiare care să aibă o

⁶ Feleagă, M.; Feleagă, N., *Contabilitate financiară. O abordare europeană și internațională*, ediția a II-a, volumul I – Contabilitate financiară fundamentală, Editura Economică, București, 2007, p. 342.

prezentare fidelă. În înțelesul standardului IAS 1 imaginea fidelă este obținută numai prin respectarea IFRS-urilor⁷.

Tabelul 3

Bilanțul contabil conform normelor contabile internaționale

Elemente bilanțiere	N	N-1
ACTIVE (ASSETS)		
Active necurente (Non-current assets)		
Imobilizări corporale (Property, plant and equipment)		
Fond comercial (Goodwill)		
Alte imobilizări necorporale (Other intangible assets)		
Investiții în entități afiliate (Investment in associates)		
Alte investiții disponibile pentru vânzare (Available-for-sale investments)		
Total active necurente		
Active curente (Current assets)		
Stocuri (Inventories)		
Creanțe comerciale (Trade receivables)		
Alte active curente (Other current assets)		
Numerar și echivalente de numerar (Cash and cash equivalents)		
Total active curente		
Total active (Total assets)		
CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII (EQUITY AND LIABILITIES)		
Capitaluri proprii (Capital and reserves)		
Capital social (Issued capital)		
Alte rezerve (Reserves)		
Rezultatul reportat		
Interes minoritar		
Total capitaluri proprii (Total equity)		
Datorii pe termen lung (necurente) (Non-current liabilities)		
Împrumuturi pe termen lung (Long-term provisions)		
Impozit amânat (Deferred tax)		
Provizioane pe termen lung (Long-term provisions)		
Total datorii pe termen lung (necurente)		
Datorii curente (Current liabilities)		
Datorii comerciale și alte datorii curente (Trade and other payables)		
Împrumuturi pe termen scurt (Short-term borrowings)		
Partea curentă din împrumuturile pe termen lung (Current portion of long-term borrowings)		
Datorii privind impozitele curente (Current tax payable)		
Provizioane pe termen scurt (Short-term provisions)		
Total datorii curente		
Total datorii		
Total capitaluri proprii și datorii (Total equity and liabilities)		

⁷ IASB, *Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) incluzând Standardele Internaționale de Contabilitate și Interpretările lor la 01 ianuarie 2007, IAS 1*, Editura Ceccar, București, 2007, p. 722.

Apariția IAS 1 „Prezentarea situațiilor financiare”, sub o formă revizuită în anul 2005, a fost legată de nevoia actualizării cerințelor din standardele pe care le-a înlocuit cu prevederile Cadrului conceptual al IASC/IASB privind întocmirea și prezentarea situațiilor financiare, pe de o parte, iar pe de altă parte, aceasta are menirea să amelioreze calitatea situațiilor financiare prezentate, utilizând sau făcând trimitere și la alte standarde internaționale de contabilitate.

Obiectivele standardului IAS 1 au fost de a reduce sau de a elimina alternativele, redundanțele și conflictele din cadrul standardelor, de a se ocupa de câteva aspecte privind convergența și de a face alte îmbunătățiri.

„Cadrul contabil general IASC/IASB cuprinde conceptele și principiile teoretice care alcătuiesc împreună sistemul de referință pentru întocmirea și prezentarea situațiilor financiare, pentru utilizatorii externi, adică ceea ce trebuie să fie contabilitatea, delimitează ca teorie contabilă normativă deci un caz particular al teoriei contabile generale”. Sau, într-o altă viziune, „Cadrul contabil își arogă calitatea de referențial pentru elaborarea normelor contabile și instrument de coerență a normelor, reglementărilor și procedurilor contabile”.

3. Bilanțul potrivit concepției americane

Situațiile financiare întocmite de întreprinderile americane se referă la: bilanț, cont de profit și pierdere, tabloul fluxurilor de trezorerie, tabloul capitalurilor proprii (situația variației capitalurilor proprii), situația rezultatului global (sub diferite forme de prezentare) și anexele relative la situațiile financiare.

Conturile unei societăți americane, care dispune de filiale, sunt în mod obligatoriu conturi consolidate. Atunci când sunt întocmite conturi consolidate, conturile individuale nu sunt publicate și auditate. În absența filialelor, metodele de evaluare utilizate în conturile individuale ale unei societăți sunt aceleași cu cele la care ea ar face apel dacă ar trebui să întocmească conturi consolidate.

Conturile societăților americane nu sunt standardizate, nici măcar pentru bilanț și contul de profit și pierdere. De asemenea, denumirea situațiilor financiare nu este nici ea standardizată. Normele contabile americane referitoare la prezentarea conturilor fixează regulile generale, fără să impună denumiri de documente contabile și formate precise. Important este ca termenii utilizați să fie expliți. Contul de profit și pierdere poate fi denumit: „Statement of Income”, „Statement of Earning”, „Statement of Operations”. Și bilanțul este reflectat prin mai multe denumiri. Deși cea mai utilizată este cea de „balance sheet”, se mai utilizează și denumirile de „Statement of Financial Position” și de „Statement of Financial Condition”. Atunci când este vorba de situații financiare consolidate, denumirea situațiilor financiare este precedată de cuvântul „consolidat” (*consolidated*).

Caracteristic întreprinderilor americane este faptul că acestea nu sunt obligate să întocmească un bilanț (*balance sheet*) conform unui cadru sau unei scheme standardizate.

Bilanțul contabil poate fi prezentat fie în format vertical în listă simplă, fie în format orizontal în cont. Astfel, schema listă de bilanț se prezintă astfel:

Tabelul 4

Bilanțul contabil conform normelor contabile americane

ASSETS (Active)
Current assets (Active circulante)
Tangible assets (Imobilizări corporale)
Intangible assets (Imobilizări necorporale)
TOTAL ASSETS (Total active)
LIABILITIES (Datorii)
Current liabilities (Datorii pe termen scurt)
Long term liabilities (Datorii pe termen lung)
OWNER'S EQUITY (Capitaluri proprii)
Capital (Capital)
Retained earnings (Rezerve)
TOTAL LIABILITIES AND OWNER'S EQUITY (Total datorii și capitaluri proprii)

Din punct de vedere practic, se recomandă ca, pe lângă forma de prezentare verticală în listă simplă, să se utilizeze încă două modele de bilanț, care permit evidențierea capitalurilor (proprii și permanente), a fondului de rulment, precum și a altor mărimi semnificative, astfel:

- a. Prin evidențierea capitalurilor proprii și permanente:

Tabelul 5

Bilanțul contabil

ASSETS (Active)
Current assets (Active circulante)
Tangible assets (Imobilizări corporale)
Intangible assets (Imobilizări necorporale)
1. TOTAL ASSETS (Total active)
LIABILITIES (Datorii)
Current liabilities (Datorii pe termen scurt)
Long term liabilities (Datorii pe termen lung)
2. TOTAL LIABILITIES (Total datorii)
OWNER'S EQUITY (Capitaluri proprii)
Capital (Capital)
Retained earnings (Rezerve)
OWNER'S EQUITY (1-2) (Capitaluri proprii)

b. Prin evidențierea fondului de rulment:

Tabelul 6

Bilanțul contabil

Current assets (Active circulante)
Current liabilities (Datorii pe termen scurt)
NET WORKING CAPITAL (Fond de rulment net)
Capital (Capital)
Retained earnings (Rezerve)
Long term liabilities (Datorii pe termen lung)
INVESTED CAPITAL (Capitaluri permanente)
OWNER'S EQUITY (Capitaluri proprii)
Tangible and intangible assets (Imobilizări corporale și necorporale)
NET WORKING CAPITAL (Fond de rulment net)

Schema cont de bilanț utilizată de întreprinderile americane este următoarea:

Tabelul 7

Bilanțul contabil (schema cont)

	N+1	N		N+1	N
I. ACTIVE CURENTE (CURRENT ASSETS)			DATORII CURENTE (CURRENT LIABILITIES)		
Disponibilități (Cash)			Furnizori (Accounts payable)		
Plasamentele financiare pe termen scurt (Short term investments)			Efecte de plătit (Notes payable)		
Prime de asigurare de primit (Insurance claim receivable)			Impozit pe profit de plătit (Incomes taxes payable)		
Clienți și efecte de primit (Accounts and notes receivable)			Dividende de plătit (Dividends payable)		
Minus provizioane pentru creanțe dubioase (Less: allowances for doubtful accounts)			Datorii sub un an pentru contractele de leasing (Liability under capital lease)		
Stocuri (Inventories)					
II. IMOBILIZĂRI (FIXED ASSETS)			DATORII PE TERMEN LUNG (LONG TERM DEBTS)		
Imobilizări financiare (investments)			Datorii pe termen lung pentru contractele de leasing (Liability under capital lease)		
Imobilizări corporale (tangible assets)					
Terenuri (Lands)			CAPITALURI PROPRII (STOCKHOLDERS' EQUITY)		
Clădiri (Buildings)			Acțiuni preferențiale (Preferred Stock)		
Minus: amortizările cumulate ale clădirilor (Less: accumulated depreciation of buildings)			Acțiuni ordinare (Common stock)		
Echipamente luate în leasing (Leased equipment)			Prime de emisiune (Additional paid-in-capital)		
Minus: amortizări cumulate (Less: accumulated depreciation)			Rezerve (Retained earnings)		
Imobilizări necorporale (Intangible assets)					
Fond comercial (Goodwill)			Total datorii și capitaluri proprii		
Brevete (Patents)					
Alte active necurente (Other non-current assets)					
Total activ					

Modelul bilanțului contabil, potrivit concepției americane, statuează clasarea elementelor de activ și pasiv în ordinea descrescătoare a lichidității, respectiv a exigibilității acestora. Accentul este pus așadar, pe elementele pe termen scurt, lichiditățile și exigibilitățile imediate sunt prezentate ca primele elemente ale structurii bilanțiere.

4. Bilanțul potrivit concepției anglo-saxone

„Apariția și dezvoltarea timpurie a instituțiilor financiare, motivată de apelarea frecventă la economiile publice pentru finanțarea pe termen scurt a activității comerciale, a făcut ca deținătorii de titluri să solicite prezentarea unor informații financiare adecvate despre firmele la care dețineau titluri. În acest fel se explică apariția conceptelor de „comunicare a informațiilor financiare” (*financial reporting*) și „buna informare a publicului” (*disclosure*). Punerea de informații la dispoziția publicului s-a făcut în spiritul „adevărului” și „corectitudinii”, ceea ce însemna o „image fidelă” (*fine and fair view*) asupra afacerilor firmei”⁸.

Concomitent cu „comunicarea informației financiare” s-a simțit nevoia de normalizare contabilă. Aceasta a determinat dezvoltarea profesiei contabile, care trebuia să-și exprime opinia asupra calității conturilor anuale, generând totodată schimbări în prezentarea normalizată a conturilor individuale ale societăților de capitaluri, precum și modalitățile acestora de depunere ale acestora în „Registrul societăților” (*Registrar of companies*).

Legea societăților comerciale presupune două modele (formate) de bilanț: vertical sau în listă și orizontal sau în cont și patru modele pentru contul de profit și pierdere, societățile având libertatea de alegere a modelului care este adaptat condițiilor lor.

Modelul de format vertical (listă) este mult mai utilizat, criteriul fundamental de analiză a datoriilor fiind distincția între datorii scadente sub un an și cele de peste un an. Spre deosebire de acesta, bilanțul format orizontal (cont) se apropie mult de forma de prezentare a acestuia în țările Europei continentale și prezintă următoarele particularități:

- nu permite calculul activului (sau pasivului) net curent;
- în categoria datoriilor sunt incluse și capitalurile proprii, deoarece acestea pot fi interpretate ca datorii pe termen lung ale întreprinderii față de proprietarii săi;
- datoriile propriu-zise nu sunt diferențiate în funcție de scadența acestora (sub un an și peste un an).

⁸ Georgescu, N., *Analiza bilanțului contabil*, Editura Economică, București, 1999, p. 39.

Bilanțul contabil conform normelor anglo-saxone (schema listă)

Imobilizări
Activ circulant
Creditori cu scadență sub un an
Activ net (sau Pasiv net curent)
Activul total minus pasivul curent
Creditori cu scadență peste un an
Provizioane pentru riscuri și cheltuieli
Capital și rezerve

Bilanțul contabil conform normelor anglo-saxone (schema cont)

Imobilizări	Capital și rezerve
Activ circulant	Provizioane pentru riscuri și cheltuieli
	Creditori cu scadența mai mare de un an
	Creditori cu scadența mai mică de un an
Total activ	Total pasiv

Indiferent de forma de prezentare aleasă, criteriile de clasificare a elementelor în bilanț sunt:

- abordarea funcțională (lichiditatea), pentru posturile de activ;
- gradul de exigibilitate, pentru posturile de pasiv.

Societățile comerciale britanice utilizează cel mai adesea forma de bilanț listă.

5. Bilanțul potrivit normelor contabile din România

După Revoluția din 1989, în țara noastră s-a trecut de la contabilitatea de tip centralizat către o contabilitate liberă, orientată spre economia de piață. Această trecere s-a făcut în mai multe etape. În prima etapă destinată implementării noului sistem contabil, normalizatorii din România au optat pentru adoptarea unei scheme orizontale de bilanț. Astfel, bilanțul cuprindea două părți: partea stângă în care erau trecute toate bunurile și valorile economice (elementele patrimoniale de activ) și cea dreaptă care conținea sursele de finanțare (elementele de pasiv).

Începând cu situațiile financiare ale anului 2000, în țara noastră s-a adoptat „bilanțul listă”, fiind utilizat de întreprinderile mari, care au aplicat Reglementările contabile armonizate cu Directiva a IV-a a CEE și cu Standardele Internaționale de Contabilitate, aprobate prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 94/2001 (pentru întreprinderile mari) și respectiv Reglementărilor contabile simplificate, armonizate cu directivele europene, conform Ordinului Ministrului Finanțelor Publice nr. 306/2002 (întreprinderile mici).

În prezent, în conformitate cu Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 1752 din 2005 pentru aprobarea Reglementărilor contabile conforme cu Directivele Europene, modificat prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice

nr. 2001/2006 și prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 22374/2007, în țara noastră se utilizează schema listă de bilanț, care se prezintă astfel:

Tabelul 10

Bilanțul contabil conform normelor românești⁹ (schema listă)

DENUMIREA INDICATORILOR	SOLD LA ...	
	Începutul anului	Sfârșitul anului
A. Active imobilizate		
B. Active circulante		
C. Cheltuieli în avans		
D. Datorii: sumele ce trebuie plătite într-o perioadă de până la un an		
E. Active circulante nete/datorii curente nete		
F. Total active minus datorii curente		
G. Datorii: sumele ce trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an		
H. Provizioane		
I. Venituri în avans		
J. Capital și rezerve		

Bunurile economice utilizate de întreprindere ca și resursele lor, sunt de o mare diversitate, ceea ce impune sistematizarea și generalizarea lor prin bilanțul contabil, pentru a se da o imagine de ansamblu asupra poziției sale financiare.

Posturile grupelor A, B și C formează activul bilanțier, iar posturile grupelor D, G, H, I și J formează pasivul bilanțier. Grupele E și F reprezintă indicatori economico-financiar, utilizați în analizele de tip solvabilitate-lichiditate și implicit, în fundamentarea deciziilor manageriale.

Grupa E „Active circulante nete, respectiv datorii curente nete”, reprezintă de fapt indicatorul „fond de rulment”, calculat ca diferență între activele circulante și datoriile pe termen scurt, influențate cu activele și pasivele de regularizare.

Fondul de rulment este indicatorul prin intermediul căruia se apreciază echilibrul financiar, capacitatea de plată și modalitățile de finanțare a investițiilor necorporale, corporale și financiare, fiind un indicator al solvabilității întreprinderii.

Grupa F „Total active minus datorii curente”, exprimă „capitalurile permanente”, a căror optimizare reprezintă o problemă de primă importanță pentru manageri, deoarece excedentul sau insuficiența resurselor pe termen lung influențează solvabilitatea, lichiditatea și rentabilitatea întreprinderii.

Adoptarea bilanțului vertical, conform schemei prevăzută de articolul 10 din Directiva a IV-a a CEE și armonizarea reglementărilor contabile românești cu Cadrul general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare, elaborat de Comitetul pentru Standarde Internaționale de Contabilitate (IASC), au urmărit

⁹ *** *Reglementări contabile 2008*, Editura Con Fisc, București, 2008, pp. 39-41.

redefinirea, caracterizarea și prezentarea în bilanț a informațiilor referitoare la elementele care permit evaluarea poziției financiare a întreprinderii, respectiv: activele, datoriile și capitalurile proprii.

Activele cuprind elementele concrete de avere ale întreprinderii și constituie activul bilanțului, iar capitalul propriu și datoriile reunesc sursele de procurare a averii și constituie pasivul bilanțului.

Un activ reprezintă o sursă controlată de întreprindere, ca rezultat al unor evenimente trecute și de la care se așteaptă să genereze beneficii economice viitoare pentru întreprindere.

Noțiunea de „beneficii economice” legate de un activ se referă la potențialul acestuia:

- de a se transforma, direct sau indirect, în numerar sau echivalente ale numerarului;
- de a reduce ieșirile de numerar din întreprindere.

O datorie reprezintă o obligație actuală a întreprinderii ce decurge din evenimente trecute și prin decontarea căreia se așteaptă să rezulte o ieșire de resurse, care încorporează beneficii economice.

Datoriile întreprinderii rezultă din: practici comerciale curente, executarea unor contracte privind aprovizionarea cu bunuri, lucrări și servicii; obligații statutare, așa cum este cazul celor față de asociați sau acționari, care pretind dividende pentru remunerarea capitalului investit, obligații legale, așa cum este cazul impozitelor și taxelor datorate statului, potrivit actelor normative care le reglementează.

Capitalul propriu reprezintă interesul rezidual al acționarilor în activele unei întreprinderi, după deducerea tuturor datoriilor sale.

Ca o concluzie a celor prezentate anterior putem afirma că, indiferent de forma de prezentare a sa, bilanțul contabil trebuie să ofere informații privind poziția financiară a unei entități economice utile tuturor utilizatorilor în vederea adoptării celor mai bune decizii

Poziția financiară a unei întreprinderi este influențată de resursele economice pe care le controlează, de structura sa financiară, de lichiditatea și solvabilitatea sa, precum și de capacitatea sa de a se adapta schimbărilor mediului în care își desfășoară activitatea. Informațiile despre resursele economice controlate de întreprindere și capacitatea sa din trecut de a modifica aceste resurse sunt utile pentru a anticipa capacitatea întreprinderii de a genera numerar sau echivalente de numerar în viitor.

BIBLIOGRAFIE

- Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, *Dicționar explicativ al limbii române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996
- Feleagă, N.; Malciu, L.; Bunea, Șt., *Bazele contabilității – o abordare europeană și internațională*, Editura Economică, București, 2002
- Georgescu, N., *Analiza bilanțului contabil*, Editura Economică, București, 1999
- Pântea, I.P.; Căinap, I.; Henegar, L.; Popa, I., *Bilanțul contabil*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1987
- Ristea, M.; Dumitru, C.G., *Contabilitate financiară*, Editura Mărgăritar, București, 2002

ROLUL ANALIZEI MANAGERIALE ÎN PROCESUL DECIZIONAL AL ÎNTREPRINDERILOR

Prof. univ. dr. **IATAN, Elena**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. **MIREA, Mariana**
Facultatea de Științe Economice, Constanța
Universitatea Ovidius

Abstract

The role of marginal analysis in the decisional process of the enterprise

The short or long-term planning, the elaboration of the enterprise developing strategy determine the directions of action, and the managers are responsible for it.

Financial administration accounting has the essential role in presenting of a post-decision report that offers the management information about the decision results.

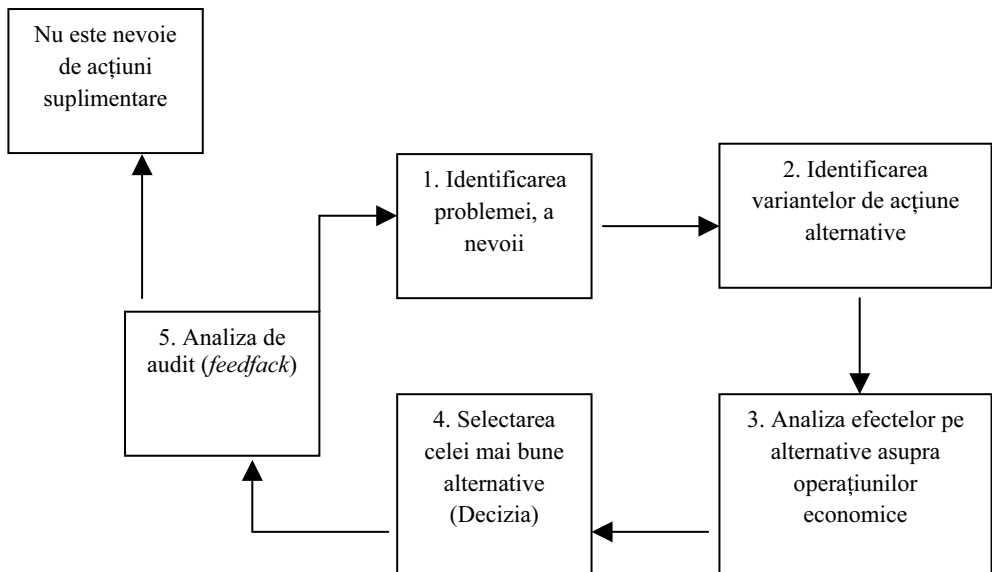
Among the general decision techniques that help the accountants to generate this information and the corresponding reports, two offer a special format of reporting for the decision process (the calculation of the variable costs and the marginal analysis).

Key-words: *financial administration accounting, calculation of direct costs, marginal analysis*

Echipa de decizie din cadrul unei întreprinderi este complexă, din aceasta făcând parte și *contabilul de gestiune*.

Tipurile de informații relevante pentru evaluarea alternativelor sunt legate de *ciclul deciziei manageriale*. Toate evenimentele prezentate în schemă formează un sistem. Etapele acestui sistem constau în:

Ciclul deciziei manageriale



Sursa: prezentare proprie

Etapa 1: *Identificarea problemei, a nevoii;*

Etapa 2: *Identificarea variantelor de acțiune alternative;*

Contabilitatea de gestiune identifică toate variantele posibile de acțiune care pot răspunde nevoii.

Etapa 3: *Analiza efectelor pe alternative asupra operațiunilor economice;*

Contabilitatea va face o analiză a fiecărei acțiuni, identificând costul pe acțiune, eventualele economii sau creșteri de cheltuieli previzionate.

Etapa 4: *Selectarea celei mai bune alternative (Decizia);*

Alegerea celei mai bune variante din toate variantele posibile.

Etapa 5: *Analiza de audit (feedback).*

După parcurgerea celorlalte etape, contabilitatea va întocmi un *raport de audit post-decisional* pentru a oferi managementului informații despre rezultatele deciziei.

Dacă soluția nu va fi complet satisfăcută, ciclul decizional va fi reluat de la început.

Plecând de la rolul contabilului în procesul decizional, acela de a furniza informații corecte, oportune, exacte, sunt utilizate diferite tehnici decizionale care le permit asigurarea unei astfel de informații, cum ar fi: *calculația costurilor variabile și analiza marginală.*

Fiecare din aceste tehnici asigură identificarea informațiilor relevante pentru o anumită decizie, oferind un format special de raportare pentru procesul decizional.

Metoda costurilor variabile (metoda direct-costing) este o tehnică utilizată de către contabili în vederea determinării costului de producție.

Metoda direct-costing presupune imputarea asupra produselor numai a costurilor variabile (directe sau indirecte). *Aceasta înseamnă separarea cheltuielilor de producție, de desfacere, în cheltuieli variabile și fixe*, cheltuielile fixe fiind trecute asupra rezultatului financiar brut al întreprinderii.

Prin urmare, metoda folosește în calculația costului pe produs, costurile variabile directe și indirecte. Astfel se va realiza identificarea costurilor pe sectoare de cheltuieli, pe centre de responsabilitate.

Costurile variabile directe (legate de activitatea de producție) vor fi colectate pe sectoare de activitate, iar costurile variabile indirecte vor fi imputate.

Cheltuielile fixe se vor programa la nivel global și nu vor fi incluse în costul fiecărui produs. Stocurile de producție realizate, inclusiv producția neterminată, nu vor fi afectate de costurile fixe, ci evaluate la nivelul cheltuielilor variabile.

Determinarea costului unitar se realizează prin raportarea cheltuielilor variabile la cantitatea de producție rezultată, după relația:

$$C_u = \frac{Ch_v}{Q},$$

unde:

Ch_v – cheltuieli variabile;

Q – valoarea producției.

Utilizarea metodei direct-costing nu înseamnă în primul rând determinarea costului pe fiecare produs în parte, ci determinarea rentabilității globale sau pe activități.

Pe produs se va determina contribuția brută la profit sau marja cheltuielilor variabile.

Costurile variabile ajută la evidențierea rezultatelor intermediare prin calculul costurilor parțiale și a marjelor.

În schimb, opoziția metodei costurilor variabile afirmă că procesul de exploatare nu s-ar putea desfășura fără cheltuielile fixe de producție, ele constituind parte integrantă a costului de producție.

Sunt evidente două concluzii:

- *Contabilii publici și serviciul fiscal* nu vor accepta aplicarea metodei costurilor variabile în scopuri de raportare externă; cheltuielile fixe nu sunt incluse în stocuri și în costul bunurilor vândute, de unde rezultă că metoda nu poate fi utilizată pentru calculul impozitului pe profit, pentru raportarea rezultatelor operațiunilor, a situației financiare către acționari sau alte persoane din mediul extern al întreprinderii.
- *Metoda costurilor variabile* este utilă pentru decizii de management intern a întreprinderii.

În funcție de costul de achiziție, costul variabil, costul direct, se determină marja pe costul de achiziție, marja pe costul variabil și marja pe costul direct.

Marja pe costuri variabile (Mf/cv) se determină ca diferență între cifra de afaceri și costurile variabile aferente producției vândute.

Se mai întâlnește sub denumirea de **marjă globală (brută)** și reprezintă suma marjelor pe costurile variabile unitare stabilite pe fiecare produs (mj/cv), înmulțite cu producția aferentă vândută.

$$Mj/cv = CA - CV,$$

unde:

Mj/cv – marja pe costuri variabile;

CA – cifra de afaceri;

CV – costuri variabile.

Cifra de afaceri, costurile variabile și marja pe costurile variabile sunt proporționale cu cantitățile vândute.

În scopul determinării costului de producție, metoda costurilor variabile *tratează cheltuielile fixe de producție, distinct de cheltuielile de producție* care variază în funcție de nivelul output-ului. Cheltuielile fixe sunt eliminate din cheltuielile de stocuri, de unde rezultă că valoarea stocurilor determinată prin utilizarea *metodei costurilor variabile* este mai mică decât cea determinată prin utilizarea *metodei integrale*.

De aceea, aceste costuri se programează și se urmăresc la nivel global, ele nefiind incluse în costul produselor, afectând rezultatul brut de exploatare al întreprinderii. Fiecare produs este analizat prin contribuția pe care o are la acoperirea *costurilor repartizate* (costuri de structură fixe).

De aici rezultă necesitatea de a dezvolta vânzările unui produs sau a suprima alte produse deficitare.

O altă *tehnică decizională* utilizată pentru compararea proiectelor alternative, pentru evidențierea diferențelor dintre veniturile și cheltuielile previzionate este *analiza marginală*.

Pentru a determina care dintre alternative contribuie cel mai mult la profituri sau generează cele mai mici costuri, contabilul va organiza informațiile cele mai relevante.

De exemplu, un manager decide să achiziționeze un utilaj în vederea efectuării de lucrări atât în interiorul, cât și în exteriorul întreprinderii. Contabilul de gestiune va elabora un raport care să-l ajute pe manager a decide, colectând estimări de costuri anuale referitoare la vânzările și la exploatarea celor două tipuri de utilaje:

	Utilaj X	Utilaj Y
1. Creșterea veniturilor ca urmare a utilizării utilajului	30.000 E	35.000 E
2. Creșterea costurilor anuale de exploatare		
Materii prime directe	8.700 E	8.700 E
Forță de muncă directă	3.900 E	6.350 E
Cheltuieli generale variabile	3.600 E	5.390 E
Cheltuieli generale fixe (inclusiv amortizarea)	9.000 E	9.000 E

Analiza marginală va sublinia creșterile și descreșterile atât ale veniturilor, cât și ale costurilor ce vor rezulta în urma fiecărei alternative.

Analiza marginală a deciziilor

Specificație	Utilaj X	Utilaj Y	Diferențe în favoarea utilajului Y
1. <i>Creșterea veniturilor</i>	30.000 E	35.000 E	+ 5.000 E
2. <i>Creșterea costurilor de exploatare</i>			
•forța de muncă directă	3.900 E	6.350 E	+ 2.450 E
•cheltuieli generale variabile	3.600 E	5.390 E	+ 1.790 E
3. <i>Creșterea totală a costurilor de exploatare</i>	7.500 E	11.740 E	4.240 E
4. <i>Modificarea venitului net (pct. 1-pct. 3)</i>	22.500 E	22.260 E	760 E

Sursa: calcule proprii

Plecând de la considerentul că cele două utilaje vor avea același preț de cumpărare și o durată de viață utilă asemănătoare, din cele prezentate mai sus rezultă că utilajul Y va genera un venit net mai mare cu 760 E.

Astfel, decizia va avea la bază informațiile prezentate în raport, cu privire la achiziționarea utilajului Y.

Analiza marginală se axează pe diferențele dintre alternative sau dezavantajele fiecăreia. Alternativele utilizate în procesul decizional pot viza aspectele cantitative sau calitative ale informațiilor.

Managementul trebuie să opteze pentru o singură variantă. Informațiile calitative vor înlocui sau completa informațiile cantitative, contabilul având rolul de a-și utiliza imaginația în vederea întocmirii unui raport decizional special care să sublinieze *ce alternativă este cea mai adecvată în condițiile date*.

Rolul contabilității de gestiune este de a asigura crearea unor formulare adaptate circumstanțelor existente în întreprindere.

Numeroase decizii manageriale operaționale pot fi analizate prin utilizarea conturilor de rezultate în formatul marjei contribuției generate de metoda costurilor variabile și a analizei marginale.

Pentru a selecta alternativa cea mai bună este redat alăturat cazul în care managerii se confruntă cu decizii de tipul *a produce sau a cumpăra*. Ei se pot întâlni în practică și cu *decizii privind comenzile speciale sau analize ale structurii vânzărilor*.

Evaluarea alternativelor pentru decizii de tip „a produce sau a cumpăra”

Managerii multor întreprinderi care realizează producție (exploatează componente utilizate pentru asamblarea produsului) se confruntă adesea cu problema legată de a produce sau a cumpăra. Aceasta presupune *identificarea costurilor fiecărei alternative și efectele acesteia asupra veniturilor și a cheltuielilor*.

Utilizarea unei astfel de analize presupune identificarea factorilor de influență pentru a *produce și a cumpăra*.

**Factori de influență în evaluarea alternativelor pentru
decizii de tip „a produce sau a cumpăra”**

A produce	A cumpăra
<ul style="list-style-type: none"> • Nevoia de utilaje suplimentare • Costuri variabile legate de producția componentelor • Costuri fixe marginale 	<ul style="list-style-type: none"> • Prețuri de cumpărare a componentelor • Venituri din chirii sau flux net de lichidități generat de eliberarea spațiului de producție • Valoarea reziduală a utilajelor neutilizate

Sursa: prezentare proprie

O *analiză marginală* pe cele două alternative este prezentată în tabelul 3.

În ultima perioadă, întreprinderea a achiziționat componentele de la un furnizor la un preț stabilit prin contract (0,53 E). Ulterior, informează că va majora prețul cu 20%. Managerul estimează un cost al materiilor prime de 90 E per 400 bucăți componente.

Analiza marginală pentru decizii de tip „a produce sau a cumpăra”

Specificație	Producție	Cumpărare	Diferențe în favoarea producției
1. Materii prime (80.000: 400 = 90 E)	18.000 E	–	18.000 E
2. Forța de muncă directă (80.000 : 60 x 12 E)	16.000 E	–	16.000 E
3. Cheltuieli generale variabile (80.000: 60 x 6 E)	8.000 E	–	8.000 E
4. Preț de cumpărare (80.000 x 0,62 E)	–	50.000 E	50.000 E
TOTAL	42.000 E	50.000 E	8.000 E

Sursa: calcule proprii

Cheltuielile cu manopera directă sunt de 12 E/oră, iar cheltuielile generale variabile de 6 E/oră de manoperă directă. Cheltuielile generale fixe sunt de 14.300 E formate din cheltuieli cu amortizarea anuală de 5.700 E și alte cheltuieli fixe 8.600 E. Producția și consumul anual de componente va fi de 80.000 E, iar în cazul optării pentru cumpărarea acestora, spațiul și echipamentele necesare producerii lor vor rămâne neutilizate.

Întrebarea care apare este: Se produce sau se cumpără?

Tehnica de *analiză marginală* permite contabilului să organizeze informațiile pentru a decide dacă „se produce sau se cumpără”. În tabelul 3 sunt prezentate cele două alternative și costurile relevante.

Echipamentele și spațiul de producție nu au altă utilizare, cheltuielile cu amortizarea și alte cheltuieli generale fixe sunt egale în ambele variante (nefiind relevante pentru luarea deciziei).

Costul producerii componentelor este de 42.000 E, iar costul cumpărării este de 50.000 E pentru același număr de subansamble. *Prin realizarea proprie a subansamblelor, întreprinderea va economisi 8.000 E, alternativa spre care va opta fiind producția.*

BIBLIOGRAFIE

- Badea, F.; Dobrin, C., *Gestiunea bugetară a sistemelor de producție*, Editura Economică, 2006
- Belveret, E. Needless Jr.; Anderson, Henry R.; Caldwell, James C., *Principiile de bază ale contabilității*, ediția a 5-a, Editura Arc, 2001
- Caraiani, C.; Dumitrana, M. (coordonatori), *Contabilitate de gestiune și control de gestiune*, Editura InfoMega, 2005
- Iatan, E., *Contabilitatea de gestiune – aplicații*, ediția a 3-a, Editura Muntenia, 2007

AUDITUL PUBLIC INTERN ÎN CADRUL MANAGEMENTULUI MODERN

Prof. univ. dr. **ELEFTERIE, Liana**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

Public internal audit in the frame of modern management

Public internal audit is an independent and objective activity, which provides assurance and consulting to the management of the good administration of public patrimony.

As a important tool of management, it helps the public entity to accomplish its objectives, to asses and improve the efficiency of risk management of control and governance process.

At the first view, the public management resembles private sector management in the ways of efficiency and effectiveness, but the last one has as main goal to maximize the profit.

Generally, management implies an organization that means to have a strategic capacity, in order to achieve its goals established by strategy. This action is minimized in public entities, as they depend upon political power, which adjusts major objectives, technological level, resources, social relationships and law abiding.

So, for public entities the first organizational criterion is not economic effectiveness but political compliance.

Key-words: *public internal audit, risk management, efficiency, effectiveness*

Instituțiile publice reprezintă ansamblul structurilor organizate, create în societate pentru gestionarea afacerilor publice. Acestea, în sensul birocratic pe care îl au în ziua de astăzi, reprezintă singurul mod de organizare social-economică a statului, care poate face față provocărilor modernității, respectiv numărul mare al populației, diversitatea și complexitatea nevoilor umane ce se cer satisfăcute. Organizația publică este reglată în amonte, în funcție de constrângerile etatice. Bineînțeles, aceste particularități sunt mai mult sau mai puțin accentuate în funcție de diferitele administrații și servicii publice. Conștientizarea acestor particularități va conduce, la elaborarea unui management adaptat acestui tip de gestiune, un management public riguros controlat, printr-un control intern bine pus la punct, care se realizează prin activitatea de audit intern.

Managementul modern se situează de-a lungul preocupărilor tradiționale ale științei organizațiilor, percepută ca știință a bunei gestiuni, gestiunii eficiente și eficiente. El își fixează o finalitate esențial utilitară și clar operațională. Ambiția sa

este de a defini clar regulile, normele, mai mult, preceptele care permit organizațiilor să atingă obiectivele pe care și le-au propus cu maximum de eficacitate. Managementul presupune deținerea de către organizație a unei capacități de acțiune strategică, care îi permite să atingă obiectivele pe care și le-a fixat.

Această capacitate de acțiune este redusă la organizațiile publice care se caracterizează prin interdependența acțiunilor lor, dependența de puterea politică, de care depinde fixarea marilor obiective, a pachetelor de activități, nivelul tehnologic, resursele, relațiile sociale și supunerea față de drept. Aceste elemente le privesc de flexibilitatea necesară, interzicând posibilitățile de reorganizare și de reorientare în funcție de dificultățile întâlnite.

Pentru administrația publică, primul criteriu de organizare nu este cel de eficacitate economică, ci cel de conformitate politică. Alegeri ce pot părea iraționale în termeni de management se pot dovedi necesare, datorită dorinței și acțiunii exprimate de către aleșii politici. Pentru management, conduita tuturor organizațiilor economice, sociale sau politice, implică patru tipuri de operațiuni: planificarea, organizarea, mobilizarea resurselor și, nu în ultimul rând, controlul. Controlul reprezintă un element cheie și o funcție de bază a managementului. În cadrul instituțiilor publice, acesta se realizează prin auditul public intern, care reprezintă o formă modernă de control și o funcție de bază a managementului.

Conform conceptului de audit public intern, acesta reprezintă o activitate independentă și obiectivă, care dă unei instituții publice o asigurare în ceea ce privește gradul de control asupra operațiunilor, o îndrumă pentru a-și îmbunătăți activitatea și contribuie la adăugarea unui plus de valoare. Auditul intern ajută această organizație să își atingă obiectivele evaluând, printr-o abordare sistematică și metodică, procesele sale de management al riscurilor, de control și de guvernare a instituției și făcând propuneri pentru a le consolida eficiența și eficacitatea activității.

Pentru conectarea pozitivă la modificările mediului, pe zi ce trece tot mai dinamic și mai agresiv, instituția publică trebuie să dovedească pe lângă existența patrimoniului și utilizarea rațională a banului public, capacitatea de angajare și putere de decizie și controlul ierarhic al activității. Acestea se concretizează în curajul luării de decizii dificile.

Managementul public

Managementul vizează atingerea în comun a unor obiective conforme cu finalitățile instituției publice. În acest domeniu se întâlnesc câteva elemente esențiale ale managementului public, astfel pentru a atinge un obiectiv trebuie, în primul rând, să ai unul, aspect confirmat și de filosoful chinez Sun-Tzu: *cel ce nu are obiective nu riscă să le atingă*.

Ori, într-o organizație, obiectivele nu sunt întotdeauna clar definite, chiar dacă ele există uneori la nivelul organizației în ansamblu, nu sunt disponibile la nivelul fiecărui sub-ansamblu. Este, deci, foarte necesar un efort de a realiza această „transcriere” a obiectivelor.

Un alt element deosebit de important se referă la stimularea ansamblului membrilor echipei față de obiectivul stabilit, chiar dacă aceștia au inițial obiective personale divergente, iar în unele cazuri chiar opuse.

Gestiunea publică prezintă un ansamblu de particularități care interzic o supunere necondiționată la management, cum ar fi:

a. *Managementul presupune o rațiune strategică*, vizând atingerea anumitor obiective.

Dacă întreprinderea privată are un scop clar, respectiv realizarea și maximizarea profitului, în funcție de care ea își poate organiza acțiunile și modela organizarea, situația nu este identică în cazul administrației publice. Misiunea ei este de a urmări realizarea „interesului general” și este echivocă. Interesul general este susceptibil a cunoaște interpretări diferite și de multe ori contradictorii. Desigur, dubla egalitate *firma privată = maximizarea profitului*, *organizația publică = interes general* reprezintă o abordare simplistă ce trebuie nuanțată. Finalitățile firmei private sunt diverse, maximizarea profitului, dar și căutarea unor informații satisfăcătoare, nevoia de realizare a conducătorilor, obținerea adeziunii membrilor etc. Pe de altă parte, „interesul general” este un termen la fel de incert. Deci, putem afirma că finalitatea întreprinderii private este introvertită, aceasta găsind în ea însăși raționalitatea proprie de a funcționa, în timp ce organizația publică este constituită pentru satisfacerea unor interese care o depășesc, deoarece finalitatea ei este extrovertită.

b. *Managementul presupune deținerea de către organizație a unei capacități de acțiune strategică*, care îi permite să atingă obiectivele pe care și le-a fixat prin strategie.

Această capacitate de acțiune este redusă la organizațiile publice care se caracterizează prin interdependența acțiunilor lor, dependența de puterea politică, de care depinde fixarea marilor obiective, a pachetelor de activități, nivelul tehnologic, resursele, relațiile sociale și supunerea față de drept. Aceste elemente le privează de flexibilitatea necesară, interzicând posibilitățile de reorganizare și de reorientare în funcție de dificultățile întâlnite.

Pentru administrația publică, primul criteriu de organizare nu este cel de eficacitate economică, ci cel de conformitate politică, datorită dorinței și acțiunii exprimate de către aleșii politici.

c. *Managementul este construit în funcție de legea pieței.*

Dacă întreprinderea privată este inserată într-un sistem concurențial, care o obligă la un efort permanent de adaptare, raționalizare și modernizare, administrația publică se află în parte sustrasă disciplinei pieței. Ea este dotată cu privilegiile care îi permit să elimine eventuala presiune a concurenței, deoarece alocarea specifică a resurselor elimină practic toate relațiile directe între preț și serviciile puse la dispoziție. Când nu beneficiază de un monopol de drept, ea dispune de o poziție care îi asigură o „piață captivă” și îi garantează perenitatea.

De fapt, firma privată este, în ultimă instanță, reglată „în aval” de către clienții săi, care îi determină rezultatele, în timp ce organizația publică este reglată „în amonte”, în funcție de constrângerile etatice. Aceste aspecte particulare sunt mai mult sau mai puțin accentuate în funcție de diferențele administrației și servicii publice.

Conștientizarea acestor particularități va conduce la elaborarea unui management adaptat acestui tip de gestiune, un management public. Gradul de specificitate al managementului public este contestat, deoarece, pentru unii, lucrurile sunt fundamental identice, doar alegerile strategice diferă în funcție de finalitate;

pentru alții, managementul public trebuie să dezvolte propriile modele și propriile mijloace de gestiune, să se ferească a imita întreprinderea privată. Problema principală, de ordin axiologic, se referă la conceptul de „eficacitate”, care, pentru administrație, este ireductibil la simpla „eficiență”.

La fel ca întreprinderile private, administrația trebuie să folosească cât mai bine mijloacele ce îi sunt alocate; dar eficacitatea sa se apreciază, în primul rând, prin raportarea la gradul de realizare al obiectivelor fixate de către aleși, și nu în funcție de simplul indicator al rentabilității financiare. În practică, managementul public vizează să amelioreze calitatea acțiunilor, prin exploatarea de noi mijloace de gestiune, să atenueze anumite rigidități de organizare, să diminueze riscurile și să îmbunătățească sistemul de comunicare cu exteriorul. Conceptul de management public nu poate fi privit ca un efort facil, datorită diferitelor modalități de percepere a acestui domeniu, precum și a diferențelor existente între sectorul public și cel privat. Ca o premisă de ordin general, putem percepe managementul public ca fiind un demers de gestionare și organizare necesar organizațiilor, în cadrul cărora modelul tradițional de construire a legitimității a devenit inoperant.

Putem considera că există câteva principii aplicabile ansamblului serviciilor publice, servicii ce dețin în ultimă instanță posibilitatea de a alege tipul de management considerat a fi cel mai performant: punerea în aplicare a unui management responsabilizant; concentrarea asupra culturii specifice administrației publice; oferirea fiecărui manager a maximului de autonomie posibil, respectând însă, „regula celor 4C” – coerență, curaj, claritate, considerare.

Auditul intern – funcție a managementului instituției publice

Practica a demonstrat că niciun plan nu se derulează fără probleme, activitatea de control fiind indispensabilă. Într-un mediu concurențial dinamic, controlul ca funcție a managementului nu poate fi eficient în măsura în care este prezentat ca o activitate banală, făcută din inerție. Eficiența provine din flexibilitatea controlului, care trebuie îndreptat spre aspecte specifice, ținând cont de circumstanțe, și dintr-o bună orientare în cazul unor acțiuni de schimbare rapidă, care să concorde cu obiectivele strategice.

În mediul economic contemporan, instituțiile publice sunt percepute ca având un puternic caracter birocratic, ceea ce nu le împiedică, așa cum observa Max Weber, să devină din instituții birocratice, instrumente eficiente, punându-le în valoare caracterul lor rațional manifestat în cele patru dimensiuni principale ale acestora:

- pot manevra un număr mare de sarcini;
- pun accent pe cuantificare;
- operează într-un mod previzibil, standardizat;
- pun accent pe controlul asupra celor angrenați în sistemul instituțiilor.

Pornind de la faptul că, instituția publică acționează într-un mediu schimbător și deseori turbulent, iar organizarea devine din ce în ce mai complexă, eficacitatea activității depinde de suplețea programelor și mecanismelor de supraveghere introduse pentru stăpânirea fenomenelor. În acest context, auditul intern poate fi definit ca fiind procesul prin care managementul se asigură că resursele sunt utilizate cu eficiență și eficacitate pentru realizarea obiectivelor propuse. În cadrul

managementului se face distincție clară între acțiunea de construcție a unor politici și cea de materializare a lor în practică.

Pornind de la aceste considerente, auditul intern reprezintă un ansamblu de acțiuni, atitudini, mijloace și proceduri care să permită instituției să se doteze cu resurse pe termen scurt, mediu și lung și să-și asigure realizarea lor continuă.

Între punctele de sprijin ale auditului public intern există un echilibru care permite ca, în cadrul unui proces cu trei faze – previziune, realizare, control –, sistemul să funcționeze eficient.

Auditul public intern are două misiuni de bază:

a) *asigurarea concordanței între prevederile stabilite prin bugetele anuale și opțiunile strategice;*

b) *urmărirea obiectivelor stabilite, a locului în care se află entitatea și direcția către care se îndreaptă;*

Misiunile auditului public intern se realizează prin punerea în aplicare a trei mecanisme care se referă la:

- strategii de acțiune și bugete;
- informarea permanentă prin controlul bugetar și analiza abaterilor;
- motivația, susținută de explicarea performanțelor obținute.

Sistemul de planificare și control are legătură directă cu actele de pilotaj ale instituției publice. Auditul public intern constituie un demers care permite pilotajul, nivelele ierarhice realizând și alte acțiuni ce concură la dirijare. Între acestea, mai importante sunt cele de ordin strategic și de execuție.

Auditul intern este un instrument al managementului, care permite să se decidă asupra resurselor încredințate și să își orienteze acțiunile spre realizarea obiectivelor stabilite, în consonanță cu țintele de atins, stabilite prin strategie.

Auditul public intern este operațional și eficient dacă cuprinde în detaliile conținutului său elemente care se referă la:

- cunoașterea exactă a situației instituției publice în momentul elaborării planului de acțiune;
- definirea exactă a obiectivelor și programarea amănunțită a modului de îndeplinire;
- verificarea permanentă a rezultatelor înregistrate cu prevederile stabilite prin bugete;
- constatarea abaterilor și a decalajelor dintre evoluția normală a realizărilor și obiectivelor stabilite;
- depistarea erorilor și abaterilor și luarea de măsuri corective de înlăturare a lor.

Manifestarea concretă a auditului public intern se face prin câteva obiective care converg spre realizarea celei mai bune performanțe. Aceste obiective trebuie să răspundă la asigurarea întocmirii unor scenarii compatibile cu constrângerile financiare ale instituției, astfel ca suportul financiar să fie garantul credibilității și coerenței obiectivelor definite prin strategie.

Urmărirea aplicării alegerilor strategice nu trebuie abordată strict numai din punct de vedere financiar, ci pe baza indicatorilor de bord care au o caracteristică

tehnicistă, observând dacă inflexiunile strategice funcționează în ansamblul lor pe baza factorilor cheie de succes.

O atenție deosebită trebuie acordată evaluării și informării asupra riscurilor inerente, în funcție de care se propune alocarea de resurse, participând activ la gestionarea acestora, precum și stabilirii corecte a sistemului de delegare a autorității, influențând motivarea factorului uman asupra obținerii rezultatelor scontate.

Auditul intern constituie atât un control de tip *ex post*, cât și unul concomitent pentru instituțiile publice, dacă avem în vedere activitatea sistemului în integralitatea lui.

Caracterul de mecanism feedback al auditului rezultă din caracteristicile sale, cum ar fi: existența structurilor proprii de evaluare a sistemului auditat și a unui sistem propriu de autoreglare. Ca și formă de control, acesta este un consilier permanent nu numai al top-managementului sistemului, dar și al oricărei substructuri din sistem care este supusă auditării. Prin atribuțiile de avizare care-i revin, auditul intern este în măsură să corecteze, în timp real, eventualele discordanțe, contradicții, incoerențe, care sunt pe cale de a fi implementate, reducând astfel costurile aferente dezvoltărilor și perfecționărilor instituționale.

Auditul intern realizează o monitorizare permanentă a funcționării sistemului, îndeosebi în domeniul fundamentării deciziilor de efectuare a operațiunilor care angajează banul sau patrimoniul public. Această caracteristică de control concomitent, în timp real, rezultă imediat din funcția pe care o îndeplinește activitatea de inspecție pentru auditul intern. Acesta conduce la realizarea unei convergențe maxime între obiectivele urmărite de diferitele forme de control intern la nivelul instituțiilor publice, prin însuși faptul că aceste forme și structuri de control intern fac obiectul auditului intern.

Auditul intern contribuie la modificarea mentalității controlului din domeniu în sensul direcționării efortului de analiză și evaluare al acestuia spre aspectele și variabilele de comandă ale sistemului analizat, modul de fundamentare a deciziei manageriale, modul de colaborare interpersonală a lucrătorilor din sistem, modul de asumare a viitorului, modul de gestionare a riscurilor.

Sintetizând, auditul public intern poate fi definit ca o examinare metodologică și sistematică a unei situații de către o persoană independentă și competentă, asigurând validarea materială a elementelor pe care le analizează, ce verifică conformitatea modului de tratare a acestor fapte cu regulile, normele și procedurile sistemului de control intern, în vederea exprimării unei opinii motivate asupra concordanței globale a situației examinate în raport cu normele. Complexitatea temelor de urmărit, precum și necesitățile de ordin pragmatic ale beneficiarilor de informații au determinat o abordare adeseori sectorială a activității de audit intern, o specializare a acestuia prin limitarea misiunilor la anumite domenii.

După criteriile luate ca referință, auditul public intern se clasifică în două categorii:

- *Auditul de regularitate și conformitate* se realizează de către toate tipurile de auditori din sectorul public și constă în examinarea deciziei manageriale privind:

- ✓ ansamblul de activități specifice derulate în cadrul instituției publice subordonate;

- ✓ previzionarea resurselor financiare, cuantumul și structura acestora, a modului cum s-a acționat pentru formarea și atragerea resurselor financiare, îndeosebi a celor extrabugetare;
- ✓ a modului de repartizare și utilizare a resurselor financiare, în conformitate cu destinațiile stabilite;
- ✓ respectarea reglementărilor contabile în vigoare, examinarea validității înregistrărilor specifice legalității, regularității și încadrarea operațiunilor în plafoanele valorice aprobate;
- ✓ înregistrarea și evidențierea valorică a tuturor mișcărilor patrimoniale, gradul în care ele exprimă realitatea;
- ✓ organizarea și exercitarea la nivelul instituției a controlului financiar preventiv.

Auditul conformității se efectuează ținând cont de o serie de principii și criterii de specialitate, astfel încât să fie posibilă exprimarea unei judecăți pertinente privind validitatea, economicitatea, oportunitatea și deplina legalitate a deciziilor din domeniul financiar-contabil, a înregistrărilor contabile și a documentelor întocmite.

- *Auditul performanței manageriale* este realizat conform legii în instituțiile publice, ca fiind partea cea mai consistentă a auditului intern. Acesta se referă la evaluarea, inclusiv la cuantificarea modului în care s-a luat decizia managerială, în ce privește operațiunea respectivă, sens în care se va evalua sistemul de luare a deciziei, costul deciziei, adică parametrul de economicitate, impactul operațiunii, adică parametrul de efectivitate sau eficacitate, eficiența deciziei, adică optimul dintre economicitate și eficacitate.

Verificarea performanței se referă la promovarea și ameliorarea imaginii publice a instituției publice, creșterea capacității instituționale și de gestionare a patrimoniului propriu, existența unor strategii proprii pe termen scurt, mediu sau lung în ceea ce privește dezvoltarea și perfecționarea activității, gradul de convergență a deciziilor și comportamentelor din interiorul instituției publice, precum și gradul de acoperire a riscurilor interne în fundamentarea deciziilor manageriale, sau a celor care privesc efectuarea de operațiuni privind angajarea patrimoniului public.

Scopul auditului intern este acela de a asista conducerea în exercitarea eficace a responsabilităților ei, furnizându-i analize, aprecieri, recomandări și comentarii pertinente privind activitățile examinate. Auditorul intern abordează toate fazele de activitate ale instituției publice ce interesează conducerea.

Pentru a ajunge la acest scop final sunt implicate următoarele activități: examinarea, aprecierea, corectitudinea, suficiența și aplicarea controalelor contabile, financiare și operaționale, promovarea unui control eficace la un cost rezonabil, verificarea conformității cu politica, planurile și procedurile stabilite, evaluarea calității acțiunilor de punere în execuție a responsabilităților stabilite și recomandarea de ameliorări operaționale.

Datorită sarcinilor specifice fiecărei instituții publice, definirea funcției de audit intern este foarte variată, această varietate a structurilor și orientărilor a determinat formularea normelor profesionale care au devenit general acceptate și adaptate nevoii entității, în timp auditul intern și-a extins progresiv câmpul de aplicare la toate activitățile și a orientat activitatea spre îmbunătățirea procedurilor.

În legătură cu caracterul *ex post* al auditului intern al instituțiilor publice, trebuie menționat că acest caracter se referă la o operațiune sau la o decizie, în timp ce, cu referire la activitatea globală desfășurată de sistemul auditat la nivelul unui an calendaristic, auditul intern are caracter concomitent. Acest caracter rezultă din trăsătura auditului intern de a urmări o operațiune sub aspectul obiectivelor specifice de verificare pe tot lanțul său de desfășurare.

Pentru creșterea eficienței activității de audit intern este necesar a se respecta următoarele principii de bază:

– *principiul identificării cauzei ultime*: activitatea de audit intern va extinde sau va adânci, după caz, analiza specifică, până la stabilirea ultimelor cauze care au determinat o anumită disfuncționalitate, contradicție, blocaj, neregularitate în activitatea auditată;

– *principiul determinării impactului*: activitatea de audit intern va stabili, pentru fiecare caz de deficiență constatată, consecințele pe care continuarea statu-quo-ului le-ar putea avea asupra legalității, regularității sau eficienței viitoare a obiectului auditat, aceste consecințe vor fi evaluate atât cantitativ cât și calitativ;

– *principiul stimulării potențialului*: activitatea de audit intern va stimula desfășurarea activității, acțiunii sau operațiunii auditate, în condițiile și parametrii existenți, pentru a stabili traiectoria pe care se va înscrie sistemul auditat ca întreg, într-un orizont de timp previzibil și reprezentativ pentru sistemul respectiv;

– *principiul integrării suprasistemice*: activitatea de audit intern va identifica atât implicațiile funcționării sistemului auditat asupra suprasistemului integrator, cât și impactul acestuia din urmă asupra sistemului auditat, pentru a stabili mecanismele normative sau organizaționale de natură să coreleze funcționarea celor două structuri sistemice;

– *principiul subsecvenței istorice* (principiul feedback): activitatea de audit intern va lua în considerare rezultatele stabilite în trecut cu privire la sistemul auditat și va analiza modul în care măsurile sau soluțiile propuse sau/și aplicate au dat sau nu rezultatele scontate;

– *principiul dezirabilității* (principiul feed-before): activitatea de audit intern va analiza obiectul auditat și prin prisma a ceea ce se așteaptă de la sistemul care include obiectul auditat, sub aspectul variabilelor de stare sau de ieșire. Acest principiu permite ca raportul de audit intern să propună soluții și măsuri care să orienteze obiectul auditat în direcția expectațiilor raționale și/sau instituționale, așa încât proiectarea sau re-proiectarea obiectului respectiv să conducă, cu un grad rezonabil de certitudine, la realizarea scopului urmărit;

– *principiul trasabilității*: activitatea de audit intern va urmări controlul operațiunilor sau acțiunilor esențiale, pe întregul lanț logic și cronologic de desfășurare a acestora, astfel încât să se asigure închiderea circuitului operațional auditat.

Auditul intern este o activitate independentă și obiectivă de asigurare și consultanță, concepută să aducă un plus de valoare și să îmbunătățească activitatea organizației. Acesta ajută instituția publică să își atingă obiectivele, abordând într-un mod sistematic și metodic evaluarea și îmbunătățirea eficacității proceselor de gestiune a riscurilor, control și guvernare.

Guvernanța este un concept foarte amplu care include o supervizare solidă și eficace a modului în care ceva este realizat, condus, controlat sau gestionat, în scopul protejării intereselor componentelor respectivei arii, organizații sau instituții. În ultimii ani, conceptul de *Guvernanță Corporatistă* se regăsește și în organizațiile ce activează în sectorul public*, în aceeași măsură ca în cel privat.

În practică, implementarea și dezvoltarea conceptului au influențat în mod deosebit natura și evoluția auditului intern. Acesta a căpătat noi valențe de-a lungul anilor, lărgindu-și deopotrivă sfera de activitate și gradul de acoperire a activităților auditabile.

Interesul manifestat peste tot în lume pentru Guvernanță, în ultimii 25 de ani, a alimentat forța auditului intern.

Guvernanța corporatistă include:

- principiile etice;
- responsabilitatea socială;
- bunele practici de gestionare a patrimoniului;
- activitățile de control.

Principiile și practicile pe care a fost construită guvernanța corporatistă pot fi aplicate în egală măsură și în sectorul public. De fapt, mulți ar putea susține că acest concept poate aduce mai multă valoare aici, unde sunt în joc interesele contribuabilului și ale publicului larg, care au dreptul să se aștepte ca instituțiile publice să fie bine conduse în activitatea de furnizare a serviciilor publice și în administrarea banului public.

În mod similar, Uniunea Europeană așteaptă ca proiectele pe care le finanțează să fie gestionate la cele mai înalte standarde. Drept urmare, organizațiile publice au adoptat pe scară largă principiile și practicile conducerii corporatiste și le-au adaptat la propriile circumstanțe.

Conceptul de conducere corporatistă se referă la transparența tranzacțiilor și la necesitatea monitorizării sistemului de control intern în vederea capacității acestuia de evaluare a riscurilor posibile, care să dea un plus de siguranță managementului organizațiilor pentru aplicarea strategiilor stabilite.

Pentru a evita o guvernanță necorespunzătoare, managementul de vârf trebuie să aibă preocupări deosebite pentru realizarea de strategii, elaborarea de politici de control intern cu ajutorul cărora să stabilească și să evalueze riscurile organizației.

Guvernanța în administrația publică este o combinație de procese și structuri implementate de management pentru a informa, conduce, direcționa și monitoriza activitățile organizației publice, în scopul atingerii obiectivelor prestabilite.

Din definirea conceptului rezultă că, guvernanța corporatistă este o încercare de a-i determina pe managerii de vârf să se achite de propriile obligații într-o manieră cât mai corectă și calificată, astfel încât să protejeze interesele factorilor interesați. Factorii interesați pot fi interni sau externi și vor avea cu siguranță cerințe și așteptări

* În practică se întâlnește frecvent conceptul de „guvernanță” care este privit ca un proces, iar termenul de „corporatistă” înseamnă „organizația în ansamblu”, adică face referire la toate părțile componente interne care lucrează împreună, dar care, în final, sunt integrate unei singure structuri recunoscute de conducere.

diferite, uneori chiar conflictuale, de la organizație. De asemenea, diferiții factori interesați pot pune o anumită presiune pe organizație în scopul de a-și satisface propriile nevoi și deziderate.

Conceptul guvernantei conține, pe lângă modul cum o organizație este condusă și controlată în vederea atingerii țintelor prestabilite și sistemul prin care aceasta interacționează cu factorii interesați și cum le protejează acestora interesele.

Integritatea este un concept-cheie și îngemănează un comportament corespunzător și etic, respectiv grija pentru interesele altora și responsabilitatea socială. Acest concept este implicit activităților desfășurate în sectorul public.

Transparența este necesară deoarece neregulile și/sau performanțele slabe se întâmplă de cele mai multe ori în spatele ușilor închise. Când faptele sunt la vedere, sunt deschise opiniei publice și supuse constatărilor justificate ale specialiștilor, există șanse mai mari să se îmbunătățească. Expunerea publică a propriilor acțiuni și decizii la examinare contribuie la îmbunătățirea comportamentelor și a performanței. De regulă, transparența este un principiu fundamental pentru organizațiile publice. Fără deschidere nu există evoluție și performanță, nu putem să devenim mai eficienți. Desigur, pentru o vreme putem ascunde comportamentele neprofesionale și performanțele slabe, dar nu pe termen lung.

Răspunderea este cel mai important principiu al guvernantei, dar, în același timp, este cel mai puțin înțeles și mai rar respectat în cadrul organizațiilor. Într-adevăr, în cele mai multe organizații răspunderea nu este suficient definită și nici nu este clară atât pentru personalul organizației, cât și pentru conducerea acesteia.

Asumarea răspunderii presupune claritatea soluțiilor și impune cunoașterea foarte bine a responsabilităților privind activitățile, rezultatele și comportamentele.

În cadrul organizațiilor publice, rolul auditului intern în ceea ce privește răspunderea este ridicat și se urmărește prin sistemul procedurilor scrise și formalizate.

Competența este acel element fără de care, dacă oamenii nu dispun, nu pot să-și realizeze atribuțiile în mod profesional. Competența se referă la abilități tehnice și comportamente necesare pentru asigurarea descărcării de responsabilitate.

Buna intenție este un concept frumos, dar fără a dispune de competența necesară ea devine lipsită de relevanță. Nivelul de competență trebuie stabilit înainte de ocuparea funcției și trebuie revizuit cu regularitate de către factorii de management.

Organizațiile publice trebuie să întocmească unele cerințe minime pentru asigurarea eficienței guvernantei corporatiste, și anume:

- existența unui sistem de control intern;
- asigurarea că sistemul de control intern funcționează;
- responsabilizarea managementului cu privire la monitorizarea sistemului de control.

Toate aceste elemente sunt urmărite și de către Comisia Europeană cu ocazia evaluării funcției de audit intern, mai ales în cadrul țărilor candidate.

În ultimul timp, auditul intern a evoluat foarte mult datorită conceptului de guvernare, care a influențat și responsabilizat într-o măsură mai mare managementul pentru evaluarea și administrarea riscurilor. Auditul intern va fi

inevitabil sub presiunea publicului, având în vedere că este funcția care poate aduce un surplus de transparență într-o lume atât de controversată. Prezența auditorului intern într-un asemenea context răspunde atât „principiilor guvernatei” de asigurare a transparenței tranzacțiilor organizației publice, cât și necesității conducerii de a-i aduce un plus de siguranță, care să-i permită să aibă curajul aplicării strategiei organizației în mod corect și eficient.

Acest aspect are la bază o serie de inițiative, cum ar fi:

a. *Importanța administrării riscului*

Responsabil de organizarea și implementarea sistemului de control intern este managementul, mai ales dacă ne referim la sectorul public. Managementul riscului și controlul sunt lucruri interne organizației publice. Rolul auditului intern este de a asigura managementul asupra faptului că dispune de un control intern funcțional și suficient.

Auditul intern ajută instituția publică să-și atingă obiectivele printr-o organizare metodică și sistematică. Aceasta presupune că va trebui să se implice în îmbunătățirea controlului intern și a proceselor de conducere, care se referă la politici și administrație, unde trebuie să se manifeste principiile guvernantei corporatiste.

Auditul trebuie să urmărească liniile generale ale managementului deoarece există *mici războaie* între diferite niveluri ale organizației care descurajează oamenii pentru a lucra bine.

Ideile auditorului intern trebuie aduse într-un spirit constructiv, altfel ele nu vor reprezenta un beneficiu pentru organizație. Auditorul intern există pentru a ajuta managementul, pentru a îmbunătăți managementul funcțional și pentru a evalua managementul riscului.

Concluziile și recomandările auditului intern sunt folositoare managementului din zonele auditate, în special cu privire la îmbunătățirile potențiale în procesul de management al riscului.

Managementul riscului, controlul și guvernarea cuprind politicile, procedurile și operațiunile determinate să asigure:

- îndeplinirea obiectivelor;
- evaluarea adecvată a riscului;
- credibilitatea raportării interne și externe și a procedurilor de tragere la răspundere;
- conformarea cu legile și regulamentele aplicabile;
- conformarea cu standardele de comportament și etică stabilite pentru organizație.

Auditul intern furnizează, de asemenea, un serviciu de consiliere, independent și obiectiv, pentru a ajuta managementul de la toate nivelurile, să îmbunătățească analiza riscului organizației, controlul și guvernarea.

Fiind ultimul nivel de control asupra întregului mediu de control, auditul intern, prin competențele profesionale pe care le oferă, produce adevărate intrări pentru entitate. Aceste intrări sunt efectuate pentru a asigura atingerea obiectivelor organizației publice, prin evaluare sistematică și disciplinată a politicilor, procedurilor și operațiilor aplicate de conducere.

Auditul intern, în contextul managementului economic, poate influența substanțial proiectarea și înfăptuirea deciziilor manageriale la toate nivelurile de agregare economică.

Întotdeauna, instituțiile publice ca entități patrimoniale distincte se confruntă cu incertitudinea și riscul pe care le opun natura și viitorul, dar și cu exigențele mereu mai diversificate și mai complicate ale mediului economic. Astfel, trecerea de la o zi la alta, de la o etapă social-economică la alta, de la un nivel de agregare la altul înseamnă a acționa potrivit uneia dintre alternativele posibile pe care ei le imaginează, având în vedere atât rezultatele, cât și deficiențele înregistrate în activitatea instituției publice, reliefate cu prilejul controlului și auditului intern.

Auditul intern, ca formă superioară de control într-o instituție publică, reprezintă o activitate obiectiv necesară datorită limitării și rarității resurselor economice, pe de o parte, și datorită nivelului profesionalismului economic, pe de altă parte. Aceasta face ca în domeniul auditului intern să se interfereze permanent oportunități multiple și provocări diverse, cu disfuncționalități și deteriorări sau deturnări ale activităților economice, ceea ce înseamnă că domeniul auditului are o dublă determinare, una obiectivă ce depinde de nivelul dezvoltării și perfecționării economiei și alta subiectivă ce depinde de educația economică, având în epicentrul ei instruirea de specialitate, de moralitatea și justiția la nivelul subiectului sau titularului. Componenta profesională este una esențială pentru existența, dezvoltarea și manifestarea personalității umane, la fiecare loc de activitate unde trebuie să se rezolve relația nevoi-resurse, respectându-se normele juridice corespunzătoare stabilite de societate în mod democratic, deoarece omul are libertatea de inițiativă, numai în măsura în care nu lezează interesele economice ale celorlalți, mai ales când vorbim de administrarea banului public. Ori, auditul intern are menirea să asigure respectarea riguroasă a acestei corelații, să semnaleze abaterile de la normalitate și să formuleze soluții pentru eliminarea neregulilor, asigurând gestionarea rațională și eficientă a patrimoniului public.

Intervenția auditului public constituie rolul esențial al acestuia, constând în acțiunea prioritară de cercetare a destabilizării economico-financiare și asigurarea funcționării normale a mecanismului economic într-o entitate publică. Depistarea la timp a neregulilor are importanță atât pentru manageri, dar mai ales pentru publicul larg, întrucât semnalează pericolele ce pot apărea datorită administrării defectuoase a patrimoniului și a consecințelor deosebit de nefavorabile pentru activitatea proprie, ca și pentru cea a partenerilor, ajungându-se la grave blocaje economico-financiare.

Prin vastul său orizont, prin arsenalul de tehnici și metode informaționale, prin problematica sa, auditul intern contribuie la activitatea reală de fundamentare a deciziilor de optimizare a activității entităților publice, în accepțiunea sa modernă, de gestionare rațională a fluxurilor financiare și a fluxurilor de rezultate începând de la nivelul microeconomic până la cel macroeconomic.

Aplicarea metodelor, tehnicilor și modelelor de control în acord cu traseele optime de utilizare rațională a banului public contribuie la managementul operativ al activității în cadrul tuturor instituțiilor publice și, în același timp, asigură realizarea unui dialog continuu între natura deciziei și complementul ei, control-reglare dinamică.

BIBLIOGRAFIE

- Boulescu, M.; Ghiță, M., *Fundamentele auditului*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2001
- Coșea, M.; Nastovici, L., *Evaluarea riscurilor – metode și tehnici de analiză la nivel micro și macroeconomic*, Editura Lux Libris, Brașov, 1997
- Dobroțeanu, L.; Dobroțeanu, C., *Audit, concepte și practici, abordarea națională și internațională*, Editura Tribuna Economică, București, 2002
- Ghiță, M.; Sprânceană, M., *Auditul intern în sistemul public*, Editura Tribuna Economică, București, 2006
- Ghiță, M., *Auditul intern*, Editura Tribuna Economică, București, 2005
- Flint, D., *Philosophy and Principles of Auditing*, Editura MacMillan Education LTD, London, UK, 1998
- Gray, I.; Manson, S., *The Audit Process: Principles, Practice and Cases*, Editura Business Press, ed. a 2-a, SUA, 2000
- Renard, J., *Teoria și practica auditului intern*, Editura Ministerului Finanțelor Publice, 2003
- Robertson C., Jack; Ouwers J., Timothy, *Auditing*, ninth edition, Irwin McGraw-Hill, 1999
- *** *Audit de performanță – îndrumări generale*, manual de curs elaborate din fondurile oferite de Uniunea Europeană prin Proiectul Phare RO 2002/000.586.03.04.13, București, 2006
- *** *Auditul performanței*, ghid al Curții de Conturi a României, proiect finanțat de Uniunea Europeană, București, 2003
- *** *Manual de audit financiar al Curții de Conturi a României*, 2002
- *** *Norme Naționale de audit emise de CECCAR*, București, 1999
- *** *Raportul de activitate al UCAAPI pentru anul 2005*
- *** *Legea nr. 672/19.12.2002*, Lege privind auditul public intern, M.Of. nr. 953/2002

II. ECONOMIE – PROBLEME GENERATE DE VIAȚA ECONOMICĂ CONTEMPORANĂ

DE CE ȘI CUM TREBUIE PROTEJAȚI INVESTITORII ÎN INSTRUMENTE FINANCIARE

Prof. univ. dr. **MAURI, Arnaldo**
Università degli Studi di Milano
Conf. univ. dr. **BAICU, Claudia**
Facultatea de Marketing și Afaceri
Economice Internaționale, București
Universitatea Spiru Haret

Abstract

Why and how investors in financial instruments have to be protected

Inflation, unfair taxation, expropriations without just compensation and financial scandals have repeatedly and heavily affected the wealth of European households during half of a century. This paper deals with recent failures in supervision of financial markets and focuses on three defaults: Argentina, Parmalat and subprime loans. The paper concludes by analyzing tools to be assigned to domestic supervisory authorities, changes in corporate governance to be introduced and administrative, as well as criminal penalties to be enhanced by the new law on saving protection. The main provisions regarding investors' protection established by the Markets in Financial Instruments Directive are also mentioned.

Key-words: *default, savings, financial instruments, corporate governance*

1. Introducere

Este cunoscut faptul că economiile individuale, realizate în cadrul familiilor, sunt supuse mai multor tipuri de riscuri, între care pot fi menționate: riscurile legate de calamitățile naturale și evenimentele politice și sociale (război, revoluții etc.); riscurile privind fluctuația ratei dobânzii, prețurilor și cursurilor valutare; inflația; abuzuri în impozitare; exproprieri fără dezbăgubiri corespunzătoare; comportamentul incorect și fraudulos al entităților care emit și distribuie instrumente financiare.

Din riscurile sus-menționate, în această lucrare vor fi dezvoltate aspecte referitoare la ultima categorie, respectiv la riscul de pierdere sau diminuare a economiilor ca urmare a comportamentului incorect al emitenților de instrumente financiare, al băncilor care plasează emisiunile pe piață, al băncilor de *retail* care vând instrumentele financiare la ghișeele lor, precum și al agențiilor de *rating*.

Totodată, trebuie menționat faptul că din ansamblul investitorilor în instrumente financiare s-au făcut referiri, în special, la investitorii individuali, respectiv la investițiile în instrumente financiare realizate de către familii, deoarece acestea necesită, în primul rând, protecția economiilor. În marea majoritate a cazurilor, investitorii din această categorie nu au competența financiară necesară pentru a evalua corect riscurile la care se expun.

În prezent, în condițiile accentuării globalizării financiare, riscul legat de comportamentul incorect și fraudulos al emitenților de instrumente financiare a devenit și mai pregnant, deoarece, din dorința de diversificare a portofoliului sau de obținere a unor randamente superioare, multe familii și-au investit economiile în titluri emise de emitenți străini, cum ar fi bănci și firme străine sau state suverane. Mai mult chiar, instrumentele financiare sunt din ce în ce mai complexe și mai sofisticate, astfel încât investitorilor le este tot mai greu să evalueze riscurile pe care și le asumă. Asimetria informativă dintre investitori, pe de o parte, și emitenți și intermediarii financiari, pe de altă parte, se accentuează.

În acest context, consumatorul de produse financiare, ca orice tip de consumator, are nevoie de protecție adecvată contra reclamei înșelătoare, lipsei de transparență a pieței, comportamentului incorect al emitenților și intermediarilor financiari.

Necesitatea protecției economiilor individuale de către stat se justifică printr-o serie de motive, care comportă aspecte etice, economice și juridice (Zampetti, 1996):

- realizarea de economii este o virtute care implică sacrificii și care are valori afective, etice și sociale;
- economiile consolidează familia, conducând la creșterea solidității patrimoniale;
- economiile permit creșterea investițiilor și, implicit, creșterea economică; un sistem financiar eficient are capacitatea de a îmbunătăți alocarea resurselor, fruct al economiilor, favorizând cele mai bune și inovatoare firme și, astfel, accelerând ritmul de dezvoltare;
- economiile și proprietate privată, care este o consecință a acestora, sunt drepturi fundamentale ale cetățeanului.

Scandaluri financiare de dată recentă, care au implicat și titluri financiare emise de către firme și state suverane, au avut impact puternic asupra economiilor populației din diferite țări, provocând numeroase pierderi. În consecință, au avut loc o serie de dezbateri în Statele Unite, dar și în unele țări europene, cu privire la inițiativele legislative care trebuie luate pentru a preîntâmpina asemenea situații. Modelul care a suscitat cel mai mare interes a fost SARBANES-OXLEY ACT, din Statele Unite, lege adoptată în 2002, după scandalul Enron.

La nivel comunitar, a fost adoptată *Directiva 2004/39/CE privind piețele de instrumente financiare*, care a stabilit cadrul de reglementare european pentru intermediarii de servicii de investiții financiare, piețele reglementate și sistemele alternative de tranzacționare. Directiva cuprinde, de asemenea, dispoziții importante referitoare la asigurarea unui nivel ridicat de protecție pentru investitorii în instrumente financiare.

2. Comportamentul incorect și fraudulos al emitenților și intermediarilor financiari

În ultimul timp, pierderea economiilor realizate de către familii a fost cauzată și de comportamentul incorect și fraudulos al entităților implicate în colectarea economiilor, de la cele care emit instrumentele financiare până la cele care le distribuie și le administrează în contul investitorilor.

De subliniat că pierderile suferite de investitori nu sunt provocate numai de comportamentul incorect și fraudulos al emitenților și intermediarilor financiari; deseori, evoluția piețelor este imprevizibilă, iar activitatea economică incumbă asumarea de riscuri care nu totdeauna pot fi evitate sau asigurate. O influență puternică asupra investițiilor o pot avea și fenomenele naturale sau evenimentele politice.

Conducătorii firmelor care acționează în mod fraudulos au diverse motivații. O posibilă cauză este dorința de a salva cu orice preț firma de la faliment, considerând că problemele pe care le are reprezintă doar o etapă tranzitorie. Astfel, sunt apărate atât interesele acționarilor, cât și ale salariaților. În schimb, în alte situații, se urmărește doar îmbogățirea personală.

O comparație între diferite cazuri – Argentina, Enron, WorldCom, Vivendi, Parmalat – evidențiază că debitorii publici (Argentina) se bucură de un statut privilegiat și chiar de impunitate, mai ales când păgubiții sunt cetățeni străini. Riscul de neplată depinde nu numai de incapacitatea debitorului de a plăti, dar și de lipsa voinței acestuia de a restitui sumele datorate; în cazul Argentina au fost valabile ambele motive.

Înainte de a menționa unele măsuri de prevenire a situațiilor de acest gen, se consideră oportună prezentarea a două cazuri care au avut incidență majoră asupra investitorilor italieni în ultimul timp: Argentina și Parmalat. În ambele cazuri a existat o enormă asimetrie informativă între emitenți și băncile însărcinate cu plasamentul emisiunilor, pe de o parte, și investitori, pe de altă parte. Dacă se presupune că primii erau conștienți de creșterea vertiginoasă a riscurilor aferente emisiunilor de titluri, investitorii nu au fost informați sau au primit puține informații în acest sens. La centru s-au situat băncile de *retail* și agențiile de *rating* care trebuiau să supravegheze piețele.

2.1. Argentina

Criza argentiniană a avut un impact puternic asupra economiilor realizate de italieni atât în ceea ce privește numărul investitorilor (450.000), cât și valoarea totală (care se apropie de 1,5% din PIB)¹. La întrebarea cum de a fost posibil să se înregistreze pierderi de o asemenea anvergură, se poate răspunde invocând cel puțin două motive:

a) legăturile sentimentale care există între Italia și Argentina. Mai mult de 40% din locuitorii Argentinei sunt de origine italiană și numeroase familii italiene

¹ Date conținute într-o scrisoare a profesorului Victor Uckmar publicată în „Corriere della Sera” (2005).

au rude peste ocean. La începutul anilor '90, Argentina se afla pe poziții mondiale fruntașe în privința venitului pe cap de locuitor, ceea ce a favorizat imigrarea din Italia. Această imagine de țară bogată, fericită, ospitalieră, în care viața este ușoară a persistat și atunci când condițiile economice și sociale din Argentina s-au deteriorat treptat. În Argentina, filozofia de viață este în antiteză cu ritmurile frenetice care caracterizează astăzi multe din societățile Occidentale și din Extremul Orient. Aceasta poate fi sintetizată astfel: „nu face astăzi ceea ce poate fi amânat mâine”, în care „mâine” nu semnifică ziua următoare, ci un viitor nedefinit;

b) comportamentul unor bănci de *retail*, care chiar până la izbucnirea crizei au vândut clienților titlurile denumite sugestiv *tango bonds*.

Cauzele care au condus la colapsul financiar de la sfârșitul anilor 1990 sunt multiple și nu toate pot fi imputate autorităților de la Buenos Aires. Între acestea pot fi menționate: ancorarea rigidă a monedei naționale de dolarul american (mecanismul *currency board*), aprecierea dolarului din anii 1990, criza financiară mexicană, politica protecționistă europeană pentru produsele agricole, rigiditatea prețurilor și salariilor, atitudinea ambiguă a Fondului Monetar Internațional (FMI).

Din dorința de a obține cât mai multe voturi, guvernele populiste argentinene au practicat o politică fiscală laxă, acoperind deficitele bugetare prin tipărirea de monedă, care însă a provocat creșterea inflației. Prin aplicarea mecanismului *currency board*, eficient în stoparea inflației, guvernele argentinene nu au mai putut acoperi deficitul prin tipărirea de monedă. Întrucât nu au fost dispuse să-și schimbe politica privind cheltuielile publice, în prima jumătate a anilor 1990, guvernele argentinene au acoperit deficitul cu încasările rezultate din privatizarea marilor întreprinderi de stat care dominau economia națională. Odată epuizată și această sursă, s-a recurs la împrumuturi de pe piețele internaționale, până când sumele obținute din noile emisiuni erau utilizate pentru plata dobânzilor pasive. Când a fost imposibilă recurgerea la noi emisiuni, s-a ajuns, în decembrie 2001, la colaps.

Sintetizând, responsabile pentru criza financiară din Argentina sunt FMI și guvernele argentinene care s-au succedat la putere în deceniul al noulea al secolului trecut și care nu au urmărit decât propriul lor interes politic. Totodată, se impune a fi menționat și comportamentul băncilor internaționale însărcinate cu plasarea pe piață a emisiunilor de *tango bonds*. Se pune întrebarea cum de a fost posibil ca aceste bănci să nu-și dea seama că gradul de îndatorare al Argentinei creștea peste măsură. Cu siguranță că în decizia băncilor internaționale de a plasa emisiunile de *tango bonds*, comisiunile în valută forte pe care le încasau imediat, fără asumarea vreunui risc, au fost foarte importante.

În sfârșit, probabil din același motiv, băncile de *retail* italiene au promovat vânzarea la ghișeele lor a titlurilor sus-menționate, chiar și atunci când datele macroeconomice privind Argentina ar fi sugerat o anumită prudență. Este greu de crezut că cel puțin în cadrul principalelor grupuri bancare să nu fi existat experți specializați în analiza piețelor sud-americane. Atunci cum poate fi explicat faptul că numărul de titluri argentinene din portofoliul băncilor pare a fi mult mai mic decât cel în care au investit clienții lor? Poate a fost și o lipsă de comunicare între

direcțiile financiare ale băncilor și ghișeele din teritoriu, presate, la rândul lor, de direcțiile comerciale.

În ultimul rând, trebuie menționate agențiile de *rating*, acuzate, pe bună dreptate, că au fost prea generoase atunci când au evaluat riscul de țară al Argentinei. Pentru a se apăra au argumentat că s-au bazat pe convingerea, care s-a dovedit a fi greșită, că FMI ar fi intervenit pentru a salva investitorii, așa cum a procedat anterior în cazul crizei debitoare mexicane din anii 1990. În plus, au invocat faptul că datele care le-au fost puse la dispoziție erau lipsite de acuratețe și că previziunile lor se refereau doar la capacitatea de rambursare și nu la voința de rambursare.

2.2. Parmalat

Parmalat era o firmă de familie care a crescut rapid printr-o serie de achiziții atât în Italia, cât și în străinătate, ajungând să se situeze pe locul patru în cadrul marilor grupuri din industria alimentară europeană. Firma era bine reprezentată în teritoriu și se bucura de o imagine pozitivă, obținută în timp ca urmare a mai multor factori, între care foarte importanți au fost: calitatea optimă a produselor, climatul bun, neconflictual din fabrică, precum și o serie de relații personale întreținute cu abilitate atât cu lumea politică, socială, sportivă, cât și religioasă.

Cazul Parmalat este binecunoscut nu numai în Italia, dar și în alte țări. Pe măsură ce investigațiile judiciare avansau, ieșeau la lumină multe nereguli, nemaexistând niciun dubiu cu privire la falsificarea grosolană a bilanțului și la responsabilitatea celor care au conceput, ordonat și operat falsurile.

Și în cazul Parmalat au fost acuzate băncile de investiții internaționale care au plasat emisiunile pe piață și care, cel puțin aparent, nu și-au dat seama că firma s-a îndatorat peste măsură. Acești operatori, chiar dacă nu sunt implicați direct în cererile de despăgubire, ar trebui să aibă de suferit în privința reputației și să suporte riscul excluderii de pe piață.

Foarte criticate au fost și băncile de *retail*, care chiar și cu puține săptămâni înainte de izbucnirea crizei recomandau clienților și nu descurajau cumpărarea obligațiunilor Parmalat. Și de data aceasta, la fel ca la *tango bonds*, comportamentul băncilor de *retail* s-ar putea datora comunicării defectuoase dintre direcțiile financiare ale băncilor și rețelele teritoriale care distribuiau titlurile. În acest sens, este sugestivă opinia comisarului extraordinar al firmei Parmalat, Enrico Bondi, care consideră că băncile, chiar dacă nu aveau posibilitatea să cunoască situația financiară precară a firmei, puteau, cel puțin, să aibă unele suspiciuni.

În sfârșit, grave carențe au fost identificate și în ceea ce privește activitatea agențiilor de *rating*, care nu au putut să prevadă apariția crizei. Pentru a fi absolvite de vină, acestea au adus drept argument prezentarea bilanțurilor false certificate de auditori. Totuși, într-un articol apărut în ziarul *Rinascimento Popolare*, Marco Vitale (2004) a realizat o analiză comparată a bilanțurilor grupului Parmalat și a celor prezentate de către alte grupuri internaționale care activau în același domeniu (Danone, Unilever, Nestlé). Studiul s-a bazat exclusiv pe utilizarea de date publice (date false pentru Parmalat). Autorul a arătat că existau anomalii importante între

grupul Parmalat și grupurile industriale similare. De ce agențiile de *rating* nu au semnalat anomaliile? Aceasta cu atât mai mult cu cât, spre deosebire de Vitale, aveau la dispoziție și puteau solicita direct de la firmă și informații confidențiale.

Numai pe 9 decembrie 2003 o cunoscută agenție de *rating*, care notase emisiunile Parmalat drept titluri cu risc redus, a decis să le retrogradeze la categoria titluri speculative, iar în zilele următoare a emis o serie de dubii cu privire la capacitatea firmei de a răscumpăra titlurile. Dar, în acele zile, citind ziarele, chiar și omul de pe stradă își dădea seama de situația financiară gravă a firmei.

3. Remedii posibile pentru evitarea riscului de neplată

Crizele financiare menționate, dar și alte crize recente care au implicat titluri financiare emise de către state suverane sau firme importante au condus la pierderea economiilor populației. În acest context, în diverse țări europene au existat o serie de dezbateri și propuneri prezentate atât de lumea academică, cât și de oameni politici sau asociații de consumatori.

Modelul care a suscitât cel mai mare interes a fost SARBANES – OXLEY ACT din Statele Unite, denumit după numele celor doi parlamentari americani care l-au promovat. Legea a fost emisă în 2002, după scandalul Enron. Pe lângă faptul că instituie sancțiuni penale severe pentru delictul societare, între care falsul în bilanț, legea stabilește obligativitatea constituirii unor comitete de control, formate din administratori independenți. De asemenea, prevede responsabilități pentru administratorii și directorii financiari care prezintă bilanțurile, precum și pentru administratorii în ceea ce privește validitatea sistemelor interne de control ale societății (Mitchell, 2003). Reforma guvernantei corporatiste începută prin legea citată anterior a fost continuată de SEC (*Securities and Exchange Commission*), care a elaborat o serie de norme. Între acestea se impune a fi amintită norma care interzice administratorilor și managerilor să primească credite de la propriile firme (Glassman, 2005).

SARBANES – OXLEY ACT a fost apreciat în toată lumea, dar a ridicat și o serie de probleme în Statele Unite (Romano, 2004). Unii autori au subliniat că, din cauza îndeplinirii multor aspecte formale și a condiționărilor în gestionarea firmei, noua lege comportă creșterea considerabilă a costurilor. Creșterea costurilor și, în consecință, micșorarea profiturilor nu s-au regăsit în aceeași măsură în diminuarea riscurilor suportate de către investitori (Ribstein, 2003). Reglementările menționate pot frâna superficialitatea și erorile în gestiune, dar nu au efect atunci când administratorii și managerii respectă în totalitate, din punct de vedere formal, legislația în vigoare (Perino, 2002). O confirmare în acest sens este recenta criză financiară a creditelor *subprime*.

Dezbateri privind preluarea legii americane referitoare la administratorii independenți și, mai ales, la înăsprirea sancțiunilor pentru delictul societare au existat și în Europa. Transplantarea reglementărilor dintr-o țară în alta ridică însă o serie de probleme și presupune adaptarea la realitățile concrete diverse din țara în care au fost importate.

Recentele crize financiare au arătat că trebuie analizat și comportamentul băncilor, cărora le-ar reveni rolul de „gardieni” ai pieței. Nu încapă niciun dubiu că atât băncile de investiții internaționale, care plasează pe piață noile emisiuni, cât și băncile de *retail*, care distribuie și acordă consultanță investitorilor, trebuie să fie atent supravegheate. Prospectele informative, declarațiile explicite privind lipsa vreunei responsabilități din partea băncilor de *retail*, pretipărite și semnate de clientul investitor în momentul cumpărării instrumentelor financiare, alte materiale similare au rolul, mai degrabă, de a dezvinovăți banca, fără a-l ajuta câtuși de puțin pe investitor. În majoritatea cazurilor, clientul nu citește aceste materiale (și pentru că este dificil de înțeles), urmând întrutotul sfaturile funcționarului bancar sau promotorului financiar. Deseori, acesta din urmă nu are pregătirea profesională adecvată și nu primește la timp informațiile necesare de la direcțiile specializate, respectiv documente sintetice din care să rezulte clar dacă trebuie să încurajeze sau să descurajeze cumpărarea anumitor titluri ori, în cazul în care sunt deja în portofoliul clienților, dacă trebuie să le păstreze sau să le vândă. Oricum, funcționarul bancar ar trebui să verifice capacitatea clientului de a suporta riscul. În plus, ar trebui să aibă grijă ca portofoliul de titluri al clientului să fie diversificat.

În continuare, câteva considerații privind agențiile de *rating*, care se laudă că au importante servicii de cercetare, în care lucrează experți contabili, analiști financiare și economiști de nivel înalt. Și în acest sector apar potențiale conflicte de interese. În prezent, chiar firma ce trebuie evaluată alege și plătește agenția de *rating* căreia îi încredințează această sarcină și de care depinde costul împrumutului. Chiar și cea mai mică creștere sau descreștere a ratingului acordat influențează nivelul ratei dobânzii pe care firma trebuie să o plătească pentru obținerea finanțării. În plus, agențiile de *rating* oferă firmelor pe care le evaluează și alte servicii remunerate. Este surprinzător faptul că agențiile de *rating* nu au modificat în timp util categoria de risc aferentă titlurilor evaluate (promovări sau degradări), mai ales atunci când s-ar fi impus o declasare. Se pare că, în 75% din cazuri, deciziile de scădere a ratingului adoptate de agenții au fost anticipate de piețe. Așa s-a întâmplat în cazurile Argentina și Parmalat, dar și Enron. În aceste condiții, se pune întrebarea dacă agențiile de *rating* au avut expertiza necesară sau dacă nu au vrut să creeze dificultăți și să accelereze criza firmelor pe care le evaluau și care, în ultimă instanță, erau cliențele lor.

În sfârșit, este necesară gândirea unei acțiuni care să descurajeze alte țări să ia exemplul Argentinei. Deoarece FMI, care, într-un anumit grad este responsabil pentru criză, nu intenționează să adopte măsuri de prevedere adecvate contra țărilor insolabile, s-ar putea studia unele măsuri care să se utilizeze atât pe plan național, cât și comunitar. De exemplu, interdicția pentru băncile de investiții de a mai plasa titluri timp de un deceniu sau pentru băncile de *retail* de a le distribui, indiferent de *rating* și de randamentele oferite.

4. Directiva europeană privind piețele de instrumente financiare (MIFID)

Măsuri destinate să sporească protecția investitorilor în instrumente financiare au fost luate și la nivel comunitar. Pe fondul recurgerii tot mai frecvente

a investitorilor la piețele de capital și a creșterii complexității instrumentelor financiare negociate, recent a fost adoptată Directiva 2004/39/CE privind piețele de instrumente financiare (*Markets in Financial Instruments Directive – MIFID*), care a intrat în vigoare la 1 noiembrie 2007. Această directivă a înlocuit Directiva 93/22/CEE privind serviciile de investiții în valori mobiliare.

Noua directivă și-a propus să creeze o piață integrată europeană care să ofere investitorilor un nivel ridicat de protecție și să permită firmelor de investiții să presteze servicii în întreaga uniune pe baza principiului supravegherii exercitate de țara de origine. În același context, se recunoaște importanța crescândă a consultanței în materie de investiții financiare și, de aici, necesitatea conturării unui cadru unitar de reglementare, care să protejeze interesele clienților.

Cadrul legislativ sus-menționat a fost completat ulterior, în 2006, prin adoptarea Directivei 2006/73/CE privind măsurile de implementare prevăzute în Directiva 2004/39/CE referitoare la cerințele organizatorice și condițiile de operare pentru firmele de investiții.

Dispozițiile MIFID aferente celor două directive (2004/39/CE și 2006/73/CE) au fost transpuse în legislația țărilor membre ale Uniunii Europene. În acest scop, în România, Comisia Națională a Valorilor Mobiliare (CNVM) a adoptat: Regulamentul nr. 32/2006 privind serviciile de investiții financiare, Regulamentul nr. 2/2006 privind piețele reglementate și sistemele alternative de tranzacționare și Regulamentul nr. 31/2006 de completare a reglementărilor CNVM în vederea implementării unor prevederi ale directivelor europene.

Directiva 2004/39/CE privind piețele de instrumente financiare conține o serie de prevederi referitoare la:

- definirea termenilor și expresiilor utilizate, precum și câmpul de aplicare;
- condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o firmă de investiții pentru a obține autorizația de funcționare și, ulterior, de exercitare a activității;
- piețele reglementate;
- sistemele multilaterale de tranzacționare (în legislația românească, sisteme alternative de tranzacționare);
- autoritățile competente să realizeze sarcinile prevăzute în cadrul directivei;
- dispoziții finale;
- lista serviciilor, activităților și instrumentelor financiare (Anexa I);
- explicitarea noțiunii de „client profesional” (Anexa II).

În cadrul directivei se pune accent pe transparența tranzacțiilor înainte și după negociere, ca o condiție necesară atât pentru protecția investitorilor în întreaga uniune, cât și pentru buna funcționare a pieței.

MIFID impune firmelor de investiții să ia toate măsurile necesare pentru a executa ordinele clienților în cele mai bune condiții; de altfel, unul dintre principalele obiective urmărite de directivă este garantarea calității executării operațiunilor către clienții investitori.

Se introduce o nouă disciplină privind conflictele de interese. Firmele de investiții sunt obligate să ia toate măsurile organizatorice și administrative care să

identifice și să prevină apariția conflictelor de interese dintre ele și clienții lor sau dintre doi clienți de-ai lor (art. 13, paragraful 3; art. 18, p. 1). În situația în care acest lucru nu este posibil, firmele de investiții trebuie să explice clar clienților natura și sursa conflictelor de interese înainte de a acționa în numele lor (art. 18, p. 2).

Referitor la protecția investitorilor, directiva stabilește mai multe reguli de conduită pe care firmele de investiții trebuie să le respecte. După declararea principiului că informațiile pe care firmele de investiții le pun la dispoziția clienților trebuie să fie corecte, clare și neamăgitoare (art. 19, p. 2), sunt enumerate o serie de principii referitoare la felul informațiilor pe care firmele de investiții trebuie să le pună la dispoziția clienților și, invers, la cele pe care firmele de investiții trebuie să le obțină de la clienți. În prima categorie sunt incluse informații care vizează:

- firma de investiții;
- serviciile pe care le oferă;
- instrumentele financiare pe care le folosește;
- strategia de investire adoptată;
- sistemele de executare;
- costurile aferente serviciilor prestate (art. 19, p. 3).

Toate acestea au ca scop conștientizarea clienților cu privire la riscurile pe care și le asumă utilizând serviciile respectivei firme de investiții.

La rândul lor, firmele de investiții care acordă consultanță și servicii de gestionare a portofoliului trebuie să-și cunoască clienții, în sensul că trebuie să-și procure informațiile necesare privind experiența lor în materie de investiții financiare, astfel încât să le poată recomanda servicii de investiții și instrumente financiare care să se potrivească cel mai bine profilului lor (art. 19, p. 4).

Tot în scopul asigurării protecției necesare investitorilor, directiva prevede obligația firmelor de investiții de a clasifica clientela în funcție de competența în materie financiară și, implicit, de capacitatea de a evalua riscurile. În acest sens, se face distincție între clienții profesionali și clienții în detaliu, măsurile de protecție care trebuie luate de firmele de investiții fiind adecvate specificului fiecărei categorii. În spiritul directivei (Anexa II), prin client profesional se înțelege clientul „care are experiența, cunoștințele și competența necesare pentru a lua propriile decizii de investire și a evalua corect riscurile pe care și le asumă”. În această categorie sunt incluse: instituțiile de credit, firmele de investiții, societățile de asigurări, fondurile de pensii, alți investitori instituționali, marile firme care îndeplinesc anumite standarde (capitaluri proprii, cifră de afaceri, total bilanț), guverne naționale și regionale, bănci centrale, Banca Mondială, Fondul Monetar Internațional, Banca Centrală Europeană, Banca Europeană de Investiții, alte organisme internaționale similare.

Pentru a se asigura transparența și integritatea pieței sunt prevăzute o serie de reguli pe care firmele de investiții trebuie să le respecte. În principiu, acestea se referă la obligația firmelor de investiții de a declara tranzacțiile încheiate și de a păstra, pentru un anumit număr de ani, datele (art. 25).

În același scop, se prevede întărirea sistemelor interne de control, menite să verifice respectarea reglementărilor în materie de investiții financiare.

5. Criza financiară a împrumuturilor *subprime*

Dezvoltarea impetuoasă a împrumuturilor *subprime* a fost favorizată de schimbarea modelului tradițional de activitate al marilor bănci de *retail* și de investiții, precum și de inovarea financiară cunoscută sub denumirea de securitizare. Modelul tradițional atribuia băncilor funcția de transformare a scadențelor, cu scopul de finanțare a investițiilor. Băncile își asumau riscurile pentru creditele pe care le dețineau în portofoliu și, ca atare, se ocupau cu monitorizarea debitorilor. La această funcție se adăuga activitatea bancară de investiții financiare.

Conform noului model, băncile își mențin funcția de acordare a creditului, dar piața, respectiv investitorii finali, sunt cei care își asumă riscurile. În esență, creditul a devenit un bun care se vinde și se cumpără pe piață și care nu mai este un activ în bilanțul băncilor. Ca urmare, acestea sunt mai puțin interesate să evalueze și să monitorizeze debitorii.

Instrumentele financiare rezultate în urma vânzării pachetelor de credite au caracteristici proprii. Investitorii care au cumpărat aceste instrumente sunt expuși riscului de nerambursare a creditelor securitizate, dar nu suportă riscul de faliment al băncii care a acordat creditele. În plus, aceste instrumente nu sunt nici emise, nici negociate, nici cotate la bursă. Toate tranzacțiile, atât în faza de emisiune, cât și, eventual, în faza de negociere au loc pe piața OTC (*over the counter*). Cum, în esență, aceste produse financiare se adresează investitorilor care ar trebui să aibă o anumită calificare, nu sunt supuse reglementării. În sfârșit, în lipsa unui preț de piață bursier, evaluarea acestor instrumente complicate în ceea ce privește riscul se bazează pe ratingul atribuit de agențiile de *rating* și pe modelele adoptate de către investitori.

În plan teoretic, această revoluție financiară a avut efecte importante considerate, într-o primă etapă, foarte utile. Între acestea, pot fi enumerate:

a) diminuarea concentrării riscurilor, care sunt distribuite mai multor investitori dispuși să și le asume prin diversificarea adecvată a portofoliului;

b) prin diversificarea portofoliului se reduc riscurile specifice conținute în instrumentele financiare structurate;

c) investitorii au posibilitatea să facă noi alegeri privind raportul risc/randament;

d) persoanele și entitățile care anterior nu aveau posibilitatea să obțină credite ipotecare au șanse mai mari de reușită. Este vorba de persoanele care nu obțineau credite fie din cauza politicii băncilor de raționalizare a creditelor, fie pentru că erau considerate cu grad mare de risc (chiar dacă erau dispuse să plătească rate ale dobânzii mai mari). De exemplu, în Statele Unite au beneficiat de această facilitate familiile minorităților etnice cele mai sărace.

Criza financiară din vara anului 2007, cunoscută drept criza creditelor *subprime*, a avut efecte negative asupra întregului sistem financiar din SUA, pentru

ca, ulterior, să se propage și în alte țări. În Statele Unite, creșterea insolvențabilității creditelor ipotecare cele mai riscante și scăderea prețurilor din sectorul imobiliar au avut consecințe mult mai grave decât pierderile directe provocate, inițial, de neplata creditelor sus-menționate. Toate instrumentele financiare rezultate în urma securitizării creditelor, chiar și cele bazate pe credite fără probleme de solvabilitate, au cunoscut scăderea sensibilă a prețului și pierderea totală a lichidității (nimeni nu era dispus să le cumpere). A fost paralizată piața creditului interbancar. Investitorii doreau să investească numai în instrumente fără risc, iar bilanțurile băncilor au fost grav afectate. Autoritățile de supraveghere au fost luate prin surprindere: o inginerie financiară considerată la început drept progres s-a transformat, din păcate, într-un dezastru.

Înainte de a se propune alte măsuri și reglementări în afara celor prevăzute de modelul SARBANES – OXLEY ACT este necesară înțelegerea profundă a cauzelor care au produs criza și a efectelor pe care le-a avut pe piețele financiare din întreaga lume.

BIBLIOGRAFIE

- Bortot, F., *Frozen Savings and Depressed Development in Argentina*, „Savings and Development”, vol. XXVII, n. 2, 2003
- Butler, W.A.; Fauver, L., *Legal and Economic Determinants of Sovereign Credit Ratings*, SSRN, January 2005
- Demianyk, Y. & van Hemert, O., *Understanding the Subprime Mortgage Crisis*, SSRN, February 2008
- Glassman, C. A., *The Role of the Audit Committee: The US Experience*, „Mercati finanziari e sistema di controlli”, Centro Nazionale di Prevenzione e Difesa Sociale, Giuffré, Milano, 2005
- Keys, B.J.; Mukherjee, T.K.; Seru, A., *Did Securitization Lead to Lax Screening? Evidence from Subprime Loans*, SSRN, April 2008
- Mauri, A., “La situation et l’avenir des caisses d’épargne dans le monde”, în Groupement international pour l’étude des problèmes de l’Épargne, *L’avenir de l’épargne dans la société de consommation*, Bruxelles, 1981
- Mauri, A., *Risparmio familiare oggi: commento*, în A.A.V.V., „Tendenze nuove della intermediazione finanziaria”, Egea, Milano, 1991
- Mitchell, L.E., *The Sarbanes-Oxley Act and the Reinvention of Corporate Governance*, „Villanova Law Review”, vol. 48, n. 4, 2003
- Montalenti, P., *La responsabilità degli amministratori nell’impresa globalizzata*, „Mercati finanziari e sistema dei controlli”, Centro Nazionale di Prevenzione e Difesa Sociale, Giuffré, Milano, 2005
- Onado, M., *Imprese, banche, agenzie di rating nella crisi del terzo millennio*, „Mercati finanziari e sistema dei controlli”, Centro Nazionale di Prevenzione e Difesa Sociale, Giuffré, Milano, 2005
- Perino, M.A., *Enron’s Legislative Aftermath: Some Reflections on the Deterrence Aspects of the Sarbanes-Oxley Act of 2002*, Columbia Law and Economics Working Paper n. 212, 2002

- Ribstein, L.E., *Market vs Regulatory Responses to Corporate Fraud: A Critique of the Sarbanes-Oxley Act of 2002*, „Journal of Corporation Law”, vol. 28, n. 1, 2003
- Romano, R., *The Sarbanes-Oxley Act and the Making of Quack Corporate Governance*, Yale Law and Economic Research Paper n. 297, 2004
- Vitale, M., *Parmalat: crisi di sistema*, în „Rinascimento popolare”, vol. IX, n. 2, 2004.
- Zampetti, P.L., *La sovranità della famiglia e lo stato delle autonomie. Un nuovo modello di sviluppo*, Rusconi, Milano, 1996
- Zywicki, T. J. & Adamson, J., *The Law and Economics of Subprime Lending*, Gorge Mason Law & Economics Research Paper, n. 17/2008
- *** *Markets in Financial Instruments Directive* (2004/39/CE of 21/04/2004)
- *** www.cnvmr.ro/normeeuropene

THE RENAISSANCE OF THE SYNDICATED FINANCING

Associate Professor **PETROV, Dancho**
Varna University of Economics

Abstract

Syndicated loans are granted collectively by a group of banks – bank syndicate or consortium. This allows the diversification of loan and liquid risk between the participating lending institutions. Nowadays, syndicated lending is among the main global sources of financial resources. The annual amount of syndicated loan agreements increases 4,500 billion US dollars. It represents nearly one third part of the total international funding. The main points on this paper are focused in evolution of syndicated lending and organizational hierarchy of bank syndicates. The paper deals also with tracing the tendencies on the primary and secondary syndicated loan markets and studying the level of integration of the international syndicated loan market.

Key-words: *syndicated loans, banks syndicate members, mandated arrangers, mandatory contracts, global syndicated loan market*

JEL Classification: G₁₅₀

1. The evolution of the market of the syndicated loans

1.1. Stages in the development of the syndicated financing

The evolution of syndicated lending¹ can be divided into three basic phases [9]. The initial format of syndicated lending was based on government debt financing in the '70s of the 20th century. During the period 1970-1982, the medium-term syndicated loans were used as a channel for expansion of foreign capital to the developing countries in Latin America, Asia and Africa. As a result of this, the syndicated loans constituted a major part of the governmental debt of these countries. Lending institutions of different size took part in the bank syndicates [1]. The banks found out a convenient tool for acquiring an exposure in the emerging markets, without having to establish a local presence. The banks'

¹ The etymology of the term “syndicate” is connected with the Latin language (“syndicus”), but it is believed to have descended from the Greek word “σύνδικος” (“syndicos”), which means a person, who controls a trial at the courts or ombudsman. In French, the word “syndicat” is used as a synonym of administrator in a specific geographical area. In its modern meaning, the term “syndicate” means: 1) an alliance of firms for elimination of competition and rise in prices; 2) an alliance of banks for joint loan granting; 3) the name of professional organizations in some countries; 4) the job of a bankruptcy trustee. Visit: Wikipedia, The Free Encyclopedia, <http://en.wikipedia.org>.

interest in the syndicated lending and the rise of its popularity among the borrowers in the emerging markets led to the vehement increase of the total amount of this type of loans – starting from insignificant amounts in the early '70s to \$46 billion in 1982.

The beginning of the second phase in the syndicated lending development was marked by the debt market crisis in 1982 in the developing countries. First Mexico defaulted, then some other countries including Brazil, Argentina, Venezuela and the Philippines experienced serious difficulties in servicing their domestic debts. As a logical consequence of the debt crisis was the lenders' withdrawal from the developing markets, as a result of which the smallest volume of lending of \$9 billion was registered in 1985. Citybank and some other big US banks have been forced to write off a great part of their loans to the developing countries from their balance sheets. This move accelerated the negotiation of a plan for state debt transformation in some emerging and developing economies through the so called "Brady" bonds – a widely known tool in Bulgaria at the beginning of the '90s in the previous century.

The third stage was connected to the implementation of the "Brady" plan, which gives an impetus for the development of the syndicated loans market. The banks, having drawn out their conclusions from the debt market slump, started applying more sophisticated risk assessment techniques to syndicated lending, partly relying on the ones already used in the corporate bond market. They also started to make wider use of preventive techniques as covenants in the agreements and fixing of benchmark parameters, which linked pricing of exposures to the changes in borrower's risk rating and debt servicing.

1.2. Syndicated loan market at present

Under the influence of globalization and the processes of privatization in the emerging economies tangible changes in the structure of the borrowers occurred in the financial services industry. The banks and the companies from the utility industries and services sector, transportation and extraction industry began to take the place of governments as basic beneficiaries of these loans [8]. During the last decade of the 20th century the companies in the developed industrial countries started using syndicated loans more often along with the traditional borrowers from the emerging markets [2], [3]. In syndicated loans they found a convenient tool for external financing, which allowed relatively quick and flexible access to financial resources in addition to traditional resources for raising capital, i.e. issuing shares and bonds.

Syndicated lending today has become one of the most significant sources for financing globally². In 2007, the total annual amount of syndicated loans globally reached US\$ 4.5 trillion, which shows a 13.4 % growth compared to 2006 (table 1) and more than doubled towards 2003.

² Syndicated lending represents one third part of the total international funding. According to the adopted classification criteria by Bank for International Settlements in Basel, an international loan is any loan in which at least one of the lenders is of different nationality from that of the borrower.

Table 1

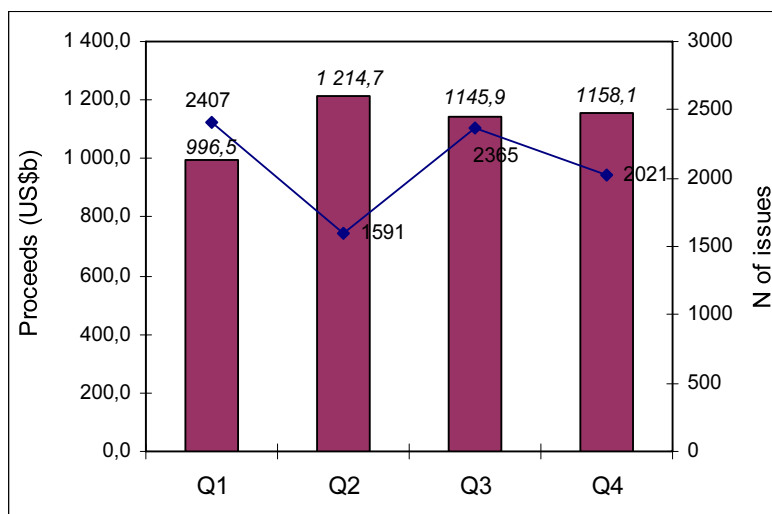
Global Syndicated Loans

Region/Nation	2007		2006		% Change in Proceeds
	Proceeds (US\$b)	No. of Issues	Proceeds (US\$b)	No. of Issues	
Global	4 515,2	8 384	3 981,7	9 237	13,4
America's	2 282,5	3 784	1 925,9	4 034	18,5
United States	2 086,4	3 420	1 735,4	3 665	20,2
Africa&Middle East	136,6	169	104,6	145	30,6
Europe	1 599,3	1 498	1 481,2	1 756	8,0
Eastern Europe	147,3	249	88,5	271	66,4
Western Europe	1 452,0	1 249	1 392,7	1 485	4,3
Central&Pacific Asia	291,1	849	253,7	1 043	14,8
Japan	205,4	2 095	216,3	2 279	-5,0

Source: <http://banker.thomsonib.com>

As the figures in table 1 show, the US companies were the most active borrowers in 2007, with an amount of provided funding of approximately 2.1 trillion US\$ and 20.2% rise compared to 2006. The European corporations were financed with 1.6 trillion US\$ or 35.5 % of the total amount of the provided resources. However, the amount of syndicated loans in Eastern Europe is still very low. This market is commensurate with Africa and Middle East in its absolute number, but according to its market potential it shows the greatest growth opportunities (66.4 % in 2007/2206).

Another essential question which undoubtedly will draw the attention of researchers and experts is: How has the global crisis of debt markets influenced syndicated lending?



Source: <http://banker.thomsonib.com>

Fig. 1. Volume of syndicated lending, quarterly in 2007 according to proceeds (left scale) and number of provided loans (right scale)

The chart (fig. 1) shows that in 2007 the global debt market crisis did not influence in a negative way the amount of syndicated loans. The companies continue to need them for financing of deals, connected with mergers and acquisitions (M&A) (29 % of the total volume in 2007) and for refinancing of already existing bank loans (15 % of volume). The Energy and Power sector stands at the head of the classification of beneficiaries in industrial sectors with a market share of 16 % and an annual growth of 10 %. The next position is allocated to the finance industry which accounts for 15 % share and 9.6 % growth. According to the rate of annual growth, Consumer Staples and Retail sectors are leaders with the respective 55 % and 47.8 %. Media and Entertainment are the only sector, which marked a drop of lending activity of 3.6 % of the annual base.

The Universal Commercial banks, which traditionally dominated the primary market of syndicated loans in the '90s of the 20th century, gradually yielded their initiative to the investment banks. Thanks to their rich experience as experts in mediation for debt securities issue and disposal, they are participating in arranging syndicated loans more often and more actively³. Table 2 shows the ten banks, which are the global leaders at the market of syndicated loans. It makes an impression that Bookrunner banks are in the top ten account for 56.2 % of the total proceeds.

Table 2

Top 10 of the Leading Bookrunners on the Global Syndicated Loan Market in 2007

Bookrunner	Proceeds (US\$m)	Market Share (%)	No. of Issues
JP Morgan	570 511	12,6	1008
Citigroup	522 093	11,6	815
Bank of America Securities LLC	337 563	7,5	967
Royal Bank of Scotland Group	210 244	4,7	344
Deutsche Bank AG	180 383	4,0	228
Barclays Capital	173 269	3,8	258
BNP Paribas SA	172 493	3,8	468
Goldman Sachs \$ Co	134 414	3,0	187
Calyon	118 612	2,6	284
Credit Suisse	118 398	2,6	206

Source: <http://banker.thomsonib.com>

³ For example, washing the boundaries between traditional bank lending and intermediation in debt instrument issue away, refinancing of middle-term syndicated bank loans may be carried out before reaching the maturity date with bond issue of lender. Moreover, in the USA a greater part of securities financing is covered against by the help of syndicated lending agreement.

1.3. Primary and secondary market of syndicated loans – risk sharing or risk transfer?

Syndicated loans are increasingly becoming an object of secondary markets. A condition for their tradability is the presence of a clause in the loan agreement, which allows transfer of claims to other lenders⁴. The standardization of loan documentation is a paramount factor for facilitating the trade of syndicated loans on secondary market. The trade standards, introduced by specialized professional bodies like Loan Market Association (for Europe)⁵ and Asia Pacific Loan Market Association (for USA, Asia and the Pacific region)⁶ are very useful for improving the liquidity of this particular market.

How have globalization and integration of financial markets – two trends which increasingly gather pace – influenced syndicated lending? Table 3 shows the degree of international integration of syndicated loan markets by the share of loans arranged or provided by local banks. At the “senior arranger level” the nationality composition is represented through the relative number of loan agreements and at a “junior participant level” – it is based on the amounts of loans provided by local financial institutions in relative expression.

Table 3

Level of market integration of syndicated lending

Countries and regions	Percent of lending agreements*	Percent of provided funds*
USA	70	62
Eurozone**	72	67
United Kingdom	43	42
Japan	84	87
Eastern Europe	12	13
Latin America	7	8

* The percentages show the relative share of lenders and borrowers of the same national or regional appurtenance in the period 1999-2004.

** Borrowers and lenders from any euro area country.

Source: Gadanez, B. *The Syndicated Loan Market: Structure, Development and Implications*, BIS Quarterly Review, December, 2004, p. 86

⁴ The USA market accounts for the highest part of syndicated loans, allowing secondary trading – 25% from their total number in the period 1993-2003, while Europe accounts for only 10% of such syndicated lending agreements during the same period.

⁵ Loan Market Association (LMA) is associated in 1996 for stimulating development of secondary trade on the credit market. The initial aims of the association are orientated towards transparency contribution, efficiency and liquidity on secondary loan market in the Euro area. After achieving these initial aims, LMA focuses its activity to all aspects of primary and secondary markets of syndicated lending and its management through its committees and interest groups. For further details visit: www.loan-market-assoc.com.

⁶ For further details visit: www.aplma.com.

Table 3 shows little penetration of foreign lenders in the market of loans in the USA, Euro area and especially Japan, where there is a traditional affiliation of companies to local lending institutions. On the opposite side are the trends in syndicated lending for borrowers from emerging and developing markets, where the positions of foreign lenders compared to local competitors seem unyielding at least for the present.

2. Organization and pricing of syndicated loans

2.1. Organizational structure in the syndicate

Although there is loan agreement, drafted and completed as a single entity, every syndicate member has a separate claim on the debtor's payment. The creditors in the deal can be divided into two types [5]. The first group of creditors consists of senior syndicate members. They are 'led' by one or several banks that play a leading role in the formation of the syndicated composition and participate actively in loan negotiation and loan management. Arranged in a descending line of seniority, these banks play the roles of mandated arrangers, leading managers or agents.

The bank syndicate is formed by mandated arrangers, which grant a portion of the loan facility and arrange for other participants in financing – the so-called junior banks. These are the second group of lenders, which bear the role of managers of lower level or ordinary participants in the syndicated lending. The identity and number of the junior banks in the syndicate may vary in accordance to the size and complexity of the loan, as well as the willingness of the borrower to increase or decrease the circle of its relationships with the lending institutions.

The leading incentives for participation of senior syndicate members are the following:

- diversification of loan risk and the risk of liquidity loss between greater number of participants in the financing;
- avoiding excessive exposure of lending resource in a single deal, in compliance with the criteria for acceptable internal limits or regulatory norms and limits of risk concentration;
- fees for managing the syndicated loans contribute for diversification of bank's revenue resources;
- for most senior banks, which are keen on their reputation and authority, the syndicated lending management is a matter of image and prestige.

From the point of view of the junior banks, their participation in the bank syndicates is caused by:

- their limited opportunities for significant resource exposure in a single lending deal;
- the opportunity to enter a new market niche, industrial sectors or geographical regions;
- the opportunity of avoiding or cutting down the operational and transaction costs;

- future opportunities for increasing their profitability in return for their involvement and additional services to the borrower, for example, cash management, consultant services, capital management, etc. [1].

2.2. The mechanism of completing mandatory contracts

The clarity concerning the most important parameters of the loan is essential for the mandatory banks. The substantiation of terms and conditions in advance allows for the invitations, made to the potential participants in the syndicate to be considered and approved of without additional confirmations or renegotiating already accepted engagements. There are several alternative possibilities for negotiating the mandatory conditions between the senior banks of the syndicate and the borrowers [7]:

- full mandate;
- partial mandate;
- non-guaranteed mandate ('best efforts' basis).

The contracts with full mandate obliged the mandatory banks to provide full financing, in compliance with the approved conditions in the mandatory contract. Taking this responsibility means, that there is a risk for the mandatory institutions to grant all financial resource, if they fail to originate a bank syndicate.

The possible contract failure to form a syndicate is a result that is equally unacceptable for both sides in the syndicated financing. The banks will gain exposure to the client beyond the expected measures, which could be reflected in a negative way towards their liquid positions. This undoubtedly will tarnish the reputation of the mandatory bank, if we accept that the pre-exposure wouldn't influence significantly its liquidity and it wouldn't contradict the regulatory requirements. The borrower risks his image too if a failure to form a syndicate occurs, though he provided for guaranteed financing. The financial markets usually react in due time and adequately to such news and this event will probably influence negatively when calculating the risk premium even at the next appearance of the company in the credit market.

The partial mandatory financing guarantees the borrower at least a part of the required funding, in compliance with the negotiated terms and parameters of the syndicated loan. However, the borrower takes the risk to provide for the rest of the loan, which does not guarantee the same conditions for its granting.

The mandatory contracts, made with the condition of "best efforts" do not guarantee financing to the borrower. In case the worst happens, the mandate will be returned, which indicates the negative market reaction to this deal.

2.3. Peculiarities in syndicated loan pricing

The pricing of the syndicated loans is formed on the basis of "floating" interest spread, which is tied to a definite benchmark-index (most often LIBOR) and different types of fees and commissions (table 4). Although LIBOR changes on a day-to-day basis, the interest rates on the loans are usually adjusted every three or six months [6].

Types of fees for syndicated loans

Name of fee	Type	Characteristics
Arrangement fee	Front-end	Payable to mandatory arrangers in return for putting the deal together
Legal fee	Front-end	Fee for legal services and consultation
Underwriting fee	Front-end	Price of the commitment to obtain financing during the first stage of syndication
Participation fee	Front-end	Paid to the 'senior' banks in the syndicate
Facility fee	Per annum	Payable to banks for provided financing
Commitment fee	Per annum	Payable as long as the facility is not used to compensate the lender for the costs
Utilization fee	Per annum	Charge on drawn part
Agency fee	Per annum	Remuneration of the agent bank's services
Conduit fee	Front-end or per annum	Remuneration of the conduit bank
Prepayment fee	One-off if prepayment	Penalty for prepayment

The mandatory originators and other senior banks in the syndicate earn a fee, in exchange for their efforts and costs for putting the syndicate together. The underwriting fee is similar and it serves as a borrowers guarantee for availability of necessary funds. The participants from "manager" and "co-manager" level in the bank syndicate may negotiate the participation fee for giving their agreement to join the facility. The most "junior" syndicate members form their remuneration mainly from the interest profits and rarely from fees and commissions.

Once the credit agreement is established, it may stipulate the borrower to pay a fee for the resources, provided by the bank syndicate (Facility fee). The borrowers may also have to pay a commitment fee for the provided, but unutilized part of the funding resource, as well as a fee on the drawn/utilized part of the resource (Utilization fee), if this is explicitly stated in the clauses of the credit agreement⁷. The banks agents in managing the syndicated loans generally receive an annual fee for administrating the loan. Sometimes the loan agreements incorporate a penalty clause or other compensation payment in case of reimbursement of any drawn amounts prior to the specified term.

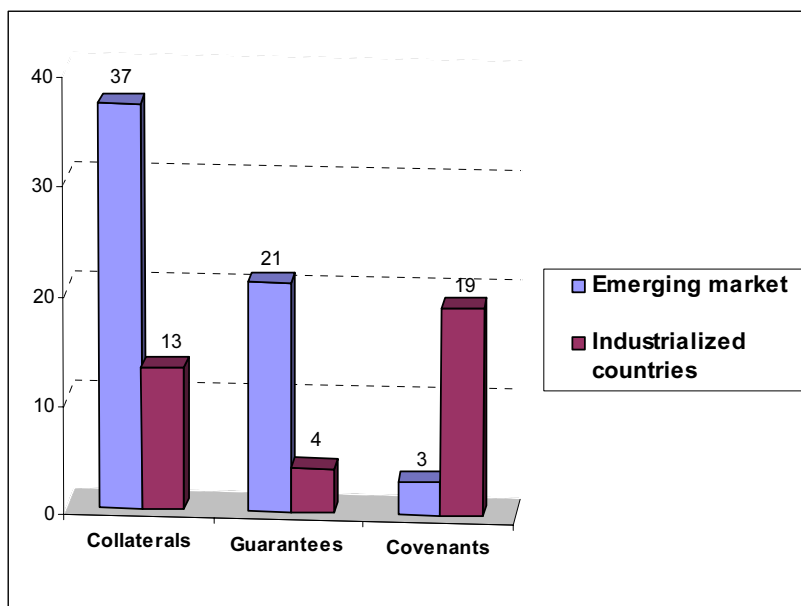
The fee, that is payable for use of bank channels (Conduit fee) is among the more peculiar ones. One of the important considerations of syndicated loans, concerning the borrowers' consent that their loans can be traded on the secondary market, is avoiding tax when transferring the facility from the borrower's country to another country or economic region. This calls for a special bank channel for transfer of payable sums in such cases. There is a great number of other, not typical for the syndicated lending fees, which could be found in the clauses of the loan agreement. They appear in exclusive cases and most of them are initiated by the borrower. Such fees are, for example, the ones for renegotiating the loan clauses in case of loan restructuring.

⁷ As far as the utilization fee is concerned, it increases banks profitability, as well as allows the public announcement of lower market spread than the real one. This is due to the fact that the amounts of these fees are not usually announced publicly.

At aggregate format the basic pricing components of syndicated loans – the interest spread, fees, as well as the relation between them, fluctuate in different periods, in conjunction with a number of key factors. One of them is the basis index, used as a benchmark for the interest spread. For example, in Euribor and Libor based loans, one can observe relatively higher percentage of fees, than in loans, bound with other market indices [5].

The market and sectoral composition of borrowers are another factor which influences the cost of the syndicated loans. For borrowers from industrialized countries the share of fees in the aggregate cost of the syndicated loan is higher than for borrowers from emerging markets [4]. This fact is related to the circumstance, that in the industrialized countries prevail exposures to non-sovereign entities. The borrowers from this market segment, mainly led by fiscal and market considerations, prefer the bigger part of the aggregated loan cost to be formed by fees rather than interest spreads. However, the total cost of loans granted to borrowers in industrialized countries is lower than that of facilities granted to emerging markets borrowers. This fact is not a surprising one, bearing in mind the peculiarities of risk pricing according to the borrower's type.

Along with the fees and the interest spread, bank syndicates use a number of non-price compensatory mechanisms, trying to minimize the loan risk. These are covenants, collaterals and guarantees, well-known in conventional corporate loans (fig. 2).



Source: Dealogic Loanware (www.dealogic.com)

Fig. 2. Non-price components of risk management in syndicated lending⁸
(% of total contracts)

⁸ The figures are percentage of the granted syndicated loans with covenants, collaterals and guarantees for market appurtenance of borrower for the period 2001-2004.

Collateralization and guarantees of syndicated loans are more widely used for facilities to emerging market borrowers, while the covenants in the syndicated loan agreements are more typical for contracts with borrowers in industrialized countries.

Conclusion

The present and future of syndicated financing is defined to a great extent by the immense interest, demonstrated by the great corporate borrowers. This respectively offers the opportunity for extending the circle of lending institutions, participating in the disposal of resources. Banks, whose lending policies and limited financial resources would not have allowed them to be included in the syndicate a decade ago, are increasingly taking part in them today. Probably the tendency for successful development of the syndicated lending in the Balkan lending market and especially in Romania and Bulgaria is not a distant phenomenon. The macroeconomic stability achieved in the last decade, the full-fledged membership in the European Union, the growth of immediate foreign investments, the privatization of the banking sector and the invasion of foreign bank capital are preconditions for it.

BIBLIOGRAPHY

- [1] Allen, T., *Developments in the International Syndicated Loan Market in the 1980s*, Quarterly Bulletin, Bank of England, February, 1990
- [2] Coffey, M., *The US Leveraged Loan Market: From Relationship to Return*, in: Rhodes, T. (ed), "Syndicated Lending, Practice and Documentation", Euromoney Books, 2000
- [3] Dennis, S.; Mullineaux, D., *Syndicated Loans*, "Journal of Financial Intermediation", vol. 9, October, 2000
- [4] Eichengreen, B.; Mody, A., *Lending Booms, Reserves, and the Sustainability of Short-Term Debt*, Inferences from the Pricing of Syndicated Bank Loans, The World Bank Development Prospects Group, Washington, DC, August 1999
- [5] Gadanez, B., *The Syndicated Loan Market: Structure, Development and Implications*, BIS Quarterly Review, December, 2004
- [6] Gup, B.; Kolari, J., *Commercial Banking – The Management of Risk*, third edition, John Wiley & Sons, Inc., 2005
- [7] Rhodes, T., *Syndicated Lending*, fourth edition, Euromoney Institutional Investor plc., 2006
- [8] Robinson, M., *Syndicated Lending: A Stabilizing Element in the Latin Markets*, Corporate Finance Guide to Latin American Treasury & Finance, 1996
- [9] Vachkov, S.; Petrov, D. et al., *In the World of the Modern Banking*, Steno, Varna, 2007

CONCEPTE MANAGERIALE PRIVIND CALITATEA VIETII

Conf. univ. dr. **GOROBIEVSCHI, Svetlana**
Universitatea Liberă Internațională din Republica Moldova

Abstract

Managerial concepts on quality of life

In this article, the methodological drafts on the quality's life edge as a worldwide competitiveness's factor is approached. Here are characterized and mentioned some visions of quality's life edge in the worldwide managerial schools. The author tries to establish the components of this macro-economical category. In the article is undertaken a trial which assesses the quality's life in the Republic of Moldova which compares it with other countries of the world and suggests solutions to improve this issue.

Key-words: *quality of life, Bortwick-Duffy model, regional development*

Bogăția oricărui stat o constituie, în primul rând, poporul acestui stat. Experții Băncii Mondiale confirmă acest fapt, și anume în rezultatul sintezei informației la nivel global au fost obținute următoarele date: bogăția națiunii este constituită în medie din 64% valoarea capitalului uman, 20% – factorul natural, iar 16% – factorul fizic. Dezvoltarea economică a oricărei țări este privită nu ca scop în sine, ci ca mijloc de dezvoltare a potențialului uman.

Existența statului ca o structură economică și politică este determinată, în primul rând, de măsura în care acesta satisface nevoile cetățenilor săi, inclusiv cele economice și sociale. Există o corelație între nivelul dezvoltării economice a țării și bunăstarea cetățenilor ei, ceea ce a putut fi observat în urma dezvoltării Republicii Moldova în perioada tranziției la economia de piață.

Marele conducător francez Napoleon Bonaparte spunea: „Pierderea armatei pentru o țară este o tragedie, pierderea împăratului – este o dublă tragedie, iar pierderea intelectului națiunii este o catastrofă”.

Termenul de calitate a vieții se referă la descrierea și evaluarea naturii și condițiilor de viață. Necesitatea aprecierii calității vieții a fost sesizată pentru prima oară în anii '60 ca urmare a Mișcării pentru Indicatori Sociali. Datorită aplicării unor programe guvernamentale (educaționale, sociale și de mediu) a apărut necesitatea utilizării unor indicatori care să măsoare eficacitatea acestora în ceea ce privește creșterea calității vieții.

Există două modalități de apreciere a nivelului de calitate a vieții: *aprecierea obiectivă și aprecierea subiectivă.*

Aprecierea obiectivă se bazează pe indicatorii statistici furnizați de instituțiile de stat și organizațiile neguvernamentale. Acești indicatori oferă o evaluare globală cu caracter general asupra nivelului de calitate a vieții.

Aprecierea subiectivă a calității vieții încearcă să identifice elementele cele mai importante în stabilirea standardului de viață al individului. Aceste măsurători sunt mult mai personale din moment ce ele se bazează pe aprecierile indivizilor asupra calității propriilor vieți. Dacă aprecierea obiectivă abordează calitatea vieții la nivelul societății, luată în ansamblul său, aprecierea subiectivă coboară la nivelul individului sau al colectivităților cu un anumit specific (geografic, cultural, al standardului de viață etc.).

Modul în care poate fi măsurat nivelul de calitate a vieții derivă din raporturile dintre anumite dimensiuni ale existenței umane. În această privință, părerile specialiștilor diferă foarte mult.

Modelul Bortwick-Duffy (1992) operează cu patru dimensiuni esențiale ale calității vieții:

- mediul rezidențial;
- relațiile interpersonale;
- influența comunității;
- stabilitatea vieții.

Acest model abordează calitatea vieții dintr-un unghi îngust ce pune accentul pe aspectul social al vieții și pe relațiile interumane ca factor de îmbunătățire al acesteia.

Conform modelului propus de către un grup de cercetători de la Universitatea din Oklahoma, calitatea vieții poate fi măsurată luând în considerare o serie de dimensiuni ale vieții dintre care: *familia și prietenii, serviciul, vecinii, comunitatea, sănătatea și educația și dimensiunea spirituală*. Modul în care sunt percepute aceste dimensiuni ale vieții este puternic marcat de trei aspecte, și anume: de caracteristicile demografice, de condițiile socio-economice și de specificul cultural (fig. 1).

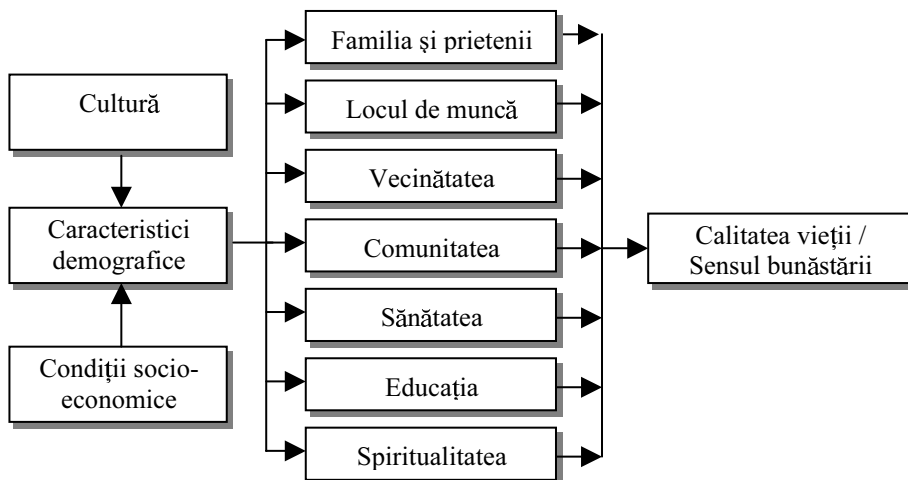


Fig. 1. Modelul de apreciere a calității vieții propus de cercetătorii de la Universitatea din Oklahoma

Bruno Hansen, membru în Comisia Europeană pentru Științele Vieții – Directorul General XII, consideră că îmbunătățirea calității vieții se poate realiza acționând în următoarele patru direcții: *nutriție, sănătate, muncă și mediu* (fig. 2).

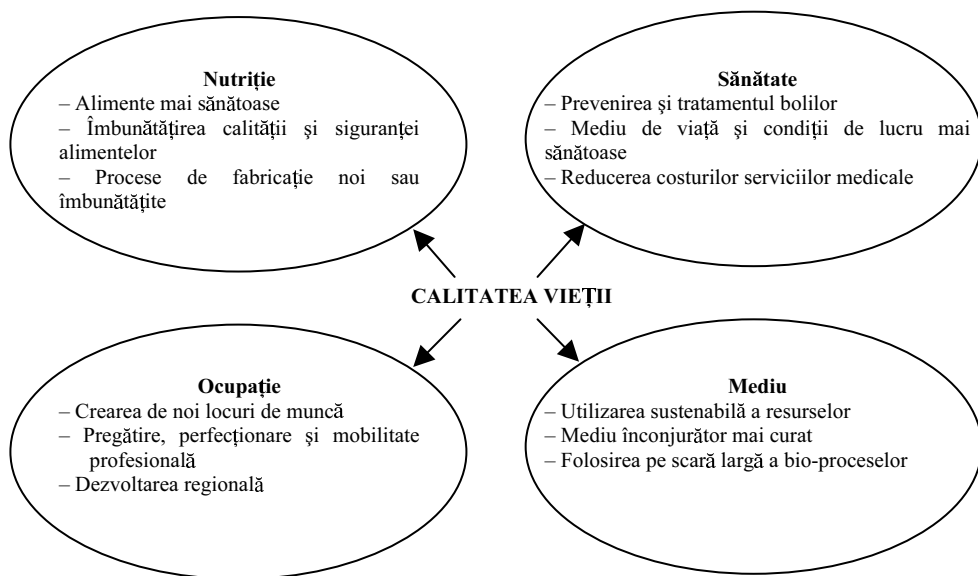


Fig. 2. Căile de creștere a calității vieții

Grupul operativ pentru standarde privind calitatea vieții a identificat, în 1989, șase planuri majore care contribuie la calitatea vieții unei persoane:

- relațiile individului cu mediul locuit;
- prezența și participarea sa la acțiunile comunitare;
- opțiunile, preferințele și perspectivele personale;
- demnitatea individului.

O echipă de cercetători de la Universitatea din Toronto a identificat trei dimensiuni majore ale calității vieții: *existența, apartenența și acțiunile umane*.

Dimensiunea *existențială* poate fi la rândul său împărțită în trei subdomenii, și anume cel al existenței fizice, cel psihic și cel spiritual. Existența fizică se preocupă de aspectele vieții legate de nutriție, sănătate fizică, igienă personală, condiția fizică, vestimentația și înfățișarea exterioară a individului. Existența psihică abordează sănătatea psihică a individului, percepțiile, sentimentele și starea sa sufletească, evaluările legate de propria persoană (autocontrolul). Existența spirituală reflectă valorile personale, standardele personale de conduită și convingerile spirituale, care pot sau nu fi asociate cu religiile actuale.

Apartenența este o dimensiune ce include comuniunea individului cu mediul său de viață și are la rândul său trei subdomenii. Apartenența fizică abordează conexiunile pe care individul le are cu mediul său de viață, format de regulă din locuință, locul de muncă, școală, vecinătate, comunitate. Apartenența socială include legăturile cu mediul social și abordează acceptarea individului în intimitatea altor persoane, relațiile cu

familia, prietenii, colegii de muncă, colaboratorii și vecinii. Apartenența comunitară reprezintă accesul pe care individul îl are la resursele ce stau de obicei la dispoziția membrilor unei comunități cum sunt serviciile sociale, de sănătate sau de ocupare a forței de muncă, programele educaționale, culturale sau recreative și activitățile cu caracter comunitar.

Acțiunile umane se referă la activitățile susținute ale individului ce au drept scop îndeplinirea țăelurilor, speranțelor și dorințelor personale. Acțiunile practice descriu o serie de activități zilnice, cum ar fi activitățile domestice, munca salarizată, activitățile școlare, cele legate de sănătate sau de nevoile sociale. Acțiunile din timpul liber includ activitățile care contribuie la relaxare și reducerea stresului.

Modelul Schalock (1996) în aprecierea calității vieții ia în calcul opt dimensiuni principale:

- *bunăstarea spirituală* (siguranța, spiritualitate, fericirea etc.);
- *relațiile interpersonale* (intimitatea, afecțiunea, familia etc.);
- *bunăstarea materială* (proprietatea, securitatea financiară, posesiunile etc.);
- *dezvoltarea personală* (educație, calificare, competența etc.);
- *bunăstare fizică* (nutriția, sănătatea, modalitățile de recreere etc.);
- *autodeterminarea* (autonomia, opțiunile, controlul personal etc.);
- *apartenența socială* (acceptare, statutul, rolul social etc.);
- *drepturile* (la intimitate, de a alege etc.).

Cerințele utilizatorilor sunt strâns legate de *mediul social* în care ei își duc existența. Fiecare țară are un stil propriu de viață și de aceea va exista o largă varietate de tendințe în interesul comunității globale. Din fericire, unele dintre ele sunt comune colectivităților, aparținând grupului de țări industrializate și pot servi ca bază pentru o serie de predicții privind cerințele consumatorilor de produse și servicii electrice și electronice de uz casnic.

O primă tendință este reprezentată de individualizare. Oamenii devin din ce în ce mai preocupați de drepturile lor, de satisfacerea nevoilor, dorințelor etc. Probabil cea mai importantă consecință a acestei tendințe o constituie creșterea nevoii de mobilitate; aceasta este probabil calea tipică de a exprima individualitatea. Unde mobilitatea fizică a individului nu este posibilă dintr-un motiv sau altul sunt utilizați de regulă substituenți precum telecomunicațiile și, în viitor, serviciile multimedia. Mobilitatea personală și substituenții săi minimizează diferențele între colectivități și națiuni, întăresc relațiile interpersonale și extind sfera de cuprindere de la nivel individual la nivel global.

Omul modern acordă o *atenție crescută sănătății* sale și chiar acceptă benevol o serie de restricții în stilul său de viață pentru a-și menține o bună condiție fizică și o stare generală de sănătate. De aceea, în ultimul timp au început să-și facă din ce în ce mai mult simțită prezența în gospodărie o serie de aparate electrice și electronice pentru întreținerea sănătății personale precum: aparate de vibromasaj, aparate de radiații infraroșii și ultraviolete, tensiometre, termometre etc.

Dorința de securitate personală câștigă teren într-o lume aflată într-o rapidă dezvoltare și se manifestă atât sub forma de siguranță a individului cât și de protejare a proprietății sale; din punct de vedere al individului chiar și gândurile și ideile sale trebuie protejate.

Domotica ca tehnologie contemporană a managementului casnic, grație sistemelor de securitate de care dispune, oferă soluții pentru această tendință, asigurând individului protecție împotriva unor accidente (incendii, inundații) și a pătrunderii prin efracție în locuință.

Pe de altă parte, deja și o parte din sistemele de telecomunicații asigură confidențialitatea transmisiilor, interceptarea acestora fiind extrem de dificil de realizat. Totuși mai sunt o serie de aspecte care-și așteaptă rezolvarea dintre care cele mai importante sunt cele legate de creșterea securității comunicațiilor existente, în special a celor prin Internet și de protejare a individului față de serviciile și informațiile nedorite.

În timp ce oamenii sunt preocupați într-o mai mare măsură de modul în care *modificarea mediului înconjurător* ca urmare a dezvoltării va afecta comunitatea lor, ei totuși deseori sunt dispuși să accepte schimbări dacă ele conduc la o creștere a standardului personal de viață.

Industrializarea a adus schimbări demografice majore. Creșterea longevității se poate observa în toate țările industrializate. Natalitatea este într-o continuă scădere, dar în același timp îmbunătățirea calității serviciilor medicale a condus la creșterea speranței de viață. În multe țări, persoanele de vârsta a III-a constituie un grup numeros cu cerințe specifice. Acest grup ocupă un segment important al pieței de care producătorii de bunuri și servicii trebuie să țină seama. În țările dezvoltate a început, în ultimul timp, să se ia în considerare modalitățile prin care poate fi ridicat nivelul calității vieții pentru cei în vârstă sau cu deficiențe.

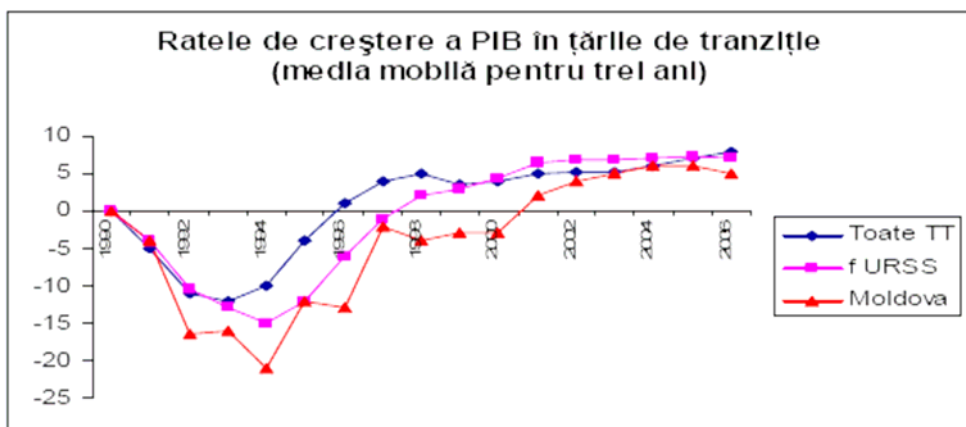
Comisia ONU evaluează anual țările după indicatorul de dezvoltare a civilizației umane, care are caracter complex, iar la baza lui sunt indicatorii statistici de evaluare a nivelului mediu de sănătate a populației, nivelului mediu de studii și veniturilor medii pe cap de locuitor în fiecare țară. În fiecare an, ONU studiază dinamica acestui indicator pentru toate țările lumii.

Conform indicatorului de evaluare a civilizației umane, ONU grupează țările lumii în trei categorii. *Grupul întâi* este compus din țările dezvoltate, în care toți parametrii enumerați sunt în creștere permanentă. *Grupul doi* este compus din țările slab dezvoltate ale Africii și Asiei. Aceste țări nu au șanse de a deveni cândva dezvoltate.

Republica Moldova precum și alte țări ale CSI intră în *grupul al treilea* de țări, în care se menționează factorul uman cu un înalt grad de studii și nivelul subdezvoltat al economiei sau viceversa, cu nivelul destul de înalt de dezvoltare al economiei și nivelul subdezvoltat al factorului uman.

În prezent, după o perioadă de mai mult de șaisprezece ani de tranziție, putem evalua prețul economic și social al tranziției. Și cu toate că tranziția urmărește scopul său final – sporirea bunăstării oamenilor –, se constată cu regret că cele mai negative și tragice consecințe ale tranziției s-au reflectat asupra nivelului de trai și a calității vieții populației.

Să analizăm la general situația Republicii Moldova la capitolul calitatea vieții. În fig. 3 sunt indicate ratele de creștere a PIB-ului în țările în tranziție, în perioada 1990-2006, unui din cei mai importanți indicatori macroeconomici, care atestă nivelul de trai în țara respectivă. Din fig. 3 se observă cele mai reduse tempouri de creștere a PIB-ului în Republica Moldova comparativ cu alte țări ale fostei Uniuni Sovietice.



Sursa: Moldova în cifre. Buletin statistic, Chișinău, 2007, p. 69

Notă: TT – țări în dezvoltare; URSS – include fostele republici ale Uniunii Sovietice

Fig. 3. Ratele de creștere a PIB-ului în țările de tranziție

La fel ca în Moldova, în celelalte țări din Europa Centrală și de Est, pornite pe calea tranziției, s-au înregistrat realizări modeste. Doar Polonia, Ungaria, Cehia și Slovenia au înregistrat indicatori social-economici mai relevanți. Totodată, în medie, către anul 1998, țările Europei Centrale și de Sud-Est au realizat volume de producție la o rată sub 90% din volumul celei obținute în anii 1990, în același timp, datele corespunzătoare pentru țările ex-sovietice fiind mai jos de 70%, Moldova plasându-se în acest top pe ultima poziție – 42%. Aceste triste realități au fost confirmate și de către Banca Mondială – promotorul tranziției.

Potrivit calculelor Băncii Mondiale, în medie, pentru țările în tranziție, declinul volumului de producție pe parcursul perioadei de reformare s-a extins pe o durată de 6,5 ani pentru Comunitatea Statelor Independente și 3,8 ani pentru țările Europei Centrale, de Sud-Est și Țările Baltice. Acest fapt a determinat diminuarea volumului de producție cu 50,5% și respectiv 22,6%, față de cel de la începutul tranziției

Astfel, conform datelor Băncii Mondiale, în anii 1990, fiecare al cincilea om din aria țărilor în tranziție a fost nevoit să trăiască la limita supraviețuirii, dispunând doar de 2,15\$ pe zi, ceea ce constituie, potrivit calculelor BM, pragul general al sărăciei. Zece ani în urmă, tot în acest spațiu, doar mai puțin de o persoană din 25 se afla în astfel de condiții materiale. La rândul lor, asemenea țări ca Turkmenistan, Rusia, Georgia și Moldova au intrat în rândul țărilor cu cel mai înalt grad al inegalității sociale: coeficientul Gini (indicatorul standard al inegalității) s-a majorat, practic de două ori, comparativ cu perioada de până la tranziție (fig. 4).

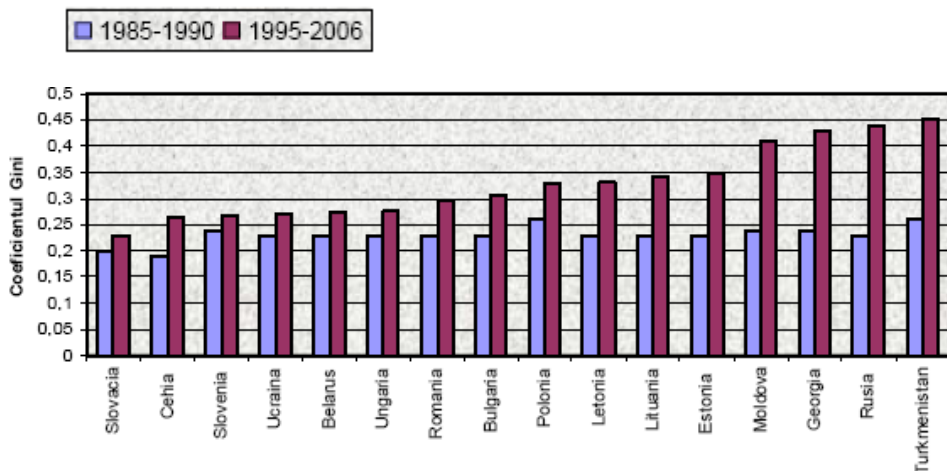


Fig. 4. Schimbări inegalității veniturilor (coeficientului Gini) în țările europene în tranziție¹

Perioada 2001-2006 poate fi numită perioada stopării declinului economic, stabilizării și creșterii economice. După zece ani de confruntări politice, sociale și economice, abia începând cu anul 2001, Moldova a fost capabilă să stopeze declinul producției și să înregistreze treptat anumite progrese în creșterea PIB, acest indicator sporind anual cu câte 4-7%. La majorarea PIB-ului a contribuit relansarea lentă a economiei și primii lăstari ai reformei structurale anterioare.

Pornind de la realizările macroeconomice ale țării, această perioadă (2001-2006), comparativ cu cele precedente, fără îndoială, a contribuit la ameliorarea bunăstării populației.

Speranța de viață în Republica Moldova este una dintre cele mai scăzute în Europa – cu peste 11 ani mai mică decât în țările Europei, se spune într-o declarație a fracțiunii parlamentare a Partidului Popular Creștin Democrat, informează AP FLUX.

Potrivit creștin-democraților moldoveni, la ora actuală, rata fertilității în Republica Moldova este de 1,2 copii. Pentru stoparea acestui declin demografic ar fi necesară o rată a fertilității de 2,1 copii pentru fiecare familie. Pe acest fundal defavorabil a crescut ponderea populației în vârstă. În spațiul rural, persoanele cu vârstă mai mare de 60 de ani formează 15,2% din întreaga populație sătească, iar în spațiul urban – 11,8%. În felul acesta, coeficientul îmbătrânirii populației Republicii Moldova a înregistrat o creștere de la 12,8%, în anul 1990, la aproximativ 14,1%, în 2006, rata mortalității fiind de 14%.

În timp ce media în Europa este de 79,06 ani, în Republica Moldova aceasta este de 68,5 ani. Speranța de viață la bărbați în Republica Moldova este de 65 de ani, iar la femeii – 72 de ani. În spațiul rural, speranța de viață este cu trei ani mai redusă pentru ambele sexe.

¹ Muntean, T., *Căile de formare și distribuire a veniturilor disponibile ale populației*, autoreferat al tezei de doctor în economie, Chișinău, UTM, 2007.

Pe fundalul sărăciei și al exodului masiv de populație, se amplifică un alt fenomen social negativ – abandonul școlar și reducerea gradului de școlarizare a tinerei generații. O altă problemă semnalată de legislatorii creștin-democrați este exodul masiv al moldovenilor peste hotare. În opinia lor, exodul masiv al cetățenilor moldoveni peste hotare nu a fost, deocamdată, stopat și nici chiar diminuat. „Cele 300.000 de noi locuri de muncă promise de Guvern, precum și salariul mediu de 300 de dolari au rămas doar simple promisiuni electorale”, se spune în declarație.

În felul acesta, sărăcia continuă să facă ravagii în cadrul mai multor categorii sociale de cetățeni moldoveni, determinându-i să părăsească meleagurile natale în căutarea unor posibilități de supraviețuire.

Tabelul 1

Influența factorilor nefavorabili ai mediului și condițiilor de viață asupra sănătății populației în Republica Moldova

Sfera de influență a factorilor asupra sănătății	Grupele factorilor condiționați	Cota factorilor, %
<i>Modul și condițiile de viață</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fumatul ▪ Consumul de alcool ▪ Alimentarea rațională ▪ Stresurile psihoemoționale ▪ Condițiile nocive de muncă ▪ Hipodenamia ▪ Nivelul scăzut de cultură și învățatură ▪ Abuz de medicamente ▪ Legături netrainice de familie, singurătate etc. 	49-53%
<i>Factorii genetici și biologici</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predispunerea la boli ereditare (cromozomice, genetice etc.) ▪ Predispunerea la boli cronice (risc genetic) 	18-22%
<i>Mediul ambiant (ecologic)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poluarea aerului, apei, solului cu substanțe chimice, fizice, biologice nocive pentru sănătate, cancerogene etc. ▪ Schimbarea bruscă a fenomenelor atmosferice ▪ Radiațiile sporite heliocosmice, radioactive, magnetice etc. 	17-20%
<i>Ocrotirea sănătății</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neeficiența măsurilor profilactice ▪ Calitatea joasă a asistenței medicale ▪ Asistența medicală inoportună 	8-10%

Sursa: Datele Ministerului Sănătății ale Guvernului RM, 2006

Spre marea mirare în perioada tranziției nu s-a schimbat practic dorința moldovenilor de a face studii. Cantitativ acești parametri au rămas practic aceiași.

În viziunea autorului, competitivitatea țărilor pe arena mondială este un rezultat al calității vieții.

Studiu efectuat în baza Raportului Global asupra Competitivității 2005-2006 și Raportului Global privind Tehnologiile informaționale 2005-2006 al World Economic Forum a dovedit următoarele poziții ale Republicii Moldova pe arena mondială la capitolul gradul de competitivitate pe arena mondială.

Este al doilea an la rând când Moldova participă alături de alte 121 state în cadrul analizei globale asupra competitivității, coordonată de către Forumul Economic Mondial². Situația constatată comparativ între state este reflectată anual prin două documente de importanță analitică majoră: Raportul Global asupra Competitivității (*Global Competitiveness Report*) și Raportul Global privind Tehnologiile Informaționale (*Global Information Technology Report*). Aceste studii reprezintă un sumar de indicatori de valoare incomensurabilă pentru prospecțiunea sistemelor de dezvoltare în ansamblu.

World Economic Forum, deopotrivă cu Centrul pe care-l reprezintă, se preocupă de îmbunătățirea metodelor și instrumentelor de analiză și dezvoltare a politicilor economice, axate pe creșterea competitivității statelor. În 2003, dat fiind rolul major al IT în dezvoltarea unei economii mai competitive, alături de Raportul Global asupra Competitivității, realizat anual începând din 1979, este editată separat și analiza comparativă a indicatorilor tehnologici pentru fiecare stat membru – Raportul Global privind Tehnologiile Informaționale.

Ultimele analize statistice realizate pe economia națională identifică doar trei ramuri cu perspective de a deveni competitive pe piața internațională: *sectorul tehnologiilor informaționale și de comunicații, industria vinificației și industria textilă*. Totuși, pentru menținerea și creșterea competitivității industriilor enumerate este necesară adoptarea de urgență a unor politici de coeziune și extindere intensive, pe fundamentul tehnologiilor moderne.

La 2006, Moldova se poziționează pe locul 89 din 117 state (cotind 3,58 puncte) la nivelul **Indicelui Global de Competitivitate** (similar Bosniei și Herțegovinei, și devansând doar Tadjikistanul și Kyrgyz din CSI).

Este de menționat că indicele respectiv pentru Moldova are o poziție mult mai slabă la nivel de componente:

- *ICG Cererea de bază* – Moldova ocupă locul 93 (3,98 puncte), fiind pe o poziție cu Serbia și Montenegro, Bangladesh și Paraguay;

- *ICG Amplificatorii de eficacitate* – ocupă locul 89 (3,22 puncte), pe aceeași poziție cu Nigeria;

- *ICG Factorii de inovație* – preia locul 96 (3,05 puncte), pe aceeași poziție cu Madagascar și Algeria.

O situație dificilă se înregistrează și în profunzimea componentelor Indicelui de Competitivitate Globală, astfel:

- *ICG Cererea de bază* la nivelul: *Instituții* – locul 94, pe aceeași poziție cu Serbia și Montenegro, respectiv Bulgaria; *Infrastructură* – locul 78, pe aceeași poziție cu Macedonia și Venezuela; *Macroeconomie* – locul 80, pe aceeași poziție cu Cipru, Maroc și Uganda; *Sănătate și educație primară* – locul 102, pe aceeași poziție cu Namibia, Africa de Sud, Nigeria și Uganda, depășind Moldova;

² www.weforum.org

- *ICG Amplificatorii de eficacitate* la nivelul: *Training și educație superioară* – locul 82, pe aceeași poziție cu Bostwana; *Eficiența pieții* – locul 89, pe aceeași poziție cu Camerun, Mongolia și Malawi depășind Moldova; *Gradul de pregătire tehnologică* – locul 92, pe aceeași poziție cu Nigeria și Ecuador;

- *ICG Factorii de inovație* la nivelul: *Sofisticarea Business-ului* – locul 97, pe aceeași poziție cu Mali iar Tanzania care depășește Moldova; *Inovație* – locul 92, pe aceeași poziție cu Namibia, Tajikistan și Georgia.

La nivelul relației dintre PIB per capita și competitivitate, Moldova este poziționată în grupul țărilor cu venituri sărace, alături de Mozambic, Zimbabwe, Malawi, Kenya, Vietnam, Nigeria etc. World Economic Forum consideră, chiar dacă PIB per capita al Moldovei și al statelor din grupul său este mic (în jur de 2,000 USD) totuși venitul pe cap de locuitor este enorm comparativ cu nivelul de competitivitate atins.

Situația nu este mai bună la nivelul indicatorilor tehnologici și de informatizare. La nivelul *Indicelui Gradului de Pregătire în Rețea*, Moldova este pe locul 94 din 115 state, pe aceeași poziție cu Mali, Kenya și Nigeria (-0,78 puncte), devansând Moldova. Componentele acestui indicator:

- *ICPR Indicele component de mediu* – suntem pe locul 94 cu – 0,80 puncte, pe aceeași poziție cu Madagascar, Mozambic, Bangladesh și Honduras;

- *ICPR Indicele component al gradului de pregătire* – suntem pe poziția 98 cu – 0,89 puncte, pe aceeași poziție cu Zimbabwe și Gambia;

- *ICPR Indicele component de utilizare* – suntem pe locul 80 cu – 0,64 puncte, pe aceeași poziție cu Tanzania și Namibia;

- *ICPR Mediul de piață* ne plasează pe locul 108 cu – 1,03 puncte, pe aceeași poziție cu Camerun și Kyrgyz;

- *ICPR Cadrul regulator și politic* chiar dacă atinge un indice negativ (-0,88 puncte) plasează Moldova pe locul 88, mai sus decât Algeria și Zimbabwe, important de menționat este faptul că ne plasează și mai sus decât Ucraina și Rusia;

- *ICPR Mediul infrastructural* poziționează Moldova pe locul 67 (-0,51 puncte), pe aceeași poziție cu China;

- *ICPR Gradul de pregătire individuală* (nivelul de acces și utilizare Internet, conectivitate) – locul 97 (-0,88 puncte) pe aceeași poziție cu Camerun, fiind depășiiți de Zimbabwe;

- *ICPR Gradul de pregătire al businessului* – locul 96 (-0,95), pe aceeași poziție cu Algeria și Honduras, fiind depășiiți chiar de cele mai slab dezvoltate state din Africa, cum ar fi Uganda, precum și Zimbabwe și Namibia cu o rată de acces la Internet teoretic de trei ori mai mică decât în Moldova;

- *ICPR Gradul de pregătire guvernamental* – locul 99 (-0,86 puncte), pe aceeași poziție cu Namibia, respectiv Honduras și Mozambic, depășesc Moldova;

- *ICPR Utilizarea individuală* – locul 73 (-0,58), pe aceeași poziție cu Maroc și Tunisia;

- *ICPR Indicele de utilizare în business* – locul 91 (-0,99), pe aceeași poziție cu Mongolia și Gambia;

- *ICPR Indicele de utilizare guvernamental* – locul 71 (-0,36) pe aceeași poziție cu Grecia, Letonia și Tadjikistan, mai sus decât Luxemburg, Rusia și Ucraina.

Dintre indicatorii principali enumerați se observă foarte clar, în pofida intențiilor și declarațiilor de integrare europeană, că Republica Moldova se află pe o poziție similară unui stat african. Planuri superficiale bazate pe principii cosmetice, declarații de dezvoltare și indicatori mai puțin corect calculați reprezintă, în fapt, nivelul real de dezvoltare și tendința Moldovei.

Tehnologiile informaționale joacă un rol tot mai mare în procesul de decizie la nivelul productivității și creșterii competitivității economiilor statelor. Acest moment reconfirmat în ultimele rapoarte de competitivitate globală coordonate de către World Economic Forum este surprinzător identificat în relație chiar și cu cele mai dezvoltate state din lume. Practica mondială a înțeles un adevăr, că din oricare categorie ar face parte produsul, în spatele fiecăruia din acesta trebuie să fie prezentă o tehnologie performantă care să-i asigure productivitatea și competitivitatea finită, preopinent aducându-se ideea necesității regionalizării și specializării cât mai pronunțate ale statelor spre atingerea unor rezultate mai posibile.

Moldova este prea mică pentru a promova politici separate industriale, și acest lucru este înțeles și de către cercurile academice din statele CSI, precum sunt Rusia și Ucraina. Tehnologizarea și informatizarea economiei Moldovei relevă unica șansă de succes pe o piață mondială și concurențială. Moldova ar trebui, în ansamblul său, să devină un laborator de tehnologii informaționale. Celelalte industrii vor fi dezvoltate, însă ele vor fi bazate integrat și concentric pe IT și comunicații, dacă este cazul.

Evoluții posibile:

- Situația competitivității Moldovei și a evoluției ramurii IT este atestată pozitiv în perspectivă. Astfel **Indicele Capacității de Inovație** în 2005 a plasat Moldova pe locul 60 alături de Grecia, devansând state, precum sunt Republica Slovacă, România și Bulgaria.

- Perspectivele pentru Moldova de a deveni un stat competitiv pe termen mediu (în 7 ani) reflectă obligativitatea politică de-a se focaliza pe probleme, viziuni și strategii concrete. Concentrarea eforturilor, parteneriatul pronunțat pe politici de coeziune bazate pe tehnologii de înaltă performanță este singura cale pentru atingerea unor rezultate mai bune.

Acestea se pot realiza prin aplicarea concentrică a următoarelor strategii:

a) *strategie de regionalizare și dezvoltare în baza de zone specializate* – după cele mai recente exemple ale UE, Republicii Coreea și Japoniei. În general, Moldova în ansamblu ar trebui să devină un laborator de IT (similar cu Taiwan) și de aceea nu ar fi greșit dacă greutatea politicilor de dezvoltare regională și a mecanismului de gestionare a acestora ar fi atribuite unei instituții cu capital mixt (de stat/privat) specializată în TIC, care s-ar fi preocupat de informatizarea regiunilor, crearea centrelor de inovație și de transfer tehnologic, lansarea guvernelor electronice locale, sistemul integrat legat de afaceri și comerț, inclusiv externe. Este necesară colaborarea intensivă în acest domeniu cu Camerele de Comerț și conversiunea acestora în centre tehnologice. Camerele de comerț nu trebuie să rămână instituții de reprezentare a agenților economici, ci de transferare de informații, tehnologii, oportunități de piață, promovare etc.;

b) *strategie de lansare a platformei integrate naționale și a centrelor regionale de transfer tehnologic și inovație*. Acestea vor concentra largit reprezentarea instituțiilor de stat, comunității de business și a centrelor universitare. Platforma

națională reprezintă autoritatea națională din domeniu TIC, dar și de promovare economică și servicii, este nucleul industriei informatizate din stat și unește cercetătorii, activitățile industriale, academice și de planificare;

c) *strategie de clusterizare* – îmbină practic cele două concepte mai sus-menționate și redă un dinamism accentuat oricărei activități economice datorită aplicării și valorizării pe larg a conceptelor științifice ale practicii internaționale și nivelului de absorbție locală pe bază de tehnologii avansate. Clusterelor sunt centre care cuprind viziunile de dezvoltare inter-ramuri în scopuri comune și de valoare înaltă, sunt puternic competitive și reprezintă o unică șansă pentru dezvoltarea productivă, competitivă a economiei Moldovei și creșterea calității vieții națiunii.

BIBLIOGRAFIE

- Backmann, J. ș.a., *Quality of Life, Knowledge and Competitiveness*, Finnish National Fund for Research and Development, Helsinki, 1998
- *Datele Ministerului Sănătății ale Guvernului RM*, 2006
- Muntean, T., *Căile de formare și distribuire a veniturilor disponibile ale populației*, autoreferat al tezei de doctor în economie, Chișinău, UTM, 2007, 28 p.
- *The Information Society and the Citizen: A Status Report on the Availability and Use of Information and Communications Systems*, ISPO, BU24 2/78, 1996
- *The Telematics Applications Programme – Applying Information and Communications Technologies to Meet Societal Needs*, European Commission, Directorate General XIII, Bruxelles, 1997
- <http://www.echo.lu/telematics>
- <http://www.weforum.org>

ASPECTE RELEVANTE ALE TEMERILOR CLUBURILOR P&I PRIVIND COSTUL REAL AL PASIVELOR P&I

Conf. univ. dr. **GRAMA, Izabella Gilda**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Abstract

Some relevant aspects of P&I clubs fears regarding the true costs of P&I liabilities

The cost losses in the late 1990s and early 2000s uncovered some weaknesses in the mutual &I Clubs system.

P&I premiums paid worldwide have increased three times in the past seven years but, when looked at over a longer period, there has been an underlying upward trend in the value of claims over the past twenty years.

There has been a great deal of talking and some real soul-searching on the part of the major mutual P&I Clubs since then, however. Many suggestions have been made as to how to reform and improve the way the clubs operate. Central to any risk control programme is a proper understanding of what is going wrong. Major claims do not differ from minor claims other than in value. Human error is the dominant factor in bringing about the incidents which give rise to liabilities – and most often it is human error at sea.

Key-words: *P&I Club, insurers, liabilities, major claims, losses, fleet, ship-owner, mutual system, failure, risk, loss-prevention procedure, human error*

Costul pierderilor înregistrate la sfârșitul anilor 1990 și începutul anilor 2000 a dezvăluit anumite slăbiciuni ale sistemului mutual de asigurări, prin intermediul Cluburilor P&I, al armatorilor.

Acesta reprezintă motivul pentru care s-au purtat multe discuții și s-au întreprins numeroase cercetări laborioase de către unele dintre organizațiile mutuale de asigurare – Cluburile P & I. S-au formulat multe sugestii despre cum ar trebui să se reformeze și despre cum ar putea să se îmbunătățească modalitatea de operare a Cluburilor P & I.

Câteva aspecte pozitive au rezultat din această, adesea dureroasă, autoexaminare. Măsurile pentru îmbunătățirea procedurilor de prevenire a pierderilor ar putea să înceapă să aibă efect, în timp ce întreaga reevaluare a nivelurilor de taxare ar putea constitui, probabil, un element important al stabilității pe piață.

În general, totuși, sistemul mutual de asigurări P & I s-a menținut surprinzător de puțin schimbat de-a lungul timpului, și pare să rămână la fel de conservator în prezent,

când o furtună iminentă pare să se abată asupra lui. Sunt chiar semne că unii asigurători au alunecat spre vechile practici de reducere a ratelor de asigurare pentru a păstra sau a dobândi noi afaceri. Cu niveluri de taxare menținute constante și contribuții suplimentare reduse cu până la 25% din contribuțiile inițiale s-ar părea că schimbările de la începutul anilor 2000 ar putea avea efectul scontat. Dar sunt puțini cei din acest domeniu care se așteaptă să scadă costurile din nou, și se conturează un consens din ce în ce mai larg că armatorii și operatorii au plătit prea puțin prea mult timp pentru o acoperire nelimitată a riscurilor care se obține odată cu calitatea de membru al organizației mutuale de asigurări.

Unul dintre efectele dezastruosului început al anilor 2000 a fost acela de a împinge piața P & I în lumina reflectoarelor așa cum nu mai fusese niciodată până în acel moment. Evaluarea făcută de către Standard & Poor's organizațiilor mutuale de asigurări începută anul trecut și-a atras critici pentru solicitarea pe care au formulat-o referitoare la constituirea unor fonduri de rezervă ale Cluburilor P & I, ca o măsură pentru îmbunătățirea capacității de plată a reclamațiilor. Analiza Standard & Poor's, cum nu a ținut cont de calitatea armatorilor de membri ai unui Club P & I sau de vârsta navelor din portofoliu, motiv pentru care, consider că, aprecierea referitoare la faptul că fondurile de rezervă mai mari ar putea reprezenta cheia pentru amplificarea puterii financiare a cluburilor este discutabilă. Punctul de vedere al Standard & Poor's cum că regulile contabile sunt confuze până la punctul în care sunt potențial neaplicabile ridică totuși un serios semn de întrebare așa cum ridică și concluzia că multe Cluburi P & I vor avea dificultăți în menținerea nivelului serviciilor și păstrarea la un nivel redus a contribuțiilor suplimentare, ceea ce ar putea avea drept rezultat fuzionarea cluburilor mai vulnerabile. Se atrage atenția, de asemenea, în mod explicit asupra problemei calculării contribuțiilor și a fondurilor de rezervă – două chestiuni în care practica organizațiilor mutuale este total diferită de restul pieței asigurărilor. Oricare i-ar fi meritele sau slăbiciunile, totuși, analiza Standard & Poor's reprezintă numai un aspect al reevaluării generale a pieței organizațiilor mutuale de asigurări – o piață fondată de mult timp, dar nespecifică, care, până de curând, a funcționat nesupravegheată foarte mulți ani.

Acum, când lumina reflectoarelor s-a focalizat pe sistemul mutual de asigurări și unele dintre deficiențele lui au devenit mai vizibile, se pune întrebarea dacă se vor dovedi capabile Cluburile P & I să se autoreorganizeze într-o manieră fundamentală.

Nu există nicio garanție că în următorii ani incidența reclamațiilor majore nu va începe să crească din nou. Așa cum nota United Kingdom P&I Club – una dintre cele mai importante și mai solide organizații mutuale de asigurări din lume la oră actuală – în raportul anual referitor la analiza reclamațiilor majore din 2007, trecutul apropiat a fost „caracterizat precădere de pierderi multe și nu de dezastru”¹.

Sistemul tradițional de Club acoperă încă aproximativ 90% din piața reprezentată de asigurările maritime P & I. Deși mulți membrii sunt acum profund îngrijorați în legătură cu incertitudinile sistemului mutual de asigurări, întotdeauna se gândesc, în primul rând, la micșorarea contribuțiilor și, până acum, conservatorismul a avut câștig de cauză. Într-un anumit sens, toate încercările de a realiza o anticipare corectă în mai

¹ Vezi *Analysis of Major Claims*, United Kingdom P&I Club, 2007, p. 32.

mare măsură în sistemul mutual de asigurări au pornit de la premisa asumării pe baze mutuale a riscului. Acest lucru a devenit mult mai evident pe măsură ce capacitatea de reasigurare a Cluburilor P & I la nivel internațional s-a contractat. Acest lucru i-a făcut pe unii armatori – în special pe cei care operează cu nave mici care se confruntă cu riscuri mici – să-și pună întrebarea dacă sistemul mutual de asigurări le mai poate oferi o soluție în întregime satisfăcătoare pentru nevoile lor. În prezent, se manifestă o tendință din ce în ce mai accentuată, care tinde să se transforme într-un fapt obișnuit, ca brokerii Cluburilor P & I să ofere alternative în afara rețelei de cluburi.

Alternativa evidentă este reprezentată de piața primelor fixe. Companiile care oferă prime de asigurare fixe pentru responsabilitatea asumată dețin între 5%-10% din totalul pieței internaționale a asigurărilor. Avantajul primelor de asigurare fixe oferite armatorilor și navlositorilor constă în faptul că ei știu, încă de la început, cu exactitate, cât de mult vor avea de plătit pentru acoperirea riscurilor pe care le acceptă acele companii – nemaifiind obligați să-și facă griji pentru contribuțiile suplimentare –, putând astfel să-și dimensioneze cu exactitate bugetul. Spre deosebire de Cluburile P & I, asigurătorii care oferă prime de asigurare fixe nu oferă, în același timp, și protecție nelimitată; dar această deosebire clară nu se va mai menține multă vreme în situația în care organizațiile mutuale de asigurări vor începe, așa cum pare plauzibil acum, să se autolimiteze. Unul dintre avantajele organizațiilor mutuale de asigurări a fost întotdeauna capacitatea lor de a asigura consultanță și sprijin de specialitate. Pentru acest motiv, orice jucător serios de pe piața primelor de asigurare P & I fixe va trebui să-și mențină o rețea internațională de corespondenți, în așa fel încât să fie capabil să-și asigure clienții că prin părăsirea sistemului mutual de asigurări ei nu întorc, totodată, spatele și beneficiilor tradiționale de care se bucură un membru al unui Club P & I. Orice companie care intenționează să ofere un serviciu comparabil cu cel oferit de Cluburile P & I trebuie să fie capabilă să asigure asistență de specialitate, consultanță și susținere în chestiunile de ordin legal – așa cum sunt contractarea tonajului, documentele, angajarea surveyorilor, ca și rezolvarea incidentelor accidentale, și să asigure eliberarea navelor de sub eventualul arest instituit de reclamanți. Trebuie, de asemenea, să aibă un departament care să se ocupe de reclamații înzestrat cu toată expertiza juridică și tehnică, capabil să asigure asistență sub forma scrisorilor angajament, cautiunilor sau scrisorilor de garanție bancară pentru a minimiza întârzierea în eventualitatea arestării navei sau a amenințării cu arestul.

Pentru mulți armatori al căror grad de expunere la risc nu este prea mare, primele de asigurare fixe apar acum, destul de clar, drept o alternativă viabilă și direct comparabilă cu ceea ce în mod obișnuit oferă Cluburile P & I.

Primele P & I plătite în întreaga lume s-au triplat în ultimii șapte ani, dar, dacă luăm în considerare o perioadă mai lungă, s-a înregistrat un trend ascendent al valorii reclamațiilor în ultimii 20 de ani.

Pentru cele mai multe reclamații plătite de un Club P & I armatorul a contribuit întotdeauna cu o cotizație semnificativă. În acest fel, costul responsabilității P&I a ajuns în prezent să se situeze la 4.250.000.000 dolari SUA², dar acest subiect este

² Vezi Patrick J. Bonner, *Marine Insurance Consideration*, Maritime Law Reporter, volume 11, number 4, Freehill Hogan & Mahar, March 21, 2008, pp. 42-48.

foarte controversat în prezent, motiv pentru care opinez că este de așteptat o schimbare în viitorul apropiat a acestei valori, în sensul creșterii ei.

Pe măsură ce un sfert din flota maritimă mondială a intrat în United Kingdom P&I Club, ajungând astfel să ocupe o poziție privilegiată în rândul organizațiilor mutuale de asigurări la nivel mondial, aceasta a ajuns să se confrunte cu aproximativ 20.000 de reclamații anual. Interesant de reținut este faptul că nu numărul reclamațiilor a crescut foarte mult, ci valoarea acestora.

Acest aspect economic nefavorabil, cu care se confruntă și celelalte Cluburi P & I, impune măsuri care să fie luate de către acestea pentru a putea reduce pierderile. Din moment ce Cluburile P & I sunt organizații care funcționează în exclusivitate pentru proprii lor membrii nu reprezintă o opțiune pentru ele să încerce să-și îmbunătățească performanțele financiare prin excluderea riscurilor pe care armatorii nu le pot evita; cluburile există pentru a ajuta armatorii să-și rezolve problemele atât cât este posibil, iar riscurile sunt mutual compatibile și comparabile. Controlul riscului în contextul unui Club P & I înseamnă ajutorul acordat armatorilor pentru a identifica măsurile eficiente care, în primul rând, să-i ajute să evite de la bun început incidentele și, în al doilea rând, să minimizeze consecințele pierderilor. Cluburile P & I au o lungă tradiție de expertiză în acest domeniu, dar presiunile cu care se confruntă au condus la folosirea din ce în ce mai accentuată a măsurilor destinate să producă o schimbare a calității serviciilor lor, în sensul creșterii ei, față de perioadele anterioare.

Punctul central al oricărui program de control al riscurilor îl reprezintă înțelegerea deplină a tot ceea ce nu merge așa cum ar trebui.

Câteva ani la rând, United Kingdom P & I Club a analizat toate reclamațiile cu o valoare de 100.000 dolari SUA sau mai mare, ceea ce reprezintă reclamații majore, iar rezultatele au fost publicate.³

Prima, și poate cea mai importantă, concluzie a acestui studiu o reprezintă faptul că aceste reclamații majore dețin numai o proporție foarte mică – mai puțin de 2% – din totalul numărului de 20.000 de reclamații tratate în fiecare an. De aceea, în mod clar, consider că fie și o reducere chiar mică a numărului acestor reclamații majore ar putea avea un efect semnificativ asupra situației financiare a Cluburilor P & I și asupra întregii industrii maritime, în general. Cercetând cauzele acestor reclamații majore, tabloul devine mult mai neclar. Cauza nemijlocită a aproape jumătate din reclamații a constituit-o eroarea umană la bordul navei. Avariile și erorile structurale, mecanice și ale instalațiilor pot, de asemenea, în multe cazuri, să conțină factori umani, iar erorile provenite de la uscat aparțin în mod normal operatorilor portuari. Eroarea umană nu reprezintă, desigur, o eroare în mod obligatoriu imputabilă. Multe reclamații au apărut acolo unde s-a înregistrat o eroare de judecată a unui individ care, în mod obișnuit, s-a dovedit a fi responsabil și atent.

Totuși, chiar și în aceste cazuri, adesea sunt implicați o serie de factori, așa cum sunt oboseala, orele suplimentare de muncă sau presiunile economice care întunecă judecata, afectează capacitatea de a lua decizii corecte și care pot conduce la erori.

Este, de asemenea, important să avem în vedere și la alți factori non-umani care intervin în aceste reclamații. Vârsta navei este, cu certitudine, un factor relevant ținând

³ Vezi *Analysis of Major Claims*, United Kingdom P&I Club, 2000-2007.

cont de greutatea întreținerii ei pe măsură ce nava îmbătrânește. Există o corelație interesantă între eroarea umană și vârsta navei, și se poate aprecia că avariile navei, în general, se înmulțesc, ceea ce este de așteptat din momentul în care navele depășesc vârsta de cinci ani. Este demn de remarcat că reclamații apar la nave de toate vârstele, indiferent că este vorba despre defecte ale navei sau despre erori umane. Legarea reclamațiilor simplist numai de cauza reprezentată de vârsta navei opinez că nu este justificată de această analiză. Distribuția neuniformă confirmă faptul că reclamațiile majore sunt cauzate de aceleași erori din cauza cărora apar reclamațiile de mică anvergură în fiecare zi a săptămânii. Există un factor adițional, în special în anumite circumstanțe, care face ca o avarie de rutină să se transforme într-o reclamație majoră.

Comparând reclamațiile din cauza avariilor structurale cu criteriul reprezentat de vârstă rezultă că numărul reclamațiilor în urma avariilor structurale nu este uniform distribuit, deoarece nave cu o vârstă de 14 și 15 ani au fost mult mai afectate decât, interesant, navele de 16 ani care nu au avut la fel de mult de suferit.

Impactul programelor de supraveghere și inspecție al societăților de clasificare putem aprecia că are, desigur, relevanță în această chestiune, cu un număr de nave tăiate pentru fier vechi în momentul în care nu mai era eficientă repararea lor înainte de cea de-a treia inspecție, reducând astfel probabilitatea apariției reclamațiilor imediat după ce inspecția a fost terminată. Este, de asemenea, important să se recunoască că toate tipurile de nave se confruntă cu reclamații pentru avarii structurale. În tabloul general al acestor reclamații, pe lângă acestea, există și un număr mare de avarii și reclamații la marfă care apar din cauza dificultăților continue în legătură cu capacele hambarelor navei. Capacele hambarelor navei sunt o particularitate constructivă asupra căreia Cluburile P & I i-au avertizat pe armatori dintotdeauna, dar acestea continuă să cauzeze probleme. O întreținere corespunzătoare a capacelor hambarelor consumă mult timp și necesită investiții, dar trebuie ținut cont de faptul că greșelile în întreținere au drept consecință reclamații foarte costisitoare.

Mai există și alți factori care nu reprezintă cauze directe ale reclamațiilor majore, dar ei au totuși locul lor deoarece pot fi semnificativi pentru alte probleme ridicate de managementul riscurilor. Astfel de factori așa cum sunt, de exemplu, pavilionul sau clasa navei au un rol în evaluarea riscului într-o asemenea măsură încât atribuirea pavilionului național⁴ sau a pavilionului de complezență⁵ și clasa acordată navei de către societatea de clasificare reprezintă o caracteristică a riscului subiacent. În ciuda

⁴ Pavilion național înseamnă că naționalitatea proprietarului navei este aceeași cu a pavilionului navei. Navele înregistrate sub pavilion național respectă un standard ridicat referitor la siguranța navigației, nivelul salariilor echipajului și condițiile de muncă de la bordul navei.

⁵ Statele care oferă pavilioane de complezență permit celor care nu sunt cetățeni ai acestor țări să dețină proprietatea și controlul navelor, oferă acces în sau transfer din registrul maritim ușor, nu percep taxe asupra venitului din navigație sau acestea sunt scăzute, permit fără niciun fel de restricții angajarea echipajelor de alte naționalități, nu dețin puterea sau dorința de a impune reguli naționale sau internaționale asupra proprietarilor „săi” de nave și nu au nevoie să dețină tonaj de navigație, dar solicită taxe de tonaj. Aceste state constituie adevărate paradisuri fiscale pentru armatorii provenind din țările dezvoltate din punct de vedere economic ale lumii.

tuturor acestor factori opinez că trebuie luate toate măsurile necesare pentru prevenirea riscurilor deoarece niciunul dintre acești indicatori nu poate fi considerat concludent. De exemplu, pavilionul SUA⁶ este caracterizat de valoarea mare a reclamațiilor în acea jurisdicție supusă inspecției United Kingdom P & I Club în urma unor incidente care în altă parte a lumii nu ar fi catalogate ca fiind majore. În mod similar, pavilionul Panama⁷ care este utilizat de multe vrachiere⁸ de mare tonaj poate fi considerat reprezentativ numai dacă vrachierele înregistrează avarii și reclamații majore.

Analiza riscului necesită, de asemenea, o punere în temă cu diversele tipuri de avarii și reclamații. De exemplu, în categoria reclamațiilor referitoare la vătămarea corporală a personalului, vătămările corporale ale echipajului cauzate de propriile lor greșeli sunt, de departe, cele mai des întâlnite.

Reclamațiile referitoare la pagubele materiale reprezintă o caracteristică deosebită a tuturor reclamațiilor majore, eroarea de pilotaj având impactul semnificativ cel mai mare, motiv pentru care nu reprezintă un aspect surprinzător faptul că se înregistrează, în mod obișnuit, avarii care generează pagube materiale importante ale echipamentului de acostare. În legătură cu reclamațiile referitoare la poluare, toate tipurile de nave poluează; reclamațiile provenite de la tancuri contribuie cu mai puțin de jumătate la numărul total de reclamații din această categorie.

Se pune întrebarea unde ne poate conduce această analiză. Răspunsul constă în faptul că **reclamațiile majore diferă de reclamațiile minore numai din punct de vedere al valorii**. Reclamațiile majore nu sunt altceva decât reclamații minore care s-au extins. În consecință, eforturile de prevenire a pierderilor trebuie să se concentreze pe evitarea tuturor reclamațiilor pentru a putea reduce corespunzător numărul reclamațiilor majore.

Cercetările întreprinse au demonstrat că **eroarea umană reprezintă factorul determinant care conduce la incidente a căror consecință este creșterea responsabilității, iar aceasta este, cel mai adesea, reprezentată de eroarea de navigație**. Această concluzie a avut drept rezultat faptul că organizațiile mutuale de asigurare, ținând cont de importanța și de numărul mare de nave pe care le deține în portofoliu, au dezvoltat strategii prin care se pune accentul pe avertizarea armatorilor și, implicit, a echipajelor referitor la reclamațiile majore și la consecințele lor pe mare, în așa fel încât acestea să acționeze ca un sprijin pentru navigatori în vederea evitării reclamațiilor. Este important de remarcat faptul că majoritatea navigatorilor nu au fost niciodată implicați într-o reclamație majoră; acest lucru are drept consecință faptul că poate să apară și să predomină atitudinea „așa ceva mie nu mi se va întâmpla niciodată”. În aceste condiții, o avertizare referitoare la pericolele potențiale nu poate să fie decât benefică. Acesta reprezintă, probabil, elementul esențial al oricărei strategii de prevenire a pierderilor, care poate crea un climat în care erorile umane ar putea fi reduse și, astfel, ar fi posibil să se mențină concentrarea asupra securității necesare pentru a reduce consecințele erorilor umane.

⁶ Pavilionul SUA este pavilion național.

⁷ Pavilionul Panama este pavilion de complezență.

⁸ Nave care transportă mărfuri de masă în vrac.

Dar mai există o cale diferită importantă a strategiilor adoptate de către Cluburile P & I, iar aceasta o reprezintă calitatea armatorilor care sunt admiși ca membrii ai clubului. Între calitate și risc nu este ușor de stabilit o legătură din punct de vedere statistic. Există armatorii de cea mai bună calitate care se confruntă cu reclamații enorme. Alți armatori a căror calitate este, probabil, mai puțin evidentă, par să opereze fără reclamații semnificative.

Din păcate nu există date despre cei mai neprofesioniști armatorii, care își exploatează navele fără acoperirea P & I în afara rețelei de siguranță a sistemului mutual al unui club, dar care, totuși, primesc acces în porturi și la mărfurile care urmează să fie transportate – oferind niveluri ale navlului mai mici decât concurența pe care o fac armatorii responsabili. Cu toate acestea, pentru managementul riscului și prevenirea pierderilor într-un Club P & I, calitatea membrilor armatori este esențială. Acest lucru reflectă, de asemenea, mutualitatea unui club ai cărui membrii subscriu și garantează dezastrele fiecăruia dintre ei și care trebuie să aibă încredere că niciunul dintre ei nu va abuza de sistemul destinat să-i protejeze pe toți.

Pe acest fundal, atât al cercetărilor pe care le-au întreprins cât și al calității propriilor membrii, Cluburile P & I au dezvoltat unele produse specifice pentru a-și sprijini membrii în eforturile pe care aceștia le depun pentru a evita, pe cât posibil, pierderile. Semnificativ de remarcat este faptul că, de exemplu, United Kingdom P & I Club a pregătit două filme – „Counting the Cost”⁹ și „Taking Care”¹⁰ – pentru a-i ajuta pe comandanții navelor să devină conștienți de posibilele consecințe ale erorilor aparent relativ minore care pot apărea pe mare. Un buletin informativ, scris în așa fel încât să poată fi accesibil personalului care nu este specializat în asigurări, circulă la navele din întreaga lume.

Acest buletin informativ nu își propune să-i învețe pe profesioniști cum să-și facă treaba – ceea ce ei știu deja. Ceea ce prezintă acesta este o descriere a unei selecții de reclamații obișnuite cu care United Kingdom P & I Club s-a confruntat recent – dar fără a fi furnizate detalii cu privire la identitatea celor implicați –, în așa fel încât ceilalți să poată fi avertizați asupra ceea ce s-ar putea întâmpla. O altă publicație „Carefully to Carry”¹¹, pe de altă parte, asigură un ghid definitoriu în legătură cu mărfurile care fac obiectul transportului maritim și pentru care sunt necesare cunoștințe de specialitate. United Kingdom P&I Club se preocupă, de asemenea, și de problemele de limbaj, motiv pentru care a realizat și distribuit o casetă audio care să vină în sprijinul îmbunătățirii IMO Standard Marine Navigational Vocabulary¹² destinată să reducă acele ocazii nefericite în care neînțelegeri lingvistice conduc la reclamații costisitoare. O broșură care subliniază rezultatele analizei întreprinse de către United Kingdom P&I Club, dar scrisă într-o formă mai puțin tehnică, a fost pusă la dispoziția navelor, în așa fel încât cei care sunt interesați pot să aibă o imagine generală a tabloului reclamațiilor majore.

⁹ „Calculând costul”.

¹⁰ „Având grijă”.

¹¹ „Atenți la transport”.

¹² *Dicționarul standard de termeni de navigație maritimă al Organizației Maritime Internaționale.*

Toată această activitate nu trebuie, totuși, desfășurată de către Cluburile P & I în detrimentul măsurilor tradiționale de prevenire a pierderilor care includ asistență juridică în legătură cu încheierea charterparty-urilor¹³, contactele cu cei care asigură operațiunile de bunkerare și așa mai departe. Noutatea constă în pregătirea și asigurarea de către organizațiile mutuale de asigurări a unui material care să fie ușor de înțeles de către navigatori, care să fie produs ținând cont în mod nemijlocit de căile care trebuie urmate și să evidențieze măsurile care trebuie întreprinse, în așa fel încât eforturile de prevenire a pierderilor să aibă cea mai mare eficiență.

În ultimă instanță, rămâne problema armatorilor și, evident, la latitudinea fiecăruia dintre ei, să determine și să hotărască măsura în care este practic și eficient să investească în prevenirea pierderilor. Cluburile P & I nu trebuie să instituie în mod obligatoriu practici care sunt în afara celor acceptate de comunitatea maritimă internațională. Ele pot, totuși, să-i sprijine pe armatori să determine domeniile în care investiția lor în prevenirea și evitarea pierderilor are șanse să înregistreze cea mai mare productivitate și să ofere cele mai eficiente rezultate. Consider că succesul în prevenirea și evitarea pierderilor este de natură să consolideze afacerile individuale ale armatorilor interesați și, de asemenea, să întărească rolul Cluburilor P & I ca o parte integrantă și vitală a industriei de transport maritim.

BIBLIOGRAFIE

- Bonner, Patrick J., *Marine Insurance Consideration*, Maritime Law Reporter, volume 11, number 4, Freehill Hogan & Mahar, March 21, 2008
- Wood, Donald F.; Jonson, James C., *Contemporary Transportation*, Prentice Hall, New York, 1996
- *** *Analysis of Major Claims*, United Kingdom P&I Club, 2000-2007
- *** *Annual Bulletin of Transport Statistics for Europe*, New York, 2000-2007
- *** Colecția revistei *Cargo Systems*, I.I.R. Publication, London, UK, 2000-2007
- *** Colecția revistei *Container Terminal Productivity*, I.I.R. Publication, London, UK, 2000-2007
- *** Colecția revistei *Strategies for Container Ports*, I.I.R. Publication, London, UK, 2000-2007

¹³ Contracte de navlosire.

OCUPAREA FORȚEI DE MUNCĂ FAȚĂ DE ȘOMAJ ÎN DOBROGEA

Lector univ. drd. **IACOB (PATACHE), Laura**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

Employment versus unemployment in Dobrogea County

In developed countries, the employment has become the principal resort and condition to assess the evolution of the social welfare. The salary – even the minimal on economy one – ensured a decent existence. Labor market in Romania, indirectly in Dobrogea, has suffered major transformations regarding overall processes of economical de-structuring and/or re-structuring being manifest also by the diminishment of the active and occupied population, the increment of the unemployment for term and – aspect with strong negative influences – the increasing of the non-active population.

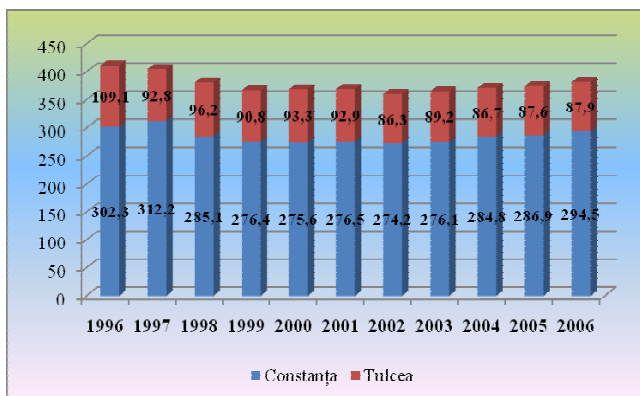
Key-words: *employment, active population, labor resource, salary, migration, labor productivity, unemployment, rate of unemployment*

Piața muncii din România, și implicit din Dobrogea, a suferit transformări majore în contextul proceselor de destructurare și/sau restructurare economică manifestate și prin reducerea populației active și a populației ocupate, creșterea șomajului de lungă durată și – aspect cu conotații puternic negative – creșterea populației inactive. Impactul fenomenelor demografice asupra evoluției resurselor de muncă (scăderea natalității, menținerea mortalității ridicate, creșterea migrației externe) a fost însoțit de efecte economice cum ar fi restructurarea economică, recesiunea care au accentuat migrația urban-rural și ocuparea în agricultura de subzistență, dezvoltarea pieței muncii informale sau constituirea unui segment important de populație inactivă și migratoare spre altele.¹

¹ O parte din caracteristicile pieței muncii din zona Dobrogea în perioada 1990-2000 au fost prezentate în lucrarea *Caracteristici ale pieței dobrogene a muncii*, Laura Iacob, volumul „Realități și perspective în dezvoltarea durabilă a economiei românești”, Editura Universitaria, Craiova, 2003, pp. 243-253.

În ceea ce privește utilizarea capitalului uman, atenuarea disparităților la nivel regional și zonal va depinde, în mod hotărâtor, de tipul de politică economică adoptat în acest sens. Acesta va depinde, la rândul său, de forțele interne și externe ale presiunilor care acționează în sensul aplicării sau frânării unor restructurări economice și de implicarea bugetului public în susținerea acestor restructurări.

Populația civilă ocupată din Dobrogea s-a diminuat numeric de la 411,6 mii persoane la nivelul anului 1996, la 382,4 mii persoane în 2006 – ca pondere din total populație ocupată la nivel național rămânând relativ constantă, în jur de 4,5% – ca urmare a scăderii numărului populației active coroborat cu accentuarea fenomenului migrator (vezi fig. 1).



Sursa: INS, Anuarul Statistic 1997-2007

Fig. 1. Evoluția populației ocupate în zona Dobrogea în perioada 1996-2006

În județul Constanța, de la 302,3 mii persoane civile ocupate în anul 1996 s-a ajuns la 294,5 mii persoane în 2006 (rata de ocupare a scăzut de la 57% în 1996 la 51% în 2001, apoi crescând până la valoarea de 56% în 2006). Și în județul Tulcea populația civilă ocupată s-a diminuat cu 19,4% (de la 109,1 mii persoane în 1996 la 87,9 mii persoane în 2006), rata de ocupare scăzând drastic de la 60% în 1996 la 48% în 2006 ca urmare, pe de-o parte, a reducerii mai accentuate a populației ocupate comparativ cu scăderea numărului populației în vârstă de muncă, iar pe de altă parte, a extinderii ocupării informale, mai ales în ultimii ani când șomajul înregistrat – în valori absolute și relative – a scăzut semnificativ.

Atât rata de ocupare, cât și rata de activitate, la nivel zonal, înregistrează evoluții nefavorabile până în anul 2001, scăzând, pentru ca mai apoi să se redreseze ușor.

Ambii indicatori sunt determinați pe baza raportării populației ocupate/active la populația în vârstă de muncă, valorile obținute trebuind să fie privite cu anumite rezerve.

Un alt indicator care, în opinia mea, oferă o imagine mai clară a stării ocupării în zonă, este **gradul de ocupare** determinat ca raport procentual între: persoanele ocupate cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată sau determinată/legal angajate, la care se adaugă persoanele ocupate atipic și

persoanele ocupate în sectorul informal; și resursa de muncă. Calculul acestui indicator este îngreunat de lipsa unor valori precise cu privire la ocuparea atipică și informală zonală/națională, precum și ale resursei de muncă. Prin urmare, putem doar aprecia că valorile acestuia sunt mai mari decât cele ale ratei ocupării prin prisma corelației între evoluțiile ratei ocupării și ratei șomajului, ambele în scădere, care nu ar putea fi explicate decât în condițiile extinderii ocupării atipice și informale în zonă.

Datorită reglementărilor în vigoare (salariul minim pe economie și pe ramură), stării economiei zonale (preponderența ocupațională în sectorul primar), ca și specificului unor activități (pondera în întreprinderilor mici și mijlocii în Dobrogea este de circa 97%) se cristalizează ca îngrijorătoare evoluția populației ocupată în direcția migrației populației active calificate, spre activități și angajamente ce necesită un grad mai scăzut de pregătire profesională, spre economia „ascunsă”/subterană sau spre activitățile sectorului primar.

Creșterea sectorului informal din zonă, și mai ales din județul Tulcea, a fost determinată, pe de-o parte, de oferta limitată de locuri de muncă și, pe de altă parte, de salariile mici din sectorul „oficial” de cerere de muncă. Sectorul informal cuprinde „toate activitățile generatoare de venit care nu sunt reglementate de către stat, în medii sociale în care activități similare sunt reglementate”². Piața muncii informale se constituie, de cele mai multe ori, într-o unică variantă salvatoare pentru segmentul de populație săracă, fiind alimentată de scăderea permanentă a nivelului de trai al populației, precum și de reducerea salariului real raportat la costul vieții, precum și alternativă pentru surse de venit suplimentare. Toate acestea au generat transformări structurale ale economiei prin creșterea ocupării în agricultura de subzistență (de tip familial), în care predomină forma de *auto-ocupare*, caracterizată prin nivel redus de productivitate, adâncirea procesului de sărăcire și manifestare a instabilității externe, care au creat o amploare a practicilor subterane de câștigare a unor venituri.³

Ca o consecință a insuficienței locurilor de muncă cu timp complet și ca o alternativă la șomaj, putem observa o extindere a formele particulare, atipice de ocupare (munca cu timp parțial, partajul locului de muncă, munca temporară). Lucrătorul cu timp parțial lucrează, conform Codului muncii, 50% din timpul de lucru al unui angajat cu timp complet. Reglementarea privind timpul parțial de muncă al individului îl privează pe acesta, parțial, de la accesul la anumite servicii și beneficii. În Codul muncii este stipulat faptul că o persoană cu timp parțial lucrează doar 50% din timpul de lucru al unei persoane cu timp complet de muncă, restul timpului de 50% este considerat ca nefăcând parte din timpul de muncă, deci

² Stănculescu, Manuela; Ilie, Simona, *Economia informală în România*, p. 7, apud Castells și Portes, 1989, p. 12.

³ Vezi Stan, Maria-Daniela, *Excluziunea de pe piața muncii*, revista „Calitatea vieții”, XV, nr. 3-4/2004.

este considerat ca fiind inactiv. Din păcate, în această situație se află un număr destul de mare de persoane care devin vulnerabile, ei aflându-se la granița dintre ocupare și inactivitate (persoanele care lucrează cu timp parțial voluntar) sau între ocupare și șomaj (persoanele care lucrează cu timp parțial involuntar).

Dinamica populației ocupate pe ramuri de activitate ne îndreptățește să afirmăm că economia țării noastre a urmat până în anul 2002 o tendință de agrarizare în detrimentul activităților industriale, construcțiilor, ocupării în domeniul hotelier și activităților de transport, depozitare și comunicații.

La nivel regional se observă o pondere a ocupării în agricultură de până la 44,4% din totalul pe activități în anul 2000, în creștere de la 38,5% (în 1996), acompaniată de o scădere a ocupării în activitățile industriale și construcții coroborată cu reducerea personalului din transporturi, depozitari și comunicații; după care, în perioada 2001-2006 tendința se inversează (în 2006 populația ocupată în agricultură era de 32,9%).

În cele două județe ale Dobrogei evoluția populației ocupate pe ramuri de activitate este diferită, astfel:

– populația constănțeană este mai puțin ocupată în agricultură⁴, comparativ cu media națională și regională (22,3% în 2006), fiind atrasă de activitățile comerciale (spiritul antreprenorial dezvoltat coroborat cu investițiile în quantum mai mic solicitate de această activitate, precum și apariția pe piața constănțeană a unor brand-uri internaționale – METRO, DORALLY Mall, BILA, REAL, McDonald's, Pizza Hut etc.) și de prestarea de servicii în hoteluri și restaurante (o serie de investitori privați fiind atrași de ofertele foarte avantajoase de achiziție a fostelor unități de cazare proprietate a statului) coroborat cu un număr încă însemnat de lucrători în transporturi (activități care însumează peste 50% din totalul ocupațional). Corelând situația ocupațională cu valoarea adăugată brută obținută pe ramuri de activitate la nivelul județului, putem aprecia că ocuparea preponderentă în activitățile care au o contribuție de peste 45% la VAB totală conferă județului o poziție privilegiată comparativ cu alte județe din țară;

– lucrători tulceni sunt orientați în special spre activitățile sectorului primar, ajungând în 1999 la peste 47% pondere în total, în detrimentul activităților corespunzătoare sectorului terțiar și în special comerțului; activitățile industriale și construcțiile ocupând, per ansamblu, personal în creștere numerică. Ocuparea preponderentă în sectorul primar cu 40,4% în 2004 care produce doar 26,67% din VAB județeană semnalează o structură ocupațională deficitară din punctul de vedere al productivității muncii;

– personalul ocupat cu activități comerciale a scăzut drastic în Tulcea, ponderea acestuia diminuându-se de la 15,49% în 1996 la 8,4% în 2006, consecință a slabei competitivități cât și a scăderii nivelului de trai local care coroborat cu specificul activității oferă posibilitatea ocupării atipice și/sau informale;

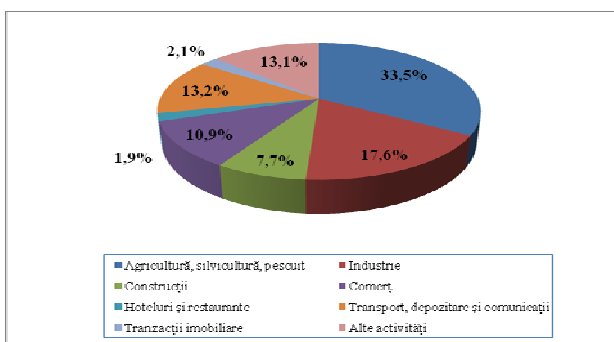
⁴ Menționez că referitor la populația care practică activități agricole, deoarece este dificil de cuantificat volumul de muncă pe întregul an, BIM recomandă ca datele să aparțină unei perioade de referință de o săptămână.

– personalul ocupat în transporturi, depozitare și comunicații s-a redus nu atât ca urmare a reducerii volumului activităților, cât ca urmare a destructurărilor și restructurărilor realizate precum și a falimentului unor firme cu renume în zonă (spre exemplu, companiile de navigație ROMLINE și NAVROM din Constanța);

– activitatea hotelieră și din restaurantele zonei au angajat un număr în scădere de personal. Astfel, în județul Tulcea populația ocupată a scăzut în perioada 1996-1999, după care crește cu aproximativ un punct procentual (per ansamblu variază de la 1.000 persoane în 1996 la 1.200 persoane în anul 2006). În județul Constanța observăm o ocupare în salturi, cu variații ocupaționale de la un an la altul de până la 3.100 de persoane, ceea ce evidențiază un flux migrator sezonier pe fondul practicării unei activități turistice și al unor servicii specifice turismului sub standardele europene, la costuri ridicate, nejustificate de raportul dintre calitatea serviciilor și prețuri. În zonă, un număr însemnat de personal calificat a ales să presteze acest tip de activitate pe nave de croazieră sau în locații din străinătate, generând un deficit de forță de muncă pe piața locală, piață incapabilă să concureze cu oferta salarială externă;

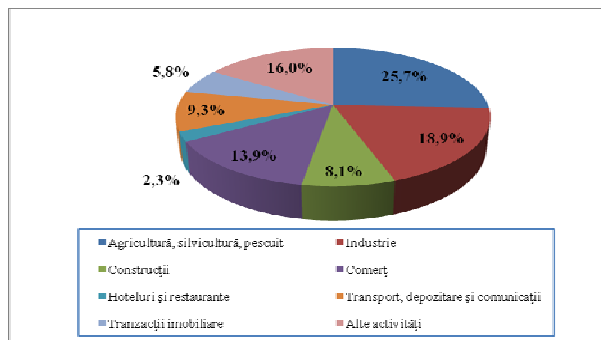
– în ceea ce privește numărul personalului care lucrează în tranzacții imobiliare, în ambele județe se înregistrează creșteri de personal, grație și amplorii pe care a luat-o acest domeniu, mai ales în ultimii ani când o serie de investitori străini au fost atrași de ofertele locale;

– ocuparea în cadrul celorlalte categorii de activități a rămas relativ constantă, neînregistrându-se modificări notabile (vezi fig. 2 și 3).



Sursa: INS, Anuarul Statistic 1997

Fig. 2. Evoluția populației ocupate pe ramuri de activitate, în Dobrogea, în anul 1996



Sursa: INS, Anuarul Statistic 2007
 Fig. 3. Evoluția populației ocupate pe ramuri de activitate, în Dobrogea, în anul 2006

Evoluția populației civile ocupate pe sectoarele de activitate ale economiei ne relevă o structură anacronică până în anul 2001 (prin prisma faptului că evoluția ocupațională a unei economii în dezvoltare este dinspre sectorul primar către secundar și terțiar/cuaternar), riscantă (favorizând dezvoltarea pieței gri și negre a muncii), în ultimii ani situația începând să se amelioreze. Ea reflectă concomitent:

- ✓ procesul de dezindustrializare și reagrarizare a ocupării în perioada 1996-2001, în ultimii ani observându-se o ușoară redresare a situației, dar valorile înregistrate sunt cu mult peste ponderea sectorului primar în totalul economiei Uniunii Europene⁵;

- ✓ populația ocupată în sectorul secundar a scăzut atât numeric cât și ca pondere până în anul 1999, tendință care s-a inversat, iar în cazul zonei Dobrogea s-a și accelerat, fapt îmbucurător mai ales dacă avem în vedere că, în cazul Constanței, sectorul secundar asigură cea mai mare productivitate a muncii de 97,66 mil. lei/pers.;

- ✓ capacitatea modestă a sectorului servicii de a absorbi și reține o parte importantă a populației disponibilizate din industrie (deși, acest sector pare să înregistreze, în general, o evoluție ascendentă, în cifre absolute, ocuparea în cadrul său este relativ constantă, sporul ocupațional fiind de doar 9% în 10 ani⁶);

- ✓ riscul pseudoterțializării ocupării, cu efecte negative asupra unui trai decent și/sau potențialului de dezvoltare, generând polarizarea activităților speculative.

⁵ La nivelul Uniunii Europene, în prezent, ocuparea pe sectoare de activitate se prezintă astfel: sectorul primar ocupă în jur de 4,9% în cadrul UE; sectorul secundar în jur de 24,7% din totalul populației ocupate, restul fiind atras de sectorul terțiar, vezi INS, Anuarul Statistic al României pe anul 2007.

⁶ În statele din Uniunea Europeană ponderea serviciilor în structura ocupațională este în jur de 70% comparativ cu doar 39%, ponderea sectorului terțiar din România.

Deși, începând cu anul 2002, situația ocupării pe sectoare începe ușor să-și schimbe trendul spre o structură similară cu cea existentă în țările UE – sub rezerva faptului că România încă mai are un drum lung și anevoios de parcurs –, tendințele manifestate de-a lungul întregii perioade exercită o puternică influență asupra sistemului de calificări, asupra posibilității de identificare a nevoilor viitoare de formare profesională, asupra relației dintre cererea de forță de muncă și oferta sistemului de educație și formare profesională – știut fiind faptul că ocuparea preponderentă în sectorul primar și nu terțiar relevă, ca regulă, un nivel scăzut de dezvoltare economică.

Per ansamblu, cele două județe ale zonei Dobrogea au structuri ocupaționale distincte, astfel: populația din județul Constanța este ocupată cu peste 75% (în anul 2006) în sectoarele terțiar (50,6%) și secundar (27,1%), iar populația județului Tulcea este preponderent ocupată în activitățile specifice sectorului primar (37% în 2006) în detrimentul celorlalte sectoare de activitate.

În concluzie, structura ocupațională este cea specifică unei țări în curs de dezvoltare, caracteristică primei jumătăți a sec. XX din țările dezvoltate, ocuparea bazându-se pe avantaje competitive de gradul I și II.

Productivitatea muncii (W_L)⁷ în perioada 1998-2006 a crescut atât la nivel de economie cât și pe fiecare sector de activitate. La nivel național, sectorul secundar are cea mai mare W_L de 66,37 mil. lei/pers. (în 2006), urmat de sectorul terțiar cu o W_L de 64,97 mil. lei/pers. (în 2006), iar cea mai mică W_L este obținută în sectorul primar, 30,04 mil. lei/pers.; sub rezerva faptului că activitatea din sectorul primar nu este continuă, fiind puternic dependentă de condițiile de mediu. Pe cele două județe situația este distinctă, astfel că, în județul Constanța valorile W_L în toate sectoarele de activitate sunt superioare valorilor naționale și regionale, în timp ce în județul Tulcea, W_L înregistrează valori sub media națională și regională.

Ca și specific, județul Tulcea este preponderent agrar, 37% din populația locală fiind ocupată în sectorul primar, sector de activitate care asigură cea mai mică productivitate a muncii (29,08 mil.lei/pers. față de media județeană de 47,6 mil.lei/pers.), iar o bună parte din activitățile prestate în sectorul terțiar sunt derivate din agricultură, silvicultură și piscicultură. Intrarea României în Uniunea Europeană, care se știe are o politică agricolă comună restrictivă, va genera un șir de probleme suplimentare pentru populația locală.

Industria și construcțiile conferă județului Constanța un specific preponderent industrial și activitățile sectorului terțiar sunt, în special, conexe acestui sector de activitate. W_L sectorului secundar este de 101,59 mil.lei/pers. la nivelul anului 2006 (superioară productivității muncii sectorului terțiar 73,32 mil.lei/pers.).

Dacă până la nivelul anului 2003, productivitatea muncii sectorului secundar era inferioară productivității muncii din terțiar, începând cu anul 2004 apar posibile

⁷ Calculată ca raport între VAB reală și populația ocupată per sector de activitate.

semnale ale accentuării fenomenului de pseudoterțializare a economiei, productivitatea muncii din sectorul secundar depășind-o pe cea din terțiar.

Schimbările în statutul profesional sunt consecință directă a schimbării naturii proprietății, pe direcția extinderii proprietății private în detrimentul celei publice. Pe ansamblul țării este semnificativ faptul că predomină salariații (în scădere numerică per ansamblu, dar moderată, a ponderii lor), iar ponderea persoanelor cu statut profesional specific unei economii de piață (chiar și în formare), respectiv lucrător pe cont propriu, lucrător familial și patron, a înregistrat o creștere constantă, dar modestă. Structura populației ocupate după statutul profesional este diferențiată de la o activitate la alta a economiei: lucrătorii pe cont propriu au cea mai mare pondere în agricultură, patronii sunt prezenți mai ales în comerț și în rețeaua de hoteluri și restaurante, iar salariații prestează muncă în proporție de peste 80% în comerț și peste 90% în celelalte domenii de activitate.

După 1990, în România, industria și-a redus drastic activitatea și au apărut noi domenii de activitate (financiar-bancare, de asigurări și reasigurări, tranzacții imobiliare ș.a.), iar agricultura a atras mai multe persoane comparativ cu perioada anterioară datorită: retrocedării pământurilor agricole, lipsei de mecanizare pe micile proprietăți, migrației spre sate a unei părți din disponibilizații din industrie, construcții și alte domenii și datorită nivelului ridicat al șomajului din mediul urban. Toate aceste fenomene au determinat modificări ale structurii populației ocupate: creșterea populației ocupate în agricultură, scăderea la jumătate a populației ocupate în industrie și construcții, ocuparea unei părți a populației în noi domenii de activitate.

În ceea ce privește structura populației ocupate după criteriul statutului profesional, principalele schimbări se referă la:

- ✓ reducerea ponderii salariaților în cadrul populației civile ocupate (de la 62,8% în 1996 la 55,1% în 2006)⁸;

- ✓ efectivul de salariați s-a diminuat continuu și în zona Dobrogea, atât la nivelul provinciei – de la 288 mii persoane la 226 mii –, cât și pe fiecare dintre cele două județe componente, fenomen însoțit de o sporire a numărului populației nesalariate a cărei evidență este mai greu de realizat;

- ✓ ponderea salariaților în totalul populației ocupate a județului Constanța a scăzut de la 72,7% în 1996 la 60,8% în 2006, iar în Tulcea de la 62,3% în anul 1996 la 53,5% în 2006. Recensământul din 2002 ne relevă o situație distinctă comparativ cu datele comunicate anual de Institutul Național de Statistică și Studii Economice, modul de colectare al datelor fiind diferit. Astfel, conform Recensământului Populației din martie 2002 ponderea salariaților constănțeni era de 85,6% (comparativ cu doar 63% conform Anuarului) și a celor din județul Tulcea de 79,1% (51% conform Anuarului), ceea ce comparativ cu situația pe anul

⁸ Conform datelor de la Recensământul Populației din 2002, salariații reprezentau 70,5% din populația ocupată. Datele de la Recensământ își pot găsi justificarea prin includerea în categoria salariaților a persoanelor angajate atipic, precum și a persoanelor care prestează muncă în străinătate (migrația temporară).

1996 ar evidenția o creștere a ponderii salariaților în totalul populației ocupate rezultatul unei diminuări în mai mică măsură a numărului de salariați coroborată cu cea a populației ocupate. În 2002, din totalul salariaților la nivel național 72,3% se află în mediul urban, pentru Constanța ponderea este majorată la 82,2%, iar în Tulcea înregistrează o valoare de 72,1%;

✓sporirea numărului lucrătorilor pe cont propriu de la 19,8% în 1996 la 23,9% în 2000 pentru ca în 2006 ponderea acestora în total populație ocupată să fie de 19,0%;

✓lucrătorii familiali neremunerați – categorie din care face parte și populația care lucrează în agricultură cu excepția membrilor unei societăți agricole sau ai unei cooperative, astfel o persoană din mediu rural, nesalariată, care nu beneficiază de statutul de șomer, este de sex masculin – deci nu este casnică, încadrare practică exclusiv în situația femeilor –, care doar ocazional prestează diferite activități lucrative cu ora sau ziua, sunt încadrate adesea la categoria lucrătorilor în agricultură – au urmat un trend ascendent până în anul 2000 (16,0% în 1996, și respectiv 18,5% în 2000) ulterior scăzând ca pondere din totalul ocupațional (13,1% în 2006);

✓menținerea la un nivel relativ constant al numărului patronilor concentrați în majoritate în mediul urban. În ceea ce privește județul Constanța – conform datelor Recensământului – ponderea patronilor are valori peste media la nivel național, în 2002 reprezentând 3,5% din totalul populației ocupate, relevând un spirit antreprenorial mai dezvoltat, comparativ cu județul Tulcea (1,4%) și media pe țară (2,0%).

Pentru societatea românească, cea mai semnificativă schimbare o reprezintă scăderea numerică a muncitorilor, în general, și a muncitorilor din industrie, în special, consecință a destructurărilor realizate, mare parte dintre disponibilizați transformându-se în șomeri pe termen lung sau populație inactivă.

Schimbările în conținutul diferitelor ocupații și profesii sunt determinate de un cumul de factori, cum ar fi: schimbările în natura proprietății (pe direcția sporirii ponderii sectorului privat în detrimentul celui public), nevoia de eficientizare a activităților (personal superior calificat, competitiv și adaptabil, permanent în formare), schimbările din structura profesională (modificările în structura cererii au generat adaptabilitate profesională) ș.a.

Astfel, schimbările din structura profesională presupun apariția de noi profesii și interesul diferențiat pentru diferitele categorii de profesii în funcție de cererea de pe piața muncii și retribuirea lor (extinderea sectorului financiar-bancar și a instituțiilor financiare în general, pieței leasingului, pieței imobiliare, a activităților din domeniul IT și a unor profesii, precum cea de: psiholog, sociolog, politolog, analist specializat, terapeut, specialist în resurse umane, în relații umane etc.). Expresie a acestor fenomene este și structura elevilor și a studenților pe diferite profile și grupe de specializări: reducerea populației școlare și a rețelei de unități din învățământul profesional, creșterea rețelei de unități și a populației școlare corespunzătoare pentru calificări postliceale și superioare (învățământul superior devine treptat învățământ de masă prin apariția și extinderea centrelor de învățământ la distanță), creșterea numărului de studenți mai ales la specializările

economice, juridice și universitar-pedagogice, concomitent cu scăderea ponderii studenților la specializările tehnice.

Structura populației pe grupe de ocupații din Dobrogea evidențiază diferențe însemnate între cele două județe, astfel în județul Constanța, caracterizat de un grad mare de urbanizare, majoritatea populației are ocupații specifice sectorului terțiar și secundar, iar în județul Tulcea agricultorii și lucrătorii calificați în agricultură sunt cei mai mulți în totalul populației ocupate, agricultura fiind sectorul care ocupă cea mai mare parte a populației.

În funcție de modul de pregătire, semnalăm faptul că circa 2/3 din populația ocupată este pregătită la nivel mediu și la nivel superior, ceea ce permite aprecierea că forța de muncă din România dispune de o bună pregătire școlară și profesională, constituind o premisă favorabilă dezvoltării economice pe termen mediu și lung. Desigur că instruirea trebuie corelată cu cerințele pieței muncii, astfel încât să se realizeze ocuparea cât mai eficientă a forței de muncă calificată.

Corelat cu rata ocupării înregistrată în rândul populației cu studii superioare care este de peste 80%, ocuparea se realizează de multe ori sub nivelul de calificare, populația migrând spre economia ascunsă/subterană sau spre activitățile sectorului primar.

Reducerea volumului ocupării forței de muncă este acompaniată de apariția și extinderea șomajului.

Datorită specificului unor activități locale, putem aprecia că zona Dobrogea este afectată de șomajul ciclic de tip sezonier. Atât activitatea turistică, cât și activitatea specifică sectorului primar, și în domeniul construcțiilor, cu ponderi semnificative în economia zonei, generează un aflux de personal extern și local în lunile de vară.

În perioada 1996-1999/2000, șomajul structural și cel tehnologic, determinate de accelerarea proceselor de privatizare, restructurare economică acompaniată de înlocuirea vechilor tehnici și tehnologii cu altele mai performante și lichidarea unor întreprinderi, atât la nivel național, cât și regional și zonal, au avut o contribuție majoră la creșterea nivelului șomajului.

Numărul șomerilor înregistrați⁹ crește semnificativ în perioada 1996-1999, pentru ca începând cu anul 2000 să se vadă roadele restructurărilor economice, revigorându-se mai ales sectorul terțiar.

Rata șomajului¹⁰ la nivel național a crescut în perioada 1996-1999, de la 6,6% la 11,5%, în special prin sporirea fenomenului în rândul populației feminine (rata șomajului la femei înregistrează valori mai mari de la 7,5%, în 1996, la 11,6%, în 1999). Începând cu anul 2000, rata șomajului s-a diminuat continuu ajungând la

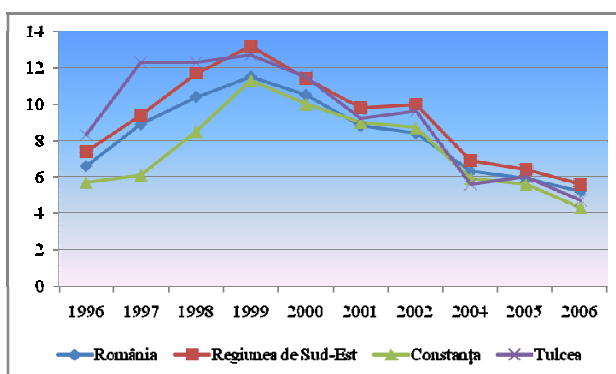
⁹ Categoriile corespunzătoare Legii nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă cu completările și modificările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 103/6.02.2002, care a abrogat Legea nr. 1/1991 privind protecția socială a șomerilor și reintegrarea lor profesională.

¹⁰ Calculată ca raport între numărului șomerilor și populația activă civilă (șomeri + populație ocupată civilă, definită conform metodologiei Balanței forței de muncă).

valoarea de 5,2% (în 2006) coroborat cu o scădere și mai accentuată a șomajului feminin.

Nivelul scăzut al ratei șomajului, înregistrat în ultimii ani, are ca efect reducerea resursei umane de rezervă¹¹, ceea ce pe piața națională/zonală a muncii se resimte în cererea de forță de muncă externă a unor firme din domeniul construcțiilor navale, industriei textile și domeniul turistic, care nu mai găsesc pe piața internă personal calificat disponibil, astfel apare ca fiind foarte necesară luarea unor măsuri pentru o mai bună racordare a ofertei potențiale de forță de muncă la cerințele pieței muncii.

În ceea ce privește zona Dobrogea, în județul Tulcea, rata șomajului are valori mai mari decât media pe țară cu excepția anului 2004 când înregistrează valori chiar mai mici decât cele din județul Constanța, județ care de-a lungul întregii perioade are o rată a șomajului sub media națională, ceea ce ne-ar îndreptăți să afirmăm că are o situație ocupațională bună, la nivel local (vezi fig. 4).



Sursa: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de muncă, INS, Anuarul Statistic 1997-2007

Fig. 4. Evoluția ratei șomajului în perioada 1996-2006

Evidențele statistice fidele anumitor metodologii nu reușesc să surprindă decât anumite laturi ale realității problematice ocupării, șomajul sub formele sale neindemnizate fiind de multe ori omis. În opinia mea, în realitate, rata șomajului are valori mult mai ridicate decât cele comunicate de către autoritățile naționale (INS, ANOFM, BIM).

Astfel, în județul Tulcea, ocuparea preponderentă în sectorul primar ascunde existența unui număr de persoane care în fapt își exploatează puținul pământ din gospodărie pentru a-și asigura un nivel de trai de subzistență neavând o altă

¹¹ Acea resursă de muncă care nu este ocupată temporar, dar este interesată și caută un loc de muncă.

alternativă viabilă, o altă parte a populației fiind atrasă de sectorul informal și așa-zisa piață gri a muncii. În județul Constanța, spiritul antreprenorial ridicat aruncă permanent pe piața muncii un anumit număr de mici întreprinzători falimentari care nu sunt identificați cu șomerii și care de multe ori se refugiază în afara pieței muncii oficiale.

Pentru județul Constanța este îngrijorătoare valoarea ratei șomajului în rândul populației feminine care necesită pe viitor găsirea unor soluții de stimulare ocupațională direcționate pe această categorie de populație.

Ratele ridicate ale șomajului local pot fi și consecința scăderii cererii efective, așa cum afirmă teoria *keynes-istă*, cerere afectată de reducerea salariului real/scăderea puterii de cumpărare a salariului nominal, populația nemaiavănd resurse pentru achiziționarea aceleași sau/și în creștere cantități de bunuri și servicii, precum și penuria de resurse financiare – pensia reală a scăzut – a populație vârstnice, în permanentă creștere numerică.

O altă cauză a nivelului ridicat al șomajului până în anul 2000 – sub rezerva faptului că, și în perioada următoare, în opinia mea, șomajul are valori destul de ridicate – ar putea fi derularea proceselor de destructurare economică și restructurare care suntacompaniate de incapacitatea sectoarelor secundar și terțiar de a asigura un volum de ocupare sporit, ceea ce a dus la reorientarea unei părți din populația ocupată spre sectorul primar și la extinderea prosumului.

Scăderea ratei șomajului în județul Tulcea, atât pe total, cât și în rândul populației feminine – după anul 1999 – (rata care poate releva migrația temporară ocupațională din zonă), poate fi consecința unei relansări economice a județului, deși, corelând cu profilul ocupațional preponderent agrar al județului, avem o imagine a unei ocupări precare; sau/și poate fi urmarea unei creșteri a numărului populației inactive pe seama persoanelor descurajate sau care nu se mai încadrează la categoria „șomer”.

O altă cauză a diminuării fenomenului atât în plan local, regional cât și național, mai ales în ultimii ani, rezidă, în opinia mea, din însăși reducerea de șomaj care are drept efect o economisire de PIB, care fie direct, prin investiții, creează locuri de muncă, fie indirect, asigură posibilități de achiziționare a unei cantități sporite de bunuri și servicii.

BIBLIOGRAFIE

- Baldwin, Richard; Wyplosz, Charles, *Economia integrării europene*, Editura Economică, București, 2006
- Gavrilă, Ilie; Gavrilă, Tatiana; Popescu, Anisia, *Mediul concurențial și politica Uniunii Europene în domeniul concurenței*, Editura Economică, București, 2006
- Giarini, Orio; Liedtke, Patrick M., *Dilema ocupării forței de muncă și viitorul muncii*, Editura All Beck, București, 2001
- Iacob, Laura, *Caracteristici ale pieței dobrogene a muncii*, volumul „Realități și perspective în dezvoltarea durabilă a economiei românești”, Editura Universitaria, Craiova, 2003

- Iacob, Laura, *Structuri ale pieței muncii*, publicată în volumul „Realități și perspective în dezvoltarea durabilă a economiei românești”, Editura Universitaria Craiova, 2003
- Porter, Michael, *Avantajul concurențial*, Editura Teora, București, 2002
- Stănculescu, Manuela; Ilie, Simona, *Economia informală în România*, apud Castells și Portes, 1989
- *** Colecția de reviste „Spatial Economic Analysis”, The Journal of the Regional Studies Association, Editura Routledge, 2006-2007
- *** Colecția INS, Anuarul statistic al României, 1997-2006
- *** *Codul muncii*, Legea nr. 53/2003 publicată în Monitorul Oficial al României nr. 72/5.02.2003, modificată și completată de Legea nr. 480/2003, Legea nr. 541/2003, OUG. nr. 65/2005, Legea nr. 241/2005, Legea nr. 371/2005 și OUG. nr. 55/2006

IMPLICAREA STATULUI ÎN REGLAREA MECANISMELOR PIETEI

Prof. univ. dr. PISTOL, Luminița

Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale, București
Universitatea Spiru Haret

Abstract

State involvement in adjusting market mechanism

On the basis of the overall functioning of the economy, the market mechanism offers a possible solution for the principles and rules involved in market economy. Understanding the content, structure and dynamics should consider the market approach as a system with entries and exits, with specific methods and self-regulation, formed, in turn, by other subsystems, that can be analyzed independently. A system of organizing the economy in which the ratio between supply and demand is self-regulatory, causing priority principles in producing goods, organizing methods and combining factors of production and their efficiency.

The object of the state intervention in the economy is a complex one, principally aiming "to ensure stability in the functioning of the economy, relaunching economic growth, removal of depression status, declining unemployment and inflation, increase purchasing power, etc".

All this cannot be done solely by the "invisible hand" of the market, but require the state determined intervention into "the game" in order to contribute to the smooth functioning of economic and social mechanism.

Key-words: *economic growth, invisible hand, supply, demand*

1. Motivația și factorii intervenției statului în economie

Rolul statului este de a defini parcursul general al economiei pe care o reprezintă, de a trasa liniile marcante ale dezvoltării acesteia. Statul trebuie să aibă atât drepturi, cât și obligații și responsabilități. Din acest punct de vedere există o serie de concepții, unele diametral opuse:

- economia constituie terenul de acțiune al statului;
- statul reprezintă „osatura” economiei;
- prezența statului în economie nu este necesară;
- fără stat, economia se prăbușește.

Una dintre dilemele asupra cărora oscilează comportamentul indivizilor, grupurilor economico-sociale și societății este, deci, *alegerea între libertatea deplină în economia de piață, laissez-faire, socialism sau controlul total exercitat de stat.*

Numai *raționalitatea* poate determina separația dintre rolurile statului în economie. De aceea, opțiunea societății trebuie privită prin prisma efectelor induse de mecanismele statale în economie.

Potrivit literaturii de specialitate, motivația intervenției statului în economie și a implicării sale în mecanismul pieței este dată de cel puțin următoarele trei probleme:

a. Asumarea responsabilității rezolvării unor probleme specifice economiei de piață. În acest sens, trebuie pornit de la realitatea că „mecanismul pieței, având la bază jocul liber al forțelor ofertei și cererii, face ca piața să ignore întreaga cerere dacă aceasta nu este solvabilă și, în general, toate persoanele care nu pot oferi nicio componentă care ar putea face obiectul cererii, orice individ cu o productivitate nulă sau foarte slabă fiind exclus din circuitul de piață”. În aceste condiții, în economia de piață există numeroase cazuri de nereușită, falimentele sunt la ordinea zilei, în general piața fiind oarbă și insensibilă la toți „eșuații” și „handicapații” ce nu se încadrează în cerințele ei, nereușind să fie competitivi.

b. Stabilirea măsurilor necesare în ceea ce privește politica bunurilor libere, fără valoare economică. Este cunoscut faptul că piața nu este interesată doar de circuitul bunurilor care au valoare economică și sunt căutate de consumatori, numite, de altfel, bunuri rare. Celelalte bunuri, respectiv cele libere, precum aerul, apa etc., neavând valoare economică, sunt aproape în totalitate ignorate, uneori chiar puternic afectate. Este o realitate de necontestat faptul că în foarte multe cazuri mediul înconjurător este desconsiderat, iar bunurile în cauză sunt utilizate nerațional. Apariția unor produse și tehnologii poluante sau mari consumatoare de asemenea bunuri generează fenomenul de „extermitate”, prin care se explică efectele exercitate de diverse procese de producție și de consum asupra bunurilor neglijate prin sistemul de prețuri. Astfel, pentru a prezenta doar un exemplu, la stabilirea costurilor de producție a unor produse nu se ia în considerare diminuarea sau uzura mediului înconjurător prin poluarea acestuia, urmare a deversării unor deșeuri toxice sau a folosirii abuzive a diferitelor substanțe stimulative și de protecție a procesului de creare a unor produse noi (îngrășăminte chimice, pesticide etc.). În aceste condiții, statul trebuie să preia sarcina realizării unor investiții pentru protejarea mediului înconjurător iar, pe de altă parte, să oblige agenții economici implicați direct în acest domeniu să realizeze, la rândul lor, asemenea investiții. De asemenea, statul trebuie să urmărească diminuarea sau, dacă este posibil, chiar excluderea efectelor nocive ale diferitelor procese de producție asupra mediului înconjurător.

c. Sprijinirea activității de realizare a unor bunuri și servicii, care prin natura lor, implică sprijin din afară, fie din partea statului, fie din partea unor organisme sociale. Un exemplu concludent în acest sens îl constituie agricultura, care, de cele mai multe ori, trebuie subvenționată, iar în unele cazuri statul să stabilească și să susțină prețuri în afara pieței. În sectorul serviciilor, trebuie amintite aici sănătatea publică, învățământul, sectorul de apărare sau serviciile locale.

În toate aceste cazuri, dar și în altele, statul trebuie să intervină în mecanismul pieței, astfel încât să fie limitate elementele spontane și anarhice ale pieței, în favoarea unor evoluții preponderent conștiente, care să asigure buna funcționare a economiei, mai ales în perioada tranziției.

Implicarea statului în mecanismul pieței într-o asemenea perioadă este reclamată, în plus, de o serie de factori specifici, dar mai ales complecși, atât de natură internă, cât și externă. Avem în vedere, în principal următorii factori:

a) accentuarea complexității vieții economice și sociale și creșterea gradului de socializare, datorită, în principal, revoluției științifico-tehnice contemporane;

b) asigurarea echilibrului și stabilității economiei. Aceasta, cu atât mai mult în țările postcomuniste, unde contextul social și economic în care sunt înglobate piețele a rezultat din confruntarea unor acțiuni spontane cu intervenția statului, o intervenție conștientă fiind indubitabilă. Într-un asemenea context, „rolul statului nu poate fi doar acela de a se autolichida ca rezultat al limitării sale la funcția de simplu garant al legii și ordinii, fără să intervină în scop regulator”. Aceasta deoarece forța deosebită a piețelor competitive nu este suficientă pentru a conduce reconstrucția socio-economică, iar urgența unei asemenea sarcini nu permite să se aștepte trecerea timpului de care ar fi nevoie pentru apariția spontană a proceselor pieței. De altfel, privind lucrurile în același context, este de menționat că încă din anii '30, statul și-a asumat o responsabilitate majoră din punct de vedere al asigurării unui înalt nivel de ocupare a forței de muncă, reducerea dezechilibrelor sociale și restabilirea echilibrului economiei;

c) necesitatea îmbinării creșterii eficienței (sintetizată în maximizarea profitului) cu asigurarea unei eficiențe sociale sporite (concretizată în realizarea „statului bunăstării generale”);

d) satisfacerea nevoilor colective ale societății, prin asumarea de către stat a unor responsabilități adiționale în ceea ce privește regimul de asigurări sociale, programul de asistență medicală și socială, programe educaționale etc.;

e) necesitatea ca statul să încurajeze producerea de bunuri economice de calitate, potrivit solicitărilor pieței, încercând, în același timp, să descurajeze consumul de produse nocive. În acest sens, un rol important îl exercită formarea educației consumatorilor, constituirea unui comportament adecvat, mai ales a acelor categorii de consumatori care, prin prisma unui nivel scăzut al veniturilor, sunt mai puțin susceptibile de a lua decizii corecte asupra bunurilor consumate;

f) criza ecologică și necesitatea asigurării unei dezvoltări economice durabile pentru întreaga lume și pentru fiecare țară în parte;

g) tendința de extindere și amplificare a externalităților, a efectelor colaterale ale producției și consumului, cu consecințe mai ales pozitive, dar și negative. Prin prisma unor asemenea consecințe, statul trebuie să încurajeze activitățile care creează beneficii externe, limitând acțiunile generatoare de cheltuieli externe.

h) accentuarea internaționalizării vieții economice și necesitatea dezvoltării unor relații economice reciproc avantajoase între toate țările, prin extinderea integrării economice, atât pe plan regional, cât și pe plan mondial. Printr-o politică adecvată, statul poate stimula participarea agenților economici, indiferent de forma de proprietate a capitalului, la fluxurile economice internaționale, transformând acest factor într-un element potențator al dezvoltării naționale. Într-o lume a comunităților naționale interdependente, a globalizării relațiilor economice și financiare, a participării tot mai intense a fiecărei țări pe piața mondială, statului îi revin atribuții sporite în direcția susținerii propriilor interese, un asemenea demers fiind cu atât mai necesar în condițiile

intensificării concurenței internaționale și a nerespectării (nu de puține ori) de către unii competitori a condițiilor în prealabil stabilite și unanim acceptate (cel puțin teoretic);

i) preocuparea statului de a asigura ordinea de drept corespunzătoare etapei respective de evoluție economică. Pe măsura evoluției vieții economice se resimte necesitatea adaptării permanente la noile cerințe, aceasta impunând apariția reglementărilor juridice necesare. Rolul ordinii de drept constă tocmai în asigurarea unui cadru normal de desfășurare a activității economice, statul fiind acela care creează și perfecționează permanent acest cadru legislativ prin sistemul instituțional.

Sub influența unor asemenea factori, dar și a altora, în cadrul mecanismului economiilor moderne de piață a sporit considerabil rolul elementelor subiective, aceasta reflectând „nu o subapreciere a elementelor obiective ale acestui mecanism, ci creșterea gradului de folosire conștientă a legităților obiective ale economiei de piață”, ceea ce asigură funcționarea mecanismului concurențial cu o eficiență superioară față de cea realizată prin mecanismul economic preponderent spontan al pieței libere.

Desigur, rolul economic al statului în economie trebuie privit în mod diferențiat, de la o perioadă la alta, din mai multe considerente, ca de exemplu: forma de organizare statală, potențialul economic, suprafața și numărul populației, tradițiile etc.

Încercând o sintetizare a celor prezentate, am putea spune că, în principiu, **criteriul reprezentativ de apreciere a intervenției economice a statului îl constituie capacitatea de a preveni apariția unor dezechilibre în mecanismul de funcționare a economiei, în special în domeniul finanțelor publice, a prețurilor, a protecției sociale, a deficitului extern etc.**

Rolul statului trebuie să fie mai activ nu doar pe timp de criză, ci și înainte ca aceasta să se declanșeze. În acest fel, pericolul ar putea fi prevenit sau efectele sale mult diminuate. În plus, limitele pieței sunt evidente. Fără control ea poate intra în colaps. Fără condiții minimale nu se poate dezvolta, iar controlul și asigurarea condițiilor sunt atribute pe care statul trebuie să și le asume și să le exercite. Atunci când nu o face se întâmplă ca în SUA, unde atât președintele, cât și republicanii americani erau ostili intervenției statului în economie, iar acum se văd nevoiți să implementeze planul de salvare a economiei americane, încercându-și principiile liberale clasice ale non-intervenției statului în economie.

În ceea ce privește România, problema implicării statului în economie trebuie abordată pornind de la specificul țării noastre, de la imperativele perioadei și specificitatea condițiilor de reconstrucție social-economică. Desigur, cele mai multe dintre acestea sunt valabile pentru toate țările foste socialiste, cu urme tradiționale specifice.

2. Particularități ale implicării statului în mecanismul economic al perioadei de tranziție

După înlăturarea mecanismului supercentralizat de organizare și conducere a economiei, opțiunea României pentru economia de piață a fost justificată, în primul rând, de necesitatea înlocuirii unui mecanism economic care era aproape blocat, cu un altul asemănător cu cel utilizat în țările capitaliste dezvoltate, considerându-se că numai în acest fel se poate deschide perspectiva depășirii crizei în care se ajunsese și la revigorarea

vieții economico-sociale. După aproape 15 ani de tranziție, speranțele generate de o asemenea opțiune nu s-au împlinit, nici măcar parțial. Dimpotrivă, constatăm că s-a produs o involuție economică (este drept, în toate fostele țările socialiste care au trecut la economia de piață, acest lucru nu ne „încălzește” însă cu nimic, dimpotrivă ne sporește îngrijorarea), involuție care a generat pagube uriașe și, din nefericire, înrăutățirea vieții pentru majoritatea populației. În această situație, considerăm că obiectivul propus, respectiv acela de tranziție de la economia planificată la economia de piață, prezintă o serie de curențe, care s-au răsfrânt negativ asupra vieții economico-sociale, fiind necesar ca acesta să fie reconsiderat, pentru a se ajunge la o economie normală, o economie cu adevărat de piață, așa cum se dorește cu adevărat. Acest lucru înseamnă însă rezolvarea și, mai ales, remedierea mai multor „probleme” de substanță pentru economie, pentru societate, ca atare. În contextul în care obiectul lucrării de față este definit, nu ne vom opri la întreaga problematică pe care o presupune conținutul tranziției la economia de piață, încercând să abordăm doar pe acelea ce se referă strict la mecanismul economic pe care îl presupune o asemenea economie, în general, iar în particular să analizăm particularitățile implicării statului în economie în această perioadă.

Indiferent însă de modul de abordare a problemei în cauză, devine din ce în ce mai evident faptul că transformarea economiei planificate centralizate într-un sistem economic de piață liberă se află pe un drum greșit. Pentru omul de rând, pentru familiile care își câștigă existența exclusiv din muncă, contează mai puțin scopul final al procesului de reformă – așezarea activității economice pe principiile pieței libere –, ci faptul că programele de reformă experimentate până în prezent au generat mari suferințe umane, fără a aduce niciun fel de progrese în direcția creării unei producții interne viabile și vizibile, a creșterii gradului de ocupare a forței de muncă și, în ultimă instanță, a creșterii nivelului de trai.

După părerea noastră, eroarea principală constă în falsa convingere că numai desființarea economiei strict centralizate și introducerea proprietății private pot conduce automat la apariția aceluși sistem de piață considerat drept o condiție suficientă pentru crearea și asigurarea bunăstării. O asemenea eroare are la bază neînțelegerea modului de funcționare a mecanismului concurențial, considerarea acestuia drept un „panaceu universal”, o forță mistică ce acționează ca o mână invizibilă.

Recunoscând virtuțile incontestabile ale economiei de piață, în general ale pieței, trebuie să se aibă însă în vedere faptul că acțiunea mecanismului de funcționare a acesteia este posibilă numai paralel cu construcția unui context socio-economic specific societății și economiei românești. Un asemenea concept exclude din start posibilitatea unui program de reformă universal valabil. Tocmai datorită condițiilor economico-sociale care predomină în țara noastră, economia românească nu-și mai poate permite luxul așteptării unor soluții spontane și, din această cauză, este necesară elaborarea imediată a unor programe alternative de acțiune, intervenția statului în noile condiții devenind astfel inevitabilă. În acest sens, este absolut necesară orientarea forțelor pieței prin promovarea reconstrucției social-economice. O asemenea abordare este cu atât mai stringentă în condițiile în care în România au fost destrămate complet structurile sociale și economice, de altfel imposibil de evitat în cazul unei treceri atât de rapide și de neprevăzute de la o economie centralizat planificată la una concurențială, de piață. Mai mult decât atât, contextul politic și, mai ales, economic internațional actual este mult mai complex și mai

concurențial decât cel existent în perioada postbelică, iar țările foste comuniste și, în primul rând România, nu mai pot conta pe nici-un fel de ajutor din partea țărilor bogate.

Desigur, în continuare, trebuie acționat într-o asemenea măsură, încât mecanismul economic centrat pe piață să fie cât mai cuprinzător. Mai mult chiar, este de așteptat să sporească rolul pieței în funcționarea vieții noastre economice, tocmai pornind de la virtuțile acesteia. Pe de altă parte, trebuie avut în vedere că funcționarea mecanismului pieței generează și o serie de efecte negative: speculă, tendința unor agenți economici spre dominație, încălcarea normelor juridice și morale în relațiile social-economice. Ținându-se seama de rolul principal, însă uneori contradictoriu, al pieței, este necesar să crească rolul factorului conștient în cadrul mecanismului economic, să crească deci rolul statului, urmărindu-se atât amplificarea efectelor pozitive generate de piață, cât și limitarea celor negative. Într-un asemenea context, considerăm că în perioada tranziției rolul statului trebuie să se manifeste în următoarele direcții:

a. Stoparea declinului economiei, înlocuirea distrugerii cu producția, astfel încât să poată fi echilibrat raportul dintre cerere și ofertă. Marea majoritate a economiștilor de seamă ai țării, dar nu numai, consideră că cel mai important obiectiv al oricărui program de transformare îl constituie sporirea cantității și îmbunătățirea calității bunurilor și serviciilor oferite pe piață. Un asemenea obiectiv nu poate fi realizat însă doar prin simpla eliminare a planificării centralizate, liberalizarea prețurilor și privatizarea întreprinderilor de stat. Alături de o asemenea acțiune, statul trebuie să intervină mai substanțial, atât prin pârgurile economice, cât și printr-o serie de programe de urgență pentru producție, atât pentru creșterea acesteia, cât și pentru restructurarea ei, în concordanță cu nevoile și posibilitățile reale ale țării, cu cerințele integrării favorabile a României în relațiile economice internaționale, în primul rând, din cadrul Uniunii Europene. În același timp, statul trebuie să asigure climatul necesar pentru desfășurarea activității economice, astfel încât agenții economici să obțină rezultatele scontate, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ.

b. Strâns legat de direcția prezentată, apreciem că statul trebuie să se implice în trecerea de la criza economică actuală la creșterea economică. Un asemenea obiectiv ridică o serie de probleme complexe, referitoare la politica industrială, la cea monetară și fiscală, la viziunea privind politica de dezvoltare regională și națională etc. Desigur, asemenea probleme exced obiectului lucrării de față, ele trebuind însă să fie amintite și să constituie un obiect de reflexie, atât pentru cei responsabili de destinațiile țării, dar și pentru întreaga populație a țării și, în primul rând, pentru tineret.

c. Organizarea procesului de privatizare și restructurare în asemenea condiții, încât să se ajungă atât la creșterea sectorului privat în ansamblul economiei naționale, cât, mai ales, la apariția și funcționarea unor agenți economici viabili, competitivi. Apreciam că privatizarea ca atare trebuie însoțită de competiție, iar aceasta trebuie stimulată. Apariția a sute de mii de agenți economici privați poate asigura terenul favorabil desfășurării concurenței, prin manifestarea crescândă a inițiativei și răspunderii tuturor acestora, alături însă de cei publici.

d. Asigurarea unui set complet și elastic de relații de piață, caracteristic perioadei de tranziție, altfel spus, crearea propriu-zisă a piețelor. Răspunderea creării acestui sistem de piață trebuie preluată de către stat, în condițiile în care un asemenea sistem nu trebuie privit doar ca o abstracție economică, ci ca „o rețea existentă, în mod real, de mari piețe

cu ridicata sau rețele de vânzători și compartimente de vânzare ale unor firme mari existente în orice economie capitalistă”.

e. Extinderea mecanismului concurențial în economia românească, prin adoptarea și folosirea unui cadru legislativ și instituțional adecvat. Această problemă am analizat-o mai înainte, fiind poate necesar de adăugat că un asemenea sistem de acte normative trebuie să aibă un caracter cu adevărat dinamic, perfecționarea acestuia, adaptarea lui, rămânând o preocupare permanentă a celor responsabili. O preocupare pentru continuarea procesului de adoptare a cadrului legislativ și instituțional adecvat pentru o economie modernă de piață, cât și pentru eliminarea neajunsurilor existente în legislația în vigoare, precum și în funcționarea instituțiilor statului cu atribuții în domeniu.

f. Ca un corolar al acestor patru grupe de probleme ce alcătuiesc tematica particularităților implicării statului în mecanismul economic al perioadei de tranziție, apare necesară crearea contextului internațional de acțiune. Este absolut normal ca statul să asigure realizarea legăturii necesare între piața internă și cea internațională, în primul rând cea europeană, într-un mod cât mai favorabil pentru economia românească. Pentru aceasta, sunt necesare cel puțin două condiții de bază. Mai întâi, existența pe piața internă a unui număr crescând de agenți economici competitivi, care să poată aspira la participarea lor la relațiile internaționale de piață, la circuitul economic mondial, iar apoi, protejarea ramurilor de însemnătate strategică, spre a se evita astfel conturarea unei dependențe economice crescânde a țării, pe măsura integrării în acest circuit și, de aici, defavorizarea României în cadrul unei competiții deosebit de dure.

3. Criterii de apreciere a intervenției statului în economie

Rolul economic al statului, raportul său cu economia națională, are o semnificație aparte în perioada și condițiile actuale. Mai mult, importanța teoretică și practică a acestor probleme dobândește semnificații noi în condițiile accentuării conexiunilor și interdependențelor mondiale, ale fenomenului integrării europene. În acest context, se consideră, pe bună dreptate, că intervenția și reglarea națională se împletește cu cea transnațională. Iată de ce, surprinderea esenței și naturii activității economice a statului necesită respectarea anumitor cerințe, respectiv:

a) evitarea unei analize „standardizate” a rolului economic al statului. Pornind de la faptul că sistemul economic occidental actual se bazează pe două principale axiome, respectiv piața, pentru asigurarea eficacității și libertății, și intervenția și controlul statului, pentru asigurarea compensării ineficiențelor pieței, este recunoscută existența unui model central, respectiv economia mixtă. Aceasta se caracterizează prin coexistența și complementaritatea reglării de piață cu intervenția activă a statului. Este deci o economie de piață în care intervenția statului este efectivă;

b) evitarea tratării dihotomice: stat contra piață, public contra privat etc. În condițiile în care, nu de puține ori, există tendința de a contrapune piața statului, se explică și existența unor controverse majore în legătură cu necesitatea și amploarea intervenției statale, precum și posibilitatea asigurării stabilizării economiei. Nu trebuie omis în emiterea unor judecăți în acest domeniu că, deopotrivă statul și piața reprezintă instituții imperfecte și că piața însăși constituie o instituție socială, un rezultat al activității umane. Mai mult, „rațiunile pentru care statul trebuie să joace un anumit rol în economia

modernă au în vedere faptul că piața nu mai reprezintă de mult timp mâna invizibilă din tinerețea capitalismului”;

c) necesitatea unei analize serioase a tendințelor factuale, cerința esențială constituind-o comparația cu intervenția economică a statului, așa cum ea funcționează în mod real. Desigur, este posibilă formularea unor aprecieri eronate, izvorâte din compararea funcționării reale a pieței cu funcționarea în mod ideal a intervenției statului. Problema nu poate fi însă soluționată prin simpla apelare la fapte, acestea fiind susceptibile de interpretări subiective. Mai mult, trebuie avut în vedere și faptul că o parte din efectele intervenției publice nu sunt cuantificabile.

Desigur, intervenția statului în economie, mai mult sau mai puțin, într-o formă sau alta, nu trebuie să afecteze, în niciun fel, libertatea agenților economici, ci dimpotrivă, ea trebuie să creeze și să mențină ambianța de libertate economică, prin care să se stimuleze inovația și progresul, politica economică a statului urmând să „corecteze” evoluția spontană a economiei, astfel încât, acolo unde piața nu reușește, politica statului să fie mai bună, mai eficientă.

Cu toate acestea, viața a demonstrat că în economia de piață modernă continuă să se manifeste crize, inflație, șomaj și alte asemenea fenomene de instabilitate. În aceste condiții, așa cum bine remarcă literatura de specialitate, „o problemă deosebit de actuală este creșterea eficienței intervenției statului în economie, astfel încât, prin politicile, măsurile și acțiunile ce se întreprind, să aibă loc diminuarea instabilității, mărirea efectelor de relansare și creșterea economică etc.” De fapt, politica economică, instrumentele acesteia, trebuie să aibă în vedere, pe de o parte, costurile de utilizare (de aplicare) a acestora, inclusiv cele sociale, iar pe de alta, rezultatele ce se obțin și care trebuie să fie cât mai bune. Analiza implicării statului în economie necesită cunoașterea, alături de rezultatele obținute, a costurilor intervenției guvernamentale, a cheltuielilor pe care le presupune administrarea politicilor guvernului.

În ceea ce privește abordarea unei asemenea probleme în cazul economiilor aflate în tranziție, în general, și a economiei românești, în special, sunt de reținut o serie de aspecte specifice condițiilor concrete ale unei asemenea tranziții. De data aceasta ne vom referi la necesitatea luării în calcul a costurilor sociale ale tranziției, în general, ale reformei sistemului economic și social românesc, în particular. Avem în vedere costurile obiectiv necesare, ce nu pot fi ocolite, provocate de realizarea propriu-zisă a procesului de reformă, costurile sociale produse de erorile de politică economică sau, de ce nu, de nepriceperea guvernanților, dar și a costurilor sociale provenite din repartizarea inechitabilă a sarcinilor economice în interiorul societății.

Într-un asemenea context, este necesar ca alături de componentele economice ale tranziției, ale reformei, să fie luate în discuție și aspectele sociale, care nu pot fi și, mai ales, nu trebuie marginalizate, omul neputând fi redus la rolul de simplu prestator de forță de muncă. Potrivit literaturii în domeniu, componentele sociale ale reformei trebuie avute în vedere, cel puțin din următoarele considerente:

- obiectivele sociale nu se realizează automat, concomitent cu dezvoltarea economică, simțindu-se din plin nevoia adoptării unor politici adecvate de protecție socială;
- măsurile de politică economică pot avea pe plan social consecințe grave, care, la rândul lor, pot deveni factori de frânare a derulării procesului de reformă;

- racordarea cât mai directă și transparentă a programului de reformă la problemele sociale ale populației constituie un element ce poate conferi credibilitate acestui proces și, implicit, conduce la sprijinul populației, la participarea acesteia la înfăptuirea reformei;

- evoluția îngrijorătoare a unor fenomene negative pe plan social, elemente generate de fapt de reformă (inflația, șomajul, polarizarea veniturilor și accentuarea sărăciei, deficitul pe piață a bunurilor de consum, scăderea motivației de muncă și, nu în ultimul rând, amplificarea corupției), conduce la concluzia că astfel de fenomene ar putea lua proporții impresionante, cu consecințe dezastruoase, greu de contracarat.

Pentru a evita transformarea unor asemenea fenomene în factori distructivi ai procesului de reformă și, mai ales, pentru evitarea de tensiuni și convulsii sociale, trebuie adoptate măsuri adecvate și, mai ales, este necesară imprimarea unui anumit ritm și a unor succesiuni coerente în realizarea procesului de reformă.

La asemenea considerente, de ordin general, trebuie avute în vedere condițiile concrete în care se derulează procesul reformei în România, și anume:

- nivelul de trai scăzut al majorității populației, gradul limitat de suportabilitate al acesteia și, de aici, sensibilitatea mai mare a populației la modificările intervenite în domeniul economico-social;

- capacitatea redusă de adaptare a populației la condițiile noi, neînțelegerea întotdeauna a mecanismelor dificile ale economiei de piață și, de ce nu, un anumit conservatorism al poporului român, o anumită rezistență a populației la măsurile, de cele mai multe ori dure, pe care le presupune reforma.

Iată doar câteva aspecte care conduc, cu prisosință, la conceperea, la adoptarea unei politici sociale de o esență nouă. Mai mult, într-o situație ca cea în care ne aflăm, într-o etapă de tranziție, se face necesară subordonarea strategiei economice față de cea din domeniul protecției sociale. Aceasta deoarece, un sistem de protecție socială eficient reprezintă mai întâi o exigență de ordin economic, și abia după aceea una de ordin moral și politic.

Problema protecției sociale, aspectele sociale ale reformei, în general, se află la granița tensiunilor sociale, căpătând o însemnătate decisivă pentru soarta reformei economice. Depinde de cei ce gestionează reforma, de întreaga societate, pentru a se spera în reușita tranziției, în general, a reformei, în special.

Față de cele prezentate, apreciem că principala concluzie care poate să fie reținută este aceea că reforma trebuie privită ca un proces de interes național, al cărui succes depinde, în mare măsură, de strategia aplicată, o strategie ce trebuie clar structurată, periodic actualizată și adaptată, și care să ia în calcul atât contextul național, cât și cel internațional. Iar principala particularitate a acestui proces rămâne faptul că economia românească, ca de altfel și a celorlalte foste țări socialiste, a trebuit să joace un rol inedit, de „cobai”, fără niciun precedent în istoria omenirii, respectiv trecerea de la o societate de tip socialist, cu o economie specifică, supercentralizată, de comandă, la una de tip capitalist, cu o economie concurențială, de piață.

Toate aceste probleme referitoare la costurile sociale ale tranziției constituie în perioada actuală o preocupare a statului, care este chemat să le rezolve, deoarece, în ultimă instanță, orice sistem economic, orice formă de proprietate, au dreptul la viață

numai acolo și în măsura în care se dovedesc a fi cele mai eficiente – economic și social – fără niciun fel de prejudecăți, mai vechi sau mai noi.

BIBLIOGRAFIE

- Albert, M., *Capitalism contra capitalism*, Editura Humanitas, București, 1994
- Ciucur, Dumitru; Gavrilă, Ilie; Popescu, Constantin, *Economie*, Editura Economică, București, 1999
- Cornescu, V. (coordonator), *Economie – ghid practic*, Editura Tribuna Economică, București, 2001
- Enache, C.; Mecu, C. (coordonatori), *Economie Politică*, Editura Fundației România de Măine, București, 2007
- Friedman, M., *Capitalism și libertate*, Editura Enciclopedică, București, 1995
- Lipsey, R. G.; Chrystel, K. Alex, *Economia pozitivă*, Editura Economică, București, 1999
- Pistol, Gh.; Pistol, L. (coordonatori), *Comerț interior – teorie și practică*, Editura Economică, București, 2004
- Pistol, L., *Comerț – concepte, mecanisme și politici*, Editura Fundației România de Măine, București, 2001

TRANSFERUL INTERNAȚIONAL DE TEHNOLOGIE

Conf. univ. dr. **MATEI, Ion Viorel**

Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale, București
Universitatea Spiru Haret

Abstract

International technology transfer

From the half of the 20th century, many developed states made efforts in order to import advanced technologies from northern states and in order to surpass the big economical differences between the North side and the South side.

The reason of this strategy is that the study of those imported technologies represents the best way to promote research and internal development, which is, in fact, the ability of a progressing state to create its own technologies that will lead to the surpass of economical differences between that state and the developed states.

TRIPS agreement specifies that this transfer promotes the dissemination of technology, which is just one of its objectives. In order to understand this situation better, it is very important to take into consideration the relationship between patents and the transfer of technology.

Key-words: *transfer, tehnology, research, international*

Transferul internațional de tehnologie se înfăptuiește pe cale contractuală, părțile contractate fiind parteneri din țări diferite.

Obiectul transferului internațional de tehnologie se poate concretiza în: brevete de investiție, desene și modele tehnice, formule secrete de fabricație și, în general, asistență tehnică nebrevetată, care în mod curent este cunoscută sub denumirea de know-how, engineering, franchising, hardware și software etc.

Ca modalități de realizare a transferului internațional de tehnologie pot fi menționate: cooperarea tehnico-științifică și investițiile directe ale societăților transnaționale. În prezent, datorită amplorii fără precedent a revoluției tehnico-științifice și a creșterii interdependențelor economice dintre statele lumii se înregistrează o sporire deosebită a importanței transferului internațional de tehnologie, luând naștere un veritabil flux internațional distinct de tehnologie în cadrul circui-tului economic mondial, ceea ce a determinat formarea unei piețe internaționale de tehnologie.

Ponderea cea mai mare în transferul internațional de tehnologie o dețin societățile transnaționale. Dar, acestea, prin contractele de transfer impun beneficiarilor, pe lângă un preț ridicat de monopol și severe restricții în domeniul comercializării produselor fabricate cu tehnologii importate.

Împrejurarea a determinat o reacție firească de apărare a propriilor interese din partea țărilor beneficiare ale transferului internațional de tehnologie (în special țări în curs de dezvoltare), care au inițiat o serie de demersuri în cadrul ONU pentru elaborarea unui cod al transferului internațional de tehnologie ca instrument de neutralizare a practicilor monopoliste, abuzive existente în acest domeniu.

În concluzie, schimbul tehnologic este un schimb de cunoștințe mai mult decât de bunuri și deci nu este avantajos decât dacă se finalizează cu o reală măiestrie industrială și cu o finalitate economică profitabilă. Un transfer de tehnologie nu are șanse de succes decât cu condiția de a fi clădit pe un contract liber negociat, benefic pentru cele două părți și fără să cuprindă clauze care să avantajeze prea mult pe una dintre ele.

Țările dezvoltate apreciază că patentele și implementarea unor sisteme de protecție a patentelor reprezintă o modalitate de a realiza un transfer de tehnologie către statele în curs de dezvoltare. Ei argumentează că divulgarea tehnologiei obținute prin intermediul patentelor permite statelor în curs de dezvoltare să obțină și să exploateze această tehnologie pentru propriul lor beneficiu.

Returul potențial pe care posesorul patentei l-ar obține de pe diversele piețe ar putea oferi un impuls suficient pentru o dezvoltare și o distribuire a tehnologiilor adiționale către alte jurisdicții.

Rolul patentelor s-a dovedit a fi un obiectiv fundamental pentru stimularea unui transfer de tehnologie. Totuși, s-a dovedit că rolul patentelor a fost găsit a fi nesemnificativ în tranzacțiile cu transferuri de tehnologie. În luarea deciziilor privind un transfer de tehnologie, întreprinderile trebuie să țină seama de mai multe considerente decât cele existente în sistemul patentelor, cum ar fi climatul investițional, economic, politic și alte considerente, cum ar fi legile privind taxele și legile investițiilor străine în general. Și mai mult decât atât, este clar că tehnologia este uneori transferată fără a se face referire la sistemul patentei.

Un astfel de exemplu este acela în care tehnologia este deseori transferată prin intermediul unor experți care pot pasa *know-how*-ul tehnic către alți angajați. Astfel se întâmplă în cazul cercetărilor care-și creează o companie într-o altă țară pentru a profita de condițiile economice mai avantajoase privind, de exemplu, mâna de lucru mai ieftină. Țara gazdă a unei astfel de companii obține tehnologia pe care cercetătorul o deține întrucât aceasta este dezvoltată și distribuită în noua țară.

Pentru ca o patentă să fie folositoare și exploatată într-un mod eficient, *know-how*-ul este foarte esențial și acesta nu este de fiecare dată disponibil publicului larg și deci nu este foarte des divulgat împreună cu datele tehnice ale patentei. Cazul ce poate fi prezentat în această situație este cel privind Coca-Cola unde compania a refuzat în mod constant divulgarea secretului de producție. Acesta este un exemplu unde volumul cunoștințelor prin publicarea specificațiilor patentei a fost insuficient pentru a înlătura exploatarea patentei.

Sistemul internațional existent privind protecția patentei convenit la convenția de la Paris, care permite țărilor membre să regleze abuzurile și patentele nefuncționale în cadrul unor limite impuse, nu s-a dovedit a funcționa în interesele statelor în curs de dezvoltare.

Acum, Acordul TRIPS, prin implementarea unor drepturi de import a paten-
telor a redus și mai mult posibilitatea exploatării patentei la nivel local și privarea
statelor furnizoare de orice posibilitate de a avea succes la tehnologiile patente.

Prin importul bunurilor de capital, aceste state vor importa tehnologia produ-
sului conținut în licențe de folosire a patentei, care reprezintă doar o abordare
„pasivă” de a realiza un transfer de tehnologie. Țările în curs de dezvoltare au însă
nevoie de un transfer „efectiv” de tehnologie, care presupune că receptorul nu
achiziționează numai hard-ul și soft-ul, dar și cunoștințele necesare pentru a deține
și utiliza eficient tehnologia importată. Aceasta s-ar putea manifesta cel puțin în
trei mecanisme:

- 1) *transferul noilor aptitudini către angajații locali ai întreprinderii;*
- 2) *stimularea secției de cercetare-dezvoltare locală;*
- 3) *difuzia noilor tehnologii în economia locală.*

În trecut, cele trei mecanisme au eșuat, excepție făcând transferul noilor
aptitudini în cadrul forței de muncă locale care a înregistrat un oarecare succes. În
cadrul cercetării-dezvoltării nu s-a înregistrat practic nicio stimulare.

Datele din Statele Unite arată că majoritatea corporațiilor multinaționale
cheltue aproape 90% din veniturile cercetării-dezvoltării în interiorul granițelor
statului lor și mai puțin de 1% în țările în curs de dezvoltare. Veniturile lor din
cercetare-dezvoltare se datorează în mare parte controlului calității și ale
adaptărilor minore.

Transferul de tehnologie presupune divulgarea unor informații suficiente de
la licențiator la licențiat. Astfel de informații, cunoscute sub denumirea de know-
how sau secret de comerț, sunt proprietatea licențiatorului. Sunt foarte valoroase
atunci când sunt ținute în secret și fac întotdeauna parte din acordurile de licențiere.

TRIPS a mandat în mod special membrii săi pentru a se asigura că infor-
mațiile de acest gen sunt protejate împotriva concurenței neloiale (Articolul 39).
Acest lucru face ca transferul de tehnologie să fie o afacere și mai costisitoare.
Întrucât *know-how*-ul secretul de comerț trebuie licențiat ca și patenta, realizarea
unui transfer de tehnologie devine și mai dificilă.

Patentele lăsate în mâinile unor afaceriști străini reprezintă o parte importantă
a strategiei de protecție a piețelor locale de concurența străină, acest fapt fiind
motivată de considerente economice. Nu există niciun motiv pentru a se gândi că
strategia patentei se va schimba sub aripa TRIPS, care, de fapt, conferă acesteia
mai multă putere și mai mult spațiu, asigurând, de exemplu, piața străină cu
produse realizate în acest fel sau eliminând efectiv de pe piață licențele impulsive.

Oricum, transferul de tehnologie este în mod predominant dependent de
contractele de vânzare de tehnologie și de acordurile de licență mai mult decât este
de patente. În trecut, corporațiile multinaționale acordau licențe tehnologice
întreprinderilor neafiliate atunci când acest lucru era inevitabil, ca de exemplu, în
cazurile când intrarea pe piețele locale prin investiții străine directe sau de import
se dovedea a fi dificilă.

Licențierea oferea posibilitatea realizării de câștiguri pe piețele care erau
parțial sau total închise investițiilor străine directe. De asemenea, tehnologia făcea
obiectul unui contract de licență atunci când piața țării gazdă era prea mică pentru a

justifica investițiile străine directe în scopuri productive, sau când firma ce oferea licența putea suplini lipsa de management a pieței locale sau, în unele cazuri, lipsa de capital.

Acum, sub incidența Acordului WTO, având în vedere noul set de reguli referitoare la măsurile privind investițiile și noile drepturi privind patentele sub incidența TRIPS, șansele ca o patentă să-și licențieze partea de tehnologie sunt foarte reduse. Deținătorul tehnologiei poate servi piețele mari și mici fără a fi nevoit să încheie un contract de licență privind tehnologia.

Puterea pe care deținătorul tehnologiei o deține sub incidența acordului TRIPS este deschisă unui abuz, un astfel de exemplu fiind cel al industriei indiene care a încercat o redresare prin îndeplinirea obligațiilor ce le presupunea Protocolul de la Montreal.

Este clar faptul că transferul tehnologiei a jucat un rol important în industrializare, actul de imitare sau copiere a tehnologiilor folosit de către alte firme a constituit o parte importantă din acest transfer. Statele în curs de dezvoltare și firmele de pe teritoriul acestora găsesc acum imposibilă urmarea acestui drum, întrucât găsesc dificil sistemul de protecție al patentelor mai ales acum când TRIPS face legea în acest domeniu. Firmele interne dornice să utilizeze aceste tehnologii vor trebui să obțină permisiunea deținătorului patentei (care i-ar putea da permisiunea sau nu) și să plătească taxe inflaționiste pe care probabil că nu și le vor permite și aceia care totuși își permit, se vor lovi de competitivitatea acerbă de pe piață.

Concluzionăm că transferul de tehnologie reprezintă o problemă foarte complexă, care vizează mai mulți actori economici, dintre care, pentru abordarea de față, reținem, pe de o parte, firma care deține tehnologia, iar, pe de altă parte, spațiul economic receptor, cu deosebire în ipostaza sa de țară în curs de dezvoltare. În esență, modalitățile transferului de tehnologie pot fi cuprinse în două mari categorii: internalizate, respectiv prin investiții străine directe și externalizate, categorie care cuprinde toate celelalte forme contractuale, de tranzacționare a tehnologiilor.

BIBLIOGRAFIE

- Țicovschi, V., *Transferul internațional de tehnologie și dezvoltarea economică*, Editura Politică, București, 1983
- Puiu, Al., *Managementul în afacerile economice internaționale*, Editura Interdependența Economică, București, 1992
- Moisuc, C., *Comerț exterior și cooperare economică internațională*, Academia de Științe Sociale și Politice, 1984
- Dunning, John H., *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley Publishing Company, London, 1993
- Dunning, John H., *The Globalization of Business*, Routledge, London, 1995
- Hood, Neil; Young, Stephen, *The Economics of Multinational Enterprise*, Longman Group UK - Ltd, London, 1990
- Jones, Geoffrey, *The Evolution of International Business. An Introduction*, Routledge, London, 1996
- Matei, Viorel, *Relații valutare financiare internaționale*, Editura Fundației România de Măine, București, 2004

THE RELATIONSHIP BETWEEN GLOBALIZATION, UNEMPLOYMENT, INEQUALITY AND POVERTY

UKPERE, Wilfred I. & SLABBERT, Andre D.

Faculty of Business, Cape Peninsula University of Technology,
Cape Town, South Africa

Abstract

The relationship between globalization, unemployment, inequality and poverty needs to be investigated further. Globalization is a world economic system prescribing and describing the ways businesses and things are organized around the world. It is a phenomenon that has affected people in every sphere of life. Globalization amounts to the effective erasure of national frontiers for economic purposes. Capital moves across borders; companies relocate and expand across borders; whole industries can now cross borders; people, ideas, diseases, even governments can now cross borders. Unemployment increases the level of inequality and poverty in the society. Presently, there is an increasing number of people added to the shocking figures of the unemployed within the global village, who are moving from one place to the other in search of jobs which might have evaporated owing to automation, or moved to other regions, in order to take advantage of favourable business climates and government concessions, namely cheap labour, lax environmental laws and tax holidays. South Africa illustrates rising unemployment with significant job destruction within the global economy. The growing unemployment and under-employment witnessed around the globe can be attributed to the global logic of competitive profit-making management techniques of outsourcing and corporate migrations, downsizing, and widespread automation. The continuing trends in global unemployment have exacerbated the rate of global inequality. It has been established that the division between the global rich and the global poor has been growing. The income of the wealthiest tenth of the world's households is more than eighty times the purchasing power of that of the poorest tenth. Increases in income inequality and poverty in the poorest developing countries, over the past decades, can be attributed to globalization. The casualization of employment and voluntary retirement packages to workers in government parastatals in Nigeria and of course South Africa may signal a move towards pauperization. Although bequeathed with fascinating names and awesome definitions, the logics of present globalization seem to have exacerbated the problem of global unemployment, the corollary of which is endemic inequality and poverty. In this paper, the authors opine that there is a positive relationship between globalization, unemployment, inequality and poverty and, by so doing, opens further vistas for further academic discourse.

Key-words: globalization, global competition, government, inequality, poverty and unemployment

JEL Classification: O₁₁₀

Globalization

Globalization is a world economic system prescribing and describing the ways businesses and things are organized around the world. It is a phenomenon that has affected people in every sphere of life (Scholte, 2000:255). Globalization amounts to the effective erasure of national frontiers for economic purposes – a state whereby national boundaries turn totally porous with respect to goods and capital and, to a certain extent, porous with respect to people, which is viewed, in this context, as cheap labour or, in some cases, cheap human capital (Pasricha, 2005). Consequently, border-crossing is activated and accelerated by this porosity. Capital moves across borders; companies relocate and expand across borders; whole industries can now cross borders; people, ideas, diseases, even governments can now cross borders. According to Giddens (1990:64), globalization is *the intensification of worldwide social relations, which link distance localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa*". Sklair (2002:8) believes that globalization is a particular way of organizing social life across existing state borders. It has also been viewed as: *...the process of interaction and integration among the people, companies, and governments of different nations, a process driven by international trade and investment and aided by information technology. This process has effects on the environment, on culture, on political systems, on economic development and prosperity, and on human, physical well-being in societies around the world* (Globalization 101.org, 2002:1). Jameson and Miyoshi have stated that *Globalization is the untotalizable totality, which intensifies binary relations between its parts – mostly nations –, but also regions and groups, which, however, continue to articulate themselves on the model of 'nation entities'* (quoted in Streeten, 2001:173).

The popularity of the globalization phenomenon is obvious from the fact that it has acquired different names in different world languages. Giddens (1999:7) observed: *Globalization may not be a particularly attractive or elegant word. But absolutely no one who wants to understand our prospects at the century's end can ignore it... In France the word is mondialization. In Spain and Latin America, it is globalization. The Germans say Globalisierung.* Other names ascribed to globalization are *globalizzazione* in Italian, *globalizaçao* in Portuguese, *mondializare* in Romanian, and the Dutch *mondialisering*, which conveys broadly the same idea in the form of *worldization*. Outside the Indo-European languages, the Chinese called it *quanqihua*, the Finish *globalisaatio*, the Indonesians *globalisasi*, the Koreans *Gurkje Hwa*, the Nepali *bishwavyapikaran*, the Sinhalese *jatyanthareekaranaya*, the Tagalog *globalisasyon*, the Thai *lokanuwat*, the Timorese *luan bo'ot* and the Vietnamese *toan kou hoa* (Scholte, 2000:43). Although these are fascinating names and awesome definitions, the relationship between globalization, unemployment, inequality and poverty warrants further scrutiny.

Unemployment

The expanded definition of unemployment broadly includes everybody who can work, but is without a job (SA suffering from chronic skills mismatch, 2006:6). Presently, there is an increasing number of people added to the shocking figures of the unemployed within the global village, who are moving from one place to the other in search of jobs, which might have evaporated owing to automation, or moved to other regions, in order to take advantage of favourable business climates and government concessions, namely cheap labour, lax environmental laws and tax holidays. Many female job seekers have often become victims of rape in South Africa (SABC News, 25 January, 2006). Statistics SA (cited in Naidoo, 2006:1) estimated that 60,000 of the country's unemployed are graduates. The CEO of Adcorp Holdings, Hilton Brown, has stated that there are tens of thousands of qualified people, some even with work experience, who are without jobs. This illustrates that the unemployment situation in South Africa is understated, as more and more graduates are now desperately willing to accept relatively lower-paying jobs, for example in the South African Correctional Services (Naidoo, 2006:1). Currently, about 40% of South Africans are unemployed. In this sense, South Africa exhibits rising unemployment with significant job destruction within the global economy. Recently, South African Airways has decided to axe 1,000 jobs in order to reduce costs, so as to become more competitive within the global dispensation (Phasiwe, 2006:1). South Africa is not the only case. While concerns over unemployment are mounting in Japan, the same fears reached near fever-pitch in Western Europe and Australia in the nineties, when one in nine workers was jobless (Berry, 1996:1). The situation in Euro-Zone has certainly improved subsequent to this, and unemployment now officially stands at 7.7% (EurActive, 2006).

The potency of unemployment within the global economy can be seen from the fact that from the early 1970s onward, European countries witnessed a high rate of increased unemployment, such that the average level of unemployment rose from an average of 2.7% in 1964 to 10.3% in 1999. In 1995, unemployment in France, Italy and the UK rose to 10% of the labour force and in Spain and Finland it rose to over 15%. Even in Sweden, which previously had maintained a low level of joblessness, the rate of unemployment rose rapidly from 1.5% in 1990 to 10% in 1995 (Singh and Zammitt, 2003:4). However as noted above, the unemployment situation in Europe has improved since 2004. For example, the rate of unemployment in France, Italy and the UK decreased to 9.4%, 6.8% and 5.3% respectively, while that of Spain, Finland and Sweden came down to 8.5%, 7.7% and 7% respectively (UNDP, Human Development Report, 2007/2008).

In spite of these positive developments in Europe, the Third World has drifted behind, and with the exception of China and India, the unemployment situations of that zone remain critical. It is indeed true that during the last two decades, the labour market in developed economies have exhibited unfavourable tendencies. These shortfalls have been manifested in three important areas, namely increased inequality of wages and incomes, de-industrialization and mass

unemployment. Most research point to the fact that there is a positive correlation between globalization, internationalization and unemployment. In fact, one major effect of globalization of business is structural unemployment. It thus implies that there is an escalation in the level of unemployment owing to the current policy of world-wide tariff reductions and a trend towards transferring some business and production facilities abroad (Adams, 2006:9).

The growing unemployment and under-employment witnessed around the globe can be attributed to the global logic of competitive profit-making techniques of outsourcing and corporate migrations, downsizing, and widespread automation (Ukpere and Slabbert, 2007:5). In addition, the positive aspect of the automation boom that brought new jobs in the IT sector, and which was predicted to bring cheap access to information superhighways has been weakened by endemic job destruction and losses witnessed in other sectors of the economies. Currently, many customers have utilized the innovations and developments in the IT sector to make online travel bookings, to perform banking operations and all kind of purchases and retail trade through the internet. Moreover, more households are now in possession of PCs and data telephones, which has made it possible to choose within some seconds from a world supply chain of products, right from their homes. These trends have resulted in the withering away of a large section of the labour market and aggravated the problem of unemployment and inequality in societies (Martin & Schumann, 1997:137; Scholte, 2000:220).

Ironically, top managers have been lured to motivate and promote unemployment and under-employment in many organizations. For example, when IBM in France retrenched 122,000 workers and reduced their total wage cost by a third between 1991 and 1995, the management board rewarded directors in charge of downsizing with non-pay related bonuses of 5.8 million dollars each (Martin & Schumann, 1997:121, also see Ukpere and Slabbert, 2007:5). In Germany, it was speculated that more than 4 million jobs could be destroyed and the number of the unemployed may increase from the current 9.7 per cent to 21 per cent in Germany, or from 7.3 per cent to 18 per cent in Austria. In addition, many of the secured jobs which would be phased-out are to be replaced by part-time posts, temporary work and various forms of low wage employment that is markedly lower than they have been under the system of collective bargaining (Martin and Schumann, 1997:103; Ukpere and Slabbert, 2007:5). However, despite the immense economic threats which emanate from China, the German economy at present appears to display less anxiety about unemployment.

Some authors have suggested that the normal unemployment rate lies within the range of 5-7%. This rate is considerably higher than the 1-2% normal unemployment rate witnessed forty years ago. The implication of this is that globalization has provided an opportunity for labour exploitation: many skilled workers have begun to occupy jobs for which they are over-qualified owing to the great pool of unemployed labour around the globe (Adams, 2006). This has resulted in wide-spread job insecurity and an increase in the number of workers who fall victim to employment without benefits (Matthews, 1998:385). Realizing the necessity of divine intervention in this direction, Pope Benedict XVI organized

a prayer session for unemployed and exploited workers, and celebrated a mass with some members of Italian trade unions and Catholic organizations for workers. According to the Pope, *...work enables people to realize their potential and contribute to the good of society as long as their work is undertaken in full respect of human dignity and common good.* The pope asked St. Joseph, patron saint of workers, to take special care of young people who have difficulty entering the world of work, the unemployed and those who suffer from difficulties related to the wide-spread global employment crisis (Wooden, 2006:4).

Inequality

The continuing trends in global unemployment have exacerbated the rate of global inequality. It has been established that the division between the global rich and the global poor has been growing (Haines, 2001). For example, while the income gap between a fifth of the world's population living in the richest countries and a fifth living in the poorest countries, was 30:1 in 1960, by 1997, it had grown to 74:1 (UN Human Development Report, 1999). No wonder that men such as Bill Gates can possess a fortune of nearly \$40 billion (almost the wealth of 40 million poor individuals around the world). The United Nations Development Report has maintained that the world's poorest 2.5 billion people [around 42% of the entire world population] have a collective income roughly equal to the wealth of the world's richest 225 billionaires (Karlner, 1999:320, also see Ukpere and Slabbert, 2007:5). By the late 1990s, the richest 20 per cent of the world's population enjoyed 86 per cent of the world's GDP, while the poorest 20 per cent owned a mere one per cent. The income of the wealthiest tenth of the world's households is more than eighty times the purchasing power of that of the poorest tenth (Therborn, 2001, cited in Amin, 2004:1). This disparity is a product of the rich becoming richer and the poor becoming poorer; a trend affecting developed countries, but very severe among the developing nations, with large sections of the population in sub-Saharan Africa, East and South Asia, Latin America, and the post-communist states pushed back every day into abject poverty. As Lloyd (2001:21) noted, *half of the global population – roughly 3 billion people live in abject poverty; nearly half of these – 1.2 billion in 2000 – live in utter destitution, on less than \$1 a day, in danger of death by starvation or related diseases. Access to safe drinking water is unknown to 1 billion people; 2.4 billion have no adequate sanitation.*

The consequence of this is an appalling index of misery, which is manifested by swelling early mortality, diseases and malnutrition, prostitution, child labour, displacement and forced migration, the violence of social breakdown, state social control and fractional war, acute risk and uncertainty, environmental degradation and vulnerability, and loss of existential material security (Amin, 2004:1). While tenure and security have changed only marginally for the majority, job offers for the unemployed have become increasingly unstable and lower paid (Matthew, 1998:385). For example, the real average hourly wage of the average US worker declined continuously between 1979 and 1989. Moreover, real hourly wages stagnated for all other groups except those in the top 10 per cent of the distribution. Even for the top ranges, real wages have

risen by a mere 6.6 per cent over the 25 years between 1973 and 1989 (McCall, 2000:21-3).

In South Africa alone, 22 million people live, on average, on less than R144 (about \$21) per month. The poorest 40% remain overwhelmingly African, female and rural. 60% of female-headed households are poor (in comparison to 31% of male headed-households), while two out of 3 children live in poverty in these families. 3.1 million jobless African families were recorded in 1999, significantly higher than the 1.9 million in 1995. Ukpere and Slabbert (2007:5) cautioned: *Thus, in the face of the current single global economic dispensation, the problem of inequity has become more palpable for rational mediation.* In the US alone, corporations have eliminated more than 2 million jobs annually. Although some new jobs are created in the economy, they are for the most part, in the low-paying sectors, and many are only temporary jobs or part-time positions, which do not guarantee good pay and job security (The Job Letter, 2003:2). This has also boosted the rate of global inequities. In fact, more inequality is reflected in tables 1 and 2 below:

Table 1

Inequality in the Third World

<ul style="list-style-type: none"> • In Sao Paulo (Brazil) and Accra (Ghana) death rates from infectious disease are twice as high for those living in the poorest areas compared with the richest areas. • In the Philippines, South Africa, and Nepal infant mortality rate for the poorest 20% of children is twice as high as for the richest 20%. • In NE and SE Brazil the under-5 mortality rate for the poorest 20% of children is over six times that of the richest 20% of children. • In Peru, rates of underweight and stunting amongst the poorest 20% are about five times those amongst the richest 20%. • In Indonesia only 21% of births of the rural poor and 49% of births of the urban poor were attended by medical personnel, compared with 78% and 93% for the rural and urban rich. • 59% of deaths among the poorest 20% of the world population were caused by communicable diseases, for the rich 8%. • In India, 15–19-year-olds from the richest 20% of households have completed on average ten years of schooling, children from the poorest 40% of households have on average no schooling. • 39% of poor 6–14-year-olds in Nigeria were in school, compared with 91% of rich 6–14s; in Madagascar, 47% compared with 90%. • In Ecuador, 75% of households among the poorest fifth lack piped water, compared with 12% among the richest fifth. • In Sao Paulo the 9% living in the richest areas consume five times as much water per capita as the 41% living in the poorest areas; in Accra water consumption per capita is three times higher for the one-third of people living in the richest areas compared to those living in the poorest areas. • In Guatemala, the richest 20% of under-5s have a 47% rate of stunting, whereas the poorest 20% have a 70% rate of stunting; 25% of the richest 20% of children under 5 are underweight, compared with 41% of the poorest 20%. • In Morocco, 15% of the wealthiest under-5s quintile suffer from stunting, 39% of the poorest quintile; 6% of the richest children under 5 in Morocco are underweight and 23% of the poorest are underweight. • In Peru, 10% of the richest children under 5 suffer from stunting, compared with 51% of the poorest; 5% of the wealthiest quintile of children under 5 are underweight, 22% of the poorest.
--

Source: Adapted from <http://worldbank.com/poverty/date/trends/social.pdf>, cited in Sklair 2002:51

Inequalities in the USA

- The *Washington Post* carried an article on 1 March, 1998, saying that the richest 1% of the US population possesses more wealth than the total wealth of 90% of the total population.
- The bottom 25% of US families witnessed a 9% decline in income between 1979 and 1995, with the richest 25% of families enjoying a 26% increase during the period, according to a *USA Today* report in 1997.
- The income of the richest 5% of families was 5.7 times that for the bottom 20% of families in 1995.
- Official statistics released in 1997 show that the top 20% of US families shared 49% of the country's total income in 1996, with the income level for the bottom 20% families falling by 1.8%.
- The current income level for the top 20% of the population is nine times more than the figure for the bottom 20%, up significantly from the 3.5 times figure in 1979. In addition, some 75% of American workers earn less today than in 1979.
- 16% of the US population lived below the poverty line in 1974, with the figure rising to 19% in 1997.
- Results from the most recent census show a disparity in the economic status of blacks, with the average net property value of black families standing at only a tenth of the level for white families. A *USA Today* article published in April 1997 noted that the income level for Afro-American families stands at only 63% of the level for white families.
- The *Wall Street Journal* (3 Sept. 1997) reported that the income level for a black person is 19% lower than that for a white person with the same education level. It also noted that the proportion of poverty-stricken black families is 15% higher than for poor white families, with the total number of the former more than double the figure for the latter.

Source: Yanshi (1999:1)

An United Nations report stipulated that the world is more unequal today than it was ten years ago, despite considerable economic growth (One World South Asia News, 2005).

Poverty

The rate of global poverty has risen owing to global inequality. Indeed, increases in income inequality and poverty in the poorest developing countries, over the past decades, can be attributed to globalization (Salvatore, 2004:548). Bonded and trafficking labourers are locked into livelihoods that provide no opportunity to move out of poverty (The Chronic Poverty Report, 2005:17). An initial guesstimate by Hulme and Shepherd (2003:412-13) gave a range of 389-727 million people in 32 developing countries, including China and India, as being chronically poor. However, recent data from the Chronic Poverty Report (2005:9) puts the figure at around 300-420 million people. Chronically poor people are found in all parts of the world, with the largest numbers in South Asia (135-190 million). However, the highest incidence of chronic poverty is in Sub-Saharan Africa, where 30-40% (about 90-120 million people) live on less than \$1 per day. East Asia also has significant numbers of chronically poor people, between 55-85 million, who live mainly in China. Ukpere and Slabbert (2007:5) opined: *Most of the incidents increasing the rate of poverty around the world today cannot be attributed to nature, but to man and the selfish capitalist institutions created by man.*

The UN Research Institute for Social Development (UNRISD, 2000) approximated that the number of people living on less than \$1 per day, rose from 1,196,500,000 in 1987 to 1,214,200,000 in 1998. UNRISD maintained that although there is a reduction of poverty in East Asia and the Pacific, the Middle East and North America, there are increases in the growth of poverty in post-communist Europe, Central and South Asia, Latin America, the Caribbean and Sub-Saharan Africa (Sklair, 2002:47). *The incidence of poverty has increased in the past few years not because the world, as a whole, is getting poorer, but because the benefits of growth have been unevenly spread. There has been a striking increase in inequality* (UNRISD, 2000:11 in Sklair, 2002:48). The cause of employment and voluntary retirement packages to workers in government parastatals in Nigeria and of course South Africa, may signal a move towards pauperisation (Ukperere and Slabbert, 2007:5). The data of 85 Third World countries revealed a wide range of deprivation among them. For example, 3.9% of the population in Uruguay was in severe poverty in the late 1990s compared with the 64.7 per cent in Niger. In general, more than one-third of the people in developing countries were in extreme poverty (Chronic Poverty Report, 2005:9). According to the World Bank, 1.1 billion people are extremely poor. The highest numbers being in Asia, however Africa has the largest proportion: almost half its population (cited in Ukperere and Slabbert, 2007). Almost half of the 6 billion people in the world are poor; 8 million people die each year because they are too poor to stay alive and 1 billion lives are in danger because they lack food, in a world of abundance (Time Magazine, 2005:26). In a shocking report on human poverty, UNDP recorded the income or consumption share of the poorest 20% of the population in fourteen countries in four continents. Based on these figures, the people in the poorest quintile in Brazil who shares merely 2.5% of total income appear to be most desperate. Comparable figures for South Africa are 2.9%, for Russia 4.2%, and for Thailand 5.6%. In addition, UNDP (2000b:43) stated: *Economic growth cannot be accelerated enough to overcome the handicap of too much income directed to the rich. Income does not trickle down; it only circulates among the elite groups* (cited in Sklair, 2002:49). In fact, it is not just poverty, but the threat of poverty, which is a danger to democracy.

Conclusion

In conclusion, within the domain of unemployment, inequality and poverty in the era of globalization, renewed problems of global competition, job destruction, wage reductions, labour immobility and technological displacement of workers have accelerated the rate of global unemployment, the corollary of which is endemic inequality and poverty. To this point, would it then be incongruous to assert that there is a positive relationship between globalization, unemployment, inequality and poverty?

One of the present authors is at present conducting research amongst the unemployed in South Africa, and it is obvious, even at an early stage, that tremendous antipathy exists towards the government, which is regarded as being

responsible for the position in which the subjects find themselves in. A significant proportion of the subjects indicate a willingness to engage in acts of treason designed to attack the government in some or other manner. Internationally, this position is certain to be replicated in other countries, and when this is evaluated in light of the present international food crisis, public disturbance and revolt is certainly an emerging reality (as per the recent incident in Somalia). Governments should recognize that the specter of unemployment lies at the root of civil disturbance, and take steps to excise this evil from societies.

REFERENCES

- Adams, M., 2006, *The Relationship between Globalisation, Internationalisation and Unemployment*. Unpublished article prepared for CPU
- Amin, A., 2004, *Regulating Economic globalization*. A Paper presented at ESRC-SSRC Workshop, St Hugh's College, Oxford University
- Berry, J.M., 1996, *Puzzling on the Patterns of Joblessness in Europe*, Washington: Washington Post
- Giddens, A., 1990, *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press
- Giddens, A., 1999, *Runaway World: How Globalization Is Reshaping Our Lives*, London: Profile Books
- Globalization 101.org. 2002, *What Is Globalization?* [Online]. Available: <http://www.globalization101.org/globalisation/> [12 September 2005]
- Haines, W. W., 2001, *Poverty: A Worldwide Form of Injustice*. "International Journal of Social Economics", 28(10/11/12): 861-878
- Hulme, D. & Shepherd, A., 2003, *Conceptualizing Chronic Poverty*, "World Development", 31(3): 403-424
- Karliner, J., 1999, *Co-opting the UN*, „The Ecologist”, 29(5): 320
- Lloyd, J., 2001, *The Protest Ethic*, London: Demos
- Martin, H-P. & Schumann, H., 1997, *The Global Trap: Globalization and the Assault on Prosperity and Democracy*, Pretoria: HSRC
- Matthews, R., 1998, *The Myth of Global Competition and the Nature of Work*, "Journal of Organisational Change Management", 11(5): 378-398
- McCall, L., 2000, *Increasing Inequality in United States. Trends, Problems and Prospects*, "Economic and political Weekly", May 27, pp. 21-23
- Naidoo, S., 2006, *Finding a Job is Hard Work*. „Business Times Careers”, 20 August, 1
- Pasricha, A., 2005, *WTO, Self-Reliance and Globalisation*, New Delhi: Deep & Deep
- Phasiwe, K., 2006, *SAA Set to Axe 1000 Jobs as Cost Rise*, „Business Day” 1 December, 1
- SABC News, 2006, *Suspected Serial Rapist Caught in the Act*. [Online]. Available: http://www.sabcnews.com/South_Africa/justice/0,2172,120376,00.html [12 April 2006]
- Salvatore, D., 2004, *Growth and Poverty in a Globalizing World*, "Journal of Policy Modeling", 26: 543-551
- *SA Suffering from Chronic Skills Mismatch*, 2006, "Business Times", 29 January, 6
- Scholte, J. A., 2000, *Globalization: A Critical Introduction*, Basingstoke: Macmillan

- Singh, A. & Zammitt, A., 2003, *Globalisation, Labour Standards and Economic Development*. Working Papers: ESRC Centre for Business Research. [Online]. Available: <http://econpapers.repec.org/paper/cbrbrwps/wp257.htm> [10 October 2005]
- Sklair, L., 2002, *Globalisation: Capitalism and its Alternatives*, New York: Oxford University Press
- Slabbert, A., 1996, *Capitalism at the Crossroads*, "International Journal of Social Economics", 23 (9): 41-50
- Streeten, P., 2001, *Globalization: Threat or Opportunity?*, Copenhagen: Copenhagen Business School
- *** *The Chronic Poverty Report*, 2004-05, Manchester: Chronic Poverty Research Centre
- *** The Job Letter, 2003, *A Rifkin Reader*. [Online]. Available: <http://www.jobletter.org.nz> [20 October 2004]
- *** Time Magazine, 14 March, 2005, p. 30
- Ukpere, W.I. & Slabbert, A.D., 2007, *Is Socialism Actually Dead and Buried?*, "World Journal of Organisational Dynamics", 1(1) 3-7
- UNDP, 2003, *Understanding & Responding to Poverty*. [Online]. Available: <http://www.undp.org/poverty/overview> [12 December 2005]
- UNRISD, 2000, *Visible Hands: Taking Responsibility for Social Development*, Geneva: UNRISD
- Wooden, C., 2006, *Pope Prays for the Jobless, Exploited Workers*, "The Southern Cross", 29 March, 4
- Yanshi, R., 1999, *Human Rights Record in the USA*. Beijing. [Online]. Available: http://mprofaca.cro.net/hr_in_usa.html [20 July 2006]

DETERMINING AND RANKING OF EFFECTIVE FACTORS ON SAIPA PASSENGER CAR CUSTOMERS' SATISFACTION USING AHP TECHNIQUE

SAFARI, Iloush

Department of Industrial Engineering
Isfahan University of Technology (IUT)

Abstract

Nowadays most of the companies believe providing services and products in accordance with the customer demands would provide them an appropriate share in the competition markets, leads to more sales, and brings more profit to the company. Therefore, trying to discover the effective factors on the customer satisfaction and finally make suitable decisions in order to access that goal is an important duty in the companies. As one of the greatest auto producers in the Middle East, the SAIPA Co has to make efforts to satisfy its customers in order to access the company's goals in the competition national and global markets. This paper tends to identify and rank the effective factors on the customer satisfaction in the personal cars unit of the SAIPA, using the AHP analysis. First, we tried to identify these factors according to the SAIPA engineers and experts point of view; afterwards we designed the decision tree. Accordingly, we designed a questionnaire in order to evaluate and rank these factors. Finally, the collected information was analyzed using the EXPERT CHOICE 2000 software.

Key-words: *customer satisfaction, Customer Relationship Management (CRM), Analytical Hierarchy Process (AHP)*

JEL Classification: M₃₁₀

Introduction

By the end of the Cold War in the 1990's and liberating the industrial sources, demands for investment in the structural industries were increased. Therefore, industrial countries began to compete with each other in the Europe, America and Far East markets. These changes made the companies to consider their rivals and the market changes more seriously, control the costs, and pay more attention to the technology transformations, as well as the quality of consumed materials, required equipment and the management methods. Therefore, marketing methods were considered significantly. Researches indicate that the disadvantages presented by the companies in the rivalry markets, are due to their weakness in utilizing marketing methods. Such companies ignored market changes and the customer demands as well as the marketing methods, they just focused on sales and preferred to gain more profit, so they did not pay enough attention to the customer

satisfaction. By the beginning of the 1980's advantages achieved by some of the companies according to their attention and consideration to the customer demands as well as the market and the employee motivation, led to concern compiling the marketing strategy.

According to the increasing rivalry in the market, the responsibility to the customer demands in order to provide customer loyalty and satisfaction present to be more important and require more attention.

Permanent changes in the interests, demands and expectations of the customers needs continuous evaluation of the customer satisfaction.

Nowadays, providing services for the customers, is not limited to the duties performed in just a minor part of a company, but requires a change mentality, in the management level in all parts of the company.

Thus, the companies have to set a comprehensive marketing strategy in order to obviate customer demands and interests and finally gain the company's aims.

By this time, the car industry in Iran has a 45 years background and spends it's development and advance levels so fast in the recent years. The car industry in Iran chiefly is under the authority of the IKCO and SAIPA – two governmental companies – and has to lead both the industry and market in accordance with the global technology process. On the other hand, like other countries, this industry has to focus on some important fields such as developing the quality, increasing the customer satisfaction, reducing the final cost and increasing the productivity.

In order to attain these aims, especially to gain the national customers satisfaction, the SAIPA utilized some techniques; but in comparison to other car producing companies, these efforts do not present sufficiency and significance.

The SAIPA made efforts to reduce its products' negative marks in the years 2006 and 2007, increase the cars warranty time from 12 months to 18 months and perform the customer relationship project. The SAPA Co gained the country's first rank in the field of after sales services; the company also has temporary polling between its customers to evaluate customer satisfaction.

This paper contains two parts: in the first part, we identified the effective factors on the customer satisfaction in the personal cars unit, utilizing laboratory-studying method and interviewing with the SAIPA experts, as well as studying and examining the techniques performed with the other companies, which use powerful marketing techniques such as the Toyota Co. In the second part, the identified factors were ranked using a questionnaire as well as taking advantage of the Analytical Hierarchy Process (AHP) technique. In order to analyze the data collected by the AHP technique, we took advantage of EXPERT CHOICE 2000 software.

The New Definition of Marketing and Marketing Management

Various definitions explain marketing; for example, a group of dependent trade activities, economic processes, the exchange or transition process of the ownership of the products, the modification process of the supply and demand and many other definitions. Each of these definitions explains a part of the marketing activity. Nevertheless, none of them contains the full meaning of the new marketing activity. Nowadays, the experts define marketing as the process of the

obviation of the human demands. In the Louyds and McCarthy point of view marketing is “the activities through which the organizational aims are followed, by anticipating the customer demands and coordinating the products and performing the suitable services for the customers” [1].

The marketing management is defined as an on purpose activity to access the advantages of a desired dealing proper to the existing market, identifying the ideas which lead to this kind of marketing activities and finding the relative value of each activity related to the “organization” and the “public” are our subjects to discuss. There are five points of view, and the profit-making and nonprofit-making organizations are able to follow them in their marketing activities. These five views are production, product, sales, marketing and social marketing [1].

Customer Satisfaction

The customer satisfaction is the desirability obtained by the customer according to the various characteristics of the products. The customer satisfaction is the profit source and the reason for a company to continue its activities.

Nowadays, the development of the technology, leads to increasing the expectations of the customers in order to obtain proper and on time services and products, so the customers do not accept any unqualified service and product.

In the traditional view, the customer is a person who purchases the company’s products. Today, this definition is no longer complete. The new definition of the customer is “one who the company tends to effect on, through its produced valuation and quality” [3]. Of course, this definition does not contain negative meaning and does not deceive the customer.

The company has to become aware of the demands, requirements and the expectations of its customers. Sometimes the customers are not certain what they really need, so they are unable to help the company to define their demands. Such a circumstance will lead to an advantage and opportunity to expand the relation between the customer and the company and makes profits to both parts. The customers want the company to obviate all their expectations completely and continuously and if their demands are not obviated, they consider that the product or the service is not suitable. A suitable service or a proper product is presented when the customer’s expectations are obviated, and more satisfaction is obtained when the product or service is prepared more than the customer’s expectations.

Recognition and understanding of the requirements, demands, expectations and the satisfaction level of the customers are named Voice of Customers (VOC).

There are different definitions of the customer satisfaction. Schneider considers the customer satisfaction as a result of the psychological comparison process between the reality of the production or the expectations or services, demands, social aims and norms related to the product [4].

Rapp, also considering the above parameters, defines the customer satisfaction as a personal view emerged from comparing the actual productivity and the expected productivity [5].

Simon Homburg claims that the phrase “unconfirmed expectations” in the discussion of the concept of customer satisfaction in the science of marketing plays

the most important role; he believes that customer satisfaction is the most applied concept in the marketing science [6].

The customer satisfaction contains a meaning beyond a positive minor effect on the efforts made by the company; in other words, the customer satisfaction does not lonely force the employee to continue their activities, but is the source of the company's profits. The customers are the motives for the company to follow its activities. If a company does not make efforts to attract its customers' satisfaction due to its services and proper products, it will be defeated by the competition, except those who own an exclusive market for their products. The more important point is that, presenting products and after sales services with a high quality, will bring rivalry advantages to a company; some of these advantages are the rivalry obstacles, the customer's loyalty, distinctive outputs, low marketing costs and finally presenting products and services at a higher price. Remind that a simple ethical point affects the products and services quality: "customers heed you in order to gain their interests and expectations, so you are responsible for providing these interests and obviating their expectations" [3].

Customer Relationship Management

One of the tools to perceive the Voice of Customer (VOC) is customer relationship management, which provides the customer the possibility to obtain company's information anytime. Designing and presenting the customer relationship management in any company should fit the circumstances, requirements and needs of the company. Therefore, there is no unique standard strategy of CRM suitable for all companies, so, the CRM should be designed and performed in accordance with each company's circumstance for gaining its advantages completely and properly. There are some basic principles used in designing and performing all the CRM programs. These principles are frequently considered as basic activities and if succeeded, the CRM project will be an instruction and method for the employee to follow their activities in accordance with that. The CRM requires developing a customer-based culture in all parts of the company and that is not enough just to create units connected with customers in the company, so there is a need to observe a series of needs, as followed:

- defining the trade goals;
- perceiving the three dimensions of the CRM;
- taking advantage of a structural method to perform the CRM;
- defining and introducing the customer and the company's demands;
- taking advantage of the customer's demands in order to engineer and examine the trade process;
- choosing proper technology, based on the requirements and characteristics of the project;
- assuring the priority of developing the systems in the activities;
- creating practical indexes the customer's operation;
- creating partnership culture and taking advantage of alteration management;
- taking advantage of the timing scheduled performance method [3].

Tools to Identifying and Measuring the Customer Satisfaction

a) establishing a suggestion and criticism system

A customer-based organization establishes a system of suggestion and criticism as well as a claiming system.

b) examining the customer satisfaction

The research results present that the unsatisfied customers reduce their contact with the company or choose another producer to purchase their required products. Therefore, the customers cannot use the claims rates as an index of customer satisfaction. The companies have to provide questionnaires temporarily and distribute them randomly between their customers and ask them to evaluate different aspects of the company's operation, then analyze the results and rank the customer satisfaction by taking advantage of the Likert spectrum with five choices (from very dissatisfied to very satisfied). Of course, it is better to examine the operation of the competitors as well as the company's operation.

c) examining and analyzing the lost customers

The companies have to contact the customers who have stopped their purchasing from the company or have tended to other producers and analyze the reason or reasons of this problem and make effort to solve and obviate the existing problems and difficulties. It is clear that the increase in the ratio of lost customers represents that the company is not successful in attracting the customers and the customer satisfaction. Of course, a company prefers the customer to protest rather than not doing that because when a dissatisfied customer prevents protesting, he or she may stop purchasing from the company and tends to other competitors, accordingly the company will lose its customers [4].

The New Concept of Serving the Customers

The new concept of serving the customers contains new definitions. Nowadays, serving the customer allocates no more a minor part in the central office of the organization with the duty of performing services. All parts of the organization, from the high-level managers to the ordinary employee, are responsible for obviating the customer's demands. Even if an employee is not directly in contact with the customers, he or she is supporting the ones who are directly in contact with the customers. The job, which is traditionally named "serving the customers", is more confusing than taking the orders of customers, taking the rejected products or responding the protests. According to this view, serving the customers contains all the activities performed by the company in order to attract the customers' satisfaction and helps them to receive the highest quality with the purchased products and services. Consider that the mentioned definition does not only contain the main service or the product but also any additional services accompanied with the physical product that lead to distinguish the products of a company from other rivals, is considered customer serving [4].

Literature review

Studies of Hayes Dredge: His studies confirm that trying to keep present customers brings much lower costs than making efforts to attract new customers. A loyal customer, especially if he gains qualified services and products from the company, may cost a high price during the years of his relation with the company. Certainly, making efforts to satisfy the present customers makes very lower costs than attracting new customers [7].

Walter's studies: Walter has mentioned 52 methods to keep the customers loyal to the company forever, some of the chief methods are: 1) creating a customer-based culture; 2) powering the personnel; 3) examining the operation of the company; 4) considering the value of a permanent customer; 5) making effort to vitalize serving the customers 6) inquiring the customers about their expectations permanently; 7) identifying the cost of losing a customer and etc.

He also mentions that a clever way to keep the customers is to perform modification before a problem takes place; of course it is too late to begin modification after the customer complains. Raising the customer satisfaction will contain the below parameters:

1. Inquiring the customers if they are satisfied.
2. Providing systems to collect the suggestions and opinions of the customers.
3. Taking advantage of the personnel offend to present unqualified services and products to the customers.
4. Designing a regular questionnaire to specify the ratio of customer satisfaction.
5. Regular reviewing of the operation of the company to encounter the difficulties occurred in relation with the customers [8].

Athanassopoulos studies: He took advantage of the subsurface dimensions to realize and analyze the customer satisfaction in the case of Bank services in governmental and personal banks in Greece:

➤ The mutual relationship dimension: the personnel courtesy, the treatment of the personnel with the customers, the services time length, deserving of the personnel, the ability to perform the customer's demands, omitting the additional bureaucracy, true connections and dealing.

➤ The physical dimension: the worldwide network, existing of ATM machines, presenting various services, cooperating with other banks – innovation in presenting services, presenting unique services.

➤ The construction dimension: position in the main street – the reputation of the bank, the financial qualification (governmental or personal).

➤ The easiness to access dimension: short distances between the branches and the residence – the extent of the branches network- short distances between the branches and the work place – the daily work time –, phone services.

➤ The price dimension: the loan rate of interest – the deposit rate of interest, the banking commission [9].

Yuk-lan Wang and Kanji studies: They comprised and examined the relation between the concepts used in the existing models of evaluating the customer satisfaction, for instance the American model of customer satisfaction and the European models of satisfaction. They concluded that the defined relations existing in the systems of evaluating the customer satisfaction are not decisive enough. Finally, a model named the Kanji Customer Satisfaction Index model was selected and examined, by using the collected data from 450 customers of a bank in Hong Kong. The ratio of customer satisfaction also was determined [10].

Method of collecting data

The aim of this paper is to identify the effective factors on the customer satisfaction of the SAIPA passenger car customers. To get to this goal, we used the advantage of the activities performed in Iran and other countries, as well as interviewing with the auto experts and finally ranking the identified factors based on the ideas of the owners of the personal cars produced in SAIPA.

The Statistical community is the owners of the personal cars produced in SAIPA in the last two years in Tehran and Karaj cities. These cars should have been referred to the representatives of the SAIPA to receive after sales services at least once after their output from the company. In this study, 266 questionnaires were distributed during four weeks and were collected by means of three inquirers.

After collecting data in the case of the effective factors on customer satisfaction in the personal cars unit, we interviewed some of the SAIPA experts acting in relation with the customer satisfaction. In addition, we examined the activities performed in other pioneer companies in the case of communicating with the customers, like the Toyota Co. Then the effective factors were identified and finally the preliminary decision tree was designed.

In the next step, we interviewed some other experts in the auto industry (whom are related to the customer satisfaction) and a number of SAIPA experts who owned personal cars produced in SAIPA. Accordingly, we modified and reformed the designed decision tree according to the local and geographical conditions of Iran.

The method of designing the research model

In this section, the method of designing and creating the model by AHP is discussed. Composing the hierarchy of decision in the AHP process is the key part of this technique and should be in accordance with the related existing stability theories [11]. After studying the existing references [12, 13] and interviewing some of the SAIPA experts and a number of the owners of the personal cars produced in SAIPA, it was clear that it is better to take advantage of a 4-level hierarchy in the case of the effective factors on customer satisfaction in the personal cars unit. In the first level of this kind of hierarchy, the goal is placed and that is ranking the effective factors on the customer satisfaction. In the second level we have the general factors effective on the customer satisfaction in personal cars, in the third level there are the subfactors related to these general factors and in the fourth level

we have also the subfactors related to the car's characteristics. In the second level that is allocated to the general factors effective on the customer satisfaction, there are three general indexes:

- 1) the car's characteristics;
- 2) the sales and delivery services;
- 3) the after sales services.

The subfactors of the car's characteristics are:

- The economic dimensions – the car's operation, the car's safety, the comfort of the driver and passengers, the car's chassis.

The subfactors of the sales and delivery services are:

- True and on time notifications – the short waiting time, on time delivery, good behaviour of the sales unit personnel, performing the promised and expected product and services.

The subfactors of after sales services are:

- Short time of fixing, the cost of the fixing and replacing the fragments preventing the repairmen to receive gratuity from the customers, the good behaviour of the personnel of the after sales services unit, the quality of repairing, easy access to the spare parts, the quality of the spare parts, the guaranty conditions.

The forth level which is related to the factors of the car's characteristics, contains the below parts:

- The subfactors related to the economical dimension factors: the car's price, the ratio of reduction of the car's price, the possibility of selling the car, the cost of maintenance of the car, the ratio of fuel consumption.

- The subfactors related to the car's operation are: speed, acceleration, handling, the motor power, the proper operation of the suspension system, the proper operation of the power transformation systems.

- The subfactors related to the safety factors are: the proper operation of the Red, the fortification of the chassis in accidents, the safety equipment (the ABS system, the air bag system, etc.).

- The subfactors related to comfort ability of the driver and the passengers are: the easy sight prepared for the driver, comfort ability of the seats, the comfort ability equipments prepared for the driver and the passengers, the air conditioning systems, the easy driving equipment, the calmness in the inner space of the car, the sufficient space in the room prepared for the driver and the passengers.

- The subfactors related to the chassis factors are: beautifying the outer side of the chassis, beautifying the inner part of the car, the car's dimensions, the color quality and variety.

The next step was to design the hierarchy of the decision tree related to the ranking of the effective factors on customer satisfaction in the personal cars.

Extracting the questionnaire

After studying the existing sources related to the effective factors on customer satisfaction in personal cars unit and interviewing some of the experts of customer satisfaction project of SAIPA, the effective factors were identified. They

were ranked and finally the decision tree was designed. Then, by taking advantage of the designed tree, a questionnaire was created to rank the factors on the customer satisfaction in the personal cars unit of the SAIPA.

In designing the questionnaire, considering the high number of the factors and sub factors (46 factors and subfactors) and the minimum number of the required pair wise comparisons (here at least 106 pair wise comparisons are needed), a long period of time will be spent from the inquirer and the inquired (the owners of the personal cars produced in the SAIPA). Therefore, we took advantage of the matrix tables for the pair wise comparisons.

According to the basic concepts of the AHP analysis and considering the existence of the incompatible rate in comparing the tables, which is the main advantage of this technique, the designed questionnaire contains a proper validity.

Finally, in order to certify the clearance of the questionnaire, we took advantage of seven experts of the SAIPA, who themselves owned the personal cars produced in SAIPA company. They completed the questionnaire in three stages and removed the structural problems found in the questionnaire.

Interpreting the collected results

The ranking process of the effective factors on customer satisfaction in the personal cars unit of the SAIPA is examined in the present paper. The AHP process, which contains both quality and quantity factors, can be used to assign the importance ratio of each factor considered to be effective on the customer satisfaction. In this part, the conclusion is done based on the analyzed data collected from all the personal cars produced in the SAIPA and finally the decision tree is designed [18].

1. Interpreting the results emerged from the questionnaire for all the cars

a. Interpretation of the results emerged from the ideas of the owners of Pride

In the designed hierarchy, at the first level, the goal (customer satisfaction) and, in the second level, the main effective factors on customer satisfaction are placed, and the final weight (the importance) and the priority of the factors for all the owners come below:

- 1) the car's characteristics = 0.171;
- 2) the after sales services = 0.246;
- 3) the sales and delivery services = 0.406.

These results indicate that the two factors, sales and delivery services and the after sales services are the most important factors in the customer satisfaction in the owners of Pride, respectively.

Considering all the eighteen subfactors including the third level, six subfactors which are more important, totally are 0.66 and the other twelve subfactors are 0.34 effective in the customer satisfaction of the Pride owners.

Therefore, SAIPA is able to achieve customer satisfaction of the owners of Pride up to 0.66, by providing the more important six factors for the customers.

Considering the 25 subfactors related to the car's characteristics, there are nine more effective subfactors that have 0.14 of the customer satisfaction of the owners of Pride. This means that these nine subfactors totally allocate 70% (comparing the final weight of the nine subfactors with the total weight of the car's characteristics subfactors) of the customer satisfaction. The other 16 subfactors, totally allocate 30% of the customer satisfaction in the car's characteristics factors. Therefore, SAIPA is able to raise customer satisfaction up to 70% in the car's characteristics factors by providing the nine more important subfactors.

b. Interpretation of the results emerged from the ideas of the owners of Pride 141

The total weight (importance ratio) and the ranking of the factors in the second level for the owners of Pride 141 are:

- 1) the car's characteristics = 0.165;
- 2) the after sales services = 0.210;
- 3) the sales and delivery services = 0.160.

Considering all the 18 subfactors including the third level of the decision tree, there are 6 more important factors, which are totally 0.50 effective in the customer satisfaction and the other 12 subfactors are totally 0.50 effective in customer satisfaction of the owners of the Pride 141. Therefore, SAIPA is able to raise the total per cent of customer satisfaction up to 50% by providing the six more important factors.

Considering the total number of subfactors related to the car's satisfaction which are 25 subfactors, there are nine more important subfactors allocate, 0.97 of the customer satisfaction of the owners of the Pride 141. This means that these nine more important subfactors are totally 62% (comparing the total weight of these nine factors with the total weight of the car's characteristics factors) effective in the customer satisfaction. The other 16 subfactors are totally 38% important to the customer satisfaction in the car's characteristics of the owners of the Pride 141.

This means that SAIPA is able to raise the total per cent of customer satisfaction of the owners of the Pride141 up to 62%, by providing the nine more important subfactors.

c. Interpretation of the results emerged from the ideas of the owners of Rio

The total weight (importance ratio) and ranking of the factors in the second level, for the owners of Rio, are:

- 1) the car's characteristics = 0.195;
- 2) the after sales services = 0.225;
- 3) the sales and delivery services = 0.194.

Considering the total number of subfactors including the third level of the decision tree, there are six more important factors which are totally 0.40 effective in customer satisfaction. The other 12 subfactors are totally 0.60 effective in the

customer satisfaction of the owners of the Rio. Therefore, SAIPA is able to raise the customer satisfaction in the owners of Rio up to 40%, by providing the six more important subfactors.

Considering the total number of the subfactors related to the car's characteristics, there are nine more important factors which are 0.088 effective in customer satisfaction of the owners of the Rio. This means that these nine more important factors allocate totally 45% (comparing the total weight of these nine factors with the total weight of all 25 factors). The other 16 subfactors totally are 55% important in the customer satisfaction of car's characteristics factors of the owners of the Rio. Therefore, SAIPA is able to raise the customer satisfaction of the owners of the Rio up to 45%, by providing the nine more important subfactors.

d. Interpretation of the results emerged from the ideas of the owners of Xantia

The total weight (importance ratio) and the ranking of factors in the second level of the decision tree are:

- 1) the car's characteristics = 0.469;
- 2) the after sales services = 0.318;
- 3) the sales and delivery services = 0.240.

Considering the total number of subfactors, which are 18 subfactors in the third level of the decision tree, there are six more important factors which are totally 0.62 effective on the customer satisfaction. The other 12 subfactors are totally 0.38 effective on the customer satisfaction of owners of Xantia. Therefore, SAIPA is able to raise the customer satisfaction of owners of Xantia up to 62%, by providing the six more important subfactors.

Considering the total 25 subfactors related to the car's characteristics, there are nine more important subfactors which are 1.165 effective on the customer satisfaction of owners of the Xantia. This means that these nine more important subfactors totally allocate 52% (comparing the total weight of these nine factors with the total weight of the 25 factors) important in customer satisfaction of owners of the Xantia. The other 16 sub factors are totally 48% important in customer satisfaction of the owners of the Xantia. Therefore, SAIPA is able to raise the customer satisfaction of owners of the Xantia up to 52%, by providing the nine more important subfactors.

2. Interpretation of the results emerged from different levels of the decision tree

In this section, we sort the different levels of the decision tree. In the first level of the decision tree, the goal was placed. In this project, the goal is equal for all the cars and should be one for all of them. Therefore, we begin from the second level of the decision tree.

a. Interpretation of the results emerged from the second level of the decision tree

Examining the results indicates that the two factors, car's characteristics and sales and delivery services allocate a high per cent of importance in comparison with the post-services factor. The two factors above allocate relatively 0.796 (or

79.6%) of the customer satisfaction, while the post-services factors allocate relatively 0.203 (or 20.3%) of the customer satisfaction.

Considering the programs of the auto producers companies to increase producing the personal cars during this year, we anticipate that the automobile markets will face with a surplus supply of automobile and the coming years. This condition will cause auto producer companies to make profit of the modern sales methods. In such conditions, the auto producer companies will provide more qualified sales and delivery services in order to achieve successful sales. Therefore we anticipate that the increase in providing the proper and qualified sales and delivery services by the companies, will reduce the importance of the factor of sales and delivery services and subfactors related to that (for example, shortening the wait time and on time delivery) in the coming years.

b. Interpretation of the results emerged from the third level of the decision tree

Considering the 18 factors existing in the third level of the decision tree, the five factors: safety, on time delivery, the car's operation, delivering the product according to the agreement and the comfort of the driver and the passengers for the owners of personal cars produced in SAIPA were selected as the most important factors known to be effective on the customer satisfaction in the ratio of approximately 61.8%.

Considering that in all these factors, the quality (the quality of the product and the services) is discussed, SAIPA is able to raise significantly its customer satisfaction and consequently the customers' loyalty to the company, by creating and performing an exact and codified program. If the SAIPA ignores the important concept of quality and considering the increasing rivalry on the auto market in the country in the coming years (caused by surplus supply of automobiles and omitting the automobile import restrictions) and supplying qualified auto products to the markets, the SAIPA is expected to lose a significant part of its share in the auto market.

c. Interpretation of the results emerged from the forth level of the decision tree

Examining the results of the questionnaire indicates that from the total 25 factors included in the forth level of the Decision Tree, there are seven factors considered the most important subfactors related to the car's characteristics. They are: the proper operation of the brake, fortification of the chassis in accidents, the safety equipment (the ABS system, the air bag, etc.), acceleration, the motor power, the speed and handling of the vehicle. This group of factors allocates 74.7% of importance in the customer satisfaction in the company's products.

Considering that the first three factors mentioned above are in the group of the safety factors and the other four factors are in the group of the car's operation factors, SAIPA has to concern both group of factors – the safety and car operation factors – to raise the customer satisfaction.

Conclusion

In the recent competition market, keeping the customers allocates a high per cent of importance. Keeping the present customers brings very lower costs in comparison to making efforts to attract new customers. Thus, an effective consideration to the expectation and demands of the customers to receive proper products and after sales services, not only obviates the existing difficulties, but also is a proper and succeeding method to attract and keep loyal customers.

Nowadays, the organizations and companies are aware of the strong relation between the customer's loyalty and the company's profit. In successful companies the customer satisfaction is considered as one of the factors leading to achievement; these companies invest in the ways and methods effective to raise the customer satisfaction. According to the existing restrictions in the sources and facilities and the necessity of providing the customer satisfaction on the other hand, the organizations have to identify and rank the effective factors on the customer satisfaction. The next step is to create and perform programs and schedules to raise the customer satisfaction, according to the possible facilities and sources and the priority of the factors.

In the present paper, we tried to identify and rank the effective factors on the customer satisfaction. The next step was to rank the factors according to their importance to provide the possibility of considering the most important factors.

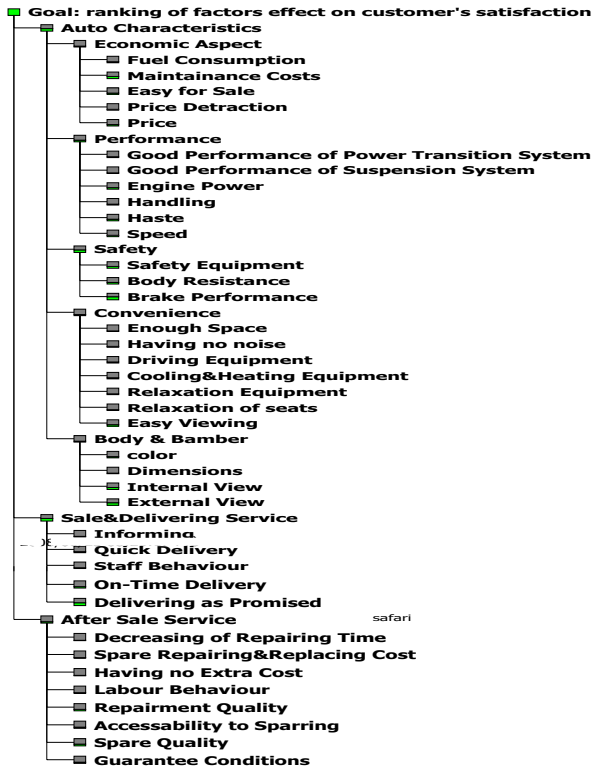
REFERENCES

- [1] Kotler, P., 2002, *Marketing Management*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- [2] Saipa Customer Service, at: www.saipacorp.com
- [3] Anderson, E.W., C. Fornell, & D.R. Lehman, *Customer Satisfaction, Market share, and Profitability: Finding from Sweden*, "Journal of Marketing", 589(1994), 53-66
- [4] Schneider, B., *Linking Service and Customer Perceptions of Service Quality*, "Journal of Management", vol. 83, 1999
- [5] Rapp, A., *An Empirical Examination of the Influence of Leadership Behavior on Customer Satisfaction Performance*, "International Journal of Research in Marketing", vol. 35, Sept. 2005
- [6] Homburg, *Customer Expectations*, "Journal of Marketing Science", 243, (2000), 22-23
- [7] Hayes, J.; Dredge, F., *Managing Customer Service*, "Journal of Marketing", 598, (1998), 25-30
- [8] Walter, T., *Customer Experience on Purchasing*, "Journal of Marketing", 612, (2001), 51-53
- [9] Athanassopoulos, A., *Customer Satisfaction in Banking Services: A Case Study*, "Information and Management Journal", 38, (2002), 289-296
- [10] Wang, Y.; Kanji, B., *Customer Satisfaction Index*, "Information and Management Journal", 37, (2002), 289-296
- [11] Omkarprasad, S., *Analytical Hierarchy Process: An Overview of Applications*, "European Journal of Operation Research", vol. 169, July 2004
- [12] Saaty, T.L., *Decision-Making with the AHP: Why Is the Principle Eigenvector Is Necessary*, "European Journal of Operation Research", vol. 145, feb. 2002

- [13] Saaty, T.L., *A Note on the AHP and Expected Value Theory*, „Socio-economic planning sciences”, vol. 20, 1986
- [14] Saaty, T.L., *Fundamentals of Analytical Network Process: Dependence and Feedback in Decision Making*, ”Journal of Systems Science & Systems Engineering”, vol. 13, March 2004
- [15] Saaty, T.L., *Decision Making – The Analytical Hierarchy and Network Processes (AHP/ANP)*, ”Journal of Systems Science & Systems Engineering”, vol. 13, March 2004
- [16] Saaty, T.L., *Making and Validating Complex Decisions with the AHP/ANP*, ”Journal of Systems Science & Systems Engineering”, vol. 14, March 2005
- [17] Saaty, T.L.; Takizawa, M., *Dependence and Independence: From Linear Hierarchies to Nonlinear Networks*, ”European Journal of Operation Research”, vol. 26, 1986

Model Name: Ranking of Satisfaction Factors8

Treeview



Alternatives

Pride	.278
Pride141	.172
Rio	.201
Xantia	.349

Priority Graphs

Priorities with respect to:
Goal: ranking of factors effect ...



Synthesis: Summary

Synthesis with respect to:
Goal: ranking of factors effect on customer's satisfaction
Overall Inconsistency = .02



COSTURILE REDUCERII POLUĂRII ÎN DEZVOLTAREA DURABILĂ

Prof. univ. dr. **BALU, Mariana Elena**
Facultatea de Finanțe și Bănci, București
Universitatea Spiru Haret

Abstract

The costs of reducing environment pollution in sustainable development

The concept of durable development generally refers to the capacity of gratifying the requests of the present generation without compromising the next generations' capacity of reaching their own needs. Pollution is an environment resource consumer – the pollution flux reduces the quantity and quality of resource types. Therefore, on the pollution conditions the value on natural resources gets importance. Then the followed objective is not the total elimination of pollution, because it's reducement has a bigger price varying with the search of natural purity.

Key-words: *externalități pozitive, externalități negative, nivelul optim de calitate, evoluția cheltuielilor ecologice, fondul de mediu*

Evoluția fenomenelor economice naționale și internaționale a arătat că tratarea izolată a fenomenelor economice, rupte de componentele macrosistemului în care se integrează, au avut consecințe negative, în planul deciziilor la scară micro- și macroeconomică, ceea ce a dus la apariția contradicțiilor dintre:

- economic și ecologic;
- economic și social;
- economic și tehnologic.

Astfel, „teoria profitului maxim” trebuie reconsiderată potrivit conceptului de dezvoltare durabilă, lansată la Conferința Internațională pentru Mediu și Dezvoltare, 1987.

Conștientizarea efectelor negative ale dezvoltării economice asupra naturii, biosferei, a societății a fost dezbătută la Conferința asupra mediului, 1972 – Stockholm, care înființează „Comisia Mondială asupra Mediului și Dezvoltării” de pe lângă ONU.

Apare conceptul de dezvoltare durabilă, care până în 1987 a avut peste 60 de definiții, situate între două extreme:

- *Clubul de la Roma* care susținea stoparea creșterii economice;
- „*Verzi*” (ONG-uri și partide ecologice) – care absolutizau rolul mediului înconjurător.

În 1972, statele O.C.D.E. au adoptat principiul *Cel care poluează trebuie și să plătească*, respectiv să suporte cheltuielile pentru aplicarea măsurilor de conservare ale mediului.

După anii '80, ținta dezbaterilor a fost cum să se dezvolte economia ca să aibă efecte benefice asupra mediului, cu ajutorul politicilor ecologice și de creștere economică.

Experiența ulterioară a lumii industriale a sugerat că este posibilă creșterea economică cu respectarea exigențelor *managementului ecologic*.

Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii, publică în 1980 un raport care arată că „dezvoltarea și conservarea sunt necesare pentru supraviețuirea noastră”. Acest raport a lansat conceptul de *dezvoltare durabilă*, reluat ulterior de către *Comisia Brundtland*. Astfel, Raportul Brundtland intitulat „Viitorul nostru comun” militează pentru o reconciliere între *ECONOMIE* și *MEDIU ÎNCONJURĂTOR* „pe o cale de dezvoltare care să susțină progresul uman nu numai în câteva locuri și pentru câțiva ani – ci pentru întreaga planetă și pentru un viitor îndelungat”.

Uniunea Europeană, prin implicarea ei în progresele internaționale de mediu, se transformă într-un *promotor al dezvoltării durabile*, în care niciun model de dezvoltare nu poate fi conceput în afara opțiunilor politice bazate pe argumente științifice furnizate de:

- sfera economică;
- sfera ecologică;
- sfera tehnologică;
- sfera umană.

Cele patru sfere sunt considerate ca fiind patru piloni pe care se situează dezvoltarea durabilă.

Astfel, *nivelul optim al dezvoltării durabile* se consideră atunci când poate fi susținută de cele patru sisteme concomitent, dar și de subsistemele acestora:

- industrie; agricultură; energie; investiții; așezări umane; biodiversitate etc.

Abordată sistemic, această problemă ne arată că prejudiciile cauzate naturii, sănătății (adică vieții) influențează fundamental productivitatea factorilor în viitor, iar fără *creștere economică* nu există resurse pentru protecția mediului. Pentru realizarea dezvoltării durabile se impun câteva cerințe minime:

- *redimensionarea creșterii economice* printr-o redistribuire echitabilă a resurselor, dar și prin accentuarea laturilor calitative ale producției;
- *reorientarea tehnologiei* și un control mai riguros al riscurilor acesteia;
- conservarea și sporirea *resurselor naturale*;
- eliminarea *sărăciei* prin satisfacerea nevoilor esențiale (locuri de muncă, hrană, energie, apă, locuințe, sănătate);
- un control mai riguros al dezvoltării economice și impactul ei asupra mediului pentru a asigura întreținerea ecosistemelor;
- adoptarea *conceptului de dezvoltare durabilă* la condițiile specifice fiecărei țări.

Astfel că obiective strategice ale dezvoltării durabile pot fi:

- *Țările industrializate* vor avea ca obiectiv deplasarea de la elementele *cantitative* spre cele *calitative*, de la bunăstare la *calitatea vieții*.

• *Țările în curs de dezvoltare* – pentru ele creșterea economică trebuie să aibă strategii care să țină seama de mediul fizic natural, de folosirea tehnologiilor nepoluante și mai puțin energointensive. Aceste țări sunt interesate mai mult de *viața însăși*. Ele sunt interesate de:

- asigurarea apei potabile în cantități suficiente;
- stoparea eroziunii solului pentru susținerea culturilor etc., care se dovedesc a fi mai importante decât nevoile urmașilor.

Se observă că acțiunile de protecția mediului costă mult, iar puterea financiară lipsește – astfel că „sărăcia este un dușman al mediului, tot atât de mare ca și bogăția însăși”.

Producția de bunuri materiale, pe lângă valorificarea factorilor de producție, poate produce și deteriorări mediului natural, datorită folosirii neraționale a acestor factori. Pe investitor nu-l costă decât capitalul investit în factorii de producție, iar el va urmări folosirea nelimitată a factorilor naturali.

„Expansiunea amplifică poluarea aerului și a apei, precum și alte degradări ale mediului înconjurător” – J. K. Galbraith – ce se concretizează în costurile externe acoperite de societate. Costul unui accident ecologic (orice „maree neagră” este o catastrofă biologică și economică) este o pierdere netă a activității economice.

De aceea se pune problema ca aceste costuri să fie suportate din profiturile proprietarilor – celor în interesul cărora s-a produs degradarea mediului natural. Astfel, în economia de piață, problema mediului necesită o reglementare statală prin pârgii economice și financiare – care să formeze un buget de protecție al mediului. În termenii economiei de piață apare conceptul de externalitate, care este un „preț negativ” ce trebuie să corecteze nivelul real al dezvoltării economice, care este reflectat de PIB.

Activitatea productivă ce depinde de externalități poate fi definită prin relația:

$$\Pr = f(c_1, c_2, \dots, c_n, E)$$

unde: Pr – profitul firmei;

c_1, c_2, \dots, c_n – activitățile firmei ce crează profitul;

E – externalitate (activitatea influentă a unei alte firme).

Externalitatea apare când există interdependența între activitățile a cel puțin două firme, dar lipsește o formă de compensare reciprocă, de orice natură. Cauza externalităților este imposibilitatea aprecierii tuturor variabilelor din funcția de producție (consum), de către producătorul (consumatorul) respectiv.

Externalitățile pot fi pozitive și negative. *Externalitățile pozitive* cuprind *beneficiile private* (cele obținute de întreprinzători), care sunt mai mici decât *beneficiile sociale* (acestea cuprind beneficiile membrilor unei comunități și beneficiile externe ale unei persoane terțe). Aici nivelurile producției sunt mai mici decât ale celor ce corespund alocării eficiente a resurselor.

Externalitățile negative au costurile private mai reduse decât cele sociale (care includ și costurile externe suportate de terțe persoane). În aceste externalități nivelul producției și nivelul consumului sunt mai mari decât cele ce corespund alocării eficiente a resurselor.

Exemplu. Producătorii de ulei de floarea soarelui hotărăsc să aplice plantațiilor lor un nou pesticid. Astfel, ei vor obține o producție mai mare, dar care poate avea și efecte externe.

Dintre *efectele negative* produse putem enumera:

- *efecte pecuniare* asupra altor producători de ulei de floarea soarelui, prin diminuarea prețului pe piață la uleiul de floarea soarelui, iar indirect va fi afectat uleiul de măsline, cartofii prăjiți etc.

- *efecte tehnologice* reflectate prin schimbări în structura costurilor:

- ploile vor duce efectul pesticidelor în râuri, iar efectul indirect va fi asupra mortalității peștilor;

- fabricile de pește de pe aceste râuri își vor reduce producția, iar relația cost-produs se va modifica (cresc costurile produselor din pește).

Dintre *efectele pozitive* putem aminti:

- Dacă lângă plantațiile de floarea soarelui vom avea și plantații de roșii, acestea vor fi protejate de insecte, astfel producția de roșii va fi mai mare fără a necesita influența altor factori, astfel și ea va afecta relația cost-produs.

Diferențele dintre efectele externe tehnologice și cele pecuniare, vor duce la modificări ale *procesului productiv*, adică modificări la nivelul cantității factorilor necesari pentru obținerea aceleași producții finale.

Efectele tehnologice externe sunt considerate cele care aduc modificări în *procesul de consum* – în sensul în care cer consumatorului, să achiziționeze mai multe bunuri pentru a obține aceeași utilitate.

Astfel costul care se aplică unui proces productiv al altor agenți economici definește *costul extern*. Suma costurilor externe și interne formează *costul social* – care este costul unui proces productiv suportat de întreaga societate.

În cazul existenței efectelor externe producția socială eficientă va fi cea care egalizează prețul cu costul marginal social. Dacă nu există intervenții externe asupra pieței, producția va fi cea care egalizează prețul cu costul marginal.

Consecința economică a efectelor externe este diminuarea eficienței în atribuirea resurselor astfel:

- producția bunurilor cu efecte externe negative va fi supusă cererii;

- producția cu efecte pozitive va fi insuficientă.

Obiectivul politicilor de mediu nu este eliminarea totală a contaminării, pentru că reducerea ei are un preț cu atât mai mare cu cât vom căuta mai multă puritate naturală.

Efectele poluării mediului înconjurător pot fi de forma:

- contaminarea atmosferică pe industrii, energii, vehicule, aerosol.

- contaminarea apelor de suprafață, subterane, marine, pe focare industriale sau urbane.

- distrugerea solului prin:

- depozitarea reziduurilor radioactive;

- alterarea materiei vegetale prin eroziuni, prin sărăcire în nitrați.

- zgomote, vibrații de joasă frecvență, de căldură, de radiații ionizate;

- contaminarea biologică ce provoacă extinderea virușilor, bacteriilor sau chiar introducerea de specii animale și vegetale exogene, ce alterează lanțurile trofice;
- degradarea peisajului prin intermediul urbanizării necontrolate sau modificarea ținuturilor virgine.

Aceste pagube pot fi structurate în două categorii:

- *Pagube calculabile* a căror valoare poate fi estimată, având ca bază evidența contabilă a pierderilor materiale și cheltuielile înlăturării efectelor poluării.
- *Pagube necalculabile valoric* datorită neexistenței aparatului necesare pentru înregistrarea emisiilor de poluanți sau datorită complexității efectelor poluării.

Dacă vrem să determinăm un *optim economic de calitate al mediului* după criteriul de minim al costurilor ecologice trebuie să avem în vedere:

- 1) daunele provocate de poluare și costurile acțiunilor antipoluante;
- 2) economiile nete maxime obținute prin reducerea poluării, atunci când sunt respectate normele de protecție a mediului.

a. La nivel microeconomic, întreprinderile poluante prezintă aspecte comune:

- Costurile pentru acțiuni antipoluante cresc pe măsură ce se urmărește creșterea calității mediului.
- Valoarea pagubelor provocate de poluare începe să se diminueze atunci când calitatea mediului crește prin activitatea antipoluantă.

Atunci optimul economic de calitate al mediului se poate determina astfel:

$$C_{TE}(x) = C(x) + P(x) \rightarrow \min im$$

- unde: $C_{TE}(x)$ – costul total ecologic;
 $C(x)$ – costurile acțiunilor antipoluante;
 $P(x)$ – prejudiciile calculabile provocate de poluare.

Relația se derivează în raport cu x și se egalează cu zero, astfel că relația de optim va fi:

$$C'(x) = -P'(x) \quad \text{sau} \quad \frac{dC}{dx} = \frac{dP}{dx}$$

Pentru diferențieri mici, egalitatea devine:

$$\Delta C(x) = -\Delta P(x)$$

$$C(x_i) - C(x_{i-1}) = P(x_{i-1}) - P(x_i), \text{ unde:}$$

$P(x_{i-1}) - P(x_i) \geq 0$ va reprezenta *prejudiciul marginal* ce a fost evitat prin îmbunătățirea calității mediului;

x_i, x_{i-1} – trepte de calitate ale mediului.

Remarcă

Nivelul optim de calitate al mediului se obține atunci când costul marginal al acțiunilor nepoluante egalează prejudiciul marginal, datorită reducerii poluării.

b. Apare necesitatea unor economii nete maxime prin reducerea poluării pe unitatea de cost efectuată, ce se poate obține prin: maximizarea diferenței dintre economiile totale rezultate din activitatea antipoluantă și costurile suportate pentru aceasta:

$$\boxed{E(x) - C(x) \rightarrow \text{maxim}} \text{ sau } \boxed{E'(x) = C'(x)}$$

Pentru diferențe mici, relația de optim devine:

$$\boxed{E(x_i) - E(x_{i-1}) = C(x_i) - C(x_{i-1})} \text{ sau } \boxed{\Delta E(x) = \Delta C(x)}$$

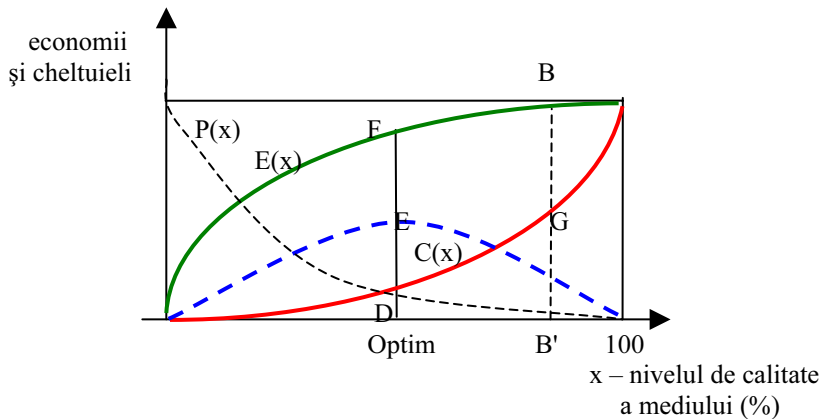
Economiile marginale ce sunt obținute prin îmbunătățirea calității mediului sunt egale cu costul marginal, astfel se obține *punctul de optim*.

Sporul economiilor se poate obține și reducând prejudiciile poluării:

$$\boxed{\Delta E(x) = -\Delta P(x)} \text{ sau } \boxed{\Delta C(x) = -\Delta P(x) = \Delta E(x)}$$

Optimul economic de calitate al mediului se poate obține prin minimizarea costurilor totale ecologice sau maximizarea economiilor nete.

Criteriul de minim al cheltuielilor antipoluante (ecologice) se verifică și prin curba economiilor totale rezultate din activitatea antipoluantă. Această curbă are o creștere rapidă până la o anumită regiune, de unde creșterea se atenuează (fig. 1).



Sursa: Socoreanu, V., *Creșterea economică și mediul natural*, Editura Economică, București, 2000

Fig. 1. *Evoluția cheltuielilor ecologice*

$C(x)$ – costurile acțiunilor antipoluante;
 $P(x)$ – prejudiciile provocate de poluare;
 $E(x)$ – economiile totale din acțiuni antipoluante.

Suprafața graficului limitată de curbele $C(x)$ și $E(x)$ reprezintă o zonă a nivelului de calitate a mediului (economii rezultate > decât cheltuielile antipoluante).

În practică, înlăturarea reziduurilor și poluanților se face până în punctul B, acesta marchează dispariția prejudiciilor cauzate de poluare.

Nivelul optim, minim în care aceste cheltuieli au efecte maxime, este atins în vârful funcției ce reprezintă graficul diferențelor $E(x) - C(x)$. Adică în punctul D (pe Ox) se atinge nivelul optim de calitate al mediului, iar în punctul E nivelul minim, adică optim al cheltuielilor antipoluante. Punctul F este nivelul maxim al economiilor și beneficiilor datorate acțiunilor nepoluante.

Problema optimizării cheltuielilor antipoluante se pune cu atât mai mult, cu cât ele vor fi incluse în costurile firmei. Datorită faptului că aceste cheltuieli sunt necesare, societatea trebuie să stabilească un nivel optim al lor în comparație cu economiile și beneficiile obținute de formele poluante care prevăd măsuri antipoluante. În aprecierea nivelului optim se pleacă de la valori crescânde ale lui x , ce exprimă un nivel tot mai înalt de calitate a mediului. Curba cheltuielilor antipoluante la început crește lent. Aceste cheltuieli vor influența beneficiul (venitul net) și implicit venitul național, dar și prețurile produselor finite.

Determinarea acestor cheltuieli este necesară pentru că, dacă condițiile de mediu se îmbunătățesc, duc la o scădere a produsului național și a venitului național.

În România, Ministerul Mediului și al Dezvoltării Durabile coordonează îndeplinirea capitolului 22 – Protecția mediului din *acquis*-ul comunitar. Cheltuielile cu protecția mediului la nivel național au înregistrat o creștere în ultimul timp, deși procentul investițiilor în domeniul mediului din PIB, rămâne scăzut față de celelalte țări ale UE. În prezent investițiile pentru protecția mediului reprezintă 30-45% din totalul cheltuielilor pentru protecția mediului.

Activitatea de investiții în domeniul protecției mediului este concretizată în:

- apărarea împotriva inundațiilor;
- reabilitarea surselor de apă existente (amenajarea bazinelor hidrografice);
- noi surse de apă (în zone deficitare);
- gospodărirea durabilă a fondului forestier;
- redresarea ecologică a zonelor afectate din Delta Dunării;
- apărarea litoralului românesc al Mării Negre de fenomenele erozionale grave;
- protecția și menținerea calității terapeutice a lacului Techirghiol.

Aceste costuri trebuie suportate de:

- agenții economici direct vizați;
- bugetul administrației publice locale;
- bugetul de stat;
- Fondul de mediu.

Fondul de mediu este considerat un instrument economic prin care se facilitează finanțarea proiectelor de investiții cu obiecte ecologice în țările în

tranziție. Fondurile de mediu devin necesare pentru că în multe cazuri nu este disponibilă finanțarea comercială a proiectelor pentru controlul poluării, protecției și refacerii mediului pentru că:

- piețele de capital funcționează defectuos;
- dobânzile sunt mari la împrumuturi;
- aportul de numerar este insuficient; garanțiile cerute de bănci sunt foarte mari etc.

Fondul de mediu a realizat venituri până în prezent de 55 mil. Euro, care sunt în parte canalizate pentru:

- proiectare/achiziționare de aparatură tehnologică nepoluantă;
- proiecte de gestiune a deșeurilor.

Activitatea de protecție a mediului, de reducerii a poluării implică și eforturi financiare mari, dar care sunt justificate economic prin încadrarea României în conceptul de dezvoltare durabilă, dar și prin susținerea calității vieții pe planetă.

BIBLIOGRAFIE

- Balu, Mariana-Elena, *Bazele statisticii*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2007
- Băltărețu, Camelia, *Determinarea eficienței costurilor ecologice în Strategii XX*, Editura Universității Naționale de Apărare Carol I, 2007
- Capanu, I.; Wagner, P.; Secăreanu, C., *Statistica macroeconomică*, Editura Economică, București, 1997
- Ștefănescu, D.E., *Statistică internațională I*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2004
- Parkin, M.; Phaneuf, L.; Bade, R., *Introduction à la macroéconomie moderne*, Édition du Renouveau Pédagogique Inc. Ottawa, Canada, 1992
- *** *Raportul anual BNR*, 2005
- www.mappm.ro

ASPECTS REGARDING DECENTRALIZATION AND DECONCENTRATION OF PUBLIC SERVICES IN ROMANIA

Lector univ. drd. **BILOUSEAC, Irina**
“Ștefan cel Mare” University of Suceava

Abstract

This article discusses the issue of decentralization and deconcentration of public services in the Romanian public administration, while making the distinction between decentralization and deconcentration of public services. In a system of administrative decentralization, local interests can be solved in better conditions, public services being better managed by local authorities chosen because they have no obligation to comply with the orders and instructions from the centre. It is considered that decentralization will improve the way services work, their management being adapted to the specific tasks involved.

Key-words: *public service, administrative descentralization, tehnic descentralization, principle of deconcentration*

JEL Classification: M₃₁₀

In Romanian doctrine, influenced by the French, it was considered that “administration represents all the public services” and that “public service is the means by which the administration exercises its activity.” Decentralization also means the transfer of administrative and financial powers on the provision of public services from the central public administration to the local public administration. The main purpose of decentralization is to provide better quality public services at a lower price, while upgrading the structures which are responsible for providing these services.

The local public administration authorities may set up public services according to the Law no. 215/2001 in any area of activity. For the smooth functioning of any community, a series of activities of general interest are required, such as water, transport of heat, gas distribution, sewerage, sanitation, etc. These activities that satisfy the general interest should be provided by the local government officials by virtue of the fact that they respond to the citizens who have appointed them to represent their interests. Public service is the means by which the administration provides citizens with services of general interest as representative of the political power¹.

Regarding the rules of constitutional order, the 2003 Constitution added to the principle of decentralization of public services the deconcentration one through

¹ Alexandru, Ioan; Căraușan, Mihaela; Popescu, Ion; Dincă, Dragoș, *Drept administrativ*, Editura Economică, București, 2002, p. 67.

article 120 which replaced the phrase “decentralization of public services” with “deconcentration of public services.” Article 123 eliminates the confusion made between the concept of decentralization and deconcentration as it states that “the prefect is the representative of local government and leads the deconcentrated public services of ministries and other bodies of central public administration in the public administrative-territorial units.”

Therefore, in organizing public services in Romania both deconcentration and decentralization are used, but the lack of further details led to numerous confusions when applying the two principles. Confusion occurs especially in the deconcentration area. These services of the local ministries and other bodies of public administration (state services) are deconcentrated services and not decentralized, as the old Constitution stated. They are external services of ministries, namely public services dependent on ministries.

The essence of deconcentration is that local power holders are appointed by the central authority, but have the power to solve local problems without having to seek approval of the central authorities, however, being subjected to its control; this is now case of the services of ministries and other special bodies of the central administration called “decentralized services” by the previous constitution, which are actually deconcentrated services.

Moreover, under this issue, the previous constitutional rules contained a mistake, because, on the one hand, decentralization regarded “public services”, and on the other hand, another constitutional norm (former art. 122 paragraph. (2)) put this public service under the leadership of the prefect, as a representative of the local government. Specialists have shown that, since these services are led by the prefect, in his capacity of representative of the Government, they “cannot be decentralized.”

That is because decentralization means a situation in which public service leadership is elected/appointed by the deliberative authority of the local government, while deconcentration involves the appointment of public service managing board by order of the minister, whereas that is connected to the delegation to other persons of certain attributions concentrated in the hands of the minister.

As far as the decentralization of public services is regarded, we have to mention that it is not a decentralization, i.e. a transfer, in whole or in part, of competences from central level to local level. We are in the presence of an administrative deconcentration², which defines a system in which agents and local bodies on the spot and subjected to centralization possess decision power. Administrative deconcentration presupposes a reduction of administrative centralization and not an aspect of administrative decentralization. Public services which are organized only at the national level may be locally deconcentrated, but remaining in the structure, hierarchy and subordination of the “center”³.

² Prisăcaru, Valentin I., *Tratat de drept administrativ român*, ediția a III-a, Editura Lumina Lex, București, 2002, p. 574.

³ Tripon, Ciprian, *Descentralizare și dezvoltare regională*, Revista „Accent”, 2000, p. 11.

Deconcentration is an administrative regime which is located between centralizing management and administrative decentralization. In the case of deconcentration, the local public authority remains an integral part in the central hierarchy system. They are organizational structures of the ministries and other bodies of the central public administration, organized in territorial-administrative units, through which they exercise their powers in counties, cities, towns and villages.

In conclusion, it can be said that these public services of the ministries held in territory could only be deconcentrated, the only decentralized public services being those held in villages, cities or counties by the local public administration.

The principle of deconcentration of public services is a new concept because it was provided neither by the Constitution adopted in 1991, nor by any other legal rules adopted later. Even the newest literature makes sporadic reference to this concept. Instead, it is frequently encountered in the doctrine and interwar Romanian law and legislation and currently in many European countries.

In Romania, the establishment of public services is the exclusive attribute of the deliberative, or local councils, and their organization and functioning constitutes the executive authorities' attribute, namely the mayors. Yet most local public services are provided through the deconcentration of public services of the central administration at the local level under the control of the prefect (the representative of central power). *The deconcentration of public services* is, in fact, an empowerment of the services which have their headquarters in the territorial-administrative units, to achieve at this level, the functions and powers that they have to exercise out of those that ministries and other bodies of public administration whose central public services are have⁴.

Decentralization, in terms of services, consists in the deterioration to a certain degree of the whole administration of which they are members getting away from the direct authority of the leadership of collectivities that they depend on and which does not keep on them but a certain control, functioning almost completely under the authority of its own, giving them individuality, financial and legal personality.

Thus, Law no. 215/2001 stipulates that public services of the villages or towns are set up and organized by the local council in the main areas of activity, and according to specific local needs, in compliance with the legal provisions and limited by the financial means at its disposal. They are decentralized public service in the real sense of the word.

In order to ensure public services, the authorities of the local public administration exercise under the law exclusive competence, shared competence and powers delegated.

The authorities of local public administration will pursue:

– exclusive competence, such as managing public and private domain of the village, city, county, the administration of road transport infrastructure, regional planning and urban planning, water, sewerage and purifying waste water and rain, public lighting, etc.;

⁴ Prisăcaru, Valentin I., *op. cit.*, p. 517.

- competence shared with the public administration, such as the supply of heat produced in centralized system, state pre-university education, public order and security, public services for the community for the evidence of people;
- powers delegated by the central public administration, such as payment of allowances and other benefits for children and adults with disabilities.

The term decentralization is defined as a mechanism by which the local public administration authorities receive authority and resources with which they make decisions regarding the provision of public services⁵.

The process of decentralization of public services will ensure the taking of administrative and financial powers of several activities by the local public administration authorities – county councils and local councils, and is one of the objectives of the Romanian government that has to be accomplished in the next period.

Financial decentralization is an important component of the process of decentralization because local government officials have the most complete information on which decisions can be better justified than the special bodies at the central level, about local financial resources.

Decentralization is defined as the transfer of authority, powers and the necessary financial resources from central to local authorities. There is decentralization only when the responsibility of local authorities – town halls, local and county councils – are accompanied by adequate budgetary allocations. This principle is one of the basic rules of law on decentralization. Under the current legislation, the local public authorities have financial autonomy, the budget process at the local level being actually separated from the budget process at national level.

A real reform of local administration cannot only reduce at the delegation of responsibilities to local authorities. Without a more serious approach to fiscal decentralization segment, which should provide the necessary financial resources to ensure the right decision making of the administration, we cannot speak of reforms. In the process of decentralization, we appreciate that certain responsibilities at the central level have been sent to local authorities, without being assured the necessary financial resources, which is why a number of imbalances have appeared in the budget of these local collectivities.

For an administrative-territorial unit to be considered capable from an administrative point of view it is necessary for them to meet some minimum criteria of decentralization defined by: the existence of material, institutional and financial resources necessary to manage public domain of the local community concerned.

The financial resources of local authorities should be proportional to the powers provided for them in the Constitution or by law. For the implementation of the priority measures of the reform, local autonomy and the management capacity should be strengthened by increasing their earnings at local level. The institutions which are not controlled directly by the citizen are less transparent and less

⁵ Bilouseac, Irina, *Dezvoltarea serviciilor publice locale*, sesiunea științifică “Leadership și management la orizonturile secolului al XXI-lea”, Sibiu, 2005, pp. 35-38.

effective institutions. That is the reason why the local community is the one who has to manage their resources, values and mechanisms. Hence the need for financial decentralization. An increase in local autonomy was also reported by the fact that, since 2006, through the law of the state budget, the amounts detailed from value added tax allocated for the financing of decentralized activities at the local level are no longer allocated to special decentralized local activities are no longer allocated for special purposes as in the previous years.

They have been grouped in two categories: for the financing of decentralized expenses at county level and for the financing of decentralized expenses at the level of towns, cities and municipalities, thus ensuring a greater autonomy to the local public administration in setting spending priorities.

An increased financial autonomy must be accompanied by severe budgetary constraints, of a greater transparency and a better enforcement of regulations on the use of resources and reporting.

The main objective is to accelerate the process of fiscal decentralization from central government to local authorities by transferring certain powers in the management of activities simultaneously with the generation of autonomous financial resources at the local level. A framework for decentralization should clarify both the responsibilities incumbent on public administration regarding expenses and the collection of revenue. Inadequate sizing of resources sent from the central to local levels – heritage, finance, human resources – leads to poor management of public services.

As outlined in literature, in the future, the lack of a true financial decentralization at the local level can slow the process of decentralization of public services, and activities such as taking over local police, passport service, the emergency services, the involvement of local authorities in the activities of associations of owners, education institutions and health will be a real threat to local budgets in Romania⁶.

In order to satisfy the interests of local authorities, public service should be conducted on a continuous basis to ensure access for all beneficiaries to public services as all persons who are in the same situation can claim the same benefits⁷. The local public services adhere to the principle of neutrality and non-discrimination of users, freedom of opinion and all public freedoms which should be guaranteed and promoted.⁸

The public service is designed to solve the needs of society, determining in a good measure the quality of life of citizens. Local public services represent some of

⁶ Iftimoaie, Cristian; Vedinaș, Verginia; Sandu, Teodora-Gabriela; Urziceanu, Carmen, *Administrația publică locală în România în perspectiva integrării europene*, Editura Economică, București, 2003, p. 70.

⁷ Creangă, Ion, *Curs de drept administrativ*, vol. II, Editura Epigraf, Chișinău, 2005, p. 172.

⁸ Mocanu, Victor, *Descentralizarea serviciilor publice*, Editura TISH, Chișinău, 1999, p. 74.

the most concrete ways of expression of local autonomy and a powerful means for public authorities to meet public needs (public interest).

The training of local authorities (and elected officials) on decision making in terms of budget options, the preparation and execution of local budgets, as well as identifying new local resources.

We believe that **the main objectives of the strategy of decentralization of public services** consist of:

- Accelerating the process of decentralization of basic public services: education, health, welfare and public order and identification of material, human, financial resources that can be used, their cost, the creation of decentralized services under the authority of local communities in areas such as health, economic development, local taxation.

- Identifying public services whose management and funding are/will be decentralized.

- Developing strategies for the organization and development of public services in the territorial-administrative units for the transformation of the deconcentrated services in territory according to the needs of citizens and for their bettering in decentralized services under the responsibility of local authorities. Certain public services need to be only to the extent that they operate under an integrated management system.

- Privatization of local public services; they can develop partnerships with private companies that master modern technologies of the great needs of the population, thereby creating the possibility of forming a market of public services. In order to improve the capacity of local structures to carry out a number of increasingly complex tasks, it is essential to intensify cooperation with non-governmental organizations able to perform these tasks, possibly decisive.

- Defining the precise role of public administration in the management and financing of public services.

- Assessing the costs of transfers of new responsibilities to local government, so that their sources of financing should be identified with precision.

- Correlating the decentralization of services with the decentralization of public finances, by transferring the appropriate resources to the local public authorities from the state budget for the financing of public services for the community: local education, health, culture, Community Police, Fire brigade, Civil defense, etc. The resources that are to be sent to local authorities at present are insufficient, which is reflective of the quality of services. A modern administration is characterized by flexible structures and a high professionalism of civil servants, to make contribution to meet the needs of citizens and their expectations.

- The existence of a control on the way in which public services fulfill their obligations, either directly in the case of direct subordination or indirectly when carrying out service that have been delegated. An examination of the decentralization of public services shows that local authorities are often not prepared to cope with responsibilities, either in terms of financial or in terms of administrative capacity.

Of course, previous recommendations are not the only measures that could ensure a successful implementation of the process of decentralization, in order to obtain results.

Therefore, it is essential that as many bodies as possible (institutions and individuals) should be included, both from the administration (in the broadest sense of the word) and civil society; their knowledge and experience will facilitate and will accelerate the process of decentralization. Therefore, the capacity of institutions and individuals to carry out this process is a crucial factor.

The continuation of decentralization is necessary through the transfer of skills and administrative and financial responsibilities, from the central public administration authorities to the local level.

In the field of public administration, the Romanian Government will apply during the period 2005-2008 a national strategy which will have three objectives:

- reform of basic public services and public utilities of local interest;
- strengthening the administrative and fiscal decentralization;
- strengthening the institutional capacity of structures in the central and local administration.

Given the fast pace of decentralization, a major problem facing local authorities is the limited capacity of decentralized management skills. The management of human resources is not very developed, training is limited, and the fluctuation of civil servants is very high. Considerable efforts are still needed to improve financial management and to replace failing equipment and the knowledge needed to use it.

In conclusion, Romania has opted for decentralization of public services, by conferring a more extensive autonomy to local authorities in providing local welfare. Transfer of responsibilities in terms of provision of services is accompanied increasingly by the decentralization of political powers and a widening fiscal decentralization. In this context, an element worthy of note is to improve the ability to define and collect revenue from local taxes. Therefore, it requires a rapid and extensive decentralization in the following fields: financial, administrative, institutional, economic and decisional of national, regional and local levels. As far as the situation of Romania is regarded until now, we are faced with situations in which different activities have been decentralized from national level to the local one, namely expenses, without being provided the financial sources required to conduct these activities.

Therefore, the process of decentralization of public services will ensure taking administrative and financial powers of activities by the local public administration authorities – county councils and local councils – and is one of the objectives that the Romanian public administration has to accomplish in the near future.

It requires the establishment of a professional and neutral, from a political point of view, public service, compatible with similar structures in the member states of the European Union, in order to develop and implement effective reform measures.

BIBLIOGRAPHY

- Alexandru, Ioan; Cărăușan, Mihaela; Popescu, Ion; Dincă, Dragoș, *Drept administrativ, Economică Publishing House, Bucharest, 2002*
- Bilouseac, Irina, *Dezvoltarea serviciilor publice locale*, scientific session “Leadership și management la orizonturile secolului al XXI-lea”, Sibiu, 2005
- Creangă, Ion, *Curs de drept administrativ*, vol. II, Epigraf Publishing House, Chișinău, 2005
- Ifimoaie, Cristian; Vedinaș, Virginia; Sandu, Teodora-Gabriela; Urziceanu, Carmen, *Administrația publică locală în România în perspectiva integrării europene*, Economică Publishing House, Bucharest, 2003
- Prisăcaru, Valentin I., *Tratat de drept administrativ român*, 3rd edition, Lumina Lex Publishing House, Bucharest, 2002
- Tripon, Ciprian, *Descentralizare și dezvoltare regională*, Accent magazine, 2000

III. INFORMATICA ÎN ECONOMIE

SOFTWARE-UL DE PROTECȚIE ÎMPOTRIVA PROIECTĂRII INVERSE

Conf. univ. dr. **CHIRU, Claudiu**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Abstract

Software protection against reverse engineering

Internet technology and multimedia development had intensified the research activity in data security domain. Digital objects producers (music, films, software) are very interested in protecting their property. Intellectual property protection often includes software algorithm protection. Independent platform software, for example, is vulnerable to reverse engineering. Traditionally, software security defense mechanisms are placed outside the programs. In this paper we investigate software security in a different way. Obfuscating techniques are coded inside the software. This paper presents in a synthetic manner the main obfuscating techniques used today for software protection.

Key-words: *reverse engineering, software protection, obfuscating*

1. Introducere

Pentru a asigura independența de platformă a codului (Java sau .Net) programele sunt distribuite într-o formă compilată până la un nivel intermediar. Această formă intermediară este vulnerabilă la atacuri de decompilare, ceea ce duce la posibilitatea extragerii algoritmilor. „Ascunderea algoritmilor” este o tehnică care poate fi utilizată pentru a evita extragerea algoritmului. Această tehnică constă în transformarea codului dat într-unul echivalent, mult mai greu inteligibil, în care operațiunea de extragere a algoritmilor este foarte dificilă. Primul pas în atacul unui program este accesul fizic la acel program. Prevenirea accesului fizic la program face ca operațiunea de obținere a algoritmului să fie dificilă.

Protecția programelor utilizând modelul client-server

Una din metodele prin care poate fi protejat accesul la program este execuția programului pe server. În această situație, aplicația se execută pe server, iar utilizatorul se conectează la server și primește rezultatele execuției programului. Avantajul este că un atacator nu va avea acces fizic la aplicație, ceea ce îngreunează considerabil un atac asupra programului. Dezavantajul este că performanța aplicației este mult scăzută datorită traficului de rețea dintre client și server. Dacă rețeaua are anumite defecțiuni, utilizatorul nu mai poate lucra cu aplicația respectivă. Pentru ca traficul să nu

îngreuneze timpul de răspuns al aplicației, programul se poate divide într-o parte server și o parte client. Partea client rulează local. Avantajul acestei metode de protecție este că partea de server a aplicației care trebuie protejată nu poate fi inspectată de un atacator, iar traficul din rețea dintre client și server este mult diminuat.

Protecția prin criptare

Pentru a elimina dezavantajele execuției client-server a aplicațiilor, s-au introdus metode de protecție în care codul programului se execută pe mașina clientului. O astfel de metodă este criptarea codului. Prin criptarea codului și decriptarea lui într-un procesor specializat, sarcina unui atacator de a obține acces la cod este foarte dificilă, de multe ori fiind imposibilă. Decriptarea codului cu ajutorul unei mașini virtuale nu este o metodă sigură, un atacator, având la dispoziție timp și suficiente resurse, va putea în final să decripteze codul și să extragă algoritmul.

Protecția prin ascunderea algoritmului

Metoda constă în transformarea codului, astfel încât acesta este identic cu cel original din punct de vedere funcțional, dar mult mai greu de înțeles. Spre deosebire de metodele prezentate anterior, „ascunderea algoritmului” oferă o protecție parțială deoarece, cu suficient timp și resurse, este posibilă extragerea algoritmului și a structurilor de date. Pentru asta, se poate apela la un sistem software automat de refacere a programului original.

Se vor face în continuare următoarele notații:

- TAA – o transformare de ascundere a algoritmului;
- PTAA – program care implementează o transformare de ascundere a algoritmului;
- TIAA – o transformare inversă de ascundere a algoritmului. $TIAA = (TAA)^{-1}$ care refac programul original;
- PTIAA – program care implementează o transformare TIAA.

Avantajul utilizării acestei metode, spre deosebire de celelalte metode prezentate anterior, este că programul, în urma transformărilor rămâne în continuare portabil. Alt avantaj ar fi costul scăzut al unui PTIAA. Securitatea transformărilor codului sursă depinde de:

- complexitatea transformărilor alese;
- eficiența PTIAA;
- resursele pe care un atacator le are la dispoziție.

1.1. Transformări de ascundere a algoritmilor

Definiția 1.1.

Fie $T:P \rightarrow P'$ o transformare a unui program sursă P într-un program țintă P' . T este o transformare de ascundere a algoritmului (TAA) dacă P și P' au aceeași comportare observabilă, cu excepția cazurilor în care un program se termină cu eroare sau buclează infinit. Altfel, P' trebuie să termine și produce aceeași ieșire ca și P .

Transformarea de ascundere a codului poate acționa asupra:

- identificatorilor, comentariilor, structurilor de date, fluxului de control.

În afară de cele trei categorii mai există categoria transformărilor preventive, care au ca scop împiedicarea unui PTIAA să funcționeze corect. Ascunderea structurilor de date se poate clasifica astfel:

- ascunderea modului de memorare a datelor, ascunderea modului de interpretare a datelor, ascunderea modului de grupare a datelor, ascunderea modului de aranjare a datelor.

Ascunderea fluxului de control se poate face astfel:

- ascunderea modului de grupare a instrucțiunilor, ascunderea ordinii în care se execută instrucțiunile, ascunderea structurilor de control.

1.2. Evaluarea transformărilor de ascundere a algoritmilor

Sintagma „greu de înțeles” face referire la o percepție umană și de aceea este dificil de cuantificat ce înseamnă „greu” sau „complex” în legătură cu înțelegerea unui program. Pentru aceasta se pot utiliza metrici software. Se spune că un program P' este mai complex decât P dacă P și P' sunt identice funcțional, dar P' conține mai mult dintr-o proprietate q decât P .

*Potența*¹ măsoară gradul în care un program este de „neînțeles” pentru un adversar.

Fie T o TAA astfel încât $T:P \rightarrow P'$ transformă un program sursă P într-un program sursă țintă P' . Fie $E(P)$ complexitatea lui P definită de o metrică software. $T_{pot}(P)$, potența lui T este o măsură a gradului de complexitate a programului.

$$T_{pot}(P) = E(P') / E(P) - 1$$

T este o TAA potență dacă $T_{pot}(P) > 0$. Potența se măsoară pe o scară cu trei trepte: <scăzut, mediu, înalt>.

*Rezistența*² măsoară posibilitatea unui program de a se împotrivi unui PTIAA, cu alte cuvinte este o măsură a efortului de a determina TIAA. Spre exemplu, metrica μ (complexitatea programului crește cu numărul de predicate) poate fi mărită foarte ușor prin introducerea unor predicate.

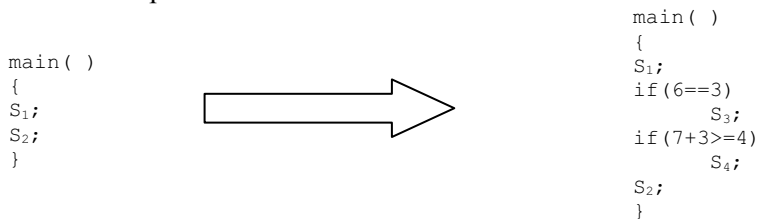


Fig. 1. Introducerea unor predicate în program

¹ Collberg, Christian; Thomborson, Clark; Low, Douglas, *A Taxonomy of Obfuscating Transformations*, Technical Report #148, Department of Computer Science, University of Auckland, 1998.

² *Ibidem*.

Introducerea unor secvențe de acest gen poate fi foarte ușor detectată. În urma analizei dinamice a programului, se poate determina secvența de cod „moartă” (care nu se execută niciodată), după care aceasta va fi eliminată din program. Rezistența este constituită din efortul programatorului de a construi un PTIAA și efortul PTIAA care se măsoară în timp de execuție și necesar de memorie. Rezistența se măsoară pe o scară cu 5 trepte: <f. slabă, slabă, puternică, f. puternică, neinvertibilă>.

*Costul*³ transformării este dat de consumul de timp și memorie datorită procesului de ascundere a algoritmului. Costul se măsoară pe o scară cu patru trepte: <gratuit, ieftin, scump, f. scump>.

Definiția 1.2.

Fie T o transformare care conservă comportarea programului $T:P \rightarrow P'$. $T_{cost}(P)$ este timpul de calcul suplimentar al execuției lui P' în comparație cu P .

$$T_{cost}(P) = \left\{ \begin{array}{l} \text{f. scump} - P' \text{ necesită exponențial mai} \\ \text{multe resurse decât } P; \\ \\ \text{scump} - P' \text{ necesită } O(n^p), p > 1 \text{ mai multe} \\ \text{resurse decât } P; \\ \\ \text{ieftin} - P' \text{ necesită } O(n), \text{ mai multe} \\ \text{resurse decât } P; \\ \\ \text{gratuit} - P' \text{ necesită } O(1), \text{ mai multe} \\ \text{resurse decât } P. \end{array} \right.$$

Invizibilitate

Dacă o transformare introduce cod străin într-un program care diferă foarte mult de codul din programul original, acest fapt poate fi sesizat de către un atacator. De exemplu, predicatul:

If este_prim (nr_întreg_pe_1024_biți)

Într-un program care nu lucrează cu numere întregi așa de mari va fi sesizat foarte repede și apoi eliminat din program.

Definiția 1.3.

Fie T o transformare care păstrează comportarea observabilă a programului și P un program. Se notează $M_L(P)$ mulțimea elementelor de limbaj utilizate de P (operatori, variabile, apeluri de procedură,...), în timp ce $M'_L(T,P)$ este mulțimea elementelor de limbaj introduse de transformarea T în programul P . Se definește transformarea de invizibilitate T_{inv} ⁴ astfel:

³ *Ibidem.*

⁴ *Ibidem.*

$$T_{\text{inv}}(P) = \begin{cases} 1, & \text{dacă } |M'_L(T, P)| = 0 \\ 1 - \frac{|M'_L(T, P)| / |M'_L(T, P)|}{|M'_L(P)|} & \end{cases}$$

2. Transformarea fluxului de control în scopul ascunderii algoritmului

Transformările fluxului de control trebuie să fie rapide și în același timp rezistente la atacul PTIAA. Aceste transformări au de obicei la bază *construcții opace*.

Definiția 2.1.

O variabilă V este opacă⁵, dacă la un punct p din program, V are o proprietate q care este cunoscută în momentul transformării. Acest lucru se scrie V_p^q sau V^q , dacă p este cunoscut. Un predicat W este opac la momentul t , dacă ieșirea lui nu este cunoscută în momentul transformării. Dacă W este evaluat ca fals, întotdeauna acest lucru se scrie W_p^F , iar dacă W este evaluat ca adevărat, întotdeauna acest lucru se scrie (W_p^T) .

Construcții opace slabe și construcții opace banale

O construcție opacă W se spune că este banală, dacă un PTIAA poate evalua predicatul W în urma unei analize statice. Fie următorul exemplu:

```
int i,a=2,b=5;
if (b>4)
...

```

O construcție opacă este slabă, dacă un PTIAA o evaluează printr-o analiză statică globală. Cu alte cuvinte este necesară examinarea unui întreg flux de control. Se pot construi predicate opace care se bazează pe relații matematice, cum ar fi $x(x+1) | 2$ (relație adevărată în mulțimea numerelor întregi) sau $x^3(x+1)^3 | 8$ (relație adevărată în mulțimea numerelor întregi).

Construcții opace care utilizează obiecte sau alias-uri

Două sau mai multe expresii care referă aceeași adresă de memorie sunt alias unul pentru altul. Analiza statică se complică foarte mult când este vorba de alias-uri. Acest fapt poate fi exploatat pentru a construi predicate opace ce sunt dificil de evaluat. Fie P și Q două expresii care referă aceeași locație de memorie. În acest caz, P este *alias* pentru Q și invers.

⁵ Collberg, Christian, *Software watermarking: Models and Dynamic Embeddings POPL '99*, Proceedings.

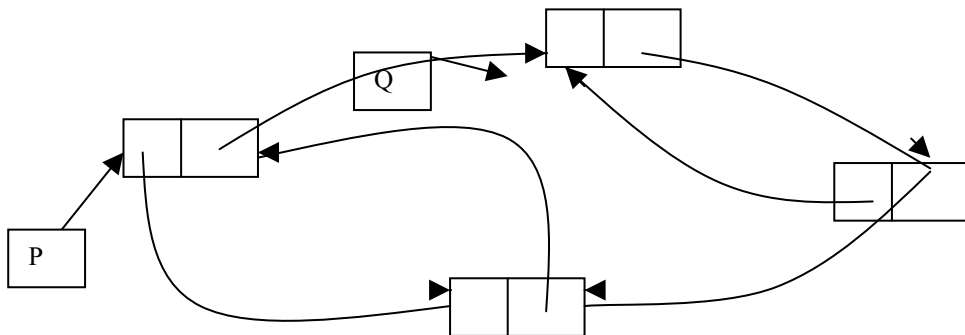


Fig. 2. P și Q indică elemente diferite

Asupra lui P și Q se aplică metoda *muta*. Utilizând apelurile $P.muta$ și $Q.muta$, P și Q vor indica alte obiecte. La un moment dat se testează $P=Q$. Predicatul poate fi adevărat sau fals în funcție de faptul că P sau Q indică același obiect.

Construcții opace care utilizează fire de execuție

Programele paralele sunt mai dificil de analizat static decât cele secvențiale. Execuția unui număr de instrucțiuni se poate executa în mai multe noduri. În ciuda acestor obstacole se pot face analize statice în timp polinomial. Pentru limbajul Java, de exemplu, regiunile paralele se construiesc cu ajutorul firelor de execuție. Firele de execuție din Java au două proprietăți importante: politica de planificare depinde doar de implementare și planificarea proceselor va depinde de evenimentele asincrone generate de interacțiuni ale utilizatorului, de traficul de rețea etc.

Predicatul opace pot fi construite utilizând firele de execuție astfel încât analiza statică să fie îngreunată considerabil. Pentru a crea un astfel de predicat opac, se definește o variabilă globală V a cărei valoare va fi actualizată periodic de fire de execuție concurente. În acest fel analiza statică a codului nu poate dezvălui prea multe informații despre valoarea predicatului V .

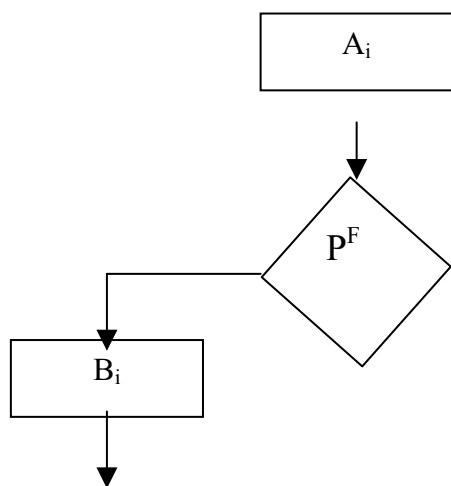


Fig. 3. Introducerea unui predicat opac fals

Introducerea de cod irelevant în program

Prin introducerea de cod irelevant în program (cod care nu se execută) metricile μ , λ (complexitatea programului crește odată cu creșterea numărului de instrucțiuni de decizie imbricate) vor crește. Introducerea de cod irelevant se face prin utilizarea predicatelor opace care au o valoare de adevăr constantă (fals sau adevărat).

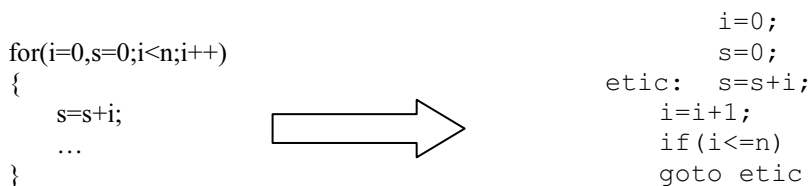


Fig. 4. Înlocuirea structurii repetitive for cu if-goto

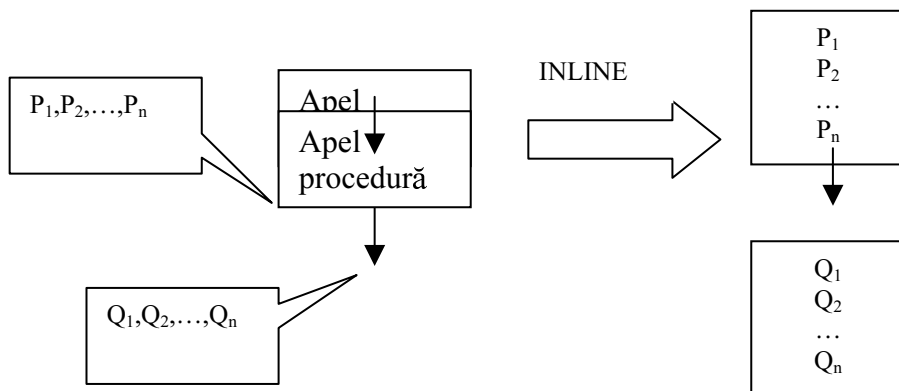


Fig. 5. Transformare de tip inline

Transformarea structurilor repetitive de nivel înalt în structuri de nivel scăzut

Prin transformarea structurilor de nivel înalt în structuri de nivel scăzut (if-goto) programul devine mult mai greu de înțeles de către un eventual atacator.

Transformări de tip inline și outline

O transformare de tip inline înlătură apelurile de procedură din program și le înlocuiește cu codul corespunzător. Această transformare este rezistentă la TIAA și se poate afirma că este one-way (neinversabilă).

O transformare de tip outline va transforma o secvență de instrucțiuni într-o subrutină.

Transformări de ordonare

În general, programatorii își organizează sursele programelor astfel încât elemente care sunt legate logic între ele să se afle și fizic în apropiere unul de

celălalt. Caracterul local al programelor poate fi însă exploatat de către un atacator. De aceea, transformările de ordonare sunt elemente indispensabile în proiectarea unui PTAA. Aceste transformări au potență scăzută, deoarece complexitatea programului nu crește, în schimb rezistența la TIAA este mare deoarece nu se poate reface ordinea inițială a instrucțiunilor.

Transformările de ordonare constau în aranjarea aleatoare a elementelor (instrucțiuni, variabile, obiecte). În unele cazuri este necesară o analiză de dependență a datelor pentru a determina dacă se poate face sau nu transformarea de ordonare. Pentru a mări potența transformărilor se pot asocia transformări de tip inline și de tip outline.

Reordonarea instrucțiunilor

Schimbarea ordinii instrucțiunilor este o transformare de ordonare a programelor. Ea este foarte eficace pentru a înlătura semnături în program care depind de succesiunea unor instrucțiuni în cod. De asemenea, se poate schimba și ordinea declarațiilor sau ordinea elementelor unor structuri de date cum ar fi vector, înregistrare, acolo unde ordinea elementelor nu contează. De exemplu, dacă se dorește efectuarea sumei elementelor unui vector, ordinea elementelor nu contează și se poate utiliza o funcție care mapează elementele i ale vectorului original în noua poziție a vectorului transformat. Fie un vector Vec de n elemente $n < 1000$. Fie mulțimea permutărilor de n elemente P_n și fie o permutare $f \in P_n$, $f(i) = j$ cu $i \in Vec$, $j \in Vec$. Atunci secvențele de program sunt echivalente:

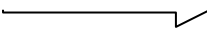
<pre>int i,s, Vec[100]; s=0; while (i<100) {s=s+Vec[i]; i++; }</pre>	<p>Transformare</p> 	<pre>int i,s, Vec[100]; s=0; while (i<100) {s=s+f(Vec[i]); }</pre>
---	---	---

Fig. 6. Secvențe de program echivalente

3. Transformări inverse de ascundere a algoritmului

Unele TAA introduc un cod străin într-un program. Introducerea acestui cod se face pentru a induce în eroare un eventual atacator care urmărește extragerea unor informații relevante.

Printre metodele pe care le poate utiliza un TAA se numără introducerea predicatelor opace.

Transformarea de la secvența de instrucțiuni 1 la secvența 2 se face prin introducerea unui număr de predicate opace și a unor secvențe inutile. Pentru a reface structura inițială, PTIAA trebuie mai întâi să detecteze construcțiile opace și apoi să le evalueze. Dacă predicatele sunt structuri opace *banale* sau *slabe*, evaluarea lor se poate face printr-o analiză statică globală. Dacă acestea nu intră în categoria menționată anterior, atunci se vor utiliza metodele enumerate mai jos.

Identificarea predicatelor opace prin recunoașterea unor șabloane

Un PTIAA poate utiliza cunoștințe despre strategiile pe care le utilizează PTAA pentru identificarea predicatelor opace. Astfel, un atacator poate examina un PTAA și codul pe care-l generează. În urma analizei, acesta poate identifica cele mai folosite construcții opace, pe care le va căuta apoi în codul transformat. Pentru expresii simple metoda funcționează bine, de aceea PTAA trebuie să utilizeze construcții opace similare cu construcțiile utilizate de către programul sursă.

Identificare predicatelor opace prin divizare de programe

O metodă foarte eficientă de eliminare a modificărilor prin introducerea de cod străin în programe este utilizarea divizoarelor de programe. O porțiune de program care face referire la un punct p și o variabilă v este formată din toate instrucțiunile programului care au contribuit la valoarea lui v în punctul p . Porțiunea respectivă va constitui o diviziune. Astfel un divizor de programe poate extrage dintr-un program instrucțiunile care calculează variabila v chiar dacă PTAA a întretesut codul real cu cel străin.

Pentru a preîntâmpina divizarea corectă a programelor, PTAA utilizează mai multe metode:

- adăugarea de referințe la variabile;
- adăugarea de dependențe la variabile.

Prin adăugarea de referințe la variabile, timpul necesar divizării interprocedurale crește odată cu numărul de referințe în program, care crește la rândul ei odată cu numărul de parametri formali. Sarcina divizorului de programe va fi îngreunată considerabil prin adăugarea de referințe la parametri fără semnificație.

Există instrumente de analiză software care lucrează bine pentru porțiuni mai mici de program însă pentru secvențe mai lungi este nevoie de un timp considerabil mai mare. PTAA pot forța divizorul de programe să creeze porțiuni mai mari prin crearea de dependențe la variabile.

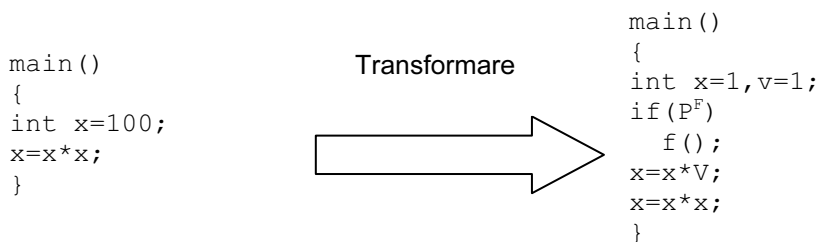


Fig. 7. Transformarea unui program prin introducerea de cod străin

Programele sunt echivalente funcțional, dar al doilea este de dimensiune mai mare. Instrucțiunea $x = x * V$ nu contribuie la valoarea lui x .

Analiza statistică

Un PTIAA este capabil să analizeze valoarea unor predicate. În funcție de valoarea lor el poate trage concluzii asupra fluxului de execuție a programului. El poate semnala orice predicat care întoarce totdeauna aceeași valoare de adevăr. Se poate trage concluzia de aici că este vorba de un predicat opac P^T , sau P^F . PTIAA poate elimina acest predicat. Există însă situații în care unele predicate își schimbă valoarea în condiții incerte sau foarte rar. Un exemplu de acest tip de predicat poate fi:

```
if (nr_zile_luna==31)
```

BIBLIOGRAFIE

- Cifuentes, C., *Reverse Compilation*. Ph. D. Theses, Queensland University of Technology, July 1994
- Collberg, Christian; Thomborson, Clark; Low, Douglas, *A Taxonomy of Obfuscating Transformations*, Technical Report #148, Department of Computer Science, University of Auckland, 1998
- Monden, Akito; Iida, Hajimu; Matsumoto, Ken-ichi, *A Practical Method for Watermarking Java Programs*, The 24th Computer Software and Application Conference, Taipei, Taiwan, Oct 2000
- Ertaul, Levent; Verkatesh, Suma, *Novel Obfuscation Algorithms for Software Security*, Department of Mathematics & Computer Science California State University, Hayward, USA, Technical Report, 2005
- Collberg, Christian, *Software Watermarking: Models and Dynamic Embeddings POPL '99*, Proceedings
- Praven, S.; Sojan, Lal P., *Array Data Transformation for Source Code Obfuscation*, Proceedings of World Academy of Science and Technology, volume 21 May 2007

ESTIMAREA DINAMICII DE STARE A PROCESELOR NONLINIARE UTILIZÂND REȚELELE NEURONALE CA O ALTERNATIVĂ A TEHNICII DE ESTIMARE FILTRELE KALMAN

Prof. univ. dr. ing. **TUDOROIU, Nicolae**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Concordia University, Montreal, Canada

Lector dr. univ. **GRIGOR, Manuela** *

Asist. univ. drd. **JEFLEA, Victor***

*Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Drd. **TUDOROIU, Roxana-Elena****

**Universitatea Politehnica de Vest, Timișoara

Abstract

The state dynamics estimation of the nonlinear processes using neural networks as an alternative to the Kalman Filters Estimation techniques

This work addresses several techniques to estimate the evolution of the dynamics of the states for the nonlinear processes. The results presented in this work represent some of the authors contribution in the field of identification, modeling and control of the industrial and economic processes, namely chemical, HVAC, automotive industry, and satellites constellation. In this paper we will focus our attention only on the estimation techniques based on neural networks as a viable alternative to the Kalman Filter estimation techniques such as the Extended Kalman Filter (EFF) and the Unscented Kalman Filter (UKF).

Key-words: *dynamic system, Kalman Filter, EKF, UKF, Neural Networks, Estimation, neuromodels, PI Neurocontrol strategy, Inverse Neurocontrol strategy*

1. Introducere

În cele ce urmează nu vom face distincție între procesele economice sau cele industriale atâta timp cât dinamica lor poate fi descrisă prin același formalism matematic al ecuațiilor de stare¹, reprezentată prin următoarele două ecuații standard:

$$\begin{aligned} \mathbf{x}(k+1) &= \mathbf{F} \mathbf{x}(k) + \mathbf{G} \mathbf{u}(k) + \mathbf{w}(k) \\ \mathbf{y}(k) &= \mathbf{H} \mathbf{x}(k) + \mathbf{v}(k) \end{aligned} \quad (1)$$

¹ Haykin, S., *Adaptive filter theory*, Fourth edition, Prentice Hall, 2003.

unde: $x(k) \in \mathbb{R}^n$ reprezintă vectorul n-dimensional de stare ce monitorizează evoluția dinamică a procesului, $u(k) \in \mathbb{R}^m$ – vectorul m-dimensional al intrării, $y(k) \in \mathbb{R}^p$ – vectorul p-dimensional al ieșirii, (F, G, H) – matrici de dimensiuni corespunzătoare ce conțin coeficienții evoluției dinamice a procesului, $w(k), v(k)$ – zgomotul de proces, respectiv cel de măsurare, de tip Gaussian, zgomote albe și independente, de medie nulă, și covarianța reprezentată prin matricile de covarianță, Q_w , respectiv R_v .

Utilizarea pe scară largă a rețelelor neuronale în estimarea proceselor neliniare și rezolvarea unei largi palete de probleme din practica sistemelor industriale și a tehnologiei de vârf din domenii precum electronică și telecomunicații, radar, robotică, aerospațial, medicină, oceanografie, meteorologie, finanțe, navigație, justifică pe deplin viabilitatea acestui concept și impactul său deosebit în practica industrială și economică. Rețelele neuronale reprezintă unul din câmpurile de cercetare de vârf din domeniile ciberneticii și automaticii precum și procesării semnalelor. Un exemplu de utilizare a rețelelor neuronale poate fi considerat monitorizarea continuă a unor informații privind poziția și viteza unui obiect pornind de la o serie de informații relative asupra poziției sale, incluzând și eventuale erori de măsurare sau procesare. Un alt exemplu este estimarea stării de încărcare a bateriei în cazul vehiculelor hibride pentru determinarea momentelor optime de comutație baterie-benzină sau viceversa. Estimarea stării de încărcare se face pe baza datelor furnizate prin monitorizarea tensiunii la bornele bateriei în circuit deschis. Un alt exemplu din domeniul proceselor chimice este estimarea stărilor reactorului de acetat de vinil pe baza datelor înregistrate prin monitorizarea concentrației produsului final². Din domeniul aerospațial putem exemplifica cazul modelării, stabilizării pe orbită a sateliților dintr-o constelație, precum și detectarea, diagnosticarea și izolarea defectelor ce pot apare în sistemele de control a poziției și orientării pe orbită a acestora, pe baza estimării vitezei unghiulare și a curentului absorbit de fiecare motor de reacție în parte³. De asemenea, în domeniul controlului sistemelor de încălzire, ventilație și aer condiționat (HVAC) ca de altfel și cel al industriei electronice (reactoare de plasmă RIE) putem menționa utilizarea pe scară largă a rețelelor neuronale în structura buclelor de control PI or PID ca strategii directe sau inverse de neurocontrol. Exemple similare pot fi date din domeniul predicției și estimării stării proceselor economice, precum evoluția stării dinamice a stocurilor, dinamica bursei de valori, evoluția dinamică a bugetului, pe baza informațiilor din perioadele anterioare, evoluției ciclice sau a unor intervale de referință.

² Tudoroiu, N.,; Khorasani, K., *State Estimation of the Vinyl Acetate Reactor using unscented Kalman Filters (UKF)*, International Conference on Industrial electronics and Control, 2005. Applications, ICIECA 2005, Quito.

³ Tudoroiu, N.; Sobhani-Tehrani, E.; and Khorasani, K., *Interactive Bank of Unscented Kalman Filters for Fault Detection and Isolation in Reaction Wheel Actuators of Satellite Attitude Control System*, IECON'2006, Paris, 32nd Annual Conference of the IEEE Industrial Electronics Society.

2. Rețele neurale artificiale

Rețelele artificiale neurale (neuronale) caracterizează ansambluri de elemente de procesare simple (neuroni), puternic interconectate prin conexiuni (synapse) ce propagă informație în buclă închisă sau deschisă, cu o viteză de procesare în paralel remarcabilă. Acestea interacționează între ele într-un mod asemănător creierelor biologice, capabile să învețe din experiența trecută pentru a-și îmbunătăți performanțele.

Când studiem o rețea neurală artificială avem în vedere trei elemente de bază:

- **modelul** neuronului artificial, cel mai des utilizat fiind modelul aditiv, reprezentat prin elementul de procesare individual (funcție de activare, memorie);
- **arhitectura** rețelei reprezentată prin două structuri particulare de interconectare a neuronilor elementari, precum rețelele directe care propagă informația unidirecțional, de la intrare spre ieșire (buclă deschisă) și rețelele cu reacție (recurente), ce propagă informația intrare-ieșire bidirecțional (buclă închisă);
- **algoritmul de învățare** ce prezintă mecanismele de ajustare a legăturilor dintre neuronii elementari.

Rețelele neurale artificiale se deosebesc de celelalte sisteme de prelucrare a informațiilor, în primul rând, prin capacitatea lor de învățare, supervizată sau nu, bazată pe exemple sau pe experiența lor anterioară, iar în al doilea rând, prin posibilitatea îmbunătățirii performanțelor acestora în procesul învățării. Printr-o reprezentare corectă a informațiilor, care să permită interpretarea, predicția și răspunsul la un stimul extern, rețelele neurale devin capabile să construiască un model al procesului (industrial, economic, previziuni meteorologice, bursa stocurilor sau de valori, tranzacții financiare etc.) analizat. Acest model va putea răspunde astfel unor stimuli neutilizați în procesul prealabil de învățare. Informațiile utilizate în procesul de învățare pot fi: informații disponibile *a priori* sau perechi intrare-ieșire (care stabilesc relații de tipul cauză-efect), iar modul de reprezentare internă urmărește un set de reguli bine documentate. Acești algoritmi pot fi clasificați după mai multe criterii cum ar fi: disponibilitatea răspunsului dorit la ieșirea rețelei, existența unui model analitic, tipul aplicației în care sunt utilizați, dar o clasificare globală se poate reduce la două clase mari: **învățarea supravegheată** (când fiecărui neuron din stratul de ieșire i se atașează în orice moment o valoare prescrisă, dorită, țintă sau obiectiv) și **învățarea nesupravegheată** (în care rețeaua extrage singură anumite caracteristici importante al datelor de ieșire, în urma unei proceduri de competiție între neuronii elementari). Conexiunile dintre neuronii artificiali definesc comportarea întregii rețele neuronale, identifică aplicabilitatea ei și metodele de învățare. În rețelele neuronale multistrat de tip perceptor, neuronii sunt grupați în mai multe straturi, cel de intrare, straturi intermediare și cel de ieșire. Conexiunile dintre neuroni sunt astfel concepute încât ieșirea fiecărui neuron dintr-un strat să fie intrare pentru ceilalți

neuroni din stratul următor. Procesul de antrenare al rețelei pentru a învăța din istoria cea mai recentă a evoluției sale cât și pentru a-și îmbunătăți performanțele sale în procesul învățării, consistă în ajustarea ponderilor fiecărei conexiuni dintre neuroni. În cazul învățării supravegheate, această ajustare este bazată pe valoarea prescrisă a neuronilor din stratul de ieșire și pe un set de reguli de optimizare a diferenței dintre valoarea estimată și cea dorită (prescrisă) la fiecare iterație. Aceasta înseamnă că în procesul de antrenare rețeaua va învăța care ar trebui să fie valoarea sa de ieșire pentru o intrare dată. O rețea neuronală de tip perceptor poate fi văzută ca o funcție de mapare cu n_i intrări și n_e ieșiri. Această rețea neuronală este compusă din n_s straturi (intrare, intermediare, ieșire) cu m_s neuroni în stratul s ($s = 1, 2, \dots, n_s$). Dacă x_i^s este ieșirea celui de-al i -lea neuron din stratul s , iar w_{ij}^l sunt ponderile conexiunii corespunzătoare neuronului de index i și celui de-al j -lea neuron al stratului precedent $s-1$ (neuron de intrare) atunci putem scrie:

$$x_i^l = f^l(\bar{x}_i + b_i^l) = f^l\left(\sum_{j=1}^{n_s-1} w_{ij}^l x_j^{l-1} + b_i^l\right), \quad (2)$$

unde x_j^{l-1} reprezintă ieșirea neuronului j din stratul precedent $l-1$, iar b_i^l reprezintă intrarea de tip „offset” („bias”) ce permite neuronului să prezinte în ieșire o valoare diferită de zero chiar dacă intrarea sa este zero. În reprezentare matricial-vectorială ecuația (11) poate fi scrisă sub forma:

$$\bar{x}^l = f^l(W^l x^{l-1}), \quad (3)$$

unde matricea pondere include și intrarea de tip „offset” în ultima sa coloană. Funcția de activare f^l este o funcție continuă de tip „sigmoid”:

$$f(x) = \frac{1 - e^{-ax}}{1 + e^{ax}} \quad (4)$$

Dacă numărul neuronilor din straturile intermediare (ascunse) crește, cu atât rețeaua neuronală va fi mai performantă pentru reprezentarea dinamicii sistemului neliniar și va reduce tot mai mult eroarea dintre valoarea ieșirii estimate și a celei dorite (prescrise). Pentru un sistem a cărui dinamică nu este complexă, o rețea neuronală cu un singur strat intermediar cu neuroni sigmoidali și neuroni liniari în stratul de ieșire este destul de performantă pentru un mare număr de aplicații. Numărul neuronilor din straturile intermediare joacă un rol important în stabilitatea și aproximarea valorii estimate a mărimii de ieșire.

3. Algoritmul cu propagare inversă (Backpropagation)

Antrenarea unei rețele neuronale de tip perceptor constă în aplicarea unor metode de ajustare sau estimare a ponderii conexiunilor dintre neuroni. În cadrul acestui algoritm, procesul de antrenare al rețelei neuronale se bazează pe minimizarea erorii de ieșire prin aplicarea unei metode de optimizare. Eroarea de ieșire este propagată prin rețeaua neuronală în sens invers, din aproape în aproape, de la ieșire spre intrare, la fiecare pas calculându-se derivatele parțiale ale elementelor de ieșire în mod recursiv. În forma matricială, acest algoritm calculează la fiecare iterație derivata vectorului de ieșire în raport cu ponderile w_{ij}^l :

$$\frac{\partial x^s}{\partial w_{ij}^l} = \Delta^l [0 \dots x_j^{l-1} \dots 0]^T, \quad (5)$$

unde Δ^l reprezintă matricea de propagare inversă, obținută pe baza relației recursive de calcul:

$$\Delta^l = \Delta^{l+1} W^{l+1} F^l \quad (6)$$

Cu condiția inițială pentru stratul l dată de:

$$\Delta^L = F^L \quad (7)$$

iar F^L este o matrice pătratică diagonală de tip $(n_{l-1} + 1) \times (n_{l-1} + 1)$ care are ca elemente derivatele funcției de activare f^l de forma:

$$F^l = \begin{bmatrix} \frac{df^l(\bar{x}^l)}{d\bar{x}_1^l} & 0 & \dots & \dots & 0 \\ 0 & \frac{df^l(\bar{x}^l)}{d\bar{x}_2^l} & 0 & \dots & 0 \\ 0 & \dots & \frac{df^l(\bar{x}^l)}{d\bar{x}_3^l} & \dots & 0 \\ 0 & \dots & \dots & \frac{df^l(\bar{x}^l)}{d\bar{x}_{n_l}^l} & 0 \\ 0 & \dots & \dots & \dots & 0 \end{bmatrix} \quad (8)$$

Ultimul element diagonal este nul din cauză că în această matrice am inclus și neuronul „offset”. Algoritmul de propagare inversă optimizează minimizarea funcției cost $J(t)$ de forma:

$$J(t) = \frac{1}{2} (y^d(t) - y(t))^T (y^d(t) - y(t)) \quad (9)$$

utilizând metoda gradientului descendent, de o simplitate deosebită. În expresia indicatorului de performanță sau funcției cost (18) $y^d(t), y(t)$ reprezintă valoarea dorită, respectiv estimată a mărimii de ieșire la momentul t a rețelei neuronale. Corectarea ponderilor conexiunilor dintre neuroni se bazează pe regula delta (Widrow și Hoff) de forma:

$$\begin{aligned} W^l(t+1) &= W^l(t) - \lambda \nabla J^l \\ \nabla J^l &= -(\Delta^l)^T (y^d(t) - y(t))(x^{l-1})^T \end{aligned} \quad (10)$$

Convergența ponderilor w_{ij}^l depinde de modul de ajustare a coeficientului ratei de învățare $\lambda \in [0, 1]$. Deși simplă și eficientă, nu întotdeauna metoda gradientului descrescător dă rezultate satisfăcătoare. Sunt situații în care ajustarea ponderilor în timpul unei iterații din faza de învățare în direcția negativă a vectorului gradient conduce la o reducere nesemnificativă a erorii, sau pentru suprafețele plate ale erorii este necesar un număr mult mai mare de iterații pentru compensarea valorilor mici de gradient. Mai mult, conturul erorii nu întotdeauna este circular, iar vectorul gradient s-ar putea să nu înainteze întotdeauna spre punctul de minim. Pentru evitarea unor astfel de situații am putea să înlocuim metoda de gradient descrescător printr-o metodă de optimizare Gauss-Newton, ce utilizează cea de-a doua derivată a funcției cost, numită matrice Hessian:

$$H(w) = \nabla_w^2 J(t) = \nabla(\nabla_w J(t)) \quad (11)$$

Pentru reactualizarea ponderilor, algoritmul recursiv de optimizare Gauss-Newton poate fi reprezentat în următoarea formă matricială:

$$W^{(i)} = W^{(i-1)} - \gamma [H(w^{(i-1)})]^{-1} (\nabla_w J(t)) \quad (12)$$

Din cauză că matricea Hessian s-ar putea să devină în anumite iterații singulară, pentru calculul inversei vom folosi o relație de relaxare de tip Levenberg-Marquardt:

$$\hat{H}(w) = H(w) + \mu I_n, \quad (13)$$

unde μ reprezintă parametrul de relaxare, iar I_n matricea identitate de ordin n . Algoritmul Levenberg-Marquardt este preferat pentru un număr mic de ponderi din cauză că viteza de calcul a matricei Hessian inverse scade când numărul de ponderi crește, altminteri algoritmul de optimizare de tip gradient descrescător va fi preferat. Numărul de neuroni din straturile intermediare poate fi modificat prin tatonare pentru obținerea unei performanțe optime a rețelei neuronale. Construirea unei rețele neuronale optime este destul de complicată datorită

faptului că algoritmul de propagare inversă conține diferiți parametri de ajustare (numărul de neuroni din straturile intermediare, ponderile, valorile de offset, rata de învățare, momentum, eroarea prescrisă) pentru care valorile lor optime inițiale sunt necunoscute. Algoritmul de propagare inversă poate fi îmbunătățit prin introducerea unei scheme de învățare adaptivă, care scade mult timpul de antrenare. Pentru modelarea reactorului de plasmă cu o dinamică puternic neliniară⁴ sunt propuse câteva arhitecturi interesante de rețele neuronale. De asemenea, pentru modelarea sistemelor HVAC⁵ sunt dezvoltate câteva modele neuronale ale temperaturii pentru două puncte de funcționare diferite. Aceste modele neuronale sunt preluate pentru conducerea proceselor neliniare HVAC⁶, utilizând strategii de conducere neuronală directe sau inverse. În figurile (1)-(2) sunt prezentate rezultatele modelării din cadrul fazelor de învățare și generalizare a acestor rețele neuronale pentru reactorul de plasmă RIE și sistemul HVAC.

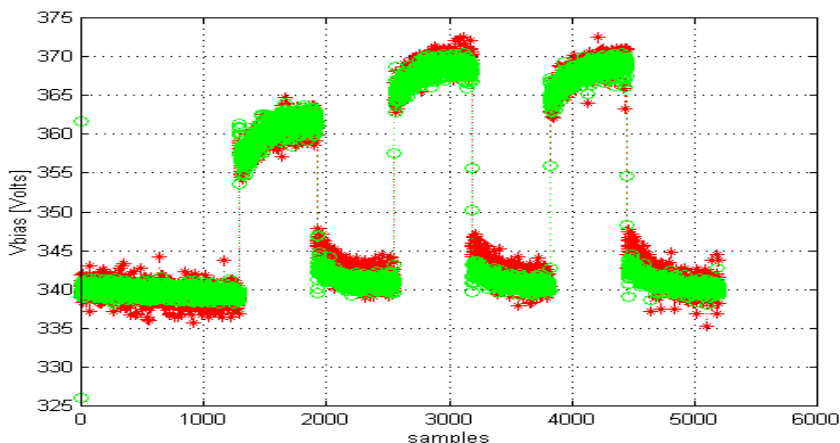


Fig. 1. Modelul neuronal bazat pe datele experimentale intrare-ieșire al concentrației de flour [F_2]

⁴ Tudoroiu, N.; *Multivariable and Intelligent Control Strategies for Improving Plasma Characteristics in RIE Process*, PhD Thesis, Concordia University, Canada, 2001.

⁵ Tudoroiu, N.; Zaheer-udin, M.; Patel, R. V., *Linear and Nonlinear MIMO ARMA Models for Heating Ventilating and Air-Conditioning (HVAC)*, The 26th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences (ARA), Proceedings, Montreal, Canada, 2001, pp. 525-530.

⁶ Tudoroiu, N.; Khorasani, K., *Fault Detection and Diagnosis for Reaction Wheels of Satellite's Attitude Control System Using a Bank of Kalman Filters*, International Symposium on Signal, Circuits and Systems, ISSCS, IEEE Proceedings, vol. 1, Iași, Romania, 2005, pp. 199-202.

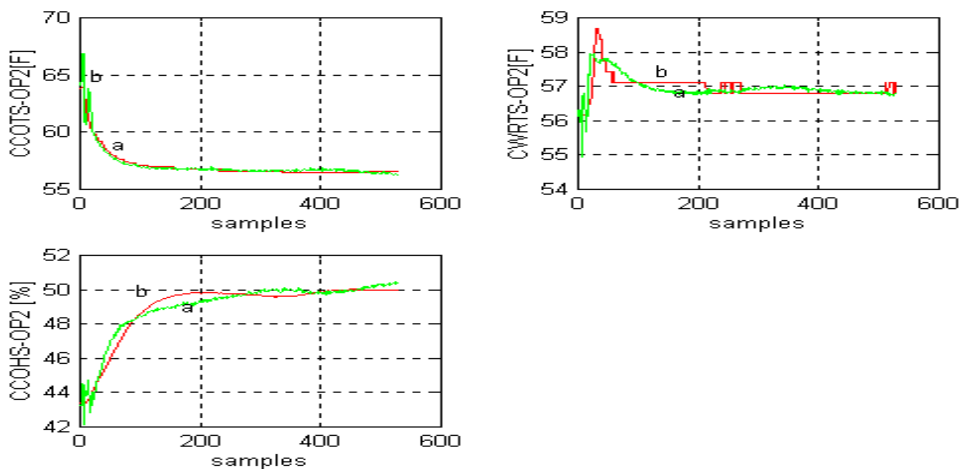


Fig. 2. Modelul neuronal bazat pe datele experimentale al temperaturilor de intrare, ieșire și sistemului de răcire (HVAC)

4. Rezultate obținute prin simulare în mediul de programare MATLAB.

Concluzii

În cele ce urmează vom face o sinteză a câtorva dintre rezultatele imediate ale aplicării rețelelor neuronale pentru estimarea evoluției dinamice a stării reactorului de plasmă și sistemului HVAC prezentate în cadrul acestei lucrări. Toate aceste rezultate sunt sintetizate și prezentate în figurile (3)-(7). Rezultatele procesului de învățare ale unei rețele neuronale cu un singur strat intermediar de neuroni pentru controlul on-line al temperaturii în sistemele de control PI a instalațiilor HVAC, utilizând cele două strategii de control neuronal sunt prezentate în figurile (3)-(5), iar rezultatele simulării reactorului de plasmă RIE⁷ sunt prezentate în figurile (6)-(7), având drept mărime de referință $y_{1sp} = 348[\text{Volts}]$, respectiv $y_{2sp} = 1.33 [\%]$. Rezultatele simulării demonstrează încă o dată capacitatea acestor rețele neuronale de a performa cu o lejeră superioritate în comparație cu tehnicile de estimare Filtru Kalman, mai precis comparabil cu rezultatele obținute prin aplicarea Filtrului Kalman parfumat. Deoarece vectorul de intrare al rețelelor de control neuronal este în urmă cu un pas sau doi de eșantionare, neurocontrolerul acționează mult mai rapid la variațiile din mărimea de ieșire, performează cu mai multă precizie și acuratețe.

⁷ Tudoroiu, N., *op. cit.*

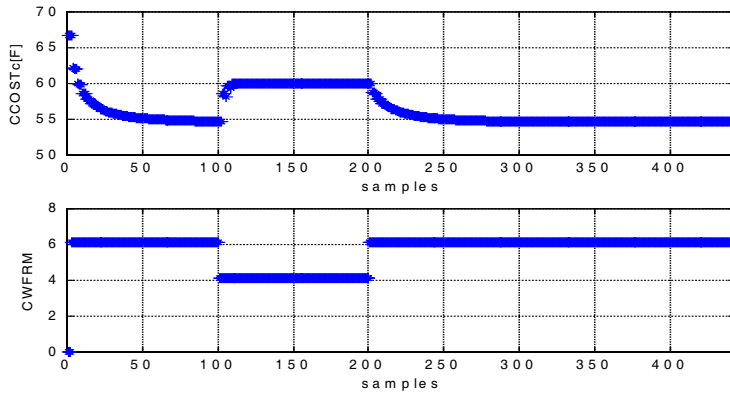


Fig. 3. Evoluția temperaturii de ieșire în buclă închisă a apei (schimbări în mărimea de referință)

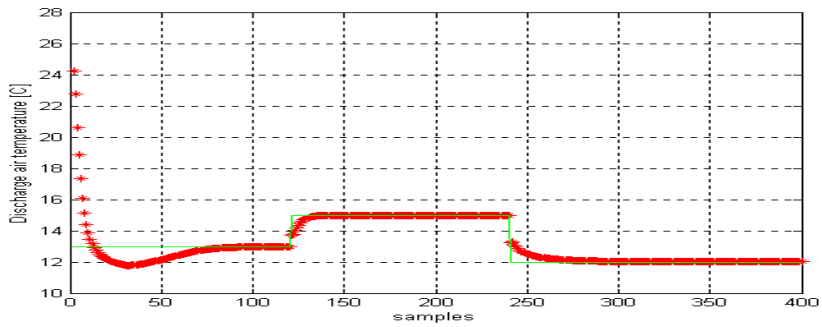


Fig. 4. Controlul on-line al temperaturii de ieșire în buclă închisă a sistemului HVAC (cu schimbări în mărimea de referință)

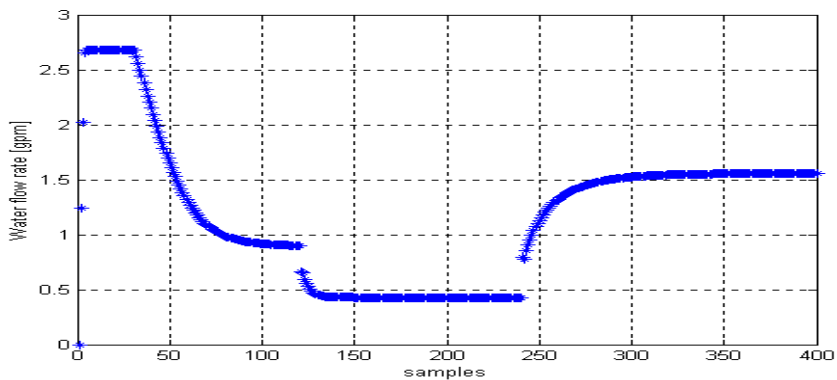


Fig. 5. Controlul on-line a debitului de apă de răcire în buclă închisă a sistemului HVAC (cu schimbări în mărimea de referință)

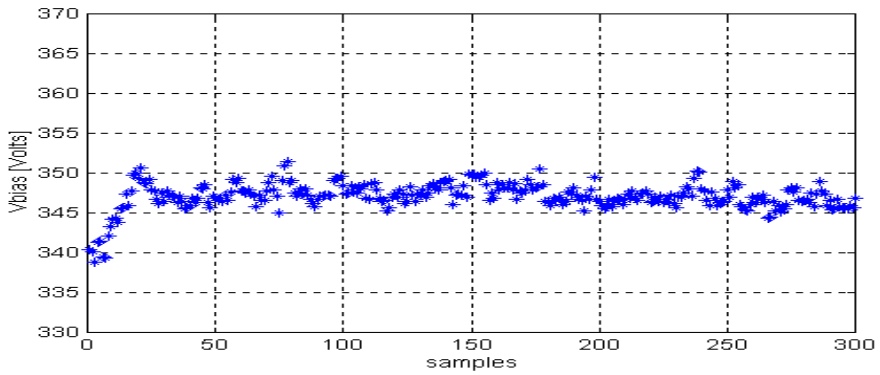


Fig. 6. *Evoluția tensiunii dintre electrozi V_{bias} în buclă-închisă-sistem RIE, strategie inversă de neurocontrol*

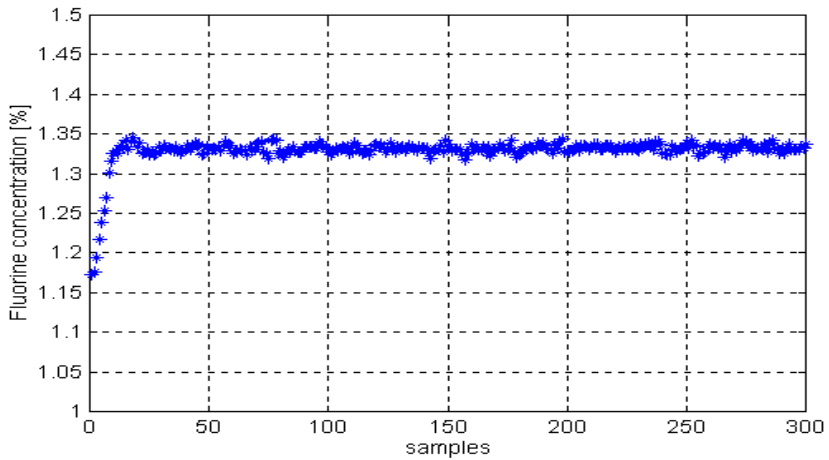


Fig. 7. *Evoluția concentrației de fluor $[F_2]$ în buclă închisă-sistem RIE, strategie inversă de neurocontrol*

BIBLIOGRAFIE

- Haykin, S., *Adaptive filter theory*, Fourth edition, Prentice Hall, 2003
- Tudoroiu, N.; Sobhani-Tehrani, E. and Khorasani, K., *Interactive Bank of Unscented Kalman Filters for Fault Detection and Isolation in Reaction Wheel Actuators of Satellite Attitude Control System*, IECON'2006, Paris, 32nd Annual Conference of the IEEE Industrial Electronics Society
- Tudoroiu, N. and Zaheeruddin, M., *Fault Detection and Diagnosis of the Valve Actuators in HVAC Systems, Using Frequency Analysis*, Proceedings of the 2005 International Conference on Industrial Electronics and Control Applications, Quito 2005
- Tudoroiu, N.; Khorasani, K., *State Estimation of the Vinyl Acetate Reactor Using Unscented Kalman Filters (UKF)*, 2005 International Conference on Industrial electronics and Control Applications, ICIECA Quito
- Tudoroiu, N.; Khorasani, K., *Fault Detection and Diagnosis for Reaction Wheels of Satellite's Attitude Control System Using a Bank of Kalman Filters*, International Symposium on Signal, Circuits and Systems, ISSCS, IEEE Proceedings, vol. 1, Iași, România, 2005, pp. 199-202
- Tudoroiu, N.; Zaheer-udin, M., *SISO Neurocontrol Strategy Based On Inverse Neuromodel for Improving Air Discharge Temperature (DAT) Performance*, The 27th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences (ARA), Proceedings, Oradea, 2002, pp. 918-922
- Tudoroiu, N.; Zaheer-udin, M., *SISO On-Line Training PI Neurocontrol Strategy for Improving Air Discharge Temperature (DAT) Performance*, The 28th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences (ARA), Proceedings, Târgu-Jiu, 2001
- Tudoroiu, N.; Zaheer-udin, M.; Patel, R. V., *Linear and Nonlinear MIMO ARMA Models for Heating Ventilating and Air-Conditioning (HVAC)*, The 26th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences (ARA), Proceedings, Montreal, Canada, 2001, pp. 525-530
- Tudoroiu, N.; Khorasani, K.; Patel, R.V., *MIMO RIE Neurocontrol Strategies*, International Symposium on Systems Theory „SINTES 10”, Craiova, May 25-26, 2000, pp. 143-147.
- Tudoroiu, N., *Multivariable and Intelligent Control Strategies for Improving Plasma Characteristics in RIE Process*, PhD Thesis, Concordia University, Canada, 2001
- Jeflea, V.; Tudoroiu, Roxana-Elena; Tudoroiu, N.; Burdescu, D.; Curiac, D., *Hierachical Control algorithm Implementation to Improve the Plasma Characteristics in Reactive Ion Etching process*, 31st Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Transilvania University of Brasov, Press Internationale Polytechnique, 2007, pp. 140-143
- Tudoroiu, Roxana-Elena; Jeflea, V.; Tudoroiu, N.; Burdescu, D.; Curiac, D., *PI Standard Control Algorithm Implementation to Improve the Plasma Characteristics in Reactive Ion Etching process*, 31st Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Transilvania University of Brasov, Press Internationale Polytechnique, 2007, pp. 227-230

- Tudoroiu, N.; Chiru, C.; Grigore, Manuela; Jeflea, V.; Tudoroiu, Roxana-Elena, *Tehnici de estimare a evoluției dinamice a stării proceselor economice și industriale liniare și neliniare*, Provocările actuale ale dezvoltării durabile în condițiile globalizării economiei, a XII-a Sesiune de comunicări științifice a studenților și a cadrelor didactice, mai 2007, Universitatea *Spiru Haret*, Editura Europolis, Constanța, 2007, pp. 345-353
- http://fr.wikipedia.org/wiki/Filtre_de_Kalman#Exemples_d.27applications

IV. ȘTIINȚA MANAGEMENTULUI ÎN PROCES DE AMPLIFICARE A CUPRINDERII SALE

MODELUL DE MANAGEMENT AL OPTIMIZĂRII CA UN ACTIV INTANGIBIL

Conf. univ. dr. **IPATE, Dragoș Mihai**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

Optimization model of management as an intangible asset

Nowadays, is unanimously known and accepted that in the „new economy” knowledge is the expression and the source of value and performance. The immaterial value of the organizations is continuously growing, and these, approaching in the new manner the performance and the market opportunities, intensify the investments in intangible assets. At the same time, the traditional instruments of management and financial evidence are not able to evaluate the efficiency of these investments. This study proposes a mathematic model of quantification of the surplus value brought by the management into a company, thus becoming the main cause of the organizational success or failure. The method was applied to a company quoted on the Bucharest Stock Market, and the author believes that it has real chances to be applied for any type of business.

Key-words: *intangible assets, management as intangible, optimization model, immaterial value*

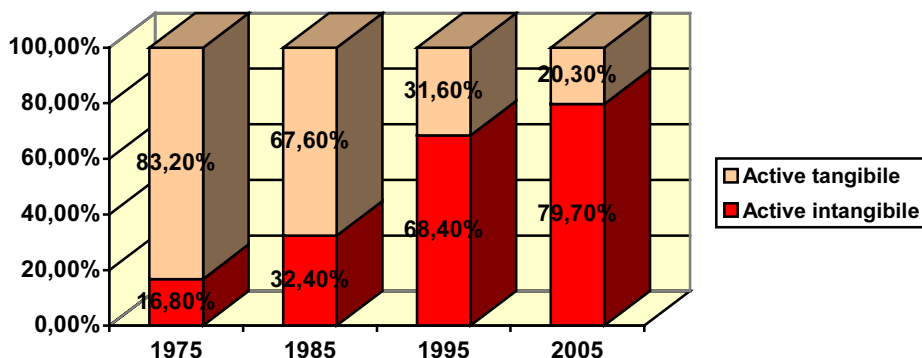
Economia mondială a intrat în al cincilea ciclu lung al evoluției sale, care a declanșat o nouă eră bazată pe producerea și transmiterea cunoștințelor. Cel mai evident aspect al noii societăți este viteza cu care sunt introduse, difuzate și utilizate tehnologiile informaționale și de comunicații și, de asemenea, viteza cu care se înnoiesc cunoștințele. În aceste condiții, însăși natura și esența organizațiilor și unităților sociale se transformă în profunzime. Întrucât organizațiile întemeiate pe cunoaștere sunt sisteme sociale subtil diferite de cele axate pe producția materială, se impune și schimbarea fundamentală a raporturilor dintre manageri, management și personalul de execuție. În acest context se poate afirma că, importanța activelor intangibile pentru întregul sistem economic este acum unanim acceptată și recunoscută.

Investițiile în intangibile reprezintă astăzi un fenomen global, început însă cu ceva timp în urmă. Astfel, investițiile în intangibile au crescut cu 3,6% pe an în primele cele mai industrializate șapte țări OECD în perioada 1974-1984¹. În Franța,

¹ Deiacu, E.; Hornell, E.; Vickery, G., *Technology and Investment: Crucial Issues for the 1990s*, Printer Publishers, London, 1990.

investițiile în intangibile reprezentau 21,2% din totalul investițiilor făcute în 1974, iar acestea au crescut la 32,2% în 1983.² O creștere similară s-a înregistrat în Suedia, în Australia (aici a fost evidențiată o creștere anuală a investițiilor în intangibile de 2,5% pe an, de-a lungul a 25 de ani, perioadă încheiată în 1996) și Statele Unite – se aprecia că în 2000 investițiile în intangibile ajunseseră în Statele Unite să le egaleze pe cele făcute în active tangibile (aproximativ 1 trilion \$)³, iar volumul acestora este în continuă creștere. Deși, din cauza faptului că metodologia după care se fac aceste calcule variază mult de la o țară la alta, comparațiile între aceste statistici se pot dovedi irelevante – totuși, ca tendință, ele sunt, cu siguranță, concludente.

De asemenea, la nivel microeconomic, există exemple numeroase și relevante de companii care dețin un imens capital nematerial. Astfel, în valoarea de înlocuire a firmelor din industria SUA, ponderea valorii activelor intangibile este cuprinsă între 40 și 80%. Această situație este relevată de rezultatele unui studiu recent referitor la evoluția raportului active tangibile/active intangibile pentru cele mai mari 500 de companii din lume.



Sursa: Ocean Tomo – Intellectual Capital Equity, 10 decembrie 2007

Fig. 1. Evoluția raportului active tangibile/active intangibile pentru cele mai mari 500 de companii din lume

Un factor important care determină companiile să investească în intangibile este dorința acestora de a reduce gradul de nesiguranță al afacerilor pe care le derulează și, de asemenea, de a menține și câștiga avantaje legate de cerere sau de costuri în raport cu concurența. Este vorba despre faptul că, în general orice avantaj

² Marion, A., *Problematique financiere de l'investissement immateriel*, Analyse Financiere 1^{er} trimestre: 72-83.

³ Nakamura, L., *What Is the U.S. Gross Investment in Intangibles? (At Least) One trillion Dollars a Year!*, Working Paper: Reserve Bank of philadelphia, 2001.

generat de capitalul standard, tangibil, este ușor de imitat de către concurenți.⁴ În același timp, investițiile pe care companiile le fac în intangibile, rezultatele acestora, sunt specifice (de exemplu: competențele și abilitățile resurselor umane, cultura organizațională, credibilitatea, renumele, relațiile care se creează cu clienții etc.) și foarte greu, aproape imposibil de imitat. Deci, intangibilele devin o cale importantă pentru a obține avantaj competitiv și de a ajuta companiile să facă față modificărilor rapide care au loc pe piață.

În ceea ce privește identificarea și clasificarea activelor intangibile, literatura de specialitate oferă mai multe modele, astfel:

↳ **Clasificarea bazată pe opinia OCDE** prezentată în „Ghidul de tarife și transfer pentru întreprinderile multinaționale și administrații fiscale” al OCDE din 1995 structurează proprietatea nematerială în:

- active intangibile tehnologice – care contribuie la capacitatea companiei de a produce bunuri sau a oferi servicii;
- active intangibile de marketing – care contribuie la relaționarea organizației cu mediul ambiant (piața).

↳ Clasificarea ce are la bază **punctul de vedere al evaluatorilor** clasifică activele intangibile după criteriul cauzei care le determină. Conform acestei clasificări se disting patru grupe de active intangibile:

- drepturi și/sau avantaje determinate de contracte;
- relațiile (cu clienții, cu salariații, cu furnizorii etc.);
- proprietatea intelectuală;
- goodwill-ul (GW) și valoarea de exploatare continuă.

↳ **Criteriul mixt identificabilitate-deținător** este utilizat pentru a evidenția modul de repartizare a valorii suplimentare a afacerii determinată de existența activelor intangibile. Având în vedere acest criteriu pot exista:

- active nemateriale neidentificabile ale afacerii (GW afacerii);
- active nemateriale neidentificabile ale persoanei (GW personal);
- active nemateriale identificabile ale afacerii.

Făcând o analiză a categoriilor precedente rezultă câteva tipuri de active necorporale care sunt atașate conceptului de echipă managerială: îndemânarea, abilitatea specifică, inclusiv cunoștințele tehnice, abilitatea financiară, abilitatea generală a angajaților, managerilor și acționarilor în domenii, precum relațiile cu clienții, cu salariații, gestiunea întreprinderii.

Pornind de la această observație, autorul propune un model util managerilor organizațiilor bazate pe cunoaștere în modelarea funcției managementului ca activ intangibil și în identificarea posibilităților de optimizare a acesteia.

Modelul propus pentru optimizarea componentelor managementului ca activ intangibil (obiective și strategii) este modelul de programare liniară (PL). Se știe că orice model (PL) constă din două părți: funcția obiectiv și sistemul de restricții. Ca atare, în cele ce urmează se are în vedere să se formuleze, adecvat la cazul optimizării componentelor managementului, aceste două părți.

⁴ Webster, E., *The Economics of Intangible Investments*, Editura Edward Elgar, United Kingdom, 1999.

Funcția obiectiv Y este o funcție de corelație între valoarea adăugată la capitalul tangibil al firmei și indicatorii funcționării ei, de forma:

$$Y = \theta_0 + \sum_j \theta_j X_j, \quad (j = \overline{1, n}),$$

în care θ_0 este coeficientul de corelație general, θ_j – coeficienții parțiali de corelație și X_j – nivelurile indicatorilor firmei. Această relație poate fi maximizată creând o problemă (PL) în care există o funcție obiectiv:

$$\max(Y - \theta_0) = \sum_j \theta_j X_j, \quad (j = \overline{1, n})$$

care trebuie maximizată în condițiile unui sistem de restricții de forma:

$$\min X_j \leq X_j \leq \max X_j, \quad (j = \overline{1, n})$$

și a restricțiilor de nenegativitate:

$$X_j \geq 0$$

Pot exista două modele PL pentru optimizarea componentelor managementului care se deosebesc prin valoarea funcției $Y=Y_1$, referitoare la diferența valorii de piață a firmei și valorii contabile a capitalului social, valabil în cazul societăților pe acțiuni care cotează la bursă, și $Y=Y_2$ – referitoare la diferența de cash-flow, între cash-flow-ul actualizat, realizat la finele anului și cash-flow-ul proiectat la începutul anului, pentru firmele care nu cotează la bursă. Vor fi, de asemenea, diferiți coeficienți θ_0 și θ_j aferenți celor două modele.

Întrucât sarcina celor două modele este aceeași, de a identifica nivelele indicatorilor X care aduc cea mai mare contribuție la creșterea performanței firmei pe seama managementului ca activ intangibil și, bineînțeles, de a fixa strategiile optime prin care obiectivele se pot transpune în practică, pentru verificarea aplicabilității modelului s-a apelat la situația concretă a unei firme cotate la bursă. În mod concret, aplicarea modelului conceput de autor s-a derulat pe baza informațiilor oferite de către o societate comercială cotată la BVB din 1999.

Pornind de la datele furnizate de către societatea analizată, rezultă tabloul indicatorilor introduși în analiză, similar tabloului din „Monitorul Activelor Intangibile” propus de Erik Sveiby.

Derularea algoritmului de calcul

Datele de intrare în algoritm sunt indicatorii din IAM ce au putut fi calculați pe baza informațiilor furnizate de către societate. În aplicarea analizei privind influența indicatorilor asupra valorii managementului a rezultat observația că nu toți indicatorii sunt independenți, astfel încât trebuie făcută o selecție a acestora pentru a nu se produce redundanța lor în cadrul aceleiași funcții de regresie, fapt ce ar putea denatura rezultatul final al corelației multiple.

Pasul 1. Formarea celor C_n^m planuri de obiective

Combinarea indicatorilor s-a făcut astfel încât în fiecare combinație să existe un indicator din fiecare categorie.

Pentru a realiza combinațiile, cei trei indicatori din fiecare categorie au fost notați cu: A, B, C – indicatorii de structură externă (creșterea veniturilor, venituri/client, indicele de mulțumire a clienților etc.); D, E, F – indicatorii de structură internă (venituri din produse noi, ponderea personalului administrativ, rata începătorilor etc.); G, H, I – indicatorii competenței (experiența profesională în medie, vârsta medie a angajaților, vechimea experților etc.).

Pasul 2. Calculul funcțiilor de regresie multiplă $\hat{Y}_f (f = 1, 2, \dots, C_n^m)$, unde $C_n^m = 27$

După realizarea combinațiilor convenabile a indicatorilor de la pasul 1 se trece la aplicarea analizei de regresie pentru determinarea funcțiilor obiectiv. Se vor introduce pentru fiecare funcție de regresie următoarele date:

➤ **Intrările Y** – vectorul valorii de piață a managementului obținută prin capitalizare bursieră.

➤ **Ieșirile X** – matricea variabilelor independente reprezentând indicatorii aleși.

Selecția funcțiilor de regresie s-a făcut în funcție de coeficientul de corelație multiplă R și de testul de semnificație F. Funcțiile de regresie care au un coeficient de corelație multiplă egal sau peste 0,95 au fost considerate reprezentative, legătura între variabilele independente și cea dependentă este foarte puternică, eroarea de predicție a regresiei fiind sub 5%, celelalte combinații fiind nesemnificative pentru cazul studiat.

Astfel, din cele 27 de combinații au rămas în calculul de optimizare și post-optimizare numai 4, respectiv combinațiile cu numerele de ordine 4, 5, 19 și 25.

Indicatorii ce se află în cea mai strânsă legătură cu variabila dependentă ce descrie valoarea managementului sunt:

➤ din categoria structurii externe: A – creșterea veniturilor firmei (%), C – indicele de mulțumire al clienților (note);

➤ din categoria structurii interne: D – Cheltuieli C&D/Venituri (%), E – Venituri per personal administrativ, F – Rotația personalului adm. (%);

➤ din categoria competenței personalului: G – Experiența profesională medie (ani), H – Valoarea adăugată marginală (%).

Pasul 3. Se modelează PL_f și rezultă $\max \hat{Y}_f$

Modelarea sistemului pe baza programării liniare are în vedere optimizarea funcției obiectiv rezultate din cele 4 combinații cu corelații admisibile.

Modelarea s-a realizat plecând de la coeficienții funcției de regresie ce s-au transformat astfel în coeficienții funcției obiectiv. Restricțiile au fost limitate de managementul firmei la obținerea cel puțin a rezultatelor indicatorilor în limitele anilor precedenți; restricția privitoare la resurse, se referă la limitarea investițiilor totale la suma de 150 miliarde ROL (cca. 4,2 milioane EURO).

Cele 4 sisteme de programare liniară sunt următoarele:

➤ **Combiñația 4**

4	x_1	x_2	x_3			
An	Creșterea veniturilor	Venituri pe persoană adm.	Experiența profesională în medie	Y mil. ROL	Y previzionat mil. ROL	Y optimizat mil. ROL
	%	mil. ROL	ani			
1999	0,0%	455,4	27,0	-169.508,96	-94.511,20	
2000	41,7%	751,2	27,0	-170.631,94	-194.834,12	
2001	76,1%	1324,8	27,0	-289.536,68	-306.236,82	
2002	0,0%	1528,9	27,0	-70.814,77	-187.982,73	
2003	19,3%	1769,7	26,5	-622.288,71	-621.103,11	
2004	27,7%	2230,1	27,0	-379.206,11	-298.504,78	
2005	20,6%	2713,2	27,5	48.643,45	49.829,06	
2006	20,0%	3000,0	28,0		403.572,12	1.948.256,25

Funcția obiectiv:

$$[\max](Y + 20.450.342,90) = -178.699,91x_1 - 87,07x_2 + 755.388,33x_3$$

Sistemul de restricții: $x_1 \geq 0,15$

$$x_1 \leq 0,25$$

$$x_2 \geq 2.713,2$$

$$x_2 \leq 3.500,0$$

$$x_3 \geq 27,5$$

$$x_3 \leq 30,0$$

$$5.000x_1 + 50x_2 + 100x_3 \leq 150.000$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

Se cere să se determine prin programare liniară, soluția acestui model în care necunoscutele sunt: x_1 – creșterea veniturilor firmei, (%); x_2 – venituri per persoană administrativă (mil. ROL); x_3 – experiența profesională medie (ani). Soluția căutată trebuie să maximizeze funcția obiectiv $\max(Y + 20.450.342,90)$, exprimată în milioane ROL.

➤ **Combinția 5**

5	x_1	x_2	x_3			
An	Creșterea veniturilor	Venituri pe persoană adm.	Valoarea marginală adăugată	Y mil. ROL	Y previzionat mil. ROL	Y optimizat mil. ROL
	%	mil. ROL	%			
1999	0,00	455,4	0,04	-169.508,96	-160.335,24	
2000	0,42	751,2	0,04	-170.631,94	-279.045,99	
2001	0,76	1.324,8	0,05	-289.536,68	-219.391,50	
2002	0,00	1.528,9	0,09	-70.814,77	-10.453,48	
2003	0,19	1.769,7	0,16	-622.288,71	-588.505,53	
2004	0,28	2.230,1	0,16	-379.206,11	-397.329,05	
2005	0,21	2.713,2	0,15	48.643,45	1.717,07	
2006	0,20	3.000,0	0,20		-255.597,83	147.551,87

Funcția obiectiv:

$$[\max](Y + 115.540,23) = -536.350,29x_1 + 502,92x_2 - 7.707.693,91x_3$$

Sistemul de restricții: $x_1 \geq 0,15$

$$x_1 \leq 0,25$$

$$x_2 \geq 2.713,2$$

$$x_2 \leq 3.500$$

$$x_3 \geq 0,15$$

$$x_3 \leq 0,25$$

$$5.000x_1 + 50x_2 + 1.000x_3 \leq 150.000$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

Se cere să se determine, prin programare liniară, soluția acestui model în care necunoscutele sunt: x_1 – creșterea veniturilor firmei, (%); x_2 – venituri per persoană adm. (mil. ROL); x_3 – valoarea adăugată marginală (%).

Soluția căutăată trebuie să maximizeze funcția obiectiv

$$\max(Y + 115.540,23), \text{ exprimată în milioane ROL.}$$

➤ **Combi-nația 19**

19	x_1	x_2	x_3			
An	Indicele de mulțumire al clienților	C&D/Venituri	Experiența profesională în medie	Y	Y previzionat	Y optimizat
	note	%	ani	mil. ROL	mil. ROL	mil. ROL
1999	3,0	1,1%	27,0	-169.508,96	-122.673,39	
2000	3,0	9,7%	27,0	-170.631,94	-220.600,67	
2001	3,0	13,1%	27,0	-289.536,68	-258.666,09	
2002	3,0	2,1%	27,0	-70.814,77	-134.966,16	
2003	3,5	5,3%	26,5	-622.288,71	-658.702,68	
2004	3,5	4,9%	27,0	-379.206,11	-269.964,22	
2005	4,0	4,8%	27,5	48.643,45	12.229,49	
2006	4,5	8,0%	28,0		256.093,16	1.943.158,18

Funcția obiectiv:

$$[\max](Y + 20.248.997,13) = -207.782,70x_1 - 1.131.748,34x_2 + 768.951,87x_3$$

Sistemul de restricții: $x_1 \geq 4$

$$x_1 \leq 5$$

$$x_2 \geq 4$$

$$x_2 \leq 10$$

$$x_3 \geq 27,5$$

$$x_3 \leq 30,0$$

$$1.000x_1 + 12.738x_2 + 100x_3 \leq 150.000$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

Se cere să se determine prin programare liniară, soluția acestui model în care necunoscutele sunt: x_1 – indicele de mulțumire al clienților, (notă); x_2 – cheltuieli C&D/venituri (%); x_3 – experiența profesională medie (ani).

Soluția căutată trebuie să maximizeze funcția obiectiv $\max(Y + 20.248.997,13)$, exprimată în milioane ROL.

➤ **Combiñația 25**

25	x_1	x_2	x_3			
An	Indicele de mulțumire al clienților	Rotația pers. adm.	Experiența profesională în medie	Y mil. ROL	Y previzionat mil. ROL	Y optimizat mil. ROL
	note	%	ani			
1999	3,0	2,0%	27,0	-169.508,96	-175.123,09	
2000	3,0	2,0%	27,0	-170.631,94	-175.123,09	
2001	3,0	2,0%	27,0	-289.536,68	-175.123,09	
2002	3,0	2,0%	27,0	-70.814,77	-175.123,09	
2003	3,5	1,0%	26,5	-622.288,71	-622.288,71	
2004	3,5	2,0%	27,0	-379.206,11	-379.206,11	
2005	4,0	1,0%	27,5	48.643,45	48.643,45	
2006	4,5	0,2%	28,0		447.329,26	486.356,54

Funcția obiectiv:

$$[\max](Y + 22.187.184,96) = -408.166,04x_1 - 19.442.498,59x_2 + 875.015,18x_3$$

Sistemul de restricții: $x_1 \geq 4$

$$x_1 \leq 5$$

$$x_2 \geq 1$$

$$x_2 \leq 2$$

$$x_3 \geq 27,5$$

$$x_3 \leq 30,0$$

$$1.000x_1 + 50x_2 + 100x_3 \leq 150.000$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

Se cere să se determine, prin programare liniară, soluția acestui model în care necunoscutele sunt: x_1 – indicele de mulțumire al clienților, (notă); x_2 – rotația personalului administrativ (%); x_3 – experiența profesională medie (ani).

Soluția căutată trebuie să maximizeze funcția obiectiv $\max(Y + 22.187.184,96)$, exprimată în milioane ROL.

Pasul 4. Se rezolvă PL_f și rezultă max \hat{Y}_f

Soluțiile rezultate în urma rezolvării problemei PL, precum și a post-optimizărilor acesteia sunt obținute cu ajutorul funcției EXCEL 10 incluse la cerere și utilizarea comenzii SOLVER, din programul Matlab. Rapoartele de rezolvare

sunt prezentate sub trei forme: una prezintă soluțiile PL, alta prezintă analiza de sensibilitate, iar cea de-a treia prezintă raportul limitelor de variație.

Pasul 5. Se calculează $\Delta\hat{Y}_f = \max \hat{Y}_f - \hat{Y}_f$ și eficiența optimizării valorii managementului ε_{\min} și ε_{\max}

Problema determinării eficienței soluției optimizate față de soluția neoptimizată a fost tratată numai pentru variantele ce au respectat condițiile impuse de corelație, a funcției de regresie.

În combinația 4 se observă că x_1 – creșterea veniturilor și x_2 – venituri per persoană administrativă sunt la limita inferioară a restricției, în timp ce x_3 – experiența profesională medie este la limita superioară a restricției.

Diferența între Y optimizat conform PL (1.948,256,25 ROL) și cel neoptimizat (403.572,12 ROL) este $\Delta Y = 1.544.684,13$ mil. ROL la un consum optim de resurse de 139.410,00 mil. ROL, conduce la o eficiență cuprinsă între 10,81 și 11,35 însemnând că un consum de 1 ROL aduce un câștig de valoare a managementului de peste 10 ori mai mare cu probabilitatea de 95%.

În combinația 5 se observă că x_1 – creșterea veniturilor și x_3 – valoarea adăugată marginală sunt la limita inferioară a restricției, în timp ce x_2 – venituri per persoană administrativă este la o valoare medie a plajei de restricție.

Diferența între Y optimizat conform PL și cel neoptimizat $\Delta Y = 403.149,70$ mil. ROL la un consum optim de resurse de 150.000,00 mil. ROL conduce la o eficiență cuprinsă între 2,45 și 2,93 însemnând că un consum de 1 ROL aduce un câștig de valoare a managementului de aproape 3 ori mai mare.

În combinația 19 se observă că x_1 – indicele de mulțumire al clienților și x_2 – ponderea cheltuielilor C&D în venituri sunt la limita inferioară a restricției, în timp ce x_3 – experiența profesională medie este la o valoare minimă a restricției.

Diferența între Y optimizat conform PL și cel neoptimizat $\Delta Y = 1.687.065,02$ mil. ROL la un consum optim de resurse de 7.509,52 mil. ROL conduce la o eficiență cuprinsă între 219,87 și 229,44 însemnând că un consum de 1 ROL aduce un câștig de valoare a managementului de peste 220 ori mai mare.

În combinația 25 se observă că x_1 – indicele de mulțumire al clienților și x_2 – rotația personalului administrativ sunt la limita inferioară a restricției, în timp ce x_3 – experiența profesională medie este la o valoare maximă a restricției.

Diferența între Y optimizat conform PL și cel neoptimizat $\Delta Y = 39.027,27$ mil. ROL la un consum optim de resurse de 7.005,00 mil. ROL conduce la o eficiență cuprinsă între 0,47 și 10,67 însemnând că un consum de 1 ROL poate aduce un câștig de valoare a managementului de peste 10 ori mai mare, dacă șansele sunt maxime. Firma nu-și va scoate banii într-un an numai dacă șansele sunt minime ($\varepsilon = 0,47$).

Se observă faptul că valoarea maximă a managementului ca activ intangibil de 1.948.256,25 mil. ROL (cca. 55 milioane EURO) se atinge în combinația 4 cu un consum de resurse relativ mare, de 139.410,00 mil. ROL, în timp ce cu un consum de doar 7.509,52 mil. ROL, în combinația 19, se ajunge la o valoare

maximă a managementului de 1.943.158,18 mil. ROL. Deci, întreprinderea trebuie să investească preponderent în indicatorul „experiență profesională medie”.

De asemenea, se observă că în trei din cele patru combinații, respectiv 4, 19 și 25 indicatorul ce se maximizează pentru obținerea optimului este experiența profesională medie.

Practic, se confirmă în trei cazuri din patru că sporirea valorii companiei este decisă de creșterea permanentă a experienței profesionale a angajaților. Concluziile acestui studiu confirmă faptul că investiția cea mai profitabilă este în oameni. Ei sunt fideli firmei, adică nu vin și pleacă frecvent, durata medie de experiență a oamenilor în firmă crescând dacă sunt mai bine plătiți, menajați de pericole și respectați.

Pasul 6. Post-optimizarea „soluției optime” prin aplicarea modelului liniar dual

După modelarea problemei PL, se poate trece la rezolvarea acesteia. În raportul de senzitivitate generat de comanda „SOLVER” din programul EXCEL rezultă atât prețurile umbră⁵ cât și limitele de variație ale coeficienților funcției obiectiv, precum și a termenilor liberi ai restricțiilor (RH Side).

Din punct de vedere al prețurilor umbră se poate trage concluzia că în toate situațiile, mai puțin combinația 5, creșterea cu 1 an a experienței profesionale medii aduce un spor de valoare a funcției obiectiv între 875.015,18 mil. ROL (combinația 25) cu eficiența maximă a optimizării, la 768.951,87 mil. ROL, la combinația 19 și la 755.388,33 mil. ROL, la combinația 4.

Analizând rezultatele obținute prin rezolvarea problemei de programare liniară rezultă că singura variabilă a cărei creștere duce la creșterea valorii firmei este experiența profesională medie, evidențiindu-se astfel, pe un caz concret și în urma unor calcule riguroase, importanța pe care capitalul uman o dobândește în actuala economie a cunoașterii.

BIBLIOGRAFIE

- Deiacu, E.; Hornell, E; Vickery, G., *Technology and Investment: Crucial Issues for the 1990s*, Printer Publishers, London, 1990
- Ipate, Dragoș Mihai, *Evaluarea afacerilor. Elemente fundamentale*, Editura Europolis, Constanța, 2003
- Marion, A., *Problematique financiere de l'investissement immateriel*, Analyse Financiere, 2004, trimestrul I
- Nakamura, L., *What Is the U.S. Gross Investment in Intangibles? (At Least) One Trillion Dollars a Year!*, Working Paper: Reserve Bank of Philadelphia, 2001
- Webster, E., *The Economics of Intangible Investments*, Edward Elgar Publishing Limited, United Kingdom, 1999

⁵ Prețurile umbră exprimă valoarea unitară cu care fiecare resursă a sistemului de restricții contribuie la formarea valorii totale a funcției obiectiv.

CERINȚE ACTUALE PENTRU MANAGEMENTUL ÎNVĂȚĂMÂNTULUI UNIVERSITAR ROMÂNESC

Lector dr. PÂRVU, Iuliana
Facultatea Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea Spiru Haret

Abstract

Nowadays requirements for Romanian higher education management

The European higher education system, as well as the Romanian one, passes through a period in which its reorganization and reestablishment on new principles take place, caused by the exigencies of adapting itself to the challenges raised by the society of knowledge. In order to face these, European countries signed The Bologna Process, having the main objective to create, until 2010, a common Higher Education Area. After eight years from signing the Statement and with three years prior to the term of the assessed completion of the Bologna process, the Romanian higher education system has made important steps for reaching these objectives, but continues to have many problems to solve. This work presents the conclusions of an ample study concerning the factors which influence the human resources work results in the higher education, in the new economic and social context. The conclusions relieved can be a guiding mark for the managers of the higher education institutions in their required efforts in order to redefine and reconsider the human resource matters of the administered organizations.

Key-words: *higher education, Bologna Process, universities' efficiency, students, teachers*

Țările dezvoltate ale lumii evoluează rapid pe coordonatele unor economii în cadrul cărora cunoașterea devine o resursă economică – cea mai eficientă – în producția de bunuri și servicii, dar și o marfă ce poate fi comercializată sub forma rezultatelor cercetării-dezvoltării, informațiilor de piață, consultanței, formării profesionale. În acest context, persoana educată în spiritul creării, înțelegerii și utilizării diferitelor tipuri de cunoștințe devine „arhetipul” social, iar „Școala devine instituția care asigură liantul social, cea care înzestreață cetățenii unei țări cu mijloacele necesare pentru a înțelege, a explica fiabil, pertinent și consistent societatea, precum și cu mijloacele cu care să o edifice, să o consolideze sau să o schimbe. De la a fi aproape în totalitate generatoare de forță de muncă, școlile vor deveni puternic generatoare de capital. În societatea bazată pe cunoștințe, școala

devine responsabilă pentru performanțe și rezultate”.¹ Mai concret decât atât, în societatea și economia bazată pe cunoștințe, pe tehnologiile informației și comunicării, în care din ce în ce mai multe locuri de muncă solicită pregătire academică, universitățile joacă un rol-cheie.

La nivel european, aceste tendințe au fost concretizate prin demararea Procesului Bologna, în iunie 1999, proces ce constă într-o serie de întâlniri periodice ale miniștrilor europeni ai educației în care s-au stabilit o serie de obiective comune pentru sistemele naționale de educație și formare profesională ale statelor membre. Sintetizând angajamentele luate până în prezent în cadrul Procesului Bologna, pot fi evidențiate următoarele cerințe ce se impun universităților europene:

1. *Un cadru de referință comun pentru calificările și diplomele dobândite în cadrul învățământului superior european, având la bază un sistem de credite transferabile.*
2. *Un sistem de certificare a studiilor superioare comparabil și ușor de înțeles.*
3. *Organizarea studiilor universitare pe trei cicluri: Licență, Masterat, Doctorat – LMD.*
4. *Promovarea mobilității studenților, profesorilor, cercetătorilor și personalului administrativ în cadrul SEÎS.*
5. *Asigurarea unei dimensiuni europene a calității învățământului superior.*
6. *Promovarea dimensiunii europene a învățământului superior în ceea ce privește dezvoltarea curriculară și cooperarea inter-instituțională.*
7. *Elaborarea de strategii privind educația permanentă.*
8. *Intensificarea participării organizațiilor studențești la crearea SEÎS.*
9. *Promovarea atractivității ariei europene a învățământului superior către studenții din Europa, dar și din alte părți ale lumii.*
10. *Promovarea unei legături strânse între învățământul superior și cercetare.*

România, în calitate de țară semnatară a documentelor Bologna, s-a angajat, încă de la demararea acestui proces, în anul 1999, să se alăture celorlalte țări europene în efortul comun de creare a unei Arii Europene a Învățământului Superior și a Cercetării. Cu toate acestea, deși unele realizări nu pot fi negate, statisticile europene referitoare la învățământul superior tind să plaseze România pe ultimele locuri între țările angrenate în acest proces. Astfel, în ansamblul său, sistemul educațional actual are mari probleme de eficiență, echitate, calitate și relevanță pentru economia cunoașterii².

Întrucât problema eficienței revine în mod obișnuit spre rezolvare managerilor și soluționarea dificultăților cu care se confruntă învățământul superior românesc este în sarcina managerilor din sistem. În mod concret, conceptul de

¹ Drucker, Peter, *Societatea postcapitalistă*, Editura Image, București, 1999, p. 155.

² Raportul Comisiei Prezidențiale pentru analiza și elaborarea politicilor din domeniul educației și cercetării, *România educației, România cercetării*, 06 iulie 2007.

management educațional se aplică la trei niveluri de analiză: la nivel macro, de conducere globală a educației unei țări, la nivel intermediar – de conducere a unei instituții de învățământ și la nivel micro, adică la nivelul grupului de elevi/studenti. De asemenea, eficiența așteptată în acest domeniu are o triplă determinare:

- **eficiența socială** – se referă la responsabilitatea pe care școala în ansamblul său o are față de societate – deoarece societatea se implică inclusiv material în susținerea funcționării instituțiilor de învățământ. Din acest considerent, școala trebuie să ofere societății absolvenți apti de a se integra pe piața muncii, utili și adaptabili din punct de vedere profesional, cu un grad de cultură ridicat și un nivel de civilizație;

- **eficiența economică** – se bazează pe ideea că instituțiile de învățământ, în special cele de învățământ superior, funcționează într-un mediu concurențial în care trebuie să-și pună problema atragerii de „clienți” și a desfășurării activității într-o manieră rațională din punct de vedere economic;

- **eficiența pedagogică** – se referă la faptul că într-o anumită perioadă de timp și având la bază o cantitate dată de resurse umane, materiale, financiare, informaționale, trebuie asigurată o anumită înnobilitate, îmbogățire intelectuală a elevilor/studentilor exprimată în termeni precum nivel de cunoștințe, comportamentul elevului, succes școlar, promovabilitate etc.

Practic, universităților li se cere acum să îmbine într-un mod armonios și eficient următoarele obligații ce le revin:

* *Să funcționeze pentru formarea profesională a studenților* – este vorba despre organizarea universităților bazându-se prioritar pe necesitățile individuale ale cursantului, și nu pe interesele profesorului sau ale instituției. Din această perspectivă, universitățile trebuie să îi înzestreze pe absolvenți cu abilitățile necesare ocupării unui loc de muncă în contextul noilor condiții și cerințe economico-sociale. De asemenea, să le ofere acestora posibilitatea de a studia în mod permanent, de-a lungul întregii vieți, oferindu-i studentului oportunitatea de a decide ce, când, unde și cum să învețe și transformându-l pe profesor din sursă de cunoștințe în ghid, îndrumător, moderator al procesului de instruire. Se impune totodată ca măsurile de ordin social să nu fie neglijate, iar studenților proveniți din medii economico-sociale defavorizate să li se acorde șansa de a studia la nivel universitar. Toate aceste cerințe decurg din nevoia socială manifestată în prezent de a avea o cât mai mare bază de selecție pentru specialiști capabili să inoveze, să creeze, să aducă un plus de cunoaștere în domeniile lor de interes și din facilitățile oferite de tehnologiile informației care permit instruirea la distanță și implementarea unor noi programe și metode de instruire. Raportarea la om în educația universitară nu înseamnă însă a nu acorda atenție științei, cercetării, ci presupune ca știința și tehnica promovate în universități să fie uneltele ale omului, să-l slujească pe acesta, să-i asigure creșterea neîncetată a calității condițiilor sale de viață, punerea în valoare a forțelor sale creatoare.

* *Să funcționeze pentru știință* – această perspectivă indică faptul că menirea universității trebuie să fie cercetarea pentru a spori capitalul științei. Activitatea de cercetare științifică a fost instituită ca funcție în majoritatea universităților din

lume, alături de funcția de formare. Cercetarea a devenit deja o funcție centrală a universităților, mai întâi a celor de elită, apoi a celorlalte. În calitate de componente ale sistemelor naționale de inovație, instituțiile de învățământ superior au un rol bine definit în industria cunoașterii. „Dacă cunoașterea este electricitatea noii economii, atunci instituțiile de învățământ superior sunt sursele de curent pe care trebuie să se bazeze noul proces de dezvoltare”³. În vederea asumării unui asemenea rol, „universitatea se îndepărtează de ceea ce a fost ea la origini, sanctuar despărțit de lumea ce-l înconjoară, și devine parte a sistemului național de inovație: ea nu mai este doar o forță morală sau culturală, ci devine mai degrabă un incubator de noi industrii într-o economie dominată de tehnologie”⁴.

* *Să funcționeze pentru societate* – este vorba despre faptul că dezvoltarea competitivă a unei societăți nu depinde numai de nivelul științei și tehnicii, de cunoștințele asimilate și utilizate de membrii acesteia, ci și de calitatea societății în ansamblu, de dezvoltarea culturală a membrilor ei. „Cultura este probabil cel mai important element determinant al unei combinații între succesul economic de lungă durată și coeziunea socială în societatea cunoașterii, iar îmbrățișarea noii tehnologii a predării și învățării este o cerință prealabilă a succesului național și cultural – și, în același timp, a competitivității economice”⁵. În acest context, studentul se consideră a fi individ social, înainte de a fi o individualitate autonomă și drept urmare „tot ce este favorabil dezvoltării economice și culturale a societății, trebuie să fie misiunea universității și studenților”⁶. Ținând cont de acest obiectiv al universității poate fi evitat pericolul instaurării scientismului universitar, care absolutizând informaționalul, să nu mai ia în considerare aspecte cum ar fi cel etic, cel estetic, cel umanist etc.

* *Să funcționeze pentru propriile interese* – în condițiile în care învățământul universitar s-a transformat într-un învățământ de masă iar numărul universităților, finanțate atât de la bugetul de stat cât mai ales din surse private, este în continuă creștere, se pune problema supraviețuirii pe piața serviciilor educaționale. Practic, instituțiile de învățământ superior trebuie să se orienteze către piață implementând în modul lor de organizare și funcționare principii economice folosite de orice entitate economico-socială cu scop lucrativ. Discipline precum managementul educațional, marketingul educațional se conturează ca domenii autonome de studiu și interes, utile pentru a furniza instrumentele necesare utilizării eficiente a resurselor (materiale, financiare, umane) pe care instituțiile de învățământ le au la dispoziție.

³ Castells, Manuel, *The University System: Engine of Development in the New World Economy* în vol. „Revitizing Higher Education”, Edited by Jamie Salmi and Adriaan M. Verspoor, Editura Pergamon, 1994.

⁴ David, Peter, *The Knowledge Factory*, „The Economist”, 4 Octombrie 1997.

⁵ Sabău, L., Gabriela, *Societatea cunoașterii – o perspectivă românească*, Editura Economică, București, 2001, p. 52.

⁶ Vințanu, Nicolae, *Educația universitară*, Editura Aramis Print, București, 2001, p. 23.

Din dorința de a identifica în mod concret problemele existente în învățământul superior românesc, am derulat un studiu complex asupra factorilor care afectează eficiența muncii cadrelor didactice și studenților.

Pentru culegerea informațiilor necesare, am recurs la un set de metode specifice, după cum urmează:

1. Studiul unor acte normative și a unor documente referitoare la activitatea din învățământul superior:

- sistemul legislativ românesc privind învățământul superior;
- documentele semnate de către miniștrii europeni ai învățământului în cadrul Procesului Bologna;
- documente și informații făcute publice de către instituțiile de învățământ superior: planuri de învățământ, programe de studiu;
- documente ale unor organizații europene cu preocupări privind învățământul superior: EUA (*European University Association*), ESU – fostul ESIB (*The European Students' Union*), EURASHE (*European Association of Institutions in Higher Education*), ENQA (*European Association for Quality Assurance in Higher Education*).

2. Date statistice furnizate de către organisme specializate de la nivel european și național.

3. Discuții focalizate pe ariile de interes ale cercetării purtate cu diferite persoane implicate în sistemul de învățământ superior (studenți și cadre didactice aflate pe diferite niveluri ierarhice).

4. Chestionarul (anexat).

Chestionarul a cuprins două seturi de întrebări, unul adresat cadrelor didactice, celălalt studenților.

Chestionarul a fost aplicat unui număr de 377 de studenți și 263 de cadre didactice din universitățile de stat și particulare din Constanța – Universitatea „Ovidius”, Universitatea Maritimă Constanța, Academia Navală Mircea cel Bătrân, Universitatea *Spiru Haret*, Universitatea „Andrei Șaguna”, Universitatea „Dimitrie Cantemir” – și de la Universitatea Tehnică de Construcții din București. Respondenții au fost aleși astfel încât să provină dintr-un număr variat de specializări: finanțe-bănci, contabilitate, management, drept, administrație publică, educație fizică și sport, navigație și transport maritim, mașini și instalații navale, management portuar, limbi străine, științe politice, matematică, informatică, utilaj tehnologic.

În alegerea respondenților, am considerat a fi un aspect foarte important „împrăștierea” cât mai echilibrată a acestora pe vârste, sexe, vechime în muncă, și în învățământul superior, respectiv anii de studiu, specializări, precum și pe tipuri de universități (de stat sau particulare). În ceea ce privește apartenența respondenților la mai multe centre universitare, constrângerile de timp și mai ales financiare au împiedicat atragerea în sondaj a universităților din alte orașe. Consider că acest fapt nu afectează utilitatea concluziilor lucrării deoarece, pe de o parte, rezultatele obținute în urma aplicării chestionarului, atunci când a fost posibil, au fost susținute și de informațiile obținute din datele făcute publice de

către diferite universități din țară și de sursele statistice, iar, pe de altă parte, scopul a fost acela de a oferi un instrument de identificare a cauzelor ce pot afecta eficiența muncii în învățământul superior pe care fiecare instituție îl poate adapta și aplica unor cazuri particulare, precum și elaborarea unei analize critice care să permită elaborarea unor soluții de perfecționare a organizării muncii în învățământul superior ce pot fi integrate în activitatea managerilor educaționali în cazul în care se confruntă cu disfuncționalitățile semnalate.

Rezultatele obținute în urma aplicării chestionarului studenților și cadrelor didactice pot fi sintetizate în trei categorii principale:

- 1) aspecte caracteristice procesului de predare-învățare-examinare;
- 2) aspecte caracteristice procesului de cercetare-învățare;
- 3) alte aspecte caracteristice muncii în învățământul superior (motivații, aptitudini, relații colegiale, relații cadru didactic – student etc.).

Sinteza răspunsurilor obținute permite formularea următoarelor concluzii:

1. Aspecte caracteristice procesului de predare-învățare-examinare:

➤ O parte importantă a cadrelor didactice aleg să preia două norme didactice pentru un nivel decent al salariului sacrificând astfel timpul liber și/sau calitatea activității didactice și de cercetare pe care trebuie să o desfășoare.

➤ Sistemul ECTS (*European Credit Transfer and Accumulation System*) este implementat defectuos.

➤ Cadrele didactice nu sunt satisfăcute de nivelul cunoștințelor fundamentale cu care studenții intră în universitate, de capacitatea de a se exprima și de a comunica a studenților, precum și de întreaga atitudine a acestora de-a lungul proceselor de predare – învățare.

➤ O proporție importantă a cadrelor didactice nu au asimilat instrumentele pe care tehnologia modernă le pune la dispoziție pentru a facilita comunicarea cadru didactic – student.

➤ Metodele de predare care determină intervenția creativă, personală a studentului au o pondere relativ redusă.

➤ O proporție importantă a studenților nu au o imagine clară asupra obiectivelor tuturor cursurilor studiate, învață numai în timpul sesiunii și folosesc ca material bibliografic numai cursul și cartea cadrului didactic.

➤ Studenții apreciază la cadrele didactice capacitatea relațională ridicată a acestora și măsura în care profesorii folosesc metode de predare eficiente, dar consideră că mai puțin de jumătate dintre cadrele didactice sunt dispuse să converseze informal.

➤ Studenții învață, în primul rând, pentru a-și găsi un loc de muncă, iar o proporție relativ importantă dintre aceștia nu găsesc nicio motivație pentru care să învețe.

➤ Se observă o tendință de creștere a proporției formelor de examinare rapidă precum examinarea scrisă, pe bază de întrebări deschise, sau cea scrisă, pe baza întrebărilor tip grilă, în defavoarea examinării orale, pe bază de subiecte sau

proiecte; de asemenea, se constată faptul că examinarea studenților, în multe cazuri, se concentrează exclusiv în timpul sesiunii.

2. Aspecte caracteristice procesului de cercetare-învățare:

➤ Cadrele didactice își asumă, în mod individual, întregul efort pe care îl implică activitatea de cercetare nu numai pe cel al creației științifice. Este vorba despre probleme de natură organizatorică, negocierea contractelor de cercetare, elaborarea formalităților necesare promovării rezultatelor cercetării etc.

➤ Cadrele didactice au o atitudine echilibrată față de rezultatele cantitative și calitative pe care le-au obținut în munca de cercetare, atitudine care le oferă, în același timp, satisfacția unor realizări importante și motivația continuării activității.

➤ O parte importantă dintre cerințele impuse cercetării la nivel național sunt considerate greu de realizat de către cadrele didactice ca urmare a unor cauze ce țin de factori externi.

➤ Există resorturile prin care studenții ar putea fi atrași în munca de cercetare, acestea fiind, în principal, dorința multora dintre ei de a-și continua studiile, cel puțin la nivel de masterat, și convingerea că prin cercetare le este mai ușor să învețe conceptele predate, cu toate acestea, mai mult de jumătate dintre studenți nu sunt și nu au fost implicați într-o activitate de cercetare.

➤ Deși nu este încă rezolvată problema accesului la bibliografia și tehnologiile informației necesare desfășurării unei munci de cercetare calitativ ridicate, universitățile sunt preocupate de îmbunătățirea acestui aspect.

➤ Cea mai mare parte a studenților se autoevaluează ca fiind buni și foarte buni în ceea ce privește utilizarea computerului și a unei limbi străine de circulație europeană ca instrumente în munca de cercetare și doar o treime dintre ei consideră că ar putea folosi cu ușurință instrumentele puse la dispoziție muncii de cercetare de către matematică și statistică.

3. Aspecte caracteristice relațiilor organizaționale din învățământul superior

Cadre didactice

➤ În activitatea desfășurată, cadrele didactice sunt motivate în principal de aprecierea pe care o primesc din partea studenților și a mediului științific, în timp ce nivelul recompenselor materiale se află pe ultimul loc între factorii motivați, ceea ce face ca o mare parte a cadrelor didactice să ia în considerație posibilitatea renunțării la ocupația actuală în următorii ani.

➤ În general, stilul de management practicat în cadrul universităților este unul participativ, stimulatив care nu solicită inutil cadrele didactice fără funcții de conducere.

➤ În general, cadrele didactice muncesc într-un ambient relațional plăcut, relațiile colegiale fiind apreciate ca unele de colaborare și de susținere.

➤ Cea mai mare parte a cadrelor didactice sunt satisfăcute de statul social pe care îl oferă profesia și nu intenționează ca în următorii ani să renunțe la aceasta.

➤ Noile abordări ale învățământului superior, concretizate pe de o parte în introducerea indicatorilor de măsurare a calității, iar pe de altă parte în modificările ce se prevăd a fi aduse legii învățământului nu sunt cunoscute foarte bine de cadrele didactice.

➤ Cadrele didactice consumă o parte importantă din timpul de muncă acasă, fapt care prezintă unele avantaje, dar care, în același timp, duce la reducerea unei părți importante din timpul care ar trebui să fie liber, la orientarea preocupărilor extraprofesionale spre zona de interes profesională sau chiar la vicierea relațiilor cu familia, cu prietenii.

Studentii

➤ Principalul criteriu pe care studenții îl au în alegerea universității este modalitatea de admitere, pe locul secund situându-se prestigiul instituției. În ceea ce privește alegerea specializării, primează succesul pe care ei îl atribuie acesteia pe piața muncii.

➤ Numai o treime dintre studenți aleg să studieze pentru că „le place”, iar la admitere, de regulă, studenții nu sunt orientați potrivit aptitudinilor.

➤ Cea mai mare parte a studenților dorește să muncească în mediul privat, dar mai puțin de jumătate dintre ei au încredere că își vor găsi un loc de muncă în concordanță cu specializarea absolvită, în primul an după absolvire.

➤ De regulă, studenții nu desfășoară împreună alte activități decât cele legate strict de activitatea didactică.

➤ Studenții nu sunt informați asupra faptului că interesele lor sunt reprezentate în forurile de conducere ale universității/facultății.

➤ Asemănător percepției pe care cadrele didactice o au asupra relației cadru didactic – student și studenții consideră că această relație este una neutră.

Concluziile constau în evidențierea principalelor cauze care afectează eficiența muncii în învățământul superior:

- 1) alocarea timpului pentru învățare după criterii aleatoare;
- 2) exprimarea neclară a obiectivelor învățării;
- 3) neintegrarea activității de examinare în procesul de predare-învățare;
- 4) slaba comunicare între cadrele didactice și studenți;
- 5) încărcarea cercetătorilor și cu sarcini de natură administrativă, conexe procesului creativ;
- 6) existența unor obiective apreciate ca nerealiste în ceea ce privește nivelul performanțelor ce trebuie atinse de cadrele didactice în munca de cercetare;
- 7) neimplicarea studenților în activitatea de cercetare;
- 8) neconcordanța între așteptările pe care studenții le au pe parcursul anilor de studiu și rezultatele obținute în confruntarea cu piața muncii;
- 9) lipsa practicilor de selectare a studenților potrivit aptitudinilor acestora;
- 10) studenții nu sunt percepuți și nu se autopercep ca parteneri ai instituției de învățământ superior în care învață;

11) lipsa unei aprecieri raționale a timpului de care au nevoie cadrele didactice pentru a face față provocărilor impuse de contextul socio-economic actual.

Considerațiile făcute evidențiază faptul că dincolo de acțiunile pe care managerii educaționali le pot împrumuta din practica mediului de afaceri (strategii de marketing, calcule de eficiență etc.) în scopul îmbunătățirii eficienței sistemelor pe care le conduc, esențială este capacitatea acestora de a-i determina, prin diferite mijloace, atât pe profesori cât și pe studenți, să muncească și să interacționeze. Este evident faptul că se vorbește aici despre munca intelectuală a studenților și profesorilor concretizată în activitățile de predare, învățare, cercetare, studiu individual și în capacitatea de a transmite, de a comunica rezultatele acestei munci. Practic, a munci în învățământ, ca student sau ca profesor, înseamnă, în cea mai mare parte a gândii. În timpul procesului de gândire noile cunoștințe se conectează cu ceea ce se știa dinainte, se fac legături între fenomene, se separă ceea ce este relevant de ceea ce este irelevant, se separă abstractul de concret, sunt interpretate într-o manieră proprie informații provenite dintr-o mulțime de surse, se construiește o perspectivă personală asupra celor învățate.

În plus, la tot ceea ce este specific în mod tradițional muncii din învățământul universitar, acum se adaugă noi provocări. Toți cei implicați în procesul instructiv-educativ desfășurat în universități, indiferent de vechimea în muncă și de experiența lor, se întâlnesc cu situații noi: creșterea într-un ritm rapid a numărului de studenți, diversificarea structurii acestora și modificarea așteptărilor studenților, ei având o „orientare spre piață” mult mai accentuată decât în deceniile trecute, reducerea sau chiar eliminarea susținerii bugetare a universităților și necesitatea ca acestea să își demonstreze utilitatea prin capacitatea de a atrage fonduri, cerințe din ce în ce mai mari în ceea ce privește calitatea rezultatelor cercetării și ritmul producerii lor, necesitatea integrării în procesul educațional a noilor tehnologii ale informației, obligativitatea alinierii la standarde impuse la nivel european care uneori vin în contradicție cu „obiceiurile” naționale, internaționalizarea universităților ceea ce impune capacitatea de a lucra cu oameni proveniți din diferite culturi, întărirea responsabilității sociale a universităților și necesitatea colaborării lor strânse cu piața muncii.

În contextul în care odată cu întâlnirea miniștrilor europeni ai educației de la Londra, din mai 2007, s-a afirmat importanța elaborării unor indicatori comparabili și de încredere pentru măsurarea progresului realizării obiectivelor Procesului Bologna de către țările europene, în funcție de care Grupul Bologna urmează să realizeze o evaluare continuă a țărilor până la următoarea întâlnire, din anul 2009, se poate aprecia că acesta este un semnal asupra faptului că vremea în care era suficient „a se afirma importanța”, „a se evidenția necesitatea” luării unor măsuri de îmbunătățire a sistemelor de învățământ superior, precum și a elaborării cadrului legislativ a trecut, lăsând loc momentului în care se fac evaluările și se stabilesc ierarhiile.

Așadar, învățământul superior românesc are nevoie de o abordare concretă și realistă a măsurilor ce pot fi luate, astfel încât țara noastră să nu continue la nesfârșit plasarea pe ultimele locuri în clasamentele europene.

BIBLIOGRAFIE

- Baba, Cătălin; Gorun, Adrian; *Anii reformei 1997-2000 în reglementări*, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, Catedra UNESCO, 2002
- Biggs, John, *Aligning Teaching and Assessments to Curriculum Objectives*, www.ltsn.com
- Castells, Manuel, *The University System: Engine of Development in the New World Economy*, în vol. „Revitizing Higher Education”, Edited by Jamie Salmi and Adriaan M. Verspoor, Editura Pergamon, 1994
- Drucker, Peter, *The New Society of Organizations*, „Harvard Business Review”, 70 (5), 1992, pp. 95-104
- Ipate, Dragoș Mihai, *Bazele managementului*, Editura Europolis, Constanța, 2003
- Pârvu, Iuliana, *Implicații ale aderării la Uniunea Europeană asupra managementului învățământului românesc*, Comunicare prezentată la sesiunea de comunicări științifice din cadrul Universității Spiru Haret, Editura Craiova, 2005
- Pârvu, Iuliana, *Assessment Systems of Quality Management in Higher Education*, Comunicare prezentată la sesiunea internațională de comunicări științifice din cadrul Universității Spiru Haret, București, 2006
- Sabău L., Gabriela, *Societatea cunoașterii – o perspectivă românească*, Editura Economică, București, 2001
- Vințanu, Nicolae, *Educația universitară*, Editura Aramis Print, București, 2001
- *** *Cartea Albă a Cercetării din România*, Asociația Ad-Astra, disponibil on-line la: www.ad-astra.ro
- *** *The Black Book of the Bologna Process*, The National Unions of Students in Europe, noiembrie 2005, disponibil on-line la www.bologna-bergen2005.no
- *** *Towards the European Higher Education Area: Responding to Challenges in a Globalized World*, Comunicatul Miniștrilor Europeni ai Educației, Londra, 18 mai 2007, disponibil on-line la www.dfes.gov.uk
- *** Raportul Comisiei Prezidențiale pentru analiza și elaborarea politicilor din domeniul educației și cercetării, *România educației, România cercetării*, 06 iulie 2007

MANAGEMENTUL RESURSELOR EUROPENE – ELEMENT DE CREȘTERE A COMPETITIVITĂȚII FIRMEI

Conf. univ. dr. **GRECU, Iulia**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Abstract

Human resources management – element of firm's competitive growth

The need for upgrading management activities, as a whole, and particularly the human resources management, is also getting to be a requirement for the Romanian economic practice. The human resources management of the company, the quality thereof, the performance capacity of the Romanian human resources management stand for the qualitative component being a sine qua non requirement for a successful integration of the Romanian companies in the ever acerbic European and worldwide competition.

Key-words: *human capital, human resources, management, human resources management, managerial pattern, knowledge based society, participation management*

Managementul resurselor umane contribuie decisiv la armonizarea intereselor indivizilor cu obiectivele firmei și ale societății, la împlinirea armonioasă a rațiunilor economice cu rațiunile sociale atât în cadrul firmei, cât și la scara comunității și societății.

În condițiile societății contemporane, ale progresului uriaș al cunoașterii științifice, managementul resurselor umane își dovedește, o dată în plus, marea sa capacitate de performanță, contribuind la micșorarea consumurilor de resurse limitate (pământ, muncă și capital) și poluante (combustibili fosili), la micșorarea dependenței creșterii economice de aceste resurse limitate, la armonizarea intereselor generațiilor prezente cu generațiile viitoare, la crearea unor mai bune condiții de conservare a Planetei și a vieții în general.

Într-o viziune strict microeconomică, managementul resurselor de muncă este atât o funcție a întreprinderii, alături de funcțiile comercială, de cercetare-dezvoltare, de producție și financiar-contabilă, cât și o funcție a conducerii de ansamblu a întreprinderii, alături de funcțiile de previziune, de organizare, de comandă, de coordonare și de control¹.

¹ Rădăceanu, Eduard, *Management. Generatorul succesului*, Editura Bren, București, 2001, p. 29.

Managementul resurselor umane se distinge și se detașează însă net de celelalte funcții ale întreprinderii și componente ale managementului în ansamblul său. Explicația rezidă din aceea că managementul resurselor umane constituie asocierea a două resurse: managerul și managementul, pe de o parte, și resursa de muncă, pe de altă parte; ambele resurse au aceeași origine, umană, forma cea mai înaltă de organizare a materiei, a vieții; nicio altă resursă sau asociere de resurse nu se poate compara cu asocierea pe care o reprezintă managementul resurselor umane.

Observând importanța asocierii dintre aceste două resurse, managementul și resursa umană, un industriaș american n-a ezitat să exclame: „Luați-mi mașinile, clădirile, dacă vreți, dar lăsați-mi personalul și cadrele. Cu ei eu câștig banii”².

Țările care au atins un înalt nivel de dezvoltare economică (S.U.A. ș.a.) situează managementul în ansamblul său, deci inclusiv managementul resurselor umane, în rândul celor mai importanți factori de creștere economică. Și în țara noastră se aud tot mai frecvent voci care consideră importanța de prim-plan a managementului.

Pe acest fond general de recunoaștere a rolului managementului, literatura de specialitate de pretutindeni evidențiază importanța și rolul decisiv al managementului resurselor umane³.

Referindu-se la faptul că orice aspect din activitatea firmei este determinat de asigurarea competenței, motivației și eficienței în activitatea personalului, Rensis Likert subliniază expres că „Dintre toate sarcinile managementului, **conducerea componentei umane** este cea mai importantă deoarece de ea depinde cât de bine este realizat totul într-o organizație”⁴.

Managementul resurselor umane își dezvăluie lesnicios locul, rolul și importanța economică și social-politică în măsura în care vom prezenta în prealabil **esența resurselor umane, principalele caracteristici ale acestora**.

Resursele de muncă sunt, înainte de toate, ființe vii, sunt oameni. Spre deosebire de alte ființe vii care își procură în mod instinctiv cele necesare, oamenii, deși trăiesc și ei sub imperiul nevoilor, al trebuințelor, se disting de toate celelalte prin faptul că gândesc și înțeleg că bucuria de a trăi și de a se reproduce implică munca, participarea alături de semenii lor, la producerea și reproducerea bunurilor necesare vieții.

Resursele umane fac obiectul preocupării științelor economice în virtutea faptului că sunt o „resursă ca oricare alta”, indispensabilă producției, creșterii economice.

În realitate, păstrându-ne strict în sfera economiei, a raționamentelor acesteia, economistul recunoaște și acceptă faptul că resursele umane sunt o resursă distinctă și nu una oarecare în rândul tuturor celorlalte.

Caracterul distinctiv al resurselor de muncă este dat în principal de faptul că:

² Citat după Mark Benain și Jean-Claude Carron, *Comment choisir votre politique des salaires*, Editions D'Organisations, Paris, 1966, p. 29.

³ Emilian, Radu (coordonator), *Managementul resurselor umane*, Editura ASE, București, 2003, p. 360.

⁴ Rensis, Likert, citat după Radu Emilian, *op. cit.*, p. 359.

– resursa umană este singura resursă care produce, care creează și deschide perspectiva inovării continue a producției;

– resursele de muncă poartă înrânsele caracterul limitat al potențialului lor cantitativ-numeric, pe de o parte, și însușirea unui potențial nelimitat, rezultat din latura lor calitativă. Caracterul nelimitat este specific nu atât prin regenerarea pe calea reproducției (de altfel ca și alte resurse regenerabile), cât mai ales prin orizonturile nelimitate ale creației de care ele dau dovadă în întreaga istorie a omenirii;

– resursele de muncă au primit, chiar în istoria economiei de piață moderne, recunoașterea unanimă că sunt „o marfă distinctă de întreaga lume a mărfurilor”. Aceasta înseamnă că resursele de muncă sunt formate, utilizate, remunerate, evaluate, promovate și protejate împotriva unor riscuri atât la scară socială și comunitară, cât și, bineînțeles, în firmă;

– resursele de muncă au particularitatea „de a trezi din morți” și de a valorifica superior toate celelalte resurse naturale, pământul, bogățiile solului și subsolului, capitalul acumulat etc.;

– resursele de muncă sunt deosebit de neomogene, aceasta atât sub aspectul potențialului lor fizic, cât și din perspectiva potențialului de inteligență, de educație și creație. Niciun manager nu va putea vreodată aborda resursele de muncă sub formă de medie; ele se diferențiază de la un individ la altul din numeroase puncte de vedere, nu numai fizic și intelectual, dar și din perspectivă moral-volitivă, sentimentală etc. Pornind de la toate particularitățile oamenilor, managementul poate modela și obține comportamentele de care firma are nevoie;

– indiferent de potențialul indivizilor, aceștia au nevoie de un tratament diferențiat, echitabil; aceasta este condiția mobilizării sau a delăsării; toți au nevoie să trăiască demn, refuzând frustrarea sau umilința;

– omul este enigmatic și inertial, oricând imprevizibil în comportament (pro, contra sau neutru, uneori de câteva ori pe zi);

– resursele umane sunt predispușe la performanțe economice, la competiție, întrucât trăiesc sub imperiul trebuințelor, al intereselor, în măsura în care motivația în toată complexitatea și diversitatea laturilor acesteia își joacă rolul, iar remunerațiile și alte motivații vin în întâmpinarea așteptărilor. Poate fi integrat, cooperant, chiar participativ, dacă motivația și organizarea sunt corespunzătoare. Dar individul își poate restrânge contribuția, cooperarea sau participarea la minimum, își poate manifesta în variate forme greva sau chiar conflictul.

Managementul resurselor umane își extrage capacitatea sa productivă de excepție, primordială nu numai din calitățile resurselor umane. Acestea au și defecte, disfuncții și incoerențe care pot împiedica afirmarea atât a calităților resurselor umane, cât și ale celorlalți factori de producție. Atingerea obiectivelor firmei este posibilă prin eliminarea incoerențelor resurselor umane în firmă dacă și numai dacă managementul în general și prestația managerului resurselor umane se dovedesc în practică, până la fiecare individ și loc de muncă, ... atât știință cât și artă.

Cu toate că managementul resurselor umane s-a afirmat încă de pe vremea lui Taylor ca un factor tot mai puternic de producție, o definiție unanim acceptată a acestuia a întârziat să fie realizată. Literatura de specialitate conține numeroase definiții parțiale, care pun accent pe anumite laturi și domenii. În fața unei astfel de diversități

de definiții existente, prof. univ. dr. Aurel Manolescu le examinează și conchide, credem corect, că acestea „nu intră în contradicție, ci sunt mai de grabă complementare”⁵.

Studiul mai recent al prof. univ. dr. Ovidiu Nicolescu merge ceva mai departe și formulează o serie de critici specialiștilor din domeniul resurselor umane care preiau din managementul general și o serie de componente și elemente teoretico-metodologice „fără a le particulariza suficient la specificul resurselor umane”. În același timp, autorul citat, cunoscut prin contribuțiile sale teoretico-metodologice și practice în materia de ansamblu a managementului, propune două definiții ale managementului resurselor umane; prima privește ca disciplină științifică și a doua ca domeniu al practicii.

Definiția care privește managementul resurselor umane ca disciplină științifică raportată de autor la resursele umane interne ale firmei este formulată astfel: „studiul proceselor și relațiilor manageriale care se referă nemijlocit la resursele umane ale firmei, cu descoperirea legităților specifice care le guvernează și cu conceperea de metode, tehnici, proceduri, reguli etc., în vederea dimensionării, previzionării, asigurării, utilizării, motivării și dezvoltării eficace a resurselor umane, subordonată amplificării competitivității firmei”⁶.

Cea de-a doua definiție a aceluiași autor, care privește managementul resurselor umane ca domeniu practic, lărgeste sfera resurselor umane, cuprinzând, alături de resursele umane din firmă și resurse umane din afara firmei (stakeholderii)⁷.

Singurul lucru pe care îl observăm este că, dincolo de terminologia diferită, mai sintetică și, respectiv, mai concretă, cele două definiții se deosebesc până la urmă în legătură cu cele două categorii de resurse umane (interne și externe).

Desigur, pentru firmă este util ca alături de resursele umane interne să fie avute în vedere și resurse individuale din afara firmei care să sprijine interesele firmei (furnizori, clienți, bănci, instituții de asigurări, instituții publice centrale și locale, inclusiv reprezentanți ai poliției și justiției, însă ne este teamă că în felul arătat se alimentează corupția și se promovează modelul american de inteligență (mecanism) economică, după care „ce este bine pentru firmă este bine și pentru societate”, ceea ce nu se confirmă în practică de multe ori⁸.

Pornind de la toate aceste coordonate generale și ținând seama de specificitatea resurselor umane, am putea reține că managementul resurselor umane este o activitate umană de organizare și conducere întemeiată științific pe principii,

⁵ Manolescu, Aurel, *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, ediția a 4-a, București, 2003, p. 39.

⁶ Nicolescu, Ovidiu (coordonator), *Managerii și managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2004, p. 56.

⁷ Nicolescu, Ovidiu (coordonator), *op. cit.* p. 61.

⁸ Răboacă, Gheorghe, *Pledoarie către un model românesc de inteligență economică*, revista, Agora, nr. 1/2000. În acest studiu, pe lângă modelul american se prezintă și alte două modele (japonez și german), care pot fi considerate mult mai coerente. De aceea și ținând seama de neajunsurile modelului american, fostul președinte al SUA, Bill Clinton, a dispus o serie de amendamente pentru adecvarea modelului american la realități.

norme și valori culturale, pe metode, tehnici și instrumente practice de previziune, de recrutare și de alocare a resurselor de muncă, de modelare și dezvoltare cantitativă și calitativă a acestora în condiții de motivare, de securitate, de igienă și de protecție, în concordanță cu aspirațiile și interesele angajaților și cu obiectivele firmei de raționalitate și eficiență, de maximă competitivitate.

Ca orice definiție cu grad înalt de abstractizare și generalitate, încercarea noastră de definire a managementului resurselor de muncă reclamă o serie de precizări:

a. Managementul resurselor umane – așa cum remarcă prof. univ. dr. Radu Emilian – nu poate fi identificat cu conceptul mult mai vechi denumit activitatea de personal⁹. În primul rând, activitatea de personal este o latură a managementului resurselor umane. În al doilea rând, dacă activitatea de personal constă mai mult din reguli, proceduri, control și privește resursele umane mai mult în termeni de cost, managementul resurselor umane este o activitate încoronată cu autoritate, cu capacitate de creație și de inovare, de prognoză și de optimizare a resurselor umane, care abordează resursele de muncă în termeni de investiții și sporesc substanțial calitatea producției și productivitatea muncii.

b. Managementul resurselor umane este un concept complex; exercitarea acestei activități presupune cunoștințe inter și multidisciplinare, în special din domeniile tehnicii și tehnologiei indispensabile procesului de alocare a resurselor umane, de măsurare a solicitărilor și performanțelor; cunoștințe de sociologie și de psihologie indispensabile modelării și valorizării unor resurse vii, oamenii, care gândesc, au sentimente, aspirații și care condiționează buna utilizare a altor resurse economice și desigur a rezultatelor, realizarea obiectivelor urmărite.

c. Caracterul complex al managementului resurselor umane rezultă în primul rând din componenta sa principală – microeconomică. În definitiv, managementul resurselor umane se realizează, de regulă, în firme, în instituții, indiferent de natura lor. Importanța și complexitatea resursei umane determină ca managementul resurselor umane să aibă și o componentă macroeconomică, reflectând sistemul de norme generale de educație și formare a resurselor umane, de sănătate și igienă și, desigur, de combatere și de protecție în raport cu o serie de riscuri sociale ce nu pot fi întotdeauna prevenite (concedii de boală, indemnizarea șomajului, sprijinirea educației și formării unor copii și persoane defavorizate etc.).

d. Managementul resurselor umane se realizează în baza unui ansamblu de principii, metode, tehnici și instrumente de investigare și cunoaștere. Acestea reprezintă nucleul dur al cunoștințelor științifice care stau la baza managementului resurselor de muncă și al managementului în ansamblu.

e. Managementul resurselor umane se cere realizat și în corelație cu un sistem de valori culturale ale firmei, ale comunității teritoriale, naționale și internaționale. Varietatea acestor valori culturale diferențiază în mod necesar modelul practic de management al resurselor de muncă și condiționează succesul, capacitatea de realizare a obiectivelor urmărite, oricare ar fi acestea.

⁹ Emilian, Radu (coordonator), *Managementul resurselor umane*, Editura ASE, București, 2003, pp. 360-361.

f. Managementul resurselor umane este determinat nu numai de știința, ci și de arta managerului, de personalitatea și capacitatea acestuia de a aplica cunoștințele științifice, de a percepe și aplica informațiile din mediul intern și extern la condițiile unor oameni reali, diferiți și al unor obiective mereu noi, schimbate, cerute de competiția economică tot mai acerbă.

g. Managementul resurselor umane nu a avut complexitatea, utilitatea și importanța de astăzi. El a înregistrat un progres uriaș, necunoscut de niciuna din celelalte componente ale managementului general. Factorii care au determinat această evoluție continuă să „lucreze” și astăzi, cu siguranță mai intens ca oricând, prefigurând perspective noi de creștere a complexității și importanței managementului resurselor umane.

În baza abordărilor teoretice și metodologice de mai sus, se poate spune că:

- managementul resurselor umane a devenit o componentă tot mai importantă a managementului organizației;

- managementul resurselor umane, fără a fi autonom în plan funcțional, este un domeniu central al managementului firmei, instituției, în genere al organizației;

- managementul resurselor umane, prin funcții, costuri și venituri, are un impact major, crescând, asupra funcționalității și performanțelor organizației.

În abordările precedente a fost pusă în evidență latura statică a managementului resurselor de muncă; definiția, principiile, atribuțiile etc. pot să degaje doar ceea ce este, la un moment dat, managementul resurselor de muncă.

• *Modele ale managementului resurselor umane*

Managementul resurselor umane în întreaga lui existență, de la creare și până astăzi, s-a cristalizat, exprimat și afirmat sub formă de modele.

Așa se explică de ce astăzi literatura de specialitate din domeniul managementului resurselor de muncă abundă pur și simplu în modele.

Regăsim astfel modele cu grad diferit de abstractizare și generalizare; de la modelul de tip iconic (imitativ), adică modelul fidel sau cel mai apropiat de realitate, cum este modelul firmei X, dar găsim și modele de firmă cu grade mai mici sau mai mari de abstractizare și generalizare în conținutul cărora se rețin doar însușiri esențiale, comune unui număr mai mic sau mai mare de firme ($X_i = 1 \dots n$).

În cele ce urmează, noi ne vom referi la acest al doilea tip de model de firmă, cu gradul cel mai mare de generalizare. De aici rezultă că acest model este expresia unei etape de evoluție a managementului resurselor umane. Pe cale de consecință, putem spune că există tot atâtea modele de management al resurselor umane, câte etape esențiale s-au succedat în evoluția acestuia. Să le examinăm sumar în cele ce urmează, atât individual, cât și comparativ.

Pentru început vom examina succesiv trei modele care acoperă practic întreaga plajă de evoluție a managementului resurselor umane, de la marele Taylor până în epoca noastră.

Modelul tradițional, prin toate caracteristicile reținute, rezultă cu claritate din etapa întâi de evoluție a managementului resurselor de muncă. Opera tayloristă

recunoaște că munca este neplăcută, fără conținut, dar aceasta nu are prea mare însemnătate dacă angajatul câștigă în compensație. Se înțelege de aici că oamenii tolerează orice muncă dacă este plătită corespunzător. În fine, diviziunea și separarea muncilor de concepție de cele de execuție și fragmentarea acestora nu implică creativitate și angajații nu pot să fie nici creativi și nici lăsați să-și controleze singuri munca, rezultatele. De aici rezultă că sarcina managerului în acest model este să fragmenteze sarcinile pentru a putea fi învățate ușor și realizate lesnicios, după care managerul trebuie, în consecință, să supravegheze și să controleze subordonații. Și în fine, se credea că dacă sarcinile de muncă sunt simple iar oamenii sunt controlați, rezultatele muncii pot fi de calitate și chiar superioare standardelor.

Din explicațiile date primei etape de evoluție a managementului resurselor umane și din nevoia imperioasă a trecerii la a doua etapă și deci la perfecționarea managementului, rezultă că percepțiile teoretice nu s-au prea confirmat în multe cazuri.

Modelul relațiilor umane include predicții care sunt negări ale celor pe care se întemeiază modelul precedent, tradițional.

Modelul relațiilor umane realizează umanizarea acestora, recunoaște că pe lângă bani (și nevoi fiziologice) oamenii au și alte motivații cum sunt acelea de a fi utili și importanți, să fie recunoscuți ca individualități și să aibă apartenență la grup etc.

În consecință, managerul lasă loc subordonaților să-și realizeze o autoconducere și autocontrol pentru activitățile de rutină, consultă și ia în considerare sugestiile angajaților, arătând că aceștia sunt importanți și utili firmei.

De asemenea, din cele arătate, în condițiile accesului la informație, rezultă că angajații pot participa eficient la dezbaterile problemelor și la formularea deciziilor, îmbunătățindu-se starea lor de spirit (moralul), fără a mai ține prea mult seama de poziția ierarhică ce îi separă, devenind cooperanți și mai eficienți, iar obiectivele firmei pot fi realizate cu mult mai mult succes.

Modelul resurselor umane este clădit pe eliminarea separării tayloriste între munca fizică și munca de concepție; munca nu mai apare neplăcută, angajații devin dispuși la efort suplimentar, dincolo de obligațiile zilnice.

Sarcina de competență a managerului este aici să încurajeze participarea tuturor resurselor umane disponibile, deoarece toți vor lucra după posibilități, iar dacă este nevoie, sunt înclinați pe de-a întregul să învețe. Se înțelege de aici că aceste premise vor îmbunătăți calitatea, productivitatea; angajații vor fi mai inovatori, astfel că firma va fi mai eficientă, mai prosperă, mai capabilă să facă față competiției economice.

Modelele examinate, privite în succesiunea lor, pot fi apreciate ca fiind mecanisme manageriale tot mai perfecționate de alocare și utilizare a resurselor umane.

Nu poate nimeni să nege această apreciere, pentru că fiecare etapă și, deci, fiecare model a eliminat obstacolele, frânelor și cauzele conflictuale, pe de o parte, și a asigurat permanent calea creșterii performanțelor economice, contribuția

managementului resurselor umane la progresul general, economic și social al umanității.

Din aceste perspective credem că este cât se poate de concludentă și analiza comparativă a câte două perechi de modele.

Prima pereche reunește un model specific celei de-a treia etape de evoluție a managementului și un model al celei de-a doua etape, combinat ușor cu unele caracteristici ale modelului etapei întâi.

A doua pereche de modele care face obiectul comparației noastre pune față în față modelul conservator, adică derivat din realitățile în care s-a născut opera lui F.W. Taylor, și modelul inovator, adică specific celei de-a treia etape de dezvoltare a managementului resurselor umane.

Etapele evoluției managementului resurselor umane și a formele lor simplificate, modelele¹⁰ explică creșterea și progresul spectaculos al managementului resurselor umane, ilustrate de trecerea de la managementul autoritar, la managementul inovativ, creator și, desigur de contribuția de mare preț, crescândă a managementului resurselor umane la creșterea firmei, la progresul economic și social al omenirii în epoca noastră contemporană.

• Perspectivele managementului resurselor umane în societatea cunoașterii

Trecerea la societatea cunoașterii generează o nouă, puternică și fără precedent oportunitate de creștere a managementului resurselor umane.

Noul „strat” sau „eră” a managementului resurselor umane în societatea cunoașterii este o continuare, pe un plan superior, a etapelor și modelelor parcurse în întreaga istorie, de la crearea sa până în prezent, dar și o negare cel puțin a unora, cum este principiul separării și diviziunii muncii care au fost așezate la început la temelia managementului științific al muncii și, în zilele noastre, adaptarea împletirii muncii de concepție cu munca de execuție.

Cunoștințele au stat și în epocile precedente la baza progresului economic și social. Numai că, în societatea industrială, după revoluția managerială (aplicarea cunoștințelor în sfera organizării), după revoluția productivității (aplicarea cunoștințelor în perfecționarea muncii), după revoluția industrială (aplicarea cunoștințelor la uneltele de muncă), au urmat perioade îndelungate de stabilitate.

În societatea cunoașterii, aplicarea de cunoștințe la tot ceea ce se produce generează schimbare după schimbare. Schimbarea devine o regulă, o permanență, ca și mișcarea în fizică, în timp ce repaosul este doar intervalul scurt dintre două cicluri de perfecționări ale produselor și serviciilor și de învățare.

Cunoștințele sunt resursa principală în societatea cunoașterii. Celelalte resurse tradiționale (pământul, munca și capitalul) devin secundare pentru că în

¹⁰ Fiecare model de etapă poate fi coborât în generalitate, respectiv concretizat la nivelul firmei prin considerarea mai multor factori, cum sunt de pildă: tehnologia firmei, obiectivele firmei, cultura firmei și, desigur, personalitatea managerului (cunoștințele și stilul, arta acestuia).

fiecare produs și serviciu se încorporează tot mai multe cunoștințe, adică tot mai multă valoare adăugată și tot mai puține consumuri de resurse naturale și de muncă fizică, de capital etc.

Societatea cunoașterii aduce pe prim-plan lucrătorul cunoașterii, componentă decisivă a capitalului uman.

Pregătirea apariției lucrătorului cunoașterii a făcut-o elaborarea și fundamentarea conceptului de capital uman.

Cealaltă parte a capitalului uman, chiar dacă este vorba de intelectuali, o reprezintă populația care prestează munci repetitive, de rutină, atât în producția de bunuri, cât și de servicii.

Lucrătorii cunoașterii sunt o fractură a capitalului uman, adică o fractură în însăși latura calitativă a resurselor de muncă. Fracturi ale resurselor de muncă au existat pe tot parcursul revoluției manufacturiere; de-a lungul societății industriale, cum ar fi între munca necalificată și cea calificată, între munca fizică și munca intelectuală, însă niciuna dintre acestea nu poate egala prin importanță, prin proporții și, mai ales, prin consecințe fractura pe care o cunoaște capitalul uman, între lucrătorii cunoașterii și lucrătorii de rutină.

Lucrătorul de rutină rămâne dependent de mașină, este supus limitelor acesteia, o anexă; în condițiile societății cunoașterii, mașina se subordonează lucrătorului cunoașterii, devenind o anexă a acestuia, o premisă a aplicării cunoștințelor și nimic mai mult. Dacă în societățile precedente omul se străduia să atingă și să valorifice posibilitățile mașinii, în societatea cunoașterii mașina trebuie să concure la atingerea productivității și eficienței lucrătorului cunoașterii.

Nașterea lucrătorului cunoașterii generează procese și tendințe revoluționare fără precedent în evoluția managementului, în general, și al managementului resurselor de muncă, în special.

Modificările structurale fără egal ale resurselor de muncă dominate de apariția lucrătorului cunoașterii generează evoluții spectaculoase în aproape toate componentele managementului resurselor de muncă, marcând puternic însăși desfășurarea managementului firmei în ansamblul său.

Deplasările se realizează de la managementul activităților de rutină necalificate, specializate, individualizate și spiritul strict autoritar, derivat din organizarea ierarhică și coordonarea verticală ș.a., către managementul întreprinderii bazat pe informație și cunoaștere, pe inițiativă și creație, pe promovarea inovației în rândul angajaților, organizarea bazată pe proiecte, organizarea de tip rețea, coordonarea pe orizontală și desfășurarea muncii prin stabilirea de obiective și echipe.

Firma întemeiată pe cunoaștere se caracterizează pe resursa cunoștințe; pe preponderența proceselor intelectual-intensive, hotărâtoare pentru eficiența economică; o nouă gestionare a lucrătorilor cunoașterii prin roluri, solicitări și responsabilități individuale și colective; se promovează consensul și alte valori culturale asociate creativității, competenței, învățării și comunicării.

Societatea cunoașterii generează renunțarea la structuri piramidale rigide cu numeroase limite de eficiență, în favoarea unor structuri ne-ierarhice, de regulă de tip rețea, întemeiate pe informație și cunoaștere, pe activitatea creatoare a

lucrătorului cunoașterii. În mod analitic, avantajele substituirii structurilor ierarhice cu cele de tip rețea pot fi evidențiate pe baza comparației dintre principalele modele organizaționale.

Într-o întreprindere virtuală (centrată pe memorie) este proprie organizarea de tip rețea. În cadrul acesteia, o unitate centrală cu rol important în determinarea unei viziuni strategice, în furnizarea infrastructurii organizatorice și administrative va fi utilizată în comun de parteneri în vederea asigurării unității misiunii și obiectivelor. De notat că, fiecare unitate poate fi văzută, la rândul ei, ca un centru al propriei rețele care are propriul lanț de valori¹¹.

Forma de organizare tip rețea, proprie întreprinderii virtuale presupune o serie de cerințe, ca de pildă: o conducere vizionară, o ușurință în comunicare și liberul acces la informații, simțul consensului și al arbitrajului în abordarea problemelor și în luarea deciziilor, enunțarea precisă a valorilor și principiilor de funcționare și evaluare, acceptarea conceptului de funcționare flexibilă, conștiința independenței etc.

În consecință, tendințele actuale de structurare organizatorică a întreprinderii virtuale pot fi rezumate astfel¹²:

- reducerea numărului de nivele ierarhice;
- organizarea formală se suprapune pe organizarea informală;
- atenuarea diferențelor dintre funcțiile de conducere și funcțiile de execuție;
- creșterea rolului factorului motivațional, în care sens se pune un accent mare pe armonizarea intereselor individuale cu interesele organizației;
- tehnologia informației dă posibilitatea unui flux al comunicațiilor neîngrădit și orientat în toate direcțiile;
- centrarea activităților pe obiective și mai puțin pe funcțiuni;
- diminuarea caracterului specializat al pregătirii profesionale, în formarea pregătirii generale, multidisciplinare de natură să sporească mobilitatea indivizilor și a organizației;
- încurajarea muncii în echipă, capabilă de a realiza, singură și integral, sarcini complexe.

Pe piața muncii societatea cunoașterii creează o puternică competiție pentru apropierea celei mai importante resurse – lucrătorul cunoașterii; aceștia sunt oamenii cei mai calificați și mai adecvați societății cunoașterii, mai capabili să îndeplinească toate prerogativele de la învățare până la aplicare, lărgirea gamei de produse și inovarea ca proces de înnoire, de eficientizare a gamei de produse și servicii. Firmele își pun în vânzare calitatea de membru al familiei lucrătorilor cunoașterii, așa cum își pun în vânzare produsele și serviciile. Ele își desfășoară pe front larg activitățile de atragere de noi lucrători, de a-i stabili, de a le recunoaște meritele și eforturile, de răsplătire a rezultatelor, de a fi permanent în serviciul acestei categorii de personal, în vederea satisfacerii nevoilor.

¹¹ Dumitriu, F., *Sistemul informațional contabil în întreprinderea modernă*, Editura Junimea, Iași, 2001, p. 63.

¹² Văleanu, Gabriela, *op. cit.*, p. 70.

În consecință, managerii resurselor de muncă trebuie să știe să atragă, să rețină, să răsplătească și să motiveze lucrătorii cunoașterii, astfel încât ei să se poată concentra exclusiv asupra muncii lor de creație, de înaltă eficiență și responsabilitate.

Întrucât nici piața și nici statul nu pot să convertească cunoștințele în producție, managerilor le revine misiunea de a preveni sterilitatea acestora și de a suda acțiunea lucrătorilor cunoașterii într-o cunoștință unificată prin formarea echipelor de lucru și conectarea acestora cu obiectivele sau cu proiectele firmelor. În cadrul echipei de lucrători ai cunoașterii dispar ierarhiile; toți sunt colegi, sunt egali, sunt asociați și niciunul nu se poate plasa deasupra celuilalt, poziția fiecăruia în echipă poate fi determinată numai de contribuția și competența afirmate în procesul realizării sarcinii comune de muncă, de producție și de învățare permanentă.

Complexitatea managerială în firmă crește pentru că, în timp ce lucrătorii cunoașterii au un regim cu totul special, lucrătorii tradiționali, cu muncă de rutină, reprezintă piața muncii tradiționale, specifică industrializării, obligată să se adapteze frecvent schimbărilor, să fie extrem de mobilă, cu contracte de muncă, cu perioade determinate sau chiar temporare și cu sisteme de remunerație specifice.

Societatea cunoașterii generează noi schimbări esențiale în politica națională de pregătire a forței de muncă. Universitățile devin instituțiile cele mai importante în generarea și întreținerea societății cunoașterii. Conținutul procesului de învățare practicat în universități se schimbă însă, pentru că societatea cunoașterii nu poate fi realizată cu absolvenți care „știu de toate”, aceștia sunt considerați astăzi doar „buni oaspeți la masa de prânz”; lucrătorul cunoașterii, trebuie să știe să facă performanță, să aplice cunoștințele învățate.

Timp de 2000 de ani învățarea avea ca scop dezvoltarea de sine, ca rezultat intern pentru individ, capabil să știe doar ce să spună și cum să spună mai bine. Astăzi, în societatea cunoașterii, pentru ca omul să știe să facă ceva, pe lângă o pregătire generală, trebuie să aibă o pregătire specializată, care să se închege într-o metodologie de a ști să facă, să schimbe, să îmbunătățească, să inoveze. Altfel zis, analistul conceptual (echivalentul termenului de lucrător al cunoașterii) trebuie să știe să identifice o problemă, să aleagă mijloacele și instrumentele de rezolvare a acestei probleme, și în fine, să o rezolve. Numai o astfel de împletire a unui minim de cunoștințe generale cu solide cunoștințe de specialitate, specializate, pot asigura un cost redus al procesului de învățare, deplină și rapidă recuperare a investiției în pregătire, concomitent cu utilitatea practică, imediată a lucrătorului cunoașterii, dar și cu mobilitatea profesională a acestuia atunci când viața practică o impune.

Societatea cunoașterii generează și mari provocări sociale care ating piața muncii și societatea în ansamblu. Odată cu colapsul ideologiei marxiste și al sistemului socialist, are loc abandonarea principiului salvării sociale prin societate, fiind înlocuit cu principiul salvării individuale. Instituția sindicală își pierde nu numai efectivele odată cu întreprinderea mică și mijlocie, dar și menirea din moment ce individul cere să-și hotărască singur soarta. Statul, la rândul său, care avea funcție de salvare socială a întregii populații trece mai mult de partea agenților economici în bătălia acestora pentru competiție și câștigarea de piețe. Așa

se explică și tendința existentă la noi de redefinire a Codului muncii, cu sprijinul statului. Pe de altă parte, funcția socială a statului urmează să se descentralizeze și să se restructureze, așezându-se pe două componente majore:

– o componentă caritabilă, în legătură cu acei membri ai societății care nu se pot salva individual, din cauze cum sunt: existența unor handicapuri, care nu au surse de venituri sau care sunt victime ale mediului natural și social;

– o a doua componentă are un caracter comunitar. Unele prerogative îndeplinite centralizat de către stat sunt plasate la scară comunitară în vederea protejării populației vârstnice, care sporește și ridică probleme tot mai complexe, ca și în domeniul sănătății, în legătură cu o sofisticare continuă a serviciilor medico-sanitare în urma promovării noilor cunoștințe științifice și tehnice.

Rolul statului crește însă, în schimb, în legătură cu nevoile promovării societății cunoașterii în următoarele domenii:

– asigurarea pregătirii forței de muncă, în general, și a lucrătorilor cunoașterii, în special;

– asigurarea cheltuielilor sporite de educație și instrucție;

– situarea educației la locul convenit în dezvoltarea de ansamblu a societății cunoașterii;

– orientarea educației nu pentru a servi doar ca factor de producție, ci și pentru a-l face pe om capabil să consume, să utilizeze produsele societății cunoașterii.

BIBLIOGRAFIE

- Becker, G.S., *Capitalul uman. O analiză teoretică și empirică cu referire specială la educație*, Editura All, București, 1998
- Bodenhöfer, H.J., *The Mobility of Labor and the Theory of Human Capital*, „The Journal of Human Resources”, vol. II, nr. 4, 1967
- Denison, E.F., *The Sources of Economic Growth in the United States and Alternatives Before Us*, New York: Committee for Economic Development, 1962
- Dumitriu, F., *Sistemul informațional contabil în întreprinderea modernă*, Editura Junimea, Iași, 2001
- Manolescu, A., *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, ediția a 4-a, București, 2003
- Nicolescu, Ovidiu (coordonator), *Managerii și managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2004
- Schultz, T.W., *Investment in Human Capital*, „American Economic Review”, vol. 51, 1961
- Radu, E. (coordonator), *Managementul resurselor umane*, Editura ASE, București, 2003
- Rădăceanu, E., *Management. Generatorul succesului*, Editura Bren, București, 2001

CARACTERISTICI ALE PRINCIPALELOR SISTEME DE PLATĂ

Lector univ. drd. **GRECU, Gheorghe**
Facultatea de Management Financiar-Contabil, Constanța
Universitatea *Spiru Haret*

Abstract

Characteristics of main payment systems

Overall knowledge of payment forms represents a basic requirement, compulsory for thorough examination and decision-making in improving the structure of the payment system, in increasing or decreasing their amount, in introducing of new ones, in perfecting the mechanism of linking the salary to the work results.

Key-words: *payment system, minimum wage, labour market, jobbing, cottage industry, profitability, incentive*

În teorie, ca și în practică, există o infinitate de sisteme de salarizare, potrivit diversității condițiilor muncii, categoriilor de personal, obiectivelor și politicilor firmei, mediului intern și extern etc. Pentru că aceste variabile diferă de la o întreprindere la alta, ca și de la o etapă la alta pentru aceeași organizare, sistemele de salarizare nu pot fi eficiente, nu-și pot îndeplini funcțiile lor generale și specifice dacă nu sunt diferențiate în concordanță cu aceste variabile.

Elementul general, comun tuturor sistemelor de salarizare existente nu poate fi altul decât o *legătură (corelație), vizibilă sau invizibilă, între salariu (s) și activitatea depusă (A)*. Legătura dintre aceste două elemente (componente) este de netăgăduit dacă recunoaștem că, atât în teorie, cât și în practică, salariul este prețul pentru un serviciu prestat.

În acest model general nu este cuprinsă, însă, forma relației remunerație-randament. Această caracteristică definitorie oricărui sistem de remunerație este mecanismul generator al efectului incitativ de care are nevoie atât muncitorul, cât și firma, în egală măsură, urmează să fie concretizată în cazul precis al fiecărui sistem de salarizare.

Relația neparticularizată dintre s și A este punctul de plecare pentru diferențierea sistemelor de salarizare individuale și colective. În cadrul fiecăruia dintre aceste două tipuri și sisteme de salarizare putem identifica două forme de legături (corelații) între salariu și activitate (care aici, în faza particularizării, îmbracă forma randamentului), și anume:

- sisteme de salarizare în care nivelul salariului *nu este legat (direct) de randamentul executantului*;
- sisteme de salarizare în care *nivelul salariului depinde direct de randamentul executantului*.

În acest fel, se poate pune în evidență în orice sistem de salarizare *variația câștigului salarial al executantului și variația randamentului* acestuia. Prin aceasta, modelul general de sistem de salarizare înainte prezentat se poate particulariza în cele două sisteme fundamentale de salarizare: a) după timpul lucrat (în regie) și b) după randament.

A. Sistemul de salarizare după timpul lucrat (în regie)

Salarizarea în funcție de orele de muncă prestate constituie o formă fundamentală de salarizare, cea mai simplă; ea a fost vreme îndelungată foarte răspândită.

În cadrul acestui sistem, salariații își oferă serviciile în schimbul unei sume de bani, stabilite pentru fiecare oră muncită, sau pe zi, pe schimb, săptămână, lună sau pe an.

Aplicarea acestui sistem este indicată în cazul muncilor cu caracter nerepetitiv, cum ar fi întreținerea, reparațiile și altele, în cazul producției de unicate sau care comportă lucrări de mare precizie, precum și oriunde se pune un accent deosebit pe calitatea produselor. În mod asemănător, sistemul de plată în regie este aplicat personalului de supraveghere și personalului tehnic și, în general, personalului *indirect productiv*¹.

Pentru lucrările la care calitatea este mult mai importantă decât cantitatea producției, folosirea salarizării în regie este de natură să reducă producția de calitate slabă, ceea ce nu este întotdeauna cazul cu sistemul remunerării în acord.

Pe lângă cele arătate mai sus sistemul de plată în regie este indicat pentru remunerarea salariaților și muncitorilor din sectorul serviciilor, atunci când:

- a) productivitatea nu poate fi măsurată cu precizie;
- b) munca nu poate fi normată pentru a stabili exact timpul corespunzător unui randament normal;
- c) întârzierile și întreruperile nu pot fi evitate, împiedicând folosirea continuă a normelor de muncă;
- d) calitatea produsului este obiectul principal și, ca atare, îndemânarea și grija deusă sunt mai importante decât timpul consumat;
- e) volumul producției nu depinde de muncitor;
- f) lucrările a căror valoare este foarte urcată și pentru care riscurile rebuturilor depășesc cu mult importanța eventualelor economii de timp;
- g) lucrările de efectuat sunt periculoase;
- h) evidența producției pe individ și colectiv este greu de ținut sau este costisitoare;

¹ Pentru muncitorii indirect productivi este foarte anevoios să se conceapă o metodă sistematică de plată în raport cu producția sau randamentul direct al muncii.

i) există și alți factori de stimulare, în afară de salariu, care contribuie la menținerea moralului salariatului și determină o producție satisfăcătoare din punct de vedere al cantității și calității.

- *Avantaje ale sistemului de salarizare în regie*

Principalele avantaje ale salarizării după timpul muncit (regie) ar fi:

- a) simplitatea în stabilirea tarifelor;
- b) în general, salariații pot înțelege cu ușurință suma pe care ei sunt îndreptățiți s-o primească drept salariu;
- c) salariații au mai multă siguranță în privința sumei pe care o primesc, deoarece ea nu variază în proporție directă cu producția;
- d) de obicei, există mai puține posibilități de fricțiune între conducere și salariați (ca, de exemplu, teama de accelerare a ritmului de lucru);
- e) pot fi evitate lucrările birocratice în ceea ce privește contabilitatea salariilor, ceea ce reduce în mod corespunzător costul și timpul alocat problemelor administrative.

- *Dezavantaje ale salarizării în regie*

Deși se consideră că, în principial, producția ar trebui să fie în acest sistem direct proporțională cu timpul de efectiv de lucru, aceasta nu s-a putut dovedi în practică; muncitorii atrași de tarifele mărite ale orelor suplimentare sunt tentați să încetinescă ritmul normal de lucru tocmai pentru a face necesară efectuarea de ore suplimentare. Ca atare, menținerea ritmului normal de lucru impune, în cadrul acestui sistem, o supraveghere mai eficace și mai strictă. Din punct de vedere al întreprinderii, orele suplimentare sunt în principiu contraindicate, nu numai datorită tarifului mai urcat de remunerare a muncitorilor, ci și mai ales datorită faptului că oboseala ce rezultă din prelungirea orelor de muncă determină o scădere a randamentului muncii: aceasta cu atât mai mult cu cât în unele cazuri s-a constatat că reducerea duratei excesiv de lungă a muncii are drept rezultat o mărire a producției. Ca atare, unul din defectele fundamentale atribuite acestui sistem de remunerație este că el nu stimulează pe salariați, nu-i cointereesează la creșterea producției și a productivității. Tarifele plătite fiind în general uniforme – calculate în funcție de producția medie a unui mare grup de muncitori – nu pot ține seamă de diferențele de abilitate, de energie, de inițiativă și de randament. Astfel, câștigurile realizate de salariați nu sunt în raport direct cu producția individuală, cu efortul depus, cu calitatea muncii prestate.

În aceste condiții, există tendința ca muncitorii buni să constate că nu le este avantajos să depună un efort suplimentar atât timp cât colegii lor, la o cantitate mai redusă a producției, primesc aceeași remunerație. Astfel încât, dacă sistemul de salarizare după timp constituie totuși un stimulent, acesta este considerat un stimulent către mediocritate sau pentru a nu depăși mediocritatea. În consecință, cantitatea producției depinde fie de bunăvoință și atitudinea conștiințioasă a muncitorilor, fie de eficiența supravegherii și de teama concedierii.

Dar, în condițiile folosirii complete a forței de muncă, și cel de-al doilea stimulent (teamă concedierii) pierde din puterea sa coercitivă dat fiind dificultatea

înlocuirii muncitorilor necorespunzători, fapt care poate încuraja lipsa de disciplină în muncă.

Pe lângă aspectele arătate mai sus, salarizarea în regie poate da naștere și altor neajunsuri, ca de pildă:

- sistemul pretinde adeseori o supraveghere mai atentă a salariaților pentru a asigura respectarea disciplinei în muncă, ceea ce atrage creșterea cheltuielilor generale ale întreprinderilor;
- sistemul nu permite stabilirea lesnicioasă și anticipată a costurilor pe unitatea de muncă, înainte de efectuarea lucrărilor;
- veniturile efective ale muncitorilor sunt, în general, inferioare comparativ cu cele ale muncitorilor salariați în acord.

- *Atitudinea sindicatelor*

În mod tradițional, sindicatele (mai ales din Anglia) au favorizat uniformitatea salariilor pentru aceeași profesie și localitatea și au combătut diferențierile mari individuale din cauza dorinței lor de a menține solidaritatea sindicală și spiritul colectiv. Este mult mai greu a se negocia tarife normale în sistemul muncii în acord decât tarifele normale în sistemul muncii în regie, datorită marii diversități de condiții, metode, materiale și utilaj care se întâlnesc în diferitele unități industriale. Astfel încât tarifele salariale pe unitatea de timp tind să devină baza acordurilor colective în majoritatea ramurilor în care există un mare grad de organizare sindicală.

Sindicatele preferă sistemul de salarizare în regie și de teama că introducerea pe scară mai largă a salarizării în acord ar duce la creșterea producției și ar putea avea drept rezultat apariția sau creșterea șomajului. Din aceleași motive, și orele suplimentare sunt strict limitate atât ca număr, cât și sub aspectul tarifelor.

B. Sistemul de salarizare după randament (în acord)

Sistemul de salarizare după randamentul muncii salariaților (în acord sau după rezultate) are drept scop de a remedia unul dintre defectele fundamentale ale salarizării în regie, și anume lipsa unui stimulent material direct pentru îmbunătățirea producției și a productivității.

Sistemele de stimulare pot fi încadrate în două mari categorii: stimulenți morali și stimulenți materiali (financiari).

Stimulenții morali constau mai ales în apeluri la sentimentele individuale, cum ar fi: mândria pentru calitatea de a fi meșteșugar, recunoașterea realizărilor salariatului, sentimentul patriotic, rușinea pentru realizări de calitate slabă, spiritul de emulație și altele. O mare parte din acești stimulenți sunt implicit prezenți în majoritatea situațiilor reale din activitatea industrială.

Totuși, ei nu pot constitui un imbold suficient de puternic pentru un fort suplimentar, cum este cazul stimulenților materiali. Cu toate acestea, ei pot contribui la *mărirea eficacității aplicării stimulenților materiali* și pot permite o acceptare mai lesnicioasă a acestora din urmă din partea salariaților.

Stimulenții financiari se subîmpart la rândul lor în două tipuri – stimulenții *indirecți și direcți*.

a. *Stimulenții indirecti* nu depind de contribuția directă adusă muncii de către muncitori, luați individual sau în grup (echipe). Ei cuprind o structură echitabilă a salariilor, promovări pe bază de merit, panuri de pensionare, de asistență medicală, cointeressarea la rezultatele financiare ale întreprinderii și, în general, toți factorii care sunt înglobați în noțiunea de „accesorii salariale”. Acestea se acordă tuturor salariaților unei întreprinderi independent de randamentul lor imediat în muncă.

b. Stimulenți materiali *directi* se bazează pe principiul remunerării muncitorului în funcție de randamentul efectiv al muncii. Creșterea productivității, a eficienței salariatului se traduc printr-o creștere a salariului primit.

Într-o definiție generală dată de Burkart Lutz și Alfred Willener, remunerația după randament este, în sens larg, orice sistem de remunerație în care salariul depinde de rezultatele imediat măsurabile ale muncitorului sau de producția secției, atelierului etc.; măsurarea salariului și a randamentului se referă la perioade regulate. Trebuie precizat că termenul „randament” folosit în acest context se referă la două dimensiuni diferite, dar legate între ele, și anume: dimensiunea psihologică (mod de stimulare a lucrătorilor către randament) și dimensiunea tehnică, adică modul în care salariul este legat de producție, calculat în raport cu noțiunea tehnică de randament (recompensa pentru randament).

În esență, în cadrul acestui sistem, plata salariaților este stabilită pe baza unei anumite cantități de piese sau a unui anumit număr de operații efectuate de către muncitori – individual sau în grup –, adică pe baza unui tarif pe bucată (sau operație), stabilit în prealabil, ținând seama, bineînțeles, și de un minim de condiții calitative pe care trebuie să le îndeplinească produsul respectiv.

Una din caracteristicile specifice ale remunerației după randament este că, în general, economia timpului de lucru revine (integral sau în cea mai mare parte) muncitorului, iar economia realizată la cheltuielile de regie revine – cu unele excepții-întreprinderii; în ambele cazuri, proporțiile convenite fiecăreia din părți pot varia în funcție de sistemul adoptat. Sistemul plății după randament cuprinde o varietate de formule printre care cele principale sunt: plata în acord individual (plata cu bucată), plata în baza „timpului alocat”, plata cu prime individuale sau pe echipe.

Plata în acord direct (straight piece-work system) sau salariul proporțional cu piesele lucrate reprezintă sistemul în care plata se efectuează după numărul de piese sau de operații executate. Este antiteza salariului după timpul lucrat (în regie). Salariul primit este egal cu produsul dintre numărul pieselor (sau al operațiilor) și tariful (prețul) stabilit pentru fiecare din ele; cu alte cuvinte, remunerația variază direct proporțional cu volumul producției. De aceea el este denumit „salariu cu bonus integral”. Venitul muncitorului fiind în raport direct cu munca prestată, acesta este îndemnat să producă un număr cât mai mare de piese (sau să efectueze un număr cât mai mare de operații). Sistemul este atrăgător, în special, pentru lucrătorii îndemnatoci și sârguincioși.

Sistemul de salarizare pe piesă sau cu bonus integral are trei caracteristici principale, importante pentru a putea fi bine înțeles.

Prima dintre aceste caracteristici este *natura rezultatului* luat în considerare pentru calculul salariului. În multe sisteme, acest rezultat este randamentul lucrătorului.

În anumite sisteme se măsoară direct cantitatea producției prin: numărul de piese fabricate, ponderea sau volumul producției; salariul este calculat pe baza unui anumit preț pe unitatea de producție (principiul salariului pe piesă).

Alte sisteme de salarizare se bazează pe timpul lucrat în producție, calculul remunerației rezultând din diferența dintre timpul alocat pentru execuția unei sarcini de muncă și timpul efectiv lucrat (principiul salariului cu primă de randament).

Dacă rezultatul muncii pentru calculul salariului este randamentul, multe alte criterii sunt, de asemenea, utilizate, considerate importante, pentru reducerea costului producției, ca de pildă: calitatea producției, economia de forță de muncă, de materiale sau de alți factori de producție, gradul de utilizare a mașinilor și alte criterii ale eficienței.

În alte sisteme de salarizare se iau în considerare mai multe rezultate (cantitatea și calitatea producției).

A doua caracteristică importantă a sistemelor de salarizare bazate pe rezultate individuale o reprezintă perioada de calcul al rezultatului, care să coincidă cu perioada de calcul al salariului. Măsurile de luare în considerare a unor perioade mai lungi au inconveniente majore, slăbind efectul incitativ.

Cea mai importantă caracteristică a sistemelor de salarizare legat de rezultate individuale este forma relației dintre rezultate și salariu. Salariul în acord (pe piesă), ținând seama de sistemul de referință de la care am pornit, se materializează printr-o dreaptă (bisectoare) care trece prin origine.

De remarcat este faptul că, salariul total (S) este dat de o formulă care se aseamănă cu aceea corespunzătoare a salariului după timpul lucrat, dar în care timpul lucrat este înlocuit prin timpul alocat. Se poate deci spune că salariul pe piesă este un salariu după timpul alocat.

- *Sferele de aplicare*

Sistemul plății în acord a avut o răspândire largă în majoritatea țărilor industriale. Există numeroase motive care explică această tendință. În primul rând, mecanizarea și specializarea crescândă a industriei au înlăturat, în mare măsură, unele din vechile stimulente, ca mândria meseriei și satisfacția cauzată de munca respectivă și au trebuit să fie înlocuite printr-un stimulent financiar.

În al doilea rând, s-a dezvoltat în rândul salariaților convingerea crescândă că este just ca lucrătorul să fie remunerat corespunzător cu munca pe care el o prestează. Atitudinea tradițională a sindicatelor a fost în favoarea salarizării uniforme după timpul lucrat, dar, față de dorința muncitorilor sănguricioși de a fi retribuiți în raport cu calificarea lor superioară și cu efortul suplimentar depus, sindicatelor în majoritatea cazurilor au acceptat, cu anumite rezerve, plata după rezultate.

În afară de valoarea stimulativă a plății mărite în funcție de munca depusă, plata după rezultate pare să stimuleze și dorința de a excela și introduce un element de interes și întrecere în muncă, compensând astfel în oarecare măsură și

monotonia ei. Simpla fixare a normelor pentru munca în acord îi stabilește muncitorului o sarcină, îi asigură un scop, o posibilitate de a-și manifesta importanța și superioritatea, ceea ce poate contribui la mărirea satisfacției din muncă.

În general, sistemul de plată în acord poate fi aplicat în bune condiții la muncile cu caracter repetitiv care se efectuează în condiții care permit, mai mult sau mai puțin normarea, astfel încât să existe certitudinea că o anumită cantitate de energie și îndemnare va avea drept rezultat un anumit volum de producție.

Chiar în cazurile în care normarea nu este posibilă, dar produsul poate fi măsurat cu ușurință din punct de vedere cantitativ (de pildă, în extracția de cărbune, de minereuri), utilizarea sistemului de plată în acord este posibilă sau indicată. Rezultatele cele mai avantajoase se obțin când obiectivul principal este cantitatea produsă, când controlul calității poate fi efectuat fără dificultăți și, în fine, când costurile unitare de mână de lucru sunt urcate. Aplicarea acordului nu este însă adecvată proceselor de producție în care mărirea vitezei de lucru poate avea ca rezultat o risipă mărită, care să compenseze sau să depășească câștigurile realizate prin producția suplimentară. De asemenea, el nu poate fi aplicat la lucrările în serii mici nerepetitive, la lucrările cu caracter aleatoriu sau intermitent, care cuprind, în general, muncile zise „indirecte” sau „neproductive direct” – precum lucrările pregătitoare ale proceselor de producție, cele de tipul întreținerii mașinilor și instalațiilor; la aceste lucrări, inconveniente fixe a timpilor sunt foarte mari. Tot astfel, aplicarea acestui sistem nu este indicată nici în cazurile în care volumul producției (sau al operațiilor) este determinat de viteza mașinii sau de procesul tehnologic respectiv.

În cadrul sistemului general de plată după randament (în acord) se pot deosebi trei subdiviziuni principale privitoare la măsura în care muncitorii beneficiază sau nu integral de creșterea producției:

a. *Sistemele de plată care variază direct proporțional* cu volumul producției în care salariații (individual sau în echipă) primesc același tarif pentru fiecare unitate de produs (sau operație), indiferent de numărul lor. În acest sistem, orice câștiguri sau pierderi referitoare la cheltuielile cu mâna de lucru pe unitate, rezultând din variația producției, beneficiază sau, respectiv, sunt suportate de muncitori. În schimb, întreprinderea suportă pierderile sau realizează câștiguri din variația cheltuielilor de regie generală pe unitatea de produs.

b. *Sistemele de plată în care veniturile salariaților variază proporțional mai puțin decât producția.* Caracteristica lor esențială este că muncitorul împarte cu întreprinderea câștigurile (privitoare la costul mâinii de lucru pe unitate) ce rezultă din variațiile producției care depășește norma fixată; muncitorul primește numai o cotă parte a sumei convenite pentru depășire.

În această categorie se încadrează printre altele: sistemul Halsey, sistemul Rowan, sistemul Bedaux și sistemul Barth cu participare variabilă.

În majoritatea cazurilor, aplicarea acestor sisteme este asociată cu garantarea unui salariu minimal (după orele lucrate) în cazul în care producția nu atinge un nivel anume specificat.

Aceste sisteme acordă întreprinderii un beneficiu suplimentar din excedentul de producție a muncitorului, dar economiștii occidentali susțin că ele pot realiza și

o „secțiune de frânare” a eforturilor excesive din partea muncitorilor, sau a măririi excesive a vitezei de lucru, care pot fi în detrimentul sănătății salariaților sau în detrimentul calității produsului, sau, în fine, a cantităților de materiale consumate pe unitate de produs (risipa).

c) *Sisteme în care venitul muncitorilor variază proporțional mai mult decât producția*, caracterizate prin aceea că muncitorul, pe lângă faptul că primește tariful convenit pentru fiecare piesă sau operație, participă și la o parte din economiile de cheltuieli în regie realizate de către întreprindere în urma depășirii normelor. De obicei, în aceste sisteme, normele sunt foarte mari, ceea ce prezintă inconvenientul de a împinge la un efort excesiv, care poate fi dăunător sănătății muncitorilor, inconvenient care este comun tuturor sistemelor ce creștere accelerată a tarifelor plătite. În acest cadru se practică sistemul pe baza unui tarif (high piece-rate system), care recunoaște efortul mărit pe care trebuie să-l depună muncitorul pentru mărirea producției. Pentru fiecare creștere, de pildă, de 1% a producției, prima plătită este în mod succesiv mai mare (trecând de la 1,1% la 1,25%, 1,33% etc.). Sistemul este, în general, limitat la întreprinderile a căror conducere are nevoie urgentă de colaborarea forței de muncă în vederea creșterii productivității. Pe aceeași linie se situează un sistem care se bazează pe indicii de productivitate, adică pe relația între productivitatea salariaților și timpul fixat pentru sarcina de îndeplinit. Prima, care inițial este de 57%, începe a fi plătită la îndeplinirea a 5/6 din normă; ea crește progresiv până la 80% în cazul îndeplinirii normei și atinge 130% din salariul de bază la o depășire cu 33% a normei stabilite.

Dat fiind profilul lucrării noastre, credem că sistemele de salarizare nu pot fi tratate doar într-o formă generală, cum am mai procedat noi mai sus, ci trebuie să ilustrăm fiecare din cele trei categorii de sisteme cu principalele modele care s-au utilizat și se utilizează astăzi în practica țărilor dezvoltate din punct de vedere economic, în speranța că, în acest mod, vom putea servi mai bine practica științifică de elaborare și gestiune eficientă a sistemelor de remunerare din firmele românești, ca și din sfera administrației.

a. Prima categorie, când remunerația în acord variază proporțional cu randamentul, include trei tipuri de sisteme: **salariul proporțional cu numărul pieselor fabricate; sistemul timpului alocat** (ora standard) și **sistemul minutului standard**.

Dat fiind că stabilirea integrală a *salariilor proporțional cu randamentul* prezintă unele riscuri, fie pentru muncitorii mai puțin îndemânatici, fie datorită unor eventuale întreruperi ale lucrului din motive independente de voința muncitorilor, s-a recurs la o formulă de „îndulcire” a acestui sistem. În speță, s-a stabilit ca o parte din salariu să fie în funcție de timpul de prezență la lucru, ceea ce reprezintă un salariu minim garantat, independent de realizarea normei. Acesta nu trebuie confundat cu *tariful minim* sub care nu poate fi plătit niciun muncitor, tarif stabilit, de regulă, pe cale de dispoziții legale. Salariul minim garantat, în cazul de față, reprezintă venitul minim pe care salariatul îl va primi pentru timpul muncit, independent de cantitatea producției sale. În cazul în care norma este îndeplinită și mai ales dacă ea este depășită, salariatul primește un supliment (o primă) egal cu valoarea tarifului pe bucată înmulțit cu numărul suplimentar de piese lucrate.

Cheltuielile unitare de mână de lucru, ca element al prețului de cost, scad până în momentul când producția atinge 100% din norma stabilită, după care ele rămân constante; în schimb, întreprinderea beneficiază de micșorarea cheltuielilor de regie generală fixă sau semi-variabilă. Acestea din urmă cuprind cheltuielile administrative și de vânzare care, în cadrul unei majorări moderate a producției, rămân neschimbate, sau care nu variază strict proporțional cu creșterea peste o anumită limită a volumului producției (spre deosebire de amortizarea clădirilor, instalațiilor și a mașinilor, care constituie sarcini fixe independent de gradul lor de utilizare).

Sistemul timpului alocat sau „sistemul orei standard” (standard hour) cunoscut și ca sistemul „normei de timp” (*standard time*) este considerat de unii ca fiind, în esență, identic cu plata în acord după numărul pieselor, în sensul că, în ambele sisteme, plata este direct proporțională cu munca prestată. Deosebirea constă în faptul că în loc de a se fixa un preț (tarif) pentru fiecare unitate produsă (plata în acord), se stabilește o „normă de timp” (timp standard) pentru fabricarea unei anumite piese sau pentru efectuarea unei anumite operații; muncitorul este plătit pe baza salariului său orar, în funcție de munca efectiv îndeplinită în decursul unei ore, care însă poate depăși munca prevăzută după „norma orară”.

Sistemul normei de timp poate fi aplicat în două variante: cu sau fără garantarea unui salariu minimal. În prima alternativă, muncitorul care nu îndeplinește norma este plătit pe bază de timp, ca și cum ar fi îndeplinit norma; în a doua alternativă, el este plătit strict după cantitatea produsă calculată pe baza timpului alocat (norma) pentru fiecare piesă sau operație.

Sistemul „minutului standard” (Standard minute) sau norma pe minut constituie o variantă a sistemului „normei de timp”, în care normele sunt stabilite în minute. Minutul standard cuprinde cantitatea de muncă pe care un salariat trebuie să o efectueze, *ca un minimum*, în cursul unui minut cronometrat. Munca ce trebuie prestată este calculată într-un mod care să țină seama de întârziere inevitabile în muncă, de oboseală și de necesitățile personale ale salariatului, astfel încât muncitorul mijlociu să fie în măsură să presteze în medie, în decursul unei ore, muncă echivalentă cu 20-30% mai multe minute decât cele 60 minute ale normei, fără a fi supus unei tensiuni sau fără a accelera cadența de muncă. În majoritatea cazurilor se așteaptă ca muncitorii să realizeze o prestație medie de 75 minute pe oră, ceea ce le dă dreptul la o primă de 25% peste salariul de bază. În acest sistem, remunerația salariatului este direct proporțională cu randamentul muncii.

b. Sistemele cu o progresie a salariului mai mică decât randamentul: sistemul de salariu Towne-Halsey, sistemul salarial York, sistemul de salariu Rowan, sistemul Barth, sistemul Bedaux și sistemul Valée.

C. Sisteme neliniare între remunerație și randament

Până aici am prezentat cele trei categorii de sisteme liniare de remunerație în raport cu randamentul.

Analiza sistemelor de remunerație n-ar fi câtuși de puțin completă dacă nu vom aborda și sistemele de salarizare neliniare, în cadrul cărora remunerația crește în proporții care variază în raport cu randamentul.

Multitudinea de asemenea sisteme neliniare poate fi clasificată în trei mari categorii:

- a) remunerație cu progresie graduală: salariu după timp (în regie) plus o primă fixă;
- b) remunerație cu progresie crescândă: primă progresivă;
- c) remunerație cu progresie descrescândă: primă degresivă.

De remarcat este faptul că, în aceste trei cazuri (categorii), relația remunerație – randament nu mai este liniară, respectiv salariul crește într-o proporție care variază, ea însăși, cu randamentul. Se poate vorbi aici despre o dublă flexibilitate, atât a remunerației, cât și a randamentului, de unde rezultă, dacă toate celelalte condiții sunt aceleași, că nivelul costului pe unitatea de produs va fi mai scăzut, fără ca prin aceasta să se reducă nivelul incitativ al muncitorului. Efortul muncitorului se reglează după ambii parametri: nivelul (nivelurile) remunerației și nivelurile randamentului. Principalele sisteme de remunerație neliniare sunt: salariul diferențial pe piese al lui Taylor, sistemul diferențial al lui Merrick, sistemul diferențial pe oră al lui Gantt, sistemul lui Emerson și sistemul Thomson.

• *Avantajele și inconvenientele remunerației după randament*

Practica arată că toate sistemele de salarizare, fără excepție, au atât avantaje cât și limite inconveniente.

Efectul incitativ al remunerației după randament depinde, în mare măsură, așa cum am mai arătat, de forma relației dintre remunerație și randament. Efortul incitativ al remunerației în acord are însă numeroase efecte pozitive extrem de importante și în primul rând economice, la care ne oprim sumar în cele ce urmează:

– unul din avantajele cele mai importante ale remunerației în acord este creșterea volumului producției. Potrivit experienței internaționale, remunerația în acord sporește producția, de regulă, între 25-33%;

– sistemele de acord au ca efect creșteri importante ale salariilor și veniturilor muncitorilor. După unele surse, dacă producția crește între 25-33%, remunerația poate crește în jur de 20-25%. Din aceste considerente, muncitorii apar interesați în eliminarea oricăror obstacole care stau în calea creșterii producției și a eficienței ei economice. Efortul muncitorilor se adaugă la efortul și competența profesională și decizională a conducerii pentru ca întreaga organizare a producției și muncii să asigure permanent realizarea unor câștiguri înalte, crescânde;

– plata în acord nu se poate realiza fără fixarea sumei (tarifului) pentru produsele sau operațiile efectuate sau fără stabilirea timpului alocat. Aceste exigențe pot fi aplicate numai dacă, în prealabil, se realizează studiul sistematic al muncii (organizarea producției) care dezvăluie în practică noi direcții de perfecționare a proceselor de producție. Elaborarea de norme de producție constituie un stimulent pentru creșterea producției, dar și de perfecționare a conducerii muncii, a eficienței;

– remunerația după randament stimulează facultățile inovative ale muncitorilor, perfecționarea procedeelelor de muncă aflate sub controlul nemijlocit al acestora, cum ar fi: organizarea fizică a muncii, modificări minore ale gabariturilor, adaptarea vitezei de lucru, alimentarea mașinilor etc. Sistemul de remunerare în regie nu are aceste stimulente;

– toți factorii (avantajele) muncii în acord înainte arătați concură la reducerea costului salarial pe unitatea de produs. Aceasta se datorează atât sistemelor în care salariul variază mai puțin decât randamentul, cât și, mai ales, în cazul tuturor sistemelor întrucât cheltuielile de regie generală (fixe și semivariabile) se repartizează la un volum sporit de producție. Desigur, acest efect este mai mic în cazul sistemului de acord în care remunerația crește mai rapid decât randamentul muncii;

– în sistemul muncii în acord, muncitorul devine **propriul său supraveghetor, contribuind la eliminarea cheltuielilor de personal ale firmei**, chiar dacă protecția calității producției la munca în acord reclamă o sporire de personal. Dacă vorbim despre sistemele de muncă participativă în care muncitorii își fac singuri controlul calității, atunci reducerea cheltuielilor de personal este și mai mare;

– sistemele de plată în acord direct prezintă avantajul simplității atât pentru muncitori, cât și pentru calcularea salariilor. Acest element de simplitate a calculului reduce cheltuielile de administrare a salariilor, pentru calculul prețului de cost și pentru controlul producției. Contribuția acestor sisteme trebuie apreciată întrucât, în cazul coexistenței sistemelor care implică evidențe și calcule mai laborioase, conduce la reducerea impactului acestora asupra costurilor producției de ansamblu;

– cu toate marile avantaje, niciun sistem de retribuire în acord nu poate să evite efectele unei încadrări defectuoase a personalului;

– primele nu pot să genereze o îmbunătățire spontană a condițiilor de muncă, dacă nu există un climat favorabil schimbării și inovării;

– primele de acord nu pot să suprimă conflictele de muncă, nu ameliorează ambianța muncii, dacă nu sunt integrate într-o politică de conducere, de formare a personalului și de dialog cu personalul.

În teoria și practica mondială se recunosc trei grupe mari de inconveniente: fiziologice, economico-sociale și psihologice.

Inconveniente fiziologice. Tendința de a produce mai mult pentru a obține remunerații mai mari poate genera obosirea excesivă a muncitorilor, cu consecințe negative asupra stării sănătății acestora. Practica arată că omul este capabil de eforturi excepționale doar pe perioade scurte, pe care nu le poate prelungi fără a-și afecta sănătatea.

Inconveniente economice și sociale:

– remunerația în acord generează dificultăți de stabilire a timpilor de muncă și a tarifelor: generează conflicte între conducere și muncitori; în unele uzine, stabilirea normelor de muncă este foarte anevoioasă iar la puțin timp, după acumulare de experiență și promovarea de schimbări tehnice, tehnologice, aceste norme se cer revizuite. De aceea, unii specialiști se declară pentru eliminarea primelor plătite pe bază de randament. Acesta ar mări ambianța și spiritul de colaborare;

– deteriorarea calității produselor. Munca remunerată în acord generează creșterea vitezelor de lucru în detrimentul calității producției. Acest impact se poate micșora prin introducerea unor sisteme de supraveghere și control al calității.

Inconveniente de ordin psihologic:

Remunerația în acord generează diferențierea câștigurilor realizate de muncitorii care prestează aceeași muncă datorită dificultăților de realizare a echilibrului normelor de muncă, dar și datorită însușirilor individuale ale muncitorilor. Din aceste cauze apar nemulțumiri, dispute, reclamații, invidie, gelozie, deteriorându-se climatul de muncă și de colaborare, cu consecințe nefavorabile asupra producției.

Sursele acestor aspecte negative sunt fie pregătirea insuficientă a tranziției la remunerația după randament, în special măsurile necesare pentru desfășurarea producției și a muncii, dar și cele mai diferite forme de subiectivism, de favoritism promovat de unii șefi ierarhici, în special în ce privește repartizarea lucrărilor avantajoase pentru muncitor.

BIBLIOGRAFIE

- Benain, M.; Carron, J.C., *Comment choisir votre politique de salaries*, Editions D'Organisation, Paris, 1966
- Dobrotă, N. (coordonator), *Dicționar de economie*, Editura Economică, București, 1999
- Gelinier, O., *Strategie de l'entreprise et motivation des homes*, Les Editions D'Organisation, Paris, 1990
- Răboacă, Gh., *Piața muncii și dezvoltarea durabilă*, Editura Tribuna Economică, București, 2003

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE CONTEXT OF EFFICIENT MANAGEMENT

Conf. univ. dr. **BRAICU, Cezar**
Facultatea de Finanțe și Bănci, București
Universitatea *Spiru Haret*
Conf. univ. dr. **NEAGU, Cibela Elena**
Universitatea „ARTIFEX” București

Abstract

Management and culture are interdependent. There is tight link between organizational culture, management, leadership and future performances of an organization. As soon as a new firm is born, its culture is also formed, reflecting the way of thinking and the imagination of its members.

Every organization has its own culture which reflects in its structures, systems and also the way it broaches its strategy. Organizational culture comes from the past and present of the organization, from the people who are presently working for it, from technology and its physical resources.

Key-words: *organizational culture, managerial culture, behaviour norms, rituals, myths, symbols, levels of organizational culture*

JEL Classification: M₁₄₀

1. General considerations concerning organizational culture

The internal environment of an organization is determined by the *organizational culture*, meaning “a system of values, ideals, beliefs and demeanor norms that unite the members of an organization”, which is of great importance in streamlining the activities carried out by the organization.

The experts offer a wide range of definitions concerning organizational culture. Thus, organizational culture may represent:

- “the consequential application of an internal model that determines the behaviour, values, and schemes of thought, action and speaking in an organization”¹;
- “... what a firm defines as «normal» helps its employees find answers within the happenings and symbols of their own organization”²;
- “a system of material elements, values, norms and beliefs shared by the members of a group”³;

¹ Pascale, R.T., *The Paradox of Corporate Culture*, “California Management Review”, Winter, 1985.

² Jennings, M.P., *Corporate Culture and Change*, The Conference Board Inc., New York, 1986.

³ Schein, E., *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1985.

• “a set of symbols, ceremonies and myths which communicate the key beliefs and values shared by the members of the organization”⁴.

Organizational culture includes, by these authors, the following components:

– regular behaviours that occur during human interactions, such as organizational rituals and ceremonies, and frequently used parlance;

– norms that are shared/accepted by workgroups from all out the organization, such as “a good pay for a day of good work”;

– dominant values imposed in an organization, such as “the quality of the product”;

– the philosophy that guides organizational politics concerning employees and customers;

– rules used for the integration in an organization which a newcomer has to learn in order to become an accepted member;

– the climate which emanates from an organization through the physical aspect and through the way its members interact with “customers” or any other persons.

None of these components, taken individually, represent organizational culture. Taken together, though, they reflect and give meaning to the concept of organizational culture. In a personal point of view, we might say about organizational culture that it represents the sum of principles, values, beliefs, rituals, attitudes and aptitudes of its members, and also the sum of specific models of behaviour that are dominant in an organization and passed on from one generation to the next as being the normal way of acting, thinking, feeling. For example, the culture of one organization determines its strategy, its attitude concerning outside groups, interested in its functioning, primary methods of selection and socialization of employees, the criteria for evaluating performances and for promotions, the right style concerning interpersonal relations, the styles of leadership the managers use etc.

The culture refers to every aspect of an organization. Organizational culture is something every organization **has**, implying the possibility of manipulating that something, of changing it by heart’s desire, by “matching” it with a strategy and by using it as a management instrument ⁵. Organizational culture is considered to be the invisible “force” behind easily observable and tangible things in an organization, the social energy that determines people to act.

Every organization has its own culture – its own set of beliefs, ideals, values and demeanor norms that reflect themselves within the organization’s structures, systems and ways of elaborating strategies. Organizational culture has its roots within the past and present of it, within the people that are presently working in the firm, within technology and physical resources, and also within the aims, goals and values of those who work in the firm. Because of the fact that every organization has a different combination of the elements previously mentioned, each one will have a

⁴ Ouchi, W.G., *Theory Z*, Adisson Wesley, Reading, Mass., 1981.

⁵ Fombrun, Ch., *Corporate Culture and Change*, The Conference Board, Inc., New York, 1986.

unique culture. An organization may have multiple culture/subcultures, associated to the different functional compartments, to different types of activities.

James M. Higgins⁶ considers that an organizational culture's elements are:

- myths and beliefs;
- symbols, ceremonies and rituals;
- the metaphor system and specific language;
- the value and norm system that guide the behaviour.

Myths and beliefs

Myths and beliefs include the history of facts that have determined a certain type of demeanor, successes from the past, key men of the organization, those visionaries that have transformed the organization, that have given it another orientation. These “tales” help new employees build an image of the meaning of the norms, attitudes, demeanor of the organization's members, so they might assume them in order to adapt within the organization.

The system of metaphors and specific language

This refers to the key values of the organization. Many organizations set out in the competition by assuring themselves that they have a slogan which would permit them to draw attention upon themselves and monopolize the market. At the same time, within every organization a specific language is spread, using certain codes of language. Usually a laconic, synthesized language that is understood only by the members of the organization is being used.

Symbols, ceremonies and rituals

These show what is important to respect within the organization. Flags, the organization's logo, etc., bring out the importance and place certain ideas and happenings hold.

Mottos

They are important for the members of the organization. The criteria for elaborating a motto are: to hand down and promote the organization's philosophy; to have an emotional recourse, rather than a rational one; not to be a direct goad to loyalty, productivity, quality nor to other organizational objectives; to be mysterious for the public, but not to the members of the organization. Example of motto “Quality is no. 1”.

Values and norms

The system of values and demeanor norms are reflected in strategies, structure, political systems, rules, procedures, showing what is permitted and what is not. They are part of informal communication, for example, the way an organization is structured shows if the employees can participate or not in a very important way in building the system's values. Even the size of the organization influences the meaning of its values.

⁶ Higgins, J.M., *The Management Challenge*, Toronto, 2002.

In conclusion, the organizational culture must be understood having in mind two levels: a) the mythical part (concerning the history), that includes myths, tales, symbols, slogans and ceremonies; b) “the road we are currently on (the present)”, indicated by strategies, structure, systems, management, rules, norms, etc.; the manager must learn to wield these values as well.

2. The functions of organizational culture

Concerning the organizational culture there are three important aspects to analyze: *the direction, distribution and power* of the culture. The direction refers to the amount at which the culture of a firm helps achieving its goals. The distribution refers to the amount of diffusion of the elements of the culture within its members. The power refers to the extent of the culture’s acceptability within the members of a firm. The culture of an organization may have a positive impact upon efficiency, when it helps in achieving its goals, when it is wide spread among its members and when it is accepted by them, or the organizational culture may have a negative impact upon efficiency, when it doesn’t influence the achievement of the firm’s goals in a positive way.

The organizational culture accomplishes several functions within an organization. On the way they are accomplished depend to an important extend the functionality and performance of that organization. These are:

1. *The organizational culture contributes to the development of the firm’s relations with the stakeholders.* Depending on the comprehension of formal messages and mainly informal ones, transmitted by that certain organization, depending on the manner in which they perceive the fact that they are given the attention they deserve and will be able to achieve their own goals by collaborating with the organization, the stakeholders will or will not be interested in consolidating their relations with that certain organization.

2. *The organizational culture forms the identity of the employee and that of the group.* The employee comes into contact with the organizational culture for the first time through the recruitment, selection, employment and integration procedures. The social environment in which he enters determines a series of pressures placed upon him, having the role of validating or not an important part of his presumptions and expectances concerning that organization, also influencing his way of perception, thinking and acting. In order to be accepted, the employee will have to adapt certain behaviors so as he might integrate as soon as possible within the group he wishes to work in. Nevertheless, through the procedures undertaken, the managers try to discover in what way the abilities, knowledge and experience of the individual might prove beneficial for the firm and whether he “fits” in the organizational culture of the firm. On the other hand, the organizational culture can suffer changes by assuming some influences that intensely occur in a certain group, and even a subculture, that gradually appear among the other existing subcultures.

3. *The organizational culture influences the behavior of the members of an organization.* The organization’s employees change and are being changed by the organizational culture. Within the firms that have a very strong organizational

culture, the employees know what is expected of them and what are the types of decisions and ways of acting accepted. As a result, they will have a higher rate of action in achieving the goals set by the firm.

4. *The organizational culture assures the feeling of belonging to a certain group.* There are some organizations in which, in order to hasten the process of individual integration of the employee within the organizational culture, there have been developed a series of specific procedures that require continuous training/perfecting in the organizational culture, communication and also advisory programmes. As time passes, the employees develop a series of professional and personal relationships within the organization and gradually, begin to consider the organization as a second home.

5. *The organizational culture offers protection to its members.* The organizational culture ensures feeling of stability and safety to its employees, offering them a familiar environment in which they can manifest their personality. The organizational culture assumes the outside pressures, processes them shrewdly and transmits them to the organization's employees, offering them protection, and also a range of possibilities in which to act comfortably and in perfect security

6. *The organizational culture builds the interface between national culture and individual culture.* Every individual has his own system of knowledge, values, symbols, attitudes and behavior (his personal culture), which define his personality and determine his decisions and actions in his relationships with the others. Within an organization, the employees learn to adapt their individual culture according to some standards that must be accepted by all around them. They practically adapt the elements of the national culture to their specific activity. Thus the organizational culture appears as the interface between the individual culture's elements and those dominant at a national level.

3. The influence of superior management upon the organizational culture

The most important role in forming and adapting the organizational culture is played by the management structures of the organization and mainly by the superior management. Thus, the management (the superior one mostly), promotes certain values within the organization, sets down the main approaches to different processes within the organization, is thought of as the main model (pattern) for the employees to follow in dealing with different situations within the organization, and also with the exterior.

Management and culture are interdependent. There is a tight link between organizational culture, management, leadership future performances of the organization. As soon as a new firm appears, its culture is also formed, which reflects the way of thinking and imagination of its members. The founders of a firm that have a strong character may have an important impact upon its culture. Nevertheless, the superior management, through its authority, has the possibility of reaching certain decisions that may effectively affect each one of the members of the organization and significantly influence the firm's organizational culture.

Superior management develops, along side with a series of work processes, a work culture that reflects its image, its thoughts of what should happen within an organization in order for it to survive and be successful.

The managers represent true models for both the members of an organization, and for those who come into contact with it in one way or another. In order to do so, it is preferable that the managers have a strong empathy capacity with the organization's employees, in order to understand them and be understood. The persuasion power of a manager stands in his own cultural background, belief systems, values, attitudes and behaviours in which he firmly believes and which decisively influence his actions. An extra source comes from the support coalitions which he manages to rapidly create and use as platforms for promoting his visions.

In order to have a strong organization, the superior management, the other managers, and even the employees must know and take into consideration this complex "patrimony" of the organization, so as to through their decisions and actions to direct the energy generated by the organizational culture into achieving the firm's objectives, set down within its strategies and politics.

To obtain a high level of performance on a long term, the organizational culture must, at the same time, be:

- *Strong* – through a coherent and powerful system of values, spread throughout the organization by a strong manager and accepted by all its members.
- *Adequate* – according to the strategy used.
- *Adaptive* to the changes of the environment and industry the organization is part of.
- *Descriptive*, teaching the employees about the uniqueness of the organization, about its identity, bringing together a lot of symbolic elements that end up being conveyed through language, tales, artifacts, behaviour and other day to day manifestations.

If the culture of the whole organization is strong and the cultural differences are well balanced, *the culture gains more meanings and is enriched, drawing the general attention. The creation of strong cultures is realized with the help of strong managers*, that are able to pass down values that are essential for the whole organization, thus directly determining the performances of the organization for a long while. Being so well rooted within the organization's identity, its culture resists for a long time. It cannot be easily changed.

The modeling of the organizational culture in the way it is promoted by the principles of quality management must take into consideration the way all the different components relate with one another. Thus, the modeling of the organizational culture following the direction of quality must have the support of the managers that possess the abilities necessary to sustain such a process. One of the most important abilities is the power to set the action directions and to mobilize the whole personnel in order to go in the wanted direction (leadership). This ability allows managers to effectively implement all the assumed changes of (re)modeling the organizational culture, to maintain and improve continuously the elements of the culture in the light shed by the superior management.

To have a strong organizational culture, one that is orientated to quality, you need:

- all the personnel to be aware of what “quality” means;
- the consequential implementation, throughout the whole organization of the principles of quality management;
- to promote within the organization those values and demeanor norms that support the idea of “quality”, the idea that no matter what the goal of the organization is, in order to reach it there is need of a constant preoccupation for satisfying all those interested in the organization’s results.

As a result of this, “quality” becomes an important element of organizational cohesion (no matter what the personnel’s specific activities are), and at the same time one of the most important factors that determine the success of the organization.

Conclusions

The understanding of organizational culture is necessary because it probably is the only and most useful anticipatory element, on a long term, of an organization. It can be difficult for someone from the inside and even from the outside to reach the organizational culture, because it is quite often considered to be a universe of inducements, values and beliefs set down once and for all, a universe that is rarely declared or questioned, especially by those who have a limited experience concerning other organizations or cultures. With all this in mind, such an understanding of collective behaviour is essential in the situations in which the organization needs to adapt to certain changing conditions, including aspirations and expectations of its members.

BIBLIOGRAPHY

- Huțu, Carmen Aida, *Cultură organizațională și transfer de tehnologie*, Economica Publishing House, Bucharest, 1999
- Neagu, Cibela; Udrescu, Mircea, *Managementul organizației*, Tritonic Publishing House, Bucharest, 2008
- Fombrun, Ch., *Corporate Culture and Change*, The Conference Board, Inc., New York, 1986
- Constantinescu, Dan Anghel, *Management general*, vol. I și II, National Publishing House, Bucharest, 2002
- Schein, E., *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1985
- Jennings, M.P., *Corporate Culture and Change*, The Conference Board Inc., New York, 1986
- Higgins, J.M., *The Management Challenge*, Toronto, 2002
- Nicolescu, Ovidiu; Verboncu, Ion, *Management*, Economica Publishing House, Bucharest, 1999
- Pascale, R.T., *The Paradox of Corporate Culture*, California Management Review, Winter, 1985

- Deal, T.E.; Kennedy, A.A., *Corporate cultures: the rites and rituals of corporate life*, Penguin, 1982.
- Zorlențan, Tiberiu; Burduș, Eugen, Căprărescu Gheorghia, *Managementul organizației*, Economica Publishing House, Bucharest, 1998
- Ouchi, W.G., *Theory Z*, Adisson Wesley, Reading, Mass., 1981

V. MARKETINGUL CONTEMPORAN – NOI DOMENII DE APLICARE

INTERNETUL – FACTOR DE COMPETITIVITATE ÎN MARKETINGUL SERVICIILOR STOMATOLOGICE

Lector univ. drd. **GÂRDAN, Daniel Adrian***

Lector univ. **ANDRIESEI, Ioana***

Asist. univ. drd. **GEANGU, Iuliana Petronela***

*Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale, București
Universitatea Spiru Haret

Abstract

The Internet – competitiveness factor in the field of stomatology services marketing

The competitiveness issue represents in the field of marketing, as in the field of any economic science, a major problem regarding some different aspects. The competitiveness in the field of medical services is determined not only by the degree of efficiency and lower costs, but also by the capacity of the medical organization to implement a client focused strategy. This means a different way of thinking the global medical marketing mix. Especially in the field of stomatology services, a main aspect is the perception of the patient, the personal communication between him and the medical staff. The following article explores this issue presenting the development and importance of internet techniques used to build a more effective and competitive marketing strategy for the medical organizations in the field of stomatology.

Key-words: *competitiveness, marketing communication, visual identity, site content*

1. Competitivitatea în marketingul sanitar-stomatologic

În prezent, problematica competitivității reprezintă o preocupare de bază a tuturor organizațiilor, conform strategiei de dezvoltare a economiei naționale. Pe fundalul noilor tehnologii informaționale, competitivitatea a dobândit noi valențe, în care promovarea pe internet joacă un rol important. Particularitățile mediului de comunicare internet creează premisele implementării unor mecanisme cu un pronunțat dinamism, caracteristic societății cunoașterii.

În această viziune, conceptul de competitivitate reprezintă un termen de mare complexitate, definirea corectă a acestuia necesitând permanent noi evaluări. Noțiunea de competitivitate se află la intersecția unor domenii și sfere ale cunoașterii diverse, și factorii care concură la atingerea unui nivel de competitivitate sunt diferiți și eterogeni.

Domeniile de aplicare ale marketingului au evoluat în timp, odată cu cristalizarea teoriei de marketing, a evoluției sociale și tehnologice. Astfel,

aplicarea cu succes a principiilor marketingului în domeniul medical a devenit o realitate palpabilă, fiind create instrumente necesare operaționalizării unei strategii viabile pentru orice organizație implicată în prestarea serviciilor medicale. Conceptele implicate în acest demers sunt similare celor aplicate în marketingul serviciilor, în general, dar le întâlnim și în problematica specifică marketingului social sau educațional. În plus, la nivelul specializării stomatologice se conturează practici de marketing axate pe calitatea și complexitatea prestației medicale specifice.

Ca și în alte subramuri medicale, întâlnim o componentă cu referire directă la serviciile dedicate și, în mod special, la elementele fizice care susțin o prestație medicală (instrumentarul medical – proteze, materii prime etc.). Comunicarea cu clientul este și ea mai pronunțată în cazul serviciilor stomatologice, atât din cauza frecvenței ridicate a afecțiunilor, diversității acestora, cât și necesității comunicării directe între prestator și client.

Elementele de competitivitate în activitatea de marketing fac referire atât la implementarea activității, în general, precum și la elementele particulare care rezultă din operaționalizarea mixului de marketing.

Particularitățile la nivelul implementării mixului de marketing sunt multiple și merg în unele cazuri până la elemente de detaliu. Asigurarea îndeplinirii unor obiective de marketing în condiții de maximă eficiență reprezintă un deziderat de prim ordin pentru organizații prestatoare a unor servicii cu mare impact social, așa cum sunt serviciile medicale cu specific stomatologic.

În ansamblul serviciilor medicale, cele referitoare la tratarea afecțiunilor stomatologice se caracterizează printr-o poziție particulară, datorată frecvenței afecțiunilor, precum și a complexității uneori ridicate a intervențiilor. De asemenea, un factor extrem de important care influențează orice decizie de marketing, îl va reprezenta continuitatea serviciilor, pacienții fiind în situația de a apela de mai multe ori pentru rezolvarea unei singure afecțiuni. Acest lucru are implicații directe atât asupra comunicării personal – client, cât și asupra strategiilor de fidelizare, care pot beneficia de pe urma momentelor repetate de „consum”.

O altă particularitate derivă din faptul că, pentru unii clienți, motivația de consum a acestor servicii este una pur estetică, mai puțin legată de necesitatea păstrării unei stări de sănătate optime. În acest caz, clienții în cauză cer o prestație cu un grad cât mai mic de variabilitate, la un nivel calitativ maxim, fiind dispuși să plătească un preț ridicat. Fidelizarea clienților trebuie construită în jurul unor valori speciale, printre care preocuparea constantă pentru calitate să fie cea mai importantă.

În activitatea de marketing în general, competitivitatea din punctul de vedere al organizării activității se referă atât la fundamentarea și implementarea unor norme de calitate, a unor standarde de operare, cât și la dezvoltarea capacității de alocare judicioasă a resurselor organizației.

În ceea ce privește situația particulară întâlnită în serviciile medicale, principiile generale privind organizarea eficientă a activității de marketing se îmbogățesc cu specificul organizării proceselor caracteristice pentru îngrijirile medicale.

Circuitul materiilor prime, structura personalului, specificul standardelor referitoare la securitatea pacienților, igiena și protecția muncii sunt doar câteva din elementele care particularizează organizarea activității unei instituții medicale.

Din punct de vedere al operaționalizării mixului de marketing, cu alte cuvinte al implementării unei strategii de marketing în ansamblul său, cerințele referitoare la competitivitatea în marketingul stomatologic se pot dezvolta la rândul lor pe două direcții fundamentale.

Prima se referă la cerințe derivate din însăși respectarea aplicării unor principii de marketing competitiv la nivelul organizației. La acest nivel putem reaminti: necesitatea creării unui cadru de comunicare directă cu clienții, dinamic și flexibil, dezvoltarea unei comunicări integrate de marketing (web, door to door, consultantă etc.), implementarea unor baze de date cu clienții și a unei strategii flexibile de fidelizare a acestora, dezvoltarea unui sistem de bartere cu furnizorii și cu alte organizații din amonte sau aval (pe linia utilității serviciilor medicale) etc.

Cea de-a doua direcție fundamentală a implementării competitivității la nivelul mixului de marketing se referă la construirea unei strategii anticoncurențiale eficiente, care în acest domeniu trebuie axată tot pe o relaționare client – organizație cât mai bună. În marketingul stomatologic nu putem vorbi de o aplicare în extenso a principiilor anticoncurențiale clasice (strategii bazate pe preț scăzut, promovare agresivă etc.), decât pentru o perioadă limitată de timp, alternativ pentru segmente diferite de clienți. Datorită gradului de implicare emoțională mai mare, specific serviciilor în general și mai ales celor medicale, este recomandată o diferențiere față de concurența bazată pe capacitate crescută de empatie cu clienții, construirea unui mecanism viabil de comunicare directă și capacitate de răspuns rapid la orice solicitare a clienților.

Din același punct de vedere, al competitivității, nu trebuie pierdută din vedere necesitatea flexibilității și dinamismul factorilor de decizie. Capacitatea de răspuns a acestora la orice modificare a mediului organizației este esențială pentru asigurarea competitivității.

Până în 1990, piața serviciilor stomatologice era cantonată la nivelul policlinicilor de stat. În prezent, numărul cabinetelor sau al clinicilor particulare care oferă astfel de servicii a crescut exploziv. Numai în București există în jur de 3.000 de cabinete. În ceea ce privește provincia sunt înregistrate un număr de 1.360 de cabinete și 44 de laboratoare dentare.

Din punct de vedere al consumatorilor români, și aici întâlnim o puternică segmentare. Aceștia sunt încă slab educați din punct de vedere al igienei orale, consumând în medie 125 de mililitri de pastă de dinți pe an, în condițiile în care pentru un periaj de două ori pe zi sunt necesari aproximativ 600 de mililitri pe an. Astfel, starea de sănătate dentară a populației este extrem de precară. În perioada 2002-2004, studiile arată că 72% din populație prezintă carii dentare, 42% placă dentară, 58% tartru, 37% pete pe dinți, 57% dintre români nu au o respirație proaspătă, iar 43% nu au gingiile sănătoase. Din punct de vedere al sănătății orale, țara noastră se plasează pe locul 25 între țările europene. De asemenea, o altă caracteristică importantă o reprezintă slaba implicare a sistemului național de

asigurări de sănătate, fiecare cabinet primind o sumă de 12 milioane lei pe lună, plafon care nu acoperă costul tratamentelor minime.

2. Comunicarea pe internet – instrument de marketing eficient în promovarea serviciilor cabinetelor stomatologice

În opinia autorilor, comunicarea pe internet a cabinetelor stomatologice reprezintă una dintre pârgھیile importante și necostisitoare pentru creșterea competitivității prestatorilor de servicii stomatologice în condițiile pieței românești.

De la bun început trebuie precizat faptul că la nivelul pieței, prezența pe internet a cabinetelor stomatologice lasă de dorit în raport cu numărul acestora, fiind identificate aproximativ 50 de site-uri web pentru cabinete și clinici și 15 pentru laboratoarele dentare.

Implementarea, dezvoltarea și întreținerea unui site web presupune costuri minime în raport cu alte instrumente promoționale pe termen lung. De asemenea, prin intermediul site-ului web, un prestator nu va obține doar un nou canal de comunicare cu clienții, ci și un mijloc de îmbunătățire și diversificare a serviciilor oferite (consultanța on-line, educarea și informarea consumatorilor, prezentarea dinamică a ofertei, distribuția mai eficientă a serviciilor – înregistrarea și programarea on-line a clienților), pentru a enumera doar câteva dintre acestea.

În urma analizei de conținut a site-urilor, putem enunța următoarele recomandări care să fie avute în vedere de către cabinetele și clinicile stomatologice:

– în ceea ce privește crearea unei identități vizuale a site-ului:

* site-ul va fi integrat cu celelalte forme de comunicare promoțională clasică, în măsura în care acestea sunt existente (fluturași, anunțuri, inserții în reviste, standuri de prezentare etc.) atât din punct de vedere al conținutului (informații privind tarifele practicate, tipul de servicii, programul, date de contact etc.), cât și din punct de vedere al identității vizuale (logo-ul mărcii, slogane etc.);

* este necesar un layout grafic care să pună accentul pe structurarea ușoară a navigării pe site, relevanța și actualitatea informațiilor prezentate, interfața prietenoasă adecvată unei comunicări directe cu clienții (majoritatea site-urilor au făcut eforturi pentru a crea senzația unei apropieri față de nevoile clientului);

* este necesară prezența în structura grafică a site-ului a unor galerii de imagini, eventual mici filme de prezentare a dotărilor tehnice și a personalului, a testimonialelor create cât mai credibil privind satisfacția clienților, calitatea serviciilor, raportul tarif-calitate, precum și a unor prezentări detaliate a ofertei de servicii și a tarifelor pentru fiecare serviciu în parte. Această recomandare este susținută și de procentele obținute într-o cercetare on-line privind decizia de a apela la serviciile unui cabinet în urma vizitării site-ului: a) 37% referințe din partea pacienților; b) 37% tarifele practicate; c) 26% imagini ale cabinetului.

– referitor la îmbunătățirea comunicării directe și a informării clienților:

* este obligatorie prezența pe site a link-ului întrebări frecvente, updatat în permanență cu informații rezultate din procesarea directă a întrebărilor adresate de

către clienți de-a lungul timpului. Acesta poate reprezenta un instrument deosebit de util în identificarea nevoilor și tendințelor de consum încă neexprimate pe piață;

- * se recomandă descrierea cât mai completă, eventual cu scurte animații, a tuturor procedurilor mai complexe, în special în cazul site-urilor clinicilor care oferă astfel de servicii cu un grad mai mare de complexitate;

- * de asemenea, se recomandă existența unui link către un glosar sau dicționar de termeni specifici, atât tehnici cât și medicali, referitori la serviciile stomatologice în general (aproximativ 15% din site-urile analizate beneficiau de acest link);

- * prezența pe site a unei secțiuni dedicată educării în extenso a pacienților și a potențialilor clienți în ceea ce privește noțiunile elementare de igienă dentară; de asemenea, în aceeași secțiune poate fi prezentată implicarea activă a firmei la nivelul cercetării științifice, a manifestărilor de acest gen;

- * existența unui forum al pacienților, oferind astfel posibilitatea interacțiunii directe între aceștia și unul sau mai mulți moderatori din partea personalului cabinetului în cauză;

- * posibilitatea de programare on-line a clienților, precum și posibilitatea de abonare la un newsletter cu informații utile și de actualitate;

- * prezența pe site a unei secțiuni dedicate activităților de relații publice (implicarea în viața comunităților locale, implicarea în educarea și cunoașterea nevoilor privind serviciile stomatologice la copii ș.a.).

– **privind corelarea conținutului site-ului cu oferta promoțională a cabinetului /clinicii stomatologice:**

- * posibilitatea aplicării on-line pentru un abonament de tipul planului stomatologic (s-au evidențiat site-uri care propuneau carduri de fidelitate sub forma acestor abonamente);

- * nu în ultimul rând existența unui link direct către oferta promoțională a firmelor de asigurări cu care s-au încheiat parteneriate privind produse specifice acestora – dacă există astfel de parteneriate;

- * corelarea din punct de vedere informațional a secțiunii de întrebări frecvente (destinată problemelor și recomandărilor formulate de către pacienți și/sau vizitatorii site-ului) cu elementele grafice care susțin comunicarea promoțională; cu alte cuvinte crearea unor promoții personalizate în funcție de sugestiile primite în legătură cu oferta curentă de servicii a cabinetului;

- * poziționarea pe prima pagină a elementelor grafice legate de ofertele promoționale în funcție de frecvența cererilor clienților; de asemenea, în cazul unei organizații care oferă o gamă foarte diversificată de servicii stomatologice și beneficiază în același timp de o dinamică mai accentuată a promoțiilor crearea unui link către o pagină separată a site-ului în care sunt prezentate ofertele promoționale.

Tendința actuală a utilizatorilor de internet este, în general, orientată către creșterea interactivității interpersonale, schimb de idei, opinii, informații diverse, chiar de natură științifică. Astfel, s-au născut adevărate comunități on-line care

împărtășesc propriilor membrii o gamă bogată de informații, uneori cu un mare grad de specializare (inclusiv informații din domeniul medical – stomatologic).

Construirea unei strategii de comunicare pe internet eficiente, care să asigure creșterea competitivității organizațiilor în domeniu, nu poate face abstracție de aceste tendințe specifice internetului la ora actuală. Din acest punct de vedere, se impune implicarea organizației în cadrul diferitelor comunități on-line care au uneori rol de lideri de opinie în mediul internet.

Se pot crea instrumente de genul blogurilor generate de către site-ul firmei care sunt puse gratuit la dispoziția utilizatorilor, se pot desemna medici care să ofere o administrare gratuită a acestor bloguri pe post de „moderator”, capabili nu numai să genereze o promovare a serviciilor organizației, cât și să ofere unele sfaturi competente științific către utilizatori.

De asemenea, tendința utilizatorilor de a căuta o serie întreagă de informații cu ajutorul motoarelor de căutare a dobândit valențe specifice. Motoarele de căutare au realizat o indexare suplimentară pe domenii a conținutului site-urilor de specialitate, oferind capacități suplimentare de identificare a informațiilor căutate.

Cu toate acestea strategia de indexare a site-ului web trebuie formulată în funcție de un set de evocare specifice tendințelor de la nivelul utilizatorilor. Setul de evocare poate fi identificat atât cu ajutorul site-urilor de tip blog, cât și în parteneriat cu motoarele de căutare prin indexarea listelor de cuvinte-cheie folosite, liste realizate cu o periodicitate de o zi, săptămână etc.

Site-ul trebuie să ofere un conținut de calitate construit în jurul acestor seturi de evocare. De asemenea, link-ul activ de la motorul de căutare la site trebuie să ofere posibilitatea diferențierii față de concurență prin faptul că este direcționat fie către pagina cu oferta de servicii, fie către pagina cu oferta promoțională, dacă aceasta există separat. Dacă organizația reprezintă un prestator important de servicii (genul clinică de stomatologie), link-ul poate fi direcționat către prima pagină (având în vedere caracterul organizațional al site-ului) sau către o pagină dedicată special informațiilor medicale de noutate în domeniu.

Pentru a asigura un nivel de competitivitate corespunzător, opțiunile privind indexarea trebuie să se conformeze unui nivel al costurilor adaptat capacităților organizației și indicatorilor de eficiență (număr de click/banner, număr de vizitatori, timp de navigare pe site etc).

Pe piața din România, utilizatorii de internet se conformează acestor tendințe, dar, în același timp, prezintă și o serie de caracteristici particulare. În acest sens, media de vârstă a celor care navighează pe internet este sensibil mai scăzută decât la nivelul Uniunii Europene sau Americii, timpul petrecut pe internet este mai mic, tendința de a valida informațiile obținute exclusiv de pe internet cu ajutorul surselor de informații clasice (presa, contact telefonic direct etc.) este mai pronunțată, în special în cazul majorității serviciilor (comparativ cu bunurile de consum). Luând în considerare aceste caracteristici, comunicarea pe internet a organizațiilor prestatoare de servicii medicale stomatologice trebuie mai strâns corelată cu o comunicare de marketing tradițională, având la bază publicitatea în reviste de specialitate, presă și radio local, târguri și expoziții, cataloage de prezentare, comunicarea directă etc.

În acest sens trebuie îmbunătățită capacitatea conținutului on-line de a completa și susține efortul promoțional clasic, atât la nivelul ofertei curente de servicii, cât și la nivelul promoțiilor periodice. Informațiile prezentate on-line trebuie completate de un serviciu telefonic gratuit disponibil 24 de ore, de o comunicare directă la sediul prestației (clinică, cabinet) impecabilă, realizată de către personalul prestator.

Se pot observa cu ușurință valențele deosebit de diversificate pe care un site web dedicat serviciilor stomatologice le poate avea în contextul specific pieței concurențiale din țara noastră, lista caracteristicilor și necesităților legate de dezvoltarea acestora putând fi mult mai mare.

În acest context, precizăm că au fost prezentate doar o serie de recomandări care în opinia autorilor au o relevanță mai mare pentru creșterea competitivității de la caz la caz, gradul în care prestatorul de servicii stomatologice investește în acest tip de comunicare de marketing necesitând condiții grafice specifice și un conținut adecvat obiectivelor comunicaționale ale organizației.

Ca o concluzie, atât în marketing cât și în alte domenii de activitate, competitivitatea nu face referire doar la respectarea și implementarea unor principii de alocare judicioasă a resurselor sau de organizare și desfășurare a proceselor decizionale, ci în primul rând are la bază necesitățile concrete care duc la o relație optimă pe termen lung între organizație și mediul în care se dezvoltă.

BIBLIOGRAFIE

- Doyle, Peter, *Marketing Management and Strategy*, FT Prentice Hall, 3 edition, 2001
- Giulivi, Andrea, *Marketing relazionale e comunicazione business-to-business*, Editura Franco Angeli, Milano, 2001
- Smith, P.R.; Johnathan, Taylor, *Marketing Communications – An Integrated Approach*, 4th edition, Kogan Page, London, 2004
- Williamson, Stan (coord.), *Fundamentals of Strategic Planning for Healthcare Organizations*, Haworth Press Inc., New York, 1997
- www.sanata.ro
- www.clinicistomatologice.ro
- www.unas.ro
- www.sser.ro

GREEN ACCOUNTING AND GREEN MARKETING: A PATTERN FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Assistant professor **VAKILIFARD, Reza H.**
Department of Accounting, Science & Research Branch
Islamic Azad University (I.A.U), Tehran, Iran

TAGHIPOURYAN, Yusuf
Member Of Scientific Board, Department of Accounting, Chalooos Branch
Islamic Azad University (I.A.U), Iran, Continual membership of „Iranian
Accounting Association”

Abstract

Industries are becoming progressively more aware of the environmental liabilities pertaining to their operations and products, with associated financial effects. Uncertainties in measuring these financial effects can be addressed by using environmental evaluation and accounting techniques.

Environment has emerged as one of the main tools of green accounting and marketing. Although a great deal of effort has been invested in making them more effective and efficient, the market share of environmental products is still low.

The two categories: sustainable development and environmental conservation and improvement are the main subjects that has influenced all over the world the state of economic growth and social welfare because of poverty removing. In this paper it has been tried to identify the concepts of sustainable development and the role of “Green Accounting” and “Green Marketing” comprehensively, and then the relation between these two concepts has been discussed. With a precise viewpoint to the environment, the environment costs, the reason of being green and green levels will be discussed.

Key-words: *green accounting, green marketing, sustainable development*

JEL Classification: Q₅₆₀

1. Introduction

Industrial operations worldwide cause significant environmental liabilities, with its associated financial effects. Industries are therefore becoming progressively more aware of the social and environmental liabilities pertaining to their operations and products [8]. These liabilities include impacts on the natural environment, conveyed through the three principal media: air, water and soil. Financial effects are lately more often portrayed in corporate images and reporting [12].

However, some companies still find it difficult to relate environmental liabilities to financial effects [4]. This is primarily due to inherent uncertainties in measuring these liabilities, and in ways of expressing them as part of corporate financial evaluations[18]. Uncertainties in measuring environmental liabilities can be addressed by using environmental evaluation and accounting techniques, such as qualitative matrix evaluation and streamlined life cycle analysis methods [24]; and quantitative methods including quantitative life cycle analysis, life cycle costing and total cost assessment [54]. Green accounting and green marketing can be used to demonstrate the potential for environmentally beneficial investments to yield significant financial pay-offs, through the avoidance of environmental liabilities [18].

2. Literature survey

2.1. Background

Environmental management can be defined as the process of allocating natural resources so as to make optimum use of the environment in satisfying basic human needs, if possible, for an indefinite period and with minimal adverse effects to the environment [2]. However, earth's ecosystems cannot sustain current levels of economic activity and material consumption, therefore effective sustainability initiatives are required as basis of corporate environmental management frameworks to relieve pressure on ecological and social integrity [55].

Green accounting is an innovative sustainability initiative. Coupled to the various standardized procedures and practices for effective environmental management, for example, ISO 14000 and Integrated Environmental Management Systems (IEMS), it defines the environmental management frameworks that exist at present that can assist companies in managing, measuring and improving the environmental aspects of their operations [50] and within which industries must operate today [13].

2.2. Sustainable development

Sustaining means many things to many people. Any definition of sustainability, however, must encompass what is known as intergenerational equity. The goal of developing countries is an extension of sustaining that encompasses increasing consumption until a "developed" state is reached. Mink (1993) discusses the links between poverty and environmental exigencies, and policies to break out of the trap of poverty with a degraded environment. Solow (1993) is clearly sympathetic.

In Finance and Development, 1993, the World Bank considers various perspectives on valuing the contribution of the environment. Serageldin (1993) puts the case persuasively, that the concepts of green accounting and sustainable development are important to many developing countries which produce and export resources. These countries need to ensure that the use of their resources is consistent with their chosen criterion of social development, and hence that

environmental deterioration and resource depletion are correctly recognized in their decisions. However, Serageldin argues that “conventional national accounts do a poor job of measuring sustainable income or changes in a nation’s productive capacity.” (It is argued below that these two concepts are not necessarily the same, and that sustainable income cannot be measured with available statistics.) Steer and Lutz (1993) convincingly argue the case for green accounting and name their paper, “Measuring Environmentally Sustainable Development”. The problem is pressing: Rees (1993), an ecologist, complains that “well defined and generally accepted measures of environmental and natural-resource management are in short supply”.

3. *Environmental costs*

The main component to consider for green accounting and green marketing is that of environmental costs. The Environmental Protection Agency (1996) defines environmental costs as those costs that have a direct financial impact on a company (internal costs), and costs to individuals, society and the environment for which the company is not accountable (external costs). The type of costs included in a green accounting and green marketing system ultimately determines the scope of the system (fig. 1).

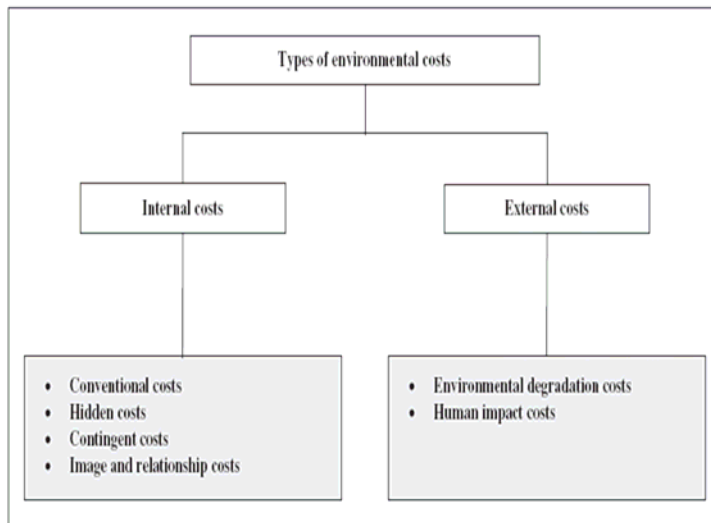


Fig. 1. *Types of environmental costs*

3.1. **Internal costs**

Internal costs may include conventional costs, potentially hidden costs, contingent costs and image or relationship costs [10].

- Conventional costs include costs of capital equipment, raw materials and supplies.

- Hidden costs refer to the results of assigning environmental costs to overhead pools or overlooking future and contingent costs.
- Contingent costs refer to environmental costs that are not certain to occur in the future but depend on uncertain future events, for example, the costs involved in remediating future spills.
- Image and relationship costs are less tangible costs because they are incurred to affect subjective perceptions of management, customers, employees, communities, and regulators. This category can include the costs of annual environmental reports and community relations activities and costs expended voluntarily for environmental activities such as tree planting. The costs themselves are not intangible, but the direct benefits that result from relationship or corporate image expenses often are.

3.2. External costs

External costs include: (1) environmental degradation for which firms are not legally liable and (2) adverse impacts on human beings, their property and their welfare that cannot always be compensated through the legal systems. For example, damage caused to a river because of polluted wastewater discharges, or to ecosystems from solid waste disposal, or to asthmatics because of air pollutant emissions are all examples of external costs for which an industry often does not pay [34]. To determine the financial value of external costs are difficult; nevertheless, some businesses are attempting to address these costs as part of their green accounting systems [10].

3.3. Cost allocation

Conventional management accounting systems most often attribute environmental costs to general overhead accounts with the consequence that product and production managers have no incentive to reduce environmental costs and executives are often unaware of the extent of these costs. By identifying, assessing and correctly allocating environmental costs, green accounting allows management to identify opportunities for cost savings [52]. Environmental costs should be allocated directly to the relevant cost drivers, that is, to the activity that causes the costs. For example, the costs of handling and treating a toxic waste brought about by the production of, say product X, should directly and exclusively be allocated to product X. Understanding cost drivers and allocating costs accordingly is the conceptual cornerstone of activity based costing (ABC). The strength of activity-based costing is that it enhances the understanding of the business processes associated with each product [52].

4. *Green accounting*

In a real economy there are many types of capital. Capital is any good, even an abstract one such as knowledge or environmental quality, which is used to produce goods and services that contribute to society's underlying purpose or objective over an interval of time. A change (positive or negative) in any capital good is a net investment.

The value of a net investment is obtained by multiplying the change in the good by a price that summarizes its contribution to the objective. Economists usually represent the underlying purpose as (discounted) utilitarian welfare. It is the present value of all future consumption (more precisely, of future utility, a general, mathematical aggregate of consumption). The method of compound interest is used to discount the level of consumption at any future time back to the present by multiplying it by a discount factor that is lower for times further in the future. The discounted values for all future times are summed over the indefinite future to yield the level of welfare [46].

Steele and Powell (2002) define green accounting as the identification, allocation and analysis of material streams and their related money flows by using green accounting systems to provide insight in environmental impacts and associated financial effects. The following examples illustrate the benefits obtained by industries that have incorporated green accounting as part of their environmental management framework [8]:

- General Motors reduced its disposal costs by \$12 million by establishing a reusable container program with its suppliers;
- Commonwealth Edison, a major electric utility company, realized \$25 million in financial benefits through more effective resource utilization;
- Andersen Corporation implemented several programs that reduced waste at its source and had internal rates of return (IRR) exceeding 50%; and
- Public Service Electric and Gas Company saved more than \$2 million in 1997 by streamlining its inventory process.

4.1. From green accounting to indicators for sustainable development

After the first decade with natural resource accounting and the realization that the heavy investment in developing these accounts generally did not pay off in terms of better management, the question remained: How could politicians get the necessary information in order to secure a responsible development with respect to natural resources and the environment? In the highly influential report “Our Common Future” from the World Commission on Environment and Development [56], and again at the UN conference in Rio de Janeiro in 1992, at least a part of the answer was sought by issuing a call to develop sustainable development indicators (SDI). In broad terms, three different paths seems to have been followed in the international work on indicators for sustainable development [11].

- One path, the accounting path, underlined the need for a full set of natural resources and environmental accounts in addition to accounts for the economic and social dimension, in order to form more aggregated indicators for sustainable development. Therefore, this approach mainly provides information more suitable as a basis for detailed (environmental) analysis than as core indicators of sustainable development.

- A second path emphasized the collection, in a more or less ad hoc manner, of indicators for a large number of issues and problems thought to be of relevance to sustainability; usually without any underlying unifying framework or simple connected to policy statements, cf. various national sets of indicators, the UN’s Commission for

Sustainable Development, Eurostat, etc. A good summary of these and similar sets can be found in Hass et al.

- A third path sought to define and work out a single or a few highly aggregated indicators based on more or less ad hoc methodologies for aggregating indicators for different environmental, economic and social themes (a short survey is provided in World Bank, 2003). The demand for a single “green GDP” index can be placed in this category. In this tradition, the World Bank has developed and published an indicator called “genuine savings”, where a country’s net national product, the value created after subtraction of the maintenance of the capital stock, is adjusted for the use of non-renewable resources and depreciation of the environment, see Hamilton (2000). “The Genuine Progress Indicator” [35] and “Index of sustainable economic welfare” [6] are other indicators that in various ways adjust net national product for loss of welfare related to environmental and social conditions. “Environmental pressure index” [22], “Environmental sustainability index” [58] and “Wellbeing of nations” [33] are other approaches where a number of factors related to the environment and social conditions have been measured by separate indicators, and where an overall index is calculated using weights and by aggregating the various indicators.

- Finally, we draw attention to material flow indicators seeking to indicate a society’s overall consumption of materials [3].

The end result is a plethora of different indicator sets based on different and more or less sound methodologies. We argue that none of the approximate measures listed above can be said to have been successful as indicators of sustainable development, neither on a professional basis, nor on the basis of their influence on practical policy. This may in some cases be due to the fact that rather large numbers of indicators, often representing measurements without theory, have been developed which only to a limited extent have been able to focus on issues of critical importance for the sustainability of development. Instead, attempts have been made to measure almost all aspects of development. On the other hand, the construction of single aggregate indicators has often made it difficult to judge how individual areas of importance for sustainability have been weighted and aggregated. This uncertainty tends to reduce confidence and usefulness in such aggregate indicators and it often leads to discussions of methodology rather than substance.

4.2. Green accounting model (The EEGECOST model)

The EEGECOST model was developed to promote green accounting in South Africa. The EEGECOST model (Environmental Engineering Group Environmental Costing Model) is based on the principles of the total cost assessment green accounting system. The objective of the model is to fully understand the cost significance of environmental and human health related decisions, activities and consequences over the whole life cycle of a product or process, at present and especially for the future. This model is different from traditional environmental accounting systems available in the world market through the following:

- the set of cost and benefit items included are broader than in traditional systems;

- risk and uncertainty are dealt with in a systematic fashion; the model assists in quantifying items that are usually left unquantified (intangibles and externalities); and

- traditional overhead items are assessed and allocated to specific cost drivers (a cost driver is the actual activity or reason for a cost to occur) of a project or process. The structure of the model is given in fig. 2 and consists of five steps for analysis:

- 1) compiling an objective statement and scope of analysis;

- 2) conducting the life cycle assessment of the process or product being analyzed. The third step involves the cost inventory where environmental costs are recorded and allocated to cost types;

- 3) processing the costs in the cost inventory;

- 4) after the costs have been processed in the cost inventory, an impact assessment is completed to identify the high impact cost types;

- 5) the final step is that of documenting the results of the model for use by stakeholders, enabling informed business decisions. The model is a spreadsheet-based program and consists of pathways, which the user must follow in a specific analysis. These different pathways depend on the objective statement and scope of analysis, and the amount of data the user needs to acquire or record.

5. *Green marketing*

What has happened to “green marketing”? The main focuses of the green marketing literature in the late 1980s and early 1990s came almost exclusively to be the size of the green market and the ‘profile’ of the green consumer. Some scholars even say that the consumer profile was the only area of interest in studying the greening of the consumer. Surveys showed extensive ‘green market’ potential. Margrath referred, in 1992, to a study showing that “93% of adults consider a product’s environmental impact important when they purchase something” [25] and in the same year Peattie reported that in developed countries, up to 75% of the population used environmental criteria regularly in some purchase decisions [31]. Simintiras et al. (1994) recalled that 42% of UK consumers chose products on the basis of their environmental performance and that “27% of British adults were prepared to pay up to 25% more for ‘environmentally friendly’ products” [42]. In these early years of the new millennium, it is now some 18 years on from the Brundtland Report and the “euphoric” discovery of the environment by marketing practitioners and academics. Over those years, we have seen much research, many product launches and campaigns, and many books, papers and conferences. Despite all this, green marketing gives the impression of having significantly underachieved. Even to the most casual observer, the 1990s largely disappointed in their billing as the decade that would precipitate a “green revolution” in marketing.

Corporate interest in green marketing was indicated by early market research findings suggesting major changes and innovations. Vandermerwe and Oliff’s (1990) survey found that 92 per cent of European multinationals claimed to have changed their products in response to green concerns, and 85 per cent claimed to

have changed their production systems. Green product introductions in the US more than doubled to 11.4 per cent of all new household products between 1989 and 1990, and continued to grow to 13.4 per cent in 1991 [29]. Similarly, the volume of green print ads grew by 430 per cent, and that of green TV ads by 367 per cent, between 1989 and 1990 [29]. Stories of companies such as the Body Shop, Ecover, Volvo, 3M, and even McDonald's became ever more cited in the green business literature to illustrate how and why green marketing initiatives could pay. Iyer and Banerjee (1993) responded to these developments by pronouncing that "green is in, no question about it" and throughout the 1990s writers continued to aver that the "green market appears to be real and growing" [26], and "expanding at a remarkable rate" [39].

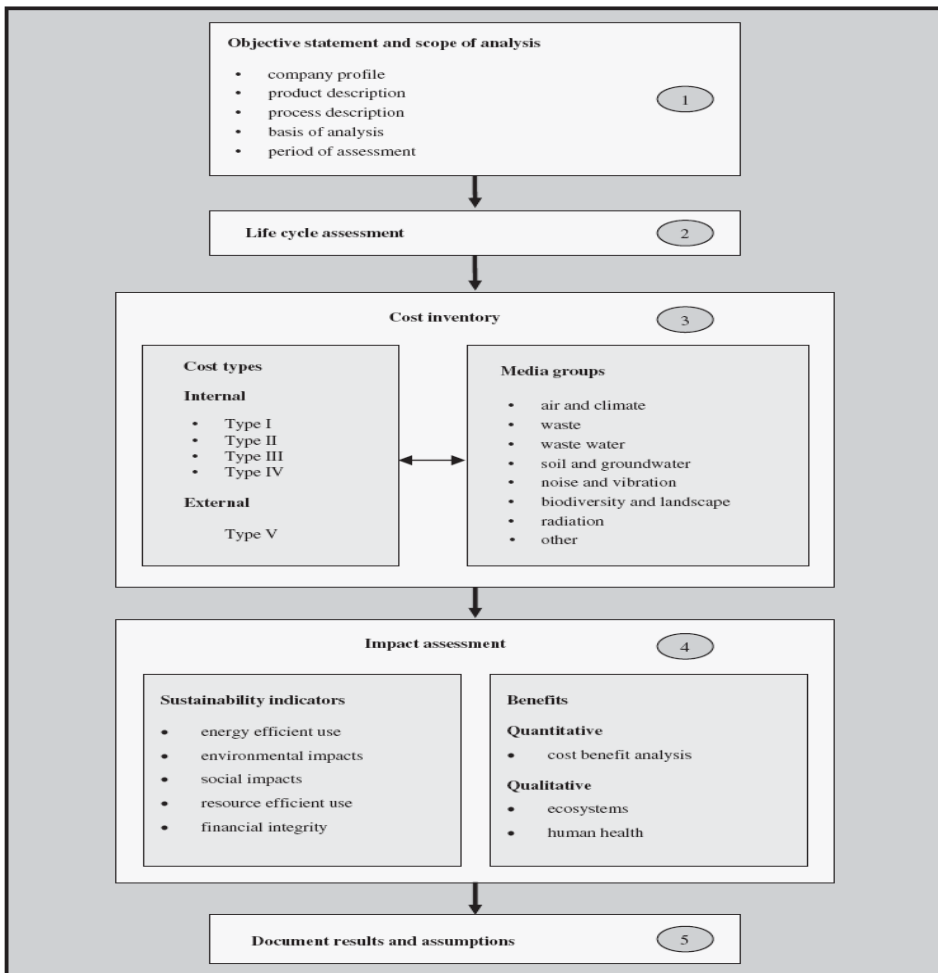


Fig. 2. Structure of the EEGECOST model [30]

So, has green marketing failed to change how businesses behave and to move the economy towards sustainability? Some of the research evidence can be interpreted either way. Critics can point to a reduction in advertising claims as proof of its decline, while others might see this as an improvement on the late 1980s, when a wave of often ill-judged advertising campaigns were mounted by companies in a way that drew widespread criticism. Similarly, a reduction in specialist products can be interpreted as a failure, or it can reflect the mainstream market improving its environmental performance to the point that reduces the demand for specialist green products. Green marketing will not work in the face of consumer distrust, but then that distrust may be partly a product of the types of “green marketing” that companies have relied upon so far [43].

5.1. Five routes to failure

Reviewing King’s analysis, it seems clear that many of the problems that have hampered the development of effective mainstream marketing in the past have returned to hamper the development of green marketing as well. These problems have contributed to the emergence of five failed manifestations of green marketing. These are: green spinning, green selling, green harvesting, enviropreneur marketing, and compliance marketing [21].

5.1.1. Green spinning

Many of the firms that have most publicized their green stance have been those that have been in the frontline as targets for criticism, such as those in “dirty” industries such as oil, chemicals, pharmaceuticals, and automotives. In response, they frequently went on a PR offensive, using glossy brochures, lobbying, and countless press releases in order to persuade the sceptical public of their environmental credentials. Menon and Menon (1997) characterize the early response to environmental concern of many companies as typified by the establishment of specialist environmental functions, and in marketing terms, “public relations and publicity (begins) to play a bigger role in a firm’s marketing communications strategy to allay public concerns to mollify and, if possible, co-opt interest groups and regulatory agencies”. [21] This reactive approach, focused on reputation management and risk management, suggests a compartmentalization of green marketing within the PR function, a place where there is little opportunity to affect product, production or policy decisions. Green spinning was always going to fail because unless they are involved and consulted, contemporary consumers and pressure groups are unlikely to be fully convinced by the protestations of commercial enterprises [21].

5.1.2. Green selling

The growth in market research identifying consumer concern about the environment during the 1990s meant that it was taken for granted in many quarters that “green would sell” and many firms responded by rapidly adjusting their

promotional campaigns. This led to what we refer to as a “green selling” approach, namely a post-hoc identification of environmental features in existing products, thus prompting a (usually short-term) hop onto the green bandwagon. This reflected a typical sales orientation, since interest in the environment tended to be limited to promotional activity, with little or no input into product development. The same products continued to be produced, but green themes were added to promotional campaigns in order to take advantage of any environmental concerns of consumers.

Marketing managers could scrutinize their products and production processes searching for an indication that their product was high in something environmentally good, and if not, at least low in something environmentally bad. It was this kind of mindset that led to the concern amongst regulators and consumer groups over the green claims that emerged in the early 1990s. Facile, meaningless, and unproven green claims were slapped on unchanged products in failed attempts to boost sales, leading to mounting consumer cynicism and suspicion, and concerns about a potential consumer backlash. It is therefore not surprising that green products have often underperformed significantly.

5.1.3. *Green harvesting*

Not all firms have tried to use environmental claims to boost sales, and in fact, many now are consciously choosing not to. However, short-term profit has remained the key objective of many firms and marketing managers. Not surprisingly then, when it started to become apparent that greening could create cost savings, many marketers became enthusiastic about the environment. Economies in terms of energy and material input efficiencies, packaging reductions, and logistics rationalization provided strong incentives for firms to develop their environmental programmes. However, although this may have meant that products were now costing less to produce, these savings did not tend to filter through to customers in terms of cheaper, greener products. Indeed, on the contrary, green products have almost always been priced at a premium over conventional offerings. Overall, the tendency of green products to be perceived as expensive has severely hampered their market penetration [21].

5.1.4. *Enviropreneur marketing*

Another failed approach to green marketing has been enviropreneur marketing, whereby a committed individual, section, or company seeks to bring innovative green products to market [26]. Here we have seen the emergence of new green brands in a wide range of markets such as cleaning products, paper goods, cosmetics, and food. There are two types of enviropreneur marketing:

- Boutique enviropreneur marketing has involved the marketing of innovative green products by small start-up firms that only produce ostensibly green products, such as Ark, Ecover, Tom’s of Maine and the Body Shop, which began to rise to prominence during the 1980s and 1990s.

- Corporate enviropreneur marketing by contrast occurred within large organizations that produce many non-green products as well as green brands.

The fate of enviropreneur marketing is particularly instructive. The growth of many boutique firms stalled, and a large proportion of the corporate brands have been deleted and/or absorbed into conventional ranges. Now of course, there were countless market research studies saying that consumers were ready, willing, and able to buy green alternatives. So, in that sense the enviropreneurs were just making a rational response to this evidence. But this misses the point in three important ways:

- First, much of the market research was poorly conceived and based on hypothetical situations, with too much scope for respondents to give unrealistic, socially desirable answers.

- Second, much of the research focused on general environmental concern, while in practice it is concern about specific environmental issues that will drive the markets for specific green products.

- Third, few companies carried out the extensive product-specific market research necessary to ensure their products' success [21].

5.1.5. *Compliance marketing*

Our final green marketing disguise is compliance marketing. This category includes those firms whose environmental initiatives do not go beyond responding to regulation (both planned and expected). Many such firms have seen simple compliance with environmental legislation as an opportunity to promote their green credentials. Clearly, compliance marketing is green marketing in a very conservative guise – the firm seeks to travel the path of least change and will only go beyond compliance when there is a very real expectation of imminent legislation. Some compliance marketers have however developed a more progressive approach, albeit reluctantly and not without a certain guile. A number of firms have adopted a “two-handed” approach where they simultaneously respond proactively to the pressures for change, and also reactively shore up their barricades against any further legislation. For example, some automotive firms have divided their efforts between clean car design (e.g. design for recycling or alternatively fuelled engines) and lobbying regulators in order to avert stricter greenhouse gas measures [21].

5.2. **Green marketing – guises and disguises [5]**

For King (1985), failures in marketing in practice were often due to the existence of “false marketing”, the manifestations of which he categorized as “thrust marketing”, “marketing department marketing”, “accountant’s marketing” and “formula marketing”. What he meant by this was that much of what companies called “marketing” was not really marketing at all, in the sense of being underpinned by the principles and philosophy of marketing. It is interesting to look

back at King's categories because they exemplify several critical issues that have also dogged the development of green marketing which are as follows:

5.2.1. *Sales orientation*: King presented "thrust marketing" as a highly sales-based approach. In green marketing too, firms have frequently only used the environment as an additional promotional dimension without any attempt to analyze, or modify, the underlying product itself and its environmental impacts.

5.2.2. *Compartmentalism*: "Marketing department marketing" represented a lack of integration between marketing and other business functions. Equally, with green marketing, many firms have sought to address consumers' needs, but their interest in the environment has been limited to the marketing department, or the production department, or some other individual function. This has prevented firms from developing a broad, holistic approach to green marketing.

5.2.3. *Finance orientation*: King's notion of "accountant's marketing" was characterized by a fascination with short-term profitability and limited concern for long-term brand building. With the environment too, many companies have been enthusiastic about green marketing when it has involved short-term cost savings (e.g. packaging reductions or energy savings), but lukewarm when it has come to investing money in order to develop more sustainable products and processes.

5.2.3. *Conservatism*: When King wrote about "formula marketing", he meant that rather than embracing innovation and imagination, much marketing activity had emphasized control, risk aversion, and the use of tried-and-tested recipes for success. Clearly, much green marketing activity also has focused on avoiding any significant change, and focusing instead on marginal, incremental improvements to existing products and processes (for example, through an emphasis on packaging reduction rather than on changing core products or production processes).

5.3. Implementing green marketing strategies and tactics

Green marketing now involves a diverse range of issues that have evolved since its initial

conception in the early 1970s. Extensive information is available on such strategic activities and tactics, including targeting, pricing, design, positioning, logistics, marketing waste, promotion, and green alliances.

5.3.1. *Targeting*: Consumers often encourage firms to develop green products, such as dolphin-free tuna or energy-efficient light bulbs. Substantial numbers of consumers claim to be "green," says Ottman (1998), but it is unclear to what extent they are willing to purchase goods based solely on environmental grounds. They may expect "green" goods to be competitively priced and perform the same as others, thus using a product's greenness to differentiate two relatively equal goods. When the Kyocera Ecosys laser printer was first introduced, it was promoted as a "green" printer.

5.3.2. *Green Design/New Product Development*: 70 percent of a product's environmental harm is designed into the product and the associated production processes. So firms need to incorporate environmental attributes into products and

processes at the initial stages of new product development (NPD) along with other issues, such as quality. They can then use life-cycle analysis to evaluate a product's ecological impact for each production stage. This allows them to identify alternative methods of designing or producing goods, consequently opening up new, untapped industries and markets while cutting production costs [49].

5.3.3. *Green Positioning*: Green positioning is a question that needs to be asked early in an organization's development. In other words, what are the underlying environmental values and behaviors of the firm and its products? Truly green marketers demonstrate strategic greening by ensuring that all activities and behaviors thoroughly incorporate environmental values into decision-making processes. Environmental criteria should be considered as important as financial criteria. Such firms are rare, although several do attempt to adopt such a position, such as The Body Shop and Blackmores [27].

5.3.4. *Green Pricing*: While green products are often "priced" higher than traditional goods, this does not always mean they cost more, especially when one considers all associated costs. Often, green goods have higher initial out-of-pocket expenses but lower long-term costs [38].

5.3.5. *Greening Logistics*: Distribution is a typical concern, and one of the first functions targeted to minimize environmental costs. Firms have sought to reduce raw material use by modifying packaging, which can directly and indirectly lower distribution costs as well [27].

5.3.6. *Marketing Waste*: Although closely related, marketing waste nevertheless differs from reverse logistics. Firms might have products that they cannot reprocess, or materials that are not traditionally seen as having value. This view must change, because waste is a product of company activities and, like all products made, can add value. At the most basic level, firms can develop internal processes that seek to either reduce waste, which improves efficiency, or reprocess their own waste for internal use, thus reducing the use of other inputs [38].

5.3.7. *Green Promotion*: One of the most difficult questions to address is: What environmental information should be communicated and how should it be communicated?

A primary issue is that there must be something worthwhile to talk about. A good deal of environmental promotion has been labeled "green wash," having little if any real ecological meaning. This type of superficial tactical greening is no longer appropriate and both consumers and regulators are unwilling to accept it. Communicating substantive environmental information is a more appropriate approach to take, but requires real activity changes to be meaningful [27].

5.3.8. *Green Alliances*: It may not be clear whether a firm has all the necessary expertise to implement complex green marketing tactics and strategies. Therefore, as seen in the extensive green alliance research, environmental groups can be a valuable source in helping the firm understand the issues, develop appropriate solutions, and implement associated strategies and tactics. In short, green alliance partners can assist firms in implementing the activities we have discussed [27].

	Tactical Greening	Quasi-strategic Greening	Strategic Greening
Targeting	Ads mentioning green features are run in green-focused media.	A firm develops a green brand in addition to its other brands.	A firm launches a new SBU aimed at the green market.
Green Design/NPD	A firm switches from one raw material supplier to another with more eco-friendly processes.	Life-cycle analysis is incorporated into the NPD process to minimize eco-harm.	Fuji Xerox develops its Green Wrap paper to be more eco-friendly from the ground up.
Green Positioning	A mining company runs a PR campaign to highlight its green aspects and practices.	BP Amoco redesigns its logo to a sun-based emblem to reflect its view of a hydrogen/solar-based future for the energy industry.	The Body Shop pursues environmental and social change improvements and encourages its customers to do so as well.
Green Pricing	Cost savings due to existing energy-efficiency features are highlighted for a product.	A water company shifts its pricing policy from a flat monthly rate to a per-unit-of-water-used basis.	A company rents its products rather than selling them; customers now pay only for use of the products.
Greening Logistics	A firm changes to a more concentrated detergent, which reduces package size and weight and lowers shipping costs.	Packaging minimization is incorporated as part of a firm's manufacturing review process.	A reverse logistics system is put into place by Fuji Xerox to reprocess and remanufacture photocopiers.
Marketing Waste	A firm improves the efficiency of its manufacturing process, which lowers its waste output	Telstra (a phone company) has internal processes so that old telephone directories (waste) are collected and turned into cat litter products by other companies.	A Queensland sugarcane facility is rebuilt to be cogeneration-based, using sugarcane waste to power the operation
Green Promotion	An oil company runs a PR campaign to highlight its green practices in order to counter an oil spill getting bad press coverage.	A company sets a policy that realistic product eco-benefits should always be mentioned in promotional materials.	As part of its philosophy. The Body Shop co-promotes one or more social/eco campaigns each year with in-shop and promotional materials.
Green Alliances	A company funds a competition (one-off basis) run by an environmental group to heighten community awareness on storm water quality issues.	Southcorp (a wine producer) forms a long-term alliance with the Australian Conservation Foundation to help combat land salinity issues.	A company invites a representative of an environmental group to Join its board of directors.

Fig. 3. Green Marketing Activities at the Three Levels [28]

Conclusions

We could say that there will be no return way for producing destructive products in the environment and gradually, governmental forces, competition factors and changing the theory enforce the companies to follow the Green viewpoint.

Companies should strengthen their situation in the production process, product design and services on the competitive market, otherwise they will leave the “Green Train”. There are different principles that can create the competitive advantage and moving toward being green that are included the following chances:

First, if we have green production process, it will often be improved, hence it will cause the cost’s reduction in companies structure.

Second, if the activities are green, companies can offer their new products to the new markets or support the current products with presenting extra advantages, then they could be much more outstanding than their competitors and finally it will lead to increasing the companies value against customers.

In this regard there will be some suggestions:

1. Environmental scientists should deduct some standards for environmental accounting procedure.

2. The research and study about Green Accounting and Marketing should be encouraged and developed in all aspects.

3. The introduction of Green Accounting and Marketing should be performed via administrative managers and responsible persons.

4. The separate accounts should open for environmental expenditure, this will make measurement and expenditure report and environmental functions at each company possible.

REFERENCE

- [1] Baker, M.J. (Ed.) (1999), “One more time – what is marketing?”, *The Marketing Book*, 4 ed., Butterworth-Heinemann, London
- [2] Barrow, C.J. (1997), *Environmental and Social Impact Assessment: An Introduction*, Edward Arnold, London
- [3] Bringezu, S.; Schultz, H. (2001), *Total Material Requirement of the European Union — Technical Part*, “Technical Report”, vol. 56, European Environment Agency, Copenhagen
- [4] Carter, D.W.; Perruso, L.; Lee, D.J. (2001) *Full Cost Accounting in Environmental Decision-Making*, University of Florida, <http://edis.ifas.ufl.edu>.26 February 2003
- [5] Crane, A. (2000), *Facing the Backlash: Green Marketing and Strategic Re-orientation in the 1990s*, “Journal of Strategic Marketing”, vol. 8, no. 3, pp. 277-96
- [6] Daly, H.; Cobb, J.B., 1989, *For the Common Good*, Beacon Press, Boston
- [7] DEPA (2001), *Evaluation of the Eco-Label Promotional Campaign*, Danish Environmental Protection Agency
- [8] Environmental Protection Agency (2000), *The Lean and Green Supply Chain: A Practical Guide for Materials Managers and Supply Chain Managers to Reduce Costs*

- and Improve Environmental Performance, United States Environmental Protection Agency, Office of pollution Prevention and Toxics, Washington DC, <http://www.epa.gov>. 26 February 2003
- [9] Environmental Protection Agency (1996), *Valuing Potential Environmental Liabilities for Managerial Decision-Making: A Review of Available Techniques*, United States Environmental Protection Agency, Office of pollution Prevention and Toxics, Washington DC, <http://www.epa.gov>. 26 February 2003
- [10] Environmental Protection Agency (1995), *An Introduction to Green Accounting as a Business Management Tool: Key Concepts and Terms*, United States Environmental Protection Agency, Office of pollution Prevention and Toxics, Washington DC, <http://www.epa.gov>. 26 February 2003
- [11] Giovannini, E. (2004), *The Statistical Measurement of Sustainable Development: Lessons Learned from the OECD Project*. Presentation given on the Vetre-Conference on Indicators for Sustainable Development, Aske. June http://www.odin.dep.no/fin/norsk/tema/norsk_okonomi/21/006071-210106/dok-bn.html
- [12] Goodstein, E.S. (2002), *Economics and the Environment*, 3rd edition, John Wiley and Sons, Inc., New York
- [13] Grace, N.O.; Grace, D.M.; Perez, A.L.; Maywah, N.A., 1999, *ISO 14001: A Road Map to Continuous Utility System Improvement*, Florida Water Resources Journal, October 1999, Florida
- [14] Hamilton, K. (2000), *Genuine Savings as a Sustainability Indicator*. "World Bank Environmental Economics Series", vol. 77, World Bank, Washington D.C.
- [15] Hartwick, J.M. (1977), *Intergenerational Equity and the Investing of Rents from Exhaustible Resources*, *Am.Econ.Rev*67, 972-974
- [16] Hass, J.L.; Brunvoll, F.; Høie, H. (2002), *Overview of Sustainable Development Indicators Used by National and International Agencies*, OECD Statistics Working Paper 2002/1, STD/DOC, vol. 2, Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris
- [17] Hass, Julie L.; Sørensen, Knut Ø.; Erlandsen, Kristine, 2002a, *Norwegian Economic and Environment Accounts (NOREEA)*. Project Report — 2001, Statistics Norway, Oslo. Documents 2002/15
- [18] Hayden, F.G. (1989), *Survey of Methodologies for Valuing Externalities and Public Goods*, Department of Economics, University of Nebraska, Lincoln, Nebraska
- [19] Iyer, E. and Banerjee, B. (1993), *Anatomy of Green Advertising*, "Advances in Consumer Research", vol. 20, pp. 494-501
- [20] Kangun, N.; Carlson, L. and Grove, S.J. (1991), *Environmental Advertising Claims: A Preliminary Investigation*, "Journal of Public Policy and Marketing", vol. 10, no. 2, pp. 47-58
- [21] Ken Peattie & Andrew Crane (2005), *Green Marketing: Legend, Myth, Farce or Prophecy?*, "Qualitative Market Research: An International Journal", vol. 8, no. 4, pp. 357-370
- [22] Jesinghaus, J. (1999), *Case Study: The European Environmental Pressure Indices Project*, A Case Study Prepared for the Workshop "Beyond Delusion: Science and Policy Dialogue on Designing Effective Indicators of Sustainable Development". The International Institute for Sustainable Development, Costa Rica, 6-9 May 1999
- [23] Ottman, J. (1998), *Green Marketing*, 2nd ed, Lincolnwood, IL: NTC Business Books
- [24] Labuschagne, C. (2002), *Sustainable Project Life Cycle Management: Incorporating Environmental Criteria into Project Management Frameworks*, MSc (Eng) dissertation, Department of Industrial Engineering, University of Pretoria, Pretoria

- [25] Magrath, A.J. (1992), *The Marketing of the Green*. *Sales and Marketing Management*; 144 (12):31
- [26] Menon, A. and Menon, A. (1997), *Enviropreneurial Marketing Strategy: the Emergence of Corporate Environmentalism as Market Strategy*, "Journal of Marketing", vol. 61, pp. 51-67
- [27] Michael Getzner, Sonja Grabner-Kra"uter (2004), *Consumer preferences and marketing strategies for "green shares"*, "The International Journal of Bank Marketing", vol. 22, no. 4, pp. 260-278
- [28] Michael Jay Polonsky and Philip J. Rosenberger (2001), *Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach*, "The journal of Business Horizons", September, October, 2001, pp. 21-30
- [29] Ottman, J.A. (1993), *Green Marketing: Challenges & Opportunities*, NTC Business Books, Chicago, IL
- [30] P. de Beer, F. Friend (2006), *Green Accounting: A Management Tool for Enhancing Corporate Environmental and Economic Performance*, "Ecological Economics", 58/548-560
- [31] Peattie, K., *Green Marketing*, London: Pitman Publishing, 1992
- [32] Peter Bartelmus and André Vesper (2006), *Green Accounting and Material Flow Analysis Alternatives or Complements?*, Fondazione Eni Enrico Mattei
- [33] Prescott-Allen, R. (2001), *The Wellbeing of Nations*, Island Press, Washington, Covelo, London
- [34] Quah, E.; Boon, T.L. (2003), *The Economic Cost of Particulate Air Pollution on Health in Singapore*, "Journal of Asian", 213
- [35] Redefining Progress. The 2000 Genuine Progress Indicator. Redefining process, San Francisco
- [36] Rees, C. (1993), *The Ecologist's Approach to Sustainable Development*, *Financ. Dev.*, 14-15
- [37] Rees, W.E.; Wackernagel, M. (1994), *Ecological Footprints and Appropriate Carrying Capacity: Measuring the Natural Capital Requirements of the Human Ecology*, In: Jansson, A.; Hammer, M.; Folke, C.; Constanza, R. (Eds.), "Investing in Natural Capital", Island Press, Washington DC
- [38] Rubik, E.F.; Frankl, E.P. (2005), *The Future of Eco-Labeling*, Sheffield: Greenleaf Publishing
- [39] Schlegelmilch, B.B.; Bohlen, G. and Diamantopoulos, A. (1996), *The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Environmental Consciousness*, "European Journal of Marketing", vol. 30, no. 5, pp. 35-55
- [40] Serageldin, I. (1993), *Making Development Sustainable*, *Financ. Dev.*, 6-10. Solow, R.M., 1974. Intergenerational Equity and Exhaustible Resources, *Review of Economic Studies*, Symposium Issue
- [41] Shelton, R.D. (1994), *Hitting the Green Wall: Why Corporate Programs Get Stalled*, "Corporate Environmental Strategy", vol. 2, no. 2, pp. 5-11
- [42] Simintiras, A.C.; Schlegelmilch, B.B.; Diamantopoulos, A. (1994), 'Greening' the Marketing Mix: A Review of the Literature and an Agenda for Future Research. In: McDonagh, P.; Prothero, A. editors, "Green management a reader", London: The Dryden Press; 1994, pp. 413-34
- [43] S. Mahmood, Reza Shayeste and H. Godarzi (2001), *Environment Marketing*, "Journal of Tadbir", vol.17, pp. 28-33

- [44] Solow, R. M., 1993, *An Almost Practical Step Toward Sustainability*, Resources for the Future, Washington DC, reprinted in *Resources Policy* 19, 3, September 1993, 162-172
- [45] Sørensen, Knut, Ø. (2000), *Environmental accounts in Norway*. Paper Prepared for the 26th General Conference of the International Association for Research in Income and Wealth, Cracow, Poland, 27 August–2 September 2000. See www.stat.gov.pl and www.econ.nyu.edu/dept/iariw
- [46] S. Reza, Seyyed Nezhadfahim (2004), *Green Accounting*, “*Journal of Accountant*”, volume 162, pp. 12-17
- [47] Steele, A.P.; Powell, J.R. (2002), *Green Accounting: Applications for Local Authorities to Quantify Internal and External Costs of Alternative Waste Management Strategies*, Environmental Management Accounting Network Europe, Fifth Annual Conference, Gloucestershire Business School, 11/12 February 2002
- [48] Steer, A.; Lutz, E. (1993), *Measuring Environmentally Sustainable Development*, *Financ. Dev.*, 20-23
- [49] Stefanie Bröring, L. Martin Cloutier (2008), *Value-Creation in New Product Development Within Converging Value Chains* “*British Food Journal*”, vol. 110, no. 1, pp. 76-97.
- [50] Tibor, T. (1996), *ISO 14000: A Guide to the New Environmental Management Standards*, IRWIN Professional Publishing, Chicago
- [51] United Nations, European Commission, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, World Bank (2003), *Handbook of National Accounting*, Integrated Environmental and Economic Accounting. Studies in Methods, Series F, vol. 61. Rev.1, ST/ESA/STAT/SER.F/61/Rev.1
- [52] United Nations (2001), *Environmental Management Accounting Procedures and Principles*, United Nations Division for Sustainable Development, United Nations, New York
- [53] Vandermerwe, S. and Oliff, M. (1990), *Customers Drive Corporations Green*, “*Long Range Planning*”, vol. 23, no. 6, pp. 10-16.
- [54] Veefkind, M. (1999), *Literature Study: Life Cycle Costing for Green Product Development*, Delft University of Technology, Netherlands
- [55] Wackernagel, M.; Rees, W. (1996), *Our Ecological Footprint — Reducing Human Impact on the Earth*, New Society Publishers, Canada
- [56] WCED (World Commission on Economy and Development), (1987), *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford
- [57] World Bank (2003), *Sustainable Development in a Dynamic World. Transforming Institutions, Growth, and the Quality of Life*, World Development Report 2003, World Bank and Oxford University Press, Washington DC and New York
- [58] World Economic Forum (2002), *Environmental Sustainability Index*, An Initiative of the Global Leaders of Tomorrow Environment Task Force, World Economic Forum Annual Meeting
- [59] WWF (2004), *Living Planet Report*, World Wide Fund for Nature, Gland <http://www.panda.org/downloads/general/lpr>.

ELECTORATUL ROMÂNESC ȘI NOUL SISTEM DE VOT UNINOMINAL

Prep. univ. drd. **TATU, Cristian**
Facultatea de Marketing
Academia de Studii Economice, București

Abstract

Romanian electorate and the new uninominal voting system

The introduction of the new uninominal poll system for the first time on the 30th of November 2008 elections will bring interesting changes for both candidates and citizens. Coming in a time dominated by the lack of interest manifested for the elections, and a rather disturbing lack of trust in the politicians this new poll system is going to make winning the elections much more challenging for the candidates and for the party they are representing. Much more resources will be required and a brand new electoral strategy.

Key-words: *uninominal poll system, elections in the Eastern Europe, young democracy, citizen electoral segmentarion*

Dreptul cetățeanului de a își alege reprezentanții ce vor lua decizii în numele său este unul dintre drepturile fundamentale ce stau la baza democrației, un mecanism ce își propune să evite apariția unor viitoare regimuri dictatoriale, totalitariste, astfel încât cetățeanul să se simtă respectat, protejat iar cei aleși să fie motivați în a obține rezultate benefice pentru alegători.

În fazele incipiente de dezvoltare a sistemului de alegere a conducătorilor doar cei cu o situație financiară cel puțin medie puteau să își exprime opțiunea electorală sub pretextul că restul populației nu avea informațiile și educația necesară pentru a evalua propunerile candidaților și pentru a își exprima opțiunea electorală corespunzător.

Deși total antidemocratic conform standardelor din zilele noastre, sistemul descris mai sus lua în considerare un factor foarte important pe care sistemul actual de vot îl ignoră cu desăvârșire, și anume faptul că o mare parte dintre alegători au doar o vagă idee despre exprimarea opțiunilor la vot, acest lucru făcându-i foarte ușor de manipulat și orientat într-o direcție sau alta.

România este o țară a extremelor, în marile orașe construim o imagine paravan cu parcuri frumoase, clădiri impunătoare, centre comerciale înfloritoare, instituții de educație și cultură moderne, pe care o promovăm arătând că și la noi lucrurile se schimbă, dar la doar câțiva kilometri de granițele acestor orașe avem oameni care supraviețuiesc cu greu.

Oare putem pune pe picior de egalitate votul unui cetățean educat din unul dintre marile orașe cu cel al unui om din mediul rural care trudește toată ziua pentru a procura hrana? Majoritatea oamenilor ce locuiesc în mediul rural sunt nevoiți să lucreze în condiții precare întreaga zi, folosind tehnici și echipamente de mult depășite și asta doar pentru asigurarea hranei. În aceste condiții, este evident faptul că documentarea cu privire la opțiunile electorale și propunerile candidaților este ultima grijă a acestor oameni.

Locuitorii din mediul rural trăiesc și astăzi cu frica față de „reprezentanții statului” (justiție, administrație locală, poliție), frică transmisă din generație în generație sub pretextul că sunt oameni simpli și atâta timp cât ei nu deranjează pe nimeni și nu atrag atenția vor fi feriți de probleme. Astfel, cu o teamă constantă față de cei cu funcții de conducere în administrația locală și față de organele legii, ei îndură nedreptăți, se supun unor comenzi nejustificate și pleacă capul chiar dacă le sunt încălcate drepturile constituționale.

De-a lungul timpului, de fiecare dată când populația a fost chemată la urne, în presă au apărut nenumărate relatări cu privire la folosirea locuitorilor din zonele rurale mai izolate pentru obținerea frauduloasă de voturi. Având situații financiare precare, educație limitată și acces la informații restrâns, ei sunt victimele perfecte pentru manipulare și control în perioada alegerilor.

Nici în marile orașe lucrurile nu stau foarte bine în ceea ce privește implicarea și informarea electoratului. O mare parte a celor care locuiesc în mediul urban sunt cetățeni cu vârste de peste 50 de ani care s-au format în regimul comunist, mulți fiind relocați la oraș pentru a lucra în numeroasele uzine construite la periferie.

Cu toate limitările, impunerile și greutățile pe care au trebuit să le îndure până în 1989, o bună parte dintre cei care au peste 50 de ani în momentul acesta nu sunt pe deplin convinși de avantajele noului sistem democratic. Acești oameni au fost crescuți și educați într-o economie planificată, condusă de un regim dictatorial pentru ca mai apoi să se trezească brusc într-un regim ce își propunea a fi democratic în numai câteva zile.

Este lesne de înțeles dezinteresul pentru manifestarea opțiunilor electorale și neîncrederea în candidați atâta timp cât regimul dictatorial le asigură un loc de muncă și o locuință în timp ce regimul democratic a oferit disponibilizări în masă, pensii insuficiente, iar locurile de muncă au devenit un lux.

Având în vedere că această categorie de oameni au crescut, au învățat și s-au format profesional în perioada regimului comunist, este foarte greu ca acum, odată ajunși la maturitate, să le mai poată fi schimbat modul în care percep viața socială-politică și economică. Pentru ei există, în continuare, soluția universală „să facă statul”, puterea centrală fiind responsabilă pentru orice problemă apărută și, în același timp, în mâinile sale stă puterea și responsabilitatea rezolvării problemelor ce cauzează disconfort populației.

Faptul că venirea democrației le-a adus ridicarea limitărilor și impunerilor specifice regimului comunist nu înseamnă mare lucru pentru ei, mulți susținând că degeaba au drepturi și libertate dacă veniturile nu le ajung nici măcar pentru coșul

de alimente și plata utilităților. Mulți admit că a fost greu și în perioada respectivă și recunosc problemele legate de lipsa alimentelor și a altor produse, dar cel puțin atunci aveau un loc de muncă asigurat, își permiteau achiziția unei case și nu riscau să o piardă din cauza datoriilor.

Pe de altă parte, persoanele cu vârste de peste 40 de ani din mediul urban care au studii medii sau superioare și au calificare de specialist într-un anumit domeniu sunt conștienți de faptul că situația în care se găsesc este rezultatul unei economii controlate, condusă pe principiul megalomaniei, economie ce a dat greș făcând perioada de tranziție foarte grea. Aceștia preferă mediul concurențial în care fiecare este recompensat pe măsura efortului depus, a educației și a capacității de negociere.

Sistemul comunist a aplicat o politică a maselor, menită să mulțumească pe cei mulți, să îi facă să se simtă dependenți de sistem și liderii acestuia. Prin trecerea tuturor mijloacelor de producție în proprietatea statului și relocarea unui număr foarte mare de locuitori din zona rurală către marile uzine oamenii au fost obligați să privească statul ca unica lor sursă de venit, mentalitate ce a influențat hotărâtor perioada de tranziție de după 1989.

Din păcate, pentru efortul depus de România de-a lungul ultimilor 18 ani, perioada de tranziție s-a dovedit a fi una lungă și anevoioasă, foarte mulți oameni având de suferit datorită faptului că nu s-au putut adapta într-un timp scurt la un alt mod de a gândi și percepe lucrurile.

Statistic vorbind, cele două categorii de cetățeni (locuitorii din mediul rural și persoanele de peste 45 de ani din mediul urban) sunt majoritare în rândul populației țării, fapt ce ne face să ne întrebăm cât de reprezentative sunt rezultatele alegerilor de până acum. Având în vedere indiferența și neîncrederea celor din mediul urban, precum și ușurința influențării celor din mediul rural, ne putem explica atât prezența din ce în ce mai slabă a românilor la urne, dar și schimbările radicale de opțiuni ale alegătorilor pe perioada campaniei electorale.

Majoritatea cetățenilor care preferă să nu își exprime dreptul la vot se ascund în spatele unor explicații precum lipsa timpului, suprapunerea votului cu alte evenimente, dar, în realitate, și-au pierdut speranța că pot schimba lucrurile prin alegerea unuia dintre candidații de pe liste. Majorările frecvente ale prețurilor, nivelul scăzut al veniturilor, schimbarea frecventă a miniștrilor și a directorilor diferitelor instituții ale statului, precum și multitudinea de scandaluri ce implică oameni politici ce apar pe prima pagină a ziarelor de profil.

Având o imagine deloc favorabilă despre clasa politică, fiind dezamăgiți în repetate rânduri de către cei aleși, măcinați de nevoi și greutatea vieții, acești cetățeni au renunțat să mai spere la o soluție din partea clasei politice.

Luând în considerație cele de mai sus, este evident că pentru a avea un vot reprezentativ este esențială motivarea non-alegătorilor pentru a se prezenta la voturi, o campanie de informare a claselor sociale defavorizate din mediul rural și, nu în ultimul rând, o atență și severă supraveghere a campaniilor electorale.

Amploarea și agresivitatea campaniilor de susținere a unui anumit candidat, atât în perioada desemnată pentru campanii electorale, dar mai ales în afara

acesteia au crescut în ultimul timp influențând, uneori hotărâtor, rezultatele votului pe secțiile de votare afectate.

Legislația necesară pentru prevenirea unor astfel de încălcări ale perioadei destinată campaniilor electorale există și a fost chiar actualizată pentru a corespunde normelor comunitare, dar, totuși, semnele sunt ignorate chiar și atunci când presa le prezintă în detaliu marelui public.

Pe lângă aceste încălcări ale perioadei legale de campanie electorală, presa ne prezintă deseori relatări ce ne arată faptul că normele de etică rămân doar pe plan teoretic atunci când formațiunile politice se luptă pentru alegători. Cel mai frecvent se apelează la denigrarea contra-candidaților, critica aspră a celor ce au ocupat postul respectiv în trecut și promisiuni electorale care nu de multe ori pot fi realizate.

Este util să învățăm din greșelile altora, dar nu este etică sacrificarea în public a celor care au greșit, în special atunci când nu se oferă o soluție viabilă pentru evitarea reapariției unei situații similare. Similar, este bine ca un candidat să știe care sunt problemele alegătorilor și să își propună să îi ajute pe aceștia, dar este contrar tuturor normelor de etică profesională să se profite de problemele și slăbiciunile acestora în campanie prin lansarea de promisiuni electorale ce nu pot fi realizate sau urmează a fi realizate cu sacrificii deosebite care, în final, se vor reflecta tot asupra celor pe care își propun să îi „ajute”.

Nu în ultimul rând, clasa politică românească ar trebui să se lupte mai puțin în paginile ziarelor de scandal și mai mult în cadrul organismelor în care activează. Românului îi plac intrigile, invadarea intimității și distrugerea imaginii unor oameni cu putere pentru că astfel oamenii care par superiori sunt aduși jos, la nivelul omului de rând, pentru că dispar diferențele sociale și se ajunge la vorba românească „și el e om” adesea spusă pe un ton satisfăcut de către cei din popor. La 18 ani de la detronarea comunismului, românul de rând se bucură de necazurile altora și încă mai dorește ca toți oamenii să fie la fel sau cel mult la nivelul lor.

Mentalitatea „teme-te de ce nu poți înțelege și distruge ce nu poți controla” este caracteristică omului din popor care, aflat în imposibilitatea de a evolua, nu face decât să își dorească ca cei de sus să cadă, iar ceilalți să rămână cât mai jos posibil. Astfel, știrile apărute în presa de scandal au un succes răsunător și pot schimba decisiv rezultatele scrutinului chiar și când sunt lansate foarte aproape de deschiderea urnelor.

Sistemul deficitar de informare a populației, în principal datorită faptului că informațiile șocante se vând mult mai bine, nu permite alegătorilor să aleagă în deplină cunoștință de cauză și alimentează vulnerabilitatea acestora la campanii de defăimare lipsite de etică și nu de puține ori nefondate. De asemenea, condițiile materiale precare ale unei bune părți a alegătorilor, în special din zonele defavorizate, îi fac pe aceștia foarte vulnerabili și ușor de impresionat prin campanii de tipul vestitelor mese gratuite oferite de către formațiunile politice cu diferite ocazii sau alte tipuri de donații din perioada premergătoare alegerilor.

În ultima perioadă s-a observat faptul că aproape toate formațiunile politice s-au implicat în astfel de evenimente, spre bucuria marelui public, crescând

simțitor bugetul necesar unei campanii. De asemenea, numărul mare de astfel de evenimente au făcut ca electoratul să le considere normale și nu mai reacționează cu intensitatea dorită de către organizatori (au devenit din ce în ce mai puțin eficiente în câștigarea de voturi).

Introducerea noului sistem de vot se face într-o perioadă caracterizată de o clasă politică dezorientată, ale cărei arme clasice consumă din ce în ce mai multe resurse și oferă din ce în ce mai puține rezultate.

Noul sistem de vot uninominal promite să aducă clasa politică mai aproape de electorat prin nominalizarea unui deputat și a unui senator care vor reprezenta zona în care cetățenii sunt domiciliați. Acest nou sistem dă rămă vechiul principiu al figurii politice locomotivă folosit până acum și obligă formațiunile politice să desemneze membri competenți, fără probleme din trecut pentru fiecare poziție de deputat și senator.

Prin urmare, efortul ce trebuie depus de către organizația politică a crescut exponențial și apar noi probleme legate de expunerea directă în fața alegătorilor a unui număr foarte mare de candidați. Pentru fiecare dintre aceștia este necesară elaborarea unei strategii de campanie, realizarea unei documentări detaliate a zonei de interes și, bineînțeles, construirea și menținerea unei imagini pozitive (având în vedere faptul că marea majoritate a acestora vor fi total necunoscuți pentru alegători).

Spre deosebire de alegerile de până acum, în cazul votului uninominal, candidatul trebuie să cunoască în detaliu zona pe care o reprezintă, chiar la nivel de stradă în timpul campaniei, și mai mult, să dețină informații actualizate despre aceasta pe întreaga durată a mandatului.

Efortul necesar construirii unui profil nou pentru fiecare candidat în parte, pentru promovarea acestuia, dar și pentru susținerea acestuia pe post va fi prea mare pentru resursele financiare, dar și umane disponibile, una dintre soluțiile agreeate fiind descentralizarea activităților de campanie și crearea unor echipe de campanie pentru fiecare candidat/colegiu în parte.

Dacă pentru organizațiile politice această schimbare aduce cu sine nesiguranță și nevoia de resurse substanțial mai mari, pentru alegătorul de rând lucrurile sunt cât se poate de neclare. Conform unei cercetări realizate la nivelul municipiului București, populația cu drept de vot are doar o vagă idee despre noul sistem de vot uninominal, pentru majoritatea dintre ei totul limitându-se la punerea ștampilei pe buletinul de vot și introducerea acestuia în urnă.

Foarte puțini dintre cei intervievați au idee despre ce reprezintă un deputat/senator, care sunt atribuțiile acestora sau cum pot apela la aceștia pentru soluționarea problemelor existente în colegiul pe care îl reprezintă. Dezinteresul manifestat pentru vot precum și neîncrederea în clasa politică contribuie la repulsia manifestată de către electorat față de materialele menite să îi ajute să înțeleagă noul sistem de vot, iar numele complet necunoscute ale majorității candidaților va face alegerea și mai grea.

Totuși, noul sistem de vot aduce schimbări pozitive, deputații și senatorii vor fi puși în legătură directă cu cei care i-au ales, cetățenii vor avea un reprezentant

care să fie la curent cu problemele zonei, numărul mare de candidați va face inutilă strategia denigrării concurenților (costurile sunt mult prea mari pentru o audiență restrânsă la nivelul unui colegiu), iar combinația de deputați și senatori din formațiuni politice diferite nu poate fi decât benefică.

Un număr relativ redus de formațiuni politice a ales să lucreze în campanie pe principiul francizei, dezvoltând strategii și materiale generale (de tip template) ce mai apoi sunt adaptate fiecărui reprezentant în parte (personalizate) pentru a menține controlul la nivelul sediului central, pentru a evita eventualele discuții interne cu privire la un tratament inegal al reprezentanților, dar și pentru a reduce nevoia de resurse financiare și umane la minim.

Cu toate dificultățile pe care le presupune atragerea voturilor și informarea electoratului, partea cea mai dificilă urmează să vină ulterior alegerilor când deputații/senatorii aleși vor trebui să își asume noile responsabilități și să mențină un contact permanent cu electoratul, să fie la curent cu problemele zonei pe care o reprezintă și, cel mai important, să fie foarte atenți cu imaginea pe care o au în rândul celor care l-au ales.

BIBLIOGRAFIE

- Stephan, C.; Henneberg, M., *Political Marketing Theory: Hendiadyoin or Oxymoron*, University of Bath, School of Management, Working Paper, Series 2004.01
- Stephan, C.; Henneberg, M., *The Conundrum of Leading or Following in Politics? An Analysis of Political Marketing Postures*, Forthcoming in *Journal of Political Marketing*, vol. 5, 2005
- Stephan, C.; Henneberg, M., *Move Aside, Advocatus Diaboli: It Is Time to Hear the Position of the Advocatus Dei on Political Marketing*, Forthcoming in the *Journal of Public Affairs*, vol. 4, no. 3, 2004
- Darren, G. Lilleker; Jennifer, Lees-Marshment, *Political Marketing: A Comparative Perspective*, Manchester University Press, Manchester, 2005

STRATEGIA DE MARKETING ȘI IMPLICAȚIILE SALE ÎN ORIENTAREA ACTIVITĂȚII DE MARKETING A ORGANIZAȚIEI

Conf. univ. dr. ȘERBULESCU, Luminița
Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale, București
Universitatea Spiru Haret

Abstract

Marketing strategy and it's implications regarding the marketing activity orientation for the organization

The main characteristics of nowadays business environment, regarding the complex relations between the organization and partners, suppliers, competition, clients on one hand and social, cultural, demographic, economic, etc., environments, on the other hand, require a entirely new process for the marketing strategy. It is well known the fact that marketing, with its instruments, concepts and operational characteristics, succeeds to ensure the proper activities for the success of the organization. Defining the "success" is about not only the capacity of adapt to the environment, but also the continuous process for delivering value, and developing the different types of resources – in other words – the growth of organization, the power to explore, to emerge on new markets, on new types of consumer.

Key-words: *marketing strategy, positioning, internal marketing, external marketing, information flow, marketing mix*

Ansamblul instrumentelor folosite de către marketing, precum și capacitatea acestuia de a orienta întregul proces decizional în firmă au dus la formarea unui curent de opinii unanim acceptat de către manageri în ceea ce privește importanța marketingului la fiecare nivel al organizației.

Trebuie subliniat că marketingul așa cum este aplicat la ora actuală nu îl întâlnim doar la nivelul relației directe a firmei cu mediul său de afaceri, cu piața, concurenții sau furnizorii, ci și la nivelul relațiilor dintre diversele compartimente ale firmei. Este vorba de conceptul de **marketing intern firmei**, concept luat în discuție pentru prima oară de către specialiștii în marketingul serviciilor.

Marketingul intern firmei va gestiona fluxurile de informații între nivelurile ierarhice diferite, relațiile dintre diversele categorii de personal, va îmbunătăți eficiența globală și specifică a fiecărui compartiment în parte.

Fără aportul său, politica de marketing a firmei este privată de un element extrem de important: cel de stabilitate, de cadru general de aplicare; misiunea și obiectivele firmei nu vor putea fi definite coerent.

Necesitatea existenței unei capacități de răspuns crescânde la solicitările mediului face imposibilă organizarea firmei moderne pe alte principii decât cele de marketing. Chiar și pentru firmele mici, care nu dispun de o putere financiară însemnată, a devenit necesară exploatarea directă a cât mai multor tehnici și instrumente specifice marketingului, în special a celor care țin de cercetarea de marketing, fără de care nu poate fi schițată o strategie viabilă de piață.

Teoreticienii contemporani susțin că marketingul secolului viitor va dispune de tehnici de analiză cantitativă și, în special, calitativă a obiceiurilor de consum ale clienților, încât va fi posibilă o satisfacere exactă chiar a nevoilor care nu sunt încă exprimate în mod direct, care n-au fost încă conștientizate de către consumatori.

Firmele vor putea să se specializeze pe grupuri țintă din ce în ce mai mici, astfel că fiecare consumator va avea în ultimă instanță produse și servicii personalizate în mod individual.

În acest context, a nu acorda importanța firească marketingului în organizarea unei firme conduce inevitabil la incapacitatea supraviețuirii acesteia în mediul de afaceri al viitorului.

Organizația modernă funcționează într-un context real deosebit de complex, rezultat al combinării unui ansamblu de factori de natură endogenă și exogenă.

Acest context constituie pentru cadrele de conducere punctul de reper în procesul de fundamentare a politicii globale, a politicilor specifice (politica financiară, politica resurselor umane, politica de marketing ș.a.) și a deciziilor strategice corespunzătoare care vor conduce la atingerea scopurilor fixate.

După cum s-a mai arătat, marketingul contribuie în mare măsură la realizarea obiectivelor politicii globale.

Maximizarea profitului, creșterea gradului de satisfacere a cerințelor consumatorilor și favorizarea intereselor pe termen lung ale societății sunt avute în vedere de către specialiștii departamentului de marketing în procesul elaborării strategiei globale de marketing.

La acest nivel, *rolul care revine marketingului este detaliat prin stabilirea unor obiective specifice – de marketing, cum ar fi: creșterea volumului vânzărilor, menținerea sau creșterea cotei de piață, atragerea unor noi segmente de consumatori, pătrunderea pe o nouă piață ș.a.*

Realizarea obiectivelor de marketing depinde de modul în care sunt direcționați cei patru vectori ai activității de marketing: produsul, prețul, distribuția și comunicația.

Fiecare dintre aceștia operează cu propriile mijloace și interacționează în vederea obținerii unor rezultate optime. În cadrul sistemului care se formează, comunicația de marketing ocupă un loc bine definit, fiind o componentă indispensabilă a acestuia.

Demersurile comunicaționale de marketing vizează, la rândul lor, o serie de obiective specifice – obiectivele comunicaționale.

Astfel, în cazul comunicației comerciale, pentru creșterea volumului vânzărilor trebuie să se acționeze în direcția creării și consolidării notorietății și a imaginii

produselor, ca și în vederea stimulării publicului țintă pentru a adopta comportamentul de cumpărare și de consum dorit. În mod similar, în cazul comunicației corporative, creșterea valorii și imaginii organizației depinde în mod direct și de eforturile realizate pentru stimularea unui comportament adecvat în raport cu organizația.

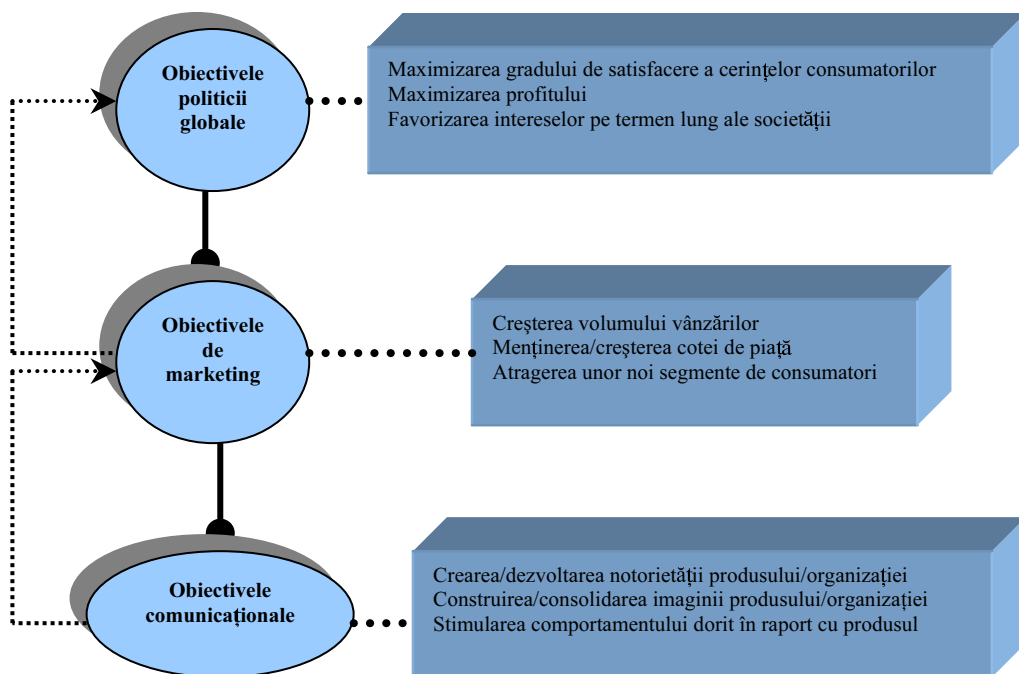
În condițiile în care organizația modernă **nu mai poate exista și nu se mai poate dezvolta decât în cadrul unui sistem de comunicație eficient**, atingerea obiectivelor de marketing și, mai departe, îndeplinirea obiectivelor politicii globale a organizației depind în bună măsură de îndeplinirea obiectivelor comunicaționale.

Valențele comunicaționale ale diverselor instrumente de marketing stau la baza capacității firmei contemporane de a face față cu succes provocărilor mediului economic.

De asemenea, marketingul va reuși să integreze comunicarea firmei în ansamblul de decizii strategice pe care le iau factorii de conducere, efortul global fiind acela de îndeplinire a misiunii, a obiectivelor fundamentale ale firmei pe termen lung și foarte lung.

Un merit deosebit pentru marketingul contemporan îl reprezintă capacitatea acestuia de a crea și întreține o imagine distinctă pentru firmă.

În figura de mai jos este prezentat schematic raportul dintre obiectivele globale, obiectivele generale de marketing și obiectivele comunicaționale ale unei organizații.



Sursa: Adaptare după Balaure V. (coordonator), *Marketing*, Editura Uranus, București, 2000, p. 168

Fig. 1. Relația dintre obiectivele globale, obiectivele de marketing și obiectivele comunicaționale ale organizației

În perioada în care întreprinderile se concentrau asupra producției, a produselor sau a vânzării, imaginea era considerată un „moff”, conceptul fiind cunoscut, de altfel, numai profesioniștilor din domeniul publicității.

Ulterior însă, pe măsură ce nevoile consumatorilor au ajuns în centrul preocupărilor organizațiilor, importanța imaginii a crescut considerabil.

Accentuarea concurenței a condus la apariția unor produse din ce în ce mai asemănătoare, oferta banalizându-se din punct de vedere al caracteristicilor tehnico-funcționale și economice.

Prin urmare, pentru a-și diferenția produsele în raport cu cele ale firmelor concurente, agenții economici au început să comercializeze bunuri capabile să satisfacă, pe lângă nevoile de bază, și nevoi de ordin superior, precum nevoia de apartenență sau cea de autorealizare.

Această transformare a produselor a fost posibilă prin construirea, cu ajutorul demersurilor comunicaționale, a unei imagini specifice. Pe de altă parte, nevoile consumatorilor cresc și devin din ce în ce mai complexe, decizia de cumpărare fiind tot mai mult influențată de factori de natură afectivă și simbolică.

În asemenea condiții, imaginea formată în rândul consumatorilor cu privire la produse, mărci și organizații joacă un rol extrem de important în procesul de cumpărare.

Un alt aspect deosebit de evident al importanței marketingului în activitatea firmei îl constituie gestionarea fluxului de informații dintre firmă și mediu, în ambele sensuri.

Marketingul sintetizează orientarea activității unei firme în funcție de nevoile pieței. Aceasta se reflectă într-un ansamblu de activități practice concrete, utilizând în acest scop un instrumentar științific adecvat fundamentării științifice a deciziilor de marketing.

Necesitatea unui instrumentar științific este legată, pe de o parte, de fluxul de informații dintre întreprindere și mediul său, permanent și în ambele sensuri, fără de care marketingul nici nu ar putea exista.

Colectarea și transmiterea informațiilor, prelucrarea și interpretarea lor implică utilizarea unui ansamblu de procedee și tehnici. Natura diferită a investigațiilor a determinat reunirea unor metode și tehnici aparținând diferitelor științe, cum ar fi: economia, statistica, matematica, sociologia, psihologia.

Prelucrarea unui volum mare de informații, necesar fundamentării deciziilor de marketing, nu se poate realiza fără utilizarea tehnicii moderne de calcul. Un astfel de instrument este necesar în procesul de pregătire a deciziilor de marketing: stabilirea variantelor posibile și a celor optime, măsurarea efectului unor decizii.

Activitatea de marketing presupune existența unui sistem informațional bine conceput, care să sesizeze orice schimbare a mediului de piață. Acest aspect apare în cadrul economiilor puternic industrializate, a economiilor în curs de dezvoltare.

Rapiditatea cu care fiecare agent economic producător/distribuitor (indiferent de mărimea lui) se adaptează la cererea pieței reprezintă, poate, singura șansă de supraviețuire.

Cercetarea de marketing urmărește tocmai realizarea practică a conceptului modern de marketing, prin actualizarea sistemului informațional în contextul căruia se desfășoară activitatea și se iau decizii ce privesc producția și desfacerea, astfel încât aceste decizii să fie conforme cu deciziile pieței.

Orientarea de marketing a activității oricărei întreprinderi moderne are drept premisă cunoașterea și anticiparea mutațiilor care au loc în mediul ei ambiant și, mai ales, în cadrul celei mai importante componente a acestuia – piața.

Situând la baza oricărei activități economice cerințele pieței, respectiv a nevoilor de consum a căror satisfacere se urmărește, marketingul este de neconceput fără investigarea acestora, fără existența unui flux sistematic de informații între componentele mediului în care firma activează și cele ale structurii organizatorice care au nevoie de astfel de informații pentru desfășurarea cu eficiență a activității.

Putem sintetiza importanța marketingului în activitatea firmei contemporane pe următoarele direcții de acțiune:

- Investigarea cu finețe a tendințelor mediului de afaceri, identificarea oportunităților și a amenințărilor.
- Identificarea caracteristicilor piețelor pe care este prezentă firma, a nevoilor și tendințelor de consum ale consumatorilor.
- Analizarea capacităților proprii de dezvoltare ale firmei, a resurselor și modalităților cele mai eficiente de alocare a acestora.
- Identificarea unor obiective generale și specifice, coerente care să exprime misiunea și scopul pe termen lung al firmei, având la bază informațiile strategice despre firmă și mediu, evidențiate anterior.
- Corelarea tuturor activităților firmei, integrarea acestora într-o politică unitară, formată dintr-un ansamblu de strategii individuale pentru fiecare element al mixului de marketing (promovare, preț, produs și distribuție).
- Elaborarea de planuri de afaceri și programe operaționale pentru atingerea obiectivelor specificate.

Toate acestea vor contribui, în ultimă instanță, la creșterea capacității de răspuns a firmei în fața oricărei provocări ale mediului, la integrarea ei într-un proces concurențial specific pieței globale la început de mileniu.

Relația dintre firma și mediul său extern se desfășoară într-un cadru general caracterizat printr-o „turbulență” deosebită, o modificare extrem de rapidă și uneori neașteptată a tuturor variabilelor implicate în procesul de decizie.

Succesul pe piață al firmei nu se rezumă doar la capacitatea de penetrare crescută, la capacitatea de adaptare la modificările neașteptate ale obiceiurilor de consum și deci la păstrarea cotei de piață achiziționate, ci în primul rând la capacitatea firmei de a-și conserva locul pe piață, imaginea de brand și relațiile speciale dezvoltate pe o anumită piață particulară la un moment dat.

Misiunea esențială pentru politica de marketing a firmei va fi, deci, conservarea avantajului comparativ față de concurență și îmbunătățirea comunicării

cu mediul, a feedback-ului activ. Și pentru că politica de marketing este definită de ansamblul unitar al tuturor strategiilor care operează cu elementele mixului este mai mult decât evident că o astfel de misiune nu poate fi îndeplinită fără o corelare autentică liniilor de dezvoltare ale fiecărei strategii în parte.

Strategiile de preț, produs, promovare sau distribuție au fiecare în parte specificul lor indiscutabil, operează cu variabile diferite, cunosc abordări conceptuale diferite etc., dar pe lângă toate acestea fac parte integrantă dintr-o gândire globală, unitară care reflectă însăși linia de conduită a firmei.

Sunt destul de numeroase exemplele de firme care nu au reușit o implementare corectă, unitară a strategiilor lor, sau care au avut un defazaj temporal în aplicarea acestora. Rezultatul? Un fiasco total... cuantificabil prin pierderea clienților tradiționali, a cotelor de piață achiziționate anterior, sau mai rău prin ieșirea completă de pe piață și inevitabilul faliment.

Elementele mixului de marketing nu sunt altceva decât formele prin care firma conceptualizează relația cu un element unic – consumatorul –, fiecare segment al mixului vine în întâmpinare unei nevoi specifice a acestuia indiferent că este vorba de un consumator organizațional sau individual.

Și din această perspectivă este mai mult decât evident că există necesitatea unei corelări de substanță a deciziilor care privesc fiecare element în parte, deci a strategiilor care le operaționalizează.

Atunci când la nivelul organizației există o abordare globală de marketing, corelarea strategiilor devine o realitate vie în stare să răspundă tuturor exigențelor pe care le ridică mediul la un moment dat

Modul în care întreprinderea concepe dezvoltarea activității sale, direcțiile de perspectivă și acțiunile practice, concrete vizând valorificarea potențialului său în concordanță cu cerințele pieței, caracterizează politica de marketing a întreprinderii.

Reunind strategiile și tacticile aferente, politica de marketing desemnează un anumit „stil” propriu întreprinderii, o anumită „manieră” specifică de abordare și rezolvare a problemelor sale. Două firme pot avea aceleași obiective, dar modalitățile și căile concrete la care recurg pot fi diferite, uneori în mod sensibil.

Viziunea strategică a întreprinderii moderne este tot mai mult impusă de condițiile noi în care își desfășoară activitatea. Orientarea de perspectivă nu presupune însă doar creșterea rolului previziunilor în fundamentarea deciziilor.

Este vorba de o atitudine globală, de un comportament prospectiv care să dea sens tuturor acțiunilor întreprinderii. Unii specialiști apreciază că etapa actuală este cea a unui „marketing strategic”, căruia i se atribuie „o importanță crucială pentru a face față schimbărilor mediului”.

Orientarea strategică a activității economice este, de fapt, o caracteristică a politicii de marketing a întreprinderii moderne. Politica de marketing încorporează un set de strategii, adecvate condițiilor în care întreprinderea își desfășoară activitatea și potrivit opțiunilor acesteia.

Deși aflate în strânsă legătură, strategia și politica de marketing sunt noțiuni diferite, fiecare având o arie de cuprindere specifică; ele se află în raporturi de la parte la întreg. O altă distincție între politica și strategia de marketing este

aceea că *strategia este conflictuală* în sensul că este orientată împotriva anumitor adversari sau concurenți.

Dacă obiectivele indică cotele care trebuie atinse de întreprindere, cea de a treia componentă a conducerii strategice, *strategia* reprezintă drumul ce urmează să fie parcurs spre aceste cote, linia de dezvoltare pe care întreprinderea și-a propus să o urmeze, în vederea atingerii obiectivelor.

O strategie bine concepută trebuie să determine declanșarea și angajarea plenară, într-o perspectivă, de regulă, ceva mai largă a tuturor resurselor întreprinderii, în vederea realizării scopurilor fixate și în condițiile permanentelor mutații ce se produc în cadrul mediului în care aceasta funcționează.

O viziune strategică în conducerea de marketing are numeroase avantaje. În primul rând, strategia ajută întreprinderea să-și focalizeze eforturile către componentele fundamentale ale mediului extern consumatorii și competiția.

În loc să facă o simplă proiecție a tendințelor din trecut, întreprinderea consideră că una din problemele ei fundamentale o reprezintă elaborarea unei strategii care să oglindească cerințele pieței, ale consumatorilor.

De asemenea, planurile strategice au marele merit că tind să anticipeze schimbările mediului competitiv, substituindu-le unor simple reacții la amenințările concurenței. Nu trebuie ignorat nici faptul că orientarea strategică este importantă și pentru că ea impune o viziune globală și pe termen lung, atât de necesară oricărei întreprinderi moderne.

BIBLIOGRAFIE

- Balaure, V. (coordonator), *Marketing*, Editura Uranus, București, 2000
- Brooksbank, R.W., *This Is Successful Marketing!*, Horton Publishing, Bradford, 1990
- Churchill, G.A. Jr.; Peter, J.P., *Marketing: Creating Value for Customers*, Richard D. Irwin, Inc. & Austen Press, Burr Ridge, 1995
- Hooley, G.J. and Saunders, J., *Competitive Positioning: The Key to Market Success*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1993
- Purcărea, Theodor; Franc, Valeriu Ioan, „*Marketing*” – evoluții, experiențe, dezvoltări conceptuale, Editura Expert, București, 2000
- Roland T., Rust; Zeithaml A., Valarie, and Lemon N., Katharine, *Driving Customer Equity: How Customer Lifetime Value is Reshaping Corporate Strategy*, New York: Free Press, 2000
- Sheth, J.N.; Parvatiyar, A., *Handbook of Relationship Marketing*, Sage Publications, Thousand Oaks, 2000, pp. 481-504

Redactor: Mihaela N. ȘTEFAN
Tehnoredactor: Marcela OLARU
Coperta: Cornelia PRODAN

Bun de tipar: 12.12.2008; Coli tipar: 20,75
Format: 16/70x100

Editura Fundației *România de Mâine*
Bulevardul Timișoara nr.58, București, Sector 6
Tel./Fax: 021/444.20.91; www.spiruharet.ro
e-mail: contact@edituraromaniademaine.ro