

Analele Universității *Spiru Haret*

Seria *Economie*

An III, nr. 3, 2003

EDITURA FUNDAȚIEI *ROMÂNIA DE MÂINE*
BUCUREȘTI

COLEGIUL DE REDACȚIE

Redactor șef: *Prof. univ. dr. Constantin MECU*

Redactor șef adjunct: *Conf. univ. dr. Aurelian A. BONDREA*

MEMBRI AI COLEGIULUI DE REDACȚIE:

Prof. univ. dr. Gheorghe ZAMAN, membru corespondent al Academiei Române

Prof. univ. dr. Emilian M. DOBRESCU, secretar științific de Secție,
Academia Română

Prof. univ. dr. Corneliu RUSSU, Centrul de Economia Industriei și Serviciilor

Conf. univ. dr. Luminița ȘERBULESCU, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Ovidiu NANEȘ, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Mariana Cristina CIOPONEA, Universitatea *Spiru Haret*

Lector univ. dr. Marin COMȘA, Universitatea *Spiru Haret*

Lector univ. dr. Ruxandra VASILESCU, Universitatea *Spiru Haret*

COLECTIVUL DE REFERENȚI ȘTIINȚIFICI:

Prof. univ. dr. Amalendu BICASH GUHA, Universitatea din Oslo

Prof. univ. dr. Maria NEGROPONTI DELIVANIS, Universitatea Salonic

Prof. univ. dr. Ionel Mihail CETĂȚEANU, Economist Șef, BCR

Cercet. șt. gr. I Virginia CÂMPEANU, Institutul de Economie Mondială

Prof. univ. dr. Mircea BOULESCU, Universitatea *Spiru Haret*

Prof. univ. dr. Doina FUSARIU, Universitatea *Spiru Haret*

Prof. univ. dr. Constantin MOISIUC, Universitatea *Spiru Haret*

Prof. univ. dr. Eufrosina MOROȘAN, Universitatea *Spiru Haret*

Prof. univ. dr. Mariana NEGRUȘ, Universitatea *Spiru Haret*

Prof. univ. dr. Gheorghe PISTOL, Universitatea *Spiru Haret*

Prof. univ. dr. Ion POPESCU, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Manuela EPURE, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Eugen GHIORGIȚĂ, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Cicilia IONESCU, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Luminița IONESCU, Universitatea *Spiru Haret*

Conf. univ. dr. Gherasim ZENOVIC, Universitatea *Spiru Haret*

Secretar de redacție: *Conf. univ. dr. Mariana BALU*, Universitatea *Spiru Haret*

Secretariat: *Asist. univ. Sara MOLDOVEANU*, Universitatea *Spiru Haret*

Prep. univ. Petronela Iuliana GEANGU, Universitatea *Spiru Haret*

CUPRINS

<i>Cuvânt înainte</i>	7
-----------------------------	---

I. TEORIE ECONOMICĂ

Marin Comșa , <i>Probleme teoretice privind evaluarea modificărilor structurale din economie</i>	11
Ilie Mihai , <i>Stabilitatea politicii monetare – unele considerații</i>	25
Mariana Nicolae , <i>Analiza și prognoza evoluției demografice prin tehnici markoviene. Abordare teoretică</i>	39
Daniel Gârdan , <i>Studiile comportamentale în perspectiva strategiei de comunicare a firmei</i>	47

II. EVOLUȚII ACTUALE ALE ECONOMIEI ROMÂNEȘTI

Aurelian A. Bondrea, Manuela Epure , <i>Evoluția construcțiilor de mașini în România și pe plan mondial</i>	55
Manuela Epure , <i>Piața produselor: cafea, tutun, băuturi fine, ciocolată</i>	67
Gheorghe Pistol , <i>Echilibre și dezechilibre pe piața muncii din România</i>	79
Mariana Bădileanu , <i>Posibilități de dezvoltare economică durabilă în zona Roșia Montană</i>	87
Cornelia Neagu , <i>Modificări structurale pe termen mediu și lung în extracția cărbunilor din România</i>	93
Raluca Zorzoliu , <i>Turismul rural. Actualități și perspective</i>	99
Emilia Lenghel , <i>Managementul performanțelor în contextul schimbării organizaționale</i> ..	103
Maria Andronic , <i>Managementul culorii</i>	107
Marius Bulearcă , <i>Perspectivile industriei hidrocarburilor în condițiile integrării României în U.E.</i>	119
Cristian Sima , <i>Dezvoltarea turismului ecologic în zona Munților Apuseni</i>	125

III. CONTABILITATE – FINANȚE – STATISTICĂ

Mariana Elena Balu, Gabriela Tudose, Luise Mladen , <i>Schimbările structurale și mobilitatea lucrătorilor în România</i>	133
Cicilia Ionescu , <i>Impactul tratamentelor contabile privind costurile îndatorării asupra performanțelor întreprinderii</i>	137
Titel Negru , <i>Necesitatea revizuirii normelor de protecție a asiguraților conform cerințelor impuse de integrarea României în Uniunea Europeană</i>	143
Gabriela Ungureanu , <i>Sistemul financiar din România și rolul politicii monetare în perspectiva integrării europene</i>	151
Marinică Dobrin , <i>Asigurarea complexă a locuințelor – Studiu de caz la ASTRA ASIGURĂRI</i>	159

IV. RELAȚII ECONOMICE EXTERNE ȘI ADERAREA ROMÂNIEI LA UNIUNEA EUROPEANĂ

Gheorghe Zaman , <i>Pregătirea firmelor românești pentru aderarea la U.E.</i>	169
Daniela Pașnicu , <i>Compatibilitatea dintre șomeri și locurile de muncă vacante în U.E., S.U.A. și România. Curba Beveridge</i>	185
Claudia Baicu , <i>De la internaționalizarea activității bancare la globalizare</i>	193
Nica Dumitru, Florina Nicolae , <i>Direcțiile de acțiune pentru racordarea politicii românești în domeniul concurenței la cea din Uniunea Europeană</i>	199
Luminița Șerbulescu , <i>Standardizarea și certificarea produselor în Uniunea Europeană</i>	207
Maria Andronie , <i>Implicațiile economice ale tranziției la sistemele de prepress digital</i>	221
Luminița Șerbulescu , <i>Marca CE – cheie a accesului produselor în piața europeană unică</i>	233
Ana Butnaru , <i>Marketingul expedițiilor și transporturilor interne și internaționale de mărfuri</i>	239
Mariana Cristina Cioponea , <i>Fiscalitatea la nivel european în condițiile pieței unice</i>	247
Eduard Ionescu , <i>Locul agriculturii în economia României și integrarea agriculturii românești în Uniunea Europeană</i>	255

V. DIRECȚII DE DEZVOLTARE ALE INFORMATICII DE GESTIUNE

Valerica Mareș, Marius Daniel Mareș, Gabriel Mihai , <i>Mecanismele de reglare managerială a sistemelor informatice de gestiune</i>	263
Ion Lungu, Mihaela Muntean , <i>Integrarea datelor prin depozite de date</i>	269
Adela Bâra , <i>Utilizarea extensiilor UML în modelarea multidimensională</i>	277
Maria Andronie , <i>Impactul economico-social produs de trecerea la tehnologia digitală în industria tipografică și publicistică</i>	285

CERCETAREA ECONOMICĂ LA INSTITUTE ALE ACADEMIEI ROMÂNE

Mariana Nicolae , <i>Contribuția Institutului de Prognoză Economică la cercetarea economică academică din România</i>	303
--	-----

RECENZII

Marketing Dicționar Explicativ , coord. C. Florescu, P. Mălcomete, Nicolae Al. Pop	310
--	-----

CONTENTS

<i>Foreword</i>	7
-----------------------	---

I. ECONOMIC THEORY

Marin Comșa , <i>Theoretical Issues on the Assessment of Structural Modifications in Economy</i>	11
Ilie Mihai , <i>Aspects of Monetary Policy Stability</i>	25
Mariana Nicolae , <i>The Analysis and Forecast of Demographic Development by Markovian Techniques. A Theoretical Approach</i>	39
Daniel Gârdan , <i>Behavioural Studies from the Point of View of the Corporate Communication Strategy</i>	47

II. CURRENT DEVELOPMENTS OF ROMANIAN ECONOMY

Aurelian A. Bondrea, Manuela Epure , <i>Machine Engineering Development in Romania and Worldwide</i>	55
Manuela Epure , <i>Product Market: coffee, tobacco, fine drinks, chocolate</i>	67
Gheorghe Pistol , <i>Balance and Unbalance in Romania's Labour Market</i>	79
Mariana Bădileanu , <i>Opportunities of Sustainable Economic Development in Rosia Montana Area</i>	87
Cornelia Neagu , <i>Medium and Long Term Structural Modifications in Coal Extraction in Romania</i>	93
Raluca Zorzoliu , <i>Rural Tourism. Present and Future</i>	99
Emilia Lenghel , <i>Performance Management on the Background of Organisational Change</i>	103
Maria Andronic , <i>Color Management</i>	107
Marius Bularcă , <i>Prospects of the Hydrocarbons under the Terms of Romania's Integration in the EU</i>	119
Cristian Sima , <i>The Development of Ecological Tourism in Apuseni Mountains Area</i>	125

III. ACCOUNTING – FINANCE - STATISTICS

Mariana Elena Balu, Gabriela Tudose, Luise Mladen , <i>Les changements structurels et la mobilité des employés en Roumanie</i>	133
Cicilia Ionescu , <i>The Impact of the Accounting Treatment on Indebtness Cost on Corporate Performance</i>	137
Titel Negru , <i>The Need of Reviewing the Insured Protection Rules according to the Requirements of Romania's Integration in the European Union</i>	143
Gabriela Ungureanu , <i>The Romanian Financial System and the Role of the Monetary Policy in the Prospect of Integration</i>	151
Marinică Dobrin , <i>Complex House Insurance –ASTRA ASIGURĂRI Case Study</i>	159

IV. FOREIGN BUSINESS RELATIONSHIPS AND ROMANIA'S ACCESSION TO THE EUROPEAN UNION

Gheorghe Zaman , <i>The Preparation of Romanian Corporations for the Accession to the EU</i>	169
Daniela Paşnicu , <i>The Compatibility between the Unemployed and the Vacancies in the EU, the USA and Romania. The Beveridge Curve</i>	185
Claudia Baicu , <i>From Banking Internationalization to Globalization</i>	193
Nica Dumitru, Florina Nicolae , <i>The Directions for the Romanian Policy Connection to the EU's Policy in the field of Competition</i>	199
Luminița Șerbulescu , <i>Product Standardisation and Certification in the European Union</i>	207
Maria Andronie , <i>Economic Implications of Transition for the Digital Prepress Systems</i>	221
Luminița Șerbulescu , <i>CE Marking – a Key to the Product Access on the Single European Market</i>	233
Ana Butnaru , <i>The Marketing of Local and International Goods Shipping and Transportation</i>	239
Mariana Cristina Cioponea , <i>Fiscality at the European Level under the Terms of the Single Market</i>	247
Eduard Ionescu , <i>The Place of Agriculture in Romania's Economy and the Integration of Romanian Agriculture in the European Union</i>	255

V. MANAGEMENT DATA PROCESSING DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

Valerica Mareş, Marius Daniel Mareş, Gabriel Mihai , <i>The Mechanisms of Managerial Adjustment of the Management IT Systems</i>	263
Ion Lungu, Mihaela Muntean , <i>Data Integration by Data Warehouse</i>	269
Adela Bâra , <i>UML Extensions Use in Multidimensional Modelling</i>	277
Maria Andronie , <i>The Economic and Social Impact on Passing to the Digital Technology in the Printing and Publishing Industry</i>	285

ECONOMIC RESEARCH AT THE INSTITUTES OF THE ROMANIAN ACADEMY

Mariana Nicolae , <i>The Contribution of the Economic Forecast Institute to the Romanian Academic Economic Research</i>	303
--	-----

REVIEWS

Marketing Explanatory Dictionary , Ed. by C. Florescu, P. Mălcomete, Nicolae Al. Pop ...	310
---	-----

CUVÂNT ÎNAINTE

Numărul de față al Analelor Universității Spiru Haret continuă publicarea „Seriei economice”, inaugurată în anul 2001.

Sunt reunite de această dată peste 30 de studii economice elaborate, în principal, de cadrele didactice ale celor trei facultăți economice din București – Facultatea de Management Financiar-Contabil, Facultatea de Marketing și Comerț Exterior, Facultatea de Finanțe-Bănci, cât și de către cercetători ai unor institute economice din București.

Repartizarea tematică a studiilor în cinci părți reflectă într-o măsură însemnată însăși structura cercetării științifice economice care se desfășoară la Universitatea Spiru Haret, în mod sistematic, încă de la începutul funcționării ei, în anul 1992.

De-a lungul celor 14 ani de activitate științifică, cadrele didactice din catedrele economice ale Universității și cercetătorii din cadrul Institutului de Studii pentru Dezvoltarea Economică și Socială a României, integrat sectorului științific al Universității au fost preocupate de aprofundarea aspectelor teoretice de bază ale disciplinelor din planurile de învățământ, cât și de cele ridicate de practica vieții economice din țara noastră. Rezultatele acestor cercetări s-au materializat în publicarea unor studii fundamentale, cum sunt, de exemplu, cele din lucrarea „Probleme ale tranziției la economia de piață în România”, realizată sub coordonarea regretatului academician N.N. Constantinescu, fost director al Institutului menționat mai sus, cât și cele din Analele Universității apărute până în prezent, din revista Opinia Națională, din publicațiile economice de specialitate din țara noastră.

Întreținând această tradiție, numărul de față al Analelor relevă unele probleme teoretice fundamentale ale evoluției demografice din țara noastră, evaluează modificările structurale produse în economie precum și probleme ale strategiei de comunicare a firmei.

Secțiunea privind evoluțiile actuale ale economiei românești reunește, în funcție de specialitatea autorilor, abordări ale unor fenomene și procese multiple pe piața monetară, a muncii, în domeniul managementului, al turismului, al industriei hidrocarburilor, ale dezvoltării zonei Roșia Montană etc.

Reflectând intensele preocupări ale țării noastre privind extinderea, aprofundarea și ridicarea eficienței relațiilor economice externe, partea a IV-a a studiilor cuprinse în revistă tratează aspecte esențiale ale pregătirii firmelor românești pentru aderarea la Uniunea Europeană, pentru asimilarea aquis-ului comunitar în diferite domenii cum sunt cel al concurenței, al standardizării și certificării produselor, al agriculturii și fiscalității etc. Nu se poate să nu fie remarcată calitatea remarcabilă a tratării acestor probleme, ceea ce ilustrează profesionalismul autorilor lor.

Partea consacrată contabilității, finanțelor și statisticii evidențiază unele direcții actuale importante ale dezvoltării acestor discipline în strânsă corelație cu standardele internaționale, cu nevoile practicii economice.

Evidențiem, totodată, studiile consacrate dezvoltării informaticii de gestiune, disciplină care în Universitatea noastră este susținută de o catedră aparte, bucurându-se de o largă reflectare în planurile de învățământ. Este și aceasta o ilustrare a interesului cadrelor noastre didactice pentru abordarea problematicii actuale a societății informaționale, societatea cunoașterii.

Exprimăm convingerea că studiile publicate în acest număr al „Analelor” vor servi aprofundării pregătirii științifice a studenților, a lucrătorilor în economie, a tuturor celor interesați de mersul înainte al societății românești.

*Prof. univ. dr. CONSTANTIN MECU,
prorector pentru învățământul economic
și cu frecvență redusă,
redactor-șef
al Analelor Universității Spiru Haret,
seria economie*

I. TEORIE ECONOMICĂ

PROBLEME TEORETICE PRIVIND EVALUAREA MODIFICĂRILOR STRUCTURALE DIN ECONOMIE

Marin COMȘA

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Pentru analiza statică și evoluția modificărilor structurale ale economiei, în literatura de specialitate se întâlnesc diverse metode.

În mod curent, în analize se utilizează o serie de indicatori relativ simpli de calculat și de interpretat, dar care – după părerea mea – nu reușesc, întotdeauna, să surprindă și să caracterizeze complexitatea fenomenelor și relațiilor din economie.

Din această cauză, precum și din dorința de a scoate în evidență o serie de caracteristici specifice perioadei de tranziție la economia de piață pe care o parcurge economia românească, în lucrare am reținut metodele vectoriale de analiză a structurii și modificărilor structurale.

Abstract

Theoretical Issues on the Assessment of Structural Modifications in Economy

In the specialized literature we meet various methods for the static analysis and for the economy structural modification development.

We currently use in analysis certain of indicators that are relatively easily to calculate and interpretate, but that – in my opinion don't always succeed in getting and characterizing the complexity of the phenomena and of the economic relations.

For this reason, as well as due to the desire to render evident a series of characteristics that are specific to the market economy transition period that is experienced by our national economy, I approached in this work the vectorial methods of structure analysis as well as the structural modifications.

1. Lungimea vectorului de structură

Considerând vectorii din spațiul real „n” dimensional $R^n = \{x/x = (x_1, x_2, \dots, x_n), x_i \in R, i = \overline{1, n}\}$, definim produsul scalar:

$$\langle x, y \rangle = \sum_{i=1}^n x_i y_i \quad (1)$$

și vom calcula norma (lungimea) unui vector ca fiind:

$$\|x\| = \sqrt{\langle x, x \rangle} = \sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2} \quad (2)$$

În interpretarea acestui indicator trebuie avut în vedere că:

a. dacă numărul părților n este dat, norma vectorului de structură este *cea mai mică* atunci când structura este diversificată la *maxim* (toate unitățile structurale sunt egale și deci, nu există nici o concentrare), relația de calcul devenind:

$$\|x\|_{\min} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{\sqrt{n}} \quad (3)$$

b. norma vectorului de structură este *maximă* când întreaga valoare a indicatorului economic analizat se realizează într-o singură ramură și relația de calcul devine:

$$\|x\|_{\max} = \sum_{i=1}^n x_i \quad (4)$$

c. norma vectorului de structură este *sensibilă la gradul de agregare/dezagregare* utilizat, aceasta fiind cu atât mai mică cu cât numărul de unități structurale este mai mic. Dacă dezagregarea este dusă la extrem, când fiecărei grupe îi revine o unitate din total, lungimea devine:

$$\|x\| = \sqrt{1^2 + 1^2 + \dots + 1^2} = \sqrt{n} \quad (5)$$

d. lungimea vectorului de structură în dinamică sintetizează aspecte privind evoluția gradului de concentrare, diversificare sau a celui de agregare/dezagregare;

e. pentru indicatorii supuși analizei – **producția industrială și valoarea adăugată brută** – lungimea vectorului de structură este relevantă numai pentru valorile în prețuri comparabile.

Păstrând numărul de ramuri pe întreaga perioadă statistică, atât pentru ansamblul economiei (17 + PISB), cât și pentru industrie (28 ramuri industriale), lungimea vectorului de structură va evidenția evoluția gradului de concentrare.

Pe baza datelor statistice oficiale pentru valoarea adăugată brută și pentru producția industrială, s-a obținut următoarea evoluție a lungimii vectorului de structură (vezi tabelul 1).

Tabelul 1

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
1. pentru v.a.b.	319476	296354	254075	229345	231440	240039	256382
2. pentru prod.ind.	-	550983	423980	361503	363222	372720	392332
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
1. pentru v.a.b.	270511	251212	238627	239487	246410	-	-
2. pentru prod.ind.	393543	356202	320342	297259	316023	341073	372823

Se constată o evoluție sinuoasă a lungimii celor doi indicatori, perioadele de reducere fiind urmate de creșteri ale gradului de concentrare. Astfel, până în anul 1993 are loc o scădere puternică a lungimii vectorului de structură, semnificând o creștere a

gradului de diversificare a structurilor, după care, până în anul 1997 tendința este una de creștere, fără a se apropia, însă, de valorile de la începutul perioadei. După scăderea din perioada 1997-2000, are loc o reluare a trendului crescător, evident în cazul industriei, pentru care seria de date disponibile este până în anul 2002.

Completarea informațiilor privind evoluția gradului de concentrare/diversificare se poate realiza prin studierea raportului dintre lungimea vectorului de structură și nivelul minim, respectiv maxim al acesteia. În cazul studiat evoluțiile sunt următoarele (vezi tabelul 2).

Tabelul 2

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Pentru v.a.b.							
$\ x\ / \ x\ _{\min}$	1,623	1,589	1,534	1,464	1,438	1,428	1,424
$\ x\ / \ x\ _{\max}$	0,383	0,375	0,361	0,345	0,339	0,337	0,336
Pentru prod.ind.							
$\ x\ / \ x\ _{\min}$	-	1,508	1,504	1,641	1,628	1,617	1,557
$\ x\ / \ x\ _{\max}$	-	0,302	0,301	0,328	0,326	0,323	0,311
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Pentru v.a.b.							
$\ x\ / \ x\ _{\min}$	1,435	1,454	1,446	1,459	1,470	-	-
$\ x\ / \ x\ _{\max}$	0,338	0,343	0,341	0,344	0,346	-	-
Pentru prod.ind.							
$\ x\ / \ x\ _{\min}$	1,469	1,433	1,495	1,422	1,412	1,405	1,449
$\ x\ / \ x\ _{\max}$	0,294	0,287	0,299	0,284	0,282	0,281	0,290

Scăderea continuă a raportului dintre norma vectorului de structură și valoarea minimă a acesteia înregistrată în perioada 1989-1995 (pentru valoarea adăugată brută) arată creșterea gradului de diversificare a structurii pe activități ale economiei naționale (lungimea minimă, caracteristică a diversificării maxime).

Apreciez că valorile pentru anul 1998 sunt influențate de schimbarea metodologiei de calcul.

În literatura de specialitate se consideră că o apreciere sugestivă asupra gradului de concentrare/diversificare pe baza lungimii vectorului de structură se realizează prin utilizarea *coeficientului de liniaritate*, calculat cu relația:

$$C_{\|x\|} = \frac{\|x\| - \sqrt{n}}{\sum_{i=1}^n x_i - \sqrt{n}} \quad (6)$$

Domeniul de variație al acestui coeficient este [0,1], ceea ce permite o interpretare mai sugestivă privind gradul de concentrare. Evident, atunci când n (numărul părților) este mic, iar valoarea indicatorului analizat este mare, dimensiunea lui $C_{\|x\|}$ este foarte apropiată de valoarea raportului $\|x\| / \|x\|_{\max}$ (în cazul analizat valorile sunt foarte apropiate de cele din tabelul 2).

2. Analize pe baza vectorului ponderilor

Posibilități suplimentare de analiză apar prin introducerea *vectorului ponderilor* (p), în care:

$$p = (p_1, p_2, \dots, p_n) \quad (7)$$

unde:

$$p_i = x_i / \sum_{i=1}^n x_i \quad (8)$$

Lungimea vectorului ponderilor se calculează cu relația:

$$\|p\| = \sqrt{\sum_{i=1}^n p_i^2} \quad (9)$$

În acest caz, pentru indicatorii supuși analizei prin metode vectoriale, se pot utiliza ponderile atât pentru valorile indicatorilor exprimați în prețuri curente, cât și pentru cei în prețuri comparabile. Rezultatele se prezintă în tabelul următor (vezi tabelul 3):

Tabelul 3

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Pentru v.a.b.							
- prețuri curente	0,496	0,478	0,426	0,408	0,406	0,412	0,395
- prețuri comparabile	0,383	0,375	0,361	0,345	0,339	0,337	0,336
Pentru prod.ind.							
- prețuri curente	-	0,260	0,264	0,271	0,282	0,274	0,278
- prețuri comparabile	-	0,302	0,301	0,328	0,326	0,323	0,311

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Pentru v.a.b.							
- prețuri curente	0,404	0,383	0,361	0,339	0,346	-	-
- prețuri comparabile	0,338	0,343	0,341	0,344	0,346	-	-
Pentru prod.ind.							
- prețuri curente	0,274	0,281	0,283	0,291	0,288	0,288	0,288
- prețuri comparabile	0,294	0,287	0,299	0,284	0,282	0,281	0,290

Lungimea vectorului ponderilor este *minimă* când $p_i = 1/n$ (frecvențele sunt uniform repartizate) și este *maximă* când întregul se reduce la o singură unitate structurală ($p_i = 1$), toate celelalte fiind zero. Rezultă că domeniul de variație al lungimii în acest caz, este:

$$1/\sqrt{n} < \|p\| < 1 \quad (10)$$

Acest indicator (lungimea vectorului ponderilor) a fost denumit de către Octav Onicescu *energie informațională* și este apreciat ca elocvent pentru exprimarea gradului de concentrare al unei structuri.

Ca și în cazul lungimii vectorului de structură, și pentru acest indicator se poate calcula coeficientul de liniaritate, pe baza relației:

$$C_{\|p\|} = \frac{\|p\| - \|p\|_{\min}}{\|p\|_{\max} - \|p\|_{\min}} \quad (11)$$

Pentru indicatorii analizați cu metode vectoriale se obțin valorile prezentate în tabelul 4.

Tabelul 4

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Pentru v.a.b.							
- prețuri curente	0,341	0,317	0,249	0,225	0,222	0,231	0,208
- prețuri comparabile	0,192	0,182	0,165	0,143	0,135	0,132	0,131
Pentru prod.ind.							
- prețuri curente	-	0,088	0,092	0,101	0,115	0,105	0,110
- prețuri comparabile	-	0,127	0,126	0,160	0,157	0,154	0,139

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Pentru v.a.b.							
- prețuri curente	0,221	0,193	0,164	0,135	0,145	-	-
- prețuri comparabile	0,134	0,140	0,138	0,142	0,145	-	-
Pentru prod.ind.							
- prețuri curente	0,105	0,113	0,116	0,126	0,123	0,122	0,122
- prețuri comparabile	0,117	0,108	0,128	0,105	0,103	0,101	0,112

Notă: pentru v.a.b. $\|p\|_{\min} = 0,236$; pentru producția industrială $\|p\|_{\min} = 0,189$ la prețuri curente și $\|p\|_{\min} = 0,200$ la prețuri comparabile; $\|p\|_{\max} = 1$, pentru orice vector al ponderilor.

Se constată că modificările sunt mult mai ample la structurile indicatorilor exprimați în prețuri curente decât la cele ale indicatorilor în prețuri constante. Apreciez că aceasta se datorează indicilor de preț diferiți de la o ramură la alta.

3. Analiza dinamicii structurii valorii adăugate brute și a producției industriale

Cei doi indicatori utilizați anterior – lungimea vectorului de structură ($\|x\|$) și lungimea vectorului ponderilor ($\|p\|$) – se pot utiliza pentru analiza *dinamicii structurii*.

Pentru început, trebuie pusă în evidență legătura dintre cei doi indicatori, pornind de la relația (9), astfel:

$$\|p\| = \sqrt{\sum_{i=1}^n p_i^2} = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left[\frac{x_i}{\sum_{i=1}^n x_i} \right]^2} = \frac{1}{\sum_{i=1}^n x_i} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2} = \frac{1}{\sum_{i=1}^n x_i} \cdot \|x\| \quad (12)$$

Rezultă, deci:

$$\|x\| = \|p\| \cdot \sum_{i=1}^n x_i \quad (13)$$

Se constată că lungimea vectorului descriptiv $\|x\|$, este influențată de doi factori:

a) $\sum_{i=1}^n x_i$, reprezentând volumul (masa, valoarea) întregului indicator, care

constituie un factor extensiv, și

b) $\|p\|$, lungimea vectorului ponderilor, care reprezintă un factor intensiv, calitativ.

În dinamică, relația se poate scrie:

$$\frac{\|x\|_t}{\|x\|_k} = \frac{\|p\|_t}{\|p\|_k} \cdot \frac{\sum_{i=1}^n x_{it}}{\sum_{i=1}^n x_{ik}}, \quad t, k = \overline{1, n}, \quad t = k + 1 \quad (14)$$

Pentru indicatorii analizați cu metode vectoriale în acest capitol, sunt relevante rezultatele calculelor în prețuri comparabile, datorită componentei cantitative

$$\left(\sum_{i=1}^n x_{it} / \sum_{i=1}^n x_{ik} \right).$$

Evoluțiile pot fi studiate atât cu bază în lanț ($t = 1, 2, \dots, n; k = 0, 1, 2, \dots, n-1$), cât și față de un an de bază ($k = 0$).

Pentru valoarea adăugată brută rezultatele se prezintă astfel (vezi tabelul 5).

Tabelul 5

	Comparații consecutive			Comparații cu bază 1989		
	$\frac{\sum_{i=1}^n x_{it}}{\sum_{i=1}^n x_{ik}}$	$\frac{\ p\ _t}{\ p\ _k}$	$\frac{\ x\ _t}{\ x\ _k}$	$\frac{\sum_{i=1}^n x_{it}}{\sum_{i=1}^n x_{i0}}$	$\frac{\ p\ _t}{\ p\ _0}$	$\frac{\ x\ _t}{\ x\ _0}$
0	1	2	3	4	5	6
1989	-	-	-	1	1	1
1990	0,9477	0,9788	0,9276	0,9477	0,9788	0,9276
1991	0,8884	0,9650	0,8573	0,8419	0,9446	0,7953
1992	0,9452	0,9550	0,9027	0,7958	0,9020	0,7179
1993	1,0279	0,9817	1,0091	0,8181	0,8856	0,7244
1994	1,0441	0,9934	1,0372	0,8541	0,8797	0,7514
0	1	2	3	4	5	6
1995	1,0710	0,9973	1,0681	0,9148	0,8773	0,8025
1996	1,0475	1,0072	1,0551	0,9582	0,8836	0,8467
1997	0,9160	1,0138	0,9287	0,8778	0,8958	0,7863
1998	0,9553	0,9944	0,9499	0,8385	0,8908	0,7469
1999	0,9945	1,0091	1,0036	0,8339	0,8989	0,7496
2000	1,0217	1,0071	1,0289	0,8520	0,9053	0,7713

În ambele cazuri se constată evoluții oscilante atât ale componentei cantitative, cât și a celei calitative. În comparațiile cu bază fixă se observă, cu excepția anilor 1995 și 1996, că procesul de restructurare este compo-nenta dominantă (dinamica superioară celei înregistrate de factorul cantitativ).

Pentru producția industrială în prețuri comparabile, evoluțiile sunt următoarele (vezi tabelul 6):

Tabelul 6

	Comparații consecutive			Comparații cu bază 1990		
	$\frac{\sum_{i=1}^n x_{it}}{\sum_{i=1}^n x_{ik}}$	$\frac{\ p\ _t}{\ p\ _k}$	$\frac{\ x\ _t}{\ x\ _k}$	$\frac{\sum_{i=1}^n x_{it}}{\sum_{i=1}^n x_{i0}}$	$\frac{\ p\ _t}{\ p\ _0}$	$\frac{\ x\ _t}{\ x\ _0}$
1990	-	-	-	1	1	1
1991	0,772	0,997	0,770	0,772	0,997	0,770
1992	0,781	1,092	0,853	0,603	1,088	0,656
1993	1,013	0,992	1,005	0,611	1,079	0,659
1994	1,033	0,994	1,026	0,631	1,072	0,677
1995	1,094	0,963	1,053	0,690	1,032	0,712
1996	1,063	0,944	1,003	0,733	0,974	0,714
1997	0,928	0,976	0,905	0,680	0,950	0,647
1998	0,862	1,043	0,899	0,587	0,991	0,581
1999	0,976	0,951	0,928	0,572	0,942	0,540
2000	1,071	0,993	1,063	0,613	0,936	0,574
2001	1,084	0,995	1,079	0,665	0,932	0,619
2002	1,060	1,031	1,093	0,704	0,961	0,677

În cazul comparațiilor consecutive se constată că în opt din cei doisprezece ani ai perioadei, factorul determinant al dinamicii vectorului descriptiv îl constituie componenta cantitativă (dinamica producției industriale), factorul calitativ (dinamica lungimii vectorului ponderilor) având valori mai mici decât cel cantitativ.

În cazul comparațiilor cu bază anul 1990 se observă că factorul calitativ este dominant, în toți anii având valori superioare celui cantitativ.

4. Utilizarea vectorilor normați

După cum s-a arătat anterior, lungimea vectorilor descriptivi este sensibilă la gradul de agregare/dezagregare, fiind cu atât mai mare cu cât numărul de unități structurale este mai mic. Evitarea acestui inconvenient se realizează cu ajutorul *vectorilor normați*, a căror lungime este *unitară*, indiferent de numărul unităților structurale.

Elementele vectorului de structură normat (S_i) se obțin cu relația:

$$S_i = \frac{x_i}{\|x\|} \quad (15)$$

Verificarea afirmației de mai sus este simplă:

$$\|S\| = \sqrt{\sum_{i=1}^n S_i^2} = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{x_i}{\|x\|}\right)^2} = \frac{1}{\|x\|} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2} = \frac{\|x\|}{\|x\|} = 1 \quad (16)$$

5. Analiza amplitudinii devierilor structurale

O problemă de un deosebit interes practic, o constituie aflarea *mărimii (amplitudinii) devierilor* față de un an de bază, respectiv în ce măsură structurile sunt diferite.

Cuantificarea acestor devieri se realizează, în cazul existenței unor serii cronologice de structuri, cu ajutorul a doi indicatori: unghiul de deviație și distanța dintre vectori.

5.1. Unghiul dintre vectori

Aprecierea gradului de asemănare/deosebire dintre vectori, la momente diferite (t și k) se face prin determinarea cosinusului dintre cei doi vectori, utilizând relația:

$$\cos(x_t, x_k) = \frac{\langle x_t, x_k \rangle}{\|x\|_t \cdot \|x\|_k} \quad (17)$$

unde $\langle x_t, x_k \rangle$ reprezintă produsul scalar al celor doi vectori.

Utilizând vectorii normați, având în vedere că

$$\langle S_t, S_k \rangle = \left\langle \frac{1}{\|x\|} \cdot x_t, \frac{1}{\|x\|} \cdot x_k \right\rangle \quad (18)$$

relația 17 devine:

$$\cos(x_t, x_k) = \langle S_t, S_k \rangle \quad (19)$$

Rezultă:

$$\alpha_{tk} = \arccos \langle S_t, S_k \rangle \quad (20)$$

Pe baza vectorilor de structură normați ai valorii adăugate brute rezultă următoarea evoluție a unghiului dintre vectorii consecutivi, precum și mărimea unghiului dintre anul de bază (1989) și anul final (2000) (vezi tabelul 7).

Tabelul 7
- grade -

	1990/ 1989	1991/ 1990	1992/ 1991	1993/ 1992	1994/ 1993	1995/ 1994
la prețuri curente	11,3	11,5	7,2	7,6	5,3	4,7
la prețuri comparabile	11,9	6,4	6,7	5,6	2,5	2,4

	1996/ 1995	1997/ 1996	1998/ 1997	1999/ 1998	2000/ 1999	2000/ 1989
la prețuri curente	5,7	9,3	8,0	6,5	7,6	25,9
la prețuri comparabile	4,5	1,7	3,5	1,6	6,4	19,0

Se constată că devierile sunt mult mai pronunțate în cazul utilizării vectorilor normați la indicatorul în prețuri curente decât la cel în prețuri comparabile. Vectorii descriptivi sunt cu atât mai apropiați cu cât unghiul dintre ei este mai mic. Dacă vectorii sunt identici $\cos(x_t, x_k) = 1$, iar unghiul este zero. Dacă, însă, $\cos(x_t, x_k) = 0$, unghiul este $\pi/2$, deci structurile sunt ortogonale.

Domeniul de variație al unghiului fiind $[0, \pi/2]$, o apreciere intuitivă se obține prin analiza raportului $r_\alpha = \alpha_{tk}/90^\circ$.

În cazul analizat, pentru deviația vectorului final față de cel inițial rezultă $r_\alpha = 28,8$ la prețuri curente și $r_\alpha = 21,1$ la prețuri comparabile. Se poate aprecia că aceste valori reprezintă procente dintr-o structură cu totul diferită, ortogonală, devierea fiind, în cazul analizat, destul de importantă.

Pentru vectorii normați ai producției industriale au rezultat următoarele unghiuri (vezi tabelul 8):

Tabelul 8
- grade -

	1991/ 1990	1992/ 1991	1993/ 1992	1994/ 1993	1995/ 1994	1996/ 1995
la prețuri curente	7,2	10,1	15,6	13,3	7,2	5,2
la prețuri comparabile	6,6	6,2	4,3	5,1	3,5	6,6

	1997/ 1996	1998/ 1997	1999/ 1998	2000/ 1999	2001/ 2000	2002/ 2001	2002/ 1990
la prețuri curente	8,0	8,6	15,9	13,3	5,6	6,6	31,9
la prețuri comparabile	5,3	6,4	7,4	5,4	3,7	5,1	16,1

Și în cazul industriei, unghiurile dintre vectorii descriptivi consecutivi corespunzătorii exprimării în prețuri curente sunt mai mari decât cele rezultate pentru vectorii aferenți calculului în prețuri comparabile. Pentru anul final față de anul de bază, unghiul corespunzător vectorilor în prețuri curente este aproape dublu față de cel obținut pentru vectorii la prețuri comparabile.

Comparativ cu unghiul obținut pentru vectorii de structură ai valorii adăugate, brute (an final față de an de bază, la prețuri curente), unghiul aferent structurii industriei este mai mare, ceea ce denotă o restructurare mai puternică în industrie decât în celelalte ramuri.

Pentru industrie $r_{\alpha} = 31,9/90^{\circ} = 35,4$ la prețuri curente și $r_{\alpha} = 16,1/90^{\circ} = 17,9$ la prețuri comparabile.

De menționat și faptul că suma unghiurilor de deviație dintre vectorii consecutivi nu este egală cu unghiul dintre anul final și anul de bază.

5.2. Distanța dintre vectori

Un alt indicator utilizat în analiza vectorială pentru estimarea devierii dintre vectori îl reprezintă *distanța dintre vectori*.

Păstrând aceleași notații, distanța dintre vectorii descriptivi x_t și x_k , notată $\|d\|_{tk}$, se calculează cu relația:

$$\|d\|_{tk} = \|x_t\| - \|x_k\| \quad (21)$$

Dezavantajul acestui mod de calcul îl reprezintă faptul că nu există un domeniu de definiție pentru $\|d\|$, care să permită aprecieri asupra acestei distanțe. Acest inconvenient se elimină prin utilizarea vectorilor normați (S_t și S_k), caz în care distanța se calculează cu relația:

$$\|d\|_{tk} = \|S_t - S_k\| \quad (22)$$

În acest caz, domeniul de variație al distanței dintre vectori este $[0, \sqrt{2}]$.

De menționat că între distanța dintre vectori și unghiul dintre aceștia există relația:

$$\frac{1}{2}\|d\|_{tk} = \sin \frac{\alpha_{tk}}{2} \quad (23)$$

Distanța dintre vectori, ca și unghiul dintre aceștia, se poate calcula atât față de anul anterior ($t = k + 1$), cât și față de un an de bază ($k = 0$).

În analiza prezentată în continuare s-a optat pentru prezentarea distanței dintre fiecare an și anul de bază (1989 – în analiza valorii adăugate brute și 1990 – în analiza producției industriale).

Rezultatele obținute sunt următoarele:

a) *pentru valoarea adăugată brută* (vezi tabelul 9):

Tabelul 9

	1990/ 1989	1991/ 1989	1992/ 1989	1993/ 1989	1994/ 1989	1995/ 1989
la prețuri curente	0,196	0,278	0,347	0,384	0,315	0,359
la prețuri comparabile	0,206	0,241	0,292	0,355	0,368	0,366

	1996/ 1989	1997/ 1989	1998/ 1989	1999/ 1989	2000/ 1989
la prețuri curente	0,304	0,367	0,428	0,529	0,447
la prețuri comparabile	0,339	0,345	0,355	0,369	0,330

Pentru o mai bună înțelegere și o apreciere mai corectă a transformărilor structurale dintr-un anumit interval de timp, se definește coeficientul $C_{\|d\|}$ cu ajutorul relației:

$$C_{\|d\|} = \frac{\|d\|_{tk}}{\sqrt{2}} \quad (24)$$

unde $C_{\|d\|} \in [0, 1]$.

Valoarea acestui coeficient pentru vectorul final (anul 2000) și cel inițial (1989) reprezentând structura valorii adăugate brute este 0,316 la structura în prețuri curente și 0,233 la cea în prețuri comparabile, confirmând rezultatele privind unghiul dintre vectori. Și după acest indicator se poate aprecia că modificările în structura valorii adăugate brute înregistrate în perioada 1990-2000 sunt semnificative.

b) *pentru producția industrială* (vezi tabelul 10)

Tabelul 10

	1991/ 1990	1992/ 1990	1993/ 1990	1994/ 1990	1995/ 1990	1996/ 1990
la prețuri curente	0,125	0,275	0,321	0,390	0,353	0,338
la prețuri comparabile	0,116	0,178	0,202	0,200	0,182	0,247

	1997/ 1990	1998/ 1990	1999/ 1990	2000/ 1990	2001/ 1990	2002/ 1990
la prețuri curente	0,393	0,426	0,593	0,474	0,492	0,550
la prețuri comparabile	0,246	0,266	0,296	0,264	0,259	0,280

Se constată, și după acest indicator, că modificările de structură sunt mai semnificative la structurile în prețuri curente decât la cele în prețuri comparabile. Totodată, în primii ani se observă cele mai importante creșteri ale distanței față de vectorul inițial.

Valoarea coeficientului $C_{\|d\|}$ pentru anul final față de anul inițial este de 0,389 la vectorii de structură în prețuri curente și de 0,198 la cei în prețuri comparabile, niveluri superioare celor obținute pentru valoarea adăugată brută.

6. Regularitatea modificărilor structurale

Indicatorii determinați anterior (pct.5.) furnizează informații numai asupra *mărimii devierii*, nu și asupra *sensului (direcției)* acesteia, aspect deosebit de important în analiza unor serii structurale pe o anumită perioadă de timp.

În cazul concret al economiilor în tranziție, identificarea *sensului* în care evoluează structurile economice reprezintă o problemă esențială.

Cuantificarea sensului evoluției unei structuri economice se realizează cu ajutorul unui indicator specific analizei vectoriale: *direcția principală*, definită ca direcție în care măsurile de politică economică ar fi trebuit să conducă structurile economice (în sens larg). Vectorul de structură față de care se calculează această direcție principală poate fi unul normativ (obiectivul de structură) sau vectorul de structură existent în ultimul an al perioadei statistice.

În concordanță cu cele de mai sus, definim drept direcție principală, acel vector (d_p) care, împreună cu vectorul de structură al anului de bază (S_1), conduce la structura anului final (S_T).

Rezultă, deci:

$$d_p + S_1 = S_T \quad (25)$$

sau:

$$d_p = S_T - S_1 \quad (26)$$

Lungimea vectorului d_p va fi:

$$\|d\| = \|S_T - S_1\| = \sqrt{\sum_{i=1}^n (S_{Ti} - S_{1i})^2} \quad (27)$$

Notând cu $Pr(d_{1t})$ proiecția ortogonală a vectorului ($S_t - S_1$) pe direcția principală (d_p), se poate scrie:

$$Pr(d_{1t}) = \|S_t - S_1\| \cdot \cos(d_{1t}, d_{T1}) \quad (28)$$

Lungimea $\|d_{1t}\|$, $t = 2, 3 \dots T$, poate fi interpretată drept lungimea parcursă în direcția principală la diferite momente t . Calculul pentru toți anii perioadei statistice permite studierea drumului, a modului în care, pornind de la o anumită structură (cea a anului de bază), s-a ajuns la structura din anul final, sau altfel spus, se pune în evidență *regularitatea* sau *monotonia* modificărilor structurale pentru perioada statistică.

Pentru a determina ponderea fiecărei distanțe parcurse în direcția principală, în literatura de specialitate se utilizează indicatorii parțiali conform relației:

$$I_{PT}^{(t)} = \frac{Pr(d_{1t})}{\|d_{1T}\|} \quad (29)$$

Dacă s-ar dispune de un vector de structură al unui indicator pentru un orizont de prognoză (ex. structura de ramură a producției industriale pe care România trebuie să o atingă pentru a putea fi caracterizată ca eficientă și competitivă), ar fi posibil de apreciat contribuția fiecărui an statistic pentru atingerea obiectivului, precum și distanța care a mai rămas de parcurs.

În continuare, pentru indicatorii analizați cu metode vectoriale, au rezultat următoarele evoluții ale proiecțiilor și indicatorilor parțiali menționați mai sus:

a) pentru valoarea adăugată brută (structura aferentă la prețuri curente):

Tabelul 11

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Pr (d_{it})	8,0	8,6	15,9	13,3	5,6	6,6	31,9
$I_{P_T}^{(t)}$ (%)	5,3	6,4	7,4	5,4	3,7	5,1	16,1

	1997	1998	1999
Pr (d_{it})	0,251	0,268	0,326
$I_{P_T}^{(t)}$ (%)	56,1	59,9	72,9

Evoluția sinuoasă a indicatorului parțial arată că nu în toți anii modificările de structură au fost în direcția structurii din anul final (2000). Totodată, pe baza rezultatelor obținute, putem face aprecierea că până în anul 1994 modificările de structură înregistrate au contribuit cu 67,2% la drumul parcurs până în anul 2000.

b) pentru producția industrială (structura aferentă indicatorului în prețuri comparabile):

Tabelul 12

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Pr (d_{it})	0,020	0,032	0,031	0,082	0,084	0,135	0,145
$I_{P_T}^{(t)}$ (%)	7,0	11,5	10,9	29,3	29,9	48,1	51,6

	1998	1999	2000	2001
Pr (d_{it})	0,198	0,212	0,228	0,246
$I_{P_T}^{(t)}$ (%)	70,8	75,6	81,3	87,8

Modificarea structurii producției industriale a fost, pe întreaga perioadă, orientată spre structura finală a anului 2002, așa după cum arată evoluția indicatorilor prezentați în tabel (cu excepția anului 1993). Cea mai importantă deplasare s-a realizat în perioada 1993-1996 când, de la 10,9% din „drum” s-a ajuns la 48,1%.

7. Descompunerea pe componente a modificărilor structurale

Pe lângă aspectele relevate mai sus privind evoluția structurilor (sens, amplitudine, distanța parcursă etc.), analiza vectorială mai poate da răspuns unei probleme de mare interes practic: care este contribuția factorilor calitativi și care este a celor cantitativi la mișcarea structurilor.

Anterior (vezi relația 13) a fost pusă în evidență legătura dintre cei doi factori cantitativi ($\sum_{i=1}^n x_i$) și calitativi ($\|p\|$) care determină evoluția structurilor, direcția principală (d_p) fiind, evident, rezultanta acestor două „forțe”. Factorului cantitativ (q) i se atribuie rolul de forță inerțială, care prelungește structura inițială, în timp ce factorul calitativ (c) ilustrează efectele restrukturărilor.

Descompunerea direcției principale (d_p) pe cele două componente se poate realiza atât pe baza vectorilor de structură descriptivi, cât și a vectorilor de structură normați.

În primul caz descompunerea se realizează pornind de la relația:

$$d_{1T}^{(x)} = d_p = d_{jk}^{(x)}(q) + d_{jk}^{(x)}(c) \quad (30)$$

Utilizând notațiile anterioare și semnificația mărimilor utilizate rezultă:

$$d_{1T}^{(x)} = \|x_T\| \cdot S_T - \|x_1\| \cdot S_1 = \sum_{i=1}^n x_{iT} \cdot \|p_T\| \cdot S_T - \sum_{i=1}^n x_{i1} \cdot \|p_1\| \cdot S_1 \quad (31)$$

După prelucrări succesive obținem:

$$d_{1T}^{(x)} = \left(\sum_{i=1}^n x_{iT} - \sum_{i=1}^n x_{i1} \right) \cdot \|p_1\| \cdot S_1 + \sum_{i=1}^n x_{iT} (\|p_T\| \cdot S_T - \|p_1\| \cdot S_1) \quad (32)$$

În relația de mai sus primul termen reprezintă expresia componentei inerțiale (q), cel de-al doilea fiind expresia componentei calitative.

Atunci când se utilizează vectorii de structură normați, expresiile celor doi factori sunt:

$$d_{1T}^{(x)}(q) = (\|x_T\| - \|x_1\|) \cdot S_1 \quad (33)$$

$$d_{1T}^{(x)}(c) = \|x_T\| \cdot (S_T - S_1) \quad (34)$$

Indiferent de categoria de vectori utilizați rezultatele sunt identice.

Ca și în cazul celorlalți indicatori specifici analizei vectoriale, analizele pot fi efectuate pentru fiecare an comparativ cu anul precedent sau cu un an de bază, precum și pe întreaga perioadă, rezultând valori medii.

În cazul indicatorilor economici analizați au rezultat următoarele:

a) pentru valoarea adăugată brută, la structura în prețuri comparabile, contribuția factorului cantitativ la modificarea structurilor în perioada 1989-2000 a fost de 45,4%, iar a factorului calitativ 54,6%;

b) pentru producția industrială, la structura în prețuri comparabile, în perioada 1990-2002, factorul cantitativ a contribuit cu 71,7% la modificarea structurilor, iar factorul calitativ numai cu 28,3%.

După aprecierea mea, rezultatele de mai sus, confirmă caracterul conjunctural al evoluțiilor structurale și, mai ales în cazul industriei, faptul că procesul de restructurare a fost unul lent și cu o eficiență scăzută în planul modernizării structurii acestei ramuri de bază a economiei.

(Comunicare prezentată la Sesiunea de comunicări științifice a cadrelor didactice din Universitatea *Spiru Haret*, București, mai, 2004)

BIBLIOGRAFIE

- L. Tövissi, E. Scarlat, Al. Tașnadi, *Metode și modele ale analizei economice structurale*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1979
- M. Comșa, *Modelarea structurilor economice ale României*, Teză de doctorat, ASE, București, 2004.

STABILITATEA POLITICII MONETARE - UNELE CONSIDERAȚII -

Ilie MIHAI

Conf.univ.dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Studiul realizat reprezintă o analiză atentă a situației economiei românești în etapa actuală.

Analiza reliefează faptul că, deși ritmul de creștere al PIB-ului României a devansat evoluțiile economice din țările din zona EURO și din țările industrializate, rata inflației se menține încă ridicată, în comparație cu țările dezvoltate. Acest fapt implică necesitatea adoptării unor măsuri macroeconomice susținute în vederea reducerii acesteia.

Din analiza efectuată, rezultă că, pentru reducerea inflației, numai măsurile de înăsprire a politicii monetare, întreprinse de BNR, nu sunt suficiente. Se impune, concomitent cu acestea, utilizarea unui mix de politici macroeconomice care să conducă la creșterea economică durabilă.

În acest context, deosebit de importante sunt măsurile care trebuie întreprinse pentru înlăturarea blocajului financiar, o realitate a economiei românești.

Intermedierea bancară exprimată prin ponderea creditelor în PIB este încă mică în România, comparabil cu țările din centrul Europei și mai ales cu cele din Uniunea Europeană, existând din acest punct de vedere un imens potențial de dezvoltare a activității bancare.

Pe termen mediu, România își propune, în domeniul politicii monetare, realizarea unui salt de la utilizarea țintelor intermediare pentru realizarea obiectivului antiinflaționist, la țintirea directă a inflației. Această țintire directă presupune atât atenuarea inflației, cât și utilizarea unui set de politici macroeconomice caracterizate prin consecvență, disciplină și coerență în timp.

Pentru realizarea obiectivelor politicii monetare, trebuie avut în vedere faptul că, reducerea inflației este condiționată decisiv de transpunerea în practică a programelor de restructurare/privatizare, de ameliorare a disciplinei fiscale, de reducere/eliminarea arieratelor financiare.

Abordarea pragmatică a procesului de integrare a României în UE presupune îndeplinirea obiectivelor și priorităților prevăzute în Programul Național de Aderare a României la UE (PNAR), nu numai ca premise ale integrării, dar mai ales ca deziderate naționale.

Abstract

Aspects of Monetary Policy Stability

This is a thorough analysis of the current economic situation in Romania.

The analysis shows that, although the growth trend of Romania's GDP has outreached the indicator's evolutions in the countries from the EURO area and other industrialized countries, the inflation rate is still high, comparative to those countries. This implies intervention with sustainable macroeconomic measures towards reducing inflation rate.

This analysis also reveals that, the inflation, can be reduced only by means of drastic measures of monetary policy conducted by RNB, is not sufficient. These measures have to be backed up by a mix of macroeconomic politics in order to lead to a lasting economic growth.

In this context, another issue of real importance, which is actual in the Romanian economy, is the financial blockage as well as the measures to diminish/eliminate it.

Banking intermediation, determined as percentage of banks credits in GDP, is still low in Romania, as against the Central European countries and EU countries, showing a huge potential of banking activity growth.

On medium term, Romania has set as a target, in the field of monetary politics, to evolve from using collateral targets to reduce inflation and to aim directly deflation. This presumes monetary politics targeting the rate of inflation, but also sustainable in time, disciplined and coherent macroeconomic politics concerning this matter.

These monetary policy objectives will had to a result if we take into consideration that, reducing inflation is strongly limited by the success of privatisation/restructuring programs, by conducting an adequate fiscal policy and by the reducing/eliminating the financial arrears.

Pragmatic orientation toward integration of Romania in EU implies achieving those objectives and priorities set by the Romanian National Program of Accession (RNPA) to the EU, not only as premises of accession to the EU, but as national goals.

I. STAREA ECONOMIEI

Rezultatele economice bune obținute de economia românească în ultimii ani și semnalele favorabile înregistrate de România pe plan extern, vor permite în perioada următoare concentrarea **reformelor la nivelul economiei reale**, precum și creșterea în termeni reali a veniturilor și, în consecință, a consumului individual efectiv al populației României.

Evoluția principalilor **indicatori macroeconomici** ai României din ultimii 4 ani se prezintă astfel:

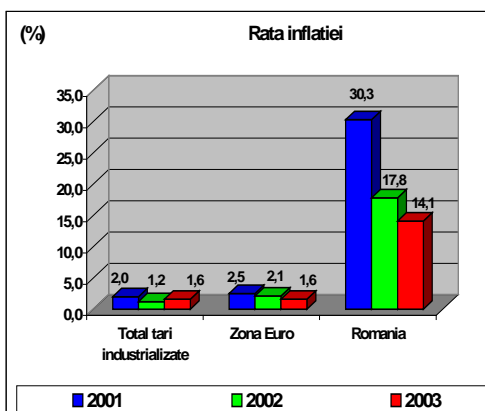
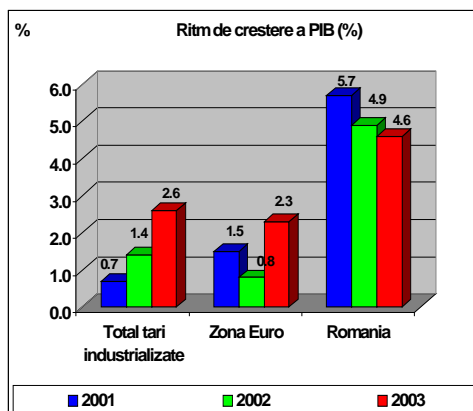
Indicatorul	UM	2000	2001	2002	2003
PIB	Mld.lei	803.773	1.167.243	1.512.257	1.800.000*)
Rata de creștere a PIB	%	2,1	5,7	4,9	4,7*)
Rata anuală a inflației (dec./dec.)	%	40,7	30,3	17,8	14,1
Rata de creștere a producției industriale	%	8,2	8,2	6,0	3,0**)
Export	Mil. USD	10.367	11.385	13.869	16.109**)
Import	Mil. USD	13.055	15.552	17.857	21.653**)
Deficitul balanței comerciale	Mil. USD	2.688	4.167	3.988	5.544**)
Curs de schimb	ROL/USD	25.926	31.597	33.500	32.595
Rata deprecierei	%	42,0	21,9	6,0	-2,7
Curs de schimb	ROL/EUR	24.118	27.881	34.919	41.117
Rata deprecierei	%	31,5	15,6	25,2	17,7

*) Estimări pentru anul 2003

***) Realizări pe perioada 1.01-30.11.2003

Totuși, deși **ritmul de creștere al PIB-ului României a devansat** evoluțiile economice din țările din zona EURO și din totalul țărilor industrializate, **rata inflației**, cu toate că s-a diminuat substanțial, **este încă foarte ridicată** în comparație cu țările dezvoltate, implicând măsuri macroeconomice susținute în vederea reducerii acesteia.

Grafic, evoluția ratei de creștere a PIB și a ratei inflației din România în comparație cu **zona EURO** și cu principalele **țări industrializate** se prezintă astfel:



Notă: Informațiile au fost preluate din „Conjunctura economiei mondiale”

Astfel, în anul 2003, politica monetară a României a fost mai ferm orientată spre **obiectivul de dezinflație** decât în anii precedenți, iar în cadrul mecanismului de transmisie a politicii monetare s-a produs o translație dinspre prioritatea acordată de BNR controlului bazei monetare spre cea conferită **politicii ratei dobânzii**.

Cel mai important instrument utilizat pentru drenarea lichidității excedentare a fost reprezentat de **operațiunile „open-market”**, în special sub forma atragerii de depozite pe termen de o lună.

În aceste condiții, în anul 2003 s-a obținut **încadrarea în ținta anuală de inflație de 14%**, principalele pârghii de susținere a procesului dezinflației fiind **politica monetară** aplicată, în corelare cu **politici macroeconomice** care au permis un control mai riguros al cheltuielilor bugetare, precum și moderarea ritmului de creștere a veniturilor salariale.

Eficacitatea instrumentelor de politică monetară pe termen scurt este condiționată de **nivelul redus al indicatorilor de intermediere financiară** și de eliminarea capacității agenților economici de a genera **arierate**, pentru a nu atenua sau chiar anula efectul măsurilor adoptate.

Creditele neguvernamentale raportate la produsul intern brut al României se situează la **cel mai scăzut nivel** între țările ce urmează a accede în Uniunea Europeană, iar față de actualii membrii indicatorul se situează la o foarte mare distanță, așa cum rezultă și din datele prezentate în tabelul alăturat:

An	România	Zona Euro	Bulgaria	Cehia	Lituania	Polonia	Slovacia	Ungaria
2001*)	10.1	95.2	15.0	35.6	13.9	29.1	33.9	31.9
2002*)	11.9	96.0	19.8	31.7	16.6	29.5	31.8	34.0
2003**)	17.2							

*) sursa: BNR

***) prognoza

În aceste condiții, considerăm că o **creștere a gradului de intermediere financiară** din România, care să se apropie treptat de țările din vecinătate, ce urmează a accede în Uniunea Europeană, reprezintă o premisă a îmbunătățirii mecanismului de transmisie a politicii monetare.

În acest sens, trebuie avută în vedere **relansarea activității de creditare** din România din ultimii 2 ani (cu accente deosebite pe segmentul retail), care reprezintă condiția necesară în vederea îmbunătățirii **gradului de intermediere financiară**.

Astfel, **creșterea în termeni reali a creditelor** neguvernamentale din România în comparație cu țările din **zona EURO**, dar și cu alte **țări din vecinătate**, a evoluat astfel în ultimii 3 ani:

An	România	Zona Euro	Bulgaria	Cehia	Lituania	Polonia	Slovacia	Ungaria
2001	21.0	4.7	26.1	-22.7	7.1	3.7	-22.5	10.6
2002	28.9	1.7	38.7	-7.5	28.9	3.3	-1.8	16.5
2003 (8luni)	51.0*)	2.1	27.6	3.6	33.3	4.9	-1.7	17.9

Sursa : BNR

*) prognoză

În aceste condiții, considerăm că, **majorarea volumului creditelor** acordate clienților înregistrată în special în anul 2003 a **ameliorat transmisia impulsurilor politicii monetare**.

Creșterea volumului creditelor acordate clienților în ultimii ani a fost rezultatul **ușoarei îmbunătățiri a indicatorilor macroeconomici** și orientării băncilor către **segmentul retail**, precum și reducerii randamentelor oferite la plasamentele alternative (datorită scăderii ratei dobânzii la titlurile de stat și plasamentele interbancare).

Îmbunătățirea gradului de intermediere financiară pentru România înregistrată în ultimii 4 ani, atât din punct de vedere al ponderii creditelor neguvernamentale cât și al depozitelor în PIB, se prezintă astfel:

	2000		2001		2002		2003*)	
	Total bănci comerciale	BCR	Total bănci comerciale	BCR	Total bănci comerciale	BCR	Total bănci comerciale	BCR
PIB – mld. Lei	803773.1		1167242.8		1512256.6		1800000.0	
Credite neguvernam.								
- mld. Lei	75007.0	20913.0	118254.5	33262.9	179626.4	50650.0	310000.0	81418
- % in PIB	9.3	2.6	10.1	2.8	11.9	3.3	17.2	4.5
Depozite								
- mld. Lei	159318.0	47557.0	234876.5	75630.0	328134.2	109338.6	400000.0	133000
- % in PIB	19.8	6.0	20.1	6.5	21.7	7.2	22.2	7.4

*) preliminar

Din datele de mai sus, se observă de asemenea și **creșterea contribuției Băncii Comerciale Române la îmbunătățirea gradului de intermediere financiară**, reflectată de majorarea ponderii în PIB atât a creditelor acordate de BCR cât și a depozitelor atrase.

II. BLOCAJUL FINANCIAR – REALITATE A ECONOMIEI ROMÂNEȘTI

La realizarea obiectivului de reducere a ratei inflației, trebuie avut în vedere și faptul că, deși banca centrală poate întreprinde **măsuri de înăsprire a politicii monetare**, efectul măsurilor BNR poate fi anulat, în condițiile în care agenții economici au la îndemână **pârghia creșterii arieratelor**.

În aceste condiții, reducerea inflației este realizabilă numai prin **diminuarea deficitului public**, cu accent deosebit pe **deficitul cvasifiscal** (nivelul arieratelor față de utilități publice și alți producători de bunuri și servicii aflați sub controlul statului), a cărui menținere sau creștere ar semnifica **persistența problemelor structurale**, funcționarea în continuare a consumatorilor care risipesc resursele și creșterea presiunii inflaționiste.

Disfuncționalitățile (blocarea fluxurilor financiare) manifestate în sfera **economiei reale** au afectat calitatea proceselor financiar-monetare, repercutându-se negativ asupra **activității sistemului bancar** și asupra procesului de **execuție bugetară**.

Astfel, **mulți agenți economici** și-au continuat activitatea nerentabilă pe seama **resurselor atrase din circuitul economic** de la partenerii de afaceri, de la băncile comerciale și, direct sau indirect, de la bugetul de stat.

Evoluția blocajului financiar în comparație cu masa creditului pe ansamblul economiei naționale se prezintă astfel :

	Blocajul financiar			Masa creditului			Raport Blocaj/Credite (%)
	Suma Mld. Lei	% din PIB	Creșterea reală (%)	Mld. lei	% din PIB	Creșterea reală (%)	
1995	14.000	19.4	28.9	16.435	22.8	35.6	85.2
1996	22.000	20.2	0.2	26.841	24.6	4.1	82.0
1997	50.000	19.8	-9.6	35.900	14.2	-46.8	139.3
1998	70.000	18.7	-0.4	59.086	15.6	17.1	118.5
1999	106.000	19.4	-2.2	57.719	10.6	-36.9	183.6
2000	324.000	40.3	117.2	75.007	9.3	-7.6	431.9
2001	451.800	38.7	7.0	118.254	10.1	21.0	382.1
2002	650.000*)	43.0	22.1	179.626	11.9	28.9	361.9
2003	750.000*)	41.6*)	1.1*)	310.000**)	17.2**)	51.3	241.9

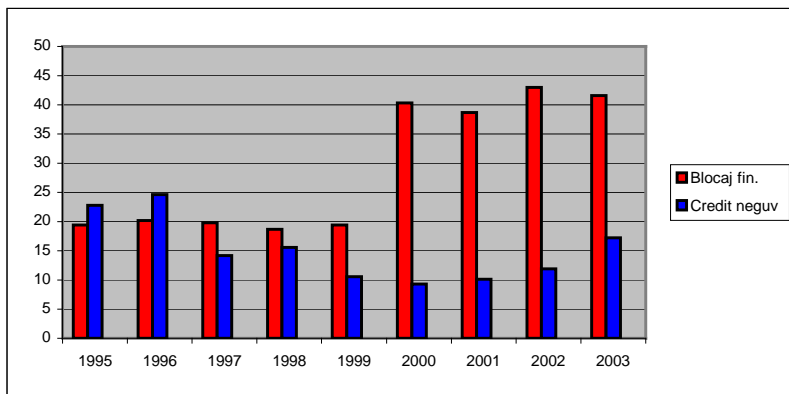
*) estimări

***) prelininat

Din datele de mai sus, se observă, începând cu anul 2000, o **creștere importantă a ponderii blocajului financiar în PIB**, care s-a menținut permanent la **cca. 40%** din produsul intern brut al României.

În acest context, considerăm că **majorarea ponderii creditului neguvernamental în PIB** în anul 2003 reprezintă **semnalul** în ceea ce privește **relansarea creditului**, în concordanță cu solicitările economiei reale, care, coroborată și cu alte măsuri macroeconomice, va contribui la **susținerea procesului de diminuare a blocajului financiar**.

Grafic, evoluția ponderii în PIB a blocajului financiar și creditului neguvernamental se prezintă astfel:



Apariția, menținerea și agravarea blocajului financiar din România au **cauze multiple**. Unele dintre aceste cauze au caracter general și derivă din **situația de ansamblu a economiei românești**, care se află într-un dificil proces de tranziție la economia de piață.

Alte cauze sunt specifice și se referă la modul în care s-au abordat **reforma economică** în România, în esență **privatizarea**, controlul inflației, concurența pe piața, politica monetară și fiscală etc., care au accentuat **decapitalizarea agenților economici**.

În aceste condiții, **decapitalizarea** companiilor, **insuficiența capitalului** de lucru, **producția pe stoc** coroborate cu **indisciplina financiară** sunt cauze importante ale blocajului financiar, care continuă să influențeze negativ derularea relațiilor contractuale și de plăți din economia națională.

În domeniul politicii monetare, un exemplu semnificativ este **nivelul ridicat al rezervelor minime obligatorii**. Astfel, acest nivel **limitează marja de manevră** a Băncii Naționale a României în aplicarea și urmărirea obiectivelor sale de politică monetară și poate avea, ca rezultat al scumpirii și limitării creditului, utilizarea unui „**credit ieftin**” de către unii agenți economici, respectiv **creșterea arrieratelor** fiscale și cvasifiscale.

În cadrul **operațiunilor actuale de compensare** prin intermediul Institutului de Management și Informatică, care nu sunt derulate prin sistemului bancar, sunt identificate zilnic cca. 300 circuite de compensare, cuprinzând fiecare până la 10 agenți economici. Printr-o astfel de metodă nu sunt avansate fonduri, compensările efectuându-se numai pentru circuite identificate ca fiind închise, iar volumul anual al acestora este de cca. 200.000 miliarde lei, ceea ce reprezintă 25 – 30% din sumele reprezentând blocajul financiar.

Pentru accelerarea procesului, considerăm că este necesar ca, în organizarea și desfășurarea operațiunilor de compensare să fie **implicat sistemul bancar**, în condițiile **respectării principiilor prudentiale**.

În opinia noastră, instrumentul cel mai adecvat pentru acest scop este **biletul la ordin**.

Pentru stingerea datoriilor restante în cazul **circuitelor identificate**, biletul la ordin poate fi transmis, de la un obligat la plată la altul, prin **operațiunea de girare**, existând două situații:

- în condițiile în care se identifică un **circuit închis**, ultima girare reprezintă stingerea biletului la ordin, consecința fiind deblocarea circuitului respectiv, deoarece emitentul devine giratar și posesor al unei creanțe în același timp și cu aceeași sumă, fiind și obligat la plată întrucât a emis instrumentul de plată; în consecință, biletul la ordin este stins prin confuziune;

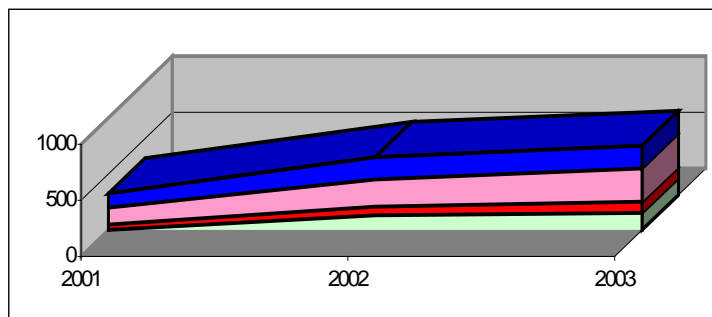
- în condițiile în care se identifică un **circuit deschis**, stingerea datoriilor restante se poate realiza prin emiterea unui bilet la ordin de către unul dintre obligații la plată, pentru care banca apreciază că îndeplinește cerințele de bonitate impuse. În această situație, **plata biletului la ordin** se va realiza de către emitent pe baza unui **credit** primit de la banca respectivă, cu respectarea principiilor prudențiale care guvernează managementul riscurilor în activitatea bancară, inclusiv în ceea ce privește garantarea corespunzătoare (de exemplu, prin intermediul unor **garanții de stat**).

În opinia noastră, **nevoia reală de fonduri** pentru stingerea plăților restante se situează la **circa 25%** din dimensiunile blocajului financiar, având în vedere și proporția dintre blocajul financiar propriu-zis și blocajul financiar indus (bazat pe așa numitul „**multiplicator al blocajului financiar**”).

În aceste condiții, la un leu avansat de către bancă agentului economic generator de blocaj propriu-zis, se pot debloca încă 3 lei reprezentând, în fapt, restanțele induse în circuit, acest raport constituind „**demultiplicatorul blocajului financiar**”.

Pe baza celor de mai sus, apreciem că, pentru **susținerea deblocării plăților restante** din economia națională sunt necesare **fonduri bancare** de minim **100.000 miliarde lei** (trebuie remarcat faptul că această valoare **depășește cu cca 20%** întreg portofoliul de credite al **Băncii Comerciale Române**, principalul finanțator al economiei reale).

Grafic, ponderea metodelor de diminuare a blocajului financiar se prezintă astfel:



■ Compensări directe
■ Demultiplicatorul blocajului financiar
■ Credite bancare
■ Blocaj financiar rezidual

Pe lângă condițiile favorizante menționate, blocajul financiar este și **urmarea indisciplinei financiare și managementului defectuos al unor operatori economici**.

Sistemul bancar este interesat de crearea unui mediu economic sănătos, prin instaurarea disciplinei financiare și de plăți și prin fluidizarea circuitelor monetare, de aceea, considerăm că, **principalele măsuri** necesare în vederea **diminuării blocajului financiar** sunt:

1. Utilizarea unui mix de politici macroeconomice, care să promoveze **creșterea economică durabilă**;

2. Accelerarea procesului de **privatizare/restructurare** a societăților economice cu capital de stat;

3. Accelerarea **restructurării utilităților publice** și crearea unui mediu concurențial în acest domeniu, care să prevină creșterea prețurilor;

4. Restructurarea activității la nivel macroeconomic, prin **adaptarea ofertei la cerințele pieței** și a structurii producției la nevoile reale ale consumatorilor;

5. **Actualizarea legislației** specifice în scopul îmbunătățirii **disciplinei contractuale și de plăți** a agenților economici.

În prezent, România intră într-o etapă nouă în ceea ce privește reforma sistemului bancar și armonizarea legislației bancare cu cea din sfera Uniunii Europene, prin:

a) modificarea și completarea Legii bancare și emiterea de către autoritatea în domeniul bancar a unor norme în domeniul riscurilor semnificative, controlului intern și auditului intern și a unor norme privind cunoașterea clienței;

b) reglementarea **liberalizării etapizate a operațiunilor contului de capital** și financiar și adoptarea legislației funcționării organizațiilor cooperatiste de credit și a caselor de economii pentru domeniul locativ;

c) **perfecționarea legislației aplicabile prevenirii și sancționării spălării banilor.**

În aceste condiții, se poate afirma că, în domeniul bancar, România dispune în prezent de o **legislație modernă**, aceasta fiind aliniată până la detalii cu legislația țărilor Uniunii Europene.

În **sectorul economic**, există încă mulți operatori care înregistrează **pierderi**, care **alimentează deficitul** fiscal suplimentar sau deficitul cvasifiscal. Diminuarea blocajului financiar presupune **instaurarea disciplinei contractuale și de plăți.**

În acest sens, considerăm că **se impune actualizarea OG nr. 15/1996** privind **întărirea disciplinei financiar-valutare** și a **Legii nr. 469/2002** privind unele măsuri pentru **întărirea disciplinei contractuale**, cu măsuri mai restrictive, care să îmbunătățească disciplina contractuală și de plăți a agenților economici.

În acest sens, se poate avea în vedere și **unificarea dispozițiilor legale convergente** în domeniul instaurării disciplinei contractuale și de plăți, într-o singură lege, modernă, după modelul Codului Fiscal.

La nivel **microeconomic**, trebuie avut în vedere faptul că, pentru diminuarea riscurilor de neplată, operatorii economici pot utiliza **datele și informațiile Centralei Incidentelor de Plăți**, care este un centru de intermediere ce gestionează informația specifică incidentelor de plăți.

6. Îmbunătățirea sistemului de compensare a datoriilor nerambursate la scadență ale agenților economici prin procesarea operațiunilor respective **prin intermediul băncilor.**

În ultimii ani, ca urmare, în principal, a mix-ului de politici monetare și fiscale, în România s-a înregistrat o **serie de succese semnificative** în ceea ce privește creșterea economică, scăderea șomajului, majorarea rezervelor valutare, reducerea dobânzilor și temperarea inflației, fiind **create astfel condițiile scăderii arieratelor.**

Totuși, **problema arieratelor**, în special cele **către buget** (deficitul fiscal suplimentar) și către **furnizorii de utilități** (deficitul cvasifiscal), **rămâne critică** în continuare și constituie un obstacol important în realizarea politicii de țintire directă a inflației.

În acest sens, considerăm că soluțiile utilizate pentru diminuarea blocajului financiar, respectiv, compensarea obligațiilor reciproce de plăți, anularea totală sau parțială a obligațiilor față de bugetul statului și reeșalonarea obligațiilor bugetare cu **rezultate pe termen scurt**, nu acționează asupra cauzelor fenomenului.

Considerăm că, actualul **sistem de compensare a datoriilor nerambursate** la scadență ale agenților economici este **depășit**, datorită faptului că **nu procesează operațiunile de compensare prin intermediul băncilor**, pe baza unor instrumente de plată bancare. **O astfel de practică**, în afara sistemului bancar, **neregăsindu-se în Uniunea Europeană** și, ca urmare, se impune modificarea acestui sistem de compensare.

III. OBIECTIVELE POLITICII MONETARE PE TERMEN MEDIU

În perspectiva anului 2005, România își propune în domeniul politicii monetare să realizeze un salt de la **utilizarea țintelor intermediare** pentru realizarea obiectivului antiinflaționist la **țintirea directă a inflației**.

Pentru implementarea corespunzătoare a acestui mecanism, trebuie avut în vedere faptul că, **politica monetară singură** nu poate asigura îndeplinirea obiectivului privind reducerea inflației, realizarea acestuia fiind influențată decisiv și de **alte componente ale mix-ului de politici** promovate de autorități, printre care cele mai importante sunt politica economică, cea fiscală și politica veniturilor și în general politica socială.

Astfel, adoptarea **țintirii directe a inflației**, presupune atât atenuarea și, în cele din urmă, eliminarea cauzelor structurale ale acestui fenomen, cât și utilizarea unui set de politici macroeconomice caracterizate prin consecvență, disciplină și coerență în timp.

Pe termen scurt, realizarea obiectivului de inflație cu o singură cifră pentru anul 2004 (cca. 9%) este condiționată de **continuarea restructurării economiei românești** care să susțină durabil reducerea importantă a inflației.

Astfel, trebuie avut în vedere și faptul că, **obiectivul reducerii inflației în anul 2004 cu cca 5 p.p.** (respectiv, de la 14,1% în anul 2003, la 9% în anul 2004) este **mult mai ambițios** decât **diminuarea ratei inflației realizată în anul 2003** comparativ cu anul 2002, respectiv cu **3,7 p.p.** (de la 17,8% la 14,1%).

În contextul trecerii României la politica de **țintire directă a inflației**, trebuie avut în vedere faptul că, în cazul țărilor dezvoltate, la momentul adoptării metodei respective, acestea își **remediaseră marile dezechilibre** din economie, iar **lupta împotriva inflației a fost acceptată public**, datorită costurilor inevitabile pe termen scurt pe care aceasta le generează, respectiv înregistrarea în primii ani a unor **rate mai înalte a șomajului**.

În cazul României, înainte de implementarea acestei noi politici, considerăm că **trebuie finalizată privatizarea unor mari întreprinderi**, precum și adoptarea unor măsuri substanțiale de **restructurare a sectorului energetic**.

De asemenea, considerăm că, una din principalele probleme ale economiei reale, care poate influența decisiv efectele politicii monetare este reprezentată de **volumul ridicat al arieratelor**, în special cele către **buget și furnizorii de utilități**.

Din punct de vedere al îmbunătățirii principalilor indicatori macroeconomici, care reprezintă suportul economic al măsurilor de restructurare, prognoza **pentru anul 2004** prevede **amplificarea creșterii economice** (cca 5%), pe seama majorării volumului de activitate, cu deosebire în construcții și în sectorul terțiar; se preconizează totodată o continuare a tendinței de utilizare a produsului intern brut cu precădere pentru acumulare.

În aceste condiții, se estimează că **formarea brută de capital fix** va crește în anul 2004 **cu 13%**, în condițiile în care **cererea internă**, în ansamblul său, se va majora **cu 5,5%**, iar **producția industrială** va crește **cu 5,2%**.

În cadrul principalelor prognoze privind evoluția viitoare a economiei românești, un loc important îl au **eforturile concertate ale politicii monetare** și politicilor macroeconomice în vederea realizării **obiectivului de dezinflație**, astfel:

- **îmbunătățirea structurii cererii totale**, ca urmare a unei dinamici superioare a formării brute de capital fix comparativ cu cea a consumului final;

- **revigorarea producției interne**, în special a **industriei prelucrătoare**, cu un aport sporit de valoare adăugată, care va avea efecte pozitive și în creșterea serviciilor;

- **modificarea structurii exporturilor românești** în favoarea produselor cu un aport superior de prelucrare și cu valoare adăugată brută mai ridicată;

- **consolidarea procesului de dezinflație** și realizarea unui nivel care să asigure exprimarea **inflației printr-o singură cifră**;

- **cursul de schimb** va continua și în anul 2004 să aibă un regim de flotare controlată, în condițiile unei aprecieri moderate, în termeni reali, a monedei naționale față de coșul de valute stabil;

- **o politică a veniturilor** care să susțină procesul de dezinflație, respectiv o evoluție a acestora strict legată de performanțele economice;

- **îmbunătățirea stabilității sistemului financiar și bancar**.

Aceste evoluții au ca premise, pe de o parte, **continuarea dezinflației și refacerea intermedierei financiare**, iar pe de altă parte, continuarea liberalizării contului de capital și flexibilizarea ratei de schimb.

Politica monetară va fi în continuare prudentă, concentrându-se asupra obiectivului privind **rata inflației** (ținta aferentă anului 2004 fiind de 9%), estimându-se că pregătirile pentru implementarea strategiei de țintire directă a inflației să se finalizeze **până la sfârșitul anului 2004**.

Pentru realizarea obiectivelor politicii monetare, trebuie avut în vedere faptul ca **reducerea inflației** este **condiționată decisiv de transpunerea programelor de restructurare/privatizare**, cu precădere în sfera utilităților publice, de **ameliorarea disciplinei fiscale**, de **reducerea/eliminarea arieratelor financiare**, precum și de înțelegerea necesității menținerii unor **politici restrictive a veniturilor** de către toți partenerii sociali.

Pe termen mediu, **dezinflația** susținută trebuie să constituie un obiectiv principal al programului macroeconomic, care trebuie să fie sprijinită de mixul de politici macroeconomice.

Astfel, în perspectiva **anului 2007**, se prognozează că economia reală va înregistra o evoluție favorabilă, astfel:

- **ritmul produsului intern brut va fi peste 5%**, ca medie anuală a perioadei, factorul principal generator de creștere economică fiind cererea internă;
- **exportul net** își va îmbunătăți contribuția la creșterea economică reală;
- **majorarea populației ocupate** și, în consecință, reducerea ratei somajului;
- **obiectivul fundamental al politicii monetare** rămâne asigurarea **stabilității prețurilor**, rata inflației continuându-și trendul descendent, de la 7% în anul 2005, la 3% în anul 2007.

Astfel, pentru perioada 2005 - 2007 se estimează următoarea evoluție a ratei inflației (modificarea procentuală față de anul anterior):

	2005	2006	2007
Rata inflației	7,0	4,0	3,0

• politica în domeniul **cursului de schimb** va menține ca obiectiv aprecierea graduală, în termeni reali, a leului față de moneda europeană, aceasta ajustare urmând să sprijine convergența nominală și cea reală a economiei românești;

Pentru **îmbunătățirea eficienței instrumentelor** de politică monetară asupra realizării obiectivului de reducere a inflației, considerăm că, este necesară continuarea îmbunătățirii în perioada următoare a **gradului de intermediere financiară**, în special a ponderii creditelor acordate în PIB, care va avea ca efect eliminarea excedentului de lichiditate din sistem.

Totuși, pentru menținerea unui sistem bancar sănătos, **creșterea volumului creditelor** trebuie făcută în condițiile **menținerii prudenței** în activitatea bancară și trebuie să fie **efectul îmbunătățirii principalilor indicatori macroeconomici** (creșterea economică, majorarea volumului exporturilor, creșterea veniturilor populației etc.).

La realizarea obiectivului de reducere a inflației trebuie avut în vedere faptul ca **influența politicii monetare** a BNR este **subminată și** de existența în ultima perioadă a unui **excedent de lichiditate** în sistemul bancar, **politica de sterilizare a excedentului** de lichiditate plasând banca centrală în poziția atipică și defavorabilă de debitor net față de sistemul bancar.

Astfel, în condițiile **absenței efective a refinanțării** băncilor de către banca centrală, **influența directă** a BNR asupra **ratei dobânzii la creditele** acordate este **redușă**, aceasta fiind influențată direct de rata dobânzii depozitelor bancare și de rata rezervelor minime obligatorii.

În acest context, considerăm că, prin intermediul ratei dobânzii operațiunilor de sterilizare, BNR influențează direct doar rata dobânzii practicate de bănci pentru depozitele la termen.

Un alt element care **influențează negativ** impactul politicii monetare a BNR asupra ratei dobânzii la credite este **cuantumul ridicat al rezervelor minime obligatorii**, care au rolul de a absorbi (parțial) excedentul structural de lichiditate și sunt unele din cele mai ridicate din Europa.

În opinia noastră, principalul efect al nivelului ridicat al rezervelor minime obligatorii este reprezentat de **creșterea marjei** dintre ratele dobânzilor pasive și cele ale dobânzilor active practicate de bănci. În acest context, considerăm că, pentru **susținerea dezvoltării economiei reale**, Banca Națională a României

trebuie să aibă în vedere și **diminuarea ratelor rezervelor minime obligatorii**, resursele astfel disponibile putând fi reorientate pentru dezvoltarea activității agenților economici cu un standing economico-financiar bun.

Aceasta acțiune va avea ca efect direct și **diminuarea ratei dobânzii la creditele** acordate clienților de către băncile comerciale, cu influențe benefice asupra trendului de dezinflație.

Referitor la impactul politicii monetare a Băncii Naționale a României trebuie avute în vedere și următoarele considerente:

- **posibilitatea ajustării înainte de scadență a ratelor dobânzilor** atât la resursele atrase, cât și la creditele acordate, permite translatarea rapidă a modificărilor ratelor dobânzilor BNR asupra randamentelor împrumuturilor și depozitelor clienților, facilitând **impactul semnalelor transmise de politica monetară**.

- menținerea unui **grad relativ ridicat de concentrare**, care permite influențarea de către băncile respective atât a lichidității din sistemul bancar și de pe piața monetară, cât și a ratelor dobânzilor practicate, fapt care **diminuează într-o anumită măsură impactul politicii monetare**.

Consideram că, **trecerea la țintirea directă a inflației**, obligă la o **colaborare eficientă** între toți factorii care influențează evoluția fenomenelor și indicatorilor macroeconomici, respectiv **Banca Națională a României, Guvern, sindicate și patronat**, în vederea întreprinderii de măsuri concertate pentru realizarea obiectivelor stabilite în domeniul dezinflației.

IV. SUSTENABILITATEA PE TERMEN LUNG A POLITICII MONETARE

1. Economia României în contextul globalizării

Unul din fenomenele de referință care caracterizează în ultima perioadă economia mondială este **globalizarea**, care semnifică procesul amplu de accentuare a interdependențelor între economiile naționale, prin dezvoltarea susținută a schimburilor de mărfuri și servicii, și prin dezvoltarea fluxurilor de investiții de capital străin.

Ca orice fenomen economico-socio-politic, globalizarea are **aspecte pozitive**, dar și **efecte nefavorabile**, de multe ori rațiunile de ordin global contravenind unor interese naționale.

În **sfera financiară**, globalizarea este mai accentuată și mai rapidă decât în oricare alt sector de activitate. Astfel, globalizarea finanței internaționale se realizează nu numai **geografic**, la scară planetară, dar și structural, **marile grupuri financiare internaționale** fiind adevărate conglomerate care includ, pe lângă bănci, societăți de asigurare – reasigurare, fonduri de investiții ori de pensii, activități pe piața de capital, leasing, fiind capabile să ofere servicii financiare integrate.

Având în vedere **avantajele** pe care le presupune globalizarea, dar și **riscurile inerente**, mai ales în cazul unei **economii ca a României** aflate într-un proces prelungit de tranziție la economia de piață, abordarea acestui proces controversat trebuie să fie **prudentă și moderată**.

Integrarea României în Uniunea Europeană este o **subcomponentă a globalizării**. Un exemplu în acest domeniu îl constituie **liberalizarea contului de capital și financiar**, care poate genera **riscuri importante** pentru România.

Astfel, o accelerare a acestei liberalizări în scopul atragerii de resurse externe pentru finanțări interne, poate conduce la **mișcări speculative adverse de capital**, care ar favoriza transferul necontrolat de capital și al disponibilităților peste graniță, spre piețe mai atractive.

2. Perspectivele politicii monetare în cadrul aderării României la UE și ulterior la UE Monetară

Strategia de extindere a Uniunii Europene (UE) urmărește **integrarea noilor membri** în paralel cu **armonizarea obiectivelor** de politică internă și externă ale tuturor statelor membre, prin respectarea și aplicarea consecventă a unor **principii fundamentale comune**, inclusiv în domeniul **politicii monetare**.

Abordarea pragmatică a procesului de integrare a României în UE presupune îndeplinirea obiectivelor și priorităților prevăzute în **Programul Național de Aderare a României la UE (PNAR)**, nu numai ca premise ale integrării, dar mai ales ca deziderate naționale.

În domeniul **politicii monetare**, **obiectivele** majore urmărite prin **Programul Național de Aderare a României la UE** sunt:

- **Perfecționarea instrumentelor** de politică monetară și armonizarea lor cu cele ale Băncii Centrale Europene;
- **Remonetizarea** economiei naționale în paralel cu reducerea continuă a inflației;
- **Întărirea capacității instituționale** a băncii centrale;
- **Eficiențizarea activității de supraveghere** ;
- **Dezvoltarea sistemului de plăți** ;
- **Continuarea armonizării legislative** în domeniul bancar.

Principalele costuri naționale în domeniul **politicii monetare** sunt **pierderea autonomiei** acesteia, a posibilității de **alegere a ratei inflației** și eliminarea **cursului valutar**, ca instrument pentru înlăturarea dezechilibrelor macroeconomice.

În contextul aderării României la Uniunea Europeană, rata inflației **nu va mai putea fi folosită ca instrument macroeconomic** de înlăturare a unor dezechilibre și șocuri economice naționale, aceasta urmând a fi fixată de **Banca Centrală Europeană**.

De asemenea, Guvernul **nu va mai putea finanța** pe termen scurt bugetele prin **emisiune monetară**, iar **modificarea prețurilor** prin inflație sau deflație nu va mai putea fi compensată **prin cursul de schimb**.

Totodată trebuie luate în considerare și **beneficiile introducerii unei politici monetare comune și a unei monede unice**, respectiv:

- **dispariția riscului valutar** în spațiul european;
- creșterea **stabilității în politica monetară** europeană;
- **fixarea cursurilor** de schimb;
- reducerea discriminărilor în politica de prețuri;
- reducerea șomajului;
- creșterea economică etc.

În acest sens, trebuie avut în vedere de către România și faptul că, în conformitate cu Tratatul de la Maastricht, orice stat care are calitatea de membru cu drepturi depline din Uniunea Europeană poate deveni **membru al Uniunii Monetare (UEM)**, doar prin îndeplinirea **criteriilor de convergență nominală**, respectiv:

- **criteriul stabilității prețurilor** (procentul de **inflație** nu trebuie să depășească mai mult de **1,5%** în raport cu media primelor **3 state** cu rezultatele cele mai bune în acest domeniu);
- **criteriul de convergență a prețurilor curente**;
- **criteriul de participare la mecanismul de schimb**;
- **criteriul finanțelor publice** (**deficitul public** nu trebuie să depășească **3% din PIB**, iar **datoria publică 60% din PIB**).

Ca obiectiv pe termen lung, în vederea asigurării sustenabilității politicii monetare a României, se va **adopta metoda de țintire directă a inflației** în scopul diminuării sustenabile a acesteia și se va recurge la **instrumente monetare armonizate** cu cele ale Băncii Centrale Europene (utilizarea de exemplu, pe scară mai largă a operațiunilor de piață și reducerea importanței instrumentelor administrative, cum ar fi RMO).

Un alt obiectiv important al politicii monetare va fi reprezentat de **remonetizarea economiei românești** prin **metode neinflaționiste**, în special prin creșterea activelor nete externe.

Sustenabilitatea politicii monetare a României pe termen scurt, mediu și lung presupune o **acțiune concertată** din partea **principalelor instituții ale statului** responsabile cu implementarea politicilor macroeconomice, precum și a **celorlalți participanți la viața economică și socială** a țării (sindicate, patronat, sistemul bancar etc.), datorită amplitudinii măsurilor care trebuie aplicate și a efectelor acestora.

Banca Comercială Română, în calitatea sa de lider al sistemului bancar românesc, **va susține și va întreprinde măsurile necesare** în vederea implementării politicii monetare, dar și a celorlalte politici macroeconomice ale României, care vor contribui la realizarea unui **mediu economic sănătos**, cu influențe benefice asupra agenților economici, populației etc. și implicit asupra sistemului bancar.

BIBLIOGRAFIE

- Bari I., *Globalizare și probleme globale*, Editura economică, București, 2001
- Constantinescu N.N., *Reformă și redresare economică*, Editura Economică, București, 2000
- Dănilă N., Anghel L., Dănilă M., *Managementul lichidității bancare*, Editura Economică, București, 2002;
- Dănilă N., Berea A., *Managementul Bancar – fundamente și orientări*, Editura Economică, București, 2000
- Diaconescu M., *Bănci, sisteme de plăți, riscuri*, Editura Economică, București, 1999
- Ionete C., *Traectoria spre economia de piață funcțională; Motoarele creșterii economice în 2003; Influențele cursului euro-dolar*, „Piața Financiară” nr.12, dec. 2003
- Isărescu Mugur, *Reflecții economice*, vol.I – *Piețe, bani, bănci*, Editura Expert, București, 2001
- Isărescu Mugur, *Principalele orientări ale politicii monetare a României în contextul accelerării integrării euro-atlantice* – FIN Report/31 dec. 2002
- Martin H.P., Schumman H., *Capcana globalizării – atac la democrație și bunăstare*, Editura Economică, București, 1999
- Mihai I., *Tehnica și managementul operațiunilor bancare*, Editura Expert, București, 2003
- Mihai I., *Perspectives of Banking in Romania*, *Romanian Business Digest*, București, 2003
- Munteanu C., Horobet A., *Finanțe transnaționale*, Editura All BECK, București, 2003
- Popescu. I., *Paradigme ale progresului social-economic*, Editura Fundației *România de Măine*, București, 2000
- Văcărel I., Bercea Fl., *Asigurări și reasigurări*, Editura Expert, București, 1998
- Banca Națională a României *Raport anual 2003*
- Banca Națională a României *Caiete de studii*

ANALIZA ȘI PROGNOZA EVOLUȚIEI DEMOGRAFICE PRIN TEHNICI MARKOVIENE – ABORDARE TEORETICĂ –

Mariana NICOLAE

C.P. III, dr., Institutul de Prognoză Economică,
Academia Română*

Rezumat

Fenomenele demografice care au caracterizat ultimul deceniu au influențat distribuția spațială a acesteia. La nivelul țării densitatea populației prezintă variații însemnate.

Analiza structurii populației pe grupe de vârstă pune în evidență modificări semnificative, ca urmare a procesului lent, dar continuu, de îmbătrânire demografică, accentuat în ultimul deceniu și ca o consecință a scăderii natalității.

Deoarece majoritatea modelelor demografice sunt deterministe, în lucrare se prezintă un modelul markovian elaborat pentru studiul evoluției demografice din România. Modelul propus a fost elaborat pe baza unor presupuneri asupra variabilelor considerate.

CUVINTE CHEIE: **Proces Markov, starea unui sistem, tranziție, matricea probabilităților de trecere.**

Abstract

The Analysis and Forecast of Demographic Development by Markovian Techniques. A Theoretical Approach

The demographic phenomena that characterized the last decade have influenced Romania's area distribution. The population density shows significant variations at the national level.

The analysis of population structure by age groups reveals significant changes due to the slow but continuous process of demographic aging, emphasized in the last decade by the birth rate decline.

Since most of the demographic models are deterministic, the paper presents a Markov model elaborated for the study of the demographic evolution in Romania. The model was drafted on the basis of certain assumptions as regards the considered variables.

KEY WORDS: **Markov process, system status, transition, passing probabilities matrix.**

Introducere

După paisprezece ani de tranziție, România, ca țară candidată în anul 2007 la aderarea la Uniunea Europeană, depune eforturi susținute pentru reducerea substanțială a decalajelor existente încă, față de țările acestei regiuni, pentru modernizarea economiei românești, în pas cu exigențele tranziției spre o economie modernă, cultural-informațională și atingerea criteriilor de performanță stabilite prin Tratatul de la Maastricht.

* Casa Academiei Române, Calea 13 Septembrie nr. 13, Sector 1, România; e-mail: mariana_prognoza@yahoo.com.

Confruntată încă cu dezechilibre interne și externe, România a trebuit, în condițiile noi ale accelerării procesului de negociere a așa-numitelor dosare ale aderării, să-și concentreze eforturile pentru: reducerea deficitului fiscal și cvasi-fiscal, continuarea reformei fiscale, renunțarea la utilizarea cursului de schimb ca instrument de asigurare a echilibrului, accelerarea reformelor și îndeplinirea condițiilor pentru ca economia României să primească calificativul de economie de piață funcțională.

Un rol important în realizarea unor prognoze ale evoluției unor indicatori macroeconomici care să contribuie la relansarea creșterii economice îl au și diversele modele markoviene. Cu ajutorul acestora se pot analiza și prognoza diferite fenomene economice precum și corelațiile între ele.

În domeniul economiei, utilizarea acestor metode, în special în economia românească, a avut însă o extindere mai mică. Abordarea problemei asupra procesului demografic, a dinamicii parametrilor pieței forței de muncă utilizând lanțurile sau procesele Markov sau semi-Markov, reprezintă un aport substanțial la dezvoltarea tehnicilor de modelare a fenomenelor economice și un instrument util la realizarea prognozelor economice.

Fenomenele demografice care au caracterizat ultimul deceniu au influențat distribuția spațială a populației. La nivelul țării, densitatea acesteia prezintă variații însemnate.

Analiza evoluției populației pune în evidență o serie de tendințe și anume: scăderea cu o viteză extrem de mare a natalității și respectiv, a fertilității feminine, nivelul ridicat al intensității mortalității; mortalitatea infantilă se menține încă foarte ridicată, în ciuda progreselor înregistrate după 1990; accelerarea îmbătrânirii demografice și creșterea „presiunii” populației vârstnice asupra populației adulte-potențial active, implicat asupra unor importante sisteme din societate (sănătate, asistență socială, bugetul asigurărilor sociale), cu implicații pentru politica economică și socială; menținerea duratei medii a vieții la valori scăzute în context European (67, 69 ani pentru bărbați și 74, 84 ani pentru femei); creșterea fluxului migrației interne urban-rural.

Prin urmare, în lucrare este prezentat modelul markovian teoretic elaborat pentru studiul evoluției demografice din România.

Aspecte generale ale situației demografice în România

Populația României reprezintă 5,9% din cea a UE-15, iar ca suprafață România deține 7,5% din totalul teritoriului celor 15 state membre. Densitatea medie a populației în România, de 94 locuitori /km², este mai mică decât în Germania, Marea Britanie sau Olanda, dar mai mare (5-6 ori) decât în Finlanda și Suedia. Densitatea populației din România este mai apropiată de cea a Greciei și Spaniei.

În multe dintre județele industrializate înainte de 1990 (Prahova, Dâmbovița, Iași, Galați), densitatea populației se situează cu mult peste densitatea medie a țării (130-150 locuitori / km²), ca urmare a fenomenului intens de migrație rural-urban pentru ocuparea numeroaselor locuri de muncă ce au fost create în procesul de industrializare.

Sub aspectul densității populației există, de asemenea, diferențe între regiuni. Fără a lua în considerare regiunea București-Ilfov care are 1248,4 locuitori / km², consecință a prezenței aglomerației urbane a Capitalei, cea mai mare densitate a populației se înregistrează în regiunea nord-estică (circa 104,1 locuitori / km²),

regiunea cu cel mai mare dinamism demografic din țară, iar cea mai scăzută densitate este în regiunea vestică (63,4 locuitori / km²), regiunea cu cea mai mare descreștere a populației și cu relief muntos pe o mare parte din suprafață.

Gradul de urbanizare a regiunilor este și el relativ diferit. Cu excepția regiunii București cele mai urbanizate regiuni sunt regiunea vestică și centrală care au peste 60% populație urbană.

În schimb, în partea de est a țării (regiunea nord-estică) și în toată partea de sud a țării (regiunea sudică și sud-vestică) predomină încă populația rurală, acestea fiind zone cu întinse suprafețe de câmpie, unde activitățile agricole sunt încă predominante.

După ce decenii întregi numărul de locuitori din orașe a fost în creștere semnificativă, în perioada 1990-2000, populația urbană a înregistrat o descreștere continuă în toate regiunile de dezvoltare.

Descreșterea populației orașelor a avut uneori cauze demografice, dar a fost mai ales efectul declinului economic, în urma căruia o parte din locuitori au părăsit orașele în care au rămas fără locuri de muncă. Ca urmare a acestor evoluții, s-a schimbat ușor structura rețelei de localități; s-a înmulțit numărul de orașe mici și a scăzut numărul orașelor mari. Repartiția relativ echilibrată în teritoriu a orașelor mari a rămas totuși o caracteristică distinctă pentru rețeaua de localități a României.

Sunt semnificative scăderile populației din unele orașe cu peste 100 mii locuitori, care ar trebui să fie nuclee importante pentru funcționarea și susținerea rețelei naționale de localități. Această scădere are drept consecință scăderea rolului și funcțiilor lor în teritoriu, determinând slăbirea potențialului de dezvoltare în întreaga arie de influență.

Schimbări în structurile geodemografice

În general, indicatorii de caracterizare demografică a României prezintă valori situate sub media UE-15.

În perioada 1992-2001 populația României a scăzut cu 1,6% în timp ce populația UE-15 a crescut cu 1,02 %. Scăderea demografică din România se datorează descreșterii puternice a fertilității, a creșterii ratei mortalității și a emigrărilor (mai ales în perioada 1991-1992).

Mortalitatea infantilă (decese la 1.000 de născuți vii) în România este printre cele mai mari din Europa, înregistrând 18,4‰ (în 2001), față de 5,5 ‰ (în 1997) în UE-15.

Speranța de viață la naștere în România, în 2001, era cu șapte ani mai mică atât pentru bărbați, cât și pentru femei decât media UE-15 (bărbați: 67,7 ani în România față de 74,9 în UE-15 și femei: 74,8 ani față de 81,2 ani în UE-15).

Structura populației pe grupe de vârstă a înregistrat modificări semnificative, ca urmare a procesului lent, dar continuu, de îmbătrânire demografică, accentuat în ultimul deceniu ca o consecință a scăderii natalității. Ca urmare, ponderea populației sub 15 ani este în continuă scădere, iar ponderea populației vârstnice, de peste 60 de ani, este în continuă creștere.

Proporția persoanelor de 65 de ani și peste în România era în 2001 de 13,6%, mai mică decât media la nivelul UE, în timp ce proporția tinerilor, de 17,8, era mai mare cu 1,1 % față de UE, ceea ce înseamnă că procesul de îmbătrânire demografică este mai accentuat la nivelul UE, comparativ cu România. În aceste condiții „presiunea” demografică pe care o exercită atât tinerii, cât și vârstnicii (persoane potențial inactive) asupra adulților (persoane potențial active) oscilează în jurul a 50%, cu o ușoară

tendință de scădere din cauza diminuării presiunii populației tinere, ca urmare a scăderii natalității. Cu alte cuvinte în 2001, 20 adulți susțineau economic aproximativ 9 persoane potențial inactive, din care 4 vârstnici și 5 tineri.

Regiunile de sud și sud-vest ale țării prezintă cea mai mare pondere a populației de 65 de ani și peste în totalul populației (15,24 % și respectiv, 15,1 % la 1 iulie 2001). Cele mai mari ponderi ale populației tinere înregistrează regiunea nord-estică, în care la 1 iulie 2001 reveneau numai 63 vârstnici la 100 de tineri, în timp ce în restul regiunilor acest raport depășește 70, iar recordul este deținut de regiunea București, singura în care existau mai mulți vârstnici decât tineri, ca urmare a fenomenului imigrației tinerilor.

Cu toate acestea, coeficientul de dependență demografică înregistra cele mai mari valori în regiunea de nord-est, tocmai din cauza celei mai mari „presiuni” a tinerilor de 0-14 ani asupra adulților – de peste 31 %, în timp ce presiunea cea mai mare exercitată de vârstnici se înregistra în regiunea sudică și cea sud-vestică la niveluri de 22,7 și respectiv 22,5 vârstnici la 100 de adulți. Regiunea București, deși remarcată pentru numărul și ponderea mare a vârstnicilor, din punctul de vedere al dependenței demografice prezenta o situație bună, întrucât proporția adulților, de 72,6 % din total în 2001, era cea mai mare la nivelul întregii țări. Capitala a fost mereu un pol de atracție puternic în migrația internă, din cauza gradului de dezvoltare economică și socială a zonei.

Durata medie a vieții se menține la valori scăzute în context european. Cu 67, 69 ani pentru bărbați și 74, 84 ani pentru femei, valorile duratei medii a vieții erau în România cu mult mai mici chiar față de țări ex-socialiste, ca Polonia (cu 69,8 ani și respectiv 78 ani) sau Republica Cehă (cu 71,7 ani și respectiv 78,4 ani), ca să nu mai amintim de țările UE, în care durata medie a vieții depășește 75 de ani la masculin și 80 de ani la feminin.

La nivel regional, în 2001, durata medie a vieții se plasa între 70,21 ani în regiunea nord-vestică și 72, 84 ani în București, diferențindu-se puternic în funcție de mediul de rezidență și de sex. Ecartul cel mai mare pe sexe era de aproape 8 ani, în favoarea femeilor în regiunea sud-estică, în timp ce pe medii cea mai puternică diferențiere se înregistra în regiunea București (2, 3 ani în favoarea populației urbane). De remarcă diferența extrem de mică (0,7 ani) între durata medie a vieții pe medii în regiunea vestică, ceea ce denotă condiții de trai aproape similare pe cele două tipuri de habitat.

Modele markoviene demografice

Majoritatea modelelor demografice sunt deterministe. Aceste modele sunt elaborate în două forme: o primă categorie care utilizează variabila „timp” discret și o scală discretă a vârstei și o altă categorie în care timpul este o variabilă continuă ca și scala vârstei.

În modelul stocastic discret, se fac o serie de presupuneri și anume:

– recensământul populației feminine (denumită populația F) se realizează la intervale de timp discret, $n = 1, 2, 3, \dots$;

– această populație este împărțită în k grupe de vârstă, $k \in \mathbb{Z}^*$

– numărul femeilor în grupele de vârstă, la timpul n este dat de variabila aleatoare $\eta_n(j)$. Prin urmare, momentul și dispersia variabilei aleatoare devine:

$$E\eta_n(j) = M_{j,n} \text{ și } D\eta(j) = D_{j,n}$$

– dacă o membră grupeii de vârstă j la timpul $n-1$ dă naștere unei fete la timpul n , atunci numărul femeilor din grupa de vârstă 0 la timpul n ale căror mame au aparținut grupeii de vârstă j , este o variabilă aleatoare $\eta_n^{(j)}(0)$, cu

$$\eta_n(0) = \sum_{j=0}^k \eta_n^{(j)}(0);$$

– probabilitatea p_j ca o persoană din grupa de vârstă j la timpul n va fi în grupa de vârstă $j+1$ după o unitate a intervalului de timp, este fixată și care pentru $j < k$ este pozitivă, iar $p_k = 0$. Aceste probabilități sunt presupuse independente, deci, $q_j = 1-p_j$;

– probabilitatea b_j ca o persoană din grupa de vârstă j la timpul n să dea naștere unei singure fete în intervalul de timp $(n, n+1)$ și ca această fată să fie activă în grupul 0 la timpul $n+1$, este fixată și acestea sunt presupuse independente, deci, $d_j = 1-b_j$;

– procesele de naștere și moarte sunt presupuse ca fiind independente;

– schimbările în structura populației masculine sunt presupuse a fi consecvente cu presupunerile măsurii constante a fertilității $\{b_j\}$;

– nașterile multiple sunt ignorate.

Pentru analiza propusă se fac presupunerile:

– λ și μ sunt variabile aleatoare discrete cu valori integrale pozitive;

– λ'_1 și λ'_2 variabile aleatoare cu distribuție binomială $B(\lambda, p_1)$, $B(\lambda, p_1)$ și condiționate de λ .

Utilizând relațiile:

$$\begin{cases} E\lambda'_1 = p_1 E\lambda \\ D\lambda'_1 = p_1^2 D\lambda + p_1 q_1 E\lambda \end{cases} \quad (1)$$

$$\begin{cases} Cov[\lambda'_1, \lambda'_2] = p_1 p_2 D\lambda \\ Cov[\lambda'_1, \mu'] = p_1 p_3 Cov[\lambda, \mu] \end{cases} \quad (2)$$

unde $q_1 = 1-p_1$, modelul markovian demografic devine:

$$E\eta_{n+1}(0) = M_{0, n+1} = \sum_{j=0}^k b_j M_{j, n}$$

$$E\eta_{n+1}(1) = M_{1, n+1} = p_0 M_{0, n} \quad (3)$$

$$E\eta_{n+1}(2) = M_{2, n+1} = p_1 M_{1, n}$$

.....

$$E\eta_{n+1}(k) = M_{k, n+1} = p_{k-1} M_{k-1, n}$$

Utilizând relațiile (1) și (2) se obține:

$$D\eta_{n+1}(j+1) = D_{j+1, n+1} = p_j^2 D_{j, n} + p_j q_j M_{j, n}, \quad j \geq 0 \quad (4)$$

$$\text{Cov}[\eta_{n+1}(j+1), \eta_{n+1}(h+1)] = p_j p_h \text{Cov}[\eta_n(j), \eta_n(h)], j, h \geq 0, j \neq h \quad (5)$$

$$\text{Cov}[\eta_{n+1}^{(j)}(0), \eta_{n+1}(h+1)] = b_j p_h \text{Cov}[\eta_n(j), \eta_n(h)], j \neq h$$

$$\text{Cov}[\eta_{n+1}^{(j)}(0), \eta_{n+1}^{(h)}(0)] = b_j b_h \text{Cov}[\eta_n(j), \eta_n(h)], j \neq h$$

$$D\eta_{n+1}^{(j)}(j+1) = b_j^2 D_{j,n}^2 + b_j d_j M_{j,n}, j \geq 0$$

Dacă prin definiție, $\eta_{n+1}(0) = \sum_{j=0}^k \eta^{(j)}_{n+1}(0)$, atunci ,

$$\begin{aligned} D\eta_{n+1}(0) &= \sum_{j=0}^k D\eta^{(j)}_{n+1}(0) + \sum_{j \neq h} \sum \text{Cov}[\eta^{(j)}_{n+1}(0), \eta^{(h)}_{n+1}(0)] = \\ &= \sum_{j=0}^k (b_j^2 D_{j,n} + b_j d_j M_{j,n}) + \sum_{j \neq h} \sum b_j b_h \text{Cov}[\eta_n(j), \eta_n(h)] \end{aligned} \quad (6)$$

și se obține:

$$\begin{aligned} \text{Cov}\left[\sum_{j=0}^k \eta^{(j)}_{n+1}(0), \eta_{n+1}(k+1)\right] &= \text{Cov}[\eta^{(j)}_{n+1}(0), \eta_{n+1}(h+1)] + \sum_{j=0}^k \text{Cov}[\eta^{(j)}_{n+1}(0), \eta_{n+1}(h+1)] = \\ &= b_h p_h D_{h,n} + \sum_{j \neq h} b_j p_h \text{Cov}[\eta_n(j), \eta_n(h)] \end{aligned} \quad (7)$$

Ecuatiile (3) –(7) definesc complet relațiile de recurență pentru media, varianta și covarianța eșantionului supus studiului. Sub formă matricială ele pot fi scrise:

$$\begin{pmatrix} M_{n+1} \\ V_{n+1} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} A & O \\ B & A \times A \end{pmatrix} \begin{pmatrix} M_n \\ V_n \end{pmatrix} \quad (8)$$

unde vectorul V conține elemente de varianță și covarianță $D_{ij,n}$, iar A este matrice Leslie, definită prin:

$$A = \begin{pmatrix} b_1 & b_2 & \dots & b_{k+1} & b_k \\ p_0 & 0 & \dots & 0 & 0 \\ 0 & p_1 & \dots & 0 & 0 \\ \cdot & \cdot & \dots & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \dots & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \dots & \cdot & \cdot \\ 0 & 0 & \dots & p_{k-1} & 0 \end{pmatrix}$$

Se obține astfel următoarea relație între varianță și covarianță:

$$V_{[n]} = (A \times A)^n V_{[0]} + \sum_{i=1}^n (A \times A)^{n-i} BM_{i-1}$$

Concluzii

Analiza economică asupra României efectuată de diverse organisme internaționale a demonstrat faptul că abordarea graduală a primilor ani ai tranziției a fost prost proiectată și că s-a pierdut timp prețios. În rapoartele acestora se arată că România nu își mai poate permite să continue fără o abordare cuprinzătoare a reformei și credibilitatea acesteia, care se îmbunătățește încet, ar putea fi puternic afectată. Actuala fereastră de oportunități este strâmtă, deoarece Guvernul se află deja la sfârșitul ciclului său politic. În vreme ce cadrul macroeconomic s-a îmbunătățit, este dificilă realizarea de progres rapid în toate domeniile. Din acest punct de vedere, o abordare cuprinzătoare a politicilor poate contribui la continuarea celor mai relevante reforme.

În conjunctura actuală, când se încearcă realizarea unei economii de piață funcționale, este firesc ca factorii de decizie să utilizeze diverse metode și tehnici de estimare care să le permită studiul evoluției macroeconomice și totodată să le ofere suport științific pentru prognoza fenomenului economic. Unul din elementele importante ale analizei macroeconomice este și studiul evoluției demografice.

Lanțurile și procesele Markov constituie modele probabilistice de primă importanță în analiza și studierea sistemelor complexe din foarte multe domenii de activitate.

Aplicarea teoriei și metodelor de modelare markoviană asupra unor fenomene economice și asupra problematicilor unor sectoare economice, precum și la analiza gradului de corelare a principalilor indicatori macroeconomici în vederea elaborării de prognoze macroeconomice, poate contribui la relansarea creșterii economice, devenită o prioritate a politicii macroeconomice prin importanța pe care o are, în primul rând, pentru asigurarea condițiilor de realizare a criteriilor de aderare la Uniunea Europeană.

BIBLIOGRAFIE

- Alvin, C., *Multivariate Statistical Interface and Application*, A Wiley Interscience Publication, John Wiley & Sons Inc., 1998;
- Bohdana Ratitch and Doina Precup, *Characterizing Markov Decision Processes*, McGill University, Montreal, Canada 2001;
- Catherine Donati-Martin, Marc Yor, David C. Caccia, *Modeling Juvenile Salmon Migration Using A Simple Markov Chain*, University of Washington, Seattle, Washington 98195, USA;
- D.J.White, *Markov Decision Processes*, John Wiley & Sons Inc., 1993;
- David J. Batholomew, Fiona Steel, Irini Moustki, *The Analysis and Interpretation of Multivariate Data for Social Scientists*, Chapman & hall, 2002;
- Gujarati N., *Basic Econometric*, The McGraw-Hill Int. Edition, 1995;
- J. Virtamo, *Stochastic Processes*, 38.143 Queuing Theory / Stochastic processes, 2000;

- Marius Iosifescu, S. Grigorescu, Gh. Oprișan, Gh. Popescu, *Elemente de modelare stohastică*, Editura Tehnică, București, 1984;
- Michael Roseblum, *Mobility Modeling with a Mixed Orstein-Uhlenbeck Process*, 2001;
- Onicescu Octav, M.C.Botez, *Incertitudine și modelare economică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985;
- Onicescu Octav, *Probabilități și procese aleatoare*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1977;
- Șt. Ștefănescu, *Numerical Analysis*, University of Bucharest Publishing House, Bucharest, 2000;
- U. Narayant Bhat, *Elements of Applied Stochastic Processes*, John Wiley & Sons. Inc. 1972;
- Waren Gilchrist, *Statistical Forecasting*, John Wiley & Sons Inc., 1976.

STUDIILE COMPORTAMENTALE ÎN PERSPECTIVA STRATEGIEI DE COMUNICARE A FIRMEI

Daniel Adrian GÂRDAN

Asist.univ.drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Studiile privind comportamentul consumatorului reprezintă o preocupare de prim ordin pentru orice firmă implicată în mediul de afaceri contemporan. În același timp, fundamentarea unei strategii de comunicare atât instituționale cât și comerciale a firmei, pornește de la o sumă de informații vitale despre piață în ansamblul său și, în special despre ținta cea mai importantă a comunicării – consumatorul. În acest fel este mai mult decât vizibilă legătura de necontestat între activitatea de cercetare a comportamentului consumatorului și cea de concepere și ajustare a unor variante strategice de comunicare în marketing.

Abstract

Behavioural Studies from the Point of View of the Corporate Communication Strategy

The studies regarding the consumer's behaviour represent a very important concern for any company implied in the contemporary business environment. At the same time, the substantiation of an institutional or commercial company's communication strategy, starts from a sum of vital information about the market as a whole and especially its most important target of communication: the consumer. In this way, the vital relation between the behavioural research activity, the knowledge and the adjustment of some communication strategic alternatives in the marketing field becomes much more obvious.

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.

Este bine cunoscut faptul că 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 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 noua 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 dorit¹.

În mod similar, în cazul comunicației corporative, trebuie acționat în vederea creșterii valorii și a imaginii organizației cât și 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.

Conform rezultatelor obținute în urma studiilor efectuate pe această temă, o imagine pozitivă, puternică și coerentă amplifică substanțial rezultatele eforturilor pe care le depune organizația pe toate celelalte planuri, asigurând în cele din urmă realizarea obiectivelor politicii globale.

Comunicarea reprezintă o continuă „provocare”, pentru firma contemporană, comunicând ne autodefinim, ne „creăm” în mod continuu și spontan.

Pentru firmă a comunica este sinonim cu a supraviețui într-un mediu turbulent în care fluxurile de informații și canalele de comunicare își schimbă caracteristicile cu viteze amețitoare.

Care este locul și rolul comunicării în activitatea firmei? – un indiciu îl reprezintă însuși efortul acesteia de a-și maximiza profiturile în condițiile cunoașterii cât mai profunde a comportamentului de cumpărare și de consum al propriilor clienți. Închegarea unui astfel de dialog, necesită o mare capacitate de comunicare din partea firmei, aceasta trebuie să fie capabilă să se autodefinească, să-și construiască o imagine veridică și stabilă în percepția consumatorului, să întrețină și să exploateze această imagine.

Efortul firmei de a comunica se va împlini cu efortul de educare a propriilor consumatori în sensul creșterii capacității acestora de a-și defini clar propriile preferințe, propriile nevoi incipiente. Numai în acest mod, relația firmă-client devine un succes real cu avantaje considerabile pentru ambele părți și un exemplu viu al aplicării principiilor fundamentale ale marketingului modern.

Conceptul de **marketing relațional** dezvoltat la începutul anilor 1990, pune accentul pe o orientare strategică către consumator prin crearea și dezvoltarea unei „rețele de marketing” – o structură strategică care implică dezvoltarea unui parteneriat cu furnizorii și alte firme angrenate de către organizație în îndeplinirea obiectivelor sale.

De fapt, se conturează o strategie comună de marketing la nivelul pieței, partenerii rețelei de marketing gestionând același portofoliu de clienți și o sumă comună de resurse strategice.

Din această perspectivă, se dezvoltă o orientare specifică față de clienți, în care aceștia devin parteneri strategici ai firmei în procesul de evoluție a acesteia.

¹ Popescu Ioana Cecilia, *Comunicare în marketing*, Editura Uranus, București 2003

Strategiile create de companie în jurul unei comunicări de durată cu clienții, a fundamentării încrederii acestora sunt mult mai profitabile și mai eficiente decât clasică abordare, specifică strategiilor care implică reduceri de prețuri, oferte speciale sau alte acțiuni promoționale pasagere.

Crearea și oferirea de valoare și de satisfacție clienților trebuie să fie un proces continuu, pe termen lung, care să fidelizeze și să contribuie la crearea unei loialități reale a acestora față de companie.

În acest sens, strategia de comunicare trebuie astfel concepută încât principalul său obiectiv să devină menținerea dialogului real cu clientul, transmiterea către acesta a unui set de valori proprii firmei care satisfac cerințele sale intime.

Fiecare element al mixului comunicațional ar trebui combinat cu celelalte instrumente ale politicii promoționale, astfel încât un mesaj unificat este reîmprospătat consistent într-o manieră apărată.

Pentru a putea construi o comunicare eficientă, firma trebuie să identifice principalele aspecte ale problematicii comportamentului consumatorului, mai precis suma factorilor care dau naștere și care influențează acest comportament.

Factorii care determină comportamentul consumatorilor referitor la cumpărarea unui bun sau serviciu nu se referă doar la necesitățile fizice (hrană, adăpost, îmbrăcăminte) și nu depind în exclusivitate de puterea sa de cumpărare (preț, venit).

Cele mai multe teorii consideră comportamentul consumatorului ca fiind o funcție determinată de factori socio-culturali și de trăsături personale.

Dintre factorii socio-culturali cu cea mai mare influență asupra comportamentului consumatorului și respectiv, în elaborarea strategiei de marketing, se disting: *cultura, clasa și poziția socială, comportamentul familial și grupul* (grupul de referință).

Cultura reprezintă „*ansamblul de norme, valori materiale și morale, convingeri, atitudini și obiceiuri create în timp de omenire, pe care le posedă în comun membrii societății și care determină în mare parte comportamentul acestora, inclusiv comportamentul de cumpărare și de consum*”.

Subcultura sau cultura secundară reprezintă „*un set de convingeri adoptat de un subgrup din cadrul culturii principale*”.

În cadrul fiecărei societăți există grupuri cu comportamente diferite, în cea mai acceptată teorie fiind cunoscute sub numele de clase sociale.

Cu alte cuvinte, clasele sociale sunt „*grupuri de indivizi ale căror interese sociale, economice, educaționale și politice coincid*”.

Comportamentul familial are o influență puternică asupra comportamentului consumatorului. Familia, ca grup de referință, se distinge prin următoarele caracteristici:

- contactul direct;
- utilizarea în comun;
- subordonarea nevoilor individului.

În mod frecvent, și în special în cazul bunurilor de folosință îndelungată și de valoare mare, membrii unei familii, în procesul de luare a deciziei de cumpărare, pot îndeplini următoarele roluri:

- inițiator (persoana care declanșează ideea cumpărării);
- influențator (persoana ce poate influența, prin experiențe și autoritatea de care se bucură, evaluarea alternativelor);
- decident (persoana care ia decizia finală de cumpărare);

- cumpărător (persoana ce desfășoară direct tranzacția respectivă);
- utilizator (persoana care deține sau utilizează produsul respectiv).

Grupul de referință este grupul din care o persoană poate să nu facă parte, dar aspiră la el, adoptându-i comportamentele, normele și valorile. El este definit ca fiind „*acea entitate socială în care individul nu este membru, dar cu care se identifică prin prisma similitudinilor de aspirații, prin comportamentul social în general și prin comportamentul consumatorului în special*”.

Grupurile de referință influențează decizia de cumpărare prin: informațiile furnizate; puterea de asociere sau comparație; presiunile legate de normele sale.

Comportamentul consumatorului este influențat în aceeași măsură și de caracteristicile personale, importante fiind vârsta și etapa din ciclul de viață, situația economică a persoanei, ocupația și educația, motivația, percepția, învățarea, credințele, și atitudinile, personalitatea și imaginea despre sine.

Vârsta și etapa din ciclul de viață sunt importante pentru marketer deoarece, de-a lungul vieții, consumatorul își schimbă preferințele pentru produse, apar alte necesități.

Situația economică influențează comportamentul persoanei în calitate de consumator mai ales din punct de vedere calitativ, calitatea și prețul fiind caracteristici direct proporționale.

Ocupația și educația sunt legate în general de venit și de clasa socială, având o serie de implicații pentru activitatea de marketing (pe măsură ce crește gradul de educație al populației, acesteia îi sunt necesare produse sau servicii de o mai bună calitate).

Motivația reprezintă „forța interioară care impulsionează persoanele în scopul lor de atingere a țelurilor propuse”.

Motivațiile se împart în:

- motivații primare (determină cumpărarea unui produs, dintr-o anumită categorie);
- motivații secundare (determină cumpărarea unei anumite mărci);
- motivații raționale (sunt induse de raționamente și evaluări logice ale situației în care se află consumatorul);
- motivații emoționale (sunt legate de impresia pe care consumatorul și-o formează asupra mărcii);
- motivații conștiente (cumpărătorul știe că are nevoie de un anumit produs);
- motivații latente (cele care operează la nivelul inconștientului cumpărătorului).

O dată motivația declanșată, modul în care consumatorul va acționa, depinde de modul în care percepe informațiile cu privire la respectivul produs.

Percepția este procesul prin care o persoană selectează, organizează și interpretează informații în scopul creării unei imagini asupra mediului înconjurător.

Marketerii au sarcina de a depista modul în care consumatorii percep produsele sau serviciile oferite de către întreprindere.

Învățarea stă la baza mecanismului perceptual și al motivației consumatorului de a cumpăra sau nu un anumit produs sau serviciu și reprezintă: „*o schimbare observabilă sau neobservabilă în comportamentul unui consumator, datorată efectelor experienței, care conduce la creșterea probabilității ca un act comportamental să fie repetat*”.

Credințele și atitudinile diferitelor categorii de public ajută marketerul să înțeleagă mai bine reacțiile și comportamentul consumatorului.

Credința este gândirea descriptivă pe care o persoană o are despre ceva, iar atitudinea este determinată de componenta cognitivă, afectivă și intențională.

Personalitatea și imaginea despre sine influențează mecanismul perceptual și motivațional al consumatorului deci, comportamentul acestuia.

Având în vedere toți acești factori implicați în comportamentul consumatorului, influența marketerilor pentru finalizarea procesului decizional de cumpărare poate fi hotărâtoare.

Comunicarea între firmă și client va trebuie operaționalizată corect de către specialiști și pe parcursul manifestării rezultatelor unui anume comportament de cumpărare.

Procesul decizional de cumpărare presupune parcurgerea a cinci etape convenționale:

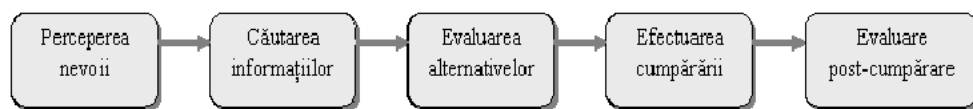


Fig 1. Etapele procesului decizional de cumpărare²

O dată cu finalizarea procesului decizional specific actului de consum, clientul este sensibil oricărui efort de comunicare legat de satisfacția așteptată, în special în cazul în care produsul sau serviciul în cauză a atins un nivel minim al acesteia.

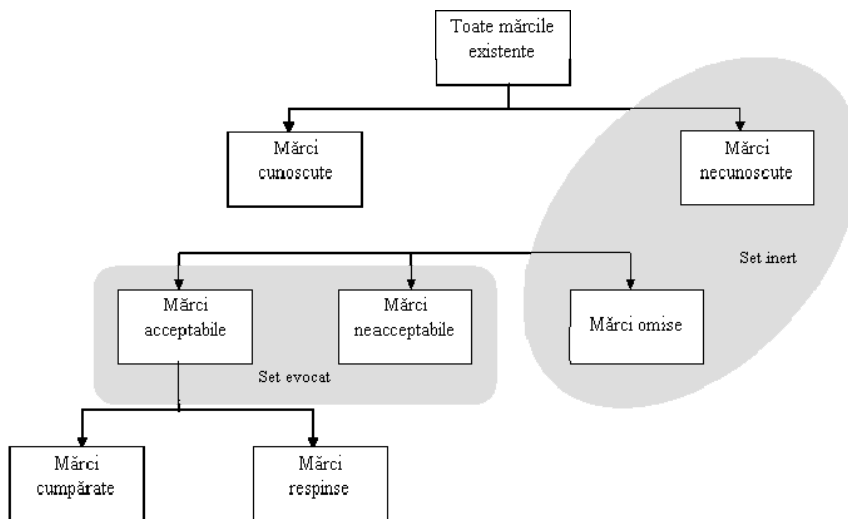


Fig 2. Selectarea mărcilor în procesul de cumpărare³

² Cătoiu Iacob, Teodorescu Nicolae, *Comportamentul consumatorului*, Editura Uranus, București 2003

³ Smith P. R., *Marketing communications – an integrated approach*, Kogan Page Limited, London, 1996

În acest moment clientul poate fi informat și convins în vederea unei cumpărări viitoare, deci poate fi continuat la un alt nivel procesul de fidelizare.

Dacă, prin caracteristicile lor, produsul sau serviciul susțin în mod real valorile și imaginea mărcii în cauză, aceasta va fi preferată înaintea altora în procesul de selecție a mărcilor. (vezi fig. 2)

Cunoașterea și, în special, dezvoltarea capacității de previzionare a comportamentului consumatorului, reprezintă pentru firmă un avantaj competitiv mult mai substanțial în procesul de impunere a unei mărci pe piață, comparativ cu alte avantaje temporare date de conjuncturi favorabile ale mediului său extern.

Această activitate, privită în tandem cu cea de fundamentare a întregului proces complex de comunicare a firmei, fundamentare care pornește de la însăși informațiile oferite de cunoașterea profilului consumatorilor poate fi privită ca fiind însăși rațiunea de a fi a oricăror demersuri de marketing ale firmei moderne.

BIBLIOGRAFIE

Cătoiu Iacob, Teodorescu Nicolae, *Comportamentul consumatorului*, Editura Uranus, București, 2003

Becker David O., *Gambling on Customers*, în „The McKinsey Quarterly”, February 01, 2003

Kotler Philip - *Marketing Management Millenium Edition*, Compilation Copyright © 2002 by Pearson Custom Publishing.

Kahn Barbara, *That Elusive Customer Loyalty* în „Financial Times’ Mastering Management”, 9 Oct., 2000

Popescu Ioana Cecilia, *Comunicare în marketing*, Editura Uranus, București 2003

Smith P. R., *Marketing communications – an integrated approach*, Kogan Page Limited, London, 1996

Wilkie L. William, *Consumer Behaviour*, John Wiley & Sons, New York, 1990

II. EVOLUȚII ACTUALE ALE ECONOMIEI ROMÂNEȘTI

EVOLUȚIA INDUSTRIEI CONSTRUCȚIILOR DE MAȘINI ÎN ROMÂNIA ȘI PE PLAN MONDIAL

Aurelian A. BONDREA

Conf. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Manuela EPURE

Conf. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Sectorul industriei construcțiilor de mașini în Uniunea Europeană înregistrează un nivel al producției de cca 214 miliarde de Euro și ocupă 2,1 milioane de persoane. Principalele ramuri ale acestui sector sunt, conform clasificării EUROSTAT: construcții metalice și produse din metal, mașini și echipamente, mașini electrice și echipamente electronice, mecanică fină, optică și ceasuri, mijloace de transport. Pe ansamblu, acest sector înregistrează o balanță comercială activă, principalii parteneri ai UE fiind Statele Unite și Japonia.

În România, industria prelucrătoare deține ponderi de peste 81% din volumul valoric total al producției și consumului intermediar și peste 82% în volumul valorii adăugate brute din întreaga industrie. Principalii indicatori care caracterizează evoluția acestor sectoare, după 1990, confirmă mersul ezitant al industriilor componente, care încă își caută locul în economia românească.

CUVINTE CHEIE: **valoare adăugată brută, productivitatea muncii, balanță comercială**

Abstract

Machine Engineering Development in Romania and Worldwide

In the European Union, the machine engineering industry has a production level of around 214 billion Euros, employing 2.1 million people. According to the EUROSTAT classification, the main branches of this sector are: metal building and metal products, machines and equipment, electric machines and electronic equipment, precision mechanics, optics and watch production, means of transportation. On the whole, this sector presents an active trade balance, the main partners of the EU being the USA and Japan.

In Romania, the processing industry covers over 81% of the total value of production and of the intermediary consumption and over 82% of the gross added value in the entire industry.

The main indicators characterizing the evolution of this sectors after 1990 reinforce the hesitating evolution of the branch industries, still searching for their place in the Romanian economy.

KEY WORDS: **gross added value, labour productivity, trade balance**

1. Tendințe majore în industria constructoare de mașini în Uniunea Europeană

1.1. Sectorul construcții metalice și produse din metal

Sectorul fabricației de produse din metal include construcții metalice, rezervoare, cisterne și containere metalice, generatoare de aburi, produse metalice obținute prin deformare plastică și metalurgia pulberilor, unelte și articole de fierărie, alte produse prelucrate din metal.

Acest sector deține o pondere de aproape 6% din valoarea producției totale a industriei prelucrătoare a UE, cu un nivel de producție de circa 214 miliarde euro și ocupă 2,1 milioane persoane. Principala țară producătoare este Germania, care asigură aproape 30% din valoarea totală a producției ramurii la nivelul UE. În cadrul UE, Luxemburg înregistrează un grad de specializare a producției de 200%, iar Austria de 150%.

Produsele din metal sunt în cea mai mare parte bunuri de investiții și produse intermediare utilizate de o serie întreagă de industrii din aval (în principal industria autovehiculelor și a echipamentelor mecanice și în mai mică măsură industriile energetică, chimică, siderurgică și metalurgică, fabricanți de aparatură electrocasnică, electronică, mijloace de transport. Evoluția cererii pentru produsele fabricate de acest sector de activitate urmează în mare măsură fazele ciclului economic general; totuși fabricația de produse din metal destinate industriei grele este influențată de fluctuațiile pronunțate ale investițiilor din industriile din aval. Sectorul este confruntat cu concurența crescândă a altor materiale (materiale plastice, materiale composite) care determină scăderea prețurilor la producător, în special pe piața produselor standard.

În acest sector activează în principal întreprinderi mici și mijlocii, care s-au adaptat la competiția crescândă de pe piață, prin raționalizarea procesului de producție, cooperare și fuziuni sau specializare pe segmente de piață cu volum mic. Activitățile de cooperare și fuziune cu alte firme au asigurat capital pentru efectuarea de investiții în capacități de producție eficiente destinate piețelor de volum mai mare, dar și capital pentru cercetare-dezvoltare, activitate esențială pentru păstrarea competitivității pe termen lung. Specializarea pe nișe de piață include oferirea de soluții la cereri specifice ale clienților și acordarea de servicii post-vânzare.

La nivel mondial, industria construcțiilor metalice și a produselor din metal se caracterizează prin existența unui surplus de capacități de producție și prin creșterea concurenței, provenind în special din partea țărilor din Extremul Orient și din țările est-europene.

Firmele producătoare din UE au delocalizat o parte din capacitățile de producție pentru produse de volum mare, transferându-le în țările cu salarii scăzute. Ele și-au păstrat competitivitatea, deținând avantajul know-how-ului tehnic de care dispun și al calității înalte a produselor.

Evoluția pe termen lung indică un trend în general ascendent în activitatea acestui sector în UE, întrerupt în perioada de recesiune din 1992-1994, pe ansamblul intervalului, producția a crescut cu 60%, valoarea adăugată cu peste 50%, iar forța de muncă ocupată cu numai 2-3%. Deși pe ansamblul sectorului, producția a urmat evoluția ciclului economic general, în interiorul lui s-au înregistrat unele tendințe divergente: unele industrii, cum este fabricația de ambalaje ușoare din metal, au fost mai puțin afectate de fluctuațiile economice comparativ cu industria structurilor metalice, de exemplu, care depinde de situația din ramura construcțiilor, fabricația de unelte manuale a înregistrat la rândul ei o cerere în scădere ca efect al creșterii pieței uneltelor electrice.

Valoarea producției pe salariat a crescut cu 50% în 1998 față de 1988, trend similar celui înregistrat în SUA și Japonia; ca nivel acest indicator este cu 20% mai scăzut ca în SUA și cu aproape 60% mai scăzut ca în Japonia.

Importurile din afara UE au crescut în intervalul analizat cu 170%, gradul de penetrare a importurilor ajungând la 6,7%. Principalele destinații pentru exporturile UE sunt: SUA 14%, Elveția 8%, Polonia 6%, Norvegia 6%, Cehia 4%, restul lumii 62%.

Principalele surse de import sunt SUA 18%, Elveția 14%, China 13%, Taiwan 8%, Cehia 8%, restul lumii 39%.

1.2. Mașini și echipamente

Industria de mașini și echipamente produce o gamă largă de produse: echipamente pentru producerea și utilizarea energiei mecanice, mașini de utilizare generală (cuptoare industriale, arzătoare, ventilatoare etc.) mașini agricole și forestiere, mașini-unelte, alte mașini de utilizare specifică) pentru minerit, construcții, metalurgie, industrie alimentară, textilă, a hârtiei etc.), armament și muniție, mașini și aparate de uz casnic, toate cuprinse în diviziunea 29 CAEN.

Fabricația de mașini și echipamente are o tradiție îndelungată și continuă să joace un rol important în majoritatea țărilor industrializate, dat fiind faptul că mașinile și echipamentele industriale reprezintă mijloace de producție necesare pentru aproape toate sectoarele industriei prelucrătoare.

Mașinile și echipamentele industriale alcătuiesc 90% din totalul producției de mașini și echipamente a Uniunii Europene (restul de 10% constând din aparatura electrocasnică, arme și muniții) și reprezintă 9% din totalul producției industriei prelucrătoare a UE. Sectorul de mașini și echipamente în ansamblul său deține o pondere de circa 10% din valoarea producției industriei prelucrătoare a Uniunii Europene. Cel mai mare producător European este Germania, cu o valoare totală a producției de 2,4 ori mai mare decât cea a Italiei și de 3,6 ori mai mare decât a Marii Britanii și Franței. Industria germană se bazează în mare măsură pe cererea externă (în special în anii de recesiune economică). Țările scandinave înregistrează un grad înalt de specializare sectorială.

Activitatea ramurii depinde într-o proporție însemnată de fluctuațiile cererii, ca și de disponibilitatea față de investiții manifestată de industriile din aval care achiziționează bunuri de investiții. Vânzările de mașini și echipamente sunt stimulate de nevoia de modernizare a proceselor de producție (în scopul reducerii costurilor), importanța crescândă a tehnologiei informatice (producția asistată pe calculator) și modificările intervenite în legislație (de exemplu cerințele crescânde de protecție a muncii).

Nivelul cunoștințelor tehnologice acumulate în cadrul industriilor respective în UE reprezintă o veritabilă arieră pentru intrarea concurenților străini. Cu toate acestea, pe piețele mature se înregistrează o concurență sporită, iar ca răspuns, producătorii de mașini și echipamente din UE au pus în aplicare programe de raționalizare a producției în scopul reducerii costurilor de fabricație, în principal prin introducerea sau extinderea automatizării proceselor de fabricație. Ca urmare, în perioada 1994-1998, numărul de persoane angajate raportat la o valoare a producției de un milion de ECU s-a redus în toate statele membre (în Marea Britanie, de exemplu, acest indicator s-a redus cu 4 persoane, intensitatea muncii s-a redus la 7,3 persoane angajate la o producție de 1 milion de euro în Germania și 6,7 în Franța). Unele firme producătoare de mașini și echipamente și-au transferat capacitățile de producție în Europa de est, urmărind în majoritatea cazurilor să beneficieze de avantajul costurilor mai reduse ale forței de muncă.

Schimbările externe ale UE cu mașini și echipamente sunt intense, cu o rată de export de peste 50% și un grad de penetrare a importurilor de peste 30%. Dat fiind faptul că multe produse ale ramurii sunt specializate, firmele producătoare de mașini și echipamente operează adesea pe o piață globală, în care nici firmele mici nu pot să se limiteze la propria lor piață regională.

Principalele două țări producătoare de mașini și echipamente din cadrul UE – Germania și Italia – înregistrează niveluri înalte ale gradului de specializare la export. Evoluția comerțului exterior cu produsele ramurii a reflectat atât impactul modificărilor de competitivitate asupra performanței exportului, cât și variațiile înregistrate de ciclul

economic în întreaga lume. Japonia și SUA au înregistrat, de asemenea, exporturi mai mari decât importurile, dar excedentul comercial la Japoniei a crescut în principal în perioada 1992-1995, când excedentul SUA s-a redus, pentru ca în 1997 să crească spectaculos.

1.3. *Mașini electrice și echipamente electronice*

Acest sector acoperă produsele industriei de mijloace ale tehnicii de calcul și de birou ale industriei de mașini și aparate electrice (motoare generatoare și transformatoare electrice, aparate pentru distribuție și comandă electrică, fire și cabluri, acumulatori, baterii și pile electrice, lămpi electrice și echipamente de iluminat, alte aparate și mașini electrice, și ale industriei de echipamente, aparate de radio, televiziune și comunicații.

Aceste produse reprezintă aproximativ o zecime din producția anuală totală a industriei prelucrătoare a UE, pondere comparabilă cu cea a industriei de alimente, băuturi, tutun sau a industriei echipamentelor de transport. De asemenea, trebuie menționată importanța ei strategică de neignorat: o serie de activități industriale din această ramură stau la baza dezvoltării societății informatice. Industriile respective produc echipamente (hard) care permit transmiterea și prelucrarea informației, precum și produsele intermediare (componente electronice, cabluri și fire) și, de asemenea, produsele de utilizare finală (calculatoare, terminale de comunicații, aparatură electrică și electronică pentru public).

Principalele zece firme europene producătoare de echipamente electrice și electronice sunt: „Siemens”- Germania, „PhilipsElectronic”- Olanda, „Alcatel-Alsthom”- Franța, „Ericsson”- Suedia, „Electrolux”- Suedia, „AEG”- Germania etc.

Productivitatea ramurii s-a îmbunătățit substanțial în anii '90 ca efect al scăderii continue a numărului de angajați concomitent și creșterea continuă a volumului producției. Între 1993-1998 s-au înregistrat creșteri ale productivității de 8% pe an în Irlanda și Marea Britanie, peste 6% în Suedia și Finlanda.

Cel mai mare producător de echipamente electrice și electronice din lume este SUA, cu o valoare a producției de ordinul a 500 miliarde euro, reprezentând aproximativ 39% din totalul pieței.

Cererea de echipamente și aparatură electrică și electronică măsurată prin consumul aparent, este dominată de SUA (47% din total), urmată de Japonia (30%) și Uniunea Europeană situându-se pe ultimul loc, cu o pondere de numai 23% din același total. Structura cererii reflectă structura producției, dar cu o variație mai mare. Mai mult de jumătate din consumul aparent de tehnică de calcul înregistrat în cadrul pieței se înregistrează în SUA, Uniunea Europeană deținând 26% și fiind urmată de Japonia cu 22%. Pentru aparate și mașini electrice, principala piață este UE, cu o pondere de 40% din total, fiind urmată de SUA (35%) și de Japonia (25%).

Analiza schimburilor comerciale externe ale UE cu produsele menționate evidențiază o creștere de aproape trei ori a exporturilor extra UE în perioada 1989-1999. Soldul balanței comerciale s-a menținut negativ, importurile din țările nemembre ajungând la peste 130 miliarde euro. În cadrul ramurii, Irlanda se detașează ca țara cu cea mai mare orientare spre export, cu o rată de specializare depășind de peste două ori media pe ansamblu UE (235%). Alte țări cu orientare clară spre export sunt Finlanda (150%), Marea Britanie (145%) și Suedia (132%).

1.4. *Mecanica fină, optică și ceasuri*

Acest segment industrial cuprinde industria de aparatură și instrumente medicale de precizie, optice și ceasuri, respectiv producția de aparatură și instrumente medicale, aparatură și instrumente de măsură, verificare și control, echipamente de măsură, reglare și control pentru procesele industriile, aparatură și instrumente optice și fotografice și ceasuri.

Factorii care influențează producția și cererea diferă de la o industrie la alta, îngreunând o analiză la nivelul întregului grup de industrii care intră în această categorie de produse.

Aceste produse dețin aproape 2% din valoarea totală a producției industriei prelucrătoare a Uniunii Europene, pondere comparabilă cu cea înregistrată în Japonia, dar inferioară celei înregistrate în SUA (3,4%).

Din punct de vedere al volumului de forță de muncă ocupată în cadrul ramurii, SUA se situează în fruntea clasamentului, cu circa 750.000 persoane, echivalând cu aproape 47% din totalul pieței. Uniunea Europeană concentrează peste 38%, iar Japonia numai 15% din același total.

1.5. *Mijloace de transport*

În această categorie sunt incluse: industria mijloacelor de transport rutier (autovehicule, caroserii, remorci, semiremorci, piese, accesorii și motoare), industria altor mijloace de transport (construcții și reparații de nave, material rulant de cale ferată, aeronave, producția de motociclete, biciclete și alte mijloace de transport).

Industria producătoare de mijloace de transport joacă un rol considerabil în cadrul economiei Uniunii Europene. Această ramură produce circa 11% din producția totală a industriei prelucrătoare pe ansamblul UE, situându-se – la mică diferență – înaintea industriei chimice și după industria producătoare de alimente, băuturi și tutun. Ea este din multe puncte de vedere o ramură vitală pentru întreaga activitate economică: asigurarea unui transport eficient este esențială pentru buna desfășurare a fluxurilor economice, expansiunea considerabilă a comerțului internațional este în mare măsură rezultatul dezvoltării unui sistem modern și rapid de transport, comunicații și canale de distribuție.

În cadrul ramurii de departe cea mai importantă este industria auto, care asigură peste trei sferturi din valoarea producției întregii industrii și jumătate din valoarea adăugată totală, la aceasta din urmă adăugându-se contribuția industriei de componente și accesorii auto, de o cincime din total, urmată de industria de aeronave, cu 14% din valoarea adăugată totală la nivelul întregii industrii producătoare de mijloace de transport a Uniunii Europene.

De-a lungul timpului, industria mijloacelor de transport, și, în primul rând construcția de autovehicule, a înregistrat ritmuri înalte de creștere. În perioada 1985-1992, valoarea producției a crescut cu peste 60% în termeni nominali, iar valoarea adăugată cu 40%, în condițiile în care numărul de angajați s-a menținut neschimbat. Anul 1993 a fost marcat de un declin pronunțat, multe țări înregistrând pentru toți indicatorii cele mai slabe cifre anuale din întreaga perioadă postbelică. Volumul valoric al producției și valoarea adăugată au scăzut cu 11% în termeni reali, iar numărul de angajați cu circa 8%. Însă, în următorii ani, valoarea producției și valoarea au crescut cu circa 30% în termeni reali, ceea ce reprezintă o tendință clară de redresare.

Industria producătoare de mijloace de transport este confruntată cu niveluri peste medie a salariilor medii orare, acestea fiind în medie cu 15-20% mai mari decât salariile medii orare tipice pentru industria prelucrătoare. Cele mai înalte niveluri se înregistrează în Germania de Vest și Belgia, acestea fiind cu 20% și respectiv 14% peste media pe industria prelucrătoare din țările respective. Cel mai scăzut salariu mediu orar se înregistrează în Portugalia, deși se constată că și acesta este cu 50% mai mare decât costurile înregistrate de întreprinderile de talie medie din industria prelucrătoare a Portugaliei.

În ceea ce privește cota de piață, industria mijloacelor de transport din UE și-a sporit ponderea de la 31% din producția totală în 1985 la 37% în 1988, și la 40% în 1999, în timp ce SUA și-a diminuat ponderea cu 5 procente, iar ponderea Japoniei s-a menținut stabilă la 25%. Uniunea Europeană deține o pondere de 36% în cererea totală de mijloace de transport, pondere în ușoară scădere în cursul anilor '90, reflectând o creștere mult mai puternică a cererii pe piața SUA comparativ cu cea înregistrată pe piața europeană.

Pe ansamblu, industria mijloacelor de transport a UE înregistrează o balanță comercială activă. În perioada 1988-1998, exporturile UE au depășit importurile cu o medie de 60% (cea mai mică creștere a fost de 30% în anul 1991, iar cea mai mare de 90% în 1995). Principalii parteneri comerciali ai UE sunt Statele Unite și Japonia. În ultimii ani se observă totuși, un nivel crescând al penetrării pieței UE de către exporturile efectuate de producătorii din Coreea de Sud și Europa de Est (regiune în care o serie de producători vest-europeni de autovehicule, fie au construit uzine proprii, fie au achiziționat firmele producătoare existente pe plan local).

2. Direcții și orientări pentru procesul de ajustare sectorială în vederea integrării României în Uniunea Europeană

În România, industria prelucrătoare în ansamblu deține ponderi de peste 81% în volumul valoric total al producției și al consumului intermediar și de peste 82% în volumul valorii adăugate brute din întreaga industrie. Industria prelucrătoare reprezintă activitatea economică cu cea mai mare pondere – peste 20% – a valorii adăugate brute în produsul intern brut. În ceea ce privește forța de muncă ocupată în cadrul ramurii, aceasta s-a caracterizat printr-o tendință generală de scădere, mai accentuată decât cea înregistrată pe ansamblul industriei, ceea ce s-a reflectat în diminuarea ponderii deținute în forța de muncă totală ocupată în industrie cu aproape 4 puncte procentuale (de la 24,53% în 1994 la 20,59% în 1999, continuând să scadă la 18,79% în 2001).

Industria construcțiilor de mașini, electrotehnică și electronică reprezintă sectoare importante ale industriei prelucrătoare românești. De peste un deceniu, acestea trec printr-un proces anevoios de transformări, reflectând atât unele carențe ce țin de insuficiența voinței politice și lipsa de claritate a unui concept de reformă și restructurare a activităților componente, cât și anumite inerții în comportamentul agenților economici, determinate de capacitatea lor financiară și managerială scăzută, care îngreunează procesul adaptării acestora la noile cerințe ale mediului de afaceri, extrem de dinamic și în consecință foarte solicitant.¹

¹ „Conjunctura economiei mondiale” – anul 2000, p. 121-122

Principalii indicatori care caracterizează evoluția acestor sectoare în anii '90 confirmă mersul ezitant al industriilor componente, care își caută încă locul în economia românească și în economia europeană și mondială.

1. Construcțiile metalice și produse din metal. Fabricația de construcții metalice și produse din metal deține o pondere de 3,5% din valoarea producției totale a industriei prelucrătoare a României, în scădere față de 1994 (4,3%) și inferioară nivelului de aproape 6% înregistrat în Uniunea Europeană. Producția acestui sector de activitate s-a majorat, în expresie valorică, în prețuri curente de 5,1 ori în intervalul 1994-1998, dar ponderea deținută în industria prelucrătoare s-a diminuat de la 4,3% la 3,5%.

Sectorul contribuie la exportul de produse al întregii industrii prelucrătoare cu o pondere de 2,2% (totalul pentru ramura prelucrării metalelor și fabricația de mașini, echipamente, aparatură și mijloace de transport fiind de 187,3%).

Având în vedere faptul că produsele din metal și construcțiile metalice sunt în cea mai mare parte bunuri de investiții și produse intermediare utilizate de o serie întreagă de industrii din aval (în principal industria autovehiculelor și a echipamentelor mecanice, dar și industriile energetică, chimică, siderurgică și metalurgică, fabricația de aparatură electrocasnică și electronică) acest sector este important pentru economia unei țări, justificând creșterea eficienței sectorului, modernizarea producției și a produselor, inclusiv prin acțiuni de cooperare și investiții străine directe, în consens cu tendințele pieței mondiale a produselor analizate.

2. Mașini și echipamente. Acest sector deține o pondere de circa 5% în volumul valoric al producției totale a industriei prelucrătoare a României, comparativ cu circa 10% în Uniunea Europeană.

Producția sectorului s-a majorat în perioada 1994-2000 de 4,2 ori în expresie valorică, în prețuri curente, dar ponderea sa în industria prelucrătoare s-a diminuat de la 7,31% la 4,95%.

Din totalul întreprinderilor care au avut activitate de cercetare-dezvoltare dețineau o pondere de 26-27%, iar întreprinderile la care valoarea produselor noi și îmbunătățite dețineau peste 10% din cifra de afaceri – 9,6-11,7% sau peste 10% din exportul realizat 10,8-8,5%.

Sectorul de mașini și echipamente deține o pondere de peste 6% în exportul de produse ale industriei prelucrătoare românești situându-se din acest punct de vedere pe primul loc între industriile analizate.

Pe plan mondial, fabricația de mașini și echipamente continuă să joace un rol important în majoritatea țărilor dezvoltate, acest sector furnizând mijloace de producție necesare pentru aproape toate sectoarele industriei prelucrătoare. Deși nu reprezintă un sector tipic de creștere al economiei, el oferă totuși potențial pentru inovație. Pe parcursul ultimului deceniu, producătorii au fost nevoiți să-și modernizeze produsele, valorificând avantajele dezvoltării și extinderii tehnologiei informatice.

Un segment important al sectorului îl reprezintă fabricația de mașini și aparate de uz casnic. Producția de frigidere cunoaște un proces de modernizare care i-a permis recâștigarea unei părți importante din piața internă (circa 40-45%), ca și sporirea ofertei la export. Acest subsector continuă, însă, să fie confruntat cu o puternică concurență, atât din partea firmelor occidentale de renume, cât și din partea furnizorilor asiatici, care au penetrat întreaga piață europeană (caracterizată printr-un grad înalt de saturare) cu produse de calitate bună și în general mai ieftine – ceea ce impune focalizarea în continuare a atenției producătorilor români pe îmbunătățirea parametrilor tehnico-calitativi ai produselor și creșterea eficienței producției. Piața mondială a

electrocasnicelor în general, cunoaște o intensificare a procesului de concentrare a producției, prin numeroase fuziuni, achiziții și alianțe strategice de firme, într-un efort general de raționalizare a producției și de adaptare continuă a produselor la modificările intervenite în preferințele cumpărătorilor, în scopul asigurării menținerii și al sporirii prezenței pe piață. În acest context producția românească de alte produse electrocasnice (mașini de spălat, aspiratoare, aparatură mărunță), în general mai puțin competitive, trebuie să-și găsească o cale rapidă de restructurare și eficientizare, în consens cu exigențele economiei de piață.

3. Mijloace ale tehnicii de calcul și de birou

Acest subsector este slab reprezentat în țara noastră, deși este un sector de vârf pe plan mondial, asigurând avantaje competitive considerabile și un avans de necontestat țărilor producătoare. Cu toate că s-a majorat de 14 ori în perioada 1994-2000, dată fiind baza de pornire extrem de joasă, producția românească de mijloace ale tehnicii de calcul și de birou se menține la un nivel foarte scăzut, deținând o pondere mai mult decât modestă în totalul producției industriei prelucrătoare a țării 0,64% și constă în principal din activitate de asamblare. Numărul persoanelor ocupate în această activitate a scăzut de la 3 mii persoane în anii 1994-1998 la 2 mii persoane în 1998-2000, jumătate dintre acestea lucrând în unități aflate în proprietate majoritară privată.

4. Mașini și aparate electrice

Acest sector și-a majorat valoarea producției de 7,7 ori în perioada 1994-2000, precum și ponderea în valoarea totală a producției industriei prelucrătoare a țării de la 1,9% la 2,4%.

Și în acest sector industrial, forța de muncă ocupată a manifestat o tendință continuă de scădere, numărând numai 50 mii de persoane din care 40 mii muncitori, sectorul situându-se din acest punct de vedere pe primul loc în cadrul industriilor analizate, înaintea construcțiilor metalice și depășind media pe industria prelucrătoare (67,3%) și media pe întreaga industrie (57,1%).

5. Echipamente și aparate de radio, televiziune și comunicații

Producția sectorului s-a majorat de peste 4,7 ori în 1994-2000, dar ponderea acesteia în producția totală a industriei prelucrătoare s-a diminuat în același interval de la 1,78% la 1,36%.

În România producția de televizoare se bazează în principal pe activitate de asamblare a seturilor furnizate de firme străine mari producătoare în domeniu și este puternic concurată de importul de produse finite noi și second-hand, acestea din urmă acoperind o proporție relativ importantă a cererii populației, date fiind prețurile mai accesibile în condițiile unei puteri de cumpărare reduse. Prin urmare, orientarea acestei industrii trebuie să țină seama de posibilitățile de a se încadra rapid în tendințele pieței mondiale, având în vedere că gradul de saturare este ridicat și în creștere atât pe piața internă, cât și pe piața europeană și alte piețe, precum și faptul că acest sector este dominat de firme care au obținut de-a lungul timpului rezultate remarcabile în dezvoltarea produsului și care continuă să investească în acest sens un efort de cercetare-dezvoltare important.

6. Mijloace de transport rutier

Cu o pondere de 4% în totalul producției industriei prelucrătoare românești, acest sector se situează pe locul doi între grupele de industrii analizate, după mașini și echipamente. Mijloacele de transport rutier împreună cu grupa de alte mijloace de transport însumează 6% din producția industriei prelucrătoare românești, față de 11% în Uniunea Europeană.

În perioada analizată, producția de mijloace de transport rutier s-a majorat de aproape 7,4 ori (în prețuri curente), ritm comparabil cu cel înregistrat în industria de mașini și echipamente (7,7 ori) și în industria de alte mijloace de transport (7,3 ori) și depășit numai de industria de mijloace ale tehnicii de calcul (13,9 ori). Ponderea sectorului în producția industriei prelucrătoare românești a crescut în anii 1994-2000 de la 3,4% la 4,0%.

Sectorul deține o poziție favorabilă din punct de vedere al ponderii deținute de întreprinderile cu activitate de cercetare-dezvoltare în numărul total de întreprinderi: 31,3% în 1998 și 32,2% în 2000, comparativ cu 10% pe ansamblu industriei prelucrătoare, ca și din punct de vedere al numărului de întreprinderi care au lansat în fabricație produse noi și modernizate și care au aplicat în producție tehnologii noi și modernizate (20 din 271 pe ansamblul industriei prelucrătoare).

Ponderea sectorului la export este relativ scăzută, oscilând în ultimii ani în jurul cifrei de 2% din exportul industriei prelucrătoare (comparativ cu o pondere în producție de 4%).

Sectorul se află în plin proces de privatizare și restructurare, producția de automobile de oraș este privatizată în totalitate (firmele Renault și Daewoo), producția de autoturisme de teren continuă să fie în proprietate de stat, necesitând o urgentare a procesului de privatizare și, respectiv, de asociere cu un investitor bine poziționat pe piața produsului; fabricația de camioane se bazează pe licența MAN, modernizată cu forțe proprii și cunoaște un proces de aliniere la standardele internaționale, fabricația de autobuze se realizează în cooperare cu firme de prestigiu (caroseul De Simon și producătorul de motoare MAN-Voight).

Concluzie

Industriile analizate reprezintă o componentă majoră a procesului de ajustare sectorială a industriei românești în perspectiva integrării în Uniunea Europeană, relansarea ansamblului acestor industrii impunându-se ca obiectiv vital al strategiei de dezvoltare economică a României.

Atingerea acestui obiectiv impune o abordare realistă și constructivă în planul politicii industriale adoptate de guvern, cât și în planul politicilor de producție și comercializare la nivelul societăților producătoare. Acestea din urmă au un rol foarte important în punerea în aplicare a unor măsuri concrete de modernizare a produselor, de realizare a acestora la parametri comparabili cu produsele realizate în țările Uniunii Europene, inclusiv prin atragerea de parteneri străini care pot asigura pachete importante de inputuri (capital, tehnologie, capacitate tehnică, profesională, managerială sporită, ca și acces la rețele de distribuție bine cotate pe piețele produselor respective), de îmbunătățire a formelor și tehnicilor de comercializare.

Produsele ramurii beneficiază de o cerere mare pe piața internă, putând asigura o parte însemnată din suportul tehnic al restructurării celorlalte sectoare ale economiei naționale și acoperirea în proporție crescândă a cererii interne de bunuri

de folosință îndelungată. Pe de altă parte, ramura poate și trebuie să-și majoreze contribuția la oferta de export a României, ca factor de creștere cantitativă și calitativă a potențialului economic național, produsele sale permițând un grad ridicat de valorificare a materiei prime și materialelor (de 6-7 ori).

Potențialul tehnic și uman, existent în anumite sectoare ale ramurii, tradiția și experiența dobândită în acest domeniu, oferă premisele necesare susținerii efortului de modernizare și relansare a acestui domeniu de activitate – vital pentru viitorul economic al țării, pentru poziționarea favorabilă a României în arhitectura economică mondială.

Redresarea industriei de profil, restructurarea și modernizarea acesteia – în cadrul unui proces mai amplu de redefinire a rolului ramurii și de reconfigurare în consens cu schimbările dinamice ce au loc în economia mondială și aspirațiile țării noastre și integrarea în UE – ar putea reprezenta un vector de seamă al relansării economiei naționale și al creării premiselor necesare integrării țării în structurile europene, în ansamblul economiei mondiale, o economie care se globalizează și în care cuvântul de ordine este *competitivitatea*.

Restructurarea ramurii necesită o abordare de ansamblu și sectorială, orientată către o mai bună poziționare a acestuia din punct de vedere al nivelului tehnologic și de competitivitate, în concordanță cu direcțiile strategice pe care le reclamă pregătirea structurii economico-productive a țării în vederea integrării în UE, a racordării la tendințele majore înregistrate în dezvoltarea ramurii pe plan mondial.

Produsele ramurii sunt solicitate atât pe piața internă, unde utilizatorii industriali și cei neindustriali manifestă o cerere sporită de produse, cât și pe piețele tradiționale de export, ca și pe alte piețe. Numai că acum, o dată cu deschiderea piețelor, concurența este foarte mare și problema principală este să te adaptezi la cerințele pieței, la termenele impuse și la prețuri uneori puțin convenabile pentru producătorul român.

Acțiunile de restructurare realizate până acum, în general lente și cu efecte pe măsură, s-au bazat în principal pe eforturi proprii, limitate de epuizarea resurselor de autofinanțare a operatorilor economici, care totodată s-au confruntat cu o concurență aprigă, din partea firmelor străine, inclusiv pe piața românească. De altfel, pentru numeroși producători autohtoni de aparatură, și, în general de mașini și utilaje, o cerință majoră o reprezintă recucerirea pieței interne, lucru posibil prin oferirea de produse competitive, la niveluri de preț și performanțe ridicate, și care ar permite în același timp revenirea pe piețe tradiționale de export și chiar pătrunderea pe noi piețe.

Politicile sectoriale promovate în cadrul ramurii trebuie să vizeze o serie de obiective cum sunt:

- reconfigurarea structurii sectoriale și de fabricație în consens cu cerințele de performanță economică și competitivă derivate din strategiile de consolidare a economiei de piață în România și de integrare a economiei românești în tendințele de dezvoltare regionale și mondiale, dar și cu nevoia de satisfacere a cererii interne în dinamica sa, și de sporire a volumului și eficienței exportului;
- selectarea și redimensionarea întreprinderilor, finalizarea procesului de privatizare, întărirea disciplinei legislative în domeniul concurenței;
- sporirea potențialului concurențial al firmelor românești pe calea alianțelor strategice și a structurilor de tip holding, în scopul adaptării industriei românești la tendințele de globalizare;
- valorificarea potențialului național de cercetare și racordarea crescândă a obiectivelor cercetării la noile cerințe ale integrării eforturilor de modernizare și dezvoltare a economiei românești în tendințele regionale și mondiale, stimulând totodată cooperarea cu parteneri din Uniunea Europeană;

- îmbunătățirea indicatorilor de performanță tehnico-constructivi și creșterea nivelului tehnic și calitativ al produselor la nivelul standardelor recunoscute în UE și în alte țări avansate ale lumii, inclusiv cu respectarea cerințelor de producție a mediului și economisire a resurselor, în vederea asigurării dezvoltării durabile, urmărindu-se reducerea progresivă până la eliminarea decalajelor ce ne despart de țările dezvoltate;

- intensificarea exportului de produse în cadrul ramurii, concomitent cu îmbunătățirea structurii pe produse prin sporirea ponderii produselor de nivel tehnic ridicat și al celor cu grad ridicat de prelucrare și valoare adăugată mare, urmărindu-se în principal poziționarea strategică a României pe piața UE, cât și expansiunea exportului pe piețele tradiționale sau alte piețe;

- sporirea contribuției ramurii la accelerarea procesului de informatizare a economiei românești, ca obiectiv major în cadrul politicilor de ajustare și modernizare structurală a economiei țării în ansamblul său.

În orice tentativă de reconfigurare a structurii industriale a economiei românești este necesar să se pornească de la nevoia de competitivitate, principalul criteriu practic de selectare a activităților economice în contextul globalizării. Un sector este viabil dacă se dovedește capabil să asigure creștere într-un mod deschis, concurențial. Prin urmare, în procesul actual de modernizare și dezvoltare a economiei românești, industria trebuie abordată selectiv, prin prisma segmentelor sale vitale, ca și a capacității sale de modernizare.

În legătură cu aceasta un rol important revine, cercetării științifice, capacității ei de a contribui la susținerea ramurii în cursa pentru competitivitate pe piețe globale.

Nevoia susținerii unei activități riguroase în domeniul cercetării științifice, fundamentale și aplicative, nu a fost niciodată mai mare ca în prezent, acest sector de activitate fiind chemat să ajute la depășirea decalajelor și la înscrierea cu sorți de izbândă a industriei românești în tendințele de dezvoltare care se manifestă pe plan regional și pe plan mondial, concomitent cu asigurarea unei dezvoltări durabile, bazată pe utilizarea eficientă și responsabilă a resurselor naturale și pe protecția mediului, pe crearea unui ambient prietenos pentru ființa umană, în dubla sa calitate, de creator și utilizator de produse.

BIBLIOGRAFIE

Davis, S., Lzons B. *Industrial Organisation in the European Union – Structure, Strategy and the Competitive Mechanism*, Oxford, 1996

Dunning, J.H., *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Workingham, 1994

*** *European Commission, Panoram of European Business*, 1999, EUROSTAT, THEME 4 – INDUSTRY, trade and services

Krugman P., *Rethinking international Trade*, MIT Press, Cambridge, MS, 1994

UNCTAD, *World Investment Report 2001, Promoting Linkages*, New York, Geneva, 2001

Institutul Național de Statistică, ANUARUL STATISTIC AL ROMÂNIEI, 2000

Institutul Național de Statistică, „Buletin statistic de industrie”, colecția 2000-2001

Institutul de Economie Mondială, „Conjunctura economiei mondiale”, 1997-2000

*** „Tribuna Economică”, colecția 2000-2001

*** „Adevărul economic”, colecția 2000-2001

PIAȚA PRODUSELOR: CAFEA, TUTUN, BĂUTURI FINE, CIOCOLATĂ

Manuela EPURE

Conf. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

În lume, producția anuală de cafea este de 90 de milioane de saci a 60 de kg fiecare. După petrol este cel mai tranzacționat produs, în industria de profil lucrând aproximativ 21 milioane de oameni. Piața mondială a cafelei se caracterizează printr-un potențial de export ridicat al țărilor producătoare (în principal Brazilia, ca principal furnizor mondial de cafea boabe, Columbia, Indonezia, Vietnam etc).

În dezvoltarea pieței românești de cafea, anul 1993 a fost un an decisiv, fiind marcat de apariția mai multor firme care, de-a lungul anilor, s-au impus în atenția consumatorilor: Elite International, Kraft Jacob Suchard, Nova Brasilia etc. Cei care au ales să facă afaceri cu cafea în România au prosperat extrem de rapid.

Asocierea în consum a cafelei cu tutunul este o caracteristică dominantă a obiceiurilor de consum ale românilor dar și ale oricăror altor consumatori din întreaga lume. Marii producători de țigări ai lumii și-au dezvoltat afaceri cu tutun și în România, însă piața tutunului în România a fost marcată în acești ani de numeroase scandaluri legate de contrabanda cu țigări, astfel că datele statistice oficiale privind consumul nu pot fi decât orientative, piața „gri” a tutunului nu poate fi decât „bănuită” ca amploare.

CUVINTE CHEIE: producția mondială de cafea (tutun, ciocolată), consum mediu de cafea (tutun, ciocolată), excedent de ofertă.

Abstract

Product Market: Coffee, Tobacco, Fine Drinks, Chocolate

In the world, the yearly coffee production is of 90 million sacks of 60 kilos each. Coffee is, after oil, the most commonly sold product; over 21 million people are employed in this industry. The world coffee market presents a high export potential of the producing countries (especially Brasil the main international supplier of unground coffee, Columbia, Indonesia, Viet-Nam etc)

In the development of the Romanian coffee market, 1993 was a decisive year. That year, several companies appeared which have become household names over the years: Elite International, Kraft Jacobs Suchard, Nova Brasilia etc. Those who chose to enter the coffee business in Romania have prospered very quickly.

Combining coffee and tobacco is a characteristic habit of the Romanians, but also of other consumers throughout the world. The important cigarette producers of the world have developed the tobacco business in Romania as well, but in the last years, the Romanian tobacco market has been affected by numerous scandals related to cigarette smuggling.

Thus, the official statistical data regarding consumption can only serve as an approximate indicator, since the size of the „grey” tobacco market can only be assumed.

KEY WORDS: world coffee (tobacco, chocolate) production, average coffee (tobacco, chocolate) consumption, excessive supply.

I. COORDONATELE PIEȚEI CAFELEI ȘI A BOABELOR DE CACAO

Anul 2001 s-a caracterizat printr-o scădere puternică a prețurilor cafelei, în special la sortul Arabica, ca urmare a majorării sensibile a producției mondiale. La Bursa din New York cotația medie din perioada 1999-2000 pentru cafeaua Arabica s-a situat la 2288,4 dolari/tonă, cu 28% sub media anului 1998. La Bursa din Londra, media cafelei Robusta a fost de 1477,7 dolari/tonă, marcând o scădere de 17,5% comparativ cu media anului 1998. Producția mondială de cafea, în 2000, a totalizat 6,41 milioane tone, depășind cu 11% nivelul sezonului precedent. Această creștere a constituit principalul factor ce a determinat evoluția descendentă a prețurilor.

Alți factori cu acțiune asupra pieței brute au mai fost:

- nivelul ridicat al disponibilităților de export în țările exportatoare și, în primul rând în Brazilia – principalul furnizor mondial;
- fluctuațiile prețurilor din lunile iulie-august, când, de regulă, planează riscul de îngheț pentru arborii de cafea cu efect asupra recoltei viitoare, dar care în 1999 și nici în 2000 nu s-a manifestat;
- nivelul ridicat și în creștere al stocurilor de cafea în SUA se situa la finele lunii octombrie 2002 la 163 mii tone;
- divergențele dintre țările producătoare și consumatoare de cafea cu privire la clauzele unui nou Acord Internațional al Cafelei, ultimul expirând în septembrie 1999. În final s-a decis prelungirea acordului cu încă doi ani, până în septembrie 2001.

În sezonul 200-2001 producția mondială de cafea s-a menținut la un nivel ridicat, și anume, 6,43 milioane tone. Pe sortimente evoluția producției a fost însă diferită: producția de cafea Arabica se diminuează cu 7% și se situează la 4,2 milioane tone din cauza scăderii recoltei braziliene. În schimb, a crescut producția de cafea Robusta cu circa 13% la nivelul de 2,22 milioane tone.

Recolta braziliană de cafea este bianuală, o recoltă mare fiind urmată de una mică. În 1999-2000, recolta acestei țări va fi de 1,60 milioane tone, cu 23% mai scăzut decât nivelul record de 2,08 milioane tone din sezonul anterior, fiind constituită din 1,34 milioane tone cafea Arabica și 246 mii tone cafea Robusta.

Columbia – al doilea producător mondial – va produce în sezonul 1999-2000, 762 mii tone de cafea, cu 10% mai mult față de sezonul precedent. Comitetul Național al Cafelei îi descurajează pe fermieri în extinderea suprafețelor cultivate, dar le acordă asistență tehnică pentru creșterea randamentului. Suprafețele cultivate din Columbia produc varietăți de cafea cu randament ridicat și rezistente la boli în proporție de 70%.

Vietnamul, aflat până acum pe locul patru în ierarhia producătorilor de cafea, va devansa în sezonul 2000-2001 Indonezia. Indonezia și Vietnamul sunt principalii producători de cafea Robusta. Se prognozează pentru 2002-2003 o producție de cafea record în Vietnam, la nivelul de 456 mii tone, comparativ cu 396 mii tone în sezonul anterior. Vietnamul face eforturi mari pentru extinderea plantațiilor de cafea, în special cu sortul Arabica. Programul guvernamental prevede extinderea până în 2010 a suprafețelor cultivate cu cafea Arabica cu circa 100 mii hectare pentru a se ajunge la o suprafață totală de 400 mii hectare și o producție de cafea de 600 mii tone. În prezent, circa 90% din producția vietnameză constă din sortul Robusta. Deși calitatea cafelei produsă în Vietnam s-a îmbunătățit, procesul de depozitare și prăjire a boabelor are încă unele deficiențe, fapt care face ca prețul acestei cafele să fie cu circa 200 dolari/tonă sub nivelul cotațiilor acestui produs la Bursa din Londra.

În mod tradițional, Indonezia se situa pe primul loc în rândul producătorilor de cafea Robusta și pe locul trei ca producție în general, pe plan mondial. Exportul mondial de cafea în sezonul analizat este estimat la 4,95 milioane tone, marcând o creștere de circa 1% față de sezonul precedent.

Pentru a stopa scăderea prețurilor cafelei pe piața internațională, asociația țărilor producătoare de cafea (ACPC) a stabilit în iulie 1999 cotele de export ale țărilor membre pentru următoarele două sezoane de comercializare.

Recolta record a Braziliei în sezonul 1998-1999, precum și devalorizarea monedei sale naționale au încurajat depășirea cotei de export stabilită de ACPC. Analistii de piață considera că dacă cele 16 țări exportatoare membre ACPC nu vor respecta cotele de export stabilite, în perioada următoare disponibilitățile de export estimate la 5,07 milioane tone vor depăși cu circa 290 mii tone nivelul consumului din țările importatoare; dacă însă aceste cote vor fi respectate, excedentul față de cererea de import se va reduce la circa 60 mii tone.

Până la anunțarea unei alte estimări privind recolta de cafea a Braziliei, piața mondială a cafelei va continua să se afle sub presiunea excedentului ofertei față de cerere și a nivelului depășirii cotelor de export convenite în cadrul ACPC, ceea ce se va reflecta pe termen scurt în menținerea prețurilor în jurul actualelor niveluri scăzute.

2. Consumul de cafea în România

Astăzi, în rândul consumatorilor înverșunați de cafea, nervozitatea atinge cote maxime. Nu din cauza abuzului, ci a imposibilității de a-și procura licoarea preferată, în pofida ofertei generoase, altădată de neconceput. Imediat după 1990, o mulțime de întreprinzători au sesizat oportunitatea unor afaceri cu cafea. Astfel, piața românească a devenit una foarte atractivă, dar și agitată, bogată în faulturi pe care și le provocau reciproc competitorii.

Tunurile se țineau lanț, iar profiturile veneau fără prea multă bătaie de cap. Pentru unii, acele vremuri se pierd în aburii unei cești de cafea, pentru ca, între timp, au fost nevoiți să părăsească piața. Cei care s-au încăpățânat să reziste au scos în luptă arme noi: sortimente inedite din punctul de vedere al gustului și al metodei de preparare, un alt design al produselor, o abordare specifică a consumatorului sofisticat, transmițându-i acestuia mesaje subtile prin intermediul reclamei. Un lucru foarte bine știut în Occident a început să fie evident și în România; într-un mediu concurențial, câștigă acela care înțelege cel mai bine piața și consumatorul¹.

Aceasta este și concluzia ce rezultă din cercetarea, realizată de GfK România, care a vizat consumul casnic de cafea naturală (boabe și măcinată). Studiul evidențiază faptul că, în primele șase luni ale acestui an, consumul a scăzut cu 9% față de aceeași perioadă a anului trecut.

Consumatorul român și-a schimbat în ultimul timp preferințele, el îndreptându-se tot mai mult către cafeaua măcinată, în detrimentul cafelei boabe. Astfel, dacă la începutul anului trecut, ponderea consumului casnic era de 60% în favoarea cafelei măcinate, acum ea a crescut la aproape 80%.

Conform studiului GfK, în perioada ianuarie-august a.c., românii au cumpărat 11.000 tone de cafea boabe sau măcinată, cantitate pe care au savurat-o în liniștea căminului. Cafeaua vărsată are o pondere importantă în preferințele consumatorilor, aceasta reprezentând 17% din volumul total. Dintre cei care nu pot renunța la drogul zilnic, 63% sunt orășeni.

¹ Revista „Capital”, colecția anului 2000, nr. 47.

Principalii producători sunt Elite, Kraft Jacobs Suchard și Nova Brasilia. Grație unei poziționări inspirate pe piață, Elite România, parte a companiei Elite Internațional BV, a reușit să-și devanseze competitorii, devenind producătorul și distribuitorul numărul 1 în țara noastră.

Marca Elite a ajuns să domine segmentul de piață reprezentat de cafeaua măcinată, numai printr-o singură variantă a gamei, respectiv, Elite Traditional, la 100 g, deținând 23%.

În ultimii opt ani, cafeaua Jacobs a fost prezentă sporadic pe piață, fiind importată din mai multe țări de către diverși comercianți. În Europa, această categorie de produse reprezintă o activitate de bază a companiei Kraft Jacobs Suchard. Sub conducerea lui John Hunter, director general la Kraft Jacobs Suchard România, s-au realizat mai multe studii de fezabilitate în vederea evaluării posibilității ca acest brand să fie produs pe plan local. Proiectele s-au dovedit însă a fi irealizabile, în principal, din cauza practicilor neregulate, constatate în efectuarea importurilor de cafea.

În acest an, societatea Supreme Imex din București a lansat pe piață gama Nova Brasilia Classic, care cuprinde sortimente destinate celor trei moduri de preparare: la ibric, filtru și espresso.

În primele patru luni ale acestui an, consumul casnic de cafea vărsată a crescut cu 12% față de 2001. De câțiva ani vânzările de produse alimentare vrac (vărsate) cresc în continuu, în defavoarea brandurilor. Piața cafelei se înscrie foarte bine în această tendință.

În timp ce piața de cafea instant scade, cea a cafelei prăjite (măcinată și boabe) crește, datorită vânzărilor de cafea vărsată. Această tendință a devenit evidentă la sfârșitul anului 2000 și, mai ales, la începutul anului 2001, când cantitatea de cafea prăjită vrac „no branded” a început să crească, în detrimentul celei cu nume.

Dezvoltarea acestui subsegment de piață va continua și în anul 2002, consumul casnic de cafea vărsată ajungând deja la 45%, în perioada ianuarie-aprilie a.c., față de 33% în 2001, afirma Andi Dumitrescu, director cercetare la GfK România – Institut de Cercetare de Piață.

Comercianții de origine arabă au sesizat din vreme nișa de piață reprezentată de populația cu venituri mici din România. Pentru a veni în întâmpinarea acesteia, și-au transferat din angourii sacii cu cafea și mașinile de rășnit profesionale și le-au amplasat în chioșcurile, piețele, chiar în supermarketuri. Impulsul de a cumpăra al trecătorului este foarte puternic, datorită mirosului îmbietor care-l învâluie și prețul, incomparabil mai mic decât cel al cafelei preambalate, de marcă.

Uneori, prețul cafelei vărsate care se comercializează pe piața locală este mai scăzut decât cel al cafelei cotate la Bursă. Este astfel evident că cei care introduc în țară această marfă nu sunt preocupați de calitatea produsului, ci de câștiguri imediate.

Conștienți de noua orientare a pieței, cei câțiva producători de marcă prezenți în România, investesc în consolidarea poziției pe care o dețin și în promovarea unei oferte cât mai variate, astfel încât, diferitele segmente de consumatori să se poată orienta spre un produs de calitate, care să corespundă bugetului propriu.

Peste 60% din persoanele adulte din mediul urban au consumat cel puțin o dată cafea în ultima săptămână – reiese dintr-un studiu realizat de Compania Daedalus Consulting. Femeile au o slăbiciune mai mare decât bărbații pentru această licoare, ca de altfel și persoanele care au peste 31 de ani, comparativ cu cele între 18 și 30 de ani. Dintre tipurile de cafea prezente pe piață, cea naturală deține partea leului, fiind consumată de aproape trei sferturi din cei 850 de intervievați cuprinși în eșantion.

Analizând rezultatele cercetării din perspectiva categoriilor socio-profesionale și de vârstă, reies următoarele aspecte: cafeaua instant și cappuccino sunt mai degrabă pe placul tinerilor, în timp ce persoanele mai în vârstă sunt adeptele cafelei naturale; femeile beau mai mult cappuccino decât bărbații, iar persoanele cu studii superioare preferă, mai degrabă, cafeaua instant.

Frecvența cea mai mare de consum a cafelei naturale o întâlnim la femei, la persoanele de vârstă mijlocie (31-45 ani) și la cele cu venituri medii și mari. Acestea beau zilnic, în medie, aproape două cești, în timp ce consumatorii de cafea instant și cappuccino sunt ceva mai cumpătați, mulțumindu-se cu 1,4, respectiv 1,3 cești pe zi.

Cafeaua naturală se bea cu predilecție dimineața (93,4% din cazuri), mai ales de către persoanele care au peste 45 de ani. Consumul de cappuccino este relativ echilibrat de-a lungul zilei: 44,7% dimineața, 30,9% la prânz, 30,2% după-amiaza și 14,6% seara. Cafeaua instant ocupă din acest punct de vedere o poziție intermediară, cu un consum relativ ridicat dimineața (68,6%), dar semnificativ la prânz și după-amiaza.

Tabelul nr. 1

Piața cafelei în anul 2001
(ponderea consumului casnic, în volum, pe categorii)

Tipul cafelei	Ponderea (%)
Boabe	21
Măcinată	74
Instant	3
Cappuccino	2

La întrebarea: „În câte din zilele ultimei săptămâni ați băut următoarele tipuri de cafea?” subiecții intervievați au răspuns:

	Cafea naturală (%)	Cafea instant (%)	Cappuccino (%)
Într-o singură zi	3,3	11,7	269,8
În 2-3 zile	7,8	33,2	43,3
În 4-6 zile	8,6	19,4	6,6
Zilnic	80,3	35,3	22,4
Non răspuns	-	0,3	0,8

Publicitatea și piața cafelei în România

Producătorii încearcă să atragă tot mai mulți clienți printr-o reclamă agresivă. În ultimii trei ani, consumul de cafea a oscilat: în 1999 a scăzut față de anul anterior, însă în 2000 a crescut cu 1,5% față de 1998.

În lume, producția anuală de cafea este de 90 de milioane de saci a 60 de kg fiecare. După petrol este cel mai tranzacționat produs, în industria de profil lucrând aproximativ 21 milioane de oameni.

De altfel, este vorba de cea mai răspândită băutură de pe mapamond: se beau 400 de miliarde de cești de cafea anual în întreaga lume. În dezvoltarea pieței românești de cafea, 1993 a fost un an decisiv, fiind marcat de apariția mai multor firme care, de-a lungul anilor, s-au impus în atenția consumatorilor. Este vorba, în primul rând, de Elite

International, care a venit în România în acel an, deschizând o fabrică în 1995. Societatea Elite România a investit până în prezent circa zece milioane USD, achiziționând recent un echipament de prăjit cafea în valoare de 1,5 milioane USD.

Firma Nestle, cea care a inventat cafeaua solubilă și a cărei marcă Nescafe este lider mondial în segmentul instant, există pe piața românească din 1995.

Un alt brand, aflat în topul preferințelor consumatorilor de pretutindeni, este Jacobs, care aparține companiei Kraft Jacobs Suchard și care a intrat pe piața românească în 1994. Milioane de dolari investiți în reclamă. „În momentul de față, marii producători prezenți în România se află într-o luptă strânsă pentru câștigarea unor cote cât mai mari din piață”, remarcă Andi Dumitrescu, director de cercetare panel la GfK România, Institut de Cercetare de Piață.

Cel care are de câștigat de pe urma acestei competiții este consumatorul român, care va beneficia de cel puțin două avantaje: pe de o parte, creșterea calității cafelei, iar pe de altă parte, scăderea prețului care, în prezent, are unul dintre cele mai ridicate niveluri din Europa Centrală și de Est. Un alt rezultat al acestei competiții este faptul că asistăm în ultimii ani la o diminuare de aproximativ 50% a pieței de cafea boabe, în favoarea celei măcinate.

Dacă anul trecut producătorii și importatorii au investit în publicitate șapte milioane USD (la valori de ratecard), pentru anul curent se estimează ca valoarea investițiilor de acest gen să se ridice la nouă milioane USD.

În viitor, tocmai tinerii vor fi cei care vor consuma din ce în ce mai puțină cafea. Unul dintre motive este faptul că, în imaginea lor, cafeaua este un produs conservator, demodat și plictisitor. Alte cauze țin de conștientizarea stării de sănătate și de apariția de noi produse care substituie cafeaua (băuturi energizante, băuturi pe bază de cafeină sau îndulcitori).

În funcție de preferințe și gust, cafeaua este servită cu produse adiționale. Cei mai mulți dintre consumatori (65%) o preferă neagră și cu zahăr și doar 1% folosesc îndulcitor și lapte. În ultima perioadă, ca tendințe ale pieței, se remarcă scăderea importanței cafelei prăjite (clasice), mari inovații în segmentul specialităților instant către care se orientează foarte multă lume și introducerea cafelei la doze. De asemenea, datorită magazinelor de cafea care au apărut și care se vor înmulți, va crește consumul în afara casei, acesta fiind în prezent nesemnificativ.

CIOCOLATA

În luna decembrie se consumă de trei ori mai multă ciocolată decât în oricare altă lună din an. Piața dulciurilor de sezon este extrem de diversificată, consumatorii având acum la dispoziție o ofertă foarte largă din punctul de vedere al tipului de produse, a calității acestora, dar și al prețului. Deși bomboanele pentru împodobit bradul continuă să se vândă mult mai bine decât figurinele (brăduți, Moș Crăciun, clopoței, stelute), trebuie menționat totuși că obișnuințele de consum ale românilor s-au modificat în ultimul timp, cu precădere în mediul urban.

Studiind reacțiile pieței la oferta existentă în comerț, rezultă că preferințele consumatorilor se îndreaptă din ce în ce mai mult spre figurinele de sezon, cu gramaje cuprinse între 100 g și 150 g, precum și spre combinații de produse comercializate în ambalaje specifice, atrăgătoare, așa-numitele pachete de familie. Expunerea în magazine se face din 20 noiembrie, dar perioada de vârf a vânzărilor începe abia din 20 decembrie. În străinătate însă, produsele de sezon apar în comerț cu o lună mai devreme decât la noi. „După Anul Nou, aceste produse nu mai prezintă interes pentru

consumatorii români, din cauza ambalajului adaptat Sărbătorilor, astfel că o ofertă nedimensionată corespunzător cererii conduce la pierderi importante, suportate, de cele mai multe ori, de producător sau de distribuitor”, afirma Emilia Tănăsescu.

Din această perspectivă, se poate spune că piața locală prezintă încă un risc ridicat. Oferta diversificată, calitate superioară Kraft Foods România este lider pe piața produselor zaharoase de sezon. Conform GfK România, în decembrie 2000, compania menționată a deținut 59,4% din piață, iar în decembrie 2001, aproape 47% (este vorba de consumul casnic de batoane și tablete de ciocolată, praline, bomboane de pom și figurine).

Potrivit Institutului de Cercetare de Piață GfK România, în decembrie 2000 și decembrie 2001 s-au consumat de trei ori mai multe produse zaharoase decât media lunară din perioada ianuarie-noiembrie. De asemenea, consumul de bomboane de pom și figurine aferent lunii decembrie 2000 a reprezentat 5,4% din totalul consumului de produse zaharoase pe anul respectiv, iar cel aferent lunii decembrie 2001 a fost de 4,7% din totalul consumului pe anul 2001. Precizăm însă că, în pofida acestor cifre spectaculoase, piața românească totală a dulciurilor, piața dominată de produsele din ciocolată, a scăzut dramatic, începând din 1995.

Consumul casnic de bomboane de pom și figurine
(% din totalul consumului anual de produse zaharoase)

decembrie 2000	5,4
decembrie 2001	4,7

Consumul casnic de produse zaharoase
(ciocolată tablete, batoane de ciocolată, praline, bomboane de pom și figurine)

– tone –

Piața totală

ian. – dec. 2000 7.863,6

ian. – dec. 2001 6.667,5

Media lunară a consumului pe primele 11 luni

anul 2000 566,0

anul 2001 489,9

Consumul în luna decembrie

anul 2000 1.636,8

anul 2001 1.278,3

Topul primilor cinci producători

1. Kraft Foods
2. Perfetti Van Melle
3. Excelent
4. Kandia
5. Heidi

În perioada dec. 2001 – ian. 2002, cei cinci producători enumerați au deținut împreună 91% din piața produselor de ciocolată de sezon, din punctul de vedere al volumului vânzărilor.

Dropsurile și jeleurile pentru copii, ciocolata pentru adulți. Preferințele consumatorilor pentru ciocolată și produse zaharoase se modifică o dată cu înaintarea în vârstă. Ciocolata cu lapte ocupă primul loc în topul preferințelor consumatorilor români. Urmează amestecurile cu alune, stafide și migdale. Cei mici sunt adevărați devotori ai dropsurilor, jeleurilor și caramelelor, dar și ai ciocolatei cu surprize sau umplută cu cremă. În luna octombrie a.c., compania International Marketing Research&Communication Group a monitorizat consumul de ciocolată și de produse zaharoase (dropsuri, caramele, jeleuri) al unei categorii de populație. Este vorba de locuitorii din mediul urban, cu venituri lunare pe membru de familie între 100 și 1.000 USD, respectiv persoane din așa-zisa clasă de mijloc, în formare.

Studiul a fost realizat pe un eșantion reprezentativ, în 47 de localități cu peste 50.000 de locuitori. Rezultatele sondajului relevă faptul că, dacă din cele 1.500 de persoane intervievate, 1.211 sunt consumatoare de ciocolată (81%), în ceea ce privește produsele zaharoase, numărul scade la 396 de persoane (26%). Cei mai mulți dintre adepții acestor dulciuri locuiesc în Ardeal: 31%, respectiv 38%. La polul opus, dobrogenii par a fi foarte puțin tentați de astfel de delicii: 3% în cazul ciocolatei și 2% în cel al produselor zaharoase.

Studiind vânzările, ca valoare, rezultă că liderul pieței de profil este Kraft Foods România, care deține o cotă de 58% pe segmentul tabletelor de ciocolată – cu cele trei mărci: Poiana, Africana și Milka –, 40% la batoanele de ciocolată – categorie la care este întrecut cu numai un procent de Mars – și 71% la produsele zaharoase (cu mărcile Silvana și Sugus). Revenim cu precizarea că a fost monitorizat doar segmentul de piață reprezentat de persoanele cu venituri medii spre mari care, atunci când achiziționează bunuri de larg consum, inclusiv alimente, se orientează spre mărci cunoscute, și nu spre produse „noname” sau vrac. Însă, chiar și în rândul acestor consumatori, produsele autohtone au mai mare căutare decât cele străine, mărcile românești (unele realizate sub licență) fiind cele care își împart piața.

II. COORDONATELE PIETEI TUTUNULUI ȘI ȚIGĂRILOR ÎN ROMÂNIA

Producția de tutun românesc – caracterizare

Producătorii străini de țigări ocolesc, în general, tutunul autohton. Din cele 35 de mii de tone de tutun pe care le vor fuma românii în medie pe an, doar 6.200 de tone vor proveni din producția internă. Dacă scădem producția SNTR, care a cumpărat circa 5.000 de tone, procentele de utilizare a tutunului românesc de către marile multinaționale scad sub cinci. Principalul motiv pare a fi prețul tutunului nostru. Datorită subvențiilor generoase, de circa 3 euro pe kilogram, materia primă europeană este atractivă pentru multinaționale, care îl cumpără cu doar un euro. Acestea au la dispoziție și oferta americană, și din Brazilia, care oferă aceleași avantaje un preț bun și o calitate ridicată. Prin urmare, multinaționalele preferă să asambleze țigările aici, aducând materiile prime, de la tutun la ambalaje, din restul lumii. Al cincilea producător mondial, compania britanică Gallaher, a deschis recent o unitate de producție în București. Cei 80 de angajați ai fabricii vor „asambla” țigări „Memphis” și

„Ronson” pentru piața locală și, eventual, peste câțiva ani, pentru consumatorii din țări balcanice mai mici. Recenta investiție se adaugă celor realizate de către Philip Morris, BAT și JTI. Liderul industriei, Philip Morris, a investit cam 100 de milioane de dolari în capacitatea de producție de la Otopeni. Și Japan Tobacco Inc. (JTI) a investit o sumă similară de la începutul producției locale, în 1993, în fabrica de pe Platforma Pipera. Al treilea jucător multinațional de pe piața locală este British American Tobacco (BAT). Compania a investit circa 70 de milioane de dolari într-o capacitate de lângă Ploiești. Atitudinea acestor „monștri sacri” ai industriei mondiale față de tutunul românesc diferă de la caz la caz. BAT și Philip Morris au cumpărat anul acesta, „de probă”, circa 1.000 de tone de tutun românesc. „Se poate face calitate în România, mai ales pentru soiul Burley și soiurile orientale. Prețul exclude deocamdată orice afacere de mari dimensiuni”, spune managerul unei firme prim-procesatoare de tutun. JTI nu folosește tutun autohton. „Am abandonat această idee deoarece calitatea variază foarte mult de la un producător la altul, iar soiurile disponibile, precum „Baragan”, nu sunt compatibile cu portofoliul nostru de mărci internaționale, de exemplu, Winston. Folosirea tutunului autohton presupune ca frunzele să fie exportate în Germania, procesate, și apoi importate sub formă de stripsuri, operațiune foarte costisitoare”, spune Gilda Lazăr, director Corporate Affairs la JTI. Pe lângă tutun, multinaționalele aduc chiar și filtrele, hârtia și ambalajele din străinătate, în cazul JTI, din Germania. Subvențiile europene pentru producția tutunului ar putea schimba situația. Acestea vor reduce prețul, iar calitatea va deveni principalul criteriu pentru achiziționarea tutunului. O dată cu venirea marilor firme de prim-procesare, cum ar fi Dimon și Tiber, calitatea tutunului autohton va spori, la fel și șansele de a fi cumpărat de către multinaționale. Pe plan mondial, piața tutunului suferă mutații importante. Reducerea subvențiilor va scumpi tutunul din UE, al patrulea producător global. Primul jucător este China, dar ea își fumează propriul tutun, neavând un impact pe piața globală. Brazilia, cu producții anuale de circa un milion de tone, este al doilea actor de pe piață, urmat de SUA. Producția din Zimbabwe, de circa 300 de mii de tone anual, a dispărut practic de pe piață din cauza tulburărilor politice, iar subvențiile acordate fermierilor americani vor scădea și ele în următorii ani. În acest mediu volatil, România ar putea avea de câștigat. Dispariția subvențiilor încurajează producătorii să caute forța de muncă ieftină, care se găsește (încă) din abundență pe plan intern. Este cazul italienilor de la CTS, firma care a cumpărat SN „Tutunul Românesc”. Multinaționalele i-ar putea urma la scurt timp.

Soarta cultivării tutunului în România rămâne incertă. Subvențiile comunitare generoase se vor diminua din 2006, chiar înainte de intrarea noastră în Uniunea Europeană. Decizia producătorilor de țigări de a folosi tutun autohton va depinde mai ales de conjunctura internațională. Reașezarea industriei după reducerea subvențiilor în Europa și alte crize, precum cea din Zimbabwe, poate reprezenta o șansă pentru cultivatorii noștri. Deocamdată, mai puțin de 20% din consumul intern de tutun provine din producția autohtonă.

Pentru fabricarea țigărilor Assos în România, Papastratos investește, în prima fază, 10 milioane USD. Intrarea firmei Papastratos pe piața românească a țigărilor a încins lupta pentru câștigarea segmentelor de piață care să asigure vânzarea integrală a producției. Cel mai mare perdant în această competiție este Societatea Națională a Tutunului Românesc - SNTR - care a pierdut în fiecare an, în medie, cumpărători pentru aproximativ două miliarde de țigări (100 de milioane de pachete de țigări). Mărcile de țigări produse de SNTR SA dețin aproape jumătate din piața țigaretelor din România. Din cele 40 de miliarde de țigarete, cât reprezintă consumul anual în

țară, 20,01 miliarde sunt fabricate de SNTR. Dar societatea națională continuă să piardă teren în fața firmelor străine cu renume în domeniu, care și-au construit fabrici de țigarete în România. Ultimul venit, Papastratos, renumitul producător al țigărilor Assos, se pregătește să invadeze piața cu 3,5 miliarde de țigări anual. Firma deține în prezent 40% din piața grecească de țigări, este cotate la Bursa din Atena și a înregistrat în 1998 un volum de vânzări de 367 milioane dolari și un profit net de 41 milioane dolari. Investiția inițială, de zece milioane de dolari, realizată de Papastratos are deja asigurat un anumit segment din consumatorii de tutun. Importurile mai mult sau mai puțin legale realizate de intermediarii români cu produsele firmei grecești au fost un bun test de piața pentru investitorul străin, care a avut posibilitatea să estimeze consumul anual al produselor sale.

Singurul beneficiar al tutunului autohton studiază posibilitatea importului. Pentru că procesatorii de tutun nu sunt obligați să cumpere materie primă din țară, iar taxele vamale sunt foarte scăzute, România riscă să nu mai cultive tutun. Tutunul din import este mai ieftin cu până la un dolar per kilogram datorită subvențiilor de peste 2,5 euro/kg care se practică în Uniunea Europeană. Cum Societatea Națională Tutunul Românesc (SNTR) este o societate comercială care urmărește profitul, s-ar putea pune problema importului și renunțarea la susținerea culturii interne de tutun.

Dacă SNTR va renunța la achiziția de tutun din producția internă, cultivatorii vor fi puși în situația de a nu mai avea pentru cine să producă. Aceasta pentru că nici un alt producător de țigarete nu se aprovizionează de pe piața internă, iar varianta exportului nu poate fi luată în calcul din cauza subvențiilor pe care le acordă celelalte țări și a taxelor vamale ridicate. SNTR este unul dintre cei mai importanți finanțatori din agricultură. Societatea a finanțat în acest an, 2000, agricultura cu aproape opt milioane de dolari. Numai materialele gratuite (sămânță, folie, pesticide, îngrășăminte) au costat 14 miliarde de lei. Asistența tehnică acordată producătorilor s-a ridicat la 27 miliarde de lei. În plus, pentru cele 7.700 tone pe care le vom prelua în acest an vom plăti circa 240 miliarde de lei. După ce s-a renunțat la această subvenție, a fost aprobat un alt act normativ care prevede alocarea a numai 4.500 lei/kg de tutun. Este derizoriu dacă ne gândim că Italia, spre exemplu, are subvenții de 2,5 euro/kg. Peste 50.000 de oameni trăiesc numai din cultivarea tutunului, majoritatea situați în zone foarte sărace. Aceștia sunt în pericol să rămână fără nici un venit, mai ales că tutunul se cultivă pe terenuri nepretențioase, care, de obicei, nu sunt propice pentru alte culturi.

Legislația celorlalte țări europene protejează producția internă de tutun. În primul rând, subvențiile în Uniunea Europeană sunt între 2,5 și 4,6 euro/kg. Apoi taxele vamale sunt foarte mari, de până la 105 % în Polonia, în timp ce la noi sunt de numai 30 %. Apoi, un alt sprijin deosebit de important îl reprezintă obligarea procesatorilor de a cumpăra minimum 40 % din tutunul procesat din producția internă.

Această situație este cu atât mai periculoasă cu cât se apropie anul 2007, termen fixat unilateral de România pentru integrarea europeană. Până atunci, prin documentul de intenție înaintat la Bruxelles, țara noastră și-a propus creșterea suprafețelor cultivate cu tutun de la 10.000 ha la peste 20.000 ha. Acest punct este deosebit de important, pentru că, în momentul aderării, România va trebui să-și dezvolte producția în limita mediei producțiilor obținute în decurs de cinci ani. „În cazul în care această cultură nu va fi sprijinită vom asista la o reducere drastică a producției și nu la o dublare, după

cum doresc autoritățile. Semnalele sunt destul de clare, dacă avem în vedere că în ultimii ani producția a scăzut constant. Păcat este că potențialul României pentru tutun este de 40.000 tone, atins în 1975", spune Marius Stroescu.

După cum se știe, tutunul este una dintre cele mai rentabile culturi. Avantajele cultivării tutunului sunt evidente: rata profitului de peste 50 %, investiția cultivatorului minimă, pentru că toate materialele erau oferite gratuit de contractant, iar desfacerea asigurată.

Țigări străine fără taxe vamale

Investiția în sine nu reprezintă altceva decât o formulă de economisire, prin eliminarea taxelor vamale de import, care nu au permis până acum o competiție reală între produsele Papastratos și țigările fabricate în România de firmele concurente. Reprezentanții firmei grecești susțin că, pentru menținerea calității produselor, toate materiile prime vor fi importate de la producătorii tradiționali Papastratos. Produsele firmei grecești nu vor concura numai cu țigările fabricate de SNTR. Papastratos reprezintă un concurent puternic și pentru Philip Morris, RJ Reynolds Tobacco sau British American Tobacco, firme care și-au lansat producția pentru piața românească în urmă cu unu-cinci ani. Segmentele de piață câștigate de aceste firme în detrimentul SNTR (în special prin competiția între mărcile Monte Carlo, Viceroy, Bond și Record, competiție în care produsul de concepție românească a pierdut un mare segment de piață din cauza raportului calitate/preț) sunt acum amenințate de intrarea pe piață a unui produs – țigările Assos – la un preț mai mic decât până acum, ca urmare a eliminării taxelor de import pentru produsul finit. Dublarea accizelor a micșorat vânzările cu 30%. Întărirea concurenței pe piața producătorilor de țigări nu este singurul motiv pentru care reprezentanții firmelor de profil își reanalizează strategia. Dublarea accizelor la tutun, impusă de Ministerul Finanțelor, în octombrie 1998, a dus la scăderea volumului de vânzări cu 25-35%. Compania RJ Reynolds a înregistrat, în primele șase luni din 1999, o scădere a vânzărilor cu 30%, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Astfel, producția realizată de RJ Reynolds Tobacco Romania SRL în primul semestru din acest an a fost de patru miliarde țigarete, deși capacitatea de producție permitea realizarea unui număr de cinci miliarde de țigarete. Din 1994, când firma a început producția în România, au fost realizate investiții în valoare totală de 80 milioane de dolari. Compania conduce în topul producătorilor de profil, fiind recunoscută ca cel mai important plătitor de taxe și impozite la bugetul statului.

În 1998, firma a achitat taxe și impozite în valoare de 130 milioane dolari, cu 30 de milioane mai mult decât SNTR. De fapt, calculată în raport cu evoluția raportului leu/dolar, cifra de afaceri a Societății Naționale a Tutunului Românesc a stagnat la nivelul celei realizate în 1996, când SNTR deținea 65% din piața internă a țigărilor.

Dacă în 1996, cifra de afaceri a Societății Naționale a Tutunului Românesc a fost de 630 miliarde lei, în 1998 aceasta s-a ridicat la 2.400 miliarde lei, pe fondul unor modificări esențiale în structura producției. SNTR a redus producția țigărilor fără filtru, care, în 1996, reprezentau 80% din producția totală, în favoarea unor noi mărci de țigări cu filtru (Coloana, Golf, RT, Carpați cu filtru), produse care nu au avut însă un mare succes în rândul fumătorilor.

Nu cu mult timp în urmă, giganților tutunului li s-a impus definitiv respectarea recomandărilor dure ale Uniunii Europene. Respectarea noilor reguli îi va costa peste 4 milioane de lire sterline anual. Pachetele de țigări vândute pe Piața Unică vor face

„reclamă" efectelor nocive ale fumatului. Iulie 1998 rămâne un moment trist pentru companiile producătoare de țigări care-și desfac produsele pe piața Uniunii Europene. Este data la care Directiva ce limitează drastic publicitatea la țigări a intrat în vigoare, fixând ca termen limită pentru adoptarea prevederilor sale de către producători anul 2006. Reacția pieței a fost cea așteptată. Doi ani mai târziu, guvernul german, alături de reprezentanți ai industriei - companiile britanice British American Tobacco și Imperial Tobacco - au dat în judecată Comisia Europeană. În opinia lor, Directiva este ilegală. Se referă, mai degrabă, la politica de sănătate din interiorul Uniunii decât la cea comercială. Prin urmare, nu poate fi impusă ca măsură de reglementare a pieței țigaretelor. Pe moment, Curtea Europeană de Justiție le-a dat câștig de cauză, anulând Directiva, pe motivul că reclama la țigări se face în fiecare stat membru separat, reglementarea sa este de competența autorităților naționale nu de cea a UE, iar prevederile Comisiei Europene se referă la sănătate, nu la piață. Cu toate acestea, Comisia Europeană a prezentat, în 2002, o versiune revizuită a Directivei, armonizată cu legislația internă a statelor membre. Spre ghinionul producătorilor de țigări, unele reglementări naționale erau mult mai dure decât cele din textul inițial al Directivei. Mai mult, în perioada dintre verdictul favorabil al Curții Europene de Justiție și apariția noii Directive, lobby-ul antifumat al asociațiilor și organizațiilor nonguvernamentale a fost atât de bine făcut încât judecătorii își schimbaseră poziția.

Situația s-a tranșat, în fine, Comisiei Europene i s-a recunoscut dreptul de a impune prevederile Directivei ca obligație pentru toți cei care comercializează țigări în Uniunea Europeană. Aplauze de o parte, supărare de cealaltă parte. ASH, una dintre cele mai puternice și agresive asociații europene de luptă împotriva fumatului, a apreciat decizia Curții Europene de Justiție ca fiind finalul celei mai grosolane escrocherii: inducerea în eroare a fumătorilor ca unele sortimente de țigări sunt mai puțin nocive decât altele. Compania Imperial Tobacco însă privește Directiva ca fiind nerezonabilă și pripită. Ambele poziții sunt de înțeles. Numai în Marea Britanie mor anual din cauza fumatului 120 de mii de persoane, iar sistemul public de sănătate cheltuiește 1,7 miliarde de lire sterline. Obligarea companiilor producătoare de țigări să respecte Directiva UE ar putea duce la înjumătățirea acestor cheltuieli publice, prin scăderea numărului consumatorilor. Mai există însă un aspect important, cel al taxelor încasate de stat de pe urma comercializării țigărilor. Valoarea lor, 9,6 miliarde lire sterline anual, este mai mare decât cheltuielile publice. Iată de ce mulți funcționari britanici cu putere de decizie oscilează între două poziții: aceea de susținere a campaniei împotriva fumatului și aceea de a închide ochii. Companiile producătoare de țigări care vând pe piața UE vor avea costuri suplimentare însemnate. Reducerea cantității de substanțe nocive din produs va însemna un plus de cheltuială de 1,5 milioane de lire sterline anual, iar noile etichete, după tipicul impus de UE, un plus de trei milioane de lire sterline. Vânzările se vor diminua cu circa 1%. Per ansamblu însă, pierderile nu sunt catastrofale. Fumătorii de pe restul mapamondului compensează pe deplin paguba de pe Piața Unică.

BIBLIOGRAFIE

***„Conjunctura economiei mondiale”, Institutul de Economie Mondială, Academia Română, colecția 1999-2002
www.capital.ro - nr.32/ 1999, nr. 44/2002, nr. 51/ 2002, nr.4/2004

ECHILIBRE ȘI DEZECHILIBRE PE PIAȚA MUNCII DIN ROMÂNIA

Gheorghe M. PISTOL

Prof. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Piața muncii reflectă legăturile reciproce dintre realitățile demografice, care determină oferta de muncă și realitățile dezvoltării socio-economice care generează cererea de muncă. Echilibrul celei de-a doua probleme trebuie analizat ca un subsistem al echilibrului general al economiei. În acest context, echilibrul de pe piața muncii este atât o problemă socială, cât și economică. Dezechilibrul pieței privește, în primul rând, șomajul și, evident, scăderea nivelului de trai. În România șomajul a devenit o problemă reală, un fenomen care a luat amploare treptat de-a lungul anilor. În comparație cu alte țări, acest fenomen oscilant se explică prin discrepanțele vizibile dintre nivelul dezvoltării socio-economice din România și cel din alte țări precum și prin instabilitatea economică și stagnarea rezultată din extinderea perioadei de tranziție din România.

Abstract

Balance and Unbalance in Romania's Labour Market

The labour market reflects the mutual connections between the demographic realities, which determine the labour supply and the realities of the social and economic development, which generate the labour demand. The balance of the second issue must be analysed as a subsystem of the general balance of economy. In this context, the balance of the labour market is as much a social issue as an economic one. The unbalance of the market concerns, first of all, the unemployment and, obviously, the decrease of the standard of living. In Romania, the unemployment has become a real issue, an increasingly oscillatory phenomenon during the years. As compared to other countries, this oscillating phenomenon is explained by the discrepancies between Romanian level of social-economical development and the one in other countries and also by the economic instability and stagnation resulting from the extension of Romanian transition.

1. Echilibrul pieței muncii

Prin forța sa de muncă, omul constituie cea mai prețioasă sursă regenerabilă nelimitată. În aceste condiții, folosirea cât mai eficientă a pieței muncii rămâne o constantă a preocupărilor economice și sociale, și nu în ultimul rând, politice.

Potrivit literaturii de specialitate, piața muncii se poate defini ca fiind spațiul economic în care tranzacționează în mod liber utilizatorii de muncă, în calitate de cumpărători și posesorii resursei de muncă, în calitate de vânzători, în care prin mecanisme specifice pieței libere se ajustează cererea și oferta de muncă.

Analiza pieței muncii trebuie realizată într-o dublă ipostază:

a) mai întâi, ca entitate închisă, în care se asigură ajustarea cererii și ofertei de forță de muncă, prin mecanisme specifice. Este o abordare necesară, dar nu suficientă, în condițiile în care ne raportăm la legitățile formării cererii și ofertei de forță de muncă, ca și la relațiile pieței muncii cu întreg organismul economic și social;

b) în al doilea rând, ca sistem deschis, cu intrări și ieșiri, în interdependență cu toate subsistemele sociale, exprimând totalitatea acțiunilor care se „consumă” pe piața muncii, a ansamblului de procese care prin interacțiunea lor generează ocuparea forței de muncă.

Într-o asemenea accepțiune, piața muncii reflectă legăturile reciproce dintre realitățile demografice, care determină oferta de muncă, și dezvoltarea economico-socială, care generează cererea de muncă. În același timp, piața muncii are un rol esențial în cadrul interdependențelor care asigură atât dinamismul economiei, cât și echilibrul economic. **Echilibrul pieței muncii** trebuie considerat și analizat ca un subsistem al echilibrului general al economiei. În analiza echilibrului vor fi avuți în vedere cei mai importanți factori ai săi, respectiv **cererea, oferta, prețul**, ca și noțiuni precum *optim* și, bineînțeles, *echilibru*. La rândul lor, asemenea factori și noțiuni se constituie în veritabile procese și sisteme, ce conțin o multitudine de forțe și variabile ce acționează în sensuri convergente sau divergente, cu intensități și viteze diferite.

Din punctul de vedere al ocupării, pe piața muncii pot exista trei situații concrete:

a) oferta și cererea de muncă sunt egale, în acest caz aflându-ne în fața unui echilibru al pieței muncii. Desigur, este o situație teoretică, ideală chiar, în realitate fiind greu de crezut că se va întâmpla vreodată așa;

b) oferta de muncă este mai mică decât cererea, pe piață manifestându-se un deficit de muncă, cu implicațiile ce decurg de aici (resurse de muncă suplimentare, creșterea productivității muncii etc);

c) oferta de muncă depășește cererea, o parte a forței de muncă rămânând neocupată, apărând deci șomajul.

În aceste condiții, echilibrul muncii trebuie să fie abordat din cel puțin următoarele unghiuri de vedere:

a) ca echilibru funcțional, echilibru ce definește zona de compatibilitate a ocupării forței de muncă și creșterea productivității muncii, în condițiile determinate de întreprinzători;

b) ca echilibru structural, echilibru care exprimă modul de distribuire a resurselor de muncă pe sectoare, ramuri, pe profesii, pe calificări, pe zone geografice etc;

c) ca echilibru intern, între nevoile și resursele de muncă, ambele condiționate de volumul de muncă și productivitate.

Desigur, în realitate lucrurile sunt mult mai complexe, în condițiile în care au apărut și se mențin dificultăți serioase în ceea ce privește delimitarea între ceea ce ar trebui să fie o piață a muncii echilibrată sau una dezechilibrată, dificultăți aproape insurmontabile, datorate, în mare parte, caracteristicilor specifice pieței muncii, caracteristici pe care le vom analiza în continuare.

Echilibrul pieței muncii, în general, cel al ocupării forței de muncă, în particular, reprezintă atât o problemă de interes social, cât și de interes economic; de aici necesitatea prezentării și analizei problematicii metodelor și instrumentelor de echilibru al pieței muncii.

În condițiile în care este cea mai imperfectă dintre piețe, cumulând de fapt toate defecțiunile sistemului economic, ca și distorsiunile celorlalte piețe, piața muncii conține mai puține elemente stabile, de echilibru. La acestea se adaugă dorința, motivația și psihologia indivizilor ca subiecți ai pieței, ce reacționează, de cele mai multe ori, divergent cu teoria, cu legislația și, implicit, cu programele de

guvernare. Iată de ce este destul de greu de afirmat că se poate ajunge la un echilibru al pieței muncii, cu atât mai puțin în condițiile unor caracteristici specifice ale acesteia. Asemenea caracteristici specifice se referă în principal la:

1. Piața muncii prezintă un grad ridicat de rigiditate și de sensibilitate, ea interconectându-se atât cu echilibrul economic general, cât și cu cel social-politic. Numai o asemenea piață este depozitara unui potențial conflictual însemnat, captând și amplificând distorsiunile altor piețe;

2. Funcționarea pieței muncii și mecanismele acesteia se constituie în acte economice, de justiție socială, de echitate și de echilibru social;

3. Mecanismele pieței muncii au un grad ridicat de imperfecțiune;

4. piața muncii este mai puternic reglementată și mai organizată în raport cu celelalte componente ale pieței globale. De altfel, este și normal să fie așa, în condițiile în care actele de schimb pe această piață privesc un bun care merită mai multă protecție decât o simplă marfă. În calitatea sa de arbitru, statul intervine activ pe piața muncii, susținând, prin mijloace economice sau extra economice, fie oferta, fie cererea de forță de muncă, urmărind asigurarea protecției sociale a unor categorii îndepărtate temporar de pe piața muncii.

Cu toate asemenea distorsiuni, existența unui echilibru al pieței forței de muncă rămâne o condiție esențială a echilibrului general sub dubla sa ipostază: echilibrul economic și echilibrul social-politic. Altfel, în condițiile în care societatea nu este capabilă să răspundă permanent cu o cerere adecvată de forță de muncă, vor apare perturbații cu implicații și urmări greu de stăpânit. Dacă ne-am referi doar la forța de muncă tânără, în condițiile în care oferta de muncă a tinerilor nu își găsește loc pe piață, atunci aceștia au la îndemână trei posibilități:

5. Să emigreze – acest lucru constituind o mare pierdere, cantitativă și calitativă, pentru țară;

6. Să-și irosească timpul în activități inutile sau chiar dăunătoare (consum de droguri și de alcool, prostituție, furturi etc.), aceasta constituind poate cea mai gravă problemă, atât pentru societate, cât și pentru fiecare individ aflat într-o asemenea situație;

7. Să solicite sprijin din partea societății, acceptând statutul de șomer, alternativă care nu soluționează problema, ci doar o amână.

Pornind de la asemenea considerente, dar și de la altele, la fel de complexe, asigurarea locurilor de muncă pentru toți cetățenii apti, potrivit ofertei și disponibilității de a muncii constituie unul dintre elementele fundamentale ale strategiei de dezvoltare a unui stat. Aceasta constituie nu numai o condiție a echilibrului social-economic (dar și politic), cât și o transpunere în practică a principiului și dreptului de proprietate.

2. Șomajul - consecință a dezechilibrului pieței forței de muncă

Progresul unei societăți se asigură în condițiile unui echilibru al resurselor de muncă, echilibru care exprimă concordanța relativă dintre cantitatea, structura și calitatea factorului uman activ disponibil și necesitățile de resurse de muncă ale utilizatorilor. Un asemenea echilibru se va menține în condițiile în care cei doi factori - populația și economia - cât și interacțiunea dintre ei întrunesc anumite caracteristici, de natură cantitativă și calitativă. În caz contrar, apar fenomene negative, **dezechilibre majore**, precum subdezvoltarea, șomajul, scăderea nivelului de trai etc.

O formă a dezechilibrului în cauză este **șomajul**, fenomen care în prezent afectează întreaga societate omenească.

Există mai multe **definiții date șomajului** și, drept consecință, mai multe forme de măsurare a acestuia. Toate aceste definiții scot în evidență faptul că șomajul

este o stare negativă a economiei, care afectează o parte din populația activă disponibilă, prin negăsirea de locuri de muncă. După părerea noastră, în definirea șomajului trebuie să se aibă în vedere relația dintre cele două componente ale pieței muncii: cererea și oferta. Astfel, dacă de exemplu se va avea în vedere doar cererea, șomajul va apare ca rezultat exclusiv al acesteia, cealaltă latură a pieței muncii – oferta – nefiind luată în considerare. Iată de ce, numai corelarea cererii cu oferta de forță de muncă va permite aprecierea corectă a situației în care se află piața muncii. O creștere a ofertei de muncă, concomitentă cu scăderea cererii, va duce la o deteriorare a gradului de ocupare. Astfel, dacă până în acel moment șomajul nu există, va apare, iar dacă există deja, va crește. Dimpotrivă, creșterea cererii și scăderea ofertei de muncă înseamnă diminuarea șomajului. Diminuarea reală a șomajului nu poate fi însă decât rezultatul creării de noi locuri de muncă.

Mai mult decât atât, privind șomajul numai ca rezultat al cererii de forță de muncă, se va ajunge la ideea că acesta este o mărime omogenă, nediferențiată, lucru total neadevărat, impunându-se delimitarea șomajului pe domenii de activitate, de pregătire, pe meserii, sexe, vârste etc.

Indiferent de unghiul de abordare și tratarea lui, șomajul reprezintă o disfuncție a pieței muncii, luând fie forma șomajului voluntar (datorat refuzului sau imposibilității unei persoane de a accepta retribuția oferită), fie pe cea a șomajului involuntar, de regulă, șomajul ca atare fiind tratat prin prisma acesteia din urmă.

Măsurarea șomajului, cunoașterea amplitudinii acestuia, reprezintă o importanță deosebită pentru aprecierea perspectivelor lui, pentru stabilirea unor măsuri care să ducă la diminuarea sa. În fond, măsurarea șomajului este o problemă de aproximare, de evaluare. În acest context, șomajul poate fi măsurat și caracterizat printr-un sistem de indicatori, după cum urmează:

a) Nivelul șomajului, determinat în cifre absolute, cât și ca mărime relativă, ca rată a șomajului. Ambii indicatori de nivel diferă pe țări, pe perioade de timp, sexe, grupe de vârstă, grad de pregătire profesională etc. Oprindu-ne la rata șomajului, aceasta se va calcula ca raport între masa șomajului (numărul mediu al șomerilor) și unul dintre parametrii de referință ai acestuia: populația activă, populația activă disponibilă, forța de muncă (populația ocupată plus șomajul), populația ocupată etc.

Deși șomajul a devenit o permanență, acest lucru nu exclude existența stării de ocupare deplină a forței de muncă, echivalentă cu un șomaj scăzut. În condițiile actuale, se consideră că ocuparea deplină a forței de muncă presupune un șomaj de 1,5 - 4 %, scăderea acestuia sub acest prag însemnând o stare de supraocupare a forței de muncă. În condițiile permanentizării șomajului, celor doi indicatori care caracterizează nivelul șomajului - numărul șomerilor și rata șomajului - li se adaugă un al treilea, respectiv rata naturală a șomajului, aceasta fiind acea rată a șomajului care corespunde unei rate stabile sau inerțiale a șomajului. Desigur, mărimea acestui indicator este o variabilă dependentă.

b) Intensitatea șomajului este cel de-al doilea indicator care măsoară șomajul. Astfel, se poate vorbi despre șomajul total (pierderea locului de muncă și încetarea totală a activității), despre șomajul parțial (pierderea activității depuse de o persoană, în special prin reducerea timpului de lucru și diminuarea retribuției), dar și despre șomajul deghizat (o activitate aparentă, cu eficiență minimă)

c) Cel de-al treilea indicator ce caracterizează șomajul este durata acestuia sau perioada de șomaj de la momentul pierderii locului de muncă până la reluarea activității. Deși nu există o durată legiferată a șomajului, în unele țări există reglementări care precizează durata pentru care se plătește indemnizația de șomaj. În timp, durata șomajului

a avut o tendință de creștere, ajungându-se astfel la șomajul de lungă durată (pe o perioadă de peste 12 luni), un asemenea șomaj ducând la deteriorarea situației materiale, la apariția problemelor de sănătate, la probleme în familie etc.

d) În sfârșit, un indicator la fel de important îl reprezintă structura șomajului, componentele acestuia, urmare a clasificării șomerilor în funcție de o serie de criterii, precum: nivelul de calificare, categoria socio-profesională, domeniul în care a lucrat, vârstă, sex etc.

În România, fenomenul șomajului a fost recunoscut oficial începând din anul 1991, o dată cu intrarea în vigoare a Legii nr. 1/1991 privind protecția socială a șomerilor și reintegrarea lor profesională. În timp, șomajul a devenit un fenomen tot mai amplu, cu creșteri și descreșteri, așa cum de altfel rezultă din tabelul următor:

Tabelul nr. 1

Evoluția șomajului în perioada 1991 - 2001

	%										
Anul Șomaj	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Rata șomajului	3	8,2	10,4	10,9	9,5	6,6	8,9	10,4	11,8	10,5	8,6
Bărbați	2,2	6,16	8,13	9,03	7,93	7,5	6,03	5,7	6,5	5,8	5,7
Femei	3,96	10,33	12,86	11,36	11,08	10,27	9,46	10,35	10,64	9,9	9,7

Sursa: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă

Asistăm deci la o adevărată explozie a șomajului în primii ani ai tranziției, culminând cu anul 1994, după acest an urmând o perioadă de reducere, pentru ca în anul 1997 rata șomajului să înceapă din nou să crească, urmare a procesului de restructurare, culminând cu o rată de 11,8% înregistrată la sfârșitul anului 1999.

Analiza structurală a șomajului scoate în evidență o serie de aspecte interesante. Astfel, dacă avem în vedere șomajul în rândul femeilor, este de observat că în primii ani de după revoluție, femeile au constituit partea cea mai numeroasă dintre șomeri, ponderea femeilor în rândul șomerilor scăzând în ultimii ani ai deceniului trecut, tendință ce se menține și în primii doi ani ai acestui deceniu.

În ceea ce privește ponderea femeilor în numărul total al șomerilor, în perioada 1993 - 2000 aceasta a scăzut continuu, astfel încât de la 58,9% în anul 1993 să se ajungă la 46,1% în anul 2001. În acest sens, datele prezentate în tabelul nr. 2 sunt sugestive.

Tabelul nr. 2

Structura pe sexe a șomajului înregistrat în perioada 1993 - 2001

	%	
Anul	Femei	Bărbați
1993	58,9	41,1
1994	56,6	43,4
1995	55,2	44,8
1996	54,0	46,0
1997	48,6	51,4
1998	47,3	52,7
1999	46,9	53,1
2000	46,8	53,2
2001	46,1	53,9

Sursa: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă

Dacă analizăm șomajul pe grupe de vârstă, se constată că, de exemplu, în anul 2001 populația sub 25 de ani, deci populația tânără, reprezintă cea mai numeroasă grupă de populație din categoria șomerilor. Următoarea grupă de vârstă afectată major de șomaj este grupa 40 - 49 ani, fiind urmată de grupa 30 - 39 ani, aceasta constituind principala categorie de populație vizată de restructurărilor industriale. În tabelul nr. 3 se prezintă această structură

Tabelul nr. 3

Structura șomerilor pe grupe de vârstă în anul 2001

	%						
	TOTAL	Sub 25 ani	25-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-55 ani	Peste 55 ani
TOTAL	100,0	29,4	11,4	23,9	24,4	9,6	1,7
Femei	100,0	29,2	11,3	24,9	25,8	7,9	0,9
Bărbați	100,0	29,5	11,4	22,3	23,4	11,1	2,3

Sursa: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă

În perioada tranziției, din cadrul categoriilor profesionale, cel mai mult au fost afectați muncitorii. Așa cum rezultă din tabelul nr. 4, în toți acești ani, ponderea șomerilor foști muncitori în totalul masei de șomeri a fost de peste 70%, în anul 1992 atingând un prag maxim, respectiv 87,0%. După acest an, ponderea în cauză s-a redus treptat, ajungând la 72,1% în anul 2000 și 72,5% în anul 2001, explicația fiind aceea că în timp, și alte categorii profesionale au fost afectate de șomaj.

Tabelul nr.4

Structura șomerilor pe nivele de pregătire în perioada 1991-2001

Anul	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Categoriile de șomeri											
• 1 Muncitori	84,1	87,0	85,6	83,5	81,1	79,6	75,9	74,7	73,0	72,1	72,5
din care femei	82,6	85,8	84,4	82,2	79,6	76,2	69,7	67,8	65,3	65,5	65,0
• 2 Personal cu studii medii	12,9	11,1	12,8	14,9	17,4	18,8	21,7	22,8	24,1	24,7	24,1
din care femei	14,8	12,5	14,1	16,3	18,8	22,1	27,7	29,3	31,4	30,8	31,1
• 3 Personal cu studii superioare	3,0	1,9	1,6	1,6	1,5	1,6	2,4	2,5	2,9	3,2	3,4
din care, femei	2,6	1,7	1,4	1,5	1,6	1,7	2,7	2,8	3,3	3,7	4,8

Sursa: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă

Desigur, datele prezentate, dar mai ales concluziile ce se pot desprinde urmare analizei acestora, nu sunt favorabile pieței muncii în țara noastră. Încercând să facem o comparație între rata șomajului înregistrată în România cu cea înregistrată într-o serie de țări dezvoltate, se va observa că dintre cele 10 țări analizate, șase au înregistrat în perioada 1991-1999 creșteri ale ratei șomajului, creșterea pe departe cea mai pronunțată înregistrându-se însă în România (8,8 %). Datele prezentate în tabelul următor sunt concludente.

Rata șomajului înregistrată în unele țări în perioada 1991 - 1998

ȚARA	RATA șomajului		
	1991	1999	±
România	3,0	11,8	+ 8,8
Canada	8,1	7,6	- 0,5
SUA	5,6	4,2	- 1,4
Japonia	2,1	4,7	+ 2,6
Austria	3,2	3,8	+ 0,6
Belgia	7,2	8,6	+ 1,4
Italia	11,0	11,4	+ 0,4
Spania	16,3	15,9	- 0,4
Suedia	1,6	5,6	+ 4
Marea Britanie	6,8	6	- 0,8

Sursa: Anuarul Statistic al României 2001

Motivația unei diferențe așa de mari este dată desigur de discrepanțele dintre nivelul de dezvoltare economico-socială între țările luate în discuție, dar și de instabilitatea politică și stagnarea economică datorate tranziției prelungite din țara noastră.

Desigur, o mai bună ocupare a resurselor de muncă, reducerea nivelului șomajului la limitele sale care pot fi considerate normale sunt și vor fi în continuare preocupări majore ale tuturor celor interesați (clasă politică, salariați, sindicate, patronat). Acest lucru este cu atât mai necesar în România, datele prezentate scoțând în evidență cu prisosință o asemenea necesitate. Asemenea preocupări trebuie să se concretizeze în găsirea și funcționarea unor mecanisme și instrumente eficiente, care au dat rezultate bune în cazuri concrete, apelându-se la o serie de politici, ce vor îmbrăca două forme: politici active și politici pasive de ocupare a forței de muncă, care vor urmări valorificarea excedentului de forță de muncă, încercându-se să se găsească acea zonă de acceptabilitate și convenabilitate a sistemului de legături dintre ocupare - șomaj - protecție socială pe piața muncii.

BIBLIOGRAFIE

- Gheorghită V., Coiuban A., *Economie mondială*, Editura Politelia, SNSPA, 2002
Miron D. și alții, *Economia integrării europene*, Editura A.S.E., București, 2001
*** *Dezvoltarea economică a României. Competitivitatea și integrarea în Uniunea Europeană*, Editura Academiei Române, București, 2002
*** 2004. „Raportul anual cu privire la progresul României spre aderare”

POSSIBILITĂȚI DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ DURABILĂ ÎN ZONA ROȘIA MONTANĂ

Marina BĂDILEANU

C.P.II, Centrul de Economie a Industriei
și Serviciilor, Academia Română

Rezumat

Articolul prezintă oportunitățile de dezvoltare economică a zonei Munților Apuseni declarată ca zonă defavorizată. Sunt evidențiate resursele naturale disponibile, potențialul turistic și de agrement, posibilitățile de dezvoltare industrială a zonei (dezvoltarea sectorului de prelucrare a lemnului, a celui de prelucrare a laptelui și cărnii etc), potențialul de dezvoltare a infrastructurii și cel de valorificare a tradițiilor meșteșugărești.

Abstract

Opportunities of Sustainable Economic Development in Roșia Montană Area

The article presents the economic development opportunities of the Apuseni Mountains region, declared as a de-favored area. The available natural resources are emphasized, the tourism and leisure potential, the industrial development potential (wood, meat and milk processing sectors etc), the infrastructure development potential and the handicraft traditions.

Un element definitoriu asupra oportunității și necesității derulării unor activități cu impact economic și social în zonă, îl constituie faptul că zona Munților Apuseni a fost declarată de către Consiliul Județean Alba ca zonă defavorizată. Aceasta implică acordarea de facilități pentru potențialii investitori (scutirea plății impozitului pe profit, a plății taxei pe valoarea adăugată și a taxelor vamale la importul diferitelor echipamente și utilaje pe timp de 10 ani, etc). De asemenea există posibilitatea acordării de fonduri nerambursabile pentru diferite investiții în aceste zone defavorizate¹.

De menționat că încă din anul 1996, în baza Legii nr.27 au fost acordate o serie de facilități fiscale atât pentru persoanele fizice cât și pentru cele juridice (scutire pentru profitul reinvestit).

OPORTUNITĂȚI SPECIALE OFERITE DE ZONĂ

Resursele naturale. Principalele resurse naturale ale zonei sunt reprezentate de: păduri care acoperă aproape 70% din teritoriul zonei, zăcămintele auro-argintifere, metalele neferoase (plumb, zinc, cupru), calcar, produse primare de origine animală (lapte, carne), plante medicinale, fructe de pădure.

¹ Zona defavorizată Apuseni (declarată ca atare prin Hotărârea Guvernului nr. 813 din 7 octombrie 1999) se întinde pe o suprafață de 108.497 ha, cuprinzând localitățile: Zlatna, Almașu Mare, Abrud, Ciuruleasa, Bucium, Sohodol, Mogoș, Roșia Montană, Baia de Arieș, Lupșa și Sălciua

Potențialul turistic și de agrement. Potențialul turistic și de agrement al zonei Munților Apuseni este slab dezvoltat în ceea ce privește existența structurilor de primire turistice. Există câte un hotel în orașele Abrud, Roșia Montană (cu posibilități reduse de cazare) și o pensiune în orașul Zlatna. Se mai poate menționa existența posibilităților de cazare în locuințe particulare.

Situația structurilor de servire a mesei prezintă aceleași caracteristici cu cea a structurilor de primire turistice. Localitățile care oferă servicii de acest fel fiind orașul Abrud cu trei restaurante clasice și o grădină de vară, Zlatna cu două restaurante și Baia de Arieș cu două localuri unde se poate servi masa.

Mult mai frecvente sunt localurile tip bar care se găsesc într-un număr destul de mare aproape în fiecare localitate din zonă.

Structuri de agrement turistic există doar în localitatea Abrud - 2 ștranduri și o pârtie pentru practicarea schiului, neamenajată. Structuri de tratament balnear nu există în zonă.

Întreaga zonă a Munților Apuseni prezintă o bogată varietate de obiective de interes turistic, zone cu valoare peisagistică și zone naturale protejate. Dintre acestea se remarcă: stâncă de bazalt a Detunatei, Poiana Narciselor de la Negruleasa, rezervațiile naturale „Cheile Caprei” și „Calcarele de la Valea Mică”, peștera „Huda lui Papara” de importanță științifică, izvorul mezotermal din Cheile Glodului, Cheile Cibului. De remarcat este prezența în apropierea localității Baia de Arieș a arborelui denumit „Fagul împăratului” care a fost declarat monument al naturii datorită caracteristicilor botanice deosebite pe care le prezintă.

ALTERNATIVE DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ

În zona centrală a Munților Apuseni există aproximativ 170 societăți comerciale. Domeniul de activitate al întreprinderilor respective se situează cu precădere în sfera comerțului, exploatarii forestiere, meșteșugăritului și mineritului.

Gama de produse în contextul arătat este destul de limitată, având în vedere slaba extindere a activităților industriale. Exportul înregistrat în localitățile respective se bazează în exclusivitate pe produse (semifabricate) pe bază de lemn.

De asemenea, în zonă își desfășoară activitatea și o serie de asociații familiale și persoane fizice autorizate, a căror structură pe ocupații este preponderent tradițională, în sensul că păstrează în proporție de 70% activitățile de exploatare a lemnului, 10% activități de comerț, 8% activități de producție (articole de uz gospodăresc) și numai 12% activități de prestări de servicii (în special, agroturism).

În acest context se remarcă oportunitatea dezvoltării unor activități în domeniul turismului serviciilor adiacente (servicii hoteliere și de alimentație publică, agrement, activități de transport etc.) pentru care se are în vedere și organizarea unor cursuri specializate pentru instruirea personalului din industria hotelieră.

1. Posibilități de dezvoltare industrială a zonei

1.1. *Dezvoltarea sectorului de prelucrare a lemnului.* Fondul forestier de pe raza orașului Cîmpeni este administrat de două ocoale silvice - Ocolul Silvic Cîmpeni și Ocolul Silvic Valea Arieșului - care desfășoară activități de cultură, refacere și protecție a pădurilor. În prezent, exploatarea pădurilor se realizează în regim silvic.

Ocolul Silvic Cîmpeni gestionează o suprafață totală de 17500 ha ce se încadrează în categoria de producție UPI-IV. Structura fondului forestier pe specii se prezintă astfel: fag - 66%; molid-22%; brad-10%; diverse rășinoase-2%.

Ocolul Silvic Valea Arieșului deține o suprafață totală de 14545 ha suprafață ce aparține UPI-IV. Structura fondului forestier pe specii se prezintă astfel: rășinoase-90%; foioase-10%.

În această zonă se exploatează cantități mari de masă lemnoasă care se valorifică fie sub formă de cherestea, fie sub formă de produse finite (mobilă, binale, obiecte de artizanat).

Prelucrarea lemnului se face prin unități particulare mari cum este S.C.Montana S.A și prin unități mici și mijlocii, ca de exemplu S.C.Transilvania Production S.R.L., unități cu mari perspective pentru viitor.

SC MONTANA SA este situată în localitatea Cîmpeni și are ca obiect de activitate exploatarea lemnului și producția de mobilă. Mobila realizată este destinată în exclusivitate exportului, principalii beneficiari ai produselor societății fiind companii din Anglia, Franța, SUA. Până în prezent societatea a derulat o serie de proiecte de investiții cum ar fi cel destinat economiei de energie, în valoare de 1,5 mil. \$ (cu participarea statului danez) și cel de reutilare a fabricii de mobilă derulat în cadrul programului de dezvoltare a zonelor defavorizate, în valoare de cca. 12 mld lei (din care 5 mld. lei acordate de statul român și 7 mld. lei investite de societatea MONTANA SA).

Conducerea unității și-a exprimat intenția de a dezvolta în continuare afacerea, cu posibilitatea creării de noi locuri de muncă (în prezent, societatea are 984 angajați), mai ales în condițiile existenței unor factori favorizanți: atât resursele forestiere necesare, cât și a cererii pe piața externă pentru produsele firmei.

În condițiile în care ar putea beneficia de facilități fiscale similare celor acordate firmei Gold Corporation, SC MONTANA SA ar putea angaja un număr suplimentar de cca. 300 angajați. Dezvoltarea activității este susținută și de posibilitatea pregătirii forței de muncă la Grupul școlar forestier din localitate. În prezent, Grupul școlar pregătește 563 elevi. De menționat este și faptul că prin programul PHARE au fost aprobate fonduri în valoare de 5 mld. lei destinate reabilitării acestuia.

SC TRANSILVANIA PRODUCTION SRL situată în localitatea Cîmpeni, având capital integral românesc, are ca obiect de activitate producția de mobilă. Principalii beneficiari ai produselor realizate sunt situați în țări precum Franța, Germania, Anglia. Societatea a beneficiat de fonduri nerambursabile PHARE precum și de alte surse de finanțare atrase în cadrul programului de dezvoltare a județului Alba. Înființată în anul 1994, cu un număr de 3 muncitori, societatea are în prezent 180 de angajați.

Conducerea unității și-a exprimat intenția de a-și dezvolta afacerea prin deschiderea unei noi unități și crearea de noi locuri de muncă.

O altă posibilitate de ocupare a forței de muncă locale este dezvoltarea activității de construire a caselor din lemn, pentru care deja există preocupări susținute atât de tradiție, cât și de abundența materiei prime necesare. Se execută, în prezent, o gamă variată de astfel de construcții în funcție de preferințele beneficiarilor, la prețuri deosebit de atractive.

1.2. *Dezvoltarea sectoarelor de prelucrare a laptelui și cărnii.* Dacă pentru prelucrarea cărnii există unități specializate, în ceea ce privește valorificarea laptelui se impune crearea unor facilități destinate stimulării colectării și prelucrării acestuia.

În acest sens, autoritățile locale au contactat firma olandeză Hochland ai cărei reprezentanți și-au exprimat disponibilitatea de a deschide o unitate de prelucrare a laptelui în condițiile asigurării pentru colectare a unei cantități zilnice de lapte de 5000 litri.

1.3. *Crearea de unități de ambalare a produselor naturale precum mierea, laptele, gemul destinate unităților hoteliere etc.* Lipsa unor astfel de unități în zonă a condus la imposibilitatea valorificării, numai în anul 2002, a 100 tone de afine.

1.4. *Valorificarea prin comercializare a resurselor de apă.* Conform opiniei localnicilor ce va trebui susținută și de cea a specialiștilor, bazată pe analize chimice de specialitate, izvoarele de apă minerală din zonă pot reprezenta oricând o sursă de venit și de dezvoltare.

1.5. *Crearea de ateliere pentru realizarea de accesorii pentru industria de mobilă* (în prezent livrate de producători din alte județe), care poate constitui, de asemenea, o modalitate de ocupare a forței de muncă din zonă.

1.6. *Realizarea unor unități specializate în reciclarea materialelor re folosibile.* Această alternativă se impune cu atât mai mult, cu cât se pune în funcțiune un atelier de confecționare a ambalajelor din PET.

2. Posibilități de dezvoltare a turismului

2.1. *Punerea în aplicare a proiectului româno-elvețian de dezvoltare a domeniului schiabil al văii Arieșului.*

Regiunea avută în vedere prezintă caracteristici care se constituie în tot atâtea argumente în favoarea dezvoltării din punct de vedere turistic a acesteia: existența a numeroase drumuri forestiere – potențiale pârtii de schi; există surse de alimentare cu energie electrică; sursă de apă ce poate deveni sursa pentru zăpadă artificială; accesibilitatea zonei (cu mijloace de transport auto); posibilitatea construirii unui heliport; condițiile climatice sunt favorabile practicării sporturilor de iarnă.

Pentru finanțarea proiectului, firmele elvețiene sunt dispuse să participe cu 78% din fondurile necesare iar SIF Banat-Crișana va investi 4 milioane de Euro.

Realizarea acestui proiect va crea 200 de noi locuri de muncă (numai în servirea utilităților, număr calculat în funcție de capacitatea maximă) și alte locuri de muncă în domenii conexe (infrastructură, transporturi, spații de cazare, unități de alimentație, construcții etc.)

Amenajarea stațiunii va contribui la creșterea rapidă a nivelului de trai a populației din zonă, atât prin crearea a numeroase locuri de muncă, cât și prin exigențele impuse de prezența și buna deservire a turiștilor.

2.2. *Dezvoltarea zonei de agrement a localității Câmpeni.* Primăria orașului a aprobat demararea unui proiect de amenajare, pe o suprafață de 12 ha, a unei zone de agrement care va cuprinde un bazin de înot/patinoar, terenuri de sport, plajă, teleschi, terenuri pentru construcții particulare. Valoarea estimată a proiectului este de 8 mld. lei.

3. Posibilități de dezvoltare a infrastructurii

Analiza situației existente a infrastructurii relevă necesitatea efectuării unor investiții substanțiale destinate atât modernizării rețelelor existente, cât și extinderii acestora.

4. Posibilități de valorificare a tradiției meșteșugărești

La Arieșeni mai există încă un nucleu de meșteșugari care ar putea transmite arta populară generațiilor tinere din zonă, produsele fiind foarte apreciate în străinătate.

Concluzii

Zona prezintă numeroase posibilități de dezvoltare atât în domeniul industrial cât și în cel turistic, existând posibilități certe de ocupare a forței de muncă disponibile chiar peste cele oferite prin aplicarea proiectului de investiții al firmei Gold Corporation Roșia Montană.

O privire de ansamblu a zonei relevă faptul că locuitorii, autoritățile locale se implică prin acțiuni concrete, unele finalizate și altele în curs de derulare, în valorificarea oportunităților alternative existente;

Dovadă a faptului că activitatea minieră nu reprezintă o cale de dezvoltare durabilă este profilul dezvoltării economice a orașelor Cîmpeni și Abrud, primul cu economie în avânt, cu activități economice diversificate, al doilea cu o economie stagnantă (e drept, cu încercări timide de diversificare), în așteptarea deciziei privind continuarea proiectului de investiții Roșia Montană considerat ca singură alternativă de ocupare a forței de muncă;

Derularea proiectului de investiții Roșia Montană va însemna: pierderea a numeroase locuri de muncă ce au fost create în ultimii ani prin dezvoltarea activităților industriale și turistice din zonă; pierderea oportunităților alternative de dezvoltare menționate anterior, care ar contribui la dezvoltarea multilaterală a zonei (industrie, turism, agricultură, artă meșteșugărească etc.).

Proiectul de investiții Roșia Montană va conduce, în același timp, la stoparea a numeroase proiecte de dezvoltare a turismului aflate în derulare (ceea ce va determina situații critice pentru cei implicați în contractarea de credite), și descurajarea celor potențiale.

Există interes din partea investitorilor, inclusiv a celor străini (italieni – industria textilă și a confecțiilor, elvețieni - turism, olandezi - prelucrarea laptelui etc.) pentru dezvoltarea afacerilor în zonă;

Ținând seama de considerentele de natură economică, socială și ecologică expuse și argumentate, ne exprimăm convingerea că alternativele de dezvoltare identificate oferă perspective de evoluție pe termen lung viabile, diversificate și deplin concordante cu potențialul natural și cultural inestimabil al zonei, alternative care se încadrează, totodată, în strategia de dezvoltare durabilă a României.

BIBLIOGRAFIE

- M. Bădileanu, M. Bulearcă, C. Neagu, C. Sima ș.a., *Prezent și perspective de dezvoltare durabilă a zonei Roșia Montană, Studii și cercetări economice*, vol.11-12, CIDE, 2003
- Tomozei Constantin, *Monografie a județului Alba*, Editura ALTIP, Alba Iulia, 2002
- Asociația Aurarilor “Alburnus Maior”, *Roșia Montană, prezent și viitor. Notă de probleme sociale și de mediu*, Cluj-Napoca, iulie, 2002

MODIFICĂRI STRUCTURALE PE TERMEN MEDIU ȘI LUNG ÎN EXTRAȚIA CĂRBUNILOR DIN ROMÂNIA

Cornelia NEAGU

C.P. III, Centrul de Economia Industriei
și Serviciilor, Academia Română

Rezumat

Deciziile privind nivelul producției de cărbune și de energie electrică produsă din cărbune sunt de importanță deosebită și angajează răspunderi pe un interval mediu și lung de timp pentru unitățile implicate în proces. De aceea, este necesară considerarea mineritului ca activitate economică de exploatare a zăcămintelor, dimensionarea activităților din industria carboniferă după criteriul economic, crearea premiselor pentru acces la normalitate economică și, prin consecință directă, la normalitate socială.

Abstract

Medium and Long Term Structural Modifications in Coal Extraction in Romania

The decisions regarding the coal production and coal based energy levels are very important and imply responsibilities on medium and long terms for the units involved in this process. Therefore it is necessary to consider mining as an economic activity of coal reserves exploitation, the classification of activities on economic criteria, and the creation of access premises to an economic normality and, as a direct consequence to a social normality.

Ajustările structurale din economia României presupun, pe termen mediu și lung, asigurarea concordanței dintre structurile economice competitive și structurile socio-profesionale și ocupaționale adecvate acestora. În acest context obiectivul general al restructurării industriei extractive a cărbunelui îl va constitui *încadrarea evoluției sale în strategia generală de dezvoltare durabilă a economiei naționale, în perspectiva anilor 2020, în condiții de eficiență economică.*

Pentru a răspunde acestui obiectiv general, evoluția în perspectivă a sectorului extracției cărbunilor, trebuie să garanteze:

- acoperirea cererii sectorului energetic și celorlalți consumatori de cărbune; în consecință este necesară o strictă corelare a dezvoltării sectorului cu evoluția previzibilă a acestor beneficiari;
- trecerea la eficientizarea sectorului de extracție a cărbunilor prin reducerea, într-o primă fază, și în final eliminarea subvențiilor alocate pentru acoperirea pierderilor de exploatare, precum și sistarea transferurilor și investițiilor la obiectivelor cu pierderi mari;
- menținerea și dezvoltarea capacităților de producție considerate viabile sau cu posibilități de viabilizare, prin re tehnologizări și modernizări ale proceselor de extracție pe baza atragerii investițiilor de capital;
- crearea unui sistem concurențial nediscriminatoriu pentru toți agenții economici care operează în sectorul extracției cărbunilor prin perfecționarea cadrului legislativ și instituțional.

Strategia de restructurare a sectorului de extracție a cărbunilor trebuie să aibă în vedere următoarele *premise* ale conturării evoluției viitoare a sectorului:

- rezerva geologică existentă *contribuie la asigurarea securității energetice a țării*;
- există întreaga infrastructură necesară extracției, prelucrării și transportului cărbunelui și aceasta este concentrată într-o arie geografică restrânsă;
- termocentralele pe bază de cărbune existente, care vor reprezenta în continuare o pondere importantă în industria energetică, sunt concepute să funcționeze cu combustibil solid având parametrii calitativi ai cărbunilor românești;
- beneficiarilor li se pot asigura cantitățile necesare de cărbune energetic, la calitatea adecvată nevoilor proprii și la un preț mai mic decât cel al cărbunelui din import;
- rezervele strategice de cărbune pot juca un rol antispeculativ (fapt subliniat de Comisia Europeană în contextul incapacității Uniunii de a negocia prețurile resurselor energetice și de a exercita presiuni pe aceste piețe);
- restrângerea imediată a activității în acest domeniu, în condițiile în care multe dintre exploatarea de cărbune se află în zone monoindustriale, vor determina o creștere considerabilă a șomajului ceea ce presupune crearea resurselor și mecanismelor necesare atenuării impactului social.

În analiza evoluției sectorului extracției cărbunilor în perspectiva anilor 2020 trebuie să se pornească de la previziunile privind cererea de cărbune pentru producția de energie electrică și termică. Caracteristicile calitative, relativ reduse, ale cărbunelui românesc se înscriu în ecartul de calitate pentru care au fost construite centralele termoelectrice astfel încât, 96% din producția internă de cărbune este destinată sectorului energetic. Pe termen mediu și lung, piața internă va solicita cca. 30 mil. t/an lignit și în jur de 3,7 mil. t/an huilă.

Pentru stabilirea variantelor de restructurare s-a utilizat metoda comparativă, analizându-se trei scenarii de evoluție diferențiate după criteriul care am considerat că va fi luat în considerare cu preponderență: criteriul economic sau criteriul social.

Cele trei variante prezintă atât **avantaje cât și dezavantaje**.

VARIANTA MINIMĂ (V₁). Conform acestei variante *criteriul economic* va fi pus pe primul plan și, în consecință, vor fi menținute în activitate numai obiectivele miniere considerate viabile, vor crește sumele aferente închiderilor de mine, a plăților compensatorii pentru personalul disponibilizat, precum și costurile necesare creării alternativelor ocupaționale pentru atenuarea impactului social, în zonele cu activitate minieră încheiată sau mult diminuată.

• *Avantaje:* reducerea efortului bugetar; eliminarea subvențiilor pentru producție; subvențiile pentru cheltuieli de capital vor avea ca destinație obiectivele considerate viabile; răspunde criteriilor de eficiență convenite cu Banca Mondială.

• *Dezavantaje:* prin închiderea unor obiective miniere producția va fi menținută la un nivel minim; rezultă o reducere semnificativă a gradului de ocupare a forței de muncă, ceea ce impune din partea instituțiilor specializate o atentă pregătire a modalităților de soluționare a problemelor disponibilizaților și a zonelor defavorizate.

VARIANTA MAXIMĂ (V₂). Conform acestei variante *criteriul social și cel al reducerii dependenței energetice de importuri* vor fi primordiale. Astfel, companiile miniere vor dimensiona necesarul de fonduri ce vor fi solicitate de la

bugetul de stat pentru subvenții și transferuri, pentru cheltuieli de investiții, refacerea și protecția mediului, închideri de mine, plata sumelor compensatorii pentru cei disponibilizați și crearea de alternative ocupaționale pentru aceștia.

- *Avantaje:* asigură realizarea producției fizice maxime, acoperind în întregime cererea de cărbune; se mențin în funcțiune majoritatea capacităților de producție prin re tehnologizare și modernizarea echipamentelor și utilajelor; asigură menținerea numărului maxim de locuri de muncă.

- *Dezavantaje:* se mențin în funcțiune majoritatea capacităților de producție indiferent de eficiența economică, inclusiv cele care înregistrează pierderi; alocațiile bugetare vor reprezenta eforturi financiare foarte mari.

VARIANTA PROBABILĂ (V₃). Conform acestei variante se va realiza *un echilibru între criteriul economic și cel social* în sensul că se va trece la reducerea treptată a activității minelor nerentabile și viabilizarea celor cu potențial. Astfel, se va oferi posibilitatea prognozării în timp util a evoluției necesarului de forță de muncă, crearea din timp a unor variante viabile de ocupare a personalului disponibilizat și, nu în ultimul rând, eșalonarea necesarului de fonduri ce vor fi necesare în aceste scopuri, evitându-se astfel eforturile bugetare majore și cu rezultate reduse raportate la aceste eforturi.

- *Avantaje:* închiderea treptată a capacităților de producție nerentabile; eforturi financiare moderate prin reducerea treptată a subvențiilor acordate de la bugetul de stat; există timpul suficient pentru a acorda șanse de viabilizare anumitor capacități de producție, în prezent ineficiente; alături de reducerea pe cale naturală a personalului angajat (pensionări, decese), disponibilizările vor fi de mici dimensiuni, ceea ce va oferi crearea de alternative de ocupare a acestora.

- *Dezavantaje:* continuarea efortului bugetar; prelungirea stării de ineficiență a unor obiective miniere fără șanse de viabilizare.

Considerăm că această ultimă variantă prezintă gradul cel mai mare de aplicabilitate deoarece, în momentul de față, instituțiile specializate ale statului nu sunt pregătite, în special din punct de vedere financiar, pentru soluționarea problemelor cu care s-ar confrunta în recalificarea și oferirea de alternative pentru disponibilizările de personal ce ar avea loc în varianta minimă.

Deoarece fiecare mină, carieră, exploatare minieră are particularități distincte, condiții de zăcământ, tehnologii de exploatare sau probleme economico-financiare diferite, este necesară o tratare individualizată a companiilor miniere pentru a putea fi prognozate costurile implicate, fondurile solicitate de la bugetul de stat pentru subvenții, transferuri, cheltuieli de capital, protecția mediului și închideri de mine, plăți compensatorii și costurile pentru crearea de locuri de muncă alternative pentru disponibilizații din sectorul extracției cărbunilor.

Restructurarea și reformele semnificative din sectorul carbonifer își propun ca scop îmbunătățirea eficienței operaționale a entităților din sector, promovarea investițiilor private, rezolvarea judicioasă a problemelor sociale și ecologice ale sectorului.

Plecând de la obiectivul strategiei de dezvoltare a sectorului extracției cărbunilor, prioritatea în restructurarea capacităților de producție o va constitui zonarea rezervelor industriale active pe criterii economice și concentrarea producției în perimetrele care asigură condiții de eficiență economică a activității. Consecința directă a acestei acțiuni va fi restrângerea, până la încetarea totală a activității productive, la obiectivele cu

costuri ce depășesc media actuală pe sector și fără șanse de reabilitare, cu evaluarea corespunzătoare a măsurilor necesare de protecție socială.

Deciziile privind restrângerea sau sistarea activității productive vor trebui se ia pe baza întocmirii de studii de fezabilitate pentru fiecare unitate minieră în funcțiune, și vor fi însoțite de programe și proiecte temeinic fundamentate de reconversie.

Analiza schimbărilor ce se vor produce pe termen mediu și lung în sectorul extracției cărbunilor cu privire la volumul de activitate, reorganizarea capacităților de producție, restructurarea fluxurilor tehnologice, perfecționarea forței de muncă precum și previzionarea cheltuielilor necesare și a efectelor acestor restructurări vor fi abordate separat pe agenți economici care operează în acest sector.

În implementarea acestei strategii, pot fi întâmpinate o serie de *probleme*, cum ar fi:

- dezvoltarea și implementarea unui program de reformă, incluzând reforma financiară pentru companiile naționale de exploatare a cărbunelui, luând în considerare eliminarea subvențiilor, astfel încât, minele/companiile cu costuri mici să poată fi privatizate și cele neeconomice să fie închise;

- oprirea activității în minele neviabile concomitent cu asigurarea măsurilor de diminuare a impactului social pentru personalul disponibilizat care, în cea mai mare parte, se regăsește pe piața activă de muncă;

- închiderea minelor nerentabile într-o manieră acceptabilă din punctul de vedere al mediului;

- prevenirea viitoarelor deteriorări de mediu, cauzate de minele care operează în prezent și stabilirea priorităților pentru reducerea deteriorărilor de mediu;

Restructurarea sectorului extracției cărbunelui implică substanțiale *costuri economice* sub diferite aspecte:

- costuri pentru Guvern sub forma ajutoarelor sociale pentru șomeri;
- costuri generate de plățile crescânde cu reducerile de personal (plățile compensatorii);

- pierderea contribuțiilor sub forma asigurărilor sociale și veniturilor la bugetul de stat provenite din taxe și impozite.

Probleme cu totul deosebite, în ceea ce privește reconversia, se ridică în special, în zonele de mare aglomerare a activității de producție minieră unde viața socială este exclusiv sau preponderent legată de minerit. Dintre aceste zone, se evidențiază: Valea Jiului și bazinul Comănești.

Reconversia zonelor miniere se va putea realiza numai pe bază de programe speciale de ramură integrate într-un program național.

Principala *modalitate de soluționare a problemelor sociale* generate de restructurarea sectorului extracției cărbunilor o constituie adoptarea unor măsuri de realizare a flexibilizării forței de muncă. Astfel, este nevoie de o transformare progresivă a resurselor, prin trecerea de la sprijinul pasiv sub formă de venituri, la măsuri active de combatere a șomajului la nivelul comunităților locale. Prin aceste măsuri trebuie să se urmărească inducerea la nivelul comunității miniere a unui comportament activ, implicând participarea directă și susținută pe piața muncii.

Politicile active îmbunătățesc accesul la piața muncii și la locurile de muncă, dezvoltă abilități specifice unui loc de muncă și promovează mai eficient piețele de muncă.

Experiența mondială a demonstrat că țările care refuză să extindă dispersarea salariului ca măsură de creștere a angajării vor trebui să se bazeze în principal pe piața activă de muncă, pe învățământ și pe politici de instruire.

Implementarea strategiei sectorului extracției cărbunilor, în oricare dintre variantele prezentate, presupune adoptarea unor **măsuri** care să asigure creșterea eficienței acestui sector deosebit de important pentru asigurarea securității energetice a țării.

- *Măsuri cu privire la gradul de utilizare a resurselor*
 - întărirea și modernizarea instituțiilor publice implicate în aplicarea strictă a legilor și reglementărilor, asigurarea informațiilor geologice în mod transparent pentru toți agenții economici, precum și monitorizarea obligațiilor de mediu;
 - concentrarea resurselor producătorilor de lignit asupra carierelor și asupra exploatărilor subterane cu productivitate ridicată;
 - reconstrucția (retecnologizarea) unor mine de huilă;
 - externalizarea unor activități;
 - instituirea unui sistem de prețuri pentru cărbune, mai flexibil, în corelație permanentă cu inflația și cursul de schimb leu/dolar.
- *Măsuri cu privire la ecologizarea produselor*
 - întărirea și modernizarea instituțiilor publice implicate în aplicarea strictă a legilor și reglementărilor și în monitorizarea obligațiilor de mediu;
 - realizarea unui sistem eficient de monitorizare prin dotarea cu aparatură de control a zonelor cu pericol de poluări accidentale, cât și a zonelor unde se înregistrează depășiri ale normelor de protecție a mediului;
 - înființarea unui centru de preluare și prelucrarea datelor cu privire la mediu;
 - modernizarea stațiilor de epurare și refacerea sistemelor de aducțiune a apei și evacuarea apelor uzate;
 - elaborarea de programe de refacerea mediului prin utilizarea liniilor de credit ale instituțiilor internaționale și ale Uniunii Europene;
- *Măsuri cu privire la îmbunătățirea proceselor industriale prin introducerea și asimilarea tehnologiilor noi, eficiente și ecologice*
 - continuarea acțiunii de realizare a unor sisteme integrate între producătorii de cărbune și cei de energie, inclusiv prin folosirea cărbunelui și gazului metan, pentru producerea energiei în ciclu combinat;
 - reabilitarea tehnologiilor și modernizarea dotărilor tehnice, inclusiv cu aport financiar extern, a marilor cariere de lignit din bazinele miniere ale Olteniei;
 - retecnologizarea unor mine de huilă;
 - alocarea unor fonduri corespunzătoare în scopul îmbunătățirii parametrilor funcționali și creșterii randamentelor utilajelor din dotarea unităților miniere și de preparare, atât prin asigurarea pieselor de schimb cât și pentru retecnologizarea fluxurilor actuale.

Concluzii

Deciziile privind nivelul producției de cărbune și de energie electrică produsă din cărbune sunt de importanță deosebită și angajează răspunderi pe un interval mediu de timp pentru unitățile implicate în proces. De aceea, este necesară considerarea mineritului ca activitate economică de exploatare a zăcămintelor;

dimensionarea activităților din industria carboniferă după criteriul economic; crearea premiselor pentru acces la normalitate economică și, prin consecință directă, la normalitate socială;

Într-o perioadă scurtă nu se poate renunța la funcționarea centralelor electrice pe cărbune, deoarece infrastructura existentă deține o pondere importantă din puterea instalată în Sistemul Energetic Național. Funcționarea acestor centrale nu va putea fi oprită fără efecte negative majore, cărbunele energetic din producția internă rămânând totuși o sursă sigură, capabilă să acopere variațiile de putere din sistemul hidroelectric, determinate de deficitul din anii secetoși;

În industria extractivă a cărbunelui este evident că reducerea personalului este o soluție pragmatică de reducere a cheltuielilor și costurilor și de creștere a productivității muncii; totuși, pentru o perioadă menținerea întregului personal ar putea fi considerat un criteriu social determinant.

Deciziile privind restrângerea sau sistarea activității productive vor trebui luate pe baza întocmirii de studii de fezabilitate pentru fiecare unitate minieră în funcțiune, și vor fi însoțite de programe și proiecte temeinic fundamentate de reconversie. Este evidentă necesitatea abordării mai întâi a unor soluții de diversificare a serviciilor pentru utilizarea personalului rămas disponibil dintr-o restructurare absolut necesară și rațională.

Principala modalitate de soluționare a problemelor sociale generate de restructurarea sectorului extracției cărbunilor o constituie adoptarea unor măsuri de realizare a flexibilizării forței de muncă. Astfel, este nevoie de o transformare progresivă a resurselor, prin trecerea de la sprijinul pasiv sub formă de venituri, la măsuri active de combatere a șomajului la nivelul comunităților locale prin care să se urmărească inducerea la nivelul comunității miniere a unui comportament activ, implicând participarea directă și susținută pe piața muncii.

BIBLIOGRAFIE

- Ajustări structurale în domeniul extractiv, energetic și de prelucrare primară în perspectiva integrării României în structurile economice ale Uniunii Europene*, CIDE, 1996-1998;
- Strategia industriei miniere din România pe termen mediu 2000-2005 și perspectiva anului 2010*, Ministerul Industriei și Comerțului, Direcția Generală Mine și Geologie, 2000;
- Strategia valorificării cărbunelui în industrie*, Centrul de Economie a Industriei și Serviciilor, Institutul de Economie Mondială, Ministerul Industriei și Resurselor – 2002;
- Dr. ing. Emil Huidu, *Monografia mineritului din Oltenia, vol. I Bazinul Rovinari 1950-2000*, Editura Fundației „Constantin Brâncuși”, Târgu-Jiu, 2000;

TURISMUL RURAL, ACTUALITĂȚI ȘI PERSPECTIVE

Raluca ZORZOLIU

Asist. univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Varietatea și bogăția atracțiilor turistice, naturale dar și culturale și istorice aduce România pe unul din primele locuri în Europa. Deoarece, în prezent, este foarte prețuită o vacanță într-un spațiu rural, cu sărbătorile și datinile specifice, aceasta poate fi o alegere foarte reușită pentru călătorul venit din Occident, unde urbanizarea și civilizația ei și-au pus pecetea pe viața rurală.

Dezvoltarea durabilă se bazează pe introducerea unor sisteme economice integrate ce trebuie să se implementeze în zonele rurale. Diversificarea activităților economice va determina pluriactivitate, noi locuri de muncă, venituri suplimentare neagricole și o mai mare implicare a tinerilor și femeilor. Necesitatea înființării sau extinderii serviciilor pentru populație și pentru producția agricolă va conduce la o utilizare eficientă a resurselor umane, materiale și financiare locale iar potențialul turistic deosebit, datorat condițiilor variate de climă și relief, permite crearea de noi locuri de muncă și deci venituri suplimentare.

Abstract

Rural Tourism. Present and Future

Come in the heart of Romania, on the South-Eastern slopes of the Carpathians, in Muntenia, and discover the forgotten charm of a country where life is rustic but beautiful, because it is simple and true! The Romanian people will offer you their warmest hospitality, marked by kindness, attention and delicacy. In their homes with guest-rooms that await you, you will be able to spend a unique vacation, suited to your taste and according to your own inspiration. Or, allow yourself to be guided by the various suggestions of your hosts. Be initiated in the art of iconography, learn sculpture, or explore the wild Carpathians: you will see just some examples of the riches, and the variety, which await you here. The country life here is quite hard. Each family has to use for living the products of their work, resulted especially from agriculture and cattle breeding.

Varietatea și bogăția atracțiilor turistice, naturale dar și culturale și istorice aduce România pe unul din primele locuri în Europa. Localizarea României la întretăierea mai multor drumuri europene facilitează accesul aici pe toate căile - cu avionul, mașina, trenul sau vaporul. Mai mult decât atât, se pot vizita toate aceste locuri profitând de confortul oferit de tot mai multe hoteluri și restaurante, de rețeaua internă de transport, savurând specialitățile culinare locale și vinurile de regiune.

Arhitectura, meșteșugurile și bucătăria populare din tradiția românească reprezintă o cultură vie cu o valoare unică. Trebuie admirată minuțiozitatea cu care sunt sculptate porțile de lemn în Transilvania, minunatele bisericuțe din lemn, varietatea costumelor populare, diferite de la o regiune la alta, precum și simplitatea obiectelor de artă populară, obiectele de ceramică.

Sărbătorile, datinile și obiceiurile și-au păstrat întreaga lor autenticitate și, adesea, măreție, doar la sat. Este și normal, acolo s-au născut. Cum nu există lună

din an care să nu aibă câteva evenimente de acest fel, pitorescul lor împânzind un farmec cu totul irezistibil, nimic n-a fost mai firesc ca acest „calendar” să fie adoptat, până la cele mai mici detalii, de turismul rural. Acesta are, desigur, și alte argumente în fața cărora omul stresat al zilelor noastre nu are nevoie de prea multe îndemnuri. Cum ar fi, de exemplu, să stai seara cu ochii spre cerul plin de stele, așa cum nu reușim să mai vedem de mult în orașe; să te trezești dimineața într-o pajiște verde, plină de rouă, și să te bucuri de miresmele florilor de câmp.

La o pensiune agroturistică, în loc de mâncăruri preambalate și semipreparate ai parte de lapte proaspăt muls, ouă, pâine țărănească, fructe, pe care le poți culege singur, plăcinte și prăjiturile de casă. Și sărbătorile de Crăciun și Paște au farmecul lor aparte în spațiile pitorești despre care am vorbit, de la colindători și urători până la slujbele religioase impresionante.

Nu mai puțin interesante sunt târgurile transformate în serbări populare, care pot fi săptămânale sau ocazionate de sărbătorile religioase.

Deoarece, în prezent, este foarte prețuită o vacanță într-un spațiu rural, cu sărbătorile și datinile specifice, aceasta poate fi o alegere foarte reușită pentru călătorul venit din Occident, unde urbanizarea și civilizația ei și-au pus pecetea pe viața rurală. Pentru acest gen de turist va fi uimitor să găsească în Transilvania femeii care torc lâna ca în Evul Mediu, fac pânzeturi la vechiul război de țesut sau să vadă în multe sate dansurile străvechi și bătrânii care își poartă costumul național așa cum îl purta odinioară întreaga comunitate, duminica la biserică, ori de sărbători.

Pensiunile moderne, decorul rustic adaptat cu rafinement nu lipsesc din oferta unui turism rural în plină expansiune, care s-a dezvoltat mai accentuat în Transilvania, în zona Maramureșului și Bucovinei.

Pentru turismul rural au fost fixate 15 regiuni agroturistice: Regiunea Câmpiei și Dealurilor de Vest, Obcinele Bucovinei, Regiunea turistică Oaș - Maramureș, Regiunea Munților Apuseni, Regiunea Depresiunii Transilvaniei, Regiunea Munților Poiana Ruscă, Regiunea Munților Banatului, Regiunea grupei centrale a Carpaților Orientali și Subcarpaților Moldovei, Regiunea turistică a Podișului Moldovei, Regiunea Curburii Carpatice, Regiunea turistică a Carpaților Meridionali, Regiunea Subcarpaților Getici, Regiunea Câmpiei Române, Regiunea Podișului Dobrogei, Regiunea Delta Dunării.¹

Zonele muntoase al căror microclimat beneficiază de proprietăți terapeutice, alături de cadrul natural atrăgător, pot constitui punctul de plecare în dezvoltarea turismului rural, care generează venituri deloc neglijabile.

Turismul rural se extinde în România destul de lent deoarece:

- nu există modele de dezvoltare care să fie urmate și nici prea multă tradiție;
- o legislație coerentă care să stimuleze și să protejeze acest sector încă este așteptată;
- mediul rural este caracterizat de sărăcie, posibilitățile de finanțare fiind slabe;
- investitorii care se arată interesați de acest gen de activitate nu sunt din mediul rural.

Un oarecare interes s-a arătat către această ramură după înființarea Asociației Naționale pentru Turismul Rural, Ecologic și Cultural din România. Turismul rural nu solicită investiții considerabile pentru infrastructură, nu produce aglomerări și contribuie la dezvoltarea economică a mediului rural prin²:

¹ Traian Verdinaș, *Introducere în sociologia rurală*, Polirom, 2001, p. 155

² Angela Popescu, *Dezvoltare rurală*, Editura Universitară, București, 2002, p. 120

- valorificarea resurselor locale;
- crearea unor locuri de muncă noi;
- creșterea și diversificarea veniturilor din mediul rural;
- dezvoltarea multifuncțională a spațiului rural, pe baza politicilor sectoriale de dezvoltare: agricultură, turism rural, infrastructură, protecția mediului;
- creșterea stabilității populației în mediul rural;
- sporirea gradului de instruire a populației rurale, cu ajutorul cursurilor de pregătire în turismul rural;
- atragerea în circuitul turistic a persoanelor care dispun de venituri modeste și care nu și-ar permite un alt gen de sejur.

Dezvoltarea turismului rural în România este susținută și de proiecte derulate în cadrul programului PHARE, care urmăresc:

- descentralizarea activității în turismul rural;
- dezvoltarea unor forme alternative de turism;
- sporirea investițiilor în infrastructura turistică.

Măsurile care pot susține dezvoltarea turismului rural trebuie să urmărească:

- identificarea potențialului rural românesc ce se pretează activităților turistice, stabilirea gospodăriilor care pot fi incluse în circuitul turistic;
- formarea profesională a celor care vor lucra în domeniul turismului rural;
- cooperarea cu organizațiile internaționale din domeniul turismului rural;
- pregătirea gospodăriilor rurale pentru a putea presta servicii turistice;
- lansarea ofertelor turistice românești pe piața internă și internațională;
- formarea experților în managementul agro-turistic la nivel local, regional și național;
- (accesibilitatea la credite, cu dobândă subvenționată).

Dezvoltarea durabilă se bazează pe introducerea unor sisteme economice integrate ce trebuie să se implementeze în zonele rurale.

Dezvoltarea economică și socială rurală se bazează și pe crearea unor activități de producție și servicii alternative secundare care vor contribui la:

- înlăturarea proceselor și fenomenelor cauzate de restructurarea sistemelor socio-economice;
- stoparea depopulării spațiului rural;
- îmbunătățirea condițiilor de viață.

Țara noastră beneficiază de finanțare din partea Uniunii Europene prin intermediul mai multor programe printre care se numără și SAPARD, având una dintre măsuri, Măsura 3.4, care se numește **Dezvoltarea și diversificarea activităților economice care să genereze activități multiple și venituri alternative**.

Diversificarea activităților economice va determina pluriactivitate, noi locuri de muncă, venituri suplimentare neagricole și o mai mare implicare a tinerilor și femeilor. Necesitatea înființării sau extinderii serviciilor pentru populație și pentru producția agricolă va conduce la o utilizare eficientă a resurselor umane, materiale și financiare locale iar potențialul turistic deosebit, datorat condițiilor variate de climă și relief, permite crearea de noi locuri de muncă și deci venituri suplimentare.

Se va urmări și dezvoltarea turismului rural, silvoturismului precum și a activităților meșteșugărești tradiționale în vederea creșterii veniturilor alternative și a oportunităților de angajare pentru tinerii și femeile din mediul rural.

Această măsură din programul SAPARD va acorda sprijin financiar pentru activități ce țin de dezvoltarea turismului rural, cum ar fi: construirea și modernizarea pensiunilor turistice rurale; diversificarea serviciilor în domeniul agrementului în aer liber (zone de campare, baze sportive și de recreere, echitație, ciclism montan etc); turismul montan, pentru pescuit și cicloturism; crearea de ferme pentru creșterea vânatului în vederea repopulării parcurilor de vânătoare.

Nu este lipsită de importanță nici revitalizarea meșteșugărești, crearea sau extinderea unor unități meșteșugărești, cum ar fi: atelierile de prelucrare a lemnului, de confecționare a obiectelor artisanale, de ceramică, de croitorie, broderie, de fierărie, de prelucrare a pieilor, papurei și răchitei.

ANTREC (Asociația Națională de Turism Rural Ecologic și Cultural) este o asociație recunoscută pe plan național și internațional ca un lider în dezvoltarea turismului rural românesc, în încurajarea conservării ecologice și păstrării culturii tradiționale românești. ANTREC este o organizație non-profit, membră a Federației Europene de Turism Rural – EUROGITIS și a fost înființată în 1994, având 31 de filiale județene și pensiuni turistice și agroturistice în 770 de sate românești. În plus, ANTREC oferă și alte servicii turiștilor săi, cum ar fi: excursii în satele și orașele din apropiere, ca și vizitele la monumentele istorice.

Scopul declarat al ANTREC este:

- identificarea și promovarea potențialul turistic rural;
- organizarea cursuri de pregătire profesională pentru gazde, agenții de turism rural, prin seminarii, cursuri de scurtă și lungă durată, schimburi de experiență între ANTREC și organizații similare din țară și din străinătate;
- organizarea unor campanii de publicitate pentru unitățile clasificate și omologate, incluse în rețea, prin mijloace mass-media;
- participarea la evenimentele importante specifice, atât pe plan intern (regional și național), cât și extern (târguri și burse de turism), cu o ofertă diversă.

BIBLIOGRAFIE

- Dona, Ion, *Economie rurală*, Editura Economică, București, 2000
- Patriche, Dumitru, *Piața rurală*, Editura Academiei Române, București, 1998
- Popescu, Angela, *Dezvoltare rurală*, Editura Universitară, București, 2002
- Popescu, Marin, *Leții ale tranziției – Agricultura*, Editura Expert, București, 2001
- Profiroiu, Alina, *Dezvoltarea economică locală*, Editura Economică, București, 1998
- Toderoiu, Filon, *Agricultura – resurse și eficiență*, Editura Expert, București, 2002
- *** *Impactul politicilor agricole asupra gospodăriilor rurale*, Institutul Național de Cercetări Economice, București, 2002
- *** *Programe ale Uniunii Europene pentru România*, Editate de Delegația Comisiei Europene în România, București, 2003
- *** Programele derulate și finanțate în România de Agenția SAPARD

MANAGEMENTUL PERFORMANTELOR ÎN CONTEXTUL SCHIMBĂRII ORGANIZAȚIONALE

Emilia LENGHEL

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Dinamica economica actuală și acerba concurență generată de fenomenul de globalizare dictează modificări majore în rândul organizațiilor și impun adoptarea unui sistem de management al performanțelor, ca măsură vitală pentru supraviețuirea acestora.

„Adoptarea zilnică de decizii tactice într-o manieră consistentă cu obiectivele pe termen lung, este singura modalitate de a ajunge la destinația dorită. Fără aliniere, suntem doar manageri pierduți într-o continuă agitație.”

Abstract

Performance Management on the Background of Organisational Change

The present dynamic economy and the high competition generated by the globalisation phenomenon command major changes within organizations and impose the adoption of a performance management system as a vital measure for their survival.

"Making day-to-day tactical decisions in a manner consistent with long-term objectives is the only way to arrive at the desired destination. Without that alignment, you get lost in a hurry."

Indiferent de faptul că operează sau nu la nivel internațional, organizațiile sunt afectate de globalizare. Fenomenul a avut și are un efect dramatic asupra organizațiilor, și poate fi pus în evidență prin faptul că din piața SUA, care a fost relativ mai puțin afectată de competiția externă până în anii 1970, începând cu anii 1980, un procent de 70% din producția de bunuri și servicii produse de firmele americane s-a confruntat cu competiția externă.

Cu sau fără globalizare, organizațiile sunt afectate de anumiți factori precum: situația economică, forma de proprietate a organizației, mărimea acesteia, modificările în caracteristicile piețelor, revoluția în domeniul calității și provocările tehnologice, fenomenul de globalizare având însă rolul de a intensifica dinamica acestor influențe.

Datorită creșterii competitivității mediului de afaceri, managerii sunt astăzi axați pe creșterea eficacității organizaționale, ceea ce implică existența unui sistem foarte bine definit de management al performanțelor.

Managementul performanțelor poate fi definit ca fiind un ansamblu de practici manageriale coerente, complementare cu celelalte practici de management al resurselor umane, ce vizează maximizarea randamentului personalului (atât a indivizilor cât și a echipelor) și creșterea performanțelor organizaționale, și care integrează toate elementele fundamentale ale strategiei organizaționale.

Aceasta impun tranziția organizațiilor de la eficiență către eficacitate, permițându-le să își dezvolte o orientare cu adevărat strategică și să își îmbunătățească eficacitatea operațională, îmbunătățind atât sistemul informațional cât și sistemul de stabilire a obiectivelor operaționale, printr-o permanentă gestiune a performanțelor comparativ cu obiectivele.

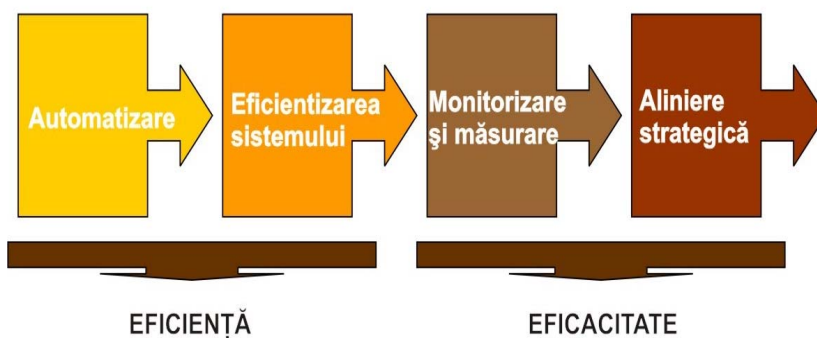


Fig. 1. Tranziția organizațiilor de la eficiență la eficacitate

Sistemul de management al performanțelor are rolul de aliniere a tuturor unităților organizației, proceselor și angajaților având obiective predefinite, la o strategie comună, astfel încât aceasta să fie capabilă să își gestioneze permanent eficacitatea activităților, în vederea îmbunătățirii continue a performanțelor și atingerii obiectivelor.



Fig. 2. Alinierea execuției cu strategia

Sunt însă extrem de numeroase organizațiile care, în loc să dezvolte un sistem de management al performanțelor, se mulțumesc să pună în practică simple procese de evaluare a randamentului.

Diferența dintre cele două noțiuni este însă notabilă: în timp ce termenul de randament este aplicabil doar membrilor organizației, termenul de performanță se aplică organizației în ansamblu, incluzând și membrii acesteia.

Prezenta abordare susține ideea conform căreia performanța organizațională nu poate fi maximizată decât prin implementarea unui sistem care să răspundă

următoarelor principii fundamentale: coerență, integrare și complementaritate. Pentru a dezvolta un sistem eficace de management al performanțelor trebuie să se ia în considerare toate aceste aspecte fundamentale.

Acest punct de vedere este rezultatul unor studii recente ce demonstrează faptul că îmbunătățirile izolate, determinate de programele de management al resurselor umane, nu determină modificări semnificative ale productivității muncii, iar dezvoltările organizaționale, complementare, compatibile cu celelalte practici manageriale, creează o sinergie cu impact major asupra performanțelor organizației.

Modelul prezentat așa cum este explicat în *Figura 3*, evidențiază faptul că un sistem de management al performanțelor trebuie să fie dezvoltat la nivel strategic, făcând apel la noțiunea de management strategic, obiectivul urmărit fiind convergența eforturilor tuturor angajaților, în vederea îndeplinirii misiunii și obiectivelor strategice (operatorii) ale organizației, conform viziunii acesteia.

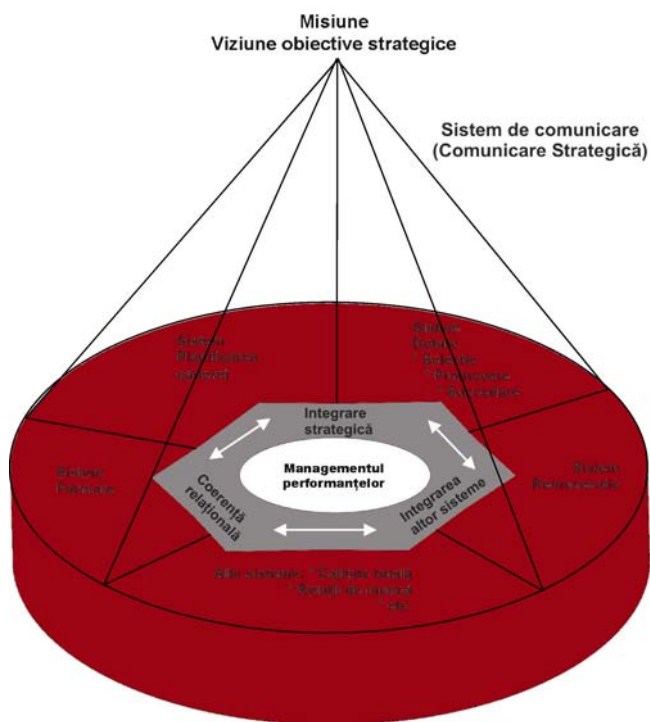


Fig. 3. Sistem de management al performanțelor

Este inerentă necesitatea existenței unei viziuni comune asupra misiunii și obiectivelor strategice ale organizației și a unui sistem eficace de comunicare a acestora, începând de la nivel strategic până la nivelele de bază.

În contextul în care piețele se dovedesc a fi din ce în ce mai competitive, organizațiile trebuie să fie capabile să se adapteze rapid la schimbările din mediu care sunt din ce în ce mai numeroase, mai ales din punct de vedere tehnic și tehnologic, să

le asimileze, și să opereze la cel mai înalt nivel de eficacitate. Schimbările de cultură necesare a fi implementate, trebuiesc completate în general de schimbări în modul de operare, începând de la cel mai înalt nivel, până la nivelul de bază.

În extrem de competitivul mediu actual, două dintre tipurile de organizații existente au capacitatea de a atinge cele mai înalte performanțe: organizația care se modelează singură și organizația care învață, strategiile de achiziție (asimilare) activă a noilor cunoștințe și informații referitoare la produse/servicii și factorii de mediu, fiind strâns legate de performanțele organizației și de flexibilitatea strategică a acesteia.

Capacitatea unei organizații de asimilare a cunoștințelor și de procesare a informațiilor nu depinde numai de capacitatea de autoinstruire a indivizilor. Organizația este aceea care creează un anumit context pentru angajați, determinând abilitatea acestora de a se dezvolta din punct de vedere profesional și de a asimila cunoaștere. Capacitatea de absorbție a informațiilor și adaptare la nou depinzând de caracteristicile organizației, cu precădere de structura acesteia și de capacitățile manageriale și de leadership.

Pentru ca sistemul de gestiune a performanțelor să aiba valoare pe termen lung, organizațiile trebuie să asigure permanent transformarea obiectivelor în realitate. Elementele strategice trebuie integrate continuu în obiectivele operaționale prin factorii cheie, de succes, trebuie asigurată coerența proceselor relaționale dintre manageri și subordonați iar sistemul de management al resurselor umane trebuie să vizeze îndeplinirea obiectivelor strategice, păstrând coerența cu sistemul relațional manageri – subordonați, fiind complementar cu acesta.

Aceasta implică permanenta încurajare și dezvoltare a procedurilor manageriale și continua măsurare și îmbunătățire a eficacității acestora. Fără o coerență în abordare, sistemul de management al performanțelor nu poate exista.

BIBLIOGRAFIE

- Barrette J., Ouellette R., *Gestion de la performance et les performances organisationnelle: integration de la strategie et des systemes de gestion des ressources humaines au systeme de gestion de la performance*, Administrative Sciences Association of Canada, Proceedings, Actes du Congres, St-John, Nouveau Brunswick, 1999
- Dennis W. Organ, Thomas Bateman, *Organizational Behavior, An Applied Psychological Approach*, Business Publications, Inc., USA, 1986
- Drek Rollinson and Aysen Broadfield, *Organisational Behavior and Analysis, An Integrated Approach*, FT Prentice Hall, UK, 2002
- Schneier C. E., Shaw D.G., Beatty RW., *Performance Measurement and Management: A Tool for Strategy Execution*, Human Resource Management, 1991
- Thomas G. Cummings, Christopher G. Worley, *Organization Development and Change*, South Western College Publishing, USA, 1997

MANAGEMENTUL CULORII

Maria ANDRONIE

Lector univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Elementul cheie în reproducerea consistentă, cu acuratețe și predictibilă a imaginilor color este Sistemul de Management al Culoarii (CMS) definit ca un set de tehnici și metode folosite pentru prelucrarea culorii, independent de parametrii echipamentelor de procesare sau a materialelor folosite. Sistemul de management al culorii definit de International Color Consortium (ICC), care raportează caracteristicile de culoare, pentru toate echipamentele de intrare și ieșire dintr-un flux tehnologic de tipărire, la o referință comună, s-a impus ca standard în domeniu.

Utilizarea unor CMS compatibile de către toți producătorii de echipamente și programe specializate în procesarea culorilor a condus la creșterea eficienței economice și a productivității în industria tipografică și publicistică și la reducerea prețului tipăriturilor prin creșterea ofertei de produse full-color de calitate ridicată pe piață prin micșorarea timpului de procesare și scăderea costurilor materiilor prime și materialelor folosite, ca urmare a reducerii probelor de culoare și a rebuturilor. Crește astfel volumul lucrărilor efectuate și deci, profitabilitatea acestui tip de activități.

Abstract

Color Management

The key element in the consistent, accurate and predictable reproduction of color images is the Color Management System (CMS), defined as a set of techniques and methods, which are used in color processing, and it is independent of processing equipment parameters or of used materials. The Color Management System defined by the International Color Consortium (ICC), which reports the color characteristics for all input and output equipment in printing technological process, to a common reference, has imposed standard into the domain.

The use of some compatible CMS by all equipment and specialized program producers in color processing has lead to increasing the economic and productive efficiency in printing and publishing industry. It has delivered considerable printing cost savings by enhancing the offer of full-color and high quality products in today's market. This is due to shortening the processing cycle times and to lowering the costs of raw and used materials, as a result of reducing color tests and waste materials. Thus, the volume of performed work is growing and so, the profitability of this type of activity.

Culoarea

William Shakespeare spune, foarte sugestiv, că „frumusețea constă în ceea ce vedem cu ochii”. Și această frumusețe este dată de culorile, strălucirea și formele pe care le vedem în jurul nostru, creație a naturii sau a omului.

Creațiile naturii sunt minunate, ne încântă privirea și ne impresionează, ne emoționează prin măreția și splendoarea lor care, practic, nu pot fi reproduse de om. Omul însă, din cele mai vechi timpuri, a căutat să reprezinte, mai întâi prin cuvinte și apoi prin desen, elementele din natura înconjurătoare, în toată măiestria lor. A căutat să imite mama natură în construcțiile sale, încercând permanent să ajungă la perfecțiunea acesteia.

Pentru ca obiectele construite de mâna sa să se îmbine armonios cu cele din natură și să-i creeze emoții la fel de puternice, omul a trebuit, în primul rând, să învețe să reproducă culorile pe care le distinge, cu ochiul liber, în mediul înconjurător. A încercat permanent să descopere, și în cele din urmă a reușit, cum este percepută culoarea și cum poate fi ea reprodusă.

Și după ce a reușit să reproducă culorile din natură și să-și vopsească trupul, obiectele de uz personal sau casele în culorile preferate, omul și-a pus problema reproducerii imaginii sale și a imaginilor înconjurătoare, pentru imortalizarea acestora.

Inițial, cei mai talentați au desenat persoane și obiecte, care semănau, dar nu erau identice cu originalul. S-a descoperit apoi aparatul de fotografiat, fotografiile fiind mult mai apropiate de original. Și, treptat, s-a trecut de la fotografia alb-negru la fotografia color. Progresele tehnologice în domeniul mașinilor de tipărit au condus, treptat, de la reprezentarea textului și a schițelor gravate manual, la posibilitatea de a încorpora fotografii în materialele tipărite.

Descoperirea aparatului de filmat, inițial alb-negru și apoi color, a permis realizarea unor imagini dinamice, surprinzând elementele din mediul înconjurător, în mișcarea lor. Apoi tehnologia a permis și reproducerea sunetelor pe peliculă, trecându-se astfel de la filmul mut alb-negru, la filmul color de astăzi. Au apărut apoi, sistemul TV și a internetul, completându-se astfel seria descoperirilor tehnologice care definesc era comunicațiilor multimedia în care trăim, eră dominată de **CULOARE**.

Culoarea, mișcarea și sunetul permit reproducerea unui fragment din mediul înconjurător, în toată splendoarea și complexitatea sa. Reproducerea fidelă a acestor elemente, reprezintă cheia succesului comunicațiilor multimedia. Și astăzi nu se mai poate trăi fără publicații color, fără televizor și fără internet. **Și dintre toate acestea, reproducerea culorii, este lucrul cel mai costisitor și cel mai greu de realizat.**

În domeniul tipografic și publicistic, evoluția tehnologică a mers în direcția realizării de publicații full-color de calitate superioară, în tiraje mici și foarte mici, într-un timp record și în condiții de eficiență maximă. Pentru aceasta, reproducerea cu acuratețe, consistentă, a culorii, are un rol hotărâtor.

Culoarea este cel mai plastic, cel mai emoționant, cel mai schimbător dintre toate elementele de design. Auzim frecvent afirmații de tipul culoarea mochetei nu se potrivește cu cea de pe pereți, culoarea obiectelor cumpărate se schimbă afară sau acasă, culoarea de pe web-site nu e cea pe care a dorit-o clientul, o reproducere color nu seamănă cu originalul, culoarea copertei unei cărți nu este cea solicitată de editor, etc. De aceea se pune permanent întrebarea cum facem să obținem culoarea dorită pentru imprimeurile obiectelor din jur sau pentru tipăriturile realizate, cum facem să reproducem o imagine color fără să sesizăm diferențe de culoare între original și copie? Și toate acestea în condiții de eficiență maximă și preț de cost minim, deci puține probe de culoare, puține rebuturi și productivitate mare.

Lumina este foarte importantă pentru reproducerea culorii pentru că, fără lumină culoarea nu există. Ce legătură au însă creierul și ochiul uman cu învățatul despre reproducerea culorii? Fiecare persoană percepe culoarea în mod diferit, în concordanță cu mediul social și emoțional în care trăiește, deci aceeași culoare e văzută diferit de persoane diferite din punct de vedere fiziologic și psihologic. Mai mult decât atât, aceeași persoană percepe diferit culoarea pe măsură ce îmbătrânește.

Pentru a reproduce culoarea consistent și cu acuratețe, specialiștii în domeniu trebuie să înțeleagă procesele de reproducere a acesteia, tehnologiile și tehnicile de

reproducere disponibile. Pentru asta e necesar să cunoască conceptele de lumină și teoria de bază a culorii, modul de percepție al culorii și factorii care îl afectează, modul în care definesc și transmit parametri de culoare diferitele tipuri de echipamente de pe fluxul de procesare al acesteia (scannere, camere foto, camere video, monitoare, imprimante, etc.)

Elementul cheie în asigurarea reproducerilor color consistente și predictibile, folosind o gamă largă de echipamente și programe de la diferiți producători, este Sistemul de Management al Culorii cunoscut în literatura de specialitate sub numele de **CMS (Color Management System)**.

Industria tipografică și publicistică ne pune la dispoziție tipărituri mai expresive și mai eficiente din punctul de vedere al ideilor care se vor transmite, folosind culorile. Calitatea și cantitatea materialelor color oferite clienților, cresc exponențial. Pentru a satisface cerințele crescânde de tipărituri color pe piață, s-au introdus noi standarde de calitate și s-au produs echipamente de procesare și reproducere a culorilor din ce în ce mai performante, pe care specialiștii în domeniu trebuie să știe să le folosească.

Reproducerea consistentă a culorii

Consistența culorii constă în potrivirea vizuală a culorii, pentru orice mostră, împreună cu cel care privește culoarea (cumpărătorul, vânzătorul, tehnicianul din laborator, etc.) folosind un standard de culoare și o sursă de lumină compatibilă cu acest standard.

Reproducerea consistentă a culorii constă în reproducerea unei imagini color cât mai asemănătoare, din punct de vedere vizual, cu imaginea originală.

Ochiul uman poate distinge aproximativ 10 milioane de culori distincte. Echipamentele electronice pot captura un număr limitat de culori. Și un număr și mai limitat de culori pot fi reproduse la tipărire.

Controlul procesului de reproducere a culorii, în vederea asigurării consistenței acesteia, necesită cunoștințe despre:

- tehnicile de reproducere a culorii;
- toleranțele acceptate în reproducerea culorii;
- iluminarea, culoarea și dimensiunea mediului înconjurător;
- chimia și tehnologiile de fabricare a pigmentilor folosiți;
- tipurile de materiale pe care se face imprimarea;
- procedurile de calibrare a echipamentelor și programelor de procesare a culorii
- procedurile de control al procesului de reproducere
- determinarea culorii de referință și a echipamentului țintă de referință, etc.

Pentru a asigura reproducerea consistentă a culorii se procedează în felul următor:

- se fixează culoarea țintă, adică culoarea care trebuie reprodusă;
- se selectează corect culoarea și codul de identificare al acesteia în setul standard de referință (retail color book) ;
- se stabilește mediul de lumină compatibil cu standardul de culoare folosit;
- se privește produsul final în aceleași condiții de iluminare pentru a stabili dacă reproducerea este identică cu originalul sau plăcută la vedere;

La stabilirea culorii care trebuie reprodusă sau care se dorește, se ține seama de:

- teoria culorii;
- sursa de lumină folosită;
- factorii care afectează percepția culorii;
- specificul echipamentelor de procesare a culorii;

- specificul aplicațiilor software reproducere și editare a culorii;
- procesele de imprimare;
- chimia pigmentilor;
- materialele de imprimat.

Se fac probe de culoare la diferite surse de lumină pentru că lumina are un rol hotărâtor în modul de percepție a culorii:

- la lumina zilei, dacă materialele imprimate se folosesc afară (postere de exterior, bannere de exterior, imprimeuri, etc.), respectând următoarele reguli:

- nu se stă în direcția luminii soarelui pentru că afectează abilitatea ochiului de a vedea culoarea dincolo de strălucirea materialului;

- dacă culorile nu se potrivesc în interior și în exterior, diferențele sunt date de folosirea unor pigmenți (coloranți) diferiți sau unor tipuri diferite de procese de imprimare;

- se poate simula lumina zilei folosind tuburi fluorescente;

- la lumina incandescentă:

- pentru a evita diferențele de culoare produse de acest tip de lumină de interior comună, tipică pentru locuințele personale, diferită de lumina albă rece fluorescentă utilizată în magazine;

- se simulează această lumină în expoziții și cabinele de probă.

Culoarea obiectelor în general, și a reproducerilor color în particular, este afectată de:

- natura pigmentilor folosiți la imprimare;

- tehnologia de fabricare a pigmentilor, în cazul nostru tonnere și cerneluri tipografice;

- materialul folosit pentru reproducerea imaginii, pentru că diferitele materiale (hârtie, bumbac, poliester, nailon, etc.) au culori diferite și caracteristici de colorare diferite;

- procesul tehnologic de imprimare folosit;

- modul specific în care definește culoarea fiecare echipament de procesare a culorii din fluxul de producție;

- de compatibilitatea echipamentelor și aplicațiilor software de pe fluxul de producție, din punct de vedere al transferului parametrilor de definire a culorii.

Specialiștii în domeniu, care luptă permanent cu metamerismul, pentru a obține un produs final identic cu originalul, din punctul de vedere al culorii, nu trebuie să uite că:

- toate culorile se schimbă, unele mai mult, altele mai puțin, la diferite surse de lumină;

- pentru producerea unei culori trebuie folosiți întotdeauna aceiași coloranți întrucât combinații din diferite tipuri de coloranți conduc la nuanțe diferite de culoare, ca de exemplu auriul sau bronzul care se pot obține combinând diferite tipuri de coloranți, dar fiecare combinație produce o nuanță diferită a culorii, la vopsirea obiectului;

- la stabilirea combinației de coloranți pentru culoarea finală, trebuie avut în vedere că aceasta se schimbă în funcție de sursa de lumină și de materialul folosit pentru confecționarea obiectului;

- fără echipamente performante de procesare color, produse software specializate și educație, nu se poate minimiza metamerismul: sunt necesare multe probe și încercări pentru a stabili coloranții potriviți;

- se recomandă folosirea a maxim trei coloranți într-o formulă, lucru care ajută la învățarea schimbărilor produse de metamerism, în vederea aplicării corecțiilor de culoare;

- diferitele materiale (hârtie, bumbac, poliester, nailon, lână, etc.) au culori diferite și caracteristici de colorare diferite;
- multe obiecte care se imprimă, dar nu toate, au o strălucire optică proprie ce afectează culoarea finală.

La stabilirea culorii finale a obiectului sau a imaginii color, s-au identificat câteva reguli care trebuie respectate:

- întotdeauna se compară mostra (obiectul de imprimat) cu standardul (eșantionul de culoare din setul standard) în aceeași sursă de lumină, cea agreată (cool white fluorescent);
- se evită spoturile de lumină, neonele, ferestrele, lumina soarelui, pentru că influențează judecata culorii;
- se evită pereții colorați strălucitor, poster-ele, banner-ele, pentru că influențează judecata culorii;
- se acoperă urmele de culoare din mediul înconjurător cu hârtie albă pentru ca alte culori, aflate în câmpul vizual, să nu poată afecta judecata culorii;
- standardul și mostra se țin într-o lumină care vine de peste cap;
- se acceptă că tipăriurile de suprafață mică sunt influențate mult de culoarea standardului;
- nu se privește culoarea prea mult, deoarece creierul compensează diferențele de culoare percepute de ochi după câteva secunde.

Sistemul de Management al Culorii – CMS

Sistemul de management al culorii - **Color Management System (CMS)** se definește ca fiind un set de metode și proceduri de implementare a lor, folosite pentru prelucrarea culorii într-un mod independent de variațiile parametrilor echipamentelor de procesare sau a materialelor folosite.

Sistemul de management al culorii, definit de ICC (International Color Consortium), e o metodă prin care caracteristicile de culoare, pentru toate echipamentele de intrare și ieșire, sunt raportate la o referință comună. În acest mod, cu prețul unor transformări individuale pentru fiecare tip de echipament, se creează posibilitatea integrării unor fluxuri de producție folosind diferite tipuri de echipamente, de la diferiți producători, care asigură reproducerea consistentă a imaginilor color. Adăugarea unui nou echipament sau a unui nou produs software într-un flux tehnologic de reproducere digitală a culorii existent, necesită numai legarea acestuia la referința comună.

Elementele cheie ale unui **CMS** sunt referințele comune sau **Profile Connection Space (PCS)**, prin intermediul căruia se face conversia informațiilor despre culoare între echipamentele hardware (**Profiles**) și modulele software de procesare a culorii (**CMM**) folosite.

Profile Connection Space (PCS)

Profile Connection Space (PCS) este spațiul de culoare $CIEL^*a^*b$, asociat cu o imprimantă de referință cu gama de culoare (color gamut) foarte largă.

Profiles

Profilele se bazează pe caracteristicile proprii fiecărui echipament, pe relația dintre parametrii de culoare (o imagine originală sau scanată sau produsă de un echipament de

ieșire sau de afișare) și codurile de reprezentare a culorii specifice echipamentului (care corespund imaginii color respective).

Profilele extrag informații de ordin colorimetric sau perceptual legate de culorile dintr-o imagine și modul de transformare în timp a acesteia. Echipamentele care procesează culoarea pot fi scannere (RGB), camere digitale (RGB), monitoare (RGB) sau echipamente de tipărire (RGB/CMYK).

Profilele pot fi:

- Profile de intrare (**device către PCS**) care, în general, încearcă să mențină întreaga gamă de culori existente în imaginea de reprodus, făcând toate transformările necesare pentru a converti originalul în definiții de culoare PCS. Exemplul clasic este color transparency care trebuie văzut într-o cameră întunecată și care necesită contrast și ajustări de culoare pentru a fi transferat în spațiul PCS.

- Profile de ieșire (**PCS către device**) cu cele două opțiuni:

- a. perceptuale, care trebuie să exprime, în spațiul de culoare specific echipamentului de ieșire, gama și tonurile de culoare necesare pentru a realiza o reproducere identică cu original, așa cum sunt reflectate în PCS;

- b. colorimetrice, care trebuie să reproducă imaginea folosind culorile din gama de culori specifică (color gamut) echipamentului de ieșire.

În ambele cazuri, profilele de ieșire trebuie să realizeze separația de culoare. Sursa de date și profilul de intrare pot fi folosite împreună cu un profil CMYK, pentru imprimare, și cu un profil de ieșire Web RGB, pentru pagini web.

Profile ICC

Cele mai importante companii din industria artei grafice recunosc necesitatea descrierii parametrilor de definire a culorii independent de echipamentul care o reproduce pentru a crea sisteme deschise, distribuite. Acestea și-au unit forțele formând International Color Consortium (ICC) pentru a crea standarde de definire a culorii independente de echipament. La baza acestor standarde stă un profil, numit profile ICC, creat pentru fiecare echipament, care convertește propriile valori device-dependente într-un spațiu de culoare obiectiv, așa cum este **CIExyz** sau **CIEL*a*b**.

Profile ICC fac corelația între spectrul de culori dependent de echipament, RGB sau CMYK, și valori independente CIEL*a*b. Comparând valorile RGB furnizate de scanner/cameră video sau valorile CMYK obținute la tipărire, cu valorile măsurate colorimetric CIEL*a*b dintr-o țintă de test (cu valori calibrate), pot fi stabilite profilele ICC pentru fiecare tip de echipament.

Profile de ieșire CMYK

Profilul de ieșire CMYK conține condițiile de tipărire de referință, dar un set complet de condiții de tipărire de referință nu e încă disponibil. Singurele specificații de tipărire standard care există, sunt Specification for Web Offset Publication (SWOP) și Specifications for NonHeat Advertising Printing (SNAP) în PrePress. Parametrii de caracterizare pentru SWOP stabilesc relația dintre Spațiul de culoare CMYK și Spațiul standard de culoare CIEL*L*a*b. Utilizarea acestui profilul de referință CMYK permite ca o imagini color create folosind profile ICC de la diferiți furnizori, să poată fi listate împreună.

Pentru aplicațiile complexe de reproducere a imaginilor color ar fi utilă folosirea unui profil de ieșire bazat pe condiții de tipărire de referință, dezvoltat la nivel industrial.

Modulele de procesare a culorii, CMM

Modulele de procesare a culorii (**Color Matching Modules-CMM**) sunt module software care fac legătura între profile ICC specifice echipamentelor de pe fluxul de reproducere, pentru transferarea informațiilor despre culoare de la un tip de echipament la altul. Aceste profile transferă datele, prin intermediul valorilor CIE, în spațiul de culoare specific fiecărui echipament (ex. RGB pentru scannere, CMYK pentru imagesettere și imprimante, etc).

Folosind CMM-urile, culoarea poate fi transportată către orice echipament, indiferent de spațiul de culoare utilizat de acesta. Există două posibilități de lucru:

- Activarea tuturor CMM-urilor aferente echipamentelor de pe fluxul de producție pentru procesarea serială a perechilor de profile, în cazul aplicațiilor grafice complexe, lucru care sporește timpul de procesare;

- Concatenarea profilelor aferente tuturor echipamentelor de intrare și ieșire de pe fluxul de reproducere a imaginilor color înaintea procesării, formând așa-numitul **Device-ink profile** și folosirea acestui profile unic în locul profilelor individuale, pentru a reduce timpul de procesare. Acest Device-ink profile variază în funcție de varietatea CMM-urilor.

CMM-urile oferă și posibilități de editare a culorii pe flux dar, în general, se pot obține culori rezonabile cu minimul de efort, deoarece corecțiile de culoare se fac automat. Pentru exprimarea subiectivă și artistică a culorii, CMM-urile includ însă tehnici de personalizare a culorii, prin editare, în vederea reproducerii de tonuri și corecții de culoare specifice.

Profilul Color al Calculatorului – CCP

Profilul Color al Calculatorului (**Computer Color Profile – CCP**) definește specificațiile de culoare proprii, modul specific în care calculatorul procesează culoarea. Fiecare calculator trebuie să aibă un profile specific, care să descrie, corect și complet, culorile generate pe acesta.

Pentru a distribui, prin rețea sau via internet, imaginile color create într-un calculator, profilul de culoare specific acestuia trebuie împachetat (EMBED) în imaginea grafică și distribuit împreună cu aceasta. Web browser-ul trebuie să fie capabil să transporte imaginea grafică împreună cu profilul de culoare utilizată la crearea sa și trebuie să recunoască toate formatele de fișiere grafice care circulă în rețea. Actual, există formate de fișiere grafice care nu sunt full compatibile și care, din acest motiv, se distribuie în rețea cu anumite limitări, pentru că, deocamdată, web browser-ul nu poate corecta culoarea care se vede pe web.

Necesitatea de a distribui prin internet imagini full color, impune ca fiecare proiectant să aibă pe calculatorul său un **Color Management System** și fiecare aplicație software grafică, ca de exemplu Adobe Photoshop sau Corel Studio, să poată încapsula profilul de culoare utilizat în imaginea grafică destinată web.

Vizitatorii paginilor web sau operatorii echipamentelor de tipărire care primesc fișierul cu imaginea color de reprodus via internet, trebuie să poată folosi profilele încapsulate cu imaginea grafică pentru a putea vedea și reproduce o imagine grafică identică cu cea creată de designer. Trebuie să poată descărca din rețea, în timpul cel mai scurt posibil, aplicația software care le permite să vadă culoarea corectă în imaginea descărcată de pe web.

Soluția este să se creeze toate imaginile și graficele care se transportă via Internet pe calculatoare care generează cea mai bună culoare: au gamma corectată complet și respectă toate standardele de culoare și deci, de compatibilitate.

Necesitatea implementării unui Sistem de Management al Culoarii

Astăzi fluxurile tehnologice de reproducere imagini full-color includ în configurațiile lor echipamente de la mai mulți vânzători. Liniile de producție (Workflows) încep și se termină în diferite site-uri. De multe ori nu se știe către ce tip de echipament se îndreaptă fișierul care conține informația despre culoare. Prin urmare, culoarea trebuie să fie descrisă într-o așa manieră încât toate echipamentele de pe fluxul de producție să o interpreteze corect. Este ceea ce ICC a definit prin *device-independent color-profiles* bazat pe *CIEL*a*b color space*. Tabele specifice de conversie a culorii asigură obținerea celor mai precise (corecte) culori.

Oricum, utilizarea tabelor de translatare a informațiilor despre culoare de la echipament la echipament necesită, în primul rând, cunoștințe despre toate componentele care procesează culoarea din fluxul de producție și multă, multă, experiență de lucru în domeniu.

Există furnizori care oferă soluții complete clienților lor (ex. CreoScitex environment), care oferă un mediu ce permite translatarea perfectă a parametrilor de culoare de la un echipament la altul.

În utilizarea unui CMS trebuie avut în vedere că:

- Fiecare furnizor de echipamente de procesare a culorii oferă posibilitatea creării de profile ICC pentru echipamentele sale aflate în diferite puncte ale fluxului de producție, asigurând astfel transferul parametrilor de culoare de-a lungul fluxului de producție, ca de exemplu CreoScitex.

- Calibrarea echipamentelor de pe fluxul de producție este esențială când se folosește un CMS, pentru că intervenția operatorului să fie cât mai redusă. De exemplu, dacă un echipament nu e calibrat, adică echipamentul își schimbă parametrii în timp, se face transferul unor parametri de culoare greșiți, ceea ce conduce la rezultate eronate. Oricum, toate echipamentele de pe flux trebuie calibrate periodic pentru că aceștia își schimbă parametrii de definire a culorii funcție de temperatura și condițiile de iluminare a mediului înconjurător, iar acestea se modifică permanent.

- În general, o producție full color și echipamentele color de pe fluxul de producție oferă suportul pentru utilizarea unui anumit tip de aplicație CMS. Dacă însă CMS-urile utilizate de aceste echipamentele nu sunt compatibile, va fi dificil de stabilit responsabilul pentru calitatea culorii într-un flux de producție format din echipamente de la mai mulți fabricanți, și cu atât mai mult într-un flux de producție distribuit.

Sistemele de management de culoare folosesc profilele ICC pentru obținerea acelorași culori, pe cât posibil, folosind echipamente diferite și aplicații software diferite.

Utilizarea CMS pentru transferul informațiilor despre culoare dintr-un spațiu de culoare în altul folosind valorile sale echivalente, în concordanță cu prescripții predeterminate, nu permite posibilitatea efectuării unor corecții de culoare subiective. Pentru particularizarea, în mod subiectiv, a lucrărilor color se folosesc aplicații specializate de editare color.

Sistemul de management al culorii, CMS, se stabilește în general, în termeni de software, hardware și workflows și trebuie să explice:

- dependența sau independența parametrilor de culoare de parametri tehnici ai echipamentelor care o produc;

- principiile de bază ale tehnologiilor de reproducere consistentă a culorii;
- necesitatea calibrării periodice a echipamentelor de pe fluxul de reproducere;
- posibilitățile de caracterizare completă a unei imagini color și de conversie a parametrilor de definire a culorii între diferitele spații de culoare folosite de echipamentele de pe fluxul de producție;
- posibilitățile de Software proofing și hardware (printing și press) proofing;
- performanțele modulelor de procesare a culorii incluse în Sistemele de Operare folosite pe PC-uri (Color Matching pentru WIN xx OS și Apple ColorSync pentru MacOS);
- performanțele aplicațiilor software specializate în procesarea imaginilor color (Adobe Photoshop, Corel Studio, etc), care includ și componente de Color Management Software folosite pentru crearea de profile.

Tipuri de Sisteme de Management al Culorii

Tipurile sau categoriile de Sisteme de Management al Culorii sunt stabilite în funcție de tipurile de fluxuri de reproducere a culorii folosite astăzi în Industria Tipografică și Publicistică. Aceste fluxuri de reproducere depind, la rândul lor, de posibilitățile firmelor din domeniu de a achiziționa și utiliza echipamentele și produsele software specializate oferite de producători și de necesitatea acestor firme de a comunica între ele pentru realizarea unei reproduceri color de calitate. Din aceste puncte de vedere deosebit:

1. CMS bazat pe standardele ICC

CMS bazat pe standardele ICC, este cel mai des întâlnit fiind utilizat pentru:

- importarea parametrilor de culoare de la echipamentele de intrare, care lucrează în Spațiul de culoare RGB (scannere, camere sau alte surse de imagini color) și conversia directă a acestora în Spațiul de culoare CMYK în care lucrează echipamentele de tipărire (imprimante, prese, etc.), gata pentru PrePress; parametrii de culoare obținuți trebuie să respecte atât condițiile de tipărire dintr-un atelier local, cât și condițiile standard de imprimare la nivel industrial; pentru că prelucrarea (editarea și corectarea) informațiilor despre culoare se face numai în spațiul de culoare CMYK, nu este necesar ca transferul acestora între diferitele echipamente din fluxul de reproducere să fie însoțit de informații despre CMS-ul aferent echipamentului respectiv.
- oferă posibilitatea de emulare, de către echipamentele de proofing, a condițiilor de imprimare cerute, nivel la care CMM-ul este parte a echipamentului de proofing;
- permite schimbul de informații despre culoare între diferitele tipuri de aplicații sau echipamente de procesare a culorii care lucrează în Spațiul de culoare CMYK.

2. CMS utilizat într-un atelier de tipărire particular

CMS utilizat într-un atelier de tipărire particular, individual, (in house color managed workflow), are următoarele particularități:

- toate operațiile impuse de reproducerea unei imagini color se efectuează în interiorul acestui atelier, tot ceea ce se lucrează în interiorul atelierului fiind color-managed;
- datele de intrare sunt preluate însoțite de profilul de intrare potrivit și pot fi editate, asamblate și corectate, din punct de vedere color, într-un spațiu de culoare individual care îi convine furnizorului de CMS;

- imaginea de tipărit este convertită în spațiul de culoare CMYK, specific aplicației pentru care este destinată, chiar în dispozitivul de ieșire RIP;
- oferă avantaje, ca de exemplu productivitate ridicată, numai în interiorul atelierului respectiv, dacă toate componentele fluxului de producție sunt furnizate de același producător;
- nu oferă avantajele importului de imagini color de la surse din exteriorul atelierului sau tipăririi în exteriorul acestui atelier;
- editarea și asamblarea imaginilor color se face, în mod ideal, în spațiul lor nativ de culoare sau într-un spațiu de culoare intermediar, folosit de programele de editare și asamblare utilizate;
- oferă avantajul prezervării imaginilor color, transformările în spații de culoare intermediare pot produce pierderi și, în cazul în care nu se obține calitatea așteptată, se pot face alte prelucrări asupra acestora;
- folosind un spațiu de lucru închis, izolat, oferă posibilitatea unor soluții unice de reproducere a culorii.

3. CMS utilizat la nivel industrial

CMS utilizat la nivel industrial (industrywide color managed workflow), are următoarele caracteristici:

- componentele fluxului de producție sunt provenite de la mai mulți furnizori;
- realizarea unei lucrări de reproducere implică mai multe organizații;
- datele sursă, imaginile color provenite de la scannere, monitoare, surse de date CMYK, sunt însoțite de profilele de intrare și ieșire care vor fi folosite pentru editare, asamblare, corecție de culoare și schimb de date; aceste date vor fi convertite temporar în spațiul de culoare CMYK, pentru proofing și tipărire;
- acest flux de producție conservă complet datele și minimizează orice pierdere de date în conversia către spațiul de culoare CMYK;
- aplicație tipică: materialele publicitare pot fi preparate în diferite locuri folosind profilele de intrare și ieșire specifice echipamentelor de procesare și făcând referire la condițiile de tipărire solicitate; fiecare loc de prelucrare procesează o imagine din spațiul de culoare CMYK pentru probă de culoare utilizând CMS propriu și cere aprobarea clientului; apoi, datele sunt trimise editorului împreună cu profilele de intrare și ieșire, sunt editate și din nou se cere aprobarea clientului; apoi, sunt asamblate împreună cu profilele obținându-se datele CMYK pentru film sau plăci tipografice; editorul poate ajusta datele pentru un anumit proces de tipărire (imprimantă sau presă tipografică);
- necesită compatibilitate și interoperativitate maxime;
- e soluția cea mai bună pentru CMS și pentru producătorii de CMS;
- în mediu tipografic și publicistic industrial, compatibilitatea CMM este absolut necesară fiind impusă de necesitatea editării de date (imagini color) și modificării de profile pentru obținerea rezultatelor dorite oriunde în proces;
- în mediu tipografic și publicistic industrial, compatibilitatea definirii PCS-urilor este, de asemenea, importantă, orice incompatibilitate în definirea PCS reflectându-se în creșterea timpului consumat cu probele de culoare necesare pentru obținerea calității dorite și cererea repetată a aprobărilor clientului;
- toate profilele necesare se trimit cu datele, însoțind imaginea color care se reproduce pe flux, prin urmare toate trebuie să aibă licență open pentru a fi utilizate cel puțin la afișare și listare.

E puțin probabil ca toate elementele de pe fluxul de reproducere color, toate echipamentele, programele și toate modulele CMM, să fie furnizate de același producător. Programele de editare, profilele specifice echipamentelor, modulele de color management, etc. sunt provenite, de regulă, din diverse surse. Ele trebuie să fie compatibile și să asigure consistența imaginilor color reproduse.

Avantajele utilizării Sistemelor de Management al Culoarii

Utilizarea unui CMS oferă specialiștilor în domeniu și clienților acestora, avantajul major de flexibilitate în integrarea sistemelor de reproducere a culorii dat de posibilitatea de a folosi echipamente și programe de procesare de la diferiți fabricanți. CMS permite începerea unei lucrări tipografice pe un tip de echipamente, continuarea procesării ei în alt loc, folosind alt tip de echipamente și transmiterea ei, via internet, la un atelier dotat cu anumite tipuri de echipamente de tipărire, pentru listare. Și asta pentru că, echipamentele de captare a imaginilor color, scannere și camere video/foto digitale, și programele de procesare a acestora, au ajuns accesibile tuturor celor care au acces la un calculator personal și un minim de cunoștințe despre culoare, în timp ce echipamentele de tipărire, presele digitale color, imagesetterele și imprimantele performante, sunt încă prea scumpe pentru publicul larg.

Utilizarea unor CMS compatibile de către toți producătorii de echipamente și programe specializate în procesarea culorilor, a condus la reducerea prețului tipăriturilor prin creșterea ofertei de produse full color pe piață.

În general, utilizarea unui CMS oferă utilizatorilor următoarele avantaje:

- reproducerea optimă a culorilor și creșterea calității produselor color prin crearea condițiilor de reproducere consistentă a imaginilor;
- sporirea satisfacției clienților cărora li se pot oferi, la cerere, produse color de calitate, la un preț de cost scăzut.

Avantajele utilizării Sistemelor de Management al Culoarii-CMS depind de tipul de CMS folosit pentru fiecare din cele trei tipuri de fluxuri de lucru întâlnite în practică.

Principalul avantaj oferit de utilizarea Sistemelor de management al culorii constă în creșterea eficienței economice în Industria Tipografică și publicistică pentru că, prin asigurarea calității reproducerilor, reducerea probelor de culoare și a rebuturilor:

- se reduc costurile materiilor prime și materialelor folosite;
- se reduce timpul de procesare, crescând astfel productivitatea;
- scade prețul de cost pe unitatea de produs;
- crește volumul lucrărilor efectuate și deci, profitabilitatea acestui tip de activități, etc.

Concluzii

Lumea devine din ce în ce mai complicată, prin urmare, în toate domeniile de activitate, inclusiv în industria tipografică și publicistică, cele care comunică cu toate acestea, soluțiile trebuie să fie din ce în ce mai simple.

La nivel tehnic, culoarea trebuie să fie corectă și precisă, atât cât permite tehnologia actuală și să respecte regulile opticii. Culoarea trebuie să poată fi transportată și transferată între echipamentele și programele care o procesează în vederea realizării unor reproduceri de imagini color identice, pe cât posibil cu originalele: imagini din natură, fotografii, creații ale unor artiști plastici, etc.

ICC rămâne cea mai bună cale de comunicare între cel care trimite și cel care primește informații despre culoare, întrucât reproducerea unei imagini color impune transferul informațiilor despre culoare pe fluxul de reproducere. Dispozitivul de captare a imaginii color de reprodus trebuie să transfere pe flux toate informațiile posibile despre culoare, fără restricții, în timp ce dispozitivul de tipărire a acestora trebuie să producă cea mai bună reproducere posibilă a imaginii originale, cu constrângerile impuse de tehnologie; în acest mod se asigură necesitățile pentru industria tipografică și publicistică.

Arhitectura ICC, standardele de schimb de date și furnizorii de produse componente ale fluxului de reproducere a imaginilor color, la nivel industrial, folosesc un proces de tipărire și imprimare în 4 culori, care suportă IndustryWide, Multi-vendor, Interoperable Color-Managed Workflow, etc.

CMYK continuă să fie cel mai utilizat spațiu de culoare pentru schimbul de date, folosind ICC CMS pentru a spori eficiența unor zone de pe fluxul de reproducere sau adoptând soluția unui flux de producție care are propriul CMS intern. Important este să se obțină un set de condiții de tipărire de referință industrial și să se folosească CMS pentru a transforma intrările în datele necesare pentru imprimantele sau echipamentele de proofing individuale.

Dincolo de aspectele tehnice, culoarea reprezintă o mare putere de comunicare, ea poate fi un factor de comunicare surprinzător. Designerii și furnizorii de produse color, trebuie să aleagă culorile folosite respectând principiul de armonie a culorilor cu scopul de a crea un mediu vizual plăcut, dar și simbolismul culorilor, să țină seama atât de simbolismul global cât și de cel regional. Spre exemplu, marele producător de aplicații grafice, Adobe, consideră culoarea roșu purpuriu ca simbol de creativitate pentru pachetul software PageMaker. Pentru Europa catolică, roșu purpuriu simboliza moartea și crucificarea. În altă ordine de idei, culoarea roșu e culoarea focului și a sângelui.

CMS nu oferă toate soluțiile, pentru orice tehnologie. Instruirea este cheia succesului în utilizarea CMS. Instruirea în utilizarea CMS nu poate fi înlocuită, sursele de informare nu sunt încă suficiente. Pentru reproducerea consistentă, cu acuratețe și predictibilă a imaginilor color este necesară înțelegerea CMS ca știință, aplicarea CMS de-a lungul întregului flux de lucru, de la început, până la sfârșit.

Trăim într-o lume a culorilor. Designul interioarelor și combinațiile de culori din mediul nostru de viață ne emoționează și ne influențează comportamentul. Culorile fac prezentările mai eficiente, fac viața mai frumoasă.

BIBLIOGRAFIE

- Mark D. Miller, Randy Zaucha, *The Color PC, Productoin Techniques*
- *** Pantone, *Guiding the way to color excellence*
- *** Heidelberg, *Color management*

PERSPECTIVELE INDUSTRIEI HIDROCARBURILOR ÎN CONDIȚIILE INTEGRĂRII ROMÂNIEI ÎN UE

Marius BULEARCĂ

C.P.III, Centrul de Economia Industrii
și Serviciilor, Academia Română

Rezumat

În domeniul gazelor naturale, acest produs fiind asimilat în categoria serviciilor pentru populație, vor exista și pentru perioada următoare anumite reglementări din partea statului în ceea ce privește modul de formare și fixare a prețului de livare al gazelor naturale. Tranziția la funcționarea în mediu concurențial a sectorului extractiv al hidrocarburilor va implica modificări esențiale în structura pieței și a reglementărilor funcționării pe această piață. Aceste implicații, precum și coordonatele noului mod de stabilire a prețurilor gazelor naturale vor fi diferențiate pe termen scurt, mediu și lung în funcție de obiectivele propuse de operatorul de pe piața gazelor naturale.

Abstract

Prospects of the Hydrocarbons under the Terms of Romania's Integration in the EU

As natural gas is assimilated to the services for the population, in the future there will be certain regulations from the Government in this field regarding the way of composing and fixing natural gas selling prices. Transition to a competitive market in hydrocarbon sector implies major changes in the market structure and regulations. Both these implications, and the new co-ordinates of establishing natural gas prices will be differentiated on short, medium and long terms according to the objectives aimed by the natural gas Market Operator.

În domeniul gazelor naturale, acest produs fiind asimilat în categoria serviciilor pentru populație, vor exista și pentru perioada următoare anumite reglementări din partea statului în ceea ce privește modul de formare și fixarea prețului de livare al gazelor naturale.

Prezența unui ***operator de piață pentru gazele naturale*** este impusă de existența unei diversități de consumatori (eligibili și captivi până la deschiderea completă a pieții, ca și consumatorii care în mod voluntar nu își exercită dreptul de eligibilitate după deschiderea completă a pieții), dar și de prezența temporară pe piață a unor mecanisme de formare a prețului cum este „coșul de preț”.

Obiectivul principal este asigurarea dezvoltării continue a pieții interne de gaze în așa fel încât să corespundă cu Directiva Uniunii Europene privind piața unică a gazului, prin consolidarea rolului și funcțiilor operatorului de gaze.

În noile condiții va trebui, de asemenea, revăzut sistemul de reglementări (social, legal, schimbul la frontieră, comercial, economic) care are impact asupra operării actuale a operatorului de gaze și, trebuie revizuit proiectul actual de piață. Aceasta presupune o cooperare strânsă cu Agenția Națională de Reglementare în domeniul Gazelor Naturale (ANRGN), precum și un dialog deschis cu operatorii de pe piața gazelor (inclusiv o înțelegere de către aceștia a constrângerilor, deficiențelor și dificultăților în operarea pieții de gaze).

Ca urmare, legislația în sectorul gazelor naturale a intrat într-un proces de perfecționare. Astfel, în luna iulie 2001, Președintele ANRGN a stabilit gradul inițial de deschidere a pieței interne de gaze naturale, prin acreditarea consumatorilor eligibili, la un nivel de până la 10% din consumul intern total de gaze naturale, aferent anului 2000. Conform legii, consumatorii eligibili de gaze naturale sunt acreditați de către ANRGN, fiind selectați dintre agenții economici care întrunesc cerințele și criteriile de eligibilitate prevăzute în Decizia ANRGN nr. 2/2000.

După termenul de finalizare a verificării datelor din documentațiile depuse de către cei 23 de solicitanți, a cerințelor de eligibilitate, a aplicării criteriilor aferente, precum și a selectării consumatorilor eligibili, ANRGN a selectat 18 consumatori eligibili de gaze naturale („Azomureș” Târgu Mureș SA, „Sofert” Bacău SA, „Amonil” Slobozia SA, CET Govora, „Fibrexnylon” Săvinești SA, „Alro” Slatina SA, „Petrotub” SA, „Lafarge Romcim” Târgu Jiu SA, „Automobile Dacia” Pitești SA, „Sanex” Cluj Napoca SA., „Sometra” Copșa Mică S.A., „Cesarom” București SA, „Silcotub” Zalău SA, „Firos” SA, „Terapia” Cluj Napoca SA, „Mondial” Satu Mare SA, „Bere Ciuc” SA și „Lafarge Romcim” Hoghiz SA. În total, aceste 18 companii au un consum anual de gaze naturale de 1,6 mld.Nmc, ceea ce corespunde cotei de 10% stabilită ca grad de deschidere a pieței de gaze naturale. Acești 18 consumatori de gaze urmau să lucreze direct cu furnizorii, la tarife negociate pentru distribuție și transport, beneficiind și de siguranța în aprovizionare, indiferent de problemele sistemului în general. Printre marii perdanți ai cursei s-au numărat „Petromidia” Năvodari SA, „Carom” Onești SA și „Azochim” Săvinești SA, ale căror dosare n-au fost acceptate de ANRGN. Aceste firme au fost considerate în continuare consumatori captivi și au primit gaze de la distribuitori.

În total, aceste 18 companii au un consum anual de gaze naturale de 1,6 mld.Nmc, ceea ce corespunde cotei de 10% stabilită ca grad de deschidere a pieței de gaze naturale. Acești 18 consumatori de gaze urmau să lucreze direct cu furnizorii, la tarife negociate pentru distribuție și transport, beneficiind și de siguranța în aprovizionare, indiferent de problemele sistemului în general. Printre marii perdanți ai cursei s-au numărat „Petromidia”, „Carom” SA Onești și „Azochim” Săvinești, ale căror dosare n-au fost acceptate de ANRGN. Aceste firme au fost considerate în continuare consumatori captivi și au primit gaze de la distribuitori.

Tranziția la funcționarea în mediu concurențial a sectorului extractiv al hidrocarburilor va implica modificări esențiale în structura pieței și a reglementărilor funcționării pe această piață. Aceste implicații vor fi diferențiate pe termen scurt, mediu și lung în funcție de obiectivele propuse de operatorul de pe piața gazelor naturale.

În perioada 2003-2004, structura sectorului, participanții la piață și caracteristicile definitorii ale etapelor sunt următoarele:

I. *Structura sectorului.* Vor fi doi producători cu capital integral sau majoritar de stat, titulari de acorduri petroliere, cotă de piață cca.75%; se estimează intrarea pe piață a unor noi producători privați, cu o cotă de piață până la 1%. Pentru acoperirea integrală a consumului, diferența se asigură din import, cu o singură sursă externă – Federația Rusă.

Caracteristici definitorii: veniturile sunt realizate din vânzări la preț negociat; un producător cu capital integral de stat, Societatea Națională a Gazelor Naturale din subordinea Ministerului Economiei și Comerțului (SNGN Romgaz – MEC); un producător cu capital majoritar de stat, Societatea Națională a Petrolului din subordinea Ministerului Economiei și Comerțului (SNP Petrom – MEC), aflat în proces de privatizare.

II. *Piețe angro de gaze naturale.* Piața contractelor de gaze naturale pe termen mediu și lung, este reprezentată de: contracte de achiziție a gazelor naturale, negociate între producători/furnizori și distribuitori; contracte de vânzare-cumpărare încheiate între furnizori și consumatorii eligibili sau între producători/furnizori și distribuitori.

Piața contractelor pe termen scurt (o lună) este reprezentată de contractele de vânzare-cumpărare încheiate între furnizori și consumatorii eligibili sau între producători/furnizori și distribuitori.

Pregătirea evoluției viitoare:

- implementarea sistemului de tranzacționare de tip bursă, cu contracte la termen de o lună;
- pregătirea sistemului de tranzacții spot, pentru ziua următoare.

III. *Piața contractelor pentru servicii de sistem.*

Situația actuală:

- contracte și tarife reglementate pentru serviciile de transport, distribuție și de înmagazinare;
- echilibrarea sistemului se face de către OS, prin programarea lunară a surselor și a consumului de gaze naturale.

Pregătirea evoluției viitoare:

- pregătirea Operatorului comercial pentru furnizarea serviciilor de sistem.

IV. *Contracte și tarife reglementate/controlate.*

- accesul reglementat al terților la sistemele de distribuție, transport și înmagazinare, pe bază de tarife publicate în mod transparent. Tarifele sunt stabilite pe baza principiului recuperării costurilor plus profitul pentru activitățile de transport, distribuție și înmagazinare;
- tarif național unic pentru transport;
- tarif de înmagazinare stabilit pentru fiecare depozit subteran;
- tarif național unic pentru distribuție.

Pregătirea evoluției viitoare:

- Pregătirea pentru implementarea sistemului binomial pentru tariful de distribuție.

V. *Contracte și tarife pentru consumatorii captivi.*

Consumatori captivi:

- contracte și prețuri reglementate pentru furnizarea gazelor naturale;
- preț unic la nivel național pentru toți consumatorii captivi;
- prețuri/tarife sociale pentru categoriile defavorizate ale populației.

Pregătirea evoluției viitoare:

- elaborarea și implementarea sistemului de prețuri reglementate diferențiate pe categorii de consumatori (prin diferențierea tarifelor de distribuție pe categorii de consumatori).

În perioada 2005-2007, structura sectorului, participanții la piață și caracteristicile defînitorii ale etapelor sunt următoarele:

I. *Structura sectorului.* Vor fi doi producători, titulari de acorduri petroliere, cotă de piață cca. 62%, din care SNP Petrom majoritar privat și o cotă de piață de 30%; alți producători, integral privați, titulari de acorduri petroliere, cu o cotă de piață de până la 3%. Pentru acoperirea integrală a consumului diferența se va asigura din import, cu principala sursă externă – Federația Rusă și cu surse alternative din UE.

Caracteristici definitorii: veniturile sunt realizate din vânzări la preț negociat; diversificarea surselor de import ca urmare a realizării interconectării SNTGN cu sistemele de transport ale UE.

II. *Piațe angro de gaze naturale.* Piața contractelor de gaze naturale pe termen mediu și lung, este reprezentată de: contracte de achiziție a gazelor naturale, negociate între producători/furnizori și distribuitori; contracte de vânzare-cumpărare încheiate între furnizori și consumatorii eligibili sau între producători/furnizori și distribuitori.

Piața contractelor pe termen scurt (o lună): contractele de vânzare-cumpărare încheiate între furnizori și consumatorii eligibili sau între producători/furnizori și distribuitori; contracte spot, cu clauze standardizate.

Pregătirea evoluției viitoare: implementarea sistemului de tranzacționare de tip bursă, cu contracte spot, pentru ziua următoare.

III. *Piața contractelor pentru servicii de sistem.*

Operatorul comercial:

- operatorul comercial va fi independent în ceea ce privește forma legală, organizarea și procesul decizional;
- echilibrarea zilnică a sistemului de către Operatorul comercial;
- gestionarea congestiilor de sistem;
- pregătirea tranzacțiilor cu capacități rezervate;
- asigurarea ne-discriminării între utilizatorii sistemului.

IV. *Contracte și tarife reglementate/controlate.*

- accesul reglementat al terților la sistemele de distribuție, transport și înmagazinare, pe bază de tarife publicate în mod transparent (la transport și înmagazinare costuri recunoscute plus profit, iar la distribuție metoda „price cap” CPI-X;
- tarif național unic pentru transport;
- tarif de înmagazinare stabilit pentru fiecare depozit subteran;
- tarife de distribuție diferențiate pe categorii de consumatori (sistem binomial de tarife). Aplicarea sistemului tarifar binomial, diferențierea tarifelor pe zone de transport.

Pregătirea evoluției viitoare:

- elaborarea sistemelor tarifare diferențiate orar.

V. *Contracte și tarife pentru consumatorii captivi.*

Consumatori captivi:

- contracte și prețuri reglementate pentru furnizarea gazelor naturale;
- preț diferențiat pe categorii de consumatori;
- tariful social va fi menținut și, în paralel, va fi definit și implementat un mecanism pentru subvenționarea directă de la buget a persoanelor cu venituri mici;
- aplicarea sistemului tarifar binomial, diferențierea tarifelor pe zone de transport.

În perioada 2008-2015, structura sectorului, participanții la piață și caracteristicile definitorii ale etapelor sunt următoarele:

I. *Structura sectorului*. Vor fi doi producători, titulari de acorduri petroliere, cotă de piață cca.50%, din care SNP Petrom majoritar privat și o cotă de piață de 30%; alți producători, integral privați, titulari de acorduri petroliere, cu o cotă de piață de până la 10%. Pentru acoperirea integrală a consumului diferența se va asigura din import, cu principală sursă externă – Federația Rusă și cu surse alternative din UE și/sau zona Mării Caspice, Orientul Mijlociu.

Caracteristici definitorii: veniturile sunt realizate din vânzări la preț negociat; diversificarea surselor de import ca urmare a realizării interconectării SNTGN cu sistemele de transport ale UE și construcția de noi gazoducte, pentru conectarea cu sursele din Orientul Mijlociu și/sau Marea Caspică.

II. *Piețele angro de gaze naturale*. Nu vor mai exista.

Toate aceste elemente definitorii ale funcționării în mediu concurențial al sectorului extractiv al hidrocarburilor implică necesitatea introducerii unor noi coordonate de stabilire a prețurilor la gazele naturale.

III. *Piața contractelor pentru servicii de sistem*.

Operatorul comercial:

- echilibrarea orară a sistemului de către Operatorul comercial;
- gestionarea congestiilor de sistem;
- pregătirea tranzacțiilor cu capacități rezervate;
- asigurarea ne-discriminării între utilizatorii sistemului.

IV. *Contracte și tarife reglementate/controlate*.

- accesul reglementat al tarifelor la sistemele de distribuție, transport și înmagazinare, pe bază de tarife publicate în mod transparent (la transport și înmagazinare costuri recunoscute plus profit, iar la distribuție metoda „price cap” CPI-X;
- tarife de transport diferențiate pe zone de transport (sistem binomial de tarife);
- tarif de înmagazinare stabilit pentru fiecare depozit subteran;
- tarife de distribuție diferențiate pe categorii de consumatori (sistem binomial de tarife);
- aplicarea sistemelor de tarifare diferențiate orar.

Pregătirea evoluției viitoare:

- pregătiri pentru aplicarea sistemelor de tarifare a serviciilor de distribuție diferențiate pe localități.

V. *Contracte și tarife pentru consumatorii captivi*.

Consumatori eligibili, dar care, în mod voluntar, nu își exercită acest drept:

- contracte și prețuri reglementate pentru furnizarea gazelor naturale;
- preț diferențiat pe categorii de consumatori și pe zone geografice.

*

* *

Toate aceste elemente definitorii ale funcționării în mediu concurențial al sectorului extractiv al hidrocarburilor implică necesitatea introducerii unor noi coordonate de stabilire a prețurilor la gazele naturale.

În perspectiva integrării europene, restructurarea sectorului de extracție a hidrocarburilor va avea implicații majore în domeniul prețurilor și al pieței produselor petroliere. Astfel, politica de prețuri și tarife în domeniul gazelor naturale se preconizează să fie guvernată de criterii economice, respectiv:

- prețurile gazelor naturale se stabilesc pe baza negocierilor libere, bazate pe competiție urmărind tendința de deschidere a pieței, pentru consumatorii eligibili, iar pentru consumatorii captivi, prețurile sunt reglementate, în conformitate cu costurile justificate economic, plus o marjă de profit;
- tarifele pentru distribuție și transport sunt reglementate în conformitate cu costurile justificate economic, plus o marjă de profit;
- subvenția încrucișată se elimină;
- subvenționarea directă de la buget pentru categoriile de consumatori cu probleme sociale (consumatori cu venituri mici).

Coordonatele noului mod de stabilire a prețurilor gazelor naturale vor fi diferențiate pe termen scurt, mediu și lung în funcție de obiectivele propuse de operatorul de pe piața gazelor naturale și de caracteristicile pieței concurențiale a gazelor așa cum au fost ele prezentate anterior.

BIBLIOGRAFIE

Anuarul statistic al României, INSSE, București, 2001, 2002, 2003

Strategia de valorificare a resurselor de petrol și gaze în industrie, 2002-2003, Centrul de Economia industriei și Serviciilor, Institutul de Economie Mondială

Strategia industriei petroliere din România pe termen mediu și lung 2001-2010, mai 2001, Ministerul Industriei și Resurselor, Ministerul Industriei și Resurselor

www.petrom.ro

www.omv.com

www.kmarket.ro

DEZVOLTAREA TURISMULUI ECOLOGIC ÎN ZONA MUNȚILOR APUSENI

Cristian SIMA

C.P. III, Centrul de Economia Industrii
și Serviciilor, Academia Română

Rezumat

Zona Munților Apuseni este o zonă deosebit de frumoasă, ce permite dezvoltarea optimă a activităților turistice în condiții ecologice. În acest context a luat amploare agroturismul, iar facilitățile turistice au cunoscut o creștere deosebită în ultimii ani. Multitudinea fenomenelor carstice din zona constituie un suport al acestei dezvoltări. Peșteri precum Peștera Urșilor, Peștera Scărișoara și multe altele constituie o atracție turistică atât în țară cât și peste hotare. Dezvoltarea proiectului societății “Gold Corporation” de extragere a aurului în carieră și folosirea cianurilor în cadrul proceselor miniere poate afecta grav progresul turismului în acest areal.

Abstract

The Development of Ecological Tourism in Apuseni Mountains Area

The Apuseni Mountains are a very beautiful area which permits optimal evolution of the tourist activities in environmental-friendly conditions. Regarding these facts, the agrotourist activity extended and tourist facilities multiplied considerably during the past years. The basis of this progress are the multitude of carstic phenomena in the area. Caves like “Peștera Ursilor”, “Peștera Scărișoara” and many others represent a touristic attraction both for our country and worldwide. Developing the “gold corporation” extraction project and using cyanides during the mining processes can seriously affect the progress of tourism in the area.

Dezvoltarea turismului în zonă, are în centrul atenției stațiunea Arieșeni. Realizarea acestui proiect are ca scop, punerea în valoare, a stațiunii turistice, la standarde internaționale, cu efecte pozitive asupra întregii dezvoltări regionale, stațiune care să valorifice condițiile naturale de climă, terenurile potrivite pentru extinderea activităților de agrement (sport și cazare), cât și de turism. Localitatea Arieșeni dispune la ora actuală de o pârtie de ski (la Vârtop), și de o serie de spații de cazare particulare.

Prin aceasta, se realizează punerea în valoare a resurselor locale, în principal terenuri, proprietate a Consiliului Local Arieșeni și a unor persoane fizice, prin atragerea de investitori români și străini, cu implicarea autorităților publice locale (Consiliul Județean Alba, Prefectura Alba, Consilii locale, cât și din județele limitrofe – Bihor, Arad, Timiș, Hunedoara, Cluj, Mureș și nu numai). Este un proiect foarte complex care presupune, pe lângă participarea celor mai buni specialiști în domeniul managementului, juridic, financiar și tehnic, și o susținere adecvată din partea autorităților publice și locale.

Stațiunea turistică Arieșeni se află situată în cea mai înaltă regiune a Carpaților Occidentali, se întinde de la est la vest, Valea Arieșului, mărginită, la sud, de crestele înalte ale munților și, la nord, de dealuri cu pantă lină.

Activitatea ca centru turistic a bazinului superior al Arieșului se datorează atât zăpezilor abundente favorabile sporturilor de iarnă, cât și diverselor frumuseți naturale cum sunt: peșterile, cascadele, traseele turistice și clima prealpină – caracteristici care fascinează îndeosebi pe timpul verii.

Centrul turistic Arieșeni se va construi în trei cătune ce aparțin comunei Arieșeni: Vârtop, Bumbesti și Galbena. Pentru aceste localități s-a întocmit un plan de amenajare în care s-a prevăzut și infrastructura necesară (drumurile, alimentările cu apă, canalizarea, electricitatea și salubritatea). Ca legătură în interiorul localităților, până la Gârda, s-a prevăzut o linie tangențială de transport. În interiorul localităților accesul cu mașina este permis numai locatarilor și proprietarilor caselor de vacanță.

În ceea ce privește proprietatea terenurilor, versantul cu orientarea spre nord este acoperit în proporție de 90% cu păduri (domeniul privat al statului) și pășuni alpine (proprietatea de grup a comunelor). Diferența de 10% reprezintă proprietăți particulare situate, în special, la baza versantului, în apropierea drumului național. Versantul cu orientarea spre sud este compus în proporție de 45% din păduri, 45% curți, grădini, pășuni particulare și 10% din pășuni comunale.

Zonele propuse pentru dezvoltarea unităților de cazare sunt în principal localitățile existente, unde în proporție de 90% sunt proprietăți particulare (Arieșeni, Galbena, Bumbesti), doar la Vârtop aceste terenuri fac parte din domeniul privat al statului și din pășunea comună. Singurul teren utilizat în scopuri turistice, teren situat în Galbena, pe care este construită baza de cazare și restaurantul menționate mai sus, este proprietatea S.C. „Cetatea Apuseni” S.A. Alba Iulia.

Prin valea Arieșului Mare și prin pasul Vârtop spre Bihor, trece drumul național DN 75 care asigură legătura cu orașe importante: Alba Iulia (120 km), Deva (117 km), Arad (208 km), Cluj-Napoca (125 km), Timișoara (259 km), Oradea (121 km), Târgu-Mureș (204 km), Sibiu (204 km); există, de asemenea, acces pe calea ferată până la orașul Cîmpeni (aflat la 33 km) sau orașul Ștei (situat la 37 km). Sunt prevăzute linii de autobuz care să facă legătura între stațiunea turistică și toate aceste localități. Toate aceste localități însumează un număr de peste 2 milioane de locuitori.

Accesul în stațiunea turistică Arieșeni este foarte ușor și pentru turiștii străini. Chiar în condițiile actuale se remarcă prezența numeroșilor turiști maghiari și a unora italieni, care vin cu consecvență să-și petreacă timpul liber în această regiune, în sistem de agroturism.

Populația comunei Arieșeni însumează 1976 locuitori (în anul 2002), care lucrează în gospodăriile proprii, crescând animale, prelucrând lemnul sau făcând naveta către diferitele întreprinderi industriale de pe Valea Arieșului sau de pe Valea Crișului Negru, în județul Bihor. Se apreciază că în prezent sunt disponibili pentru a fi calificați în profesii specifice turismului circa 130 de tineri. De asemenea, implicarea populației în activitatea turistică prin interesarea participării turiștilor la activitățile de prelucrare artizanală a lemnului va fi benefică.

În final, amenajarea stațiunii turistice Arieșeni va determina o creștere a populației din localitate la 4000-5000 de persoane.

Stațiunea turistică Arieșeni este concepută a se dezvolta în comuna cu același nume, cu extindere 10 km în amonte pe valea Arieșului Mare până la izvorul acestuia din Șaua Vârtop, cât și spre sud și vest în teritoriul delimitat de drumul spre releul de televiziune și de creasta care unește Vârful Curcubăta Mică, Vârful Curcubăta Mare, Șaua Tarnița Bihorului, Vârful Piatra Grăitoare, cota 1526 m, Pasul Vârtop.

În perimetrul astfel delimitat există condiții naturale și se pot dezvolta toate dotările necesare unei stațiuni turistice cu activitate intensă în două sezoane și cu circulație în tot timpul anului. Iată aceste oportunități:

Pentru sezonul de iarnă stațiunea are condiții deosebite:

- amfiteatrul muntos care o înconjoară și care prezintă pante foarte favorabile pentru practicarea schiului;
- condiții meteorologice foarte avantajoase, remarcându-se durata mare a perioadei de existență a stratului de zăpadă și grosimea acestuia, în special în șaua Vârtop și în zona înaltă a crestei.

Pentru sezonul de vară, aceste condiții sunt:

- cadrul natural foarte plăcut;
- condiții ecologice favorabile, caracterizate prin puritatea deosebită a aerului și a apei, urmare a lipsei totale a surselor de poluare de orice gen;
- altitudinea de peste 800 m, suficient de ridicată pentru a asigura temperaturi plăcute vara;
- împrejurimi bogate în puncte de interes turistic, naturale sau antropice, originale și variate;
- posibilitatea de a se organiza practicarea diferitelor activități sportive: bob, echitație, tenis, golf, pescuit sportiv de păstrăv;
- posibilitatea de a se implica în activități meșteșugărești, artizanale, specifice locuitorilor din zonă.

Propunerile de valorificare a resurselor naturale ale stațiunii au în vedere o dezvoltare cât mai rațională a acestora. Astfel, orientarea văii Arieșului Mare ca și a drumului național, principala arteră de circulație care traversează localitatea, este aproximativ est-vest, ceea ce permite separarea funcțională a dotărilor ce vor mobila stațiunea.

Pe versantul cu orientarea Nord, care are și cele mai diferențe de nivel, de la 825 m în localitatea Arieșeni, la 1160 m în Șaua Vârtop și la 1848 m Vârful Curcubăta Mare, se vor amplasa pârtiile de schi și instalațiile aferente acestora: telegondolă, telescaune, teleschi, restaurante cu terase pentru admirarea priveliștii și dotările cu specific preponderent pentru iarnă.

Pe versantul cu orientare sudică, care are atât pantă, cât și înălțime mai mică, este ideală construirea unităților de cazare a turiștilor, având o însoțire perfectă și posibilitatea de a admira piscurile de pe versantul opus.

Stațiunea va avea o aglomerare a dotărilor în punctele de plecare a instalațiilor de cablu, care au fost gândite în așa fel încât să folosească cel mai bine versanții favorabili domeniului schiabil, cât și așezările existente la drum, dezvoltarea întregii stațiuni putându-se face în mod normal, continuu, fără intervenția brutală în peisaj.

Studiul domeniului schiabil evidențiază posibilitatea realizării în condiții favorabile, într-o primă etapă, în afara părții existente la Vârtop, a încă 13 părții de diferite lungimi și grade de dificultate, precum și utilizarea drumului de acces spre stația de releu de televiziune, care iarna este înzăpezit, putând fi utilizat pentru coborâri de către începători.

În partea superioară a versanților cu orientarea nordică, deci a domeniului schiabil, se vor amplasa numai dotări de strictă necesitate pentru a nu a aglomera traseul de creastă cu toate dezavantajele acestora: poluarea peisajului, poluarea fonică etc. Aceste dotări vor fi: stațiile de sosire a instalațiilor pe cablu, cazarea angajaților care lucrează aici, puncte salvamont și restaurante cu locații ce pot permite admirarea panoramei de excepție. Toate aceste dotări vor fi executate cu maximum de grijă pentru a nu polua peisajul.

Părțile de schi sunt grupate în mod natural în două zone principale, legate între ele la partea inferioară prin drumul auto, iar la partea superioară prin traseul de creastă, care este interesant atât vara cât și iarna.

În ceea ce privește cererea externă, se remarcă faptul că, chiar în condițiile actuale, cu amenajări reduse, părțile de la Vârtop și teleschiul ce o deservește sunt solicitate cu consecvență de numeroși schiori din zona Debreczen-Bekescsaba, care nu au alte posibilități de a practica schiul decât la distanțe mult mai mari. Este evident că pe măsura dezvoltării dotărilor va crește și aria de interes pentru schiorii din străinătate.

Dimensiunea și tendința pieței: Cele mai importante zone de schi din Europa se găsesc în principal în Elveția și Austria, țări în care sporturile de iarnă sunt tradiționale. Germania, Franța și Italia au descoperit relativ târziu turismul de iarnă. Zone mai mici propice practicării sporturilor de iarnă se găsesc și în Slovenia, România și Cehia.

Pe plan intern, pe o rază de 120-250 km, în jurul comunei Arieșeni, există o populație de peste 2 milioane de locuitori, inclusiv municipiul Timișoara. Distanța dintre Arieșeni și principalele orașe din jurul acestuia este relativ mică (circa două ore de mers cu mașina), multe dintre acestea având și aeroport internațional.

De asemenea, un sondaj efectuat pe un eșantion de 100 de persoane cu vârsta cuprinsă între 18-37 de ani, a arătat că 67% sunt pentru practicarea schiului și inițiat în schi, respectiv snowboard.

Diverse studii de piață efectuate au constatat o scădere a atractivității practicării schiatului în țări ca Germania, Elveția, Franța (datorită prețurilor foarte mari). Tendința este de scădere a numărului celor care practică schiatul (în medie cu 16%), dar va crește cu 71% numărul celor care vor practica snowboard.

De asemenea, din relatările localnicilor și ale personalului ce deservește stația de releu de televiziune de pe muntele Curcubăta Mare (1848 m), rezultă că pe fața nordică a munților Curcubăta Mică (1770 m), Cornul Berbecului (1670 m) și Piatra Grăitoare (1650 m), stratul de zăpadă favorabil pentru schi se menține până în lunile mai-iunie.

Obiectivele turistice ce pot fi vizitate în apropiere de Arieșeni, prin excursii organizate și chiar circuite turistice de 5 zile împreună cu un ghid specializat sunt:

- **Peștera Scărișoara**: aven cu adâncimea de 50 m prin care se ajunge la un bloc enorm de gheață. Drumul de acces traversează superbe chei ale Ordâncușii și trece pe la **Poarta lui Ionele**;

- **Groapa Ruginoasa**: imensă ravinare (lărgime 500 m, adâncime 100 m) sculptată de ape în gresii de culoare roșu-vișiniu;
- **Valea Gîrdăseacă**, cu originalele captări carstice din peșterile Colba Mică și Colba Mare și cu Peștera Minunată din Ghețarul de la Vârtop, de lângă originalul cătun Casa de Piatră;
- **Valea Sigheștelului**, cu un peisaj carstic spectaculos; concomitent se vizitează **Peștera Urșilor** de la Chișcău, electrificată;
- **Circuitul Văii Galbene**, care duce de la Câmpul Florilor, de-a lungul firului văii, pe lângă o cascadă, printr-o peșteră și printr-un defileu sălbatic până la Izbul Galbenii;
- **Cetățile Ponorului**, cel mai remarcabil fenomen carstic din România, constituit din trei avene gigantice legate între ele printr-o enormă galerie străbătută de un râu subteran;
- **Cascada Vârciog** din apropierea stațiunii;
- **Peștera Huda lui Păpară** și originalul ponor Vînătare, legate printr-un curs de apă subteran;
- **Cheile Runcului și straniul masiv Scărița-Belioara**.

De asemenea există în zonă o serie de **obiective antropice** demne de amintit:

- Arieșeni, biserică de lemn din secolul XVIII, colecție de icoane pe lemn și sticlă;
- Gârda de Sus, biserică de lemn;
- Lupșa, muzeu etnografic sătesc și biserică din 1421;
- Roșia Montană, muzeu de istorie al mineritului aurului;
- Rămetea, muzeu etnografic;
- Comuna Avram Iancu, muzeu memorial, expoziție de istorie, etnografie în artă populară;
- Beiuș, muzeu etnografic;
- Rieni, biserică de lemn din 1753;
- Brădeț, biserică de lemn din 1733;
- Chișcău, colecția etnografică particulară „Roman Aurel Flutur”;
- Municipiul Alba Iulia; cetate bastionară din secolul XVIII. Muzeul Unirii, Sala Unirii, Biblioteca Bathyaneum, Palatul Princiar, Catedrala Reîntregirii, Catedrala Romano-Catolică.

Eficiența amenajării stațiunii:

Pe plan economic

Posibilitatea de a petrece un sejur, pe tot timpul anului, într-un mediu natural, nepoluat, motivație importantă a alegerii destinației de către turiști, ceea ce va determina o circulație turistică intensă.

Ca urmare, realizându-se amenajări turistice în concordanță cu resursele, prin atingerea unor grade de ocupare ridicate, chiar la nivelul de clasificare de 3-4 stele, se creează posibilitatea aplicării unor tarife prin care să se asigure recuperarea în termen scurt a investițiilor și obținerea unui profit apreciabil.

Pe plan social

Amenajarea stațiunii va contribui la creșterea rapidă a nivelului de trai a populației din zonă, atât prin crearea a numeroase locuri de muncă, cât și prin exigențele impuse de prezența și buna deservire a turiștilor.

Pe plan ecologic

Motivația principală a venirii turiștilor în zonă fiind bazată pe cadrul natural nepoluant, toate activitățile din zonă, turistice și din alte domenii, se vor desfășura cu exigențe ecologice sporite. De asemenea, practicarea unor excursii în împrejurimi va impune protecția și amenajarea în condiții ecologice a punctelor de interes turistic din zonă.

BIBLIOGRAFIE

- Politica de protecție a mediului în condițiile integrării României în Uniunea Europeană- impactul asupra competitivității industriale*, Studii și cercetari economice vol-3-4-5/2002, CIDE, Bucuresti
- Evaluarea gradului de aliniere a României la acquis-ul comunitar privitor la politica industrială*, „Probleme economice”, nr.11-12/2002, CIDE, București.
- Prezent și perspective de dezvoltare durabilă a zonei Roșia Montană*, Studii și cercetări economice nr.11-12/2003
- Program de acțiune privind aplicarea politicilor industriale în Romania*, „Probleme economice” ,vol.114-115/2004

III. CONTABILITATE – FINANȚE – STATISTICĂ

SCHIMBĂRILE STRUCTURALE ȘI MOBILITATEA LUCRĂTORILOR ÎN ROMÂNIA

Mariana Elena BALU

Conf. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Gabriela TUDOSE

Drd., C.P.III, I.NC.S.M.P.S.

Luise MLADEN

Lect. univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Asigurarea unor schimbări structurale „orientate” ca și a unei mobilități „sănătoase” a lucrătorilor în România reprezintă fundamentul restructurărilor de fond ale întregului agregat economic. Se poate spune că structura ocupării va determina modul de utilizare, de valorificare a resurselor de muncă în spiritul principiilor economiei de piață. În acest context, considerăm oportună utilizarea unor metodologii care evaluează aceste procese și fenomene specifice ale pieței muncii.

CUVINTE CHEIE: **restructurare, (re)alocări structurale ale forței de muncă, mobilitatea lucrătorilor, piața muncii.**

Résumé

Les changements structurels et la mobilité des employés en Roumanie

Avoir des changements structurels „ciblés” et mobilité „saine” des employés en Roumanie représente la base des restructurations essentielles de l'économie. La structure de l'emploi est décisive par rapport à l'utilisation des ressources de travail à l'esprit de l'économie de marché. A cet effet on considère nécessaire l'emploi d'une méthodologie mesurant ces processus et phénomènes spécifiques.

MOTS CLÉS: **restructuration, (ré)allocations structurelles de la force du travail, mobilité des employés, marché de l'emploi.**

Una din marile provocări căreia trebuie să-i facă față țara noastră se referă la îndeplinirea criteriului unei ocupări, care să reflecte capacitatea economiei românești de a face față concurenței. Procesul de tranziție în care a fost implicată țara noastră ca și celelalte state din Centrul și Estul Europei presupune o masivă realocare a muncii între activitățile din economie. De altfel, studiile referitoare la evoluția ocupării în țările din Centrul și Estul Europei arată că succesul tranziției se apreciază după cât de bine s-a realizat problema realocării forței de muncă.

Tendința de concentrare a ocupării în sectorul servicii este o caracteristică dominantă a modelului de ocupare din țările Uniunii Europene, unde 65% din populația ocupată se regăsește în acest sector. Această tendință se manifestă și în cazul celorlalte țări, în curs de dezvoltare dar în proporții mai reduse.

Aceste fenomene și procese înseamnă reformă, iar realocarea muncii pentru a se ajunge la o convergență cu structura ocupării din U.E. este o componentă esențială a acesteia.

Evoluția activității economice românești pe termen mediu și lung, sub impactul creșterii economice, al restructurării economiei și al introducerii noilor tehnologii va determina deplasări ocupaționale radicale (care vor genera un impact major asupra sistemului de educație și formare profesională) în direcțiile:

- reducerii semnificative a ocupării în agricultură, de la 40,35% din total populație ocupată în anul 2001 (respectiv 36,4% în 2002) către nivele mai apropiate de media europeană va fi determinată de restructurarea și introducerea pe scară largă a tehnologiilor avansate în această ramură; în consecință, este necesar un amplu proces de adaptare și profesionalizare a forței de muncă din acest sector care va duce la dezvoltarea capacității de mobilitate teritorială și ocupațională. Elaborarea și implementarea de programe social-economice orientate către modernizarea agriculturii, având o componentă importantă de adaptare și reconversie a resursei umane din acest domeniu, dezvoltarea unor instituții de formare profesională a lucrătorilor agricoli, modularizarea și orientarea către grupuri țintă din agricultură a măsurilor active și a serviciilor promovate de o serie de instituții ale pieței muncii, ca și adaptarea sistemului de învățământ din mediul rural în vederea întineririi populației ocupate în agricultură și a (re)orientării calificării și formării profesionale către servicii reprezintă tot atâtea modalități prin care se pot susține mutațiile necesare din agricultură;

- refacerii ocupării în industrie într-un orizont de timp mai îndepărtat, care în perspectiva anului 2007 va necesita o restructurare structural-calitativă intrasectorială și intersectorială, ce presupune reconversia efectivului în meserii și profesii noi sau realocarea acestora către sectorul industrial modernizat, privatizat; se vor manifesta procese complexe de deplasări inter- și intrasectoriale ale forței de muncă;

- creșterii ocupării în servicii, ca o expresie a nivelului și potențialului de dezvoltare economică, care se reflectă în creșteri de venituri și creează astfel posibilitatea dezvoltării infrastructurii de servicii; dezvoltarea acestui sector ar trebui să fie răspunsul racordării societății noastre pe coordonatele noii economii a cunoașterii cu nevoi noi; este necesară adaptarea sistemului de servicii oferite de instituțiile pieței muncii, adaptarea sistemului de formare profesională inițială și continuă, știut fiind faptul că în activitățile din acest sector se concentrează, în bună măsură, profesii de înaltă calificare, necesitând studii superioare sau postliceale sau o calificare cu un anumit grad de specializare. Deplasările structurale în cadrul acestui sector vor fi determinate de ritmul și consistența restructurărilor din celelalte două sectoare ale economiei naționale, dar numai într-o anumită măsură.

Analiza deplasărilor sectoriale ale forței de muncă au ca fundament analiza-diagnostic a alocărilor structurale ale forței de muncă în România. În acest material ne-am axat asupra unor aspecte relevante de utilizarea metodologiei Tito Boeri, care s-au constituit în elemente esențiale pentru analiza –diagnostic a alocărilor structurale ale forței de muncă.

Folosind metodologia T. Boeri, am calculat mobilitatea lucrătorilor și dimensiunea schimbărilor structurale pentru țara noastră, comparativ cu Italia, țară membră a U.E. Această metodologie permite analizarea evoluțiilor deplasărilor structurale din perspectiva impactului proceselor de restructurare, evaluarea eficienței măsurilor de reformă și, în final, poate fi considerată un fin indicator al convergenței economice către structurile UE.

Această metodologie conține următorii indicatori:

- deviația standard a ratelor de ocupare pe sectoare: **DST**
- indicele de realocare sectorială: **RS**
- indicele de realocare între firmele de stat și cele private: **RP**

- media schimbării anuale în proporți ocupării din sectorul privat în total ocupare: ΔPS

$$\text{Formula de calcul: } \mathbf{RS} = 1 - |\Delta E| / (|\Delta E^+| + |\Delta E^-|)$$

$$\mathbf{RP} = 1 - |\Delta E| / (|\Delta E^{\text{PUB}}| + |\Delta E^{\text{PRIV}}|)$$

ΔE^+ suma variațiilor sectoriale ale ocupării în sectoarele în expansiune

ΔE suma variațiilor ocupării în sectoarele în declin

ΔE^{PUB} variația ocupării în sectorul de stat

ΔE^{PRIV} variația ocupării în sectorul privat

SR, PR, $\Delta PS \in (0,1)$, 0 înseamnă realocare redusă; 1 înseamnă realocare mare

Datele din tabelul de mai jos surprind fenomene cărora le corespund schimbări radicale pe care le-a cunoscut și le cunoaște societatea românească. Totuși remarca cea mai evidentă care trebuie făcută este legată de discrepanța între amploarea schimbărilor structurale exprimată prin distribuția ocupării între sectoarele economiei între sectorul de stat și cel privat ($RP = 0,85$ și $0,75$) și mobilitatea relativ mică a lucrătorilor între sectoarele economiei (indicii de mobilitate $0,16$). Comparând aceste evoluții cu situația Italiei remarcăm mobilitatea scăzută a lucrătorilor între sectoare (comparabilă cu a noastră), însă în condițiile unor schimbări structurale reduse ($DST=1,7$).

Schimbările structurale și mobilitatea lucrătorilor în România

Nr. crt.	Anii	Măsurarea schimbărilor structurale				Mobilitatea lucrătorilor	
		DST ¹	RS ²	RP ³	delta PS ⁴	Între Sectoare ⁵	Între stat privat ⁶
1.	1991 – 1997 România	10,3	0,45	0,85	0,49	0,16
2.	1994 – 2001 România	10,57	0,46	0,75	...	0,158
2.	1991 – 1997 OECD- Italia	1,7	0,33	0,09	0,02	0,16	0,17

¹Deviația standard a ratelor ocupării pe sectoare (media deviațiilor standard anuale) DST este calculat pentru 6 sectoare, pe perioada 1990 - 1996; RS calculat este calculat pentru 1991 - 1993

²Indicele de realocare sectorială calculat pentru 9 sectoare.

³Indicele de realocare calculat cu privire la variațiile în sectorul de stat și sectorul privat. OECD, România 1991 – 1993

⁴Media schimbării anuale a proporției ocupării în sectorul privat față de ocuparea totală, România 1989 – 1998

⁵Măsura mobilității pentru matricea tranziției între 9 domenii (inclusiv șomajul și inactivitatea); datele pentru România se referă la 6 stări ale matricei (5 sectoare plus populația șomeră și inactivă)

⁶Măsura mobilității calculat pe matricea dintre sectorul public și sectorul privat plus șomajul și inactivitatea)

*Calculul de mobilitate sunt realizate conform metodologiei de realocare a forței de muncă după Tito Boeri și C. Flinn, 1999, indicele de mobilitate reprezintă măsura scalară data de indicele: $(\mathbf{n} - \text{tr}(\mathbf{M})) / (\mathbf{n} - 1)$, unde n este numărul de stări, adică de linii ale matricei tranziției, M ; când matricea are o diagonală negativă, acest index este cuprins între 0 și 1, și este monoton crescător în mobilitate, atingând valoarea 0 numai la matricile identice și 1 la matricile cu rânduri identice; toate matricile calculate au o diagonală maximă.

Față de perioada inițială putem spune că nu s-au schimbat foarte mult datele problemei. Indicii de mobilitate au practic aceleași valori, în condițiile în care jumătate din populația ocupată a țării este practic “deplasată” în sectorul privat. Modificarea structurii populației ocupate în sensul reducerii din sectoarele în declin de la stat către celelalte sectoare, nu a însemnat, în fapt, o redimensionare a muncii. Locurile de muncă din vechile întreprinderi de stat au devenit „noile” locuri de muncă din sectorul privatizat, iar crearea și dezvoltarea de IMM-uri (private), nu a însemnat o realocare a muncii. Persistența și caracteristicile șomajului de la noi (care poate face obiectul unei alte analize) denotă că sectorul privat și cel privatizat nu a reprezentat o alternativă impusă de comprimarea forței de muncă din sectoarele care au fost obligate să facă concedieri colective pentru a compensa slaba productivitate a întreprinderilor românești de stat. Semnificația schimbărilor structurale în ceea ce privește realocarea muncii între sectoare reflectă, în fapt, impactul șocurilor structurale specifice fenomenelor și proceselor tranziției. Realocarea structurală a forței de muncă presupune trecerea unei părți a populației ocupate dinspre sectoarele în declin spre cele care au potențial de dezvoltare, posibilitățile sistemului economic oferind lucrătorilor o alternativă de ocupare și conferindu-le acestora mobilitate. Numai realizarea acestor condiții detonă o restructurare reală, cu mutații structurale de fond și nu doar de formă. Din păcate, în România, sensul convergenței către structurile europene a fost într-o anumită măsură deturnat, în sensul că sectorul agricol așa cum am arătat mai sus a fost și rămâne în continuare un refugiu pentru ocupare, proporția mare a acestui sector compensând scăderea masei salariaților proveniți din sectorul industrial.

Experiențele tranziției arată că:

- (re)alocarea muncii este un proces legat indisolubil de restructurarea economică și este determinat de o serie de factori economico-sociali, istorici, precum necesitatea integrării europene, creșterea competiției internaționale;
- restructurarea economică este o problemă ce ține de structura industrială și doar “formal” de proprietate, în sensul că întreprinderile din țările din Centrul și Estul Europei după 1989 au început să opereze într-un cadru nou;
- procesele de realocare a muncii presupun o redimensionare a muncii și au ca obiectiv accelerarea convergenței spre structurile U.E.
- procesele de realocare a muncii presupun mobilitate intra și intersectorială astfel încât, la un orizont de timp dat, să se ajungă la acea structură „necesară” a ocupării care reflectă ireversibil transformarea radicală a producției în urma reformei; se poate spune că structura ocupării va determina modul de utilizare, de valorificare a resurselor de muncă în spiritul principiilor economiei de piață.

BIBLIOGRAFIE

- *** PNUD, *Un deceniu de tranziție în România – RAPORTUL NAȚIONAL AL DEZVOLTĂRII UMANE 2001 – 2002*
- Boeri T., Katherine Terrell 2002, *Institutional Determinants of Labor Reallocation in Transition*, vol.16, „Journal of Economics Perspectives”, Number 1, pag. 51 – 76
- Boeri T. and Christopher Flinn, *Returns to Mobility in the Transition to a Market Economy*, „Journal of Comparative Economics”, 1999, pag. 4-32.

IMPACTUL TRATAMENTELOR CONTABILE PRIVIND COSTURILE ÎNDATORĂRII ASUPRA PERFORMANTELOR ÎNTREPRINDERII

Cicilia IONESCU

Conf. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Norma își propune drept obiectiv de a prescrie o prelucrare contabilă aplicabilă cheltuielilor privind împrumuturile (costurile îndatorării), știut fiind faptul că imobilizările corporale constituie adesea partea principală a activului total al unei întreprinderi și, ca atare, analizarea unei plăți, pentru a ști dacă ea este un activ sau o cheltuială, are un efect important asupra prezentării rezultatelor activității sale.

Abstract

The Impact of the Accounting Treatment on Indebtness Cost on Corporate Performance

One of the International Accounting Standards with Implication for the Determination of Performance is IAS 23 “The Indebtness Costs”

The norm aims to prescribe an accountancy standard applicable to expenses for borrowing (the indebtedness costs), given that immovable assets frequently constitute the main part of the total assets of a corporate, and consequently, analysis of certain payments to determine whether they are an asset or an expense has an important effect for the presentation of the result of its activity.

Pentru stabilirea performanțelor întreprinderii se au în vedere veniturile și cheltuielile care contribuie la formarea rezultatului.

Unul din Standardele Internaționale de Contabilitate cu implicații în determinarea performanțelor este IAS 23 „Costurile îndatorării”.

Principalele concepte pe care le impune IAS 23 sunt:

- **Costurile îndatorării** cuprind dobânzile și alte cheltuieli suportate de întreprindere în legătură cu împrumutul de fonduri pentru procurarea de active pe termen lung

- **Un activ pe termen lung** este un activ care solicită în mod necesar o perioadă substanțială de timp pentru a fi gata în vederea utilizării sau pentru vânzare. Spre exemplu: stocurile care necesită o perioadă substanțială de timp pentru a le aduce în stadiul în care pot fi vândute.

Norma își propune drept obiectiv de a prescrie o prelucrare contabilă aplicabilă cheltuielilor privind împrumuturile (costurilor îndatorării), știut fiind faptul că imobilizările corporale constituie adesea partea principală a activului total al unei întreprinderi și, ca atare, analizarea unei plăți, pentru a ști dacă ea este un activ sau o cheltuială, are un efect important asupra prezentării rezultatelor activității sale.

Potrivit prevederilor acestui standard, **costurile îndatorării pot să includă:**

- dobânzile privind creditele curente și împrumuturile pe termen scurt și pe termen lung;
- amortizarea primelor de emisiune și de rambursare relative la împrumuturi;
- amortizarea costurilor accesorii antrenate de emisiunea împrumuturilor;
- cheltuielile financiare aferente leasing-ului, asimilabile dobânzilor, recunoscute și contabilizate în conformitate cu norma IAS 17 „Contractele de locație”;
- diferențele de curs ce rezultă din împrumuturile în devize, în măsura în care ele pot să fie considerate ca un complement de dobânzi și privite ca o ajustare a cheltuielilor cu dobânda.

IAS 23 se pronunță cu claritate asupra necapitalizării costurilor împrumuturilor, considerându-se că astfel de costuri trebuie să fie contabilizate în cheltuielile exercițiului în cursul căruia ele au fost angajate. Această soluție constituie **tratamentul contabil de bază**, și vizează în special activele care solicită o perioadă lungă de pregătire înainte de a putea fi utilizate sau vândute.

Norma permite, totuși, și un **tratament contabil alternativ**, oferind posibilitatea includerii în costul activelor a cheltuielilor aferente împrumuturilor, considerate ca fiind cheltuieli direct atribuibile achiziționării, construirii sau producției acestora. Astfel de cheltuieli privind împrumuturile vor fi capitalizate prin includerea lor în costul activelor, atunci când este probabil ca ele să genereze avantaje economice viitoare și când costul împrumuturilor poate să fie evaluat în mod credibil. Prin urmare, costurile îndatorării care sunt direct atribuibile achiziției, construcției sau producției unui activ pe termen lung trebuie capitalizate ca parte a costului acelui activ.

Problema care se ridică este însă aceea a determinării cheltuielilor capitalizabile. Pentru aceasta întreprinderea trebuie să procedeze la determinarea împrumuturilor ce antrenează astfel de cheltuieli și la delimitarea perioadei de calcul.

Prin definiție, **cheltuielile capitalizabile** referitoare la împrumuturi sunt cele care ar fi putut să fie evitate, dacă activul în cauză nu ar fi fost achiziționat sau împrumutat (dacă ne referim la o locație financiară). Identificarea acestor cheltuieli este mai ușor sau mai greu de realizat, în funcție de caracterul finanțării activului: printr-un împrumut special sau din capitalurile împrumutate la nivelul ansamblului întreprinderii.

1. În prima situație, când întreprinderea împrumută special fonduri în scopul obținerii unui activ pe termen lung, pot fi capitalizate cheltuielile reale relative la perioada de punere în stare de utilizare sau de vânzare a activului, din care vor fi deduse eventualele venituri obținute din plasamentul temporar al fondurilor împrumutate.

Pentru exemplificare, presupunem următoarea situație:

O întreprindere a împrumutat suma de 40 miliarde de lei pentru finanțarea construcției unei clădiri. În cursul exercițiului N cheltuielile relative la acest împrumut sunt de 4 miliarde lei. Suma împrumutată depășește necesitățile imediate

ale întreprinderii și, ca atare, o parte din aceasta a fost plasată, producând venituri financiare în valoare de 600 milioane lei.

Mărimea cheltuielilor capitalizabile în numele exercițiului N va fi de 3.400.000.000 lei (adică 4.000.000.000 lei – 600.000.000 lei).

2. În situația în care finanțarea activului nu face obiectul unui împrumut special, mărimea cheltuielilor capitalizabile se determină prin aplicarea la costul activului a unei rate relative la costul mediu al împrumuturilor întreprinderii, în cursul perioadei. Rata de capitalizare va fi media ponderată a costurilor îndatorării aplicate împrumuturilor întreprinderii care nu sunt rambursate în timpul perioadei, altele decât împrumuturile făcute special pentru obținerea aceluși activ.

Începerea capitalizării costurilor îndatorării se realizează în momentul în care se realizează cheltuieli pentru acel activ (plăți de numerar, transferuri de alte active, preluarea unor datorii purtătoare de dobândă), se generează costurile îndatorării și sunt în curs activitățile necesare pentru pregătirea activului în vederea folosirii sau vânzării lui.

Cât privește costul mediu al activului în timpul perioadei, IASB precizează că acesta poate constitui o bună aproximare a bazei de calcul privind dobânzile capitalizate.

Pentru **exemplificare** presupunem următoarea situație:

O întreprindere a realizat construcția unei clădiri fără a apela la o finanțare specială. În timpul exercițiului N, împrumuturile și lucrările în curs de execuție (în milioane lei) se prezintă după cum urmează:

	<u>1.01.N</u>	<u>31.12.N</u>	<u>Media</u>
Împrumuturi:			
Împrumutul 1 (dobândă 20%)	25.000	20.000	22.500
Împrumutul 2 (dobândă 15%)	<u>35.000</u>	<u>30.000</u>	<u>32.500</u>
	60.000	50.000	55.000
Costul lucrărilor realizate	63.000	75.000	67.000

La nivelul exercițiului N, cheltuielile cu dobânzile sunt de 12 miliarde lei. Rata medie a dobânzii împrumuturilor, în cursul exercițiului N, va fi:

$$(20\% \times 22.500/55.000) + (15\% \times 32.500/55.000) = 8,18\% + 8,86\% = 17,04\%$$

Valoarea dobânzilor capitalizabile (costul îndatorării) în numele exercițiului N este de 11.416,8 milioane lei (67.000 x 17,04%) și se situează sub plafonul de 12.000 milioane lei reprezentat de cheltuielile cu dobânzile aferente exercițiului N.

De reținut este faptul că norma IAS 23 interzice capitalizarea costurilor îndatorării în cursul perioadelor prelungite în care nu se lucrează pentru obținerea activului respectiv, cu excepția perioadelor în care se desfășoară importante lucrări tehnice și administrative ori când o pauză este o parte a procesului de aducere a respectivului activ în starea de a fi utilizat sau vândut.

Încetarea capitalizării costurilor îndatorării are loc atunci când se realizează cea mai mare parte a activităților necesare pentru pregătirea activului pe termen lung în scopul utilizării sau vânzării sale.

Atunci când activul este compus din mai multe componente (unități) și fiecare componentă poate fi utilizată din momentul finalizării ei, în timp ce se lucrează la construirea altora (un complex de afaceri, spre exemplu, ce include mai multe clădiri, fiecare dintre ele putând fi folosită separat), perioada de capitalizare a costurilor împrumuturilor se determină pe fiecare unitate în parte iar capitalizarea costurilor îndatorării trebuie să înceteze atunci când este terminată cea mai mare parte a activităților necesare pentru pregătirea acelei componente în vederea utilizării sau vânzării sale.

Capitalizarea costurilor împrumuturilor ridică o serie de **probleme** în special utilizatorilor situațiilor financiare.

În primul rând, după cum se poate constata, utilizarea acestei metode are ca efect diminuarea volumului cheltuielilor și, prin urmare, majorarea rezultatului. Dacă întreprinderea recurge la investiții masive în cursul exercițiului, influența costurilor îndatorării asupra rezultatului poate să fie de mari proporții. În această situație, analistul financiar poate interveni, scăzând din beneficiul net dobânzile capitalizate în cursul perioadei, obținând astfel un rezultat conform cu regulile contabile. Cu toate aceste „ajustări”, numai includerea în costul imobilizărilor neamortizabile (terenuri, în principal) ar fi de natură să amâne permanent constatarea acestor cheltuieli, cu condiția ca astfel de active să nu fie nici vândute, nici depreciate.

În al doilea rând, dobânzile incluse în costul unui activ urmează evoluția acestuia. Drept urmare, ele vor ajunge întotdeauna în cheltuieli, fie pentru că respectivul activ a fost vândut, fie că a fost amortizat.

În al treilea rând, utilizatorii situațiilor financiare ar putea fi derutați și de întreruperea capitalizării costurilor îndatorării în perioadele de întrerupere a activității productive a respectivului activ. Tocmai de aceea, IASC pretinde întreprinderilor aflate într-o astfel de situație, ca în cadrul situațiilor lor financiare să se menționeze:

- metoda contabilă utilizată;
- mărimea cheltuielilor capitalizate în cursul exercițiului;
- rata de capitalizare utilizată pentru determinarea mărimii cheltuielilor cu împrumuturile ce pot fi încorporate în costul activelor.

Pentru argumentare, presupunem următorul **exemplu**:

*În cursul exercițiului N o întreprindere a procedat la **capitalizarea unor cheltuieli privind împrumuturile** în valoare de 94.500.000 u.m., care vizează o linie de producție și diferite stocuri. Linia de producție este obținută din producție proprie și este finalizată la sfârșitul exercițiului N. Amortizarea acesteia se face pe o perioadă de 5 ani. Stocurile sunt vândute în timpul exercițiului N+1, la un preț de 102.375.000 u.m. Mărimea cheltuielilor de producție se prezintă după cum urmează:*

- pentru linia de producție: 236.250.000 u.m., din care 63.000.000 u.m. reprezintă cheltuieli financiare;
- pentru stocuri: 94.500.000 u.m., din care 31.500.000 u.m. reprezintă cheltuieli financiare.

Pentru simplificarea cerută de analiza distinctă a problematicii costurilor îndatorării, vom presupune că nu există alte venituri și alte cheltuieli.

Rezultatele exercițiilor perioadei (N) – (N+5), în mii u.m. se prezintă după cum urmează:

Informații	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	Total
Cheltuieli privind împrumuturile	0	0	0	0	0	0	0
Cheltuieli privind amortizarea liniei de producție	0	- 47.250 ¹	-47.250	-47.250	-47.250	-47.250	-236.250
Profitul degajat vânzarea stocurilor	0	7.875 ²	0	0	0	0	7.875
Rezultatul Net	0	- 39.375	-47.250	-47.250	-47.250	-47.250	-228.375

În situația în care întreprinderea nu ar fi capitalizat cheltuielile privind împrumuturile, rezultatele (în mii u.m.) ar fi fost după cum urmează:

Informații	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	Total
Cheltuieli privind împrumuturile	- 94.500	0	0	0	0	0	- 94.500
Cheltuieli privind amortizarea liniei de producție	0	- 34.650 ³	-34.650	-34.650	-34.650	-34.650	-173.250
Profitul degajat din vânzarea stocurilor	0	39.375 ⁴	0	0	0	0	39.375
Rezultatul net	- 94.500	4.725	-34.650	-34.650	-34.650	-34.650	-228.375

După cum se poate constata, indiferent de metoda contabilă aleasă, rezultatul net la nivelul perioadei analizate rămâne neschimbat (-228.375 mii u.m.). Însă acesta diferă la nivelul fiecărui exercițiu din intervalul în cauză, ceea ce, evident, modifică datele analizei anuale a performanțelor întreprinderii. De asemenea, în situația în care întreprinderea analizată capitalizează cheltuielile privind dobânzile, aceasta va conduce la dispariția din contul de profit și pierdere a unei părți importante a unor astfel de cheltuieli, ceea ce poate contribui la o subestimare a ponderii datoriilor în studiul performanțelor întreprinderii. Pentru a se evita o astfel de capcană, este suficient să se adauge la cheltuielile financiare, ce apar în contul de profit și pierdere, mărimea dobânzilor capitalizate în timpul exercițiului, cu condiția ca o atare informație să fie furnizată.

Și alte norme contabile internaționale fac referire la problematica costurilor îndatorării. Norma IAS 29 „Raportarea financiară în economiile hiperinflaționiste”, spre exemplu, stabilește că impactul inflației este, de regulă, recunoscut în costurile îndatorării și prevede separarea acestuia în două componente: una este reprezentată de inflația propriu-zisă, ce va fi reflectată ca o cheltuială, iar cealaltă va fi reprezentată de costurile reale ale îndatorării care vor trebui capitalizate.

¹ 236.250 : 5 ani = 47.250 mii u.m., începând cu exercițiul N+1

² 102.375 – 94.500 = 7.875 mii u.m.

³ (236.250 – 63.000) : 5 ani = 34.650 mii u.m. ³

⁴ 102.375 – (94.500 – 31.500) = 39.375 mii u.m.

BIBLIOGRAFIE

- Feleagă, N., Malciu, L. , *Politici și optiuni contabile*, Editura Economică, București, 2002
- Feleagă, N. , *Sisteme contabile comparate*, Vol. II. Ediția a II-a, Editura Economică, București, 2000
- Duțescu, A., *Ghid pentru înțelegerea și aplicarea Standardelor Internaționale de Contabilitate*, Editura CECAR, București, 2001
- Ristea, M., Dumitru, C., *Contabilitate financiară*, Editura Economică, București, 2002
- *** *Standardele Internaționale de Contabilitate*, traducere, Editura Economică, București, 2001
- *** *Ghid practic de aplicare a Standardelor Internaționale de Contabilitate*, Editura Economică, București, 2001

NECESITATEA REVIZUIRII NORMELOR DE PROTECȚIE A ASIGURAȚILOR CONFORM CERINȚELOR IMPUSE DE INTEGRAREA ROMÂNIEI ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

Titel NEGRU

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Una dintre condițiile de bază ale funcționării unui sistem de asigurări este existența „fondului de protecție a persoanelor asigurate” la nivelul pieței asigurărilor, constând în contribuții în bani ale societăților autorizate de asigurări și reasigurări.

Înființarea „fondului de protecție a persoanelor asigurate” trebuie să respecte cerințele UE pentru aderarea României la UE astfel încât întregul sistem de asigurări din țara noastră să fie compatibil cu cel european.

Abstract

The Need of Reviewing the Insured Protection Rules according to the Requirements of Romania's Integration in the European Union

One of the basic conditions of an insurance system operation is represented by the existence of "the protection fund of the insured persons" at the insurance market level, consisting of money contributions of the authorized insurance and reinsurance companies.

Setting of "the protection fund of the insured persons" should comply with the requirements of the European Union for Romania accession to EU so that the whole insurance system of our country be compatible with the European one."

Sistemul asigurărilor din România stabilește existența unui fond de protejare a asiguraților, ca o formă de siguranță în cazul intervenirii insolvenței unui asigurator. Pe piața asigurărilor din România, acest fond este necesar, întrucât oferă o protecție pentru asigurat.

Conform legislației privind asigurările și reasigurările din România (Legea nr. 136/1995 și Legea nr. 32/2000) **Fondul de protejare a asiguraților** este constituit din contribuția societăților de asigurare și reasigurare active pe piața asigurărilor, indiferent dacă acestea sunt companii de asigurări generale sau de asigurări de viață și este administrat de către Comisia de Supraveghere a Asiguraților (CSA), care reglementează modul în care asigurații direcți, clienții ai societății de asigurare aflate în lichidare, pot solicita fondului despăgubirea pentru prejudiciul suferit de ei și neacoperit de asiguraătorul aflat în stare de insolvență.

Până în anul 2001, fondul de protecție a asiguraților a funcționat ca anexă la bugetul de stat al României. Începând cu anul 2002, Fondul de protejare a asiguraților a trecut în administrarea Comisiei de Supraveghere a Asiguraților, care, prin Ordinul președintelui CSA nr. 3/2002, a stabilit „**Normele privind constituirea, utilizarea și gestionarea Fondului de protejare a asiguraților**”. Corespunzător acestora, Fondul de protejare a asiguraților „se constituie și se administrează de către Comisia de Supraveghere a Asiguraților, care va stabili anual cota procentuală ce se aplică asupra volumului de prime brute încasate din

activitatea de asigurări directe de către societățile de asigurare și asigurare – reasigurare. Această cotă este prevăzută în legea bugetului de stat”. Pentru exercițiul financiar 2004, cota procentuală ce se aplică asupra volumului de prime brute încasate din activitatea de asigurări directe este stabilită la 1%.

Societățile de asigurare și asigurare – reasigurare au obligația de a vira lunar sumele datorate Fondului de protejare a asiguraților până la data de 25 ale lunii curente pentru luna expirată. Calculul și virarea sumelor pentru anul curent se efectuează de asigurații astfel: total prime brute de asigurare încasate din activitatea de asigurare directă, la care se aplică cota de prelevare, obținându-se suma convenită Fondului de protejare a asiguraților. Acest Fond, care este administrat de către CSA ca ordonator principal de credite, este destinat plăților de despăgubiri și de sume asigurate în caz de faliment al societăților de asigurare și de asigurare – reasigurare. Ca urmare, asiguratorii aflați în stare de faliment, vor efectua plata despăgubirilor și a sumelor asigurate din fondurile de rezervă, precum și din cele obținute din vânzarea activelor aparținând asiguratorului, până la epuizare.

În cazul în care fondurile de mai sus sunt insuficiente, după închiderea procedurii de faliment, plățile se vor efectua numai în limita disponibilului aflat în Fondul de protejare a asiguraților, și numai pentru asigurații direcți.

Fiecare cheltuială a Fondului de protejare a asiguraților, va reprezenta:

a) până la 100% din indemnizația convenită pentru contractele de asigurare de viață care acoperă riscul de supraviețuire și care expiră în anul în care s-a produs începerea procedurii de faliment a asiguratorului;

b) până la 100% din suma de răscumpărare pentru contractele de asigurare de viață, calculată la data începerii procedurii de faliment a asiguratorului, dacă aceasta este prevăzută prin condițiile de asigurare;

c) până la 100% din valoarea contului contractantului asigurării de viață pentru:

1. Asigurări de viață:

- asigurarea de supraviețuire;
- asigurarea de deces;
- asigurarea mixtă de viață.

2. Anuități (asigurări de tip rentă);

3. Asigurări de viață suplimentare:

- asigurări de vătămări corporale din accidente;
- asigurări de incapacitate de muncă cauzate de un accident;
- asigurări de deces rezultat dintr-un accident.

Condiția este valabilă în cazul în care începerea procedurii de faliment a asiguratorului s-a produs înainte de expirarea contractului.

d) până la 70% din indemnizația convenită pentru contractele de asigurări de viață care acoperă riscuri de deces, dacă decesul a survenit în perioada de valabilitate a polițelor, dar nu mai târziu de momentul începerii procedurii de faliment a asiguratorului;

e) până la 70% din indemnizația convenită în cazul asiguratorilor de viață menționate la punctul c), în cazul procedurii riscurilor asigurate în perioada de valabilitate a polițelor, dar nu mai târziu de momentul începerii procedurii de faliment a asiguratorului;

f) până la 50% din despăgubirea convenită pentru polițele aferente celorlalte clase de asigurări, exceptând:

- asigurările de credite și garanții, care au ca obiect acoperirea riscurilor de insolvabilitate generală, de credit de export, de vânzare în rate, de credit ipotecar, de credit agricol, precum și de garanții directe sau indirecte;

- asigurări de pierderi financiare, care acoperă riscuri de pierderi din: utilizare, insuficiența veniturilor, pierderi cauzate de timpul nefavorabil, pierderi din beneficii, cheltuieli comerciale neprevăzute, menținerea cheltuielilor generale, pierderea valorii de piață, pierderi de rentă sau alte venituri, pierderi comerciale indirecte, altele decât cele menționate mai sus, precum și pierderi necomerciale sau alte pierderi financiare;

g) până la 25% din despăgubirea convenită pentru polițele aferente celorlalte clase de asigurări; mai puțin excepțiile menționate la punctul anterior și pentru riscurile produse în perioada de valabilitate a polițelor, dar nu mai târziu de momentul începerii procedurii de faliment a asigurătorului.

Termenul de formulare a pretențiilor în scris de către asigurați la Comisia de Supraveghere a Asigurărilor este de maximum 30 de zile de la data închiderii procedurii de faliment a asigurătorului; dispusă de instanța de judecată competentă.

Pretențiile de despăgubire din Fondul de protejare a asiguraților vor fi analizate și aprobate de o comisie special constituită, numită prin ordin al președintelui Comisiei de Supraveghere a Asigurătorilor, având următoarea componență:

a) un membru al Consiliului Comisiei de Supraveghere a Asigurătorilor, care va conduce această comisie în calitate de președinte, putând delega această competență secretarului general CSA.

b) Un reprezentant al Direcției generale juridice din cadrul Comisiei de Supraveghere a Asigurătorilor;

c) Un reprezentant al Direcției generale logistică din cadrul CSA;

d) Un reprezentant al unei direcții tehnice din cadrul CSA, cu experiență în activitatea de lichidare a daunelor;

e) Un reprezentant al Ministerului Finanțelor Publice de pe raza teritorială unde s-a aflat sediul central al asigurătorului în cauză. Persoana respectivă trebuie să fie din cadrul direcției generale a finanțelor publice și controlului financiar de stat județene, în a cărei rază teritorială s-a aflat sediul central al societății de asigurare, lichidată judiciar.

f) Doi reprezentanți ai Uniunii Naționale a Societăților de Asigurare și Reasigurare din România.

Comisia special constituită se va întruni la termenele stabilite de președintele acesteia, la sediul Comisiei de Supraveghere a Asigurărilor și va lua hotărâri valabile cu majoritatea simplă (jumătate plus unul), în prezența a cel puțin 5 dintre membrii ei; inclusiv președintele.

Documentele justificative pe baza cărora va fi luată decizia de aprobare a efectuării plăților din Fondul de protejare a asiguraților vor include toate documentele care fac dovada producerii evenimentului asigurat și furnizează elementele necesare pentru stabilirea cuantumului despăgubirii.

Comisia special constituită poate solicita prezentarea oricăror altor documente sau informații pe care le consideră necesare pentru fundamentarea deciziei de aprobare a efectuării plăților din Fondul de protejare a asiguraților. Plățile din acest fond se vor efectua în ordinea aprobării dosarelor analizate de către comisia special constituită, prin mandat poștal sau în contul solicitantului, în termen de zece zile lucrătoare de la data acestei aprobări, respectiv a alimentării fondului.

Dacă disponibilul existent în Fondul de protejare a asiguraților nu este suficient pentru efectuarea plăților aprobate de comisia special constituită, acestea vor fi onorate pe măsura alimentării fondului, ținându-se seama de uzanțele circuitului bancar, cu resursele financiare prevăzute, fără a se depăși două exerciții financiare de la data acestei aprobări, respectiv a alimentării fondului.

Operațiunile de încasări și plăți din Fondul de protejare a asiguraților se înregistrează în contabilitatea Comisiei de Supraveghere a Asiguratorilor, ca ordonator principal de credite, în conturi distincte, potrivit planului de conturi al instituțiilor publice.

Evidențierea disponibilităților și a cheltuielilor în contul privind Fondul de protejare a asiguraților se realizează cu ajutorul conturilor specifice fondurilor speciale și anume:

149 „Disponibil din Fondul de protejare a asiguraților”

349 „Fondul de protejare a asiguraților”

449 „Cheltuieli din Fondul de protejare a asiguraților”

Disponibilitățile din Fondul de protejare a asiguraților, rămase neutilizate la sfârșitul anului financiar, se raportează în anul următor cu aceeași destinație.

Fondul de protejare a asiguraților se virează în contul „Disponibil din venituri proprii aferente Fondul de protejare a asiguraților”, deschis la Direcția de Trezorerie și Contabilitate Publică a Municipiului București.

Veniturile din fructificarea disponibilităților vor completa resursele financiare ale fondului pentru plata despăgubirilor și a sumelor asigurate în caz de faliment a societăților comerciale din domeniul asigurărilor.

Pe plan mondial, în diverse țări, problema protecției asiguraților este concepută diferit, începând cu a nu avea nici o modalitate legală de protecție și terminând cu formele cele mai complexe.

În ideea de a reforma sistemul de protecție a asiguraților din România, Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare (UNSAR), a elaborat un material de sinteză în care este prezentat modul în care aceste sisteme sunt organizate și funcționează în anumite țări. Astfel, există țări ca Africa de Sud și Danemarca, în care nu este constituit un Fond de protecție a asiguraților. De exemplu, în Danemarca, nefiind un Fond de protecție, în general, societățile aflate în dificultate financiară sunt cumpărate de alte societăți de asigurare. Însăși conducerile societăților aflate în dificultate financiară își manifestă interesul față de astfel de soluții comerciale, pentru a prevenii situațiile în care vor fi puse în imposibilitate. De altfel, în Danemarca nu s-au întâlnit cazuri de faliment la societățile de asigurare. Într-o perioadă de 20 de ani, a existat doar un singur caz de preluare de către altă societate de asigurare mai puternică, dar nu ca urmare a falimentului..

Pentru situațiile în care există sisteme de protecție prin intermediul fondurilor, în sinteza UNSAR sunt date ca exemple următoarele țări:

- a) **SUA.** În această țară sunt constituite fonduri de garanție la nivelul fiecărui stat și fiind finanțate de către societățile de asigurări. De remarcat este faptul că valoarea contribuției la Fond nu rămâne tot timpul aceeași, deoarece, pe măsură ce se acumulează bani, contribuția scade. Fondul este operant, îndeosebi, pentru asigurări încheiate cu persoane fizice. În cazul persoanelor juridice, Fondul se creează doar la asigurările de răspundere pentru salariați.
- b) În **Canada**, funcționează un program de protecție a asiguraților de proprietăți și riscuri de accidente, care este administrat de industria asigurărilor și nu de guvern. Programul, fiind aprobat de guvernul canadian și numit „The Property and Casualty Insurance Compensation Corporation” administrează un fond ce este alimentat de societățile de asigurări care practică asigurări de proprietăți și accidente. Societățile cu profilul respectiv, sunt obligate să participe la acest fond prin reglementare guvernamentală. Pentru fiecare deținător de poliță care se adresează fondului, maximum de recuperare este de 250.000 \$ canadieni. Fondul va compensa și 70% din primele necâștigate de societatea de asigurări aflată în stare de încetare de plăți.
- c) În **Marea Britanie**, sistemul de protecție (Policyholders Protection Scheme) stabilește, în principiu, trei reguli și anume:
 - Sunt acoperiți de protecția sistemului, deținătorii de polițe de la societăți de asigurare care sunt înregistrate;
 - Sunt protejați cu precădere deținătorii de polițe de asigurare persoane fizice și asociațiile tip Partnership;
 - Sunt supuse unei acoperiri de până la 90% polițele de asigurare pentru asigurări facultative.
- d) În **Japonia** sistemul de protecție a asiguraților este organizat sub forma unui Program din care fac parte obligatoriu toate categoriile de societăți de asigurare, de viață sau non viață. Participarea este obligatorie pentru că în Japonia se consideră că piața trebuie să prevină retragerea voluntară a vreunei societăți din acest Program. Ca și în SUA, beneficiază de protecție totală deținătorii de polițe de asigurare, persoane fizice. Acestea pot primi până la 100% în limita rezervei stabilite.

Sistemul japonez este unul mixt, în sensul că la Fond participă și guvernul într-o proporție de cca. 30% din valoarea ce se dorește a fi atins.

În România, în vederea protejării victimelor accidentelor de circulație auto, soldate cu vătămări corporale sau decese, în care autorul a rămas neidentificat și autovehiculul este neasigurat, Legea nr. 136/1995 prevede la capitolul IV (Fonduri de protecție), art. 61, constituirea **Fondului de protecție a victimelor străzii**.

Acest fond se constituie și se administrează de către Biroul asigurătorilor de autovehicule, care stabilește o cotă procentuală ce se aplică asupra volumului de prime brute încasate pentru asigurarea obligatorie de răspundere civilă auto de către societățile autorizate și elaborează normele privind utilizarea fondului, cu avizul Ministerului Finanțelor Publice.

În Monitorul Oficial din data de 10 oct 2002, a fost publicat un Ordin al Comisiei de Supraveghere a Asigurărilor „pentru punerea în aplicare a Normelor privind măsurile prudențiale pentru practicarea asigurărilor de răspundere civilă pentru pagube produse terților prin accidente de autovehicule în afara teritoriului României (Carte Verde)”. În conformitate cu acest ordin, Biroul Asigurătorilor de Autovehicule din România (BAAR) are obligația de a menține **Fondul Comun Carte Verde**, fond deja constituit, destinat garantării rambursării către birourile gestionare din străinătate a sumelor plătite de acestea cu titlu de despăgubiri pentru pagube produse de asigurații de răspundere civilă Carte Verde ai societăților de asigurare membre ale BAAR și are calitatea de birou gestionar național. BAAR are obligația de a plăti sumele datorate către terțe persoane păgubite, în România, precum și de a garanta deconturile corespondenților nominalizați, neonorate în termen de 2 luni de către societățile de asigurare din străinătate, respectiv de birourile emitente care au eliberat documentele internaționale de asigurare Carte Verde. De asemenea, BAAR are obligația de a păstra Fondul Comun Carte Verde la o bancă autorizată de BNR.

Fondul Comun Carte Verde are următoarele resurse financiare:

- *Contribuția inițială* a asigurătorilor emitenți de documente internaționale Carte Verde;
- *Contribuții lunare* și speciale ale asigurătorilor emitenți de documente internaționale Carte Verde.

Contribuția inițială nu poate fi mai mică de 1,5% din volumul total de prime încasate pe polița Carte Verde în anul respectiv de către fiecare societate membră a BAAR.

Contribuția lunară nu poate fi mai mică de 6% din volumul total lunar de prime brute încasate pentru polițe Carte Verde încheiate în perioada de raportare de către fiecare societate membră BAAR.

În cazul în care resursele Fondului Comun Carte Verde sunt insuficiente pentru a garanta rambursarea către birourile gestionare din străinătate, a sumelor plătite de acestea cu titlu de despăgubiri pentru pagube produse de asigurații de răspundere civilă Carte Verde ai societății de asigurare membre ale BAAR, Adunarea generală a BAAR poate dispune plata de către societățile membre a unei contribuții speciale cu titlu de garanție. Sumele depuse la Fondul Comun Carte Verde cu titlu de garanție, pe măsura reîntregirii acestora, vor fi returnate societății care a contribuit, în cazul în care aceasta se retrage din BAAR, dar nu înainte de lichidarea fără datorii a propriului portofoliu Carte Verde.

Asigurătorii mandatați de BAAR să emită documente internaționale Carte Verde, sunt obligați să depună la Fondul Comun Carte Verde, o contribuție de 225.000 euro.

De asemenea, Comisia de Supraveghere a Asigurătorilor este responsabilă de întocmirea bilanțurilor finale și a bugetelor de venituri și cheltuielilor ale fondului.

Privite cu atenție normele de protecție a asiguraților, valabile actualmente în România, nu corespund deocamdată cerințelor impuse de integrarea țării noastre în Uniunea Europeană, deoarece se constată unele deficiențe, cum ar fi:

- a) De exemplu, la asigurațiile de răspundere civilă auto, reglementările aflate în vigoare restrâng aria de protecție doar la asigurații direcți, lăsând în afara protecției creditorii potențiali ai unui asigurator, rezultați din daunele produse acestora de asigurații societății utilizatori de autovehicule, ceea ce contravine de fapt principiului protecției consumatorului.
- b) Actualele reglementări care prevăd dreptul asiguratului direct de a se adresa fondului de protecție, expun consumatorul de asigurare la cheltuieli suplimentare cu prezentarea dosarelor ce cuprind dreptul lor de creanță față de societatea de asigurare aflată în proces de lichidare. Astfel, potrivit normelor, asiguratul trebuie, mai întâi, să facă dovada creanței și a condițiilor de asigurare ale asiguratorului cu care el a încheiat asigurarea respectivă, iar pentru diferența rămasă neacoperită va întocmi un nou dosar de daună, ceea ce implică alte cheltuieli personale. Dosarul va fi prezentat comisiei speciale de analiză a daunei pe baza legislației privind asigurațiile și a contractului de asigurare, aceasta urmărind să desfășoare o activitate echivalentă cu a lichidatorului și să dispună dacă se plătește sau nu.

Normele prezentate nu precizează ce se întâmplă dacă decizia lichidatorului, care acționează potrivit legii, procedând la administrarea cererilor de despăgubire, contravine părerilor comisiei, datorită percepției diferite a tehnicilor de lichidare a unei daune.

Experiența internațională evidențiază că esența fondurilor de protecție în asigurări este de a rezolva cerințele consumatorilor păgubiți, cu promptitudine și cu cheltuieli cât mai mici pentru aceștia. Pentru a se realiza aceasta, fondul de protecție, constituit și administrat separat ca gestiune economică, trebuie să aibă prioritate la rezolvarea cererilor creditorilor potențiali ai unei societăți de asigurare.

Preluarea legală a creanțelor se bazează pe prevederile Legii nr. 64/1995 privind procedura lichidării judiciare și a falimentului, dar și pe abilitatea tehnică a colaboratorilor fondului de a recupera de la terții vinovați o parte din daunele ocazionate.

Este absolut necesară revizuirea actualului concept de despăgubire de la fond a asiguraților direcți deoarece el contravine, în momentul de față, conceptului european de protecție a consumatorului.

BIBLIOGRAFIE

- Ciurel Violeta, *Asigurări și reasigurări: abordări teoretice și practici internaționale*, Editura All Beck, București, 2000.
- Constantinescu Dan Anghel (coordonator), *Tratat de asigurări*, Editura Semne'94, București, 1999.
- Lougergé Henri, *Economie et finance de l'assurance et de la réassurance*, Dalloz, Paris, 1981.
- Văcărel Iulian, Bercea Florian, *Asigurări și reasigurări*, ed. II-a, Editura Expert, București, 1999.

SISTEMUL FINANCIAR DIN ROMÂNIA ȘI ROLUL POLITICII MONETARE ÎN PERSPECTIVA INTEGRĂRII EUROPENE

Gabriela UNGUREANU

Lector univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

În România, reorganizarea activității bancare a început, teoretic, în decembrie 1990. Banca Națională a României a elaborat o serie de noi reglementări beneficiind de asistență tehnică din partea unui consorțiu de bănci centrale din cadrul Eurosistemului. Procesul de privatizare a vizat o serie de bănci precum **Banca Agricolă, Eurom Bank, CEC, Banca Comercială Unirea**. Totuși, sistemul bancar românesc este caracterizat, în continuare, de vulnerabilitate și de manifestarea conflictului de interese în practica managerială.

Aderarea României la Uniunea Europeană va aduce sistemului bancar metode și proceduri noi de operare, eficiență, o concurență mai strânsă, specifice unui sistem bancar modern.

Abstract

The Romanian Financial System and the Role of the Monetary Policy in the Prospect of Integration

In Romania, banking activity reorganization started in December 1990. The National Bank of Romania, using technical assistance from some central banks of Eurosystem, elaborated some new rules. The privatisation process aimed to some banks such as **Banca Agricolă, Eurom Bank, CEC, Banca Comercială Unirea**. However, Romanian banking system is still characterized by vulnerability and conflict of interests in the managerial field.

Romania's accession to the European Union will bring to the banking system some new operating methods and procedures, a tighter competition, that are specific to a modern banking system.

Într-o economie sănătoasă, băncile comerciale joacă un rol esențial, în asigurarea, pe bază de creditare, a finanțării proiectelor economice, și, de aceea, activitatea economică se poate desfășura, de către stat și agenții economici, numai în măsura în care există un sistem financiar-bancar bine consolidat, pe care să se poată sprijini întreaga structură micro și macroeconomică¹.

În România, reorganizarea activității bancare a început, teoretic, în decembrie 1990. Încă din primii ani, s-au înregistrat o serie de probleme, mai ales datorită deosebirilor de reglementare pe care trebuia să le adopte BNR în noua conjunctură față de cele din economia centralizată.

După adoptarea *Legii privind Cadrul circumscris activității bancare nr. 58/1998*², s-a început elaborarea unui cadru legislativ mai hotărât, prin adoptarea unor măsuri precum:

¹ Anghelache Constantin, *Romania 2002. Starea economică la început de mileniu*, Editura Economică, București, 2002, p. 289-302

² *Reconstrucția sistemului financiar bancar românesc în perspectiva integrării europene, Seria Studii și cercetări economice*, Vol. 9-10, Institutul de cercetări financiare și monetare Victor Slăvescu, București 2002

- obligația creșterii capitalului social;
- obligația îmbunătățirii comportamentului preventiv;
- înăsprirea cerințelor adecvării capitalului de la 8% la 12%³;
- elaborarea legii insolvabilității bancare;
- înăsprirea cerințelor privind acordarea licenței de funcționare;
- elaborarea unui cadru incipient al supravegherii consolidate;
- întărirea responsabilizării sectorului bancar față de depunătorul de rând prin instituirea *Fondului de garantare a depozitelor*⁴.

Procesul de armonizare legislativă cu prevederile comunitare și cu principiile Comitetului de la Basel s-a concretizat în:

- stabilirea unor criterii mai exigente în autorizarea de către BNR a conducătorilor, administratorilor și acționarilor băncilor comerciale (conform Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 137/2001);
- extinderea sferei de aplicabilitate a prevederilor Legii nr. 83/1998 privind procedura falimentului băncilor și la organizațiile cooperatiste de credit, în paralel cu sporirea prerogativelor BNR și ale Fondului de garantare a depozitelor în caz de faliment bancar (Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 138/2001);
- protecția sporită acordată supraveghetorului, precum și realizarea cadrului legal care să permită colaborarea BNR cu alte autorități de supraveghere din țară și străinătate (Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 136/2001).

Pe lângă aceste acte normative promovate împreună cu Guvernul, Banca Națională a României a elaborat o serie de noi reglementări, dintre care cele mai importante privesc:

- obligativitatea băncilor de a participa la combaterea terorismului prin verificarea fiecărui titular de tranzacții valutare în conformitate cu lista furnizată de Consiliul de Securitate al ONU (Normele BNR nr. 5/2001);
- introducerea unui indicator de lichiditate, pe care băncile comerciale sunt obligate să-l respecte, pe benzi de scadență (Normele BNR nr. 1/2001);
- impunerea de limite pentru pozițiile valutare deschise (Normele BNR nr. 4/2001) atât pe total valută (maximum 20 % din fondurile proprii ale băncii), cât și pe fiecare valută (maximum 10 % din fondurile proprii ale băncii);
- organizarea și funcționarea Centralei Incidentelor de Plăți în baza unui nou regulament (Regulamentul BNR nr. 1/2001, care abrogă Regulamentul nr. 3/1996);
- emiterea reglementărilor contabile armonizate cu Directiva nr. 86/635/CEE și cu standardele internaționale de contabilitate aplicabile instituțiilor de credit, conform cărora o mare parte dintre băncile comerciale aplică standardele contabile internaționale (I.A.S.) începând cu ianuarie 2002, urmând ca toate băncile să le aplice din ianuarie 2003 (Ordinul comun al ministrului Finanțelor Publice și al guvernatorului Băncii Naționale a României nr. 1982/5/2001).

Trebuie subliniat faptul că în procesul de armonizare legislativă, BNR a beneficiat de asistență tehnică din partea unui consorțiu de bănci centrale din cadrul

³ *Romania – Legal nad Financial Framework in Force, Compliant with Acquis Communautaire*, BNR, mai 2002, www.bnro.ro

⁴ Potrivit legislației românești, Fondul este organizat și funcționează prin statut propriu aprobat de BNR și este constituit din contribuția tuturor băncilor din sistem (*Gestiune și audit bancar*), DEDU Vasile, Editura Național, București, 2001, p. 126-129)

Eurosistemului (Banca Franței, Banca Olandei, Banca Italiei) pe baza Convenției de *twinning*⁵, finanțată din fonduri PHARE.

Anul 2001 a marcat un progres important în procesul de întărire și asanare a sistemului bancar românesc, performanțele sale fiind comparabile cu cele internaționale. Intrarea în funcțiune a Băncii di Roma SpA, în luna februarie, menită să finalizeze privatizarea Băncii Agricole, achiziționarea pachetului majoritar de acțiuni al West Bank de către acționarul Cardine Banking Group au fost principalele modificări structurale în perioada ianuarie-decembrie 2001 și au avut un impact major atât asupra cotei de piață deținute de sectorul privat al băncilor cu capital majoritar străin care a ajuns la 55,2% (o creștere cu 4,3 procente față de decembrie 2000), cât și asupra ponderii în capitalul total care a crescut la 62,5%. Prin cumpărarea Băncii Agricole de către un consorțiu condus de Raiffeisen Zentralbank, numărul băncilor aflate sub controlul statului s-a redus la 3, iar cota de piață a acestora s-a redus la 41,8%⁶.

Întărirea colaborării cu alte autorități de supraveghere din țară s-a concretizat prin semnarea, în luna septembrie 2001, a unui protocol de cooperare între Banca Națională a României și Comisia Națională a Valorilor Mobiliare. Colaborarea autorităților de supraveghere este necesară îndeosebi în situațiile în care există o suprapunere sau un gol în cadrul activităților de supraveghere exercitate.

Pe fondul dublării în cursul anului 2001 a volumului capitalului social al băncilor, determinată de finalizarea primei etape de majorare a capitalului social în baza Normelor BNR nr. 9/2000 și de majorarea capitalului social al Băncii Agricole și al Eurom Bank în procesul schimbării proprietarilor, indicatorii de performanță financiară a sistemului bancar românesc s-au îmbunătățit considerabil:

- raportul de solvabilitate (>12 %) a crescut de la 23,8 la 28,8 %;
- rata capitalului propriu a crescut de la 8,6 la 12,1 %;
- rentabilitatea economică (ROA) s-a majorat de la 1,5 la 3,1 %;
- rentabilitatea financiară (ROE) s-a îmbunătățit de la 12,5 la 21,8 %.

Indicatorii de prudență bancară au cunoscut un proces de stabilizare, la niveluri apropiate de cele atinse în anul precedent:

Tabelul 1

Principalii indicatori de prudențialitate⁷

Perioada	dec. 1998	dec. 1999	Dec. 2000	dec. 2001	dec. 2002
Raport de solvabilitate (>12%)	10,25	17,90	23,79	28,80	25,04
Rata capitalului propriu ⁸	6,08	7,55	8,62	12,11	11,60
Rata generală de risc	53,54	40,66	38,67	39,73	42,90
Plasamente și credite interbancare (valoare brută)/Total activ (valoare brută)	24,39	26,46	37,08	38,62	32,75
Credite acordate clientelei (valoare brută)/Total activ (valoare brută)	34,71	30,81	30,50	32,02	35,90

⁵ partajare

⁶ Buletinul lunar al BNR, nr. 1/2002, p.31

⁷ Buletinul lunar al BNR nr. 11/2003, p.61.

⁸ Capital propriu/ Total activ

Credite restante și îndoielnice (valoare netă)/Total portofoliu credite(valoare netă)	-	-	0,65	0,72	0,43
Total creanțe restante și îndoielnice (valoare netă)/Total activ (valoare netă)	14,54	2,36	0,29	0,32	0,23
Total creanțe restante și îndoielnice (valoare netă)/Capitalul propriu ⁹	253,64	31,21	3,32	2,66	1,97
Total creanțe restante și îndoielnice (valoare netă)/Surse atrase și împrumutate	16,19	2,61	0,32	0,38	0,27
Rata riscului de credit ¹⁰	58,51	35,39	3,83	2,54	1,10
Indicatorul de lichiditate ¹¹ (Lichiditate efectivă / Lichiditate necesară)	-	-	-	1,30	1,37

Analizând datele oferite de tabelul de mai sus, putem observa că:

➤ – rata de solvabilitate a atins nivelul cel mai înalt în 2001, apoi a scăzut de la 28,8 la 20,62 % în noiembrie 2003, rămânând totuși mult superioară limitei stabilite de BNR pentru băncile bine capitalizate (15 % în cazul ratei de solvabilitate I);

➤ aceeași evoluție a avut-o și rata capitalului propriu, care s-a diminuat de la 12,1 în decembrie 2002 la 11,6 procente în noiembrie 2003;

➤ rata generală de risc a înregistrat o evoluție descrescătoare, de la 40,66 % în decembrie 1999 la 39,73 % în decembrie 2001, după care situația s-a înrăutățit, reflectându-se în majorarea indicatorului cu peste 10 procente până în noiembrie 2003;

➤ plasamentele și creditele interbancare au înregistrat o majorare pe ansamblul perioadei, cu un maxim de 38,62 % în 2001;

➤ credite acordate clienței s-au majorat între 1998 și 2003 cu aproape 14 procente, după ce în 1999 și 2000 au înregistrat scăderi față de anul de bază;

➤ ponderea creditelor restante și îndoielnice în total credite s-a îmbunătățit de la 0,72 în 2001 la 0,52 % în noiembrie 2003, reflectând o îmbunătățire a comportamentului debitorilor, pe de o parte, dar și o mai mare grijă a băncilor în acordarea creditelor, astfel că rata riscului de credit s-a diminuat, în aceeași perioadă, de la 3,83 la 3,28 %; deși evoluția între 2001 și 2003 nu a fost nici spectaculoasă, nici întotdeauna pozitivă, comparând cu datele disponibile pentru anii 1998 și 1999, observăm o îmbunătățire clară a rezultatelor indicatorilor de prudențialitate bancară;

➤ indicatorul de lichiditate (3,34) a cunoscut, la rândul său, o îmbunătățire comparativ cu valoarea (1,3) din decembrie 2001;

Tendința ușor descendentă comparativ cu anul 2001 a indicatorilor de rentabilitate economică și financiară (ROA și ROE) reflectă, pe de o parte, ridicarea limitei minime a capitalului social, iar pe de altă parte, menținerea în termeni reali a profitului ca un semnal de intensificare a competiției, băncile fiind nevoite să-și ajusteze marjele de profit pentru a-și păstra sau consolida poziția în piață.

De asemenea, profitul net înregistrat de sistemul bancar (9 839,8 miliarde lei) a fost cu 136 % mai mare, în termeni reali, decât cel aferent anului anterior.

Procesul de privatizare a **Băncii Agricole**, încheiat prin vânzarea la data de 12 aprilie 2001 a pachetului de control către **Raiffeisenbank**, urmat de majorarea

⁹ din raportarea prudențială a fondurilor proprii

¹⁰ Expunere neajustată, aferentă creditelor și dobânzilor clasificate în categoriile îndoielnic și pierdere/Total credite și dobânzi clasificate, exclusiv elementele în afara bilanțului.

¹¹ Indicatorul a fost introdus începând cu luna iulie 2001 (conform Normei BNR nr.1/2001); nivelul minim reglementat este 1.

capitalului social cu 37 milioane dolari de către noul proprietar, a permis redresarea situației financiare a băncii și încadrarea indicatorilor ei de prudență în limite normale. De asemenea, reglementarea prin intermediul Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 68/2001 a datoriilor **Eurom Bank** (fosta Dacia Felix) față de banca centrală și **CEC** a creat premisele recapitalizării ei de către noii proprietari la un nivel care să satisfacă indicatorii de prudențialitate. În cazul **Băncii Comerciale Unirea**, retragerea autorizației de funcționare decisă de Consiliul de administrație al BNR în luna iulie a fost urmată de majorarea capitalului social efectuată de un grup de investitori străini, de reîncadrarea în indicatorii prudențiali și, pe această bază, de admiterea de către Curtea Supremă de Justiție, în luna noiembrie, a contestației împotriva hotărârii BNR.

Situația la o serie de alte bănci a continuat să se deterioreze. **Banca Turco-Română** nu s-a redresat după colapsul din anul 2000 și, în pofida promisiunilor autorităților turcești de a găsi un nou investitor, a rămas în imposibilitate de a-și onora obligațiile. După epuizarea tuturor posibilităților de revitalizare sau de vânzare a băncii, BNR a procedat la retragerea autorizației de funcționare și sesizarea instanței în vederea declanșării procedurii falimentului (în aprilie 2002). Având în vedere gravele abateri în administrarea fondurilor și a surselor atrase, constatate la **Banca Română de Scont**, BNR a dispus instituirea supravegherii speciale (începând cu luna iulie) și, ulterior, a regimului de decontare specială (din luna decembrie 2001), instituirea administrării speciale, revocarea președintelui băncii (în ianuarie 2002) și, în cele din urmă, retragerea autorizației de funcționare (în februarie 2002). În cazul **Băncii de Investiții și Dezvoltare**, deși controalele frecvente din partea BNR au limitat posibilitățile de fraudă, expunerea mare a acestei bănci față de Banca Română de Scont a dus la pierderi din activitatea financiară și la afectarea gravă a credibilității, Adunarea generală a acționarilor hotărând în martie 2002 lichidarea voluntară a băncii.

Data fiind cota nesemnificativă deținută de ultimele două bănci pe piața bancară (0,2 % în cazul BRS și 0,1 % în cazul BID), închiderea lor nu prezintă potențial de risc sistemic.¹² Activitatea de supraveghere și autorizare a BNR și procesul de privatizare au generat modificări ale structurii sistemului bancar și din punct de vedere al naturii capitalului. Componenta sistemului bancar și evoluția sa în ultimii ani este reflectată de următorul tabel:

Tabelul 2

Structura sistemului bancar românesc¹³

	Bănci		
	dec. 2000	dec. 2001	dec. 2002
Bănci cu capital integral sau majoritar autohton, din care:	12	9	8
• cu capital integral sau majoritar de stat	4	3	3
• cu capital integral sau majoritar privat	8	6	5
Bănci cu capital integral sau majoritar străin	21	24	24
Sucursale ale băncilor străine	8	8	8
TOTAL SISTEM BANCAR	41	41	40

¹² Raport anual 2001 Sinteza principalelor evoluții economice, financiare, monetare și valutare în anul 2001, p.16-19.

¹³ „Buletinul lunar al BNR” nr. 1/2002, p.31, Registrul bancar, www.bnro.ro, Raportul anual al BNR 2002, p. 136-137, și „Romania – Legal and Financial Framework în Force, Compliant with Aquis Communautaire”, May 2002, www.bnro.ro, p.6.

Din tabelul de mai sus se observă un *declin la numărului băncilor cu capital autohton în favoarea băncilor cu capital integral sau majoritar străin*. Acest declin se datorează mai ales scăderii numărului de bănci cu capital integral sau majoritar privat.

La sfârșitul anului 2001, sistemul bancar românesc cuprindea același număr de bănci ca și în urmă cu un an: 41, din care 33 de bănci persoane juridice române și 8 sucursale ale unor bănci străine. Pe parcursul anului nu au avut loc intrări sau ieșiri în/din sistem. În schimb, ca urmare a privatizărilor și a modificărilor de acționariat, ponderea băncilor cu capital majoritar privat a crescut de la 53,9 la 58,2 %, iar a celor cu capital majoritar străin de la 50,9 la 55,2 % (calculată pe baza activului net). Deși în prezent ambii indicatori sunt inferiori mediei țărilor central și est-europene, prin privatizarea BCR – care va marca încheierea unei etape importante în restructurarea sistemului bancar românesc – nivelul acestora se va majora semnificativ (cu circa 35 puncte procentuale).¹⁴

Componenta sistemului bancar nu a cunoscut modificări majore în semestrul I 2003, singura schimbare comparativ cu finele anului anterior constând în eliminarea Băncii Columna ca urmare a hotărârii definitive a Tribunalului București de declanșare a procedurii falimentului. Impactul acestei decizii asupra sistemului bancar a fost practic nul în condițiile în care banca încetase să fie operațională încă din 1998, însă ea a marcat un moment important în evoluția acestuia: încheierea procesului de lichidare a entităților insolabile.

În ceea ce privește nivelul capitalizării sistemului bancar, acesta a crescut cu 21,6 % față de decembrie 2001, ca urmare a finalizării la 31 mai 2002 a celei de a doua etape de majorare a capitalului social minim al societăților bancare (conform Normelor BNR nr. 9/2000).

Sistemul bancar a înregistrat, la finele anului 2001 un nivel superior de capitalizare în urma finalizării primei etape de majorare a capitalului social minim pentru societățile bancare (150 miliarde lei începând cu 31 mai 2001). Valoarea activului net agregat pe total sistem bancar a fost, la sfârșitul anului 2001, cu 13,5% mai mare în termeni reali față de sfârșitul anului 2000, mai ales datorită majorării surselor atrase de la clienți sub forma depozitelor, și a fost concentrată la nivelul a patru mari bănci din sistem: Banca Comercială Română, Banca Română pentru Dezvoltare, ABN Amro Bank și CEC.

De asemenea, se remarcă saltul înregistrat de băncile cu capital majoritar străin: ponderea acestei grupe a crescut la 47,3%, pe seama scăderii ponderii grupeii băncilor cu capital majoritar autohton la 44,8%. Revigorarea activității de intermediere, ca urmare a unei atitudini pozitive a băncilor față de creditarea economiei reale a fost reflectată și de dinamica accentuată a producției de servicii de intermediere financiară cu 46,3% în termeni reali față de finele anului 2000. Creșterea volumului creditelor și angajamentelor față de sectorul real este reflectată și de sumele injectate în economie, cu 16,7% mai mari decât la finele lui 2000, conform Centralei Riscului Bancar.

În ceea ce privește structura acționariatului, se remarcă o ușoară restrângere (cu 0,5 puncte procentuale) a ponderii deținute de capitalul străin, ca urmare a preluării pachetelor majoritare de acțiuni ale băncilor Daewoo și Libra de către două grupuri de firme românești, controlate însă de acționari străini.

Printre măsurile luate de Banca Națională a României pe linia asigurării unui mediu bancar capabil să facă față presiunilor concurențiale ulterior aderării la UE

¹⁴ Raport anual 2001 Sinteza principalelor evoluții economice, financiare, monetare și valutare în anul 2001, p.16-19

s-a numărat și adoptarea Normelor nr. 16/2002 care prevăd majorarea graduală a limitei minime a capitalului social și a fondurilor proprii până la valoarea de 370 miliarde lei. Prima etapă a acestui proces s-a încheiat la 31 mai 2003 astfel încât la finele lunii iunie nivelul de capitalizare al sistemului bancar era superior cu 8,2 % (valori nominale) celui din decembrie 2002.

După ansamblul criteriilor stabilite de Banca Națională a României în cadrul sistemului de *rating* bancar, la finele lunii iunie majoritatea băncilor (86,7 %) îndeplineau cerințele impuse pentru înscrierea în categoriile 1-3. Comparativ cu decembrie 2002, se observă retrogradarea unor bănci clasate anterior pe pozițiile 1 și 2 (ponderea *rating*-ului 3 s-a majorat cu 7,9 puncte procentuale, până la un nivel de 43,3 %), însă această evoluție nu a afectat semnificativ clasificarea din punct de vedere al activelor bancare, *rating*-ul 2 menținându-și poziția dominantă (71,1 %).

Important de semnalat este faptul că toleranța sporită la risc a băncilor, concretizată în expansiunea activității de creditare, nu a împietat asupra solidității sistemului bancar, indicatorii de prudențialitate – rată de solvabilitate înaltă (peste 22 %), lichiditate ridicată (peste 1,4 %), nivel gestionabil al creditelor neperformante (mai puțin de 1 % din portofoliul de credite al băncilor) – indicând o rezistență considerabilă la șocuri.

La îmbunătățirea performanțelor băncilor au contribuit și eforturile de provizionare, ca urmare a intrării în vigoare la 1 ianuarie 2003 a unor noi reglementări referitoare la clasificarea creditelor și constituirea provizioanelor, precum și investițiile în infrastructură realizate de majoritatea băncilor (extinderea rețelei teritoriale, îmbunătățirea sistemelor informatice, dezvoltarea segmentului de carduri).¹⁵

Cu toate că procesul de restructurare a sectorului bancar a continuat, sistemul bancar românesc este caracterizat, în continuare, de vulnerabilitate și de manifestarea conflictului de interese în practica managerială.

Existența unei economii funcționale de piață presupune ca echilibrul dintre cerere și ofertă să fie determinat de libera interacțiune a forțelor de piață. Acest lucru este posibil în condițiile în care prețurile sunt liberalizate în cea mai mare parte, comerțul este liberalizat, există un sistem legislativ adecvat economiei de piață și este funcțional, iar drepturile de proprietate sunt acordate. Un climat macroeconomic stabil și consensul asupra deciziilor de politică economică îmbunătățesc performanțele unei economii de piață. Totodată, o economie de piață funcțională nu poate exista fără un *sistem financiar-bancar dezvoltat* și fără realizarea stabilității economice și monetare. Realizarea și menținerea stabilității monetare este unul din obiectivele fundamentale ale politicii BNR în perspectiva integrării României în Uniunea Europeană. Este important ca, pe viitor, Banca Națională să practice o *politică monetară cu obiective neconflictuale* și să-și concentreze atenția asupra agregatului monetar M_3 , agregatul monetar larg al Eurosistemului. De asemenea, BNR trebuie să urmărească să nu mai apară dinamici conflictuale între obiectivele politicii monetare și celelalte obiective ale politicii economice. Bineînțeles, și obiectivele intermediare trebuie să susțină obiectivul final de stabilitate a prețurilor.

România trebuie să îndeplinească principiile care stau la baza realizării Uniunii Economice și Monetare și care constituie o componentă principală a obiectivelor integrării:

– sistemul economiei de piață sau al concurenței să fie liber acolo unde piețele sunt deschise;

¹⁵ Buletinul lunar al BNR, nr.7/2003, p.33-36

- dezvoltarea ritmică a economiei să fie garantată printr-o stabilitate monetară;
- existența unui nivel înalt de ocupare a forței de muncă și a stabilității sociale ;
- finanțe publice puternice și sănătoase în toate țările membre;
- libertatea deplină a mișcării capitalurilor și o perfectă integrare a pieței financiare;
- stabilitatea cursului de schimb.

În perspectiva îndeplinirii acestor criterii, un rol important revine politicii monetare și, evident, băncii centrale, care făurește și conduce politica monetară și care acționează asupra vieții economice prin instrumentele sale specifice. Creșterea sau scăderea masei monetare înseamnă, în primul rând, redimensionarea masei monetare scripturale, și mai puțin a numerarului, pentru că banii de cont sunt mai sensibili la variațiile *ratei dobânzii*, *ratei rezervelor obligatorii*, *operațiunilor de open market*, *înclinației marginale spre consum și economisire*, și generează reacții în lanț în economie.

Aderarea României la Uniunea Europeană va aduce sistemului bancar metode și proceduri noi de operare, eficiență, o concurență mai strânsă, specifice unui sistem bancar modern. Poziția și competitivitatea băncilor comerciale depinde de eficiența sistemului de decontări la care sunt conectate, de competiția în creștere, care, anterior a avut ca barieră regulile diferite de la o țară la alta, cu privire la operatorii străini. Eliminarea acestei bariere conduce la o concurență puternică între diferitele sisteme bancare naționale, iar marile bănci vor fi tentate să-și extindă operațiunile lor în zone dominate de băncile locale. Pe termen lung, o concurență mai puternică între bănci va impune restructurarea sistemului bancar iar băncile eficiente își vor consolida poziția prin creșterea volumului operațiunilor și absorbția altor bănci. Băncile vor putea să opereze pe piață numai în condiții de competitivitate și eficiență economică.

BIBLIOGRAFIE

- Anghelache Constantin, *România 2002. Starea economică la început de mileniu*, Editura Economică, București, 2002
- Dedu Vasile, *Gestiune și audit bancar*, Editura Național, București, 2001
- *** *Registrul bancar*, www.bnro.ro
- *** *Reconstrucția sistemului financiar bancar românesc în perspectiva integrării europene*, Seria *Studii și cercetări economice*, vol. 9-10, Institutul de cercetări financiare și monetare Victor Slăvescu, București 2002.
- *** Norma BNR nr.1/2001.
- *** Raport anual al BNR 2001.
- *** „Romania — Legal nad Financial Framework in Force, Compliant with Acquis Communautaire”, BNR, mai 2002, www.bnro.ro
- *** Buletinul lunar al BNR , nr. 1/2002
- *** Buletinul lunar al BNR nr. 1/2002
- *** Raportul anual al BNR 2002
- *** „Romania — Legal and Financial Framework în Force, Compliant with Aquis Communautaire”, May 2002, www.bnro.ro
- *** Buletinul lunar al BNR nr. 11/2003
- *** Buletinul lunar al BNR, nr.7/2003

ASIGURAREA COMPLEXĂ A LOCUINTELOR STUDIU DE CAZ LA ASTRA ASIGURĂRI

Marinică DOBRIN

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

De ce avem nevoie de asigurare de locuințe și bunuri?

Fenomene naturale, ca de exemplu, catastrofe, incendii sau explozii pot distruge averea acumulată de o viață.

Deși astăzi există din ce în ce mai multe soluții tehnice pentru a preveni incendiile, exploziile, catastrofe naturale precum, cutremurele de pământ și inundațiile, este practic imposibil să le prevenim sau evita.

Din nefericire un alt pericol permanent care vă poate afecta bunurile de valoare îl reprezintă spargerile sau jafurile care adesea se soldează cu distrugerii de case.

Câteodată pot exista și acțiuni de genul terorismului, vandalismului ce pot avea ca rezultat distrugerea bunurilor sau case.

Toate aceste evenimente sunt argumente în favoarea asigurării.

Abstract

Complex House Insurance – ASTRA ASIGURĂRI Case Study

Why do we need apartments and goods insurance?

The natural phenomena, such as catastrophes, fires, or explosions can destroy your life fortune. If today there are more and more improved technical solutions meant to prevent fire and explosions, the natural catastrophes, such as earthquakes and flood are practically impossible to prevent or avoid.

Unfortunately, another permanent danger is burglary or robbery which can also endanger your valuable things, resulting sometimes in destructions in your house.

Sometimes, there are malicious actions (acts of terrorism/ vandalism) that can also result in your goods or home DESTRUCTION.

At the same time all these events are arguments which state the necessity of your house and goods insurance.

1. Încheierea poliței de asigurare pentru asigurarea complexă a locuinței

Asigurarea locuinței și/sau bunurilor conținute în aceasta este cea mai importantă asigurare non-viață pe care o puteți încheia.

Pentru exemplificare prezentăm următorul caz :

Asiguratul, în cazul nostru domnul Ion Marinescu, cu domiciliul în București, strada Aleea Stănilă nr.5, bloc G, sc. I, ap. 10, sect.3, dorește să încheie o asigurare pentru locuința sa și pentru bunurile aflate în aceasta:

Apartamentul în valoare de : 400.000.000 lei
Bunuri în valoare de : 150.000.000 lei
Perioada : 15.02.2004 – 14.02.2005

Pentru a încheia o asigurare este necesară parcurgerea mai multor etape.

Mai întâi alegerea unei societăți de asigurare, în funcție de condițiile din oferta de asigurare: dacă acoperă riscurile pentru care dorim să ne asigurăm, cotațiile de primă practicate, facilitățile oferite și modul de despăgubire în caz de daună. Societatea de asigurare trebuie să fie autorizată de Comisia de Supraveghere a Asigurărilor.

Riscurile acoperite sunt identice atât pentru asigurarea clădirii locuinței cât și a bunurilor conținute, cu excepția furtului care este asigurat doar pentru bunuri.

De regulă, societățile de asigurări impun, pentru clădiri și bunuri, asigurarea așa numitelor *riscuri standard* (FLEXA) (incendiu, trăsnet, explozie, căderi de corpuri grele pe clădiri), celelalte riscuri numite *extinderi* (FLEXA EXTINSĂ) (cutremur de pământ, inundație, furtună, grindină, avalanșă de zăpadă, alunecări de teren etc.) fiind opționale.

Unele societăți de asigurare oferă și acoperirea unor riscuri speciale ca: riscuri politice (greve, tulburări civile) și terorismul sau vandalismul.

Riscul de furt se asigură numai împreună cu celelalte riscuri și în ceea ce privește bunurile, acestea pot fi asigurate în totalitate sau numai o parte din acestea.

Societatea de asigurare își prezintă oferta:

Cotele de primă anuale sunt fixe și redăm pentru exemplificare cotații fictive:

Riscuri acoperite	Cotația (%)	
	clădiri	bunuri
FLEXA	0,1	0,2
FLEXA și alte calamități	0,2	0,3
furt prin efracție	-	0,15

Nr. Crt.	Tip acoperire	Riscuri acoperite
1	Secțiunea I (apartamente/ clădiri)	incendiu, trăsnet, explozie (fără a fi cauzată de dispozitive explozive) și cădere pe clădiri a unor corpuri, cu excepția dispozitivelor explozive (FLEXA); FLEXA plus cutremur, inundație, furtună, grindină, greve, tulburări civile, acțiuni ale unor grupuri răuvoitoare, distrugere, vandalism, terorism, prăbușire sau alunecare de teren, ploaie torențială, uragan, greutatea zăpezii sau a gheții și avalanșe, urmările spargerii conductelor, izbirea de către vehicule, altele decât ale asiguratului.
2	Secțiunea II (bunuri)	incendiu, trăsnet, explozie, căderea pe clădiri a unor corpuri (FLEXA); FLEXA plus grindină, inundație, furtună, uragan, cutremur de pământ, prăbușire sau alunecare de teren, greutatea zăpezii și/sau a gheții, avalanșe; Furt prin efracție sau acte de tâlhărie

Asiguratul (domnul Ion Marinescu) își alege să-și asigure apartamentul pentru Secțiunea I , b și Secțiunea II, b și c.

Suma asigurată pentru clădiri și bunuri reprezintă valoarea reală a acestora la data asigurării. Valoarea reală reprezintă valoarea de nou (prețul de înlocuire) din care se scade uzura în raport cu vechimea, întrebuințarea și starea de întreținere a bunului respectiv. Societățile de asigurări dețin metodologii de calcul a valorii reale a clădirilor, dar pentru acestea este nevoie să furnizați date constructive despre clădire (anul construirii, materiale de construcție folosite pentru fundație, pereți, acoperiș, finisaje interioare și exterioare, suprafața încăperilor, grosimea pereților etc.). Dar, în practică, la asigurările de clădiri, suma asigurată este aceea din declarația asiguratului și este prețul apartamentului de pe piața de vânzări imobiliare. Suma asigurată a apartamentului este suma la care asiguratul dorește să-și asigure apartamentul, adică 400.000.000 lei. Suma asigurată a bunurilor este suma totală a bunurilor asigurate. Unele societăți cer o listă cu toate bunurile ce se doresc a fi asigurate și cu prețurile aferente fiecărui bun asigurat. Pentru bunuri noi se trece prețul de nou, dar trebuie prezentată o copie a chitanței. Pentru bunuri mai vechi se trece prețul de nou din care se scade uzura, în funcție de vechimea bunului. Uzura poate să difere de la o societate la alta. Alte societăți cer numai o listă cu bunurile ce depășesc o anumită valoare. Suma asigurată a bunului este suma de 150.000.000 lei.

Prima de asigurare anuală se stabilește înmulțind cotația de primă anuală cu suma asigurată pentru fiecare secțiune și pentru riscurile solicitate.

Redăm mai jos calculul pentru prima de asigurare:

SUMA ASIGURATĂ A APARTAMENTULUI	COTAȚIA DE PRIMĂ	PRIMA DE ASIGURARE	TIP ASIGURAREA
400.000.000	X 0,2%	= 800.000	flexa și alte calamități

SUMA ASIGURATĂ A BUNURILOR	COTAȚIA DE PRIMĂ	PRIMA DE ASIGURARE	TIP ASIGURAREA
150.000.000	X 0,3 %	= 450.000	flexa și alte calamități

SUMA ASIGURATĂ A BUNURILOR	COTAȚIA DE PRIMĂ	PRIMA DE ASIGURARE	TIP ASIGURAREA
150.000.000	X 0,15 %	= 225.000	furt prin efracție sau acte de tâlhărie

TOTAL PRIMĂ DE ASIGURARE = 1.475.000 LEI

În cazul acceptării acestei oferte, se trece la completarea de către asigurat (domnul Ion Marinescu) a „Cererii de asigurare apartamente”. Datele din această cerere trebuie să fie corecte și reale, deoarece ele stau la baza acordului asigurătorului, respectiv al societății, de a încheia contractul de asigurare, iar solicitantul, respectiv domnul Ion Marinescu, răspunde de corectitudinea lor.

Pentru a se putea încheia polița de asigurare, societatea își desemnează un reprezentant (inspector de asigurare) pentru efectuarea inspecției de risc. Inspecția de risc are un rol foarte important în vederea constatării stării în care se află locuința și bunurile ce trebuiesc asigurate. În același timp, inspectorul de asigurare face și o serie de recomandări cu privire la riscurile de prevenire a producerii pagubelor, pe care viitorul asigurat trebuie să le respecte.

Pe baza datelor din cererea de asigurare și a inspecției de risc, inspectorul de asigurare stabilește prima de asigurare anuală, taie chitanța pentru încasarea primei și emite polița de asigurare. Prima de asigurare s-a stabilit la 1.475.000 lei, cum am văzut exemplificat mai sus. Prima de asigurare se poate plăti integral sau în rate (trimestrial, semestrial sau anual). Asiguratul (domnul Ion Marinescu) a plătit integral prima de asigurare.

Contractul (polița) de asigurare cuprinde elemente juridice, economice și tehnice. Din această cauză el trebuie citit cu foarte multă atenție.

Clauzele referitoare la drepturile și obligațiile asiguratului trebuie înțelese foarte bine înainte de semnarea contractului și este recomandată consultarea asigurătorului în cazul în care există chestiuni neclare sau probleme de interpretare.

Contractul de asigurare este compus din:

- polița de asigurare;
- clauzele contractuale (condițiile de asigurare);
- anexele.

Polița de asigurare este, de regulă, un document care cuprinde:

- declarațiile asiguratului referitoare la:
 - nume, prenume, adresa, cod numeric personal, telefon;
 - identificarea obiectului asigurării (clădiri, bunuri);
 - riscurile pentru a căror acoperire optați (separat pentru clădiri și separat pentru bunuri).
- perioada de valabilitate a poliței (inclusiv ambele zile : cea de început și cea de sfârșit);
- sumele asigurate referitoare la clădiri, bunuri;
- cotația de primă anuală;
- calculul primei de asigurare și modalitatea de plată a acesteia (integral sau în rate); în cazul plății în rate se menționează exact termenul de plată;
- mențiuni speciale (riscuri ce se adaugă sau se exclud față de cele menționate în clauzele contractuale, cesiuni etc.);
- data emiterii poliței (polițele intră în vigoare la 2 zile după data semnării ei);
- semnăturile ambelor părți (asigurat și asigurător) și ștampila asigurătorului;
- alte mențiuni – reduceri, mențiuni referitoare la documentele incluse în contractul de asigurare (condiții de asigurare, copii după anumite documente și anexe);

Clauzele contractuale

Sunt denumite, de regulă, condiții de asigurare și cuprind, în principal, definiții, obiectul asigurării, riscurile asigurate, excluderi, încheierea asigurării (durată, arie geografică etc), obligațiile asiguratului, constatarea, evaluarea și plata daunelor, dispozițiile finale.

Anexele

În cadrul acestui contract anexele cuprind lista cu bunurile asigurate și date despre identificarea lor (tip, model, serie, an de fabricație și eventual chitanțe de achiziție), chestionarul referitor la clădiri și riscurile asigurate.

Originalul poliței rămâne la domnul Ion Marinescu iar copia rămâne la societatea de asigurare.

De reținut!

În vederea obținerii unui credit pentru care se garantează cu clădirea locuinței, banca va solicita încheierea unei polițe de asigurare cu acoperirea tuturor riscurilor.

În cazul achiziționării unor bunuri casnice cu plata în rate se va încheia o poliță de asigurare numai pentru bunurile achiziționate, cu acoperirea tuturor riscurilor.

2. Acoperirea pagubei

La data de 20.05.2004, în apartamentul asiguratului (domnului Ion Marinescu), s-a intrat prin efracție.

În aceeași zi este anunțată, telefonic, societatea de asigurare. Un reprezentant al societății de asigurare, s-a deplasat la fața locului să facă constatarea de daună și în același timp, i-a înmănat domnului Ion Marinescu formularul de înștiințare a daunei.

Pentru a putea întocmi dosarul de daună, asiguratului (domnului Ion Marinescu) i se solicită documentele (în original):

- ⇒ polița de asigurare în original;
- ⇒ actele din care rezultă interesul patrimonial (act de proprietate, contract de vânzare – cumpărare, contract de închiriere, comodat etc) ;
- ⇒ actele (procesele verbale de constatare) întocmite de autoritățile competente (poliție, pompieri etc.);
- ⇒ împuternicirea de reprezentare semnată și ștampilată / procura notarială, în cazurile în care înștiințarea este făcută prin reprezentant. În cazul persoanelor fizice se poate accepta și acordul rudelor sau afinelor (dacă spre exemplu asiguratul este plecat din țară);
- ⇒ buletinul de identitate /cartea de identitate a asiguratului sau reprezentantului acestuia.

După verificarea valabilității documentelor prezentate, asiguratul (domnul Ion Marinescu) completează formularul avizare de daună, o declarație și împreună cu reprezentantul asigurătorului (inspector de daună), completează procesul verbal de constatare a pagubelor produse.

Inspectorul de daună întocmește dosarul de daună care trebuie să conțină :

- formular avizare daună;
- actele emise de autoritățile competente (Pompieri, Poliție, Institutul de meteorologie și hidrologie, Institutul Național de Fizică a Pământului, Primăriei etc.);
- declarații, extrase de presă (dacă este cazul);
- polița de asigurare în original dacă este o daună totală sau o copie după exemplarul 2 aflat la asigurator, cu toate documentele anexă (cerere asigurare, inspecție risc, specificație dacă există, liste bunuri asigurate) în copie;
- confirmarea asigurării;
- copie act de proprietate sau dovada interesului patrimonial, copii facturi de proveniență pentru bunurile asigurate;
- copie buletin de identitate / carte de identitate;
- procura notarială sau împuternicirea de reprezentare;
- proces verbal de constatare a daunelor;
- corespondența purtată cu păgubitul;
- documente de reparație, în original:
 - deviz de lucrări;
 - facturi, chitanțe fiscale pentru materiale, manoperă, cheltuieli pentru transport etc;
 - deviz regie proprie (dacă este cazul);
 - documente privind eventualele cheltuieli făcute pentru diminuarea pagubelor.
- cererea de despăgubire;
- planșe foto;
- procese verbale de stabilire a nivelului de depreciere a bunurilor și a resturilor care se mai pot întrebuița sau valorifica;

În urma verificării s-a constatat că din apartamentul asiguratului (domnului Ion Marinescu) s-au furat un televizor Sony, în valoare de 12.000.000 lei, un casetofon Hyundai, în valoare de 4.000.000 lei și un ceas, în valoare de 1.000.000 lei.

Inspectorul de daune evaluează dauna, stabilește valoarea despăgubirii și întocmește **Referatul de plată al despăgubirii**. Pagubele se ridică la suma de 17.000.000 lei și suma s-a plătit domnului Ion Marinescu, din casieria agenției, cu chitanța nr.35267851.

După plata despăgubirii, dosarul de daună este închis și clasat.

Încheierea acestui tip de asigurare este cea mai ieftină modalitate de protejare a clădirilor și bunurilor personale, mai ieftină decât achiziționarea unui sistem perfecționat de alarmă sau chiar decât întreținerea anuală a unui câine de pază.

3. Înregistrarea în contabilitate

A. Încheierea poliței :

Încasarea primei de asigurare, prin casieria societății:

54721	=	4612	1.475.000 lei
„casa în lei “		„debitori diverși privind asigurările generale”	

Înregistrarea primei de asigurare încasată prin încheierea poliței de asigurare:

4612	=	4012	1.475.000 lei
„debitori diverși privind asigurările generale”		„decontări privind primele de asigurare aferente asigurărilor generale”	

Concomitent se înregistrează veniturile din asigurări :

4012	=	702	1.475.000 lei
„decontări privind primele de asigurare aferente asigurărilor generale”		„venituri din prime brute subscrise privind asigurările generale subscrise”	

Prima subscrisă coincide în acest caz cu prima încasată deoarece asiguratul a plătit integral prima de asigurare. Dacă asiguratul ar fi plătit în rate în contul 401 „decontări privind primele de asigurare aferente asigurărilor generale” s-ar fi înregistrat numai suma aferentă ratei încasate, iar în contul 702 „venituri din prime brute subscrise privind asigurările generale subscrise” se înregistrează totalul primei care ar fi trebuit încasată.

Deoarece încheierea poliței și prima încasată au loc în cadrul aceleiași luni, operațiile contabile se înregistrează la luna aferentă. Dacă subscrierea poliței începe la luna următoare, încasarea se va contabiliza la luna când se încasează., iar subscrierea la luna în care începe valabilitatea poliței.

B. Rezilierea poliței :

Dacă asiguratul ar fi vrut să rezilieze polița, s-ar fi făcut următoarele înregistrări:

Rezilierea poliței :

4022		4012	1.327.500 lei
„prime anulate și restituite privind asigurările generale”		„decontări privind primele de asigurare aferente asigurărilor generale”	

Asiguratului i se va reține 10% din suma plătită, care reprezintă cheltuielile făcute de societate pentru încheierea poliței. Deci în cont se va trece suma:

$1.475.000 - (1.475.000 * 10\%) = 1.327.500$ lei

Restituirea prin casieria societății a primei de asigurare :

4612	=	54721	1.327.500 lei
„debitori diverși privind asigurările generale”		„casa în lei “	

Concomitent suma este stornată din veniturile societății :

708	=	702	1.327.500 lei
„prime brute subscrise anulate”		„venituri din prime brute subscrise privind asigurările generale subscrise”	

C. *Dauna*

Înregistrarea daunei :

602	=	4612	17.000.000 lei
„prime brute subscrise anulate”		„debitori diverși privind asigurările generale”	

Plata daunei prin casieria unității :

602	=	54721	17.000.000 lei
„prime brute subscrise anulate”		„casa în lei “	

BIBLIOGRAFIE

Marinică Dobrin, Mihaela Găliceanu, – *Asigurări și reasigurări*, Editura Fundației România de Mâine, 2003

Reglementări contabile specifice domeniului asigurărilor, armonizate cu directivele europene și standardele internaționale de contabilitate, vol.3, Colecția asigurări, Editura Europa Unită, 2002

Legea nr. 136 din 29 decembrie 1995 privind asigurările și reasigurările în România

Legea contabilității nr.82/1991, republicată, în anul 2002.

Legea 32 din 3 aprilie 2000 privind societățile de asigurare și supravegherea asigurărilor.

Ordinul nr.2328/2390 din 28 decembrie 2001 publicat în Monitorul Oficial, partea I, nr.34 bis din 18 ianuarie 2002.

Norme nr.5 din 25 octombrie 2001 republicate privind metodologia de calcul și de evidență a rezervelor tehnice minimale pentru activitatea de asigurări generale

Ordin nr. 4 din 10 aprilie 2002 pentru punerea în aplicare a Normelor prudențiale privind acoperirea riscurilor de catastrofe naturale

Legea nr. 76 din 12 martie 2003 pentru modificarea și completarea Legii nr. 32/2000 privind societățile de asigurare și supravegherea asigurărilor

Raportul CSA pentru anul 2002

www.1asig.ro

www.astrasig.ro

**IV. RELAȚII ECONOMICE EXTERNE
ȘI ADERAREA ROMÂNIEI LA UNIUNEA EUROPEANĂ**

PREGĂTIREA FIRMELOR ROMÂNEȘTI PENTRU ADERAREA LA UE

Prof. univ. dr. **Gheorghe ZAMAN**
membru corespondent al Academiei Române

Rezumat

Studiul prezintă principalele aspecte referitoare la gradul de pregătire a firmelor românești în vederea aderării la Uniunea Europeană, comparativ cu celelalte state candidate la aderare din Europa Centrală și de Est.

Obiectivele urmărite s-au concentrat asupra problemelor următoare: atitudinea companiilor față de UE; nivelul de informare a agenților economici; raportul dintre IMM-uri și întreprinderile mari; temeri și speranțe generate de Piața Unică; țările și sectoarele cel mai bine pregătite pentru integrare; reprezentarea firmelor la Bruxelles.

Rezumat

The Preparation of Romanian Corporations for the Accession to the EU

This research presents the main aspects concerning the degree of Romanian firms' preparation for the integration into the European Union in comparison with other candidate states from Central and Eastern Europe.

The objectives are focused on the following issues: the attitude of the companies in relation to the EU; the information level of the economic agents; the relationship between SME-s and large enterprises; concerns and expectations generated by the Single Market; countries and sectors best prepared for integration; companies representation in Bruxelles.

Aplicarea prevederilor Acquis-ului comunitar pentru integrarea firmelor românești în Piața Unică a UE reprezintă o condiție și, totodată, o provocare pentru competitivitatea întregii economii naționale, ținând seama de faptul că aderarea la UE nu înseamnă numai beneficii, dar și costuri, dar mai ales creșterea capacității concurențiale a agenților economici din România care până în prezent, se situează pe poziții inferioare, în raport cu nivelurile de competitivitate din cadrul piețelor europene comunitare.

În scopul cunoașterii gradului de pregătire a firmelor din România, comparativ cu cele din alte țări central-europene, în vederea aderării la UE, vom prezenta și analiza în continuare câteva dintre principalele concluzii ale raportului „Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe” (A Company Survey on the State of Preparation for the Single Market 2004, Eurochambres and SBRA, Bruxelles, 2004). Acest raport, denumit pe scurt CAPE III, este ultima ediție a cercetărilor inițiate de Eurochambres și susținute financiar de Programul PHARE al Uniunii Europene, urmând edițiilor CAPE I și CAPE II care se referă la respectiv anii 2001 și 2002. Stadiul pregătirii pentru aderare la UE a firmelor din Europa Centrală este important pentru fundamentarea politicilor economice, la nivel național și comunitar, atât în fazele de preaderare, cât și în cele post aderare.

Obiectivele urmărite de studiul CAPE, în general, se referă la cunoașterea următoarelor aspecte:

- *care este atitudinea companiilor față de aderarea la UE;*
- *nivelul de informare al agenților economici;*
- *IMM-urile în raport cu întreprinderile mari;*
- *temeri și speranțe generate de Piața Unică;*
- *care țări și care sectoare sunt cel mai bine pregătite pentru integrare;*
- *reprezentarea firmelor la Bruxelles.*

Studiul se referă la zece țări central-europene și pune accent pe anii 2003 – 2004, deși nu lipsesc comparații consistente cu anii 2001 și 2001. Cele zece țări sunt: Bulgaria (cu acronimul BG); Republica Cehă (CZ); Estonia (EE); Ungaria (HU); Letonia (LV); Lituania (LT); Polonia (PL); România (RO); Slovacia (SK); Slovenia (SL). Eșantionul asupra căruia s-a efectuat cercetarea este de 4109 firme pentru anul 2004, în creștere față de anii anteriori.

Deși studiul CAPE III are un pronunțat caracter comparativ, ne vom referi, în principal, la țara noastră, din punctul de vedere al problematicei abordate, al obiectivelor anchetei și al poziției față de celelalte țări.

În acest sens, vom propune unele analize, comentarii și remarci care exced cadrul strict al problematicei din chestionar, ținând seama de obiectivele specifice urmărite de cercetarea noastră, și anume, restructurarea și reindustrializarea României, în condițiile integrării. Am considerat utilă analizarea stadiului de pregătire a firmelor românești, în vederea aderării la UE, întrucât, în funcție de nivelul de pregătire, vom putea deduce unele căi și modalități de înscriere a reindustrializării țării într-un context mai larg, de eficiență și competitivitate europeană și, implicit, globală.

Caseta 1

Sumar

Principalele concluzii

După patru ani de participare activă la CAPE Survey, un număr crescând de companii (1658 în 2001 și 4109 în 2004) au arătat un interes puternic pentru a se pregăti în vederea intrării în Piața Unică. În perioada analizată, ponderea întreprinderilor mici și mijlocii a crescut de la 73% la 87% ceea ce conferă rezultatelor cercetării o valoare adițională pozitivă.

➤ **Care este atitudinea companiilor față de aderare?**

- 89 % din sectorul corporativ în cele zece țări continuă să sprijine aderarea;
- 60% sunt optimiste în legătură cu perspectiva afacerilor lor;
- un număr crescând de companii estimează că s-a îmbunătățit conformarea lor la prevederilor Acquis-ului (de la 2,0 în 2003 la 2,2 în 2004 la fiecare 4 companii).

➤ Nivelul de informare

- companiile sunt din ce în ce mai bine informate despre Acquis, o proporție de 69% considerându-se deplin sau parțial informate;
- se înregistrează o îmbunătățire rapidă a modului în care companiile folosesc sursele disponibile de informare, îndeosebi sursele on-line.

➤ IMM-urile față de companiile mari

- 89% din companiile mari consideră că sunt total sau parțial informate în legătură cu Acquis-ul. În cadrul IMM-urilor doar 61% se consideră că au atins acest nivel de informare.
- cu cât companiile sunt mai mari și mai orientate către export cu atât par să fie mai bine informate/avansate în ceea ce privește pregătirea pentru aderare. În consecință, ele sunt mai optimiste în ceea ce privește perspectivele lor de afaceri.

- **Piața Unică: temeri și speranțe**
 - cele mai importante efecte anticipate de către companiile chestionate ca urmare a aderării rămân „con competiția dură pe piața internă”, urmată de „accesul mai ușor la piețele UE”, „practici de afaceri mai transparente pe piața internă” și „un influx mai mare de investiții străine directe”;
 - lipsa de finanțare rămâne principala preocupare a companiilor urmată de problemele de marketing;
 - ponderea companiilor care caută un partener strategic a crescut de la 18% (2003) la 21% în anul 2004.
- **Care țări sunt cel mai bine pregătite?**
 - potrivit anchetei, companiile din Slovenia, Republica Cehă și Estonia ar putea întâmpina mai puține dificultăți întrucât se consideră a fi mai bine pregătite pentru aderare.
- **Care sectoare sunt cel mai bine pregătite?**
 - pregătirile în vederea integrării par a fi cele mai avansate în sectoarele servicii financiare, agricultură și industriei prelucrătoare;
 - dimpotrivă, sectoarele construcții, imobiliare, servicii prestate întreprinderilor și tehnologia informației și a comunicațiilor par să mai aibă încă multe de făcut.
- **Reprezentarea la Bruxelles**
 - activitatea de lobby este recunoscută tot mai mult de către companii ca o activitate legitimă și importantă: 79% din respondenți consideră activitățile de lobby la Bruxelles ca fiind importante;
 - foarte puține companii consideră totuși că își vor deschide un birou propriu de reprezentare la Bruxelles; 46% consideră că un birou al camerei lor de comerț și industrie la Bruxelles este util.

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe. A Company Survey on the State of Preparation for the Single Market, Eurochambres and SBRA, Bruxelles, 2004

Informarea privind Acquis-ul comunitar

Pe parcursul celor patru ani de negociere a capitolelor Acquis-ului comunitar, companiile din România s-au aflat într-un proces continuu de îmbunătățire a informării lor în legătură cu legislația UE și prevederile Acquis-ului. Cu toate acestea, România a ocupat, în anul 2004, ultimul loc în ceea ce privește mărimea ponderii companiilor deplin (total) informate (4%) în numărul total al companiilor (vezi Tabelul nr. 1). Aceeași poziție, cu excepția Ungariei, România ocupă și din punctul de vedere al ponderii firmelor parțial informate (52%).

Tabelul nr. 1. Nivelul de informare privind legislația UE, pe țări (%)

Țara	Ponderea nivelului de informare (%)				
	Total	Parțial	Neinformată	Nu interesează	Nu știe
BG	9	69	13	7	2
CZ	14	62	16	5	4
EE	10	72	2	12	4
HU	16	46	17	18	3
LV	17	63	15	5	-
LT	5	72	15	7	-
PL	14	55	22	8	2
RO	4	52	32	5	6
SK	16	67	16	2	-
SL	23	58	11	5	3
Media celor 10 țări	12	57	31	8	3

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Situația **defavorabilă** a României, în ceea ce privește nivelul de informare privind legislația UE în termeni cantitativi, poate fi astfel caracterizată:

– numărul companiilor total informate în România este de **trei ori mai mic** decât media celor 10 țări central-europene și mai mic decât în Ungaria de **4 ori** și Slovenia de peste **5 ori**;

– în cazul companiilor **neinformate** decalajele în defavoarea României sunt mai ales cele față de Slovenia, Estonia, Bulgaria și Cehia.

Datele comparative ale studiului relevă că, în perioada 2001-2004, creșterea ponderii companiilor total și parțial informate a fost cu mult mai mare în celelalte țări, față de dinamica din România, ceea ce impune luarea de măsuri în țara noastră pentru ridicarea nivelului de informare a companiilor atât din partea ministerelor implicate, cât și a altor agenți sau autorități la nivel național și local. În plus, îmbunătățirea situației în acest domeniu depinde într-o măsură determinantă de creșterea gradului de activizare și a interesului companiilor care, se pare, că nu au întotdeauna un management proactiv, în acest domeniu, în sensul depunerii unui efort mai mare pentru obținerea informației despre legislația UE la timp și de bună calitate.

Îmbunătățirea nivelului de informare a firmelor în legătură cu legislația și mecanismele economice și financiare ale UE, în ultima analiză, pentru un număr mare de societăți este vitală, deoarece de aceasta va depinde creșterea capacității lor concurențiale și intrarea pe piața UE. Ținând seama de dimensiunea firmelor, nivelul informării despre legislația UE relevă o situație relativ defavorabilă pentru IMM-uri și una relativ favorabilă pentru societățile mai mari, mai ales pentru cele cu capital străin și orientate către export. Această situație este pe deplin explicabilă, deoarece marile întreprinderi, filialele corporațiilor transnaționale dispun de posibilități și surse de informare net superioare față de IMM-uri. Pe domenii de activitate, cele mai bine informate companii sunt cele din sectoarele intermediari financiare, transport, imobiliare, industria prelucrătoare, agricultura și silvicultura.

Tabelul nr. 2. Exploatarea informației despre Acquis pe țări, în anul 2004, (%).

Țara	Procentajul respondenților		
	Da	Nu	Nu știu
BG	46	46	8
CZ	44	49	6
EE	65	18	18
HU	35	53	13
LV	45	53	3
LT	44	45	12
PL	62	32	6
RO	42	48	11
SK	35	51	14
SL	50	40	10
Media celor 10 țări	48	43	9

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

În medie, pentru cele 10 țări central-europene, companiile consideră că folosesc suficient sursele de informație, în proporție de circa 50%, iar în România în proporție de doar 42%.

Calitatea și utilitatea surselor de informații despre Acquis sunt în continuare susceptibile de îmbunătățiri importante. În general, companiile apreciază calitatea informațiilor despre Acquis și consideră că, în ordinea importanței, **sursele cele mai bune de a obține informația** respectivă sunt: *Internetul, surse UE on-line; Camerele de comerț; publicațiile UE; partenerii de afaceri din UE; guvern-ministere; asociații de afaceri și comerț; parteneri locali de afaceri; centrele euro-info din țară; companiile locale de consultanță; Comisia Europeană; asociații europene; institute și universități; reprezentanți diplomatici ai UE în țările candidate; echipele naționale de negociere pentru aderarea la UE; companii străine de consultanță etc.*

Observăm că Internetul a devenit cea mai răspândită și la îndemână sursă de informare pentru firmele din România. Această opțiune este de natură să confirme importanța primordială a tehnologiei informației și comunicării pentru programul economic și social, în toate domeniile de activitate.

De remarcat faptul că, în materie de calitate și utilitate a informării, companiile locale de consultanță se bucură de o poziție și importanță cu mult mai bună față de companiile străine de consultanță, ceea ce vine în contradicție cu succesul acestora de pe urmă, atunci când este vorba de reușita la diferite competiții și licitații pentru adjudecarea unor studii și proiecte în economiile de tranziție.

Cele mai importante servicii de informare de care au nevoie companiile, în vederea pregătirii lor pentru aderarea la UE, în ordinea relevanței, la nivelul anului 2004, sunt următoarele: *informație tipărită despre legislația UE și implementarea ei actuală; servicii Internet; seminarii; workshop-uri; conferințe; informații despre afaceri în Piața Unică UE; informații despre programele comunitare deschise companiilor din țările candidate; accesul la sursele de informare UE; consultanți locali; asistență tehnică de la UE și statele-membre; consultanță străină.* Și în acest caz, se observă o surclasare a consultanților străini de către consultanții locali care, în perioada analizată, au ocupat poziția 7 față de, respectiv, poziția 9, în ordinea intensității nevoilor de informare. Această situație dovedește crearea unor firme naționale de consultanță, în anii de tranziție, cu un statut profesional în continuă consolidare, care a și determinat preferința firmelor de a recurge la serviciile acestora, comparativ cu cele străine, printre altele, și datorită atu-ului cunoașterii particularităților locale (naționale), precum și a unor tarife mai reduse pentru prestarea de servicii sau lucrări.

Implementarea Aquis-ului

Conformarea firmelor la prevederile Aquis-ului constituie o cerință fundamentală pentru aderarea României la UE, în condiții necesare și suficiente de performanță economico-financiară. Cunoașterea fazei de pregătire a firmelor românești pentru implementarea Aquis-ului comunitar (*Tabelul nr. 3*) are o importanță majoră pentru accelerarea planului de pregătire și negociere a capitolelor care au rămas deschise.

Preluarea și adoptarea prevederilor Aquis-ului generează o serie de **costuri ridicate** pe diferite perioade de timp, a căror estimare nu poate fi realizată, deocamdată, cu suficientă rigoare.

Tabelul nr. 3. Faza pregătirilor pentru implementarea Acquis-ului în România și alte țări central-europene, în anul 2004, (%)

Țara	Denumirea fazei pregătirilor			
	Încă nu a început	Fază de proiect/implementare nesatisfăcătoare	Termen de finalizare prea scurt	Implementare reușită
BG	41	48	-	10
CZ	18	37	7	28
EE	28	38	10	12
HU	42	32	7	10
LV	29	27	10	17
LT	54	28	9	6
PL	38	26	6	20
RO	56	33	-	4
SK	35	27	20	14
SL	14	36	20	24
Media pentru 10 țări	41	27	6	14

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Din aceste date rezultă că, în proporție de 56%, firmele românești încă nu începuseră pregătirea pentru implementarea Acquis-ului, în timp ce în alte țări, proporția acestor firme era cu mult mai scăzută (Ungaria – 42%, Polonia 38%, Cehia – 18% etc.). Pondera companiilor românești care aplică prevederile Acquis-ului cu succes este cea mai scăzută, față de celelalte țări luate în comparație, cea mai mare pondere înregistrându-se în Cehia, Slovenia și Polonia.

După o scară crescătoare de la 1 la 4, în care 1 – foarte scăzut; 2 – moderat; 3 – înalt; 4 – total, conformitatea generală a întreprinderilor cu Acquis-ul comunitar, în anul 2004, a fost următoarea: BG – 2,2; CZ – 2,5; EE – 2,4; HU – 2,5; LV – 2,4; LT – 2,1; PL – 2,2; RO – 2,1; SK – 2,4; SL – 2,3; media celor 10 țări – 2,2.

Cel mai mare grad de conformitate a firmelor cu prevederile Acquis-ului îl au sectoarele: intermediari financiare, hoteluri și restaurante, transport, depozitare, comunicații, imobiliare, închirieri, activități prestate întreprinderilor, tehnologia informației și comunicațiilor. În materie de conformitate, exportatorii au, de regulă, o poziție mai bună decât companiile cu piețe interne puternice, tot așa cum marile companii sunt mai bine informate decât cele mici și mijlocii.

Aceasta se explică și prin faptul că multe dintre societățile cu capital străin care își desfășoară activitatea în România provin din țările UE și au uzanța aplicării reglementărilor comunitare, spre deosebire de firmele cu capital autohton care de abia acum trebuie să capete această uzanță.

Tabelul nr. 4 Nivelul de conformitate a firmelor cu Acquis-ul, în țările central-europene, în anul 2004, în funcție de mărimea ponderii exporturilor în cifra de afaceri (1 – foarte scăzut; 2 – moderat; 3 – înalt; 4 – total)

Conformitate cu Acquis-ul	Ponderea exportului în cifra de afaceri			
	<10%,	10 – 30%,	31 – 50%,	>50%
	Scorul mediu (%)			
Nivelul general de conformitate	2,1	2,3	2,3	2,4
Certificarea produselor, reglementări tehnice, standarde	2,6	2,7	3,0	2,9
Protecția consumatorului și răspunderea producătorului	2,7	2,8	2,8	2,9
Regulile concurenței	2,4	2,5	2,6	2,7
Securitatea muncii	2,7	2,7	2,9	2,9
Calitatea și siguranța alimentelor	2,6	2,8	2,8	2,8
Protecția mediului	2,6	2,6	2,7	2,7
Mărci comerciale, patente	2,5	2,5	2,6	2,7

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Se observă că firmele cu o pondere de peste 50% a exporturilor în cifra de afaceri au un grad de conformitate la Acquis sensibil mai mare decât cele care exportă mai puțin de 10% din cifra de afaceri.

Acest lucru pare normal, întrucât pătrunderea unei firme pe piața comercială externă presupune o capacitate mai mare de aliniere la regulile și standardele comerțului internațional.

În privința conformării firmelor din țările analizate la Acquis-ul comunitar, **cele mai problematice domenii**, în ordinea descrescătoare a dificultăților (1 – cel mai puțin dificil; 4 – cel mai mult dificil), în anul 2004, au fost: *regulile concurenței (2,3)*, *certificarea produselor, reglementări tehnice, standarde (2,2)*, *protecția consumatorului și răspunderea producătorului (2,0)*; *mărci de comerț, patente (2,0)*; *protecția mediului (1,9)*, *securitatea muncii (1,9)*, *calitatea și siguranța alimentelor (1,7)*.

Rezultatele anchetei pentru anul 2004, în cazul României, pune în evidență faptul că o proporție de 82% din companiile românești estimează că au un grad de conformitate de 2,1 puncte față de gradul maxim de 4 puncte, situație care, practic, a rămas neschimbată în ultimii trei ani. Estimările privind conformitatea companiilor în 2004, în principalele domenii pornesc de la 2,3 (mărci, patente – sub media celor zece țări) până la 2,7 (protecția consumatorului și răspunderea producătorului – la nivelul mediu).

Cel mai greu de conformat la Acquis sunt regulile concurenței, iar cel mai ușor sunt calitatea și siguranța alimentelor. Deși, până nu demult, „protecția consumatorului și răspunderea producătorului”, precum și „protecția mediului” erau cele mai dificile domenii, în anul 2004, acestea au devenit mai puțin dificile, „regulile concurenței” aflându-se pe primul loc, din punctul de vedere al mărimii gradului de dificultate.

Gradul de pregătire a aderării la UE poate fi determinat și prin **magnitudinea costurilor**, pe care acest proces le generează la nivel de companii. Potrivit cercetărilor efectuate în cadrul CAPE III, o proporție de doar 11% din totalul companiilor din eșantionul celor 10 țări au estimat costurile respective. În România această proporție este de 8%, iar în Bulgaria de 18%, Cehia – 23%, 13%, în Slovacia și 4%, în Polonia (Tabelul nr. 5).

Pentru a estima costurile integrării, firmele trebuie să fie informate despre legislația și mecanismele economico-financiare ale UE, să cunoască în detaliu reglementările în domeniul concurenței, al mediului etc. Or, din mărimea redusă a proporției firmelor românești care au făcut estimări referitoare la costurile aderării rezultă că acestea încă nu sunt sensibilizate la efectele aderării. O sensibilizare a lor se impune de urgență, atât prin măsuri stimulative și sprijin logistic, cât și prin obligarea acestora în forme adecvate.

Tabelul nr. 5. Situația companiilor, în funcție de estimarea costurilor pentru implementarea Acquis-ului, în anul 2004, (% din numărul total de societăți)

Țara	Situația estimării costurilor de implementare a Acquis-ului	
	Au estimat	Nu au estimat
BG	18	82
CZ	23	77
EE	10	90
HU	10	90
LV	23	77
LT	15	85
PL	4	96
RO	8	92
SK	13	87
SL	29	71
Media celor 10 țări	11	89

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Cauzele pentru care o proporție atât de mare de companii nu au estimat costurile probabile pe care le induce aderarea pot fi următoarele: lipsă de metodologie de determinare și previzionare a costurilor; delăsare; incapacitate de a estima datorită procentului ridicat de incertitudine; lipsa de conștientizare a gravității costurilor.

În general, firmele care au estimat costurile aderării aparțin sectoarelor „electricitate, gaz și alimentare cu apă” și „agricultură, silvicultură”, pentru care problemele costurilor de restructurare, ajustare și adaptare la mecanismele Pieței Unice se pun cu o acuitate deosebită.

Este totuși interesant de observat că firmele au estimat costurile aderării pe o plajă de mărime destul de extinsă.

În anul 2004, distribuția procentuală a firmelor, pentru cazul celor 10 țări, pe intervale de mărime a costurilor estimate de implementare a Acquis-ului a fost următoarea: 65% din numărul total de firme aparțin intervalului de cost 0 – 0,49 mil. €; 20% intervalului 0,5 – 1,49 mil. €; 7% intervalului 1,5 – 2,49 mil. €; 3% intervalului 2,5 – 4,99 mil. €; 1% intervalului 5,0 – 9,99 mil. €; 4% intervalului peste 10 mil. €.

Se poate constata că, în cei trei ani la care se referă analiza, o proporție de 85% din întreprinderile chestionate consideră că valoarea cheltuielilor estimate pentru a se adapta la Piața Unică nu va depăși 1,49 mil. €, ceea ce semnifică un cost acceptabil. Desigur, aici se includ în marea lor majoritate întreprinderile mici și mijlocii. În mod cert, costurile aderării vor crește direct proporțional cu mărimea firmelor.

Pentru România, numai 43% din firme consideră că vor cheltui sub 1,5 mil. € pentru integrare în UE. Evident că există o legătură directă între nivelul de dezvoltare al țării candidate și costurile integrării. Fără îndoială, pentru firmele românești costurile estimate vor fi mai ridicate la un număr relativ mare de societăți. În țara noastră, 40% din totalul firmelor chestionate au menționat costuri estimate de conformitate de peste 1,5 mil. € pentru fiecare firmă. Aceasta relevă un necesar sporit de finanțare a restructurării și reindustrializării. Nu este exclus ca, în viitor, nivelul costurilor să fie revizuit, întrucât aceste prime estimări pot suferi din cauza acurateței de calcul mai reduse.

O comparație intersectorială a costurilor relevă că **cele mai mari costuri** se vor înregistra în sectoarele „electricitate, gaz, alimentare cu apă” și cele mai moderate la imobiliare, activități prestate întreprinderilor, TIC, hoteluri și restaurante.

Relația dintre dimensiunea firmei și costurile de implementare este direct proporțională; cu cât o firmă este mai mică, cu atât costurile sale de restructurare vor fi mai reduse (*Tabelul nr. 6*) și invers. Această corelație trebuie specificată în contextul nivelului de dezvoltare a țării și sectorului.

Tabelul nr. 6. Estimări ale costului de implementare a Acquis-ului, în 10 țări central-europene, în funcție de mărimea companiei (%)

Evaluarea costurilor (mil. €)	Mărimea companiei după numărul de angajați		
	1-50	51 – 250	>250
	%		
0,0 – 0,49	77	67	35
0,5 – 1,49	17	23	25
1,5 – 2,49	2	6	18
2,5 – 4,99	2	3	5
5,0 – 9,99	0	1	5
10+	2	0	13

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Din aceste date rezultă că și în cazul firmelor mari, cu peste 250 angajați, cea mai mare pondere (60%) este reprezentată de cele care estimează că au nevoie de cel mult 1,5 mil. € pentru costurile de implementare a Acquis-ului și numai 18% evaluează costurile respective la peste 5 mil. €. Un număr destul de mare de societăți consideră că au nevoie de sume foarte mari pentru implementarea Acquis-ului (peste 10 mil. €).

Strategiile firmelor și atitudinea față de aderare

Cele mai semnificative efecte pe care le așteaptă companiile din cele 10 țări central-europene de la aderarea la UE, în ordinea descrescătoare a importanței acestora, sunt:

– o concurență mai puternică pe piețele interne din partea companiilor europene (cu o pondere de 20% în numărul total al firmelor);

- un acces mai ușor la piețele UE (15%);
- practici de afaceri mai transparente pe piețele interne, reguli ale concurenței, ajutoare de stat, achiziții publice (14%);
- fluxuri mai mari de investiții străine directe (10%);
- acces la condiții mai competitive pentru achiziția de noi echipamente și IT (9%);
- consolidarea pe termen lung a competitivității (7%);
- un acces mai bun la piețele europene de capital (7%);
- un șomaj crescut datorită falimentelor (6%);
- lipsă de forță de muncă datorită migrației (5%);
- o poziție de negociere mai puternică în relațiile cu partenerii din țările terțe (4%).

Tabelul nr. 7. Efectele așteptate ale aderării la UE, de către fiecare țară, comparativ cu nivelul mediu efectiv pentru cele 10 țări central-europene = 100

Efect	10 țări	RO	CZ	HU	PL	BG
1. O concurență mai puternică pe piețele interne din partea companiilor europene	100	68	89	99	136	74
2. Acces mai ușor la piețele UE	100	110	149	68	90	107
3. Acces mai bun la piețele europene de capital	100	112	54	109	115	71
4. Practici de afaceri mai transparente pe piețele interne (regulile concurenței, ajutoare de stat, achiziții publice)	100	121	128	110	89	83
5. Lipsă de forță de muncă datorită migrației	100	108	83	116	52	158
6. Șomaj crescut datorită falimentelor	100	50	84	147	170	69
7. Acces la condiții mai competitive pentru achiziția de echipamente noi și IT	100	121	41	107	80	136
8. Un influx mai mare de investiții străine	100	110	66	83	90	138
9. O poziție mai puternică de negociere cu parteneri din țări terțe	100	97	134	83	62	137
10. Consolidarea pe termen lung a competitivității	100	126	132	98	60	96
11. Alte efecte	100	32	150	185	134	37

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

În ceea ce privește efectele aderării la UE, valori mai mari ale ponderilor pentru România, față de nivelul mediu al celor 10 țări, se înregistrează în anul 2004 la: *consolidarea pe termen lung a competitivității; practici de afaceri mai transparente; acces la condiții mai competitive pentru achiziția de echipamente noi și IT; acces mai bun la piețele de capital europene; acces mai ușor la piețele UE; un flux mai mare de investiții străine directe; lipsă de forță de muncă datorită migrației.*

După părerea noastră, efectele scontate de firmele românești, ca urmare a aderării țării noastre la UE, țin de categoria atât a avantajelor, cât și a costurilor, ceea ce ne obligă să elaborăm o serie de judecăți de valoare astfel încât, pe de o parte, să

putem avea un bilanț de ansamblu (de presupus pozitiv, dar în ce măsură?) și, pe de alta, să întreprindem la nivel instituțional și legislativ acele măsuri și programe care să maximizeze efectele favorabile și să le minimizeze pe cele defavorabile. Este o provocare complexă pentru cercetare și guvernare, a cărei elucidare constituie o condiție sine qua non pentru reușita integrării României în UE.

Interesante sunt rezultatele anchetei în ceea ce privește răspunsul la întrebarea referitoare la perspectiva afacerilor și strategia firmei în perioada post-aderare. O proporție de 59% dintre respondenții din cele 10 țări sunt optimiști și foarte optimiști, în privința perspectivelor pe care le au afacerile lor, în timp ce 20% consideră că nu vor fi afectați de integrare, 16% sunt pesimiști și foarte pesimiști și 5% nu știu.

În structura procentuală a răspunsurilor pentru România, în perioada 2002 – 2004, s-a manifestat tendința de scădere a optimismului cu 10 puncte procentuale și de creștere a pesimismului cu 4 puncte procentuale și cu 7 puncte procentuale a celor care consideră că integrarea nu are impact asupra afacerilor lor.

Aceasta dovedește practic o insuficiență cunoaștere a capacității aderării, îndeosebi pentru IMM-uri, care sunt mai pesimiste, comparativ cu marile companii. Probabil că această diferențiere a răspunsurilor, în funcție de mărimea firmelor, se explică prin faptul că firmele mari dispun de o informare mai bună și de o conformitate mai mare cu legislația europeană.

Este de remarcat că un procent majoritar (de 55%, în cazul firmelor mici, 61% în cazul celor mijlocii, și 67% pentru firmele mari) a aparținut firmelor care au manifestat optimism pentru afacerile lor, în condițiile aderării la UE.

Tabelul nr. 8. Evaluarea perspectivelor de afaceri ale companiei în condițiile aderării pe țări, în anul 2004, (%)

Țara	Ponderea categoriei de evaluare			
	Optimist, f. optimist	Nu are impact	Pesimist, f. pesimist	Nu știu
BG	74	14	10	3
CZ	69	15	12	5
EE	71	6	10	12
HU	57	13	24	6
LV	49	44	5	2
LT	73	10	10	7
PL	39	31	23	6
RO	78	7	12	4
SK	53	35	8	4
SL	67	22	7	4
Media a 10 țări	59	20	16	5

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Firmele din România care și-au exprimat optimismul vis-à-vis de perspectiva afacerilor lor, în condițiile integrării, au cea mai mare pondere (78%), comparativ cu celelalte țări analizate, ceea ce ar putea fi pus pe seama faptului că nu sunt suficient de bine informate, în legătură cu implicațiile economico-sociale ale UE.

Creșterea gradului de conștientizare a efectelor UE, în cazul firmelor românești, s-a manifestat totuși prin tendința de scădere a ponderii optimiștilor, în perioada 2002-2004, pondere care în anul 2003 se situa la un nivel prea ridicat.

Tabelul nr. 9. Dificultăți așteptate în implementarea Acquis-ului, pe domenii, în anii 2001 și 2004, la nivelul celor 10 țări analizate (%)

Domeniu	Categorია de dificultate					
	Fără probleme		Dificultăți minore		Dificultăți serioase	
	2001	2004	2001	2004	2001	2004
Financiar	35	26	36	59	29	15
Tehnic	41	34	42	56	17	9
Resurse umane	53	45	34	48	13	7
Comercial	39	30	45	58	16	13

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

La toate categoriile de domenii, cea mai mare pondere o au dificultățile minore (Tabelul nr. 9) care, în perioada 2001 – 2004, au manifestat o importantă tendință de creștere, în timp ce firmele cu dificultăți serioase și cele fără probleme și-au micșorat sensibil ponderea. Aceasta constituie dovada că firmele se adaptează treptat la cerințele integrării în UE, pe parcursul negocierilor, și că o bună parte din problemele nesoluționate au fost rezolvate în sensul Acquis-ului comunitar.

Cea mai îngrijorătoare problemă de soluționat pentru țările candidate la UE și pentru noile intrate este cea financiară care, deși a manifestat o tendință de scădere a gradului de dificultate, rămâne încă deschisă și pentru perioada de post-aderare.

Dificultățile privind resursele umane par să fie cele mai puțin preocupante.

Fără îndoială, aderarea la UE are un impact deloc neglijabil asupra firmelor și din punctul de vedere al abordării strategice a planurilor lor de afaceri. De aceea, poziția firmelor în ceea ce privește modificarea strategiilor într-o măsură mai mare sau mai mică, în condițiile pregătirii aderării și ale aderării propriu-zise, capătă o semnificație deosebită pentru decidenți, la nivel comunitar, regional, național și local. Analiza răspunsurilor pe care firmele le-au dat în legătură cu schimbarea strategiei de afaceri (Tabelul nr. 9) relevă predominanța firmelor care consideră că restructurarea trebuie să și-o bazeze pe mijloace proprii. Considerăm că acest răspuns este cât se poate de firesc, deoarece întotdeauna raportul dintre factorii interni și cei externi în domeniul restructurării și al implementărilor strategice au dat câștig de cauză primei categorii de factori. Firmele din România, după Estonia, consideră, în cea mai mare parte a lor, că efortul propriu trebuie să stea la baza strategiei de restructurare a afacerilor proprii, în timp ce companiile slovace se bazează în măsură relativ mare pe parteneriatul cu agenți economici și străini. În România doar 25% din totalul firmelor chestionate au spus că sunt în căutare de partener strategic (de regulă străin), în timp ce în Bulgaria ponderea respectivă a fost de 43%.

Tabelul nr. 10 . Strategia companiei pentru Piața Unică, pe țări, în anul 2004, (%)

Țara	Categorii de modificare strategică				
	Fără schimbare	Restructurare cu mijloace proprii	Caută un investitor strategic	Altele	Nu știu
BG	9	44	43	1	4
CZ	28	49	13	2	7
EE	14	62	10	2	12
HU	34	34	13	4	15
LV	27	39	20	2	12
LT	29	47	19	2	4
PL	37	35	15	2	12
RO	13	56	25	1	4
SK	26	44	23	3	5
SL	52	30	15	2	2
Media celor 10 țări	27	42	21	2	8

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

Se poate deduce din această situație statistică, că un procentaj important din numărul total de firme, în toate țările, cu anumite diferențieri interțări, aparține acelor care nu-și vor modifica strategia în momentul aderării la UE. Este de presupus pentru aceste cazuri fie că și-au modificat dinainte strategia și că, în momentul aderării, nu mai este nevoie s-o facă, fie că aderarea nu are impact asupra firmei și că nu este nevoie de schimbarea strategiei.

Firmele românești sunt favorabile aderării la UE în proporție de 92%, cu 3 puncte procentuale peste nivelul mediu al ponderii pentru cele 10 țări. Se observă, totuși, o scădere a ponderii respective de la un nivel de 97% în anul 2003. O proporție de 87% din firmele românești sunt în favoarea reprezentării lor la Bruxelles, prin Camera de comerț sau alte agenții specializate, și doar 11% consideră că nu este nevoie să fie reprezentate.

Firmele românești consideră că o activitate de lobby în țară și la Bruxelles este foarte importantă (*Tabelul nr. 11*). La fel consideră și firmele din celelalte țări, dar într-o proporție mai redusă.

Tabelul nr. 11 . Niveluri de importanță ale lobby-ului în țară și la Bruxelles, pentru aderarea la UE în anul 2004 (%)

Țara	La nivel de țară		La Bruxelles	
	Nu este important	Este important	Nu este important	Este important
BG	4	95	12	87
CZ	15	84	23	77
EE	27	72	55	39
HU	7	92	14	83
LV	17	81	29	71
LT	9	91	12	88
PL	15	80	17	78
RO	8	91	10	88
SK	12	86	30	68
SL	16	83	21	77
Media celor 10 țări	12	86	18	79

Sursa: Corporate Readiness for Enlargement in Central Europe, Fourth Edition, 2004, Eurochambres, SBRA, p.10.

În ceea ce privește reprezentarea pentru activitatea de lobby la Bruxelles, firmele românești consideră că interesele lor pot fi promovate în proporție de: 28% de către asociații de ramură; 59% de către oficii ale Camerei de Comerț și Industrie; 2% prin oficii proprii; 11% consideră că nu este nevoie să fie reprezentate.

*
* *

Am prezentat rezultatele anchetei CAPE III privind gradul de pregătire al firmelor pentru extinderea UE în Europa Centrală, astfel încât să putem avea o reprezentare cât mai complexă cu puțință asupra avantajelor și costurilor potențiale percepute de firmele românești, de dimensiuni diferite și aparținând unor domenii diferite.

Evaluarea avantajelor și costurilor, după părerea noastră, nu poate fi realizată în termeni cantitativi decât la nivel de firmă. Complexitatea interferențelor dintre avantaje și costuri pe diferite orizonturi de timp și sectoare fac practic imposibile cuantificările în termeni valorici. Important este faptul că marea majoritate a specialiștilor consideră că avantajele integrării prevalează asupra costurilor și dezavantajelor, ceea ce conferă atractivitate și credibilitate procesului de extindere a UE. Elaborarea unor strategii și adoptarea de măsuri care să maximizeze avantajul net de pe seama integrării constituie o problemă a cărei soluționare se bazează pe parteneriatul public-privat la nivel local, național, regional și comunitar.

Relevarea rezultatelor anchetei CAPE III în cadrul analizei efectuate are valoare nu doar pentru perioada 2002-2004, dar și pentru viitor, întrucât oferă factorilor de decizie din țara noastră un model util pentru a investiga complex percepția la nivel de firmă a influenței aderării României la UE.

Doresc în încheiere să evidențiez rolul deosebit pe care l-a avut și îl au Academia Română, prin institutele sale de profil, precum și Institutul European din România, care prin cercetările în cadrul proiectului prioritar „Evaluarea stării Economiei Naționale, ESEN-2 – un proiect deschis” și respectiv mai multe studii de impact au reușit să atragă atenția în legătură cu nivelul de pregătire economică, socială, juridică, tehnologică și de mediu a agenților economici din România pentru a adera la UE, contribuind la diseminarea celor mai relevante rezultate ale cercetării în ceea ce privește cerințele de conformitate la rigorile UE în diferite sectoare ale economiei naționale.

BIBLIOGRAFIE

- Fuerea A. și alții, *Evaluarea gradului de concordanță a legislației române cu acquis-ul comunitar, la nivelul anului 2002, pe capitole de negociere*, Studiul nr. 1, Institutul European din România, 2004, p. 135.
- Acad. Iancu A. și alții, *Issues on Romania's integration into the European Union. Requirements and evaluation 2001-2002*, Synthesis. 39 volumes on different topics of integration, ESEN-2: An Open Proiect, Departament of Economic and Juridical Sciences and Sociology of the Romanian Academy, National Institute of Economic Research – Centre for Economic Information and Documentation, 2003.
- Ciupagea C. (coord.), *Evaluarea costurilor și beneficiilor aderării României la UE*, Institutul European din România, Studii de impact II, Studiul nr. 12, 2004, p. 151.
- Cojan V. și alții, *Cerințele specifice ale gestionării instrumentelor structurale și implicațiile pentru România*, Studii de impact II, Studiul nr. 6, 2004, p. 143.
- Levessis N., Paterson J., *Improving the Effectiveness of EU Governance*, European Commission, Working Papers, 1999.
- *** *La Grande Europe. Pour un projet de société: Les défis de l'élargissement, Futuribles*, Janvier, no. 252, 2003.

COMPATIBILITATEA DINTRE ȘOMERI ȘI LOCURILE DE MUNCĂ VACANTE ÎN U.E., S.U.A. ȘI ROMÂNIA

Curba Beveridge

Daniela PAȘNICU

Lector univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*
C.P. II., Institutul Național de Cercetare Științifică
în domeniul muncii și Protecției Sociale

Rezumat

Realocarea lucrătorilor are loc, în mod normal, cu coexistența șomajului și a locurilor de muncă vacante, reflectând prezența fricțiunilor pe piața muncii și faptul că o compatibilitate satisfăcătoare între lucrători și locurile de muncă se realizează în timp. Relația dintre șomaj și locurile de muncă vacante este cunoscută sub numele de curba Beveridge sau curba U-V (Unemployment-Vacancy). Poziția curbei Beveridge în spațiul U-V influențează nivelul echilibrului pe termen lung al șomajului: o curbă care se orientează mult spre stânga (aproape de axa verticală) indică faptul că șomerii sunt compatibili cu locurile de muncă vacante, constând într-o rată NAIRU joasă, în timp ce o curbă mult spre dreapta indică lipsuri severe și un șomaj de echilibru înalt. Curba Beveridge este un instrument de analiză des utilizat de organizațiile internaționale pentru analiza funcționării pieței muncii, în special a performanței instituțiilor aferente acesteia.

Lucrarea cuprinde câteva elemente introductive privind cauzele șomajului și importanța folosirii curbei Beveridge, unele noțiuni conceptuale privind curba Beveridge, principalii factori care influențează orientarea curbei Beveridge, evoluția curbei Beveridge pentru zona euro și câteva țări OECD orientate, analiza comparativă a evoluției curbei Beveridge pentru zona euro și S.U.A și evoluția curbei Beveridge în România.

Abstract

The Compatibility between the Unemployed and the Vacancies in the EU, the US and Romania. The Beveridge Curve

The workers relocation normally takes place with the coexistence of unemployment and vacancies, reflecting the frictions persistence on the labor market and the fact that it takes time to achieve a satisfactory worker-job match. The existing relation between unemployment and vacancies is known as the Beveridge curve or U-V curve. The position of the Beveridge curve in U-V space influences the long-run equilibrium level of unemployment. The Beveridge curve is a very important instrument for labor market analysis, especially of the labour market institutions performance.

The paper includes some introductory elements regarding the causes of the unemployment and the importance of using Beveridge curve, conceptual notions regarding Beveridge curve, the main factors which influence the Beveridge curve orientation, the Beveridge curve evolution for the Euro area and the selected OECD countries, the comparative analysis of the Beveridge curve evolution for the Euro area and SUA and the Beveridge curve for Romania.

Introducere

Există astăzi, printre analiștii din domeniu, o părere aproape unanimă, că nivelul înalt și persistent al șomajului este rezultatul combinat al forțelor structurale și al celor conjuncturale. Plecând de la acest considerent, multe analize și determinări ale naturii șomajului pleacă de la ipoteza că șomajul este de tip conjunctural (**șomaj ciclic**), determinat de contracția cererii globale și de tip

structural (**șomaj natural sau NAIRU – șomajul care nu accelerează inflația**) determinat de fricțiunile existente pe piața muncii (schimbări instituționale de pe piața muncii, schimbări demografice, ritmul revoluției tehnico-științifice, etc.) și de rigiditatea endogenă a salariilor.

Persistența șomajului ridicat în multe țări industriale, în special în Europa, este considerată unul din cele mai frapante eșecuri din ultimele două decenii. Eficiența politicilor de reducere a șomajului depinde în mod esențial de cunoașterea principalelor cauze care au generat acest șomaj. Există numeroase mărturii care atestă că țările cu șomaj înalt se confruntă cu probleme structurale. O cauză a șomajului structural este marea dificultate de armonizare a șomerilor cu locurile de muncă vacante. Un instrument des utilizat de organizațiile internaționale pentru analiza acestui fenomen este curba Beveridge. Utilizarea acestui instrument poate constitui totodată și un instrument de măsurare a performanței instituțiilor pieței muncii. Până în prezent acest instrument de analiză al pieței muncii nu a fost utilizat în țara noastră, fiind prezentat pentru prima oară reprezentanților ANOFM, la seminarul organizat pentru prezentarea rezultatelor temei de cercetare, contractate de INCSMPS, „Corelația șomaj-ocupare, evoluția și perspectivele ocupării forței de muncă în România”- iunie 2004, coordonată de dr. Silvia Ciucă, la care sunt coautor. Beneficiarul direct al lucrării de cercetare este Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă.

1. Noțiuni conceptuale privind curba Beveridge

Un simptom tipic al funcționării piețelor muncii este marea dificultate în armonizarea șomerilor cu locurile de muncă vacante. Realocarea lucrătorilor are loc, în mod normal, cu coexistența șomajului și a locurilor de muncă vacante, reflectând prezența fricțiunilor pe piața muncii și faptul că o compatibilitate satisfăcătoare între lucrători și locurile de muncă se realizează în timp. Relația dintre șomaj și locurile de muncă vacante este cunoscută sub numele de curba Beveridge sau curba U-V (vezi Blanchard și Diamond, 1989; și Nickell și alții, 2003). Poziția curbei Beveridge în spațiul U-V influențează nivelul echilibrului pe termen lung al șomajului: o curbă care se orientează mult spre stânga (aproape de axa verticală) indică faptul că șomerii sunt compatibili cu locurile de muncă vacante, constând într-o rată NAIRU joasă, în timp ce o curbă mult spre dreapta indică lipsuri severe și un șomaj de echilibru înalt. Totuși, limitarea disponibilității și calității datelor privind locurile de muncă vacante prezintă dificultăți considerabile pentru conducerea analizelor empirice¹.

Ca și șomajul, și locurile de muncă vacante se schimbă la fluctuațiile activității agregate, poziția pe curbă putând indica în care fază se află economia în

¹ Datele privind locurile de muncă vacante nu sunt disponibile pentru un număr considerabil a țărilor OECD, iar, în cazul în care sunt disponibile, comparabilitatea este dificilă. În majoritatea țărilor datele privind locurile de muncă vacante reprezintă numărul de locuri de muncă neocupate listate de birourile de ocupare publice. Totuși, Canada, Statele Unite și Italia măsoară locurile de muncă vacante prin numărul locurilor de muncă libere anunțate de agenții economici, publicate în ziare de specialitate. Datele pentru Franța se referă la un indicator al lipsei muncii.

ciclul de afaceri. Recesiunile, de exemplu, sunt asociate în general cu un șomaj ridicat și puține locuri de muncă vacante, corespunzătoare punctelor de pe curbă situate mult spre dreapta-jos, în timp ce în expansiune se verifică opusul, adică punctele cele mai din stânga sus. Totuși, curba Beveridge nu este chiar o linie diagonală, ca urmare a ciclicității activității economice și prin urmare a faptului că mișcarea ciclică a șomajului se leagă de obicei cu cea a locurilor de muncă vacante.

Curba Beveridge poate, de asemenea, să-și schimbe poziția ca răspuns la factorii structurali. O mișcare a curbei spre dreapta ar indica o creștere a șomajului de echilibru, în timp ce o mișcare spre stânga implică o scădere a ratei șomajului de echilibru. O inspecție vizuală a relației U-V de-a lungul ultimelor două decade, ilustrează prima variantă de modificare a curbei Beveridge. Totuși, sunt cerute analize statistice formale ale datelor care să verifice impresiile bazate pe „ochiul liber”. Conform lui Nickell și alții (2003), modificările curbei Beveridge pot fi capturate printr-un trend de termeni direcționați de o regresie de forma:

$$\ln u_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln u_{t-1} + \alpha_2 \ln v_t + \alpha_3 t + \alpha_4 t^2 + \alpha_5 t^3$$

unde:

u – este rata șomajului; **v** – este rata locurilor de muncă vacante

t – este timpul trendului

De exemplu, impresia vizuală că o curbă Beveridge s-a mutat spre stânga (dreapta) ar fi confirmată dacă estimările regresiei indică un declin (creștere) a trendului în timp. Deși rezultatele nu sunt prezentate aici, această metodă a fost folosită să verifice precizările din text privitoare la diferențierea țărilor pe baza deplasării relației U-V de-a lungul ultimelor două decade.

2. Factorii care influențează curba Beveridge

- **Sistemul de beneficiu** afectează direct promptitudinea șomerului cu care ocupă locurile de muncă vacante. Aspectele lui cele mai importante sunt generozitatea și durata beneficiilor, gradul de acoperire, rigoarea cu care sistemul este operat și extinderea cu care șomerii primesc consiliere adecvată și sprijin de la serviciile publice de ocupare.

- **Politicile active pe piața muncii** (PAPM) pot să faciliteze compatibilitatea dintre șomeri și locurile de muncă vacante. Scopul PAPM este de a furniza asistență activă șomerilor care își vor îmbunătăți șansele de a obține un loc de muncă. De exemplu, serviciile de ocupare publică pot contribui la întâlnirea dintre șomeri și locurile de muncă disponibile anunțate de agenții economici („job brokerage”). Locurile de muncă vacante pot necesita calificări diferite de acelea pe care pot să le furnizeze șomerii, necesitând instruire. Lipsa de compatibilitate a calificărilor poate fi o problemă particulară pentru șomerii de lungă durată, ale căror calificări generale pot să se fi deteriorat din lipsa utilizării lor, iar/sau calificările locurilor de muncă specifice să nu poată fi transferabile la angajatorii viitori. O incompatibilitate similară poate afecta tinerii care termină școala fără să aibă o calificare cerută pe piața muncii.

- **Legislația de protecție a ocupării** (LPO), care constă din reglementări ce determină nivelul securității ocupării, incluzând reguli pentru contractele pe termen fix, agenții de plasare temporară și alte forme ale ocupării temporare, care afectează eficiența compatibilității. Strictețea LPO fac firmele mai prudente în ceea ce privește ocuparea locurilor de muncă vacante determinând scăderea vitezei cu care șomerii se întorc în câmpul muncii, reducând eficiența armonizării locurilor de muncă. Altă situație este că unele țări au menținut LPO stricte pentru angajații obișnuiți (full-time), în timp ce altele au relaxat regulile pentru contractele temporare. Această combinație a condus la o expansiune a locurilor de muncă temporare în câteva țări, care generează fluxuri crescute de locuri de muncă vacante noi și șomeri recenți, ca urmare a pozițiilor temporare.

- **Mobilitatea geografică limitată** constituie altă barieră împotriva compatibilității dintre căutătorii de locuri de muncă și locurile de muncă disponibile (Oswald, 1997). Preferințele privind locația, domiciliul sau responsabilitățile de familie restrâng zona unde mulți lucrători sunt pregătiți să lucreze. Această imobilitate explică co-existența insuficienței pieței muncii în anumite regiuni a țării și ratei de șomaj înalte în altele, adesea pentru perioade lungi de timp.

3. Curbele Beveridge pentru zona euro și unele țări din OECD

Analizând datele de la nivel național din diverse țări, privind șomajul și locurile de muncă vacante² se poate concluziona că pentru cele mai multe țări, curbele Beveridge s-au orientat spre dreapta, până în 1980, sugerând o creștere a dezechilibrului dintre locurile de muncă vacante și persoanele în căutare de lucru, iar șomajul a crescut față de nivelul scăzut înregistrat în 1960. Începând cu anul 1980 curbele Beveridge s-au îndreptat spre stânga, la începutul, respectiv mijlocul anilor 1980 pentru patru țări: Canada, Olanda, Portugalia și Statele Unite³. În Noua Zeelandă, Elveția și Spania condițiile au continuat să se înrăutățească și în anii 80, începând să se îmbunătățească spre sfârșitul anilor '90. Totuși, pentru majoritatea țărilor nu se evidențiază o îmbunătățire majoră, acest lucru fiind valabil și pentru zona Euro ca întreg. Curba Beveridge pare să aibă o schimbare în direcția opusă (spre dreapta) într-un număr de țări, incluzând Austria, Belgia, Germania, Japonia și Norvegia. Alte țări sunt mai dificil de clasificat, deoarece nu este clar dacă mișcările ciclice și structurale pot fi diferențiate.

Metoda regresiei simple descrisă în paragraful 1, sugerează că numai într-un număr redus de țări OECD, procesul de compatibilitate dintre șomeri și locurile de muncă vacante a devenit mai eficient, iar sincronizarea acestor îmbunătățiri variază considerabil printre țările considerate. Este, de asemenea, posibil ca aceste îmbunătățiri să reprezinte, cel puțin în parte, fructele reformelor structurale (vezi

² Rezultatele discutate corespund cu evidența prezentată în Nickell și alții (2003), deși analizele au fost extinse pentru a cuprinde datele pe încă doi ani.

³ Nickell și alții (2003) au clasificat Regatul Unit ca o țară de succes unde Curba Beveridge s-a orientat spre stânga de la mijlocul anilor 1980. Schimbarea favorabilă a curbei Beveridge din Marea Britanie este confirmată (Nickell, 2002).

paragraful 2). Reformele care conduc la ocuparea mai mare a indivizilor în afara timpului de lucru, ajută la reducerea insuficienței muncii și astfel descrește șomajul, fără crearea presiunilor inflaționiste.

În concluzie putem aprecia, având în vedere datele prezentate, că se înregistrează o ușoară îmbunătățire a compatibilității șomerilor cu locurile de muncă.

4. Curbele Beveridge pentru U.E. și S.U.A

Deși ratele locurilor vacante înalte reflectă în general o cerere puternică pentru lucrători suplimentari, ele tind să fie nefiresc asociate cu rate de ocupare scăzute. Interesant este că poziția curbei se modifică în timp. În perioada anilor 70 și începutul anilor 80, curba s-a deplasat spre dreapta atât în U.E. cât și în S.U.A., sugerând o creștere structurală a șomajului (deoarece aceeași rată a locurilor vacante corespunde unui șomaj mai ridicat). În a doua jumătate a perioadei cuprinsă între 1980-1990, curba Beveridge s-a orientat spre stânga în Statele Unite – semnalând o scădere a șomajului structural – în timp ce în Uniunea Europeană curba a continuat să se deplaseze spre dreapta⁴. Alți factori compatibili cu șomajul structural sunt evidența distorsiunilor severe în determinarea costurilor muncii și disparitățile regionale.

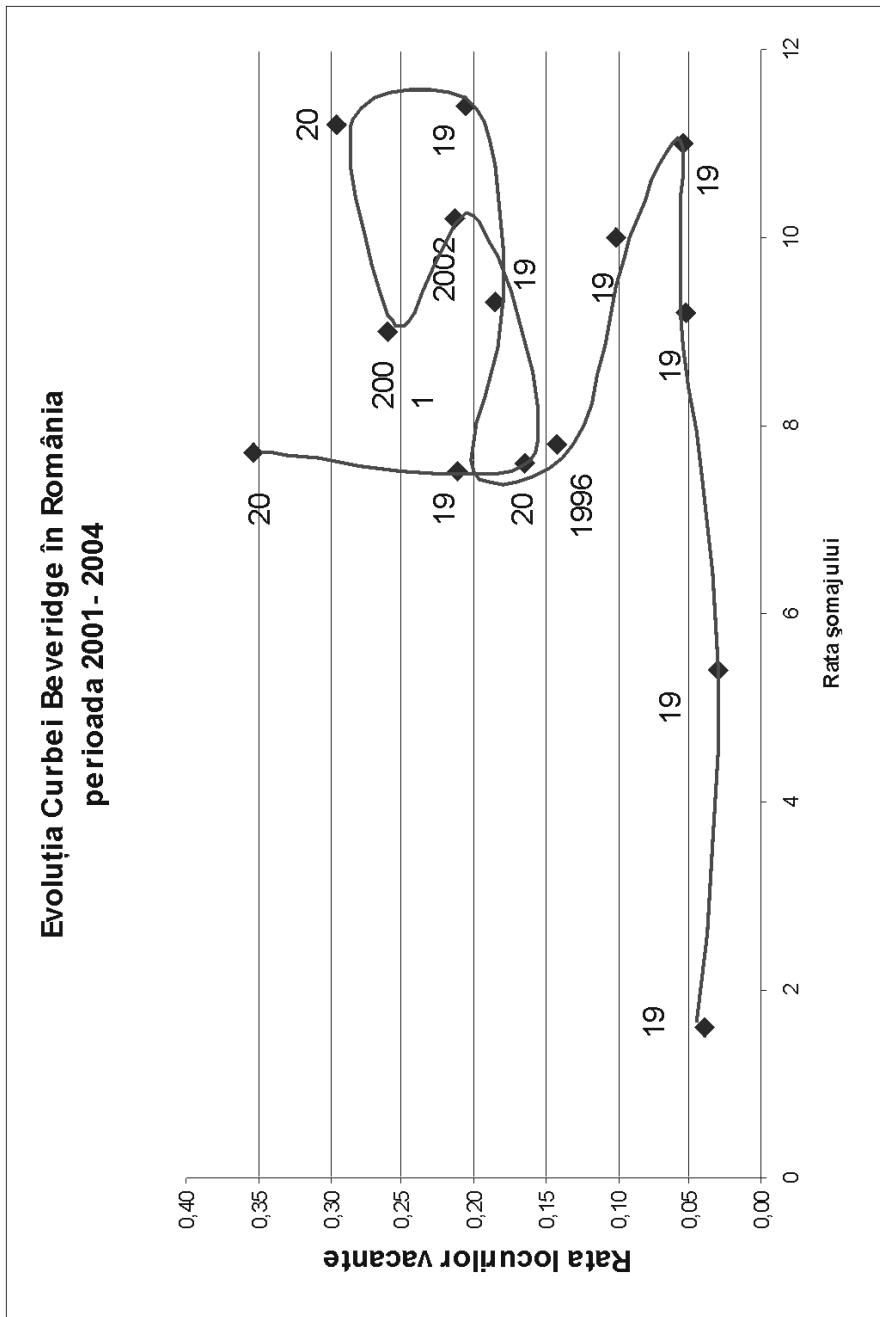
5. Curba Beveridge pentru România

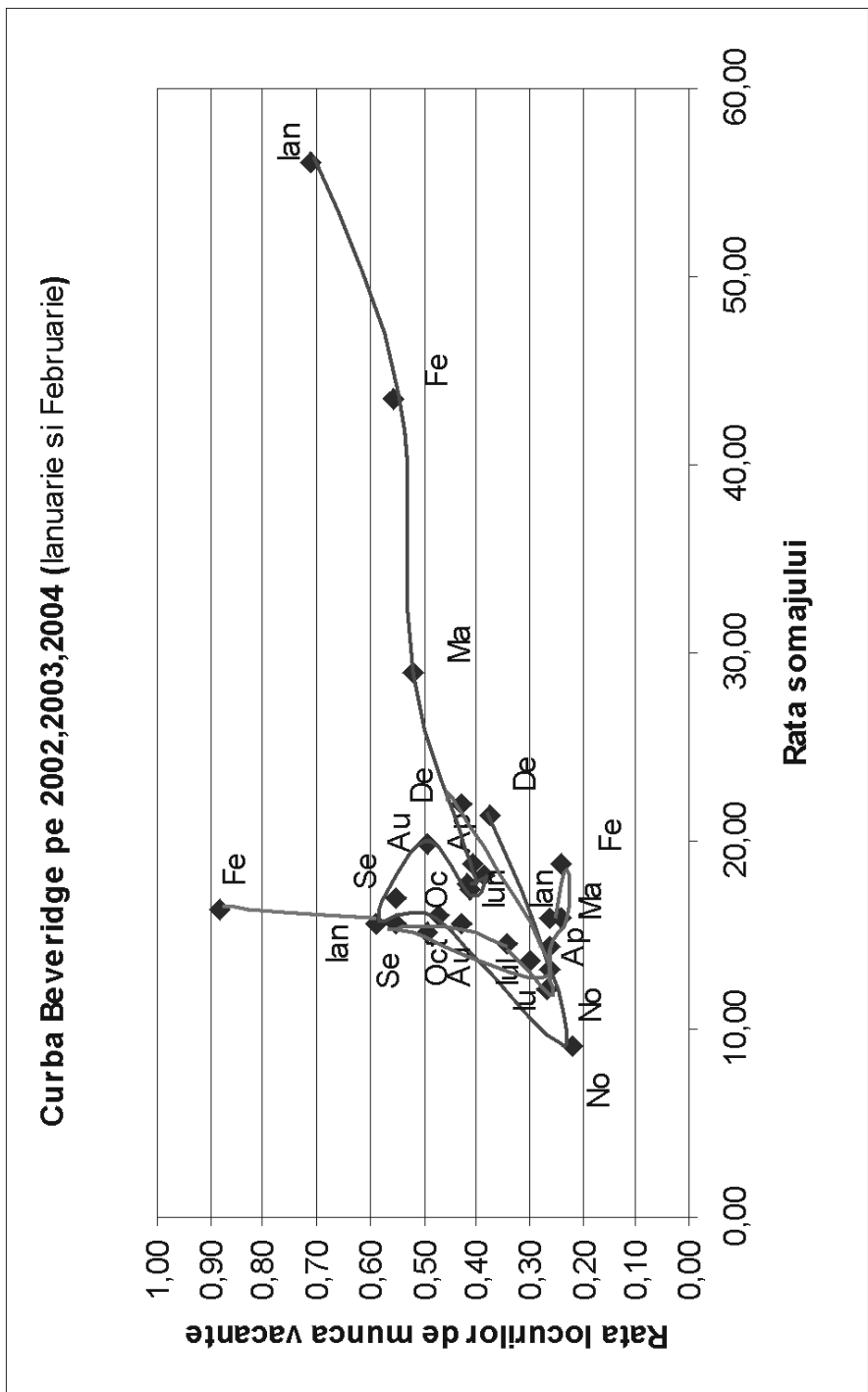
În graficul 1 este prezentată evoluția curbei Beveridge în perioada 1991-2004 care ilustrează o evoluție aleatoare a corelației dintre locurile de muncă vacante și rata șomajului. Astfel, se poate observa că în perioada 1994-1997 a avut loc o îmbunătățire a compatibilității șomerilor cu locurile de muncă vacante, urmată de o înrăutățire în perioada 1997-2000 și apoi, din nou, de o îmbunătățire în perioada 2000-2003.

Din 2003 curba se deplasează în sus, ceea ce indică un dezechilibru, deoarece cresc locurile de muncă vacante fără ca această creștere să fie însoțită de o reducere a ratei șomajului. Trebuie avut în vedere, totuși, că poziția punctului 2004 este doar estimativă deoarece s-au folosit doar datele din ianuarie, februarie și martie privind locurile de muncă vacante și numărul șomerilor. Această curbă a fost trasată pentru a ilustra, atât procesul de armonizare a locurilor de muncă vacante cu șomerii din țara noastră, cât și importanța folosirii acestui instrument în analiza performanțelor instituțiilor pieței muncii.

⁴ OECD *Analytical Database*, Nikell și Nunziata (2001) și FMI

Grafulcul 1





În *graficul 2* sunt prezentate curbele Beveridge pentru anii 2002 (cu albastru), 2003 (cu roșu) și 2004 (cu verde) care au fost trasate pentru a ilustra evoluția compatibilității dintre locurile de muncă vacante și șomeri pe parcursul acestor ani.

Așa cum se poate observa curba Beveridge aferentă anului 2002 se deplasează spre stânga jos, ceea ce reprezintă o îmbunătățire a compatibilității șomerilor cu locurile de muncă vacante pe 2003, adică o scădere atât a ratei șomerilor cât și a locurilor de muncă vacante. Trebuie să avem în vedere că evoluția curbei anuale este influențată și de șomajul sezonier.

O îmbunătățire a compatibilității dintre șomeri și locurile de muncă vacante se poate observa și pe parcursul anului 2003, deși în decembrie se observă o reorientare bruscă a curbei spre colțul dreapta sus, ceea ce ilustrează apariția unei incompatibilități între cele două mărimi. Această situație se poate datora atât influenței șomajului sezonier, cât și unor factori conjuncturali.

Pe ansamblu se observă o îmbunătățire a compatibilității dintre cele două mărimi deoarece cele trei curbe se află în partea stângă față de ianuarie 2002. De asemenea, se evidențiază o ușoară deplasare spre stânga jos a curbei pe 2003, ceea ce semnifică un progres în direcția armonizării celor două mărimi. O înrăutățire a situației se poate observa în 2004 deoarece deplasarea curbei în sus indică faptul că, deși au crescut locurile de muncă vacante, rata șomajului nu a scăzut. Cauzele schimbării curbei Beveridge sunt menționate în paragraful anterior, o pondere însemnată, în cazul pieței muncii actuale având incompatibilitatea dintre calificările șomerilor și calificările necesare ocupării locurilor de muncă vacante anunțate de agenții economici.

DE LA INTERNAȚIONALIZAREA ACTIVITĂȚII BANCARE LA GLOBALIZARE

Claudia BAICU

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

În condițiile actuale ale dezvoltării economice aflată sub semnul globalizării, activitatea bancară internațională reprezintă un fir crucial al interdependențelor dintre țări. Internaționalizarea economiei reale a fost urmată de internaționalizarea activității bancare, băncile devenind participante active și directe la derularea tranzacțiilor internaționale inițiate de clienți. Cauzele care au condus la dezvoltarea activității bancare internaționale sunt multiple, între acestea cele mai importante fiind: creșterea comerțului internațional, apariția pieței eurovalutelor, trecerea la regimul cursurilor de schimb flotante, liberalizarea fluxurilor de capital, integrarea economică.

Abstract

From Banking Internationalization to Globalization

Under the present conditions of economic development, which is under the sign of globalization, the international banking activity represents a crucial threat of the interdependencies among countries. The internationalization of real economy was followed by the internationalization of banking activity, banks facilitating and becoming direct partners to international business developed by their clients. The international banking activity had several stages in its development, which were closely related to the general economic frame of different periods. There are multiple causes that lead to the internationalization of banking activity, varying from the international trade increase to the development of the eurocurrency market, fluctuations of currency rate exchange, deregulation, liberalization of capital flows and economic integration.

1. Introducere

În prezent, o caracteristică esențială a activității bancare o reprezintă internaționalizarea, fenomen care, deși prezent și în alte etape de dezvoltare, a devenit evident după anii 1960, când s-au înregistrat o serie de transformări cantitative și calitative. Internaționalizarea activității reale nu se putea dezvolta fără internaționalizarea activității bancare, băncile oferind clienților sprijinul necesar derulării în bune condiții a operațiunilor cu străinătatea. Cauzele care au condus la dezvoltarea activității bancare internaționale au fost multiple. Între acestea, un loc aparte îl ocupă creșterea comerțului internațional, a numărului societăților multinaționale și tranzacțiilor financiare internaționale. Dezvoltarea internaționalizării activității bancare a condus la creșterea interdependențelor dintre băncile aflate în țări diferite, oferindu-le multe oportunități, însă, în același timp, expunându-le unor riscuri crescânde. În aceste condiții, pe plan internațional au fost luate o serie de măsuri pentru a se preîntâmpina și atenua efectele negative ale crizelor bancare cu rezonanță internațională.

2. Etape în internaționalizarea activității bancare

Încă din cele mai vechi timpuri activitatea bancară a avut puternice conotații internaționale. Cu titlu exemplificativ poate fi amintită activitatea desfășurată în secolul al VII-lea î.e.n. de „trapeziștii” și „argenarii” din Grecia și respectiv Roma, care, pentru a sprijini comerțul mediteranean, asigurau schimbul între diferite monede.

Mai târziu, începând cu secolul al XII-lea, bancherii italieni, cunoscuți sub denumirea de „lombarzi”, au înființat birouri în marile orașe ale Europei Occidentale, în special la Londra și Paris. Mărturiile ale acelor vremuri sunt denumirile unor străzi – Lombard street, La Rue des Lombards sau Pont-au-change – care, chiar dacă nu și-au păstrat destinația inițială, amintesc de practicile din acele timpuri îndepărtate. Între marii bancheri italieni se disting Medici din Florența, care în perioada lor de glorie (spre mijlocul secolului al XV-lea) dețineau numeroase sucursale în țară și străinătate.

Un moment important în evoluția activității bancare internaționale l-a constituit apariția, în preajma secolului al XIV-lea, a cambiei, care a permis dezvoltarea schimburilor comerciale între nordul și sudul Europei, precum și în zona mediteraneană.

Revenind în perioada contemporană, activitatea bancară internațională a început să se dezvolte după cel de-al doilea război mondial, când s-a constatat accelerarea schimburilor comerciale internaționale și investițiilor străine directe.

În aceste condiții, băncile au devenit participante active și directe la derularea tranzacțiilor internaționale inițiate de clienții importatori și exportatori, facilitând operațiunile de plăți și finanțare în comerțul internațional. În același timp, pentru a-și deservi cât mai bine clienții care au investit în străinătate, i-au urmat pe piețele externe, dezvoltând impresionante rețele de sucursale și filiale bancare.

Un moment decisiv în evoluția activității bancare internaționale l-a reprezentat apariția, spre sfârșitul anilor 1950, a pieței eurovalutelor, care a avut o importanță majoră pentru activitatea bancară în general. Posibilitatea băncilor de a opera într-un cadru dereglementat și a participanților pe piață de a obține avantaje atât în privința dobânzilor încasate, cât și dobânzilor plătite, a dat naștere unei „efervescente”, care s-a concretizat în creșterea interdependențelor dintre bănci, numărului centrelor financiare internaționale, precum și instrumentelor negociate pe piață.

Interesul băncilor de a se implica în activități internaționale a sporit o dată cu anul 1974, când a avut loc prima criză petrolieră. Prin atragerea de depozite de la țările exportatoare de petrol și acordarea de credite țărilor în curs de dezvoltare, sistemul bancar internațional a avut un rol decisiv în reciclarea petrodolarilor.

Chiar dacă s-a confruntat cu criza datoriei țărilor în curs de dezvoltare, în anii 1980, activitatea bancară internațională a înregistrat o expansiune fără precedent. La baza acestei creșteri, o influență decisivă a avut-o activitatea interbancară, impulsionată de băncile japoneze. În același timp, trebuie subliniat faptul că, spre deosebire de etapa anterioară, principalii beneficiari ai creditelor internaționale proveneau din țările industrializate.

Deceniul al optulea al secolului trecut s-a caracterizat printr-o serie de inovări financiare, care, în mare măsură, au fost determinate de necesitatea gestionării riscurilor valutare și de dobândă, precum și de dezvoltarea procesului de dezinter-mediere. Pe plan

internațional, dezintermedierea se manifestă sub forma tehnicii cunoscută sub denumirea anglo-saxonă de „*securitization*”, băncile fiind tot mai active pe piața de capital atât în calitate de intermediari, cât și de emitenți sau investitori.

Liberalizarea fluxurilor de capital și, ulterior, crearea pieței unice europene au imprimat noi dimensiuni activității bancare internaționale. Introducerea, în cadrul Uniunii Europene, a principiului autorizației bancare unice a permis oricărei instituții bancare autorizată în una din țările Uniunii Europene să-și deschidă sucursale sau să presteze servicii bancare transfrontaliere în toate celelalte țări din uniune, fără a mai fi nevoie de permisiunea țării gazdă, ceea ce a condus la dezvoltarea activității bancare internaționale.

De asemenea, o caracteristică vizibilă a activității bancare internaționale după 1989 a fost extinderea operațiunilor băncilor străine către Europa Centrală și de Est, considerată o piață în plină expansiune, care oferă mari oportunități investitorilor străini.

În prezent, procesul de internaționalizare a activității bancare a cuprins majoritatea țărilor lumii, care de pe poziția de țară gazdă, țară de origine sau din ambele ipostaze au fost antrenate în acest circuit global.

Primele bănci care au implantat sedii în străinătate au fost băncile din SUA, fiind urmate de băncile din Europa și Japonia. Mai târziu, Canada și Australia au devenit și ele atractive pentru băncile străine, iar după 1990, valul de internaționalizare a cuprins și țările din Europa Centrală și de Est. De aceea, în etapa actuală de dezvoltare economică aflată sub semnul globalizării, activitatea bancară internațională reprezintă un fir crucial al interdependențelor dintre țări.

Printre elementele caracteristice globalizării activității bancare se numără: creșterea legăturilor între sistemele bancare din diferite țări; standardizarea produselor și serviciilor bancare; eliminarea granițelor geografice din calea tranzacțiilor financiare; armonizarea până la uniformizare a reglementărilor bancare; tratament egal aplicat băncilor autohtone și străine; micșorarea până la anulare a diferențelor existente în costul produselor și serviciilor bancare practicate pe diverse piețe.

3. Cauze și implicații ale dezvoltării activității bancare internaționale

Principalii factorii care au permis și au favorizat procesul de internaționalizare/globalizare a activității bancare sunt: dinamica și volumul comerțului internațional; transnaționalizarea economiei reale; apariția și dezvoltare pieței eurovalutelor; reciclarea petrodolarilor; trecerea de la regimul de cursuri fixe la regimul de cursuri flotante; relativa absență, în prima fază de dezvoltare, a unui sistem de supraveghere a activității bancare internaționale; dereglementarea, liberalizarea fluxurilor de capital și dezvoltarea procesului de integrare economică; dezvoltarea și difuzarea tehnologiei informației.

Dinamica și volumul comerțului internațional este factorul tradițional al dezvoltării activității bancare internaționale. Refacerea economică de după cel de-al doilea război mondial a creat premisele dezvoltării comerțului internațional în ritmuri nemaîntâlnite până atunci. Producătorii și comercianții din întreaga lume au devenit din ce în ce mai conștienți de faptul că, pe lângă piața internă, piața externă constituie un debușeu important de desfacere a propriilor mărfuri. În aceste condiții, băncile, pentru a-și deservi clienții importatori și exportatori, au început să dezvolte departamente internaționale și să se implice în activități cu străinătatea.

Transnaționalizarea economiei reale reprezintă un alt factor important care a imprimat dimensiuni internaționale activității bancare, prin localizarea de sedii în

străinătate. Firmele multinaționale care au investit pe piețe străine aveau nevoie de bănci, care să le faciliteze operațiunile. În aceste condiții, pentru a veni în sprijinul lor, băncile care le deserveau în țara de origine le-au urmat și în străinătate, astfel, continuând relațiile de afaceri și în exterior.

Apariția și dezvoltarea pieței eurovalutelor au dat un impuls foarte puternic activității bancare internaționale, care a cunoscut o serie de transformări atât cantitative, cât și calitative, prin apariția de noi instrumente financiare și diversificarea celor existente. Posibilitatea băncilor de a opera într-un cadru dereglementat, a deținătorilor de depozite de a obține dobânzi mai mari și a solicitanților de fonduri de a plăti mai puțin s-a concretizat în creșterea volumului operațiunilor derulate pe europiață.

Reciclarea petrodolarilor rezultați în urma vânzărilor de petrol, ca urmare a celor două crize petroliere din 1973-1974 și 1979-1980, a condus la dezvoltarea creditului internațional. Țările exportatoare de petrol au depozitat dolarii proveniți din vânzarea țiteiului la eurobănci, care, la rândul lor, i-au folosit, în general, pentru a acorda credite țărilor în curs de dezvoltare. Acest proces a permis intensificarea legăturilor dintre băncile aflate în țări diferite și, implicit, dezvoltarea activității bancare internaționale.

Trecerea de la cursurile de schimb fixe la cursurile de schimb flotante au determinat mari fluctuații pe piețele valutare internaționale, operațiunile valutare devenind un segment tot mai important al activității bancare. Așa cum pe piața eurovalutelor băncile erau legate printr-o întreagă rețea de depozite și credite reciproce, pe piața valutară erau interconectate printr-o serie de contracte la vedere sau la termen.

Relativa absență, în prima fază de dezvoltare, a supravegherii activității bancare internaționale a constituit un alt factor favorizant. Până la începutul anilor 1970, băncile care operau în afara granițelor naționale erau lipsite de orice formă de control, situație care contrasta puternic cu cea de pe plan intern. În aceste condiții, instituțiile bancare au decis să-și localizeze sedii în exterior și pentru a eluda controlul exercitat pe plan intern de autoritățile de supraveghere, care, prin restricțiile care le impuneau, le diminuau profitabilitatea.

Dereglementarea, liberalizarea fluxurilor de capital și dezvoltarea procesului de integrare economică au impulsionat activitatea bancară internațională. Înlăturarea restricțiilor în privința bonificării dobânzilor, liberalizarea fluxurilor de capital, aplicarea unui tratament egal atât băncilor naționale, cât și băncilor străine sunt câteva elemente caracteristice ale acestor procese. În același timp, integrarea economică europeană presupune libertatea de mișcare a capitalurilor, libera prestație a serviciilor financiare și bancare transfrontaliere, precum și armonizarea reglementărilor în materie.

Un factor aparte l-a constituit progresul și **difuzarea tehnologiei informației**, care a permis difuzarea rapidă și corectă a informației financiare, diminuarea costurilor de transmitere, creșterea operațiunilor interbancare, uniformizarea și standardizarea produselor și serviciilor bancare.

Evoluția activității bancare internaționale nu a lăsat indiferente nici autoritățile monetare și de supraveghere din diverse țări. Dacă până la începutul anilor 1970 părerea generală era că stabilitatea bancară se putea asigura prin măsuri luate în exclusivitate pe plan național, intensificarea legăturilor dintre bănci și climatul de incertitudine instaurat odată cu prăbușirea sistemului de la Bretton Woods au relevat faptul că dezvoltarea activității bancare internaționale ridică o serie de probleme în privința stabilității sistemului bancar internațional.

Nu întâmplător, în această perioadă izbucnesc primele crize bancare cu rezonanță internațională, care, prin consecințele pe care le-au avut, au pus bazele cooperării în domeniul supravegherii activității bancare internaționale.

Astfel, în 1974 a fost creat, pe lângă Banca Reglementelor Internaționale, Comitetul de la Basel, care și-a propus să formuleze recomandări pentru preîntâmpinarea și atenuarea efectelor negative ale crizelor bancare internaționale. Deși documentele adoptate de Comitet sunt simple recomandări, în practică exercită o influență puternică în stabilirea regulilor de supraveghere bancară, atât pe plan național, cât și internațional.

BIBLIOGRAFIE

- Demattè, Claudio, Paul de Sury (coord.) (1992), *I mercati finanziari internazionali*, E.G.E.A. SpA, Milano.
- Focarelli, D., A.F. Pozzolo (2000), *The determinants of cross-border bank shareholdings: an analysis bank-level data from OECD countries*, Banca d'Italia, „Temi de discussione”, n. 381 (Ottobre).
- Folkerts-Landau, David, Donald Mathieson (1988), *Innovation, institutional changes and regulatory response in international financial markets* în William Haraf, Rose Marie Kushmeider (ed.) *Restructuring banking and financial services in America*, American Enterprise Institute for Public Policy Research, Washington.
- Jones, Geoffrey (1990), „Banks as multinationals” în Geoffrey Jones (ed.), *Banks as multinationals*, Routledge, London.
- Ortiz, Edgar (1997), *Globalization of business and finance and emerging capital markets* în Dilip K. Ghosh, Edgar Ortiz, *The global structure of financial markets – an overview*, Routledge, London, Paris.
- Paris, Francesco (1988), *Obiettivi e metodologie di espansione internazionale delle aziende di credito* în G. Szegö, F. Paris, G. Zambruno *Mercati finanziari e attività bancaria internazionale*, Il Mulino, Bologna.
- Porter, Tony (1993), *States, markets and regimes in global finance*, The MACMILLAN PRESS LTD, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, London.
- Rivoire, Jean (1984), *Histoire de la banque*, Presses Universitaires de France, Paris.
- Scott, Walter Giorgio (coord) (1995), *Manuale di marketing bancario*, UTET Libreria, Torino.
- Sengupta, Jayshree (1988), *Internationalization of banking and the relationship between foreign and domestic banks in the developing countries*, în *International journal of development banking*, vol. 6, n. 1 (January).
- Simon, Claude (1993), *Băncile*, Editura Humanitas, București.
- Solans, D. (2002), *European Financial Integration and the International Role of the Euro*, Global Economic Summit IV organised by NAMM, Estepona, Spain (March).
- Szegö, Giorgio (1988), *Eurovalute, euromercati ed euronote*, în G. Szegö, F. Paris, G. Zambruno *Mercati finanziari e attività bancaria internazionale*, il Mulino, Bologna.

DIRECȚII DE ACȚIUNE PENTRU RACORDAREA POLITICII ROMÂNEȘTI ÎN DOMENIUL CONCURENȚEI LA CEA DIN UNIUNEA EUROPEANĂ

Nica DUMITRU

Prof. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Florina NICOLAE

economist

Abstract

The Directions for the Romanian Policy Connection to the EU's Policy in the field of Competition

The main provision of the White Chart of the European Commission concerning competition refer to politics and main rules in this field.

The Romanian efforts made until now to align with European requests concerning competition materialized in competition law and regulations as regards government support.

The requirements established in the competition field by the European Union concerning settlements focused on: a) restriction agreements; b) abuse of the main position; c) the tides (the restraints); d) estate support; e) liberalization of prices and public enterprise.

The future actions for Romania in the competition field refer to economic concentrating notifications implementation of rules concentrating vertical agreements and applying any harder sanctions in the field.

1. Principalele prevederi ale Cartei Albe elaborate de Comisia Europeană privind concurența

Consiliul Europei, reunit la ESSEN, în decembrie 1994 a sugerat elaborarea Cartei Albe pentru a încorpora acțiuni pentru pregătirea țărilor asociate din Estul și Centru Europei pentru integrarea în piața comunitară.

Carta Albă, adoptată la 3 mai 1995, consideră politica concurenței ca fiind fundamentală pentru crearea pieței interne. Aplicarea politicii concurenței presupune un efort continuu pentru atingerea obiectivelor majore ale comunității: a) creșterea echilibrată și susținută cu respectarea exigențelor ce țin de mediul înconjurător; b) niveluri înalte de utilizare a forței de muncă și de protecție socială; c) niveluri de trai și de calitate a vieții mai bune; d) coeziune economică și socială.

În acest document se regăesc o serie de principii și reguli de bază, între care unele se referă și la concurență.

Primul dintre principii se referă la defnirea Comunității Economice Europene ca o zonă fără frontiere interne, în care se asigură libera mișcare a bunurilor, persoanelor, serviciilor și capitalului.

Una din garanțiile realizării acestor principii este dată de respectarea regulilor de bază relevante în materie de concurență cum ar fi: a) interzicerea discriminării de către monopolurile de stat; b) interzicerea comportamentului anticoncurențial al întreprinderilor care ar putea anula efectele pieței interne; c) aplicarea regulilor concurenței de către întreprinzătorii publici și celor cărora li s-au acordat drepturi speciale sau exclusive; d) stabilirea de condiții stricte pentru ajutoarele de stat acordate întreprinzătorilor săi, pentru a proteja integritatea pieței interne.

2. Eforturi depuse până în prezent de România pentru alinierea la exigențele europene în materie de concurență

După cum se cunoaște România a depus oficial cererea de aderare la Uniunea Europeană la 22 iunie 1995.

Între primele acțiuni întreprinse de țara noastră se numără și adoptarea reglementărilor concurenței prin următoarele acte normative mai importante:

1) Legea concurenței nr.21/1996¹ menită să creeze disciplina specifică pieței libere;

2) Legea ajutorului de stat nr. 143/1999² (intrată în vigoare la 1 ianuarie 2000) destinată derulării unei politici economice transparente și asigură controlul utilizării eficiente a fondurilor publice.

Legea concurenței are ca obiectiv asigurarea condițiilor comportamentale specifice pentru stimularea și protejarea concurenței pe piața liberă, iar scopul final este dezvoltarea unei economii echilibrate, eficiente și competitive pe piața mondială.

Acest act normativ se adresează:

- a) agenților economici sau asociațiilor de agenți economici;
- b) organelor administrației publice centrale și locale.

Prin actul legislativ menționat s-au constituit Consiliul Concurenței ca organ de decizii în materie de concurență și Oficiul Concurenței ce reprezintă o instituție guvernamentală cu atribuții pe trei planuri:

- aplicarea dispozițiilor legale privind concurența
- controlul prețurilor
- monitorizarea ajutorului de stat.

Acest act normativ instituie o serie de obligații pentru agenții economici între care sunt de menționat:

a) identificarea situațiilor de încălcare a legii ca fiind considerate practici anticoncurențiale

b) eliminarea sau încetarea practicilor anticoncurențiale de către agenții care constată că au ajuns în astfel de situații;

c) revizuirea clauzelor contractelor guvernatoare de distorsiuni ale concurenței și introducerea de clauze bazată pe comportamentul concurenței normale;

d) notificarea de către Consiliul Concurenței a comentariilor economice.

Pe lângă aceste obligații, entitățile vizate a fi implicate în comportamente contrare legii au drepturi de a se manifesta față de autoritățile concurenței în cel puțin două moduri:

a) dreptul de a face plângere la Consiliul Concurenței sau la Oficiul Concurenței pentru a aduce la cunoștință autorităților respective încălcări ale legii realizate de alți agenți economici, care le afectează negativ interesele

b) solicitarea efectuării de către organismele autorizate menționate a unor investigații asupra cazurilor de încălcare a legii semnalate de cei vizați³.

¹ *** Legea Concurenței nr. 21/1996, Monitorul Oficial al României, Nr. 88 din 30 aprilie 1996

² *** Legea ajutorului de stat nr. 143/1999, Monitorul Oficial nr. 370/3 august 1999

³ Tatiana Moșteanu, *Prețuri, echilibru concurențial și bunăstare socială*, Editura Economică, București, 2001, p.153-154

În ceea ce privește celălalt act normativ prin ajutor de stat se înțelege orice sprijin acordat din surse de stat de către autorități publice sau de către organisme publice sau alte organisme, în numele statului, sub forma unui transfer de fonduri publice către un agent economic.

Formele în care se acordă ajutorul de stat pot reprezenta fie alocații propriuzise, fie renunțarea de către stat la unele venituri viitoare. Agentul economic obține astfel pe seama unor transferuri, a unor avantaje de natură economică sau financiară, pe care nu le-ar putea obține, în absența unor asemenea măsuri.

Ajutoarele de stat se acordă fie sub forma unor scheme de ajutor (când toți agenții economici dintr-o ramură sau zonă beneficiază în condiții echitabile de acest sprijin) sau sub formă de ajutoare individuale (subvenții, anulări de datorii, facilități fiscale, împrumuturile cu dobânzi preferențiale, garanții la împrumut în condiții în condiții preferențiale, vânzări de bunuri și servicii de către autoritățile publice sub prețul pieței, etc.)

Ajutoarele mai pot fi clasificate după natura lor, în două mari categorii:

1) **ajutoare directe** – care reprezintă valoarea efectivă a sumelor alocate (sub forma cheltuielilor bugetare alocate sau a veniturilor bugetare la care statul renunță);

2) **ajutoare indirecte** – care se acordă indirect, prin sistemul fiscal sau prin cel al asigurărilor sociale (exceptări, reduceri și/sau scutiri la plata taxelor vamale, reduceri și/sau scutiri la plata impozitelor, taxelor și altor obligații bugetare; reduceri sau scutiri la plata majorărilor de întârziere etc.).

În ceea ce privește.ajutoarelor de stat asupra concurenței sunt de semnalat câteva aspecte importante:

1) un ajutor de stat pentru a fi autorizat trebuie notificat de către Consiliul Concurenței (legea prevede clauze suspensive pentru ajutorul de stat dacă nu a fost notificat de către organismul menționat);

2) exercitățile puterii de către Consiliul Concurenței asupra autorizării ajutoarelor de stat vizează doua categorii de decizii:

a) decizii privind un ajutor. ... de stat sau modificarea unuia existent;

b) decizii privind ajutorul de stat existent

Deciziile Consiliului Concurenței pot reprezenta fie **autorizarea** de măsuri ce constituie ajutor de stat, fie **interzicerea** lor.

Pentru fiecare ajutor de stat legea prevede precizarea următoarelor elemente: a) scopul ajutorului; b) categoriile de beneficiari; c) pragurile valorice; d) condițiile cumulative; e) condițiile monitorizării.

Demnă de semnalat este și reacția mediului economic față de ajutoarele de stat. Dintre acestea menționăm:

1) poziționează e piață relevantă pe agentul economic beneficiar al ajutorului de stat (care astfel câștigă o poziție mai bună pe piață în raport cu alți concurenți);

2) distorsionează concurența în sensul că o influențează nefavorabil, în mod semnificativ.

Influența semnificativă presupune că efectele negative în planul concurenței sunt absorbite și supracompensate de efectele pozitive propagate pe planul general economic de genul: crearea de locuri de muncă; utilizarea eficientă a resurselor;

satisfacerea unor nevoi publice etc. Totodată folosirea sumelor transferate din fonduri publice nu trebuie să conducă la afectarea acordurilor internaționale.

Accesul la ajutoarele de stat trebuie condiționat de recuperarea pe alte căi, a sumelor transferate direct sau indirect către beneficiarii de ajutoare de stat, cu creșterea resurselor publice pe seama efectelor pozitive provocate și realizate prin însăși folosirea ajutoarelor de stat.

3. Exigențe stabilite de Uniunea Europeană în domeniul concurenței

Politica în domeniul concurenței în cadrul Uniunii Europene este ghidată de filozofii politice, frecvent combinate cu argumente economice.

Așadar regimul concurențial în UE trebuie înțeles în contextul mai amplu al altor dispoziții și politici ale Comunității Economice.

Concurența efectivă și potențială pe piața internă nu este influențată numai de politica în domeniul concurenței, ci și de regimul pieței interne (libera circulație, recunoaștere reciprocă, armonizare), precum și de impactul diverselor politici ale Comunității Economice (cum ar fi cele din domeniul comerțului, transportului, agriculturii, altor servicii, etc.).⁴ Diferitele politici pot fi complementare sau (parțial) substituibile între ele.

O politică comercială deschisă a CE poate fi considerată ca o formă foarte eficientă de politică în domeniul concurenței fiindcă expune firmele Uniunii Europene la presiuni concurențiale efective sau potențiale, chiar în cazurile în care altfel concurența în UE nu ar fi agresivă.

În 1998, **Jacquemin & Sapir** furnizau dovezi econometrice, arătând că expunerea externă avea tendința să producă o disciplină concurențială mai mare asupra firmelor UE decât concurența intra - UE (înainte de CE - 1992).

Astfel, în domeniul transporturilor, după ce liberalizarea prețurilor naționale în domeniu permite instituirea pieței interne în acest sector, o aplicare adecvată a politicii în domeniul concurenței poate reduce mult cerințele reglementare ale politicii comune în domeniu transporturilor. Astfel această politică se poate limita în mare parte la o minimă armonizare a anumitor cerințe esențiale (cum ar fi siguranța, compatibilitate etc.) și a aspectelor critice ale infrastructurii de transport. Cu cât este mai „completă” eliminarea barierelor pe piața internă, cu atât este mai mică probabilitatea ca politica în domeniul concurenței să trebuiască să intervină pentru a promova sau restabili concurența. Cu cât politicile CE sunt orientate mai mult spre piață, cu atât este mai mare amploarea și intensitatea concurenței efective și potențiale pe piața internă și cu atât este mai important rolul politicii CE în domeniul concurenței pentru a împiedica erodarea acestuia.

Acquis-ul comunitar în materia dreptului concurenței prevede reglementări referitoare la:

- 1) Acorduri restrictive, deciziile asociațiilor de întreprindere și practicile concertate;
- 2) Abuzul de poziție dominantă;
- 3) Fuziunile (concentrările);

⁴ Jacques Pelkwans, *Integrare europeană Metode și analiză economică*, Institutul European din România, **Tipărit** la Regia Autonomă Monitorul Oficial, București, 2003, pag. 227.

- 4) Ajutoarele de stat;
- 5) Întreprinderile publice și liberalizarea pieței.

În legătură cu primul aspect, un acord restrictiv reprezintă în viziunea UE, un acord între două sau mai multe societăți prin care părțile se obliga să adopte un anumit tip de comportament care să ocolească regulile și efectele unei concurențe libere pe piață. Aceste acorduri pot lua forma convențiilor, exprese sau tacite, bilaterale sau multilaterale. Acordul poate să consistă și într-un simplu angajament lipsit de efect obligatoriu sau într-o simplă aderare, clar exprimată, dar fără dorința de a se angaja juridic, la o strategie comercială. Datorită caracterului său anticoncurențial un asemenea acord nu este admis de UE.

UE consideră că este posibil ca deciziile luate de organul de conducere al unei asociații de întreprinderi (adunarea generală sau consiliul de administrație), în măsura în care obligă pe membrii săi să adopte un comportament colectiv anticoncurențial, să aibă acest efect (anticoncurențial). De aceea, o asemenea practică nu este acceptată de un organism european.

Practica concentrată se află pe o treaptă de intensitate mai scăzută decât acordul restrictiv implicând doar coordonarea dintre societățile comerciale. Această practică nu presupune în mod necesar o manifestare de voință, clar exprimată, ci mai degrabă o coordonare de fapt a strategiilor comerciale. Acest gen de comportament este foarte greu de dovedit și combătut.

În legătură cu cel de-al doilea mare aspect al concurenței în UE, *poziția dominantă* în viziune comunitară este situația în care o societate comercială dispune de o asemenea putere economică încât poate obstrucționa concurența pe piața pe care acționează. Ca urmare, potrivit art. 82 al Tratatului CE „orice abuz de poziție dominantă al uneia sau al mai multor întreprinderi în interiorul pieței interne sau într-un segment important al acesteia va fi interzis ca fiind incompatibil cu piața internă, atâta timp cât efectuează comerțul dintre statele membre.”

În legătură cu *fuziunile (concentrările)* UE, prin adoptarea Regulamentului nr. 4064/89 dispune că „este incompatibilă cu piața internă orice concentrare la nivel comunitar ce creează sau consolidează o poziție ca rezultat al căreia este afectată concurența efectivă pe piața internă sau pe o porțiune importantă a acesteia”. Se apreciază că suntem în prezența unei fuziuni sau a unei concentrări atunci când o societate obține controlul exclusiv asupra unei alteia sau asupra unei societăți pe care o controlează împreună cu o altă societate sau atunci când câteva societăți preiau controlul uneia existente ori creează o societate nouă.

O altă practică anticoncurențială o reprezintă *ajutorul de stat*. Potrivit art. 87 al Tratatului CE „va fi considerat incompatibil cu piața comună orice ajutor acordat de un stat membru sau din resursele de stat, sub orice formă, care distorsionează sau amenință să distorsioneze concurența, prin favorizarea anumitor întreprinderi sau producția anumitor bunuri, atâta timp cât afectează comerțul dintre statele membre”.

Cu privire la *întreprinderile publice* și la întreprinderile cărora statele membre le-au acordat drepturi speciale sau exclusive, Art. 86 alin 1 al Tratatului CE interzice statelor membre să legifereze sau să mențină în vigoare orice măsuri ce contravin regulilor Tratatului și, în particular, regulilor concurenței. Articolul invocat anterior prevede o serie de derogări de la regulile generale, cum este cazul întreprinderilor, cărora li s-a încredințat servicii de interes general (care fac subiectul regulilor concurenței, atâta timp cât aplicarea acestor reguli nu afectează îndeplinirea, de fapt sau de drept, a sarcinilor particulare ce le-au fost atribuite).

De la 1 mai 2004, o dată cu extinderea UE, a intrat în vigoare o nouă reformă a politicii concurenței din Uniunea Europeană. După aprecierea comisarului Mario Monti, este cea mai amplă reformă în sectorul concurenței, de la Tratatul de la Roma până în prezent. Mario Monti a conferențiat în ziua de 16 martie 2004 la organizația EBI (Europe Brussels International) pe tema „**Politica concurenței în UE – reforme și perspective**”. Fără îndoială, aderarea celor 10 noi state membre impunea o anumită „adaptare” a politicii concurenței. Elementul de bază al reformei este redistribuirea unor atribuții, dinspre Comisia Europeană spre autoritățile din statele membre. Din momentul aderării, un stat ca Polonia spre exemplu, nu mai poate constitui ținta acțiunilor de apărare comercială (antidumping, salvagardare) ale Comisiei Europene, pentru concurență neloială, în schimb aplică normele concurenței valabile pe piața internă unică. Societățile comerciale din UE au făcut lobby puternic la Comisia Europeană pentru a fi protejate de concurența statelor candidate la aderare, unde moștenirea sistemului economic centralizat permitea mai mult intervenția statului în economie, cu efecte distorsionante pe piață. De aceea Capitolul 6 de negocieri a trebuit să fie aplicat, spre deosebire de celelalte, „cu mult înainte de aderare”, pentru a demonstra capacitatea de respectare a normelor și a nu produce un șoc în momentul extinderii UE.

Politica de concurență fiind unul din motoarele de bază ale inovației, ea este adesea plasată în contextul **Strategiei Lisabona**. În ciuda întârzierilor înregistrate față de termenele inițiale, raportat la unele critici îndeosebi din partea comunității de afaceri, la Consiliul European de primăvară (25-26 martie) s-a constatat că europenii ar fi iresponsabili dacă ar renunța prematur la Agenda Lisabona.

Creșterea economică în Europa, element central al Strategiei Lisabona, este susținută de o politică modernă a concurenței, menită să creeze un cadru favorabil afirmării libere a operatorilor economici pe piața unică europeană și în plan global. Pentru prima dată, în perspectivele financiare pentru perioada 2007-2013, Comisia Europeană a semnalat intenția de a pune de acord bugetul comunitar cu obiectivele Strategiei Lisabona, conferind astfel coerență elementului **politic** cu cel **financiar** în atingerea țintelor fixate la orizontul anului 2010.

Politica de concurență conferă funcționalitatea piețelor libere, așa încât pentru cele 10 noi state membre devine esențială. Această politică există, nu pentru a pedepsi pe cei ce încalcă regulile pieței libere, ci pentru a facilita cele patru libertăți de mișcare pe piață, fără bariere artificiale și mai ales fără practici neloiale.

În esență, reforma politicii concurenței din UE, bazată pe propunerile Comisiei Europene acceptate de statele membre, are în vedere o descentralizare, o derulare „în rețea” a politicii concurenței. Puterea actuală, aproape monopolistă, a Comisiei Europene se va diminua în favoare autorităților naționale ale statelor membre. Recurgerea la rețeaua europeană de autorități naționale în materie de concurență va produce modificări fără precedent în planul UE.⁵

4. Direcții de acțiune pentru România pentru conectarea concurenței la exigențele în domeniu din Uniunea Europeană

România se află într-un proces avansat de adoptate a acquis-ului în domeniul concurenței. Astfel au fost adoptate pe lângă Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 121/2003, care a modificat Legea concurenței nr. 21/1996 și Legea nr. 143 / 1999 privind ajutoarele de stat și alte acte normative, între care sunt de menționat următoarele:

⁵ dr. Radu Șerban, *Concurența: reguli europene în schimbare, cu efecte transatlantice*, Revista „Tribuna economică”, nr. 22/2004, pag. 74-75

- Legea nr.134 /2000 privind parcurile industriale;
- Regulamentul Consiliului Concurenței privind aplicarea art. 5, alin (2) din legea concurenței privind concurența în cazul înțelegerilor verticale;
- Regulamentul Consiliului Concurenței privind acordarea exceptării acordurilor de cercetare-dezvoltare de la interdicția prevăzută de art.5, alin (1) din legea concurenței;
- Regulamentul Consiliului Concurenței privind acordarea exceptării acordurilor de specializare de la interdicția prevăzută de art. 5, alin (1) din legea concurenței;
- Instrucțiunile privind aplicarea art. 5 din legea concurenței în cazul înțelegerilor verticale;
- Instrucțiunile privind aplicarea art. 5 din legea concurenței în cazul acordurilor de cooperare pe orizontală.

De altfel reglementarea românească a concurenței este axată, ca și reglementările europene în domeniu, pe următoarele aspecte majore și anume:

- 1) acordurile restrictive, deciziile asociațiilor de întreprinderi și practicile concentrate;
- 2) ajutoarele de stat;
- 3) regimul parcurilor industriale;
- 4) facilitățile acordate zonelor defavorizate.

Regulamentul privind autorizarea concentrărilor economice aduce noutăți din perspectiva preluării acquis-ului în materie, respectiv instituirea formei simplificate a notificării operațiunilor care reprezintă, în accepțiunea Legii concurenței, concentrare economică și introducerea și definirea restricțiilor direct legate și necesare implementării concentrărilor economice, sub forma unor capitole noi.

Noile prevederi erau necesare pentru armonizarea legislației referitoare la concentrări economice, legislației care urmărește să dea posibilitatea agenților economici ce intenționează să realizeze asemenea operațiuni să fie în măsură să aprecieze cu propriile resurse implicațiile unei concentrări economice, precum și să cunoască drepturile și obligațiile pe care le au în asemenea situație.

Referitor la înțelegerile verticale realizate între agenții economici sau asociațiile de agenți economici, interzise de Legea concurenței prin art. 5 alin. (1), a fost elaborat Regulamentul privind aplicarea art. 5 alin. (2) din Legea concurenței în cazul înțelegerilor verticale din sectorul autovehiculelor, act ce transpune legislația comunitară în materie.

Prin această activitate legislativă Consiliul Concurenței s-a armonizat cu acquis-ul comunitar, această legislație fiind de imediată aplicare, după cum este cunoscut faptul că legislația în domeniul concurenței este singura care trebuie armonizată și aplicată mai înainte de data aderării României la UE.

În același context, legislația existentă referitoare la înțelegerile verticale, care se referă la acte sectoare decât cel al autovehiculelor, a fost revizuită în conformitate cu ultimele modificări aduse de actul modificator al Legii concurenței, care a fost rezultatul necesar al armonizării întregii legislații, principale și secundare, cu legislația comunitară.

Orice încălcare a reglementărilor existente este aspru pedepsită în legislația românească, legislație armonizată în totalitate cu legislația comunitară.

În acest sens, trebuie precizat că amenda maximă aplicabilă este de 10% din cifra de afaceri a fiecăruia dintre agenții economici participanți la practica anticoncurențială.

În cazul contravențiilor considerate mai puțin grave, cum ar fi omisiunea notificării unei concentrări economice, furnizarea informațiilor solicitate de

Consiliu într-o formă incompletă sau inexactă sau nefurnizarea lor, refuzul de a se supune unei inspecții, amenda aplicabilă poate ajunge la 1% din cifra de afaceri totală din anul financiar anterior sancționării.

Se pot aplica amenzi cominatorii pentru a determina un agent economic să respecte prevederile legii, să îndeplinească măsurile și condițiile impuse prin decizie sau să se supună inspecțiilor impuse.⁶

România va continua procesul de armonizare a legislației și practicii în domeniul concurenței pe măsură ce se apropie tot mai mult de anul 2007, care este considerat la momentul actual, de organismele europene abilitate ca moment al admiterii țării noastre ca membră cu drepturi depline în UE.

În privința armonizării legislației și practicii în domeniul concurenței, pentru România ca priorități pe termen scurt se situează pe:

a) întărirea capacității administrative a autorităților în domeniul concurenței și al controlului ajutorului de stat pentru asigurarea unui mediu concurențial capabil să facă față forțelor pieței interne unice;

b) pregătirea intensivă a personalului de specialitate;

c) completarea cadrului legislativ și asigurarea unei aplicări efective a legislației și a politicilor în domeniul concurenței și ajutorului de stat;

d) completarea cadrului legislativ în domeniul concurenței, prin adoptarea Regulamentului privind aplicarea regulilor de concurență în domeniul transporturilor;

e) continuarea procesului de armonizare legislativă în domeniul ajutoarelor de stat prin adoptarea regulamentelor privind ajutoare pentru societăți comerciale din zone defavorizate, ajutoare sub formă de garanții, ajutoare pentru ocuparea forței de muncă, ajutor regional pentru proiecte mari de investiții;

f) creșterea gradului de conștientizare a publicului, a comunității oamenilor de afaceri, a instituțiilor publice cu privire la importanța aplicării politicii concurenței.

Ca priorități pe termen mediu în acest domeniu pentru România figurează:

a) evaluarea eficienței activității autorităților de concurență, a structurii interne a acestora și urmărirea permanentă a promovării de acțiuni în direcția îmbunătățirii capacității administrative a Consiliului Concurenței și Oficiului Concurenței;

b) asigurarea cu personal conform organigramelor aprobate de cele două instituții.⁷

Aceste măsuri și altele care vor decurge din evoluția economiei reale din România, vor determina agenții economice interni să se supună unor reguli ale jocului concurenței foarte severe, care le solicită seriozitate, competitivitate, flexibilitate și orientare spre viitor.

⁶ Stere Gioga, *Legislația în domeniul concurenței este armonizată cu acquis-ul comunitar*, în revista „Tribuna economică”, nr. 19/2004, pag 14-15

⁷ *Politica în domeniul concurenței*, Uniunea Europeană. Program finanțat de PHARE, Centru de Resurse **Juridice**, în cadrul proiectului „Campania de informare a funcționarilor publici privind conținutul acquis-ului comunitar”, București, 2002, pag. 9-40

STANDARDIZAREA ȘI CERTIFICAREA PRODUSELOR ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

Luminița ȘERBULESCU

Conf. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Privind în perspectiva aderării țării noastre la Uniunea Europeană și analizând necesitatea armonizării standardelor, reglementărilor și normativelor noastre la cerințele specificate în directivele europene, se poate spune că certificarea calității produselor și acreditarea organismelor de încercări de către terțe organisme abilitate în acest sens, tinde să devină unul din factorii cheie ai schimburilor comerciale.

În contextul competitivității produselor la nivel european, în cazul căruia se preconizează eliminarea barierelor tehnice din calea schimburilor, certificarea calității produselor și acreditarea laboratoarelor de încercări vor juca un rol important în asigurarea sănătății, securității, vieții oamenilor, precum și în ceea ce privește protecția mediului înconjurător.

Abstract

Product Standardisation and Certification in the European Union

Taking into account the perspective of our country's accession to the European Union and analysing the necessity of standards regulation and norms harmonization with the requirements specified by the European directives, we may say that the products quality warrant and the testing authorities accreditation by the third party testing authorities that are authorized in this field, tends to become one of the key factors of commercial exchange.

In the context of the European level products competitiveness, in which case the elimination of the technical barriers and the testing laboratories accreditation that will play an important role in health, security, people's lives as well as the environment protection insurance is predicted.

Cadrul conceptual și obiectivele standardizării

Dezvoltarea fără precedent a tehnicii, a schimburilor comerciale, a cooperării internaționale, a impus stabilirea unor reguli în domeniul producției de bunuri materiale în scopul punerii de acord a unor elemente tehnice care apar în relațiile dintre furnizori și beneficiari.

În acest scop, au fost elaborate documente tehnice cu caracter normativ denumite standarde, iar activitatea de elaborare și de aplicare a acestora se numește standardizare.

Standardele și standardizarea, constituie astăzi o dimensiune de loc neglijabilă a noii ordini mondiale, impusă pe de o parte, de expansiunea economică pe plan mondial, iar pe de altă parte de tendințele integraționiste și de liberalizare a circulației mărfurilor în noua piață a Uniunii Europene.

Standardizarea a devenit un parametru esențial al competitivității și al dezvoltării, conducând la cel mai bun compromis între interesul tehnic și interesul economic, pe calea cea mai democratică și anume prin consens.

Standardul cunoaște diferite definiții, printre care semnalăm:

⇒ *Definiția internațională* (Ghidul ISO/CEI 2:1996): standardul este un **document** stabilit prin consens și aprobat de un organism recunoscut care furnizează pentru folosință comună și repetată reguli, linii directoare sau caracteristici pentru activități sau rezultate, garantând un nivel optim pentru comunitate în ansamblul său.

⇒ *Definiția comunitară* (Directivele 83/189): Standardul este o **specificație tehnică** aprobată de un organism de standardizare recunoscut, utilizată pentru aplicări repetate sau continue a cărei respectare nu este obligatorie. Specificația tehnică reprezintă o specificație inclusă într-un document care menționează caracteristicile cerute unui produs cum ar fi nivelul de calitate, performanțele, securitatea sau dimensiunile, inclusiv cerințele aplicabile produsului în ceea ce privește terminologia, simbolurile, încercările și metodele de încercare, ambalarea, marcajul și etichetarea.

⇒ *Definiția română* (Legea nr. 11/1994): Standardul este un **document** stabilit prin consens și aprobat de un organism recunoscut, care prevede pentru utilizări comune și repetate reguli, prescripții și caracteristici referitoare la activități sau rezultatele acestora în scopul obținerii unui grad optim de ordine într-un context dat.

La nivel internațional, regional și național, standardele stabilesc condițiile pentru securitatea produselor și proceselor, reprezentând un instrument de maximă eficiență pentru răspândirea cunoștințelor și a experienței tehnologice.

Obiectivele generale ale standardizării sunt:

- *Asigurarea și ridicarea calității produselor și serviciilor, în corelație cu protecția consumatorului și a mediului înconjurător;*
- *Raționalizarea economică;*
- *Facilitarea schimburilor de mărfuri și informații tehnico-științifice pe piața internă și internațională.*

Realizarea acestor obiective este posibilă întrucât standardizarea participă prin mijloacele sale specifice la:

- Stabilirea de parametri tehnico-funcționali și de metode de verificare în concordanță cu prevederile din documentele internaționale de standardizare și cu cerințele dezvoltării activității de comerț și cooperare economică și tehnică internațională;

- Valorificarea superioară a resurselor materiale și energetice prin ridicarea performanțelor aparatelor, mașinilor, utilajelor și instalațiilor tehnologice, ale tuturor produselor;

- Perfecționarea activității de proiectare a produselor, de recepție a acestora și promovarea largă a progresului tehnico-științific.

Tipologia standardelor

Clasificarea standardelor se poate realiza ținându-se seama de cele trei dimensiuni ale standardizării și anume: subiect, nivel de aplicare, conținut.

Din punct de vedere al **subiectului** standardizarea abordează practic toate domeniile activității umane și anume: industria, comerțul, construcțiile, agricultura, transporturile etc.

După **nivelul de aplicare** și organismele care le elaborează, există standarde internaționale, europene, regionale, naționale, profesionale și de firmă.

- *Standardele internaționale*, sunt elaborate de următoarele organizații internaționale:
 - **ISO** – Organizația Internațională de Standardizare;
 - **CEI** – Comisia Electrotehnică Internațională;
 - **UIT** - Uniunea Internațională de Telecomunicații.
- *Standardele europene*, sunt elaborate de Comunitatea Economică Europeană:
 - **CEN** – Comitetul European pentru Standardizare;
 - **CENELEC** - Comitetul European de Standardizare în Electrotehnică;
 - **ETSI** - Institutul European de Standardizare în Telecomunicații.
- *Standardele naționale*, sunt elaborate de organismele naționale cu atribuții în domeniul standardizării:
 - **ASRO** – Asociația de Standardizare din România;
 - **AFNOR** – Association Francaise de Normalisation;
 - **DIN** – Deutsches Institut fur Normung;
 - **UNI** – Ente Nazionale Italiano di Unificazione;
 - **IBN** – Institute Belge de Normalisation;
 - **ANSI** – American National Standards Institute;
 - **JISC** – Japanese Industrial Standards Committee.

- *Standardele profesionale*, sunt elaborate de organizații profesionale legal constituite;
- *Standardele de firmă*, sunt elaborate de societăți comerciale, regii autonome, sau alte persoane juridice.

După **conținutul** lor potrivit Ghidului ISO/CEI standardele se clasifică astfel:

- *Standarde generale*, conțin prevederi generale aplicabile în anumite domenii;
- *Standarde de terminologie*, stabilesc termenii utilizați într-un anumit domeniu, cât și definiția lor;
- *Standarde de produse*, specifică exigențele pe care trebuie să le satisfacă produsele;
- *Standarde de procedee*, specifică cerințele pe care trebuie să le satisfacă procedeele;
- *Standarde de servicii*, specifică cerințele referitoare la servicii.

În domeniul agro-alimentar clasificarea standardelor este diferită, ținându-se cont de problemele specifice acestui sector:

- *Standarde de specificații pentru produse*, precizează structura produselor, terminologia, caracteristicile organoleptice, fizico-chimice, microbiologice și dacă este cazul unele reguli de fabricație;
- *Standarde de mediu înconjurător al produsului*, se referă la condițiile de ambalare, depozitare, transport, conservare, de igienă și securitate a materialelor destinate domeniului ago-alimentar, controlul proceselor sau ingredientelor;
- *Standarde de metode de analiză și încercări*, se referă la analiza senzorială, analize fizico-chimice, microbiologice etc.

Noua abordare europeană în problema standardizării

Eliminarea obstacolelor tehnice din calea schimburilor comerciale, precum și asigurarea protecției consumatorilor, au fost recunoscute la cel mai înalt nivel politic al Uniunii Europene ca o sarcină prioritară a programului destinat să realizeze o piață fără obstacole și anume piața unică europeană.

Nucleul acestei politici îl constituie „Noua abordare” (New Approach) care se referă la strategia europeană de armonizare tehnică și standardizare, devenind baza legislației tehnice comunitare.

Noua abordare este o sumă de directive care impun respectarea unor proceduri tehnice identice pentru întreaga Uniune Europeană denumite „**cerințe esențiale**” și prevăzute prin standarde europene.

Obiectivele urmărite prin „Noua abordare” sunt:

– îmbunătățirea competitivității internaționale a produselor realizate de către industria europeană;

– eliminarea barierei tehnice, îndeosebi din calea comerțului european. În toate directivele noi abordări se regăsesc următoarele elemente de baza:

– definiția domeniului și momentului obiectiv de aplicare, precum și a reglementărilor pentru perioada de tranziție;

– obligația statelor membre de a nu obstrucționa sau interzice punerea în circulație a produselor care îndeplinesc condițiile directivelor (așa-numita clauză a liberei circulații);

– cerințele esențiale referitoare la securitate sau alte condiții, pe care trebuie să le îndeplinească produsele la punerea lor în circulație;

– prezumția de conformitate cu cerințele esențiale pentru produsele fabricate conform standardelor armonizate;

– procedura pentru asigurarea conformității produselor fabricate cu cerințele esențiale (certificare);

– prevederile referitoare la marcajul CE;

– procedura comunitară inițiată în cazul în care un stat membru ia măsuri față de un produs (așa-numita procedură a clauzei de protecție);

– condițiile minime cu privire la organisme desemnate de către statele membre pentru îndeplinirea sarcinilor din cadrul directivei, referitoare la certificare.

Directivele își definesc domeniile de aplicare în mod predominant în funcție de produs. Definiția produselor este formulată deliberat în mod general și cuprinzător, pentru a include pe cât posibil multe produse și pentru a permite astfel participarea la libera circulație.

Momentul de aplicare este stabilit în directive, de cele mai multe ori în mod concret, pentru o anumită dată. De regulă, după momentul primei aplicări a directivei este prevăzută o fază de tranziție, în care legislația armonizată coexistă cu cea națională. De la un anumit moment, stabilit în directivă, pot fi puse în circulație numai produsele care îndeplinesc cerințele acesteia.

Toate directivele se referă la obligația statelor membre de a nu obstrucționa sau limita punerea în circulație și introducerea în exploatare a produselor care corespund cerințelor directivei. În acest caz, este vorba de obiectivul legislativ propriu-zis al directivei – stabilirea liberei circulații a mărfurilor. Într-adevăr, este neclar cât de departe merge această obligație. Este însă limpede că punerea în circulație a produsului, ceea ce presupune transmiterea sa de la producător în

comerț și chiar în cadrul lanțului comercial, nu trebuie să fie restrânsă. Aceasta libertate a circulației mărfurilor se referă însă numai la produs. Statul membru poate pe deplin să impună condiții suplimentare pentru comercializare, condiții care totuși pot să nu se refere la produs.

Cerințele esențiale trebuie să descrie exact ce condiții trebuie să îndeplinească un produs, pentru ca evaluarea și certificarea acestuia să poată fi efectuate fără alte specificații tehnice.

În cazul produselor care corespund standardelor armonizate acționează prezumția de conformitate cu cerințele esențiale. De aceea, se recomandă să se verifice în permanență dacă există standarde armonizate pentru produs.

Directivile prevăd una sau mai multe proceduri de evaluare a conformității sau oferă alternative pentru evaluarea acesteia. Prin aceste proceduri se aduce dovada respectării cerințelor directivelor.

Directivile prevăd în mod obligatoriu marcajul „CE” care exprimă faptul că produsul îndeplinește cerințele directivei respective.

În cazul în care un stat membru al UE constată că un produs nu îndeplinește cerințele directivei, ia măsurile necesare pentru a restrânge sau interzice punerea în circulație a produsului sau pentru a-i retrage de pe piață și informează Comisia în mod detaliat în legătură cu motivele care au determinat această acțiune. Procedura clauzei referitoare la protecție se aplică exclusiv produselor marcate „CE”.

Organismele desemnate de statele membre pentru activități de certificare trebuie să îndeplinească anumite condiții minime, care sunt stabilite într-o anexă a directivei. Statul are însă libertatea de a stabili condiții superioare. Statul care notifică își asumă o obligație de supraveghere. El trebuie să controleze respectarea criteriilor de către organism și să retragă comunicarea, în cazul în care condițiile nu sunt îndeplinite. De aceea, organismele notificate pot fi comunicate numai pe teritoriul național. Cerințele esențiale pentru notificare sunt competența tehnică și neutralitatea necesară. Din acest motiv pot fi prevăzute, în principiu, pentru activități de certificare, numai organisme independente.

„Noua abordare” se bazează pe patru principii, și anume:

- Armonizarea legislativă a statelor membre, în vederea eliminării barierelor tehnice din calea comerțului. Aceasta se realizează prin adoptarea de către Consiliul UE a unor directive care reglementează exclusiv cerințele esențiale pe care trebuie să le satisfacă produsele pentru a beneficia de libera circulație în întreaga UE.

De regulă, cerințele esențiale se referă la securitate, protecția sănătății, a mediului sau a consumatorului și pot fi clasificate în funcție de produs sau de gradul de pericolozitate. Limitarea la cerințele esențiale facilitează încadrarea într-o singură directivă a unor multiple domenii de produse.

- Organismelor europene de standardizare le este încredințată sarcina de a concretiza cerințele esențiale ale directivelor prin specificații tehnice detaliate și armonizate. Succesul final al „Noii abordări” și utilizarea standardelor europene la nivelul politicii piețelor publice depind în mare măsură de activitatea organismelor europene de standardizare, respectiv CEN, CENELEC și ETSI.

Standardele europene armonizate trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții:

- să fie elaborate în baza unui mandat al Consiliului UE sau AELS;

– să fie publicate în Buletinul Oficial al UE, acțiune care confirmă adoptarea sau recomandarea de către Comisie;

– să acopere game sau domenii de produse. Această îmbinare dintre Directive și Standardele europene constituie instrumentul cel mai eficient pentru înlăturarea barierelor tehnice din calea comerțului european.

Pentru a preîntâmpina elaborarea de către statele membre ale UE sau AELS a unor standarde naționale care ar putea avea un impact negativ asupra pieței europene deschise, asupra circulației libere a produselor, acestea sunt obligate să informeze Comisia și organismele de standardizare ale celorlalte state membre, asupra temelor noi pe care intenționează să le includă în programul național de standardizare (conform Directivelor comunitare 83/189, 88/182 și 94/10). În acest fel se dă ocazia partenerilor să ia atitudine în scopul evitării creării de noi obstacole.

- Standardul european introduce prezumția legală de conformitate. În acest sens, un produs care este conform cu un standard european, este menit, sub incidența directivelor „Noii abordări” să fie conform cu cerințele esențiale obligatorii. Totuși, producătorul poate alege și alte soluții tehnice, dar i se va cere să dovedească conformitatea cu acestea.

Proiectarea și executarea produselor conform standardelor armonizate este în permanență un avantaj în ceea ce privește aducerea dovezilor. Aplicarea acestora poate avea un efect facilitant și în domeniul procedurilor de evaluare a conformității.

Rolul standardelor europene

În ceea ce privește produsele, cerințele esențiale sunt concretizate prin intermediul standardelor europene. Standardul are rolul de a crea un cadru orientativ pentru interpretarea cerințelor esențiale în cazuri concrete de aplicare. Însă, respectarea acestuia nu este obligatorie. În cazul unui produs care răspunde standardelor europene se recunoaște că cerințele esențiale ale directivei sunt respectate. Aducerea dovezilor nu apare odată cu conformitatea cu orice standard european, ci numai cu „standardele armonizate” care au fost elaborate în baza unui mandat al Comisiei Europene. Comisia Europeană a acordat multe mii de mandate pentru elaborarea de standarde care servesc în mare parte susținerii directivelor „Noii abordări”. După definitivarea standardelor, Comisia Europeană verifică respectarea mandatului. Organizațiile de standardizare au prevăzut și o procedură internă pentru verificarea cerințelor esențiale.

Ținând seama de orientările Comisiei și de proiectele de acorduri profesionale, standardele europene sau standardele armonizate joacă un rol esențial, variabil însă în funcție de natura sectoarelor astfel:

- În unele cazuri, limitate fără îndoială, dar reale, standardele europene joacă, în absența directivelor și a reglementării, rolul unui sistem regulator, în mod opțional, dar eficient. Aceasta se întâmplă în primul rând când un acord dintre organizațiile profesionale europene este suficient de solid pentru a permite acest rol, sau când, contrar cerinței exprimate de profesioniști, din rațiuni de principiu sau de practică, o directivă europeană nu pare să poată fi elaborată într-un termen rezonabil.

- În alte cazuri, atunci când există directive sau recomandări, standardele europene pot interveni, cu titlu complementar, pentru a aduce precizări indispensabile. Chiar și atunci se pot distinge mai multe posibilități:
 - când directivele de produs (directive verticale) sunt incomplete, în standarde incluzându-se specificații complementare;
 - când directivele prevăd exigențe esențiale, fie de securitate, fie de calitate, redând standardelor sarcina de a preciza conținutul acestor exigențe;
 - când Comisia optează să nu publice o directivă sau un regulament, ci să adopte o simplă recomandare, lăsând statelor membre preocuparea de a merge mai departe și, ca urmare, un standard european poate propune, în acest caz, o descriere detaliată a produselor ce fac obiectul acestei recomandări.

Cadrul conceptual al certificării și acreditării

Datorită diversificării rapide a produselor, precum și apariției unui mare număr de produse noi, în afara certificatului de calitate și a certificatului de garanție oferit de producător, a apărut necesitatea utilizării unor noi practici privind conformitatea calității produselor, practici care să ducă la creșterea încrederii dintre agenții comerciali din diferite țări, precum și a încrederii consumatorului privind calitatea produselor pe care le achiziționează.

Noile practici ce pot garanta utilizatorului calitatea produselor achiziționate au impus apariția sistemului de certificare a produselor, serviciilor și personalului privind calitatea acestora, precum și acreditarea laboratoarelor în cadrul cărora se efectuează încercările, măsurătorile, probele necesare certificării.

Certificarea, în conformitate cu definiția adoptată de Organizația Europeană pentru Calitate (EOQ), reprezintă procedura și activitățile efectuate de un organism de certificare autorizat privind analiza, verificarea și confirmarea scrisă a calității produselor, serviciilor sau proceselor în concordanță cu specificațiile (reglementările specifice).

Normele europene dau o definiție relativ asemănătoare, respectiv prin *certificarea conformității* se înțelege „acțiunea unei terțe părți care dovedește existența încrederii adecvate că un produs, proces sau serviciu corespunzător identificat este în conformitate cu un standard sau un alt document normativ”.

Prin urmare, în plan conceptual, termenul de certificare cuprinde toate procedurile prin care un terț dă asigurarea că o entitate este conformă condițiilor specificate.

Certificarea este o formă specifică a asigurării conformității, prin care un organism neutru, numit organism de certificare, stabilește în permanență conformitatea produsului, procesului sau serviciului în condițiile menționate anterior, sub forma unei dovezi scrise, respectiv un certificat de conformitate.

Se disting trei tipuri de certificare:

- **Certificare de produse** sau de servicii, care atestă că proprietățile unui bun sau a unei prestații sunt conforme cu specificațiile tehnice, adesea standardizate;
- **Certificarea întreprinderii** (certificarea de sistem), care atestă conformitatea sistemului de asigurare a calității unei întreprinderi sau a unei părți dintr-o întreprindere cu un standard din seria ISO 9000, fiind un argument pentru furnizor și o referință pentru clienți;
- **Certificarea personalului**, care atestă competența profesioniștilor față de criteriile prestabilite.

Concepția europeană cu privire la evaluarea și certificarea conformității produselor

Diversitatea reglementărilor naționale, standardizarea și procedurile de atestare a conformității au adesea ca efect, în majoritatea țărilor, dacă nu imposibilitatea realizării importurilor, cel puțin creșteri importante ale cheltuielilor. În realitate, pentru a-și comercializa produsele în străinătate, întreprinderile sunt obligate să-și adapteze produsele la cerințele fiecărei țări și să le supună procedurii de control și de certificare specifice țării importatoare. Pe de altă parte, această situație vine în contradicție cu unul din cele patru obiective ale politicii Uniunii Europene, respectiv libera circulație a mărfurilor. În scopul eliminării obstacolelor tehnice din calea schimburilor comerciale de pe piața comunitară, au fost inițiate o serie de măsuri privind perfecționarea legislației, mecanismelor și procedurilor în materie de standardizare și de asigurare a calității.

În acest context, în Uniunea Europeană a fost elaborată o nouă politică privind certificarea conformității produselor, atât în domeniul reglementat cât și în cel nereglementat.

Principii directe de evaluare a conformității produselor

La baza evaluării conformității produselor stau următoarele principii directe:

- Procedurile de certificare se vor elabora pe baza modulelor-standard, aprobate de Consiliul UE prin Hotărârea nr. 90/683/CEE numită și „Abordarea globală a evaluării conformității”. Fiecare procedură europeană conține și procedura de certificare (combinații de module) a conformității cu cerințele esențiale și dă autorizare producătorului să aplice marca „CE”.

- Generalizarea utilizării familiilor de standarde ISO 9000.

- Încurajarea acordurilor de recunoaștere reciprocă a încercărilor și certificării în domeniul nereglementat, care se îngustează tot mai mult o dată cu adoptarea de noi și noi directive europene.

- Promovarea relațiilor UE cu țări din afară, prin stabilirea de acorduri de recunoaștere reciprocă a programului de cooperare și asistență tehnică. Caracterul global al acestei concepții este dat de abordarea atât a elementelor instituționale ale calității (standardizare, certificare, metrologie) cât și a managementului și asigurării calității organizațiilor.

- În domeniul reglementat – familiile de produse pentru care există deja directive europene – certificarea conformității cu cerințele esențiale definite în directive este obligatorie. Statele membre UE notifică Uniunii, organismele naționale pentru certificarea conformității pe directivă și modul (metodă). UE menține lista acestor organisme. Rezultatele evaluării conformității date de unul din organismele notificate sunt recunoscute în toate statele membre UE, cu excepția cazurilor în care există bănuiala că produsul a fost încercat incorect.

- Certificarea sistemului calității producătorului, conform procedurilor de certificare date în directivele aplicabile, tinde să devină un element cheie în certificarea conformității produsului respectiv cu cerințele directivei. Acesta este cazul unor grupe de produse ca: dispozitive medicale, produse pentru construcții, echipamente de securitate industrială, echipament terminal de telecomunicații sau aparate care funcționează cu gaze.

- În domeniul produselor nereglementate – unde nu există directive obligatorii și, deci, nici certificarea nu este obligatorie – există o tot mai mare presiune, din partea statului și a consumatorilor, pentru ca producătorii să solicite certificarea voluntară a sistemului calității.

Concepția modulară privind procedurile de certificare a produselor în Uniunea Europeană

Noua abordare în domeniul armonizării tehnice și al standardizării s-a ocupat numai la modul general de problema examinării sistematice (evaluarea conformității) și confirmării (certificării) concordanței unui produs cu cerințele esențiale, respectiv cu standardele armonizate. Noua abordare a fost însă completată cu „Abordarea globală” pentru încercare și certificare, care cuprinde punctele esențiale referitoare la **evaluarea conformității**.

Conform noii abordări, pe lângă cerințele esențiale în corelație cu standardele armonizate, evaluarea conformității constituie un al doilea element cheie al obiectivelor. Problema cea mai importantă a „Abordării globale” este ca prin intermediul unei evaluări unitare a conformității să se urmărească menținerea încrederii reciproce între statele membre în ceea ce privește aplicarea similară a legislației referitoare la directive.

„Abordarea globală” este concepută de către Consiliul CE sub forma a două hotărâri: Hotărârea Consiliului referitoare la o abordare globală pentru evaluarea conformității și Hotărârea Consiliului referitoare la modulele utilizate în directivele tehnice de armonizare pentru diferite etape ale procedurilor de evaluare a conformității.

„Abordarea globală” are ca scop o estimare vastă și se ocupă de problemele **acreditării, certificării și tehnicii încercării**, într-o formă generală.

Obiectivul de bază al „Abordării globale” este acela de a crea, pe baze comune, încrederea în activitatea producătorului, dar în special în organismele de certificare angrenate de acestea și în organismele de acreditare.

Această abordare urmărește să creeze condițiile necesare pentru funcționarea, pe baza recunoașterii reciproce, a verificării conformității atât în domeniul reglementat cât și în cel nereglementat. Conceptul cuprinde, așa cum arată și numele, directivele pentru politica europeană din sfera evaluării conformității, care se bazează pe următoarele:

- introducerea de module pentru fazele individuale ale procedurilor de evaluare a conformității, dar și criteriile pentru aplicarea lor;
- desemnarea și înregistrarea organismelor responsabile pentru aceste proceduri;
- marcarea cu sigla „CE” a produselor;
- aplicarea generală a standardelor europene de asigurarea calității (ISO 9000) și a cerințelor pentru laboratoarele de încercări, organisme de certificare și organisme de acreditare ;
- stabilire de criterii de acreditare și folosirea încercărilor comparative;
- recunoașterea reciprocă a certificărilor și încercărilor, certificatul corespunzător având valabilitate pentru întreaga Comunitate Europeană.

„Abordarea globală” contribuie la eliminarea barierelor tehnice din calea comerțului și constituie un factor important în promovarea calității.

În domeniul certificării produselor există numeroase proceduri posibile, foarte diferite de la un organism la altul sau de la o țară la alta, situație ce îngreunează accesul real pe piața comunitară.

Ca urmare, pentru a demonstra conformitatea cu „cerințele esențiale”, Consiliul Comunității Europene a adoptat Decizia nr. 93/645 care reprezintă un procedeu gradat într-o „concepție modulară”, prin care pot fi încercate și certificate produse, atât din punct de vedere tehnic, cât și al securității.

Potrivit acestei „concepții modulare” procedurile de evaluare a conformității produselor sunt împărțite pe mai multe „module”, rațiunea și scopul acestor „module” fiind acela de a confirma concordanța produselor cu directivele corespunzătoare, începând cu declarația producătorului și ținând seama de gradul de pericolozitate al produselor.

Implementarea acestor proceduri presupune existența unor organisme independente de inspecție/încercări și de certificare, care să fie agreeate, sau „notificate” ca organisme oficiale în cadrul statelor membre, prin supervizarea lor de către un organism național de acreditare.

Hotărârea Consiliului referitoare la modulele utilizate în directivele tehnice de armonizare se adresează, în special, legiuitorului european. Hotărârea menționează opt **module de certificare**, din care legiuitorul european poate selecționa și combina pentru directive elemente de certificare. În acest scop, s-au stabilit linii directoare după care trebuie să se desfășoare această selecționare. Principiul este că trebuie să fie evitate sarcinile exagerate pentru producător. Pe lângă aceasta, producătorului trebuie să i se pună la dispoziție, pe cât posibil, diverse proceduri pentru selecționare, considerate echivalente de către legiuitor.

În conformitate cu această „concepție modulară”, pentru evaluarea conformității produselor se pot utiliza cele opt module, codificate cu litere de la A.....H, care diferă în funcție de: stadiul dezvoltării produsului, tipul de evaluare care trebuie efectuat și responsabilul evaluării. Modulele A, G și H pot fi utilizate de sine stătător, modulul C cu modulul B, iar modulele D, E și F separat sau împreună cu modulul B.

Aceste module prezintă obligațiile care revin producătorului și organismelor abilitate în domeniul încercărilor și certificării, în procesul evaluării conformității produselor cu cerințele esențiale din directivele „Noua abordare”.

Fiecare reglementare tehnică care transpune o directivă din „Noua abordare” descrie conținutul posibililor proceduri de evaluare a conformității, care sunt considerate că asigură un nivel necesar de protecție. Reglementările tehnice definesc și criteriile care stau la baza deciziei producătorului de a alege procedura de evaluare a conformității, în cazul în care există mai multe opțiuni.

Procedurile de evaluare a conformității trebuie să asigure suficientă încredere cu privire la conformitatea produselor în raport cu cerințele esențiale.

Decizia nr. 93/465 privind modulele de evaluare a conformității a fost transpusă în legislația din România prin H.G. nr. 71/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice privind stabilirea procedurilor ce se utilizează în procesul de evaluare a conformității produselor din domeniile reglementate, prevăzute în legea nr. 608/2001 privind evaluarea conformității produselor, și a regulilor de aplicare și utilizare a marcatului național de conformitate CS.

Modulele de evaluare a conformității sunt prezentate în tabelul 1:

Modulele de evaluare a conformității

Modulul	Denumirea modulului	Conținutul
A	Controlul intern al producției	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul stabilește documentația de proiectare, fabricație și funcționare a produsului, documentație care este ținută la dispoziția autorităților publice pentru inspecție o perioadă de timp specificată; • producătorul asigură și declară conformitatea produselor în cauză cu cerințele directivei aplicabile; • producătorul aplică marca „CE” pe fiecare produs și emite o declarație de conformitate; • nu necesită intervenția unui organism desemnat (notificat).
B	Examinarea CE de tip	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul prezintă organismului notificat cererea de examinare CE de tip însoțită de documentația tehnică și de produsul respectiv, reprezentativ pentru producția luată în considerare; • organismul notificat evaluează conformitatea cu cerințele esențiale, efectuează, după caz, încercări și eliberează certificatul „CE de tip”.
C	Conformitatea cu tipul	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul asigură și declară că produsele în cauză sunt conforme cu tipul descris în „certificatul de examinare CE de tip” și satisface cerințele directivei de referință; • producătorul emite o declarație de conformitate și aplică marca „CE” pe fiecare produs; • producătorul va lua toate măsurile necesare pentru ca procesul de fabricație să asigure conformitatea produselor cu tipul descris în certificat și cu cerințele prevăzute de directivă; • nu implică intervenția unui organism notificat.
D	Asigurarea calității producției	<ul style="list-style-type: none"> • fabricantul implementează un sistem al calității, aprobat pentru producție și încercări, conform standardelor ISO 900; • fabricantul declară că produsele în cauză sunt conforme cu tipul descris în certificatul menționat și satisfac cerințele directivei de referință; • fabricantul emite o declarație de conformitate și se aplică „marca CE” pe toate produsele.
E	Asigurarea calității produselor	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul implementează un sistem al calității, aprobat pentru inspecție finală și încercări, conform standardelor ISO 900; • producătorul asigură și declară că produsele în cauză sunt în conformitate cu tipul descris în „certificatul de examinare de tip” sau cu cerințele esențiale prevăzute în directivele aplicabile; • producătorul emite declarația de conformitate și aplică „marca CE” pe fiecare produs.

F	Verificarea produselor	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul verifică și atestă că produsele sunt conforme cu tipul descris în „certificatul de examinate de tip” și îndeplinesc cerințele din directiva aplicabilă; • producătorul poate opta (în limitele stabilite de directive) pentru o verificare statistică, cu condiția să ia măsurile necesare pentru ca procesul de fabricație să asigure omogenitatea producției, ca și conformitatea produselor cu cerințele directivei; • producătorul emite o declarație de conformitate și aplică „marca CE” pe fiecare produs; • organismul notificat efectuează examinările și încercările corespunzătoare pentru a verifica conformitatea produsului cu cerințele directivei, fie prin inspecția și încercarea fiecărui produs, fie pe baza unei verificări statistice, la alegerea fabricantului, iar în ambele cazuri, organismul notificat eliberează certificatul de conformitate prin care se atestă că produsele satisfac cerințele directivei aplicabile.
G	Verificarea unității de produs	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul asigură și declară el însuși că produsul în cauză, însoțit de certificat, este conform cerințelor directivei de referință; • producătorul emite o declarație de conformitate și aplică „marca CE” pe produs; • organismul notificat examinează produsul și efectuează încercările corespunzătoare, definite de standardele aplicabile sau încercările echivalente, pentru a verifica conformitatea produsului, prin eliberarea unui certificat de conformitate.
H	Asigurarea integrală a calității	<ul style="list-style-type: none"> • producătorul implementează un sistem al calității: proiectare, fabricație, inspecții și reîncercări ale produselor finite, potrivit standardelor ISO 900; • organismul notificat aprobă și supraveghează sistemul calității; • producătorul asigură și declară că produsele în cauză satisfac cerințele directivei aplicabile; • producătorul emite declarația de conformitate și aplică „marca CE” pe produse.

Certificarea produselor

Certificarea produselor reprezintă **atestarea** de către un **organism de certificare** a conformității acestora cu un anumit standard, sau cu un alt document normativ. Certificarea nu compară produsele între ele, ci pe fiecare cu documentul de referință relevant.

Cuvintele-cheie ale certificării produselor sunt următoarele:

- **Acțiune voluntară**, în sensul că orice fabricant, importator sau vânzător, poate obține un certificat de conformitate pentru produsele fabricate, importate sau comercializate, care corespund standardelor sau specificațiilor tehnice cerute;

- **Certificat de conformitate**, un document sau un semn distinctiv aplicat pe un produs, care atestă, în scopuri comerciale, că produsul a constituit obiectul unui control prealabil, efectuat de un organism terț și independent;

- **Organism terț și independent**, adică organismul de certificare care este independent de producător și beneficiar;

- **Standarde și specificații**, care definesc criteriile referitoare la caracteristicile de calitate (performanțe) ale produselor precum și la securitatea utilizării acestora.

Ceea ce caracterizează în mod esențial certificarea unui produs este, fără îndoială finalitatea sa comercială.

Certificarea produselor valorifică, din punct de vedere comercial, produsele la care se referă prin asigurarea oferită consumatorului cu privire la:

- calitatea produsului (conformitatea cu standardele sau specificațiile de referință);

- controlul executat de un organism terț asupra sistemului pe producție al fabricantului și asupra produselor.

Certificarea produselor implică un marcaj pe produsele respective. El se adresează atât marelui public, cât și clienților profesioniști.

În țările Uniunii Europene și ale Asociației Europene a Liberului Schimb, precum și în România se practică două tipuri de certificare a produselor: obligatorie și voluntară.

Certificarea obligatorie se referă la „domeniul reglementat”. Acest domeniu definește produsele/serviciile care cad sub incidența unor reglementări obligatorii: reglementări naționale referitoare la protecția vieții, sănătății consumatorului, protecția muncii și mediului înconjurător dar și sub incidența Directivelor europene de armonizare privind „cerințele esențiale”.

Certificarea voluntară se referă la „domeniul nereglementat”, deci la produsele/serviciile pentru care nu există reglementări obligatorii. Acest tip de certificare este utilizat de întreprindere ca instrument pentru păstrarea piețelor de desfacere sau pentru cucerirea unor noi segmente de piață.

Certificarea produselor oferă producătorilor numeroase avantaje care, mai ales în cadrul unei economii de piață, pot fi deosebit de importante:

- simplifică relația client-furnizor;
- contribuie la promovarea produselor, constituind un argument de strategie comercială;

- elimină încercările multiple efectuate atât de furnizor, cât și de diverșii beneficiari și intermediari;

- conduce la îmbunătățirea calității produselor;

- **scurtează ciclul de pătrundere pe piețele interne ale produselor noi.**

Uniunea Europeană este mai mult decât o organizație internațională în care țările cooperează. Statele membre ale UE au renunțat în mod voluntar la dreptul lor de independență completă într-un număr de domenii ale politicii. Există o politică agricolă comună, o politică comună cu privire la concurență, există o **politică comercială comună** etc. Pentru toate acestea a fost nevoie de o **legislație comună, care este implementată și interpretată în mod uniform în toate statele membre.**

România, care dorește să devină membru al Uniunii Europene, trebuie, prin urmare, să se alinieze cerințelor și regulilor care stau la baza construcției acestei organizații.

Libera circulație a mărfurilor constituie temelia Pieței Unice – spațiul economic, unde bunurile, serviciile, capitalul și forța de muncă pot circula liber. Mecanismele folosite la nivel european pentru realizarea acestui scop se bazează pe prevenirea noilor bariere în calea comerțului, recunoașterea mutuală și armonizarea tehnică.

Crearea Pieței Unice, până la 31 decembrie 1992, n-ar fi putut fi realizată fără o tehnică de reglementare care să stabilească numai cerințele generale, să reducă controlul autorității publice înainte de introducerea produsului pe piață și să integreze noi tehnici moderne, de evaluare a conformității.

BIBLIOGRAFIE

- Dinu, V., *Standardizarea și certificarea produselor*, Editura Economică, București, 1999
Olaru, M., Pamfilie, R., ș.a. *Fundamentele științei mărfurilor*, Editura Eficient, București, 1999
*** Colecția revistei „Standardizarea” 1996-2003;
*** Colecția revistei „Tribuna Calității” 1998-2003;
*** Colecția revistei „Calitatea” 2001-2003.

IMPLICAȚIILE ECONOMICE ALE TRANZIȚIEI LA SISTEMELE DE PREPRESS DIGITAL

Maria ANDRONIE

Lector univ.dr.d., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Tehnologiile digitale au jucat un rol cheie în schimbarea infrastructurii industriei de la sfârșitul secolului al XX-lea prin creșterea potențialului economiei, modificarea posibilităților și a stării de ocupare a populației și încurajarea cetățenilor la participare economică și politică.

Modelele organizaționale impuse de evoluțiile tehnologice și digitalizarea proceselor industriale au produs schimbări majore în industria tipografică și publicistică, sporind rolul acesteia în economie și societate. Calculatoarele au schimbat organizarea tradițională a procesului de tipărire în toate fazele sale, de la design la finisaj.

Accentul care se pune pe circulația informațiilor între furnizori, producători și consumatori e accelerat de posibilitatea distribuirii rapide a acestora, prin computerizare. Industria tipografică și publicistică, ca distribuitor major către public al informațiilor și al tehnologiilor de tipărire, asigură transferul tehnologic și informațional rapid cerut de piața competitivă de astăzi, având un rol strategic, în acest sens.

Abstract

Economic Implications of Transition for the Digital Prepress Systems

Digital technologies have played an important role in the changing industry infrastructure, at the end of the 20th century, through increasing the economy potential, modifying the possibilities of job opportunities and encouraging citizens to economic and political participation.

The organizational models, which have been imposed by technological evolutions and digitising industrial processes, have produced major changes in printing and publishing industry, enhancing its role in economy and society. Computers have changed the traditional organization of print-production system, in all its phases, from design to finishing.

The focus on the information among suppliers, producers and consumers has been accelerated by the possibility of the rapid distribution through computing. Printing and publishing industry, as major distributor of information and printing technologies towards public, provides technological and informational fast transfer, required in today's competitive market, having thus a strategic role.

Era digitală în economie

Tehnologia digitală a jucat rolul cheie în schimbarea infrastructurii industriei de la sfârșitul secolului XX. Introducerea de echipamente digitale în procesele de muncă a modificat natura relațiilor de producție, în principal prin deschiderea de noi oportunități pentru relațiile dintre firme, crearea posibilităților de ocupare a forței de muncă într-o gamă nouă de ramuri industriale și asigurarea posibilității de participare a utilizatorilor la procesul de producție.

Calculatoarele au reprezentat cea mai revoluționară schimbare tehnologică în noua structură economică, au permis treptat industriei să înlocuiască infrastructura electro-mecanică cu cea computerizată.

Computerizarea și tehnologiile digitale cresc potențialul economiei, modifică posibilitățile și starea de ocupare a populației, încurajează cetățenii la participare economică și politică.

Tipurile de tehnologii apărute în ultimele două secole au introdus în economie modele organizaționale destul de diferite. În ultima parte a secolului XX, digitalizarea proceselor industriale și pătrunderea tehnologiilor digitale în toate domeniile de activitate au restructurat economia transformând-o într-o rețea de servicii distribuite, aparținând diverselor industrii. Digitalizarea a descentralizat procesele creând noi relații între firme și meserii sau profesii, prin urmare structura industrială s-a transformat într-un sistem orizontal de firme și industrii independente, specializate. Firmele pot separa producția în componente și pot cumpăra materii prime, materiale, subansamble sau servicii de la furnizori specializați. Aceștia realizează produse sau servicii în domenii specifice, într-un mod mult mai eficient. Spre deosebire de producția analogică în care produsul final depinde de realizarea secvențială a tuturor operațiilor de pe flux, producția digitală permite operațiilor să fie separate în module distincte care pot fi realizate în funcție de necesități și asamblate la nevoie.

În studiul privind Modernizarea Industrială prezentat la Seminarul din toamna anului 1997, Haven Hawley compară perioada tehnologică anterioară cu era digitală subliniind faptul că schimbările tehnologice produse în industria tipografică și publicistică de la sfârșitul secolului XIX până la sfârșitul secolului XX au jucat un rol major în restructurarea economiei.

Modelele organizaționale impuse de evoluțiile tehnologice și digitalizarea proceselor industriale au produs schimbări majore în industria tipografică și publicistică, au sporit rolul acestora în economie și societate. Accentul crescând care se pune pe circulația informațiilor între furnizori, producători și consumatori a fost accelerat de posibilitatea distribuirii rapide a acestora, prin computerizare. Industria tipografică și publicistică, ca distribuitor major către public a informațiilor și tehnologiile de tipărire, asigură transferul tehnologic și informațional rapid cerut de piața competitivă de astăzi, având un rol strategic, s-ar putea spune, în acest sens.

Pentru că tehnologiile noi sunt prea scumpe, s-a simțit nevoia intervenției guvernelor în facilitarea introducerii schimbărilor tehnologice în industria publicistică și tipografică. Guvernele au încurajat asocieri între stat și firmele din domeniul tipografic și publicistic în perioadele de schimbări tehnologice intense. Investițiile guvernamentale masive de după cel de-al doilea război mondial, dificultățile de producție a noilor utilaje tipografice și speranța de profituri mai mari au sporit eforturile de inovație și au dus la dezvoltarea cercetării în domeniul calculatoarelor, lucru care a stimulat apariția și folosirea echipamentelor tipografice computerizate de azi.

Politicienii au ghidat schimbările tehnologice prin politici guvernamentale adecvate care au întărit economia, au susținut competiția pe piața lumii și au asigurat participarea masivă a cetățenilor la modernizarea industriei și societății. Spre exemplu, guvernul federal, sesizând importanța utilizării pe scară largă a noilor tehnologii în economia și societatea americană, a finanțat proiecte de cercetare în domeniul tipografic și programe de educație tehnică în vederea promovării noilor metode de reproducere și a noilor materiale tipografice, ajutând astfel la întărirea infrastructurii tehnologice a țării.

Un studiu efectuat de Japan Association of Graphic Arts Technology arată că liderul schimbărilor tehnologice în industria publicistică și tipografică este SUA, urmată de Europa:

**– Creșterea globală a fluxurilor tehnologice
în industria publicistică și tipografică până în 2000(%)**

Tehnologie utilizată	America de Nord		Europa		Asia		America de Sud	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000
Analogică	25	10	50	25	65	40	65	40
Digitală	65	40	45	50	32	42	32	40
Rețea	10	40	5	20	3	15	3	15
Interactivă	<1	10	<1	5	<1	3	<1	5
Total	100							

Procesul prepress

În industria publicistică și tipografică, fluxul de producție, care desemnează toate procesele, operațiile, metodele și tehnicile utilizate pentru obținerea produsului final, este format din trei fluxuri de lucru distincte:

- **prepress**-ul, care cuprinde toate operațiile/tehnicile/metodele, forța de muncă și echipamentele care fac parte din procesul de pregătire a tiparului;
- **Press**- ul, procesul de tipărire propriu-zis;
- **PostPress**-ul care cuprinde toate operațiile/tehnicile/metodele, forța de muncă și echipamentele care fac parte din procesul de finisare și distribuire a produsului finit.

Aceste fluxuri fiind realizate, de obicei, de firme separate, au condus la apariția mai multor segmente de industrie distincte: ateliere de prepress, birouri de servicii tipografice, tipografii și ateliere de finisare. De multe ori fluxurile se întrepătrund și sunt efectuate de aceeași companie. Activitatea de creație și design este inclusă, de regulă, în fluxul de prepress.

La începutul anilor '60, computerizarea a schimbat modul de pregătire și de tipărire a materialelor, modul în care designerul și furnizorul de asemenea materiale sunt implicați în tipărirea acestora. În această decadă, tehnologia digitală a oferit posibilitatea memorării informațiilor în alte locuri decât cele de tipărire și transmiterea acestora de la distanță, către marile tipografii și birourile de servicii tipografice. În acest context, operațiile de prepress, de tipul culegere text și procesare imagini, aranjare în pagină și montaj pentru crearea plăcii tipografice, pot fi efectuate de editori și designeri sau chiar de utilizatorii materialelor tipărite.

Apariția calculatoarelor personale, pătrunderea lor în multe medii de lucru, și dezvoltarea software-ului care integrează text, fotografii și grafice, care realizează imaginea plăcii tipografice, au restructurat tehnologia de producție în domeniul prepress. Posibilitățile de utilizare a calculatoarelor personale chiar și acasă, au transferat o parte importantă a responsabilităților privind calitatea și corectitudinea unei lucrări către autorii și designerii de materiale tipografice. Folosind calculatorul și software-ul specializat, aceștia își pot realiza singuri operațiile prepress până la impresionarea plăcii tipografice.

Atelierele de prepress și birourile de servicii tipografice trebuie să fie competitive și eficiente, în condițiile în care operațiile de prepress tind să fie incluse în compartimentele

editoriale sau sunt efectuate de clienți, când cererea de tipărituri în tiraje scurte și dedicate a crescut, când pe piață sunt disponibile produse înlocuitoare celor tipărite și într-un ritm alert de schimbări tehnologice. Reținerea lor de a investi în tehnologiile noi, prea scumpe pentru ei, și de a reorganiza producția, nu permite răspândirea acestora către public, privează publicul de acces la aceste tehnologii și reduce competitivitatea industriei.

Piața mică și de competitivitate ridicată forțează companiile din domeniul tipografic și publicistic să selecteze tehnologia folosită în funcție de prețul de cost și, în consecință, fabricanții introduc pe piață, în principal, materiale și echipamente tipografice de uz general. Companiile mici, cu puține resurse, oferă o piață pentru tehnologiile de tipărire low-level și răspund rapid la cereri, serviciile oferite de ei fiind deschise către public. În schimb, tipografiile mari, care dispun de resursele financiare necesare, pot să achiziționeze tehnologiile noi pe care publicul nu își poate permite să le cumpere, încurajând astfel producția și consumul de tipărituri de calitate superioară, dar restrâng utilizarea acestor tehnologii la nivelul unei singure companii. Între aceste două tipuri de firme tipografice, se află birourile care, pentru a oferi servicii tipografice de calitate unui public cât mai larg, sunt deschise la inovații tehnologice pentru a produce diferite tipuri de lucrări. Capacitatea acestor birouri de a investi în tehnologiile noi este redusă de competiția lor cu marile tipografii pentru producția de calitate superioară și prețul de cost scăzut pe unitatea de produs oferit de companiile mici.

Cererea crescândă de produse tipărite de calitate superioară și nevoia de a realiza profit a companiilor de specialitate, au stimulat cercetarea în domeniul tipografic și au condus la apariția de noi echipamente de prepress la prețuri de cost accesibile chiar și companiilor mici.

Prepress-ul analogic

În evoluția tehnologică a sistemelor de prepress se deosebesc mai multe etape.

Cioplirea literelor și desenelor direct pe placa tipografică poate fi considerată ca fiind prima formă de prepress și deci, strămoșul prepress-ului de azi. Culegerea (adunarea) manuală a literelor pentru realizarea tiparului reprezintă, practic, strămoșul tehnoredactării computerizate de astăzi.

Între anii 1870 – 1900 numeroase mașini automate au inundat piața și a început utilizarea mașinilor simple de calculat.

Inventat în 1884, Linotypul a permis lucrătorilor să selecteze, să toarne și să spațieze literele în linii care puteau fi ușor asamblate și pregătite pentru tipar. Mergenthaler a introdus pe piață mașina sa doi ani mai târziu și Linotypul a reușit să toarne literele de plumb, putând livra spațiere variabilă între cuvinte, și să automatizeze compunerea textului. Tipografii au considerat designul lui Mergenthaler din 1890 atât de bine realizat, încât el a rămas aproape neschimbat în următorii 60 de ani. Progresele în domeniul stereotyping-ului au permis apoi crearea unor forme de litere care permiteau turnarea unor plăci solide.

O dată cu automatizarea typesetting-ului, s-a introdus și culegerea mecanică de text. Mașina de scris de tip Remington cu tastatura sa QWERTY a câștigat tehnologic piața, tastatura QWERTY fiind considerată strămoșul tastaturilor de la calculatoarele de azi.

Apariția teletypesetterului a fost rezultatul efortului major de a modifica designul Linotypului. Bazat pe același principiu electromecanic, teletypesetterul a folosit curentul electric pentru transmisia informațiilor de la tastatura Linotypului la o bandă perforată. Operatorul insera banda perforată într-o mașină de turnat separată, platemaker, care

decodifica mecanic informațiile prin detectarea combinațiilor perforate și atunci turna linia cu caracterele cerute, conform benzii.

Prin folosirea unei tastaturi simplificate cu un aranjament QWERTY în schimbul aranjamentului de 90 de taste specific Lynotipului s-au extins flexibilitatea și aspectul estetic al setului de caractere. Transferul informațiilor de la Lynotipe pe bandă perforată a separat procesul de pregătire a materialului de tipărit de procesul de realizare a tiparului. La acest moment se folosește un typesetter cu tastatură QWERTY pentru pregătirea materialului de tipărit și un platemaker pentru realizarea plăcii tipografice.

Typesetting-ul analogic a intensificat procesele de compoziție. Deși, inițial, tastele puteau fi apăsatate și repetate, datele nu puteau fi revizuite fără dificultate. Schimbările în text trebuiau făcute în exterior, returnate persoanelor care au creat textul pentru executarea modificărilor și apoi aduse la un operator pentru a fi reintroduse. Echipamentele analogice de mai târziu se bazau pe tehnologia electronică producând caractere la rece, mai ușor de manevrat decât formele grele de plumb cald. Astfel, sarcinile de typesetting au fost mutate în exteriorul industriei de tipărire.

Transmisia analogică a informației întregi printr-o bandă de hârtie sau impulsuri electrice continue, practic prima formă de transmisie la distanță a informațiilor, a deschis calea către transferul digital care reduce caracterele și informațiile la coduri ușor de manipulat.

Încorporarea tastaturii QWERTY și detașarea funcțiilor de intrare și de ieșire au pregătit terenul pentru fotocompoziție. Echipamente de fotocompoziție care produc literele la rece și folosesc tastaturi QWERTY au înlocuit mașinile cu plumb cald. Inițial, mașinile de fotocompoziție foloseau și ele tehnologia analogică electro-mecanică. Acest proces utiliza caractere „reci” sau hârtie fotografică, în locul caracterelor de plumb formate la cald. Deși procedură chimică, fotocompoziția este mai compatibilă cu lucrul de birou din cauza tastaturii sale QWERTY, a eliminării caracterelor de plumb formate la cald și datorită noutății tehnologiei sale. Echipamentele de fotocompoziție avansate au ajutat la stabilirea legăturilor între prelucrările editoriale de text și operațiile de prepress.

De la sfârșitul secolului al XIX-lea până la mijlocul secolului al XX-lea, progresele tehnologice și noile cercetări în domeniul metalurgic au permis apariția de materiale mai rezistente și mai ușoare pentru realizarea utilajelor de tipărit și a plăcilor tipografice. Corodarea fotochimică a imaginilor în metal a creat posibilitatea de a încorpora fotografii în materialele tipărite, în locul schițelor gravate manual. Tipografiile au început să realizeze placi folosind o procedură electrochimică pentru crearea de forme dintr-o altă formă asamblată manual, creând o placă solidă care să reziste la vitezele mai ridicate ale rotativelor.

După cel de-al 2-lea război mondial s-a dezvoltat cercetarea în domeniul calculatoarelor care au permis preluarea informației codificate și convertirea acesteia într-un material pentru tipărit, lucru care a favorizat folosirea echipamentelor computerizate. Dificultățile de automatizare a producției de typesettere și speranța de profituri mai mari prin folosirea echipamentelor electronice au condus eforturile de inovație către typesetterul computerizat. (*New Era of Electronic Composition*, p. 3,4)

Până la începutul anilor 1960, tipărirea litografică și noile materiale pentru plăci au permis introducerea culorii în industria tipografică.

Deși computerizată, prima fotocompoziție rămâne analogică din cauza proceselor mecanice folosite pentru controlarea echipamentului de ieșire și a necesității ca o persoană să asambleze secțiunile tipăriturii într-o pagină completă, gata pentru realizarea plăcii tipografice.

Prepress-ul digital

Prin anii 1970, fotocompoziția a comutat complet de la tehnologia analogică la cea digitală. Computerizarea a schimbat atât modul de pregătire a materialelor pentru tipărit, cât și modul de realizare a tiparului.

Analiztii în domeniu consideră anul 1984 ca fiind anul în care s-a impus, în mod semnificativ, desktop publishing-ul. Creșterea numărului aplicațiilor software specializate care permit utilizatorilor să aranjeze textul și graficele împreună într-o singură pagină, capacitatea calculatoarelor de a rula de la cele mai simple programe de paginare și montaj până la cele mai complicate, împreună cu apariția posibilităților de utilizare a acestora acasă sau la birou, au transformat procesul de tipărire. La acestea se adaugă sporirea performanțelor echipamentelor de realizare a filmului tipografic și a procesoarelor de plăci.

Apariția Desktop Publishing deschide era publicațiilor electronice, publicații procesate pe calculator și pentru început, listate la imprimantă sau tipărite în tipografiile tradiționale.

O dată cu apariția Desktop Publishing, linia de separare între procesul de creație și cel de prepress începe să dispară. Inițial designerul alege fonturile, face paginarea și setează culorile, dar cu timpul execută și operațiile tradiționale care erau în sarcina tehnicianului prepress. Robert Hu de la firma Collabria SUA consideră că, o dată cu apariția DTP, industria tipografică a început să aibă probleme deoarece nu a înțeles că producția unui document începe cu etapa de creare a acestuia. El recomandă implicarea clienților în procesul de tipărire, mult mai devreme, pentru a elimina problemele înainte ca proiectul să ajungă la tipografie, reducând astfel costurile asociate de prepress. În ciuda faptului că tipografiile, publiciștii și firmele de specialitate primesc fișiere digitale de la clienți de peste 20 de ani, majoritatea ajung la prepress cu probleme, ceea ce împiedică producția. Potrivit cercetărilor lui Robert Hu, înainte de desktop publishing prepress-ul reprezenta 15%-20% din costurile totale de tipărire, pentru ca apoi să crească până la 20%-35%.

Compoziția digitală a permis transferul informațiilor despre selecția caracterului, dimensiune, plasament, spațiere, etc. la echipamentul de realizare a filmului tipografic pe suport magnetic, sub formă de fișier electronic. Pe baza informațiilor din acest fișier, imprimanta de tip Linotype, realizează expunerea unui film fotosenzitiv, la fel ca fotocompoziția analogică. Memoria din interiorul typesetter-ului oferă însă posibilitatea utilizării mai multor tipuri de fonturi decât cele pe care le avea la dispoziție un operator. Între anii 1960-1970, perfecționarea suportului de memorie digitală a permis stocarea unor fișiere foarte mari, ușor de corectat sau reeditat pentru că puteau fi transmise fără dificultate de la autorul sau designerul de materiale de tipărit la biroul de servicii de tipărire și invers.

Primele sisteme de prepress moderne utilizau atât tehnologia analogică cât și pe cea digitală. Pentru efectuarea operațiilor de design, culegere de text și tehnoredactare se foloseau calculatoare din ce în ce mai performante în timp ce, pentru realizarea filmului și impresionarea plăcii tipografice tehnologia clasică, tradițională era de neînlocuit.

Tehnologia Computer-to-Plate

În ultima decadă a secolului 20, cererea de tipărituri full-color de calitate crește, iar tehnologiile și tehnicile de reproducere color se află într-un proces radical și continuu de transformare. Creșterea semnificativă a numărului de tiraje mici full-color se face chiar și

în condițiile în care metodele de tipărire color digitale sunt mai scumpe decât cele tradiționale, datorită investițiilor în noile echipamente.

Evoluțiile tehnologice ulterioare au condus inițial la procesarea digitală a filmului tipografic și, mai apoi, la eliminarea completă a acestuia prin utilizarea tehnologiei Computer-to-Plate. Procesarea directă a plăcilor tipografice a redus timpul de producție și pierderile materiale de pe fluxul de fabricație, a crescut calitatea, consistența și complexitatea materialelor tipărite prin eliminarea surselor de eroare intermediare. Curent, sistemele computer-to-plate și presele offset cu capacități digitale au produs o ruptură între calea tradițională și cea digitală de a produce o tipăritură. Există sisteme offset mult mai automate decât Marshall a prezis în 1983. Astăzi operatorii tipografi ai preselor hibride offset/digital au posibilitatea de a regla cantitatea de cerneală asistați de calculator obținând astfel rezultate mult mai precise decât prin probe manuale. Schimbarea automată a plăcilor, noile tipuri de plăci și sistemul de reglare automată înseamnă viteză mare, operații curate și muncă precisă. Operatorii noii prese Heidelberg Speedmaster 6-culori laudă noile prese offset digitale, opțiunea autoreglare a acestora care sporește calitatea tipăriturii și reduce timpul de lucru în medie cu 35 min.

Tehnologia Computer-to-Press

Apariția tehnologiei Computer-to-Press elimină complet plăcile tipografice, imaginea de imprimat fiind transmisă direct, dintr-un echipament computerizat specializat, la mașina de tipărit: presă offset, rotativă, imprimantă de mare viteză, etc. Noua tehnologie digitală de tipărire color permite realizarea de tipărituri de calitate ridicată, full-color, în cantități foarte mici. Deoarece documentul este trimis direct la echipamentul de tipărire, fără film sau placă, aceasta fiind creată chiar în presă, costurile de producție și durata fiecărui tiraj sunt foarte scăzute, deci condițiile de eficiență economică oferite sunt maxime. Tipografiile digitale nu necesită schimbarea plăcilor, potrivirea zonelor de cerneală și alte reglaje cunoscute la tipografiile tradiționale, prin urmare ciclul de producție poate fi extrem de redus. E posibil să se termine o lucrare și să se înceapă alta fără oprirea presei întrucât lucrările în așteptare sunt memorate într-un buffer, după cum serverele de rețea stochează documentele care se listează pe imprimantele cu laser. Tipografiile digitale utilizează un proces de tiparare non-offset ink care se compară în calitate cu offset-ul. Chiar și lucrările în tiraje mari, cu preț de cost eficient folosind presele tradiționale offset, pot fi produse mai rapid și mai eficient folosind noua tehnologie computer-to-press. Un alt avantaj oferit de tiparul digital sunt probele de tipar digital, digital press proof, care se obțin în câteva minute sau chiar secunde, iar produsul final va arăta exact ca proba digitală făcută. O nouă direcție de evoluție a tehnologiei digitale o reprezintă probele de tipar realizate la distanță, remote proofing, când operatorul tipograf apasă pe buton la fabrică și, în câteva minute, un proof pleacă către biroul clientului, via e-mail. Wilf Maier de la Benwell Arkins sugerează că vor apărea și alte aplicații creative ale tehnologiei digitale de tipărire la distanță, comunicarea între tipografi și clienții lor realizându-se prin internet.

Mulți tipografi investesc în prese digitale, deși aceste noi mașini nu vor elimina tipărirea offset tradițională în următorii câțiva ani. Presele digitale sunt agreate la nivel industrial ca fiind calea către viitor, către noi categorii de lucrări de tipărire. Un articol on-line afirmă că nu numai Xerox, ci și Heidelberg, tradițional un mare nume în tipografiile offset, se orientează în viitor către tipărirea digitală. Presele digitale sunt mult mai scumpe/tiraj dar, pentru că elimină filmul și plăcile tipografice, se reduce timpul de lucru. Ele sunt extrem de eficiente din punct de vedere al costului pentru lucrări de tipărire

full-color în tiraje mici. Conceptul de a produce tiraje mici lucrând în 4 culori se datorează dezvoltării tehnologiei de tipărire digitală; înainte de apariția preselor digitale, costul acestor tiraje era prohibitiv.

Într-un articol pentru „National DTP Trade Jurnal”, Richard Terra scria: „Noile tehnologii digitale de proofing și tipărire reprezintă culmea revoluției în DesktopPublishing. Noile prese digitale care permit tipărirea color în condiții de calitate ridicată la un preț de cost scăzut, cu un ciclu de producție de durată foarte scurtă, oferă posibilități nesperate designerilor, tipografilor și clienților lor”. El a scris o serie de articole despre ultimele tehnologii digitale pentru graphic design, prepress și color printing, fiind împuternicit de DTP Jurnal să prezinte, la timp, informații tehnice precise specialiștilor în domeniu pentru a-i ajuta să înceapă folosirea avantajelor acestor inovații în producția color.

Tehnologia de tipărire la cerere

Schimbările tehnologice merg în direcția potrivit căreia industria trebuie să dea clienților ceea ce ei vor, când vor. O soluție oferită designer-ilor, tipografilor și clienților lor de ultima generație tehnologică o reprezintă **tipărirea la cerere** (**Print On Demand**). Tipărirea color la cerere a oferit posibilitatea de a utiliza pe scară largă publicații full-color în condiții de eficiență maximă. Tehnologia POD face posibilă efectuarea unei lucrări color într-un timp foarte scurt, câteva ore chiar. Modele de tipărire la cerere pe care le poate folosi un editor profesionist sunt: preediții (ediții de promovare și testere piață), editarea cărților de specialitate, reeditări, republicări a unor titluri epuizate asociate cu un preț de vânzare ridicat, teste de lucru, tipărire în librărie, etc.

Există două tipuri de POD: tiraje scurte (short-run) și tipărire unitară (one-off). Compararea între aceste două tipuri e dată în termeni economici: producție, distribuție, depozitare, legătorie. Tipografilor și clienții lor au descoperit că tirajele mici tipărite la cerere elimină blocările de capital în stocuri greu vandabile, reduc sau chiar elimină costurile de depozitare tipărind numai cantitățile comandate de client. Acest lucru elimină rata pierderilor pentru publicațiile al căror conținut se schimbă sau trebuie actualizat frecvent și pentru publicațiile cu valabilitate limitată în timp (out-of-date). La sesiunea de comunicări Xplor France's din iunie 2001, Marie-Helene Draber afirmă că grupul Wolters- Kluwer, unul dintre primele grupuri franceze de publicistică și tipărire, a tipărit la cerere de la 35 milioane pagini în 1997 la 80 milioane pagini în 1998 și 100 milioane pagini în 2001, volumul de depozitare reducându-se de la 50 000 m³ la 1 m³, în condițiile în care au creat o bibliotecă virtuală.

Un avantaj, unic pentru procesul de tipărire digital, este capacitatea de personalizare a fiecărui exemplar al publicației cu conținut variabil, în timpul procesului de tipărire, lucru dificil sau imposibil de realizat folosind presele tradiționale offset. Asta înseamnă că anumite elemente ale publicației se schimbă de la exemplar la exemplar, în timp ce altele sunt identice. Acest avantaj oferă tipografilor și clienților lor posibilitatea de a realiza, fără dificultate, o nouă categorie de lucrări.

Ultima generație de prese digitale oferă, deci, posibilitatea realizării unor lucrări fotografice color de aceeași calitate cu presele offset tradiționale, în condiții de eficiență sporită. În SUA vânzătorii de servicii digitale color folosesc Indigo EPrint 1000 digital press sau Heidelberg Quickmaster Digital Imaging offset press care combină avantajele tehnologiei tradiționale offset cu cele oferite de tehnologia digitală computer-to-press. Asta înseamnă că plăcile sunt generate digital, direct în presă, fără film sau placă, lucru care conduce la o calitate deosebită a tipăriturilor, preț de cost și durată ciclu de producție minime, deci condiții de eficiență economică maximă.

Platforme de tipărire distribuite

O dată cu dezvoltarea infrastructurii digitale, a rețelelor ultrarapide și a tehnologiilor de comunicație, s-a creat posibilitatea de integrare a fluxurilor de producție prepress, Press și PostPress într-un singur flux tehnologic de producție (“workflow”). În industria tipografică și publicistică, fiecare vânzător de produse sau servicii tipografice oferă o soluție tehnică proprie, bazată pe echipamente de tipărire care definesc, măsoară și redau parametrii de culoare și imprimare într-un mod specific. Aceste fluxuri de producție se înlocuiesc, treptat, cu platforme deschise – distribuite, în cadrul cărora se folosesc echipamente de tipărire de la mai mulți producători, Sistemele de Operare MacOS, Windows și Unix coexistă, sunt folosite aplicații desktop publishing diverse, cum ar fi: Adobe, Corel, QarckXpress etc. În aceste condiții, succesul platformelor deschise - distribuite este puternic dependent de standarde ca ICC, CMYK, RGB, PostScript, TrueType, PDF etc. Pentru a realiza tipărituri de calitate superioară, fluxurile de reproducere color distribuite trebuie să folosească sisteme de management de culoare compatibile, CMS, care să asigure inercomunicarea și schimbul consistent de date între componentele lor hardware și software. A apărut astfel necesitatea unor standarde universale pentru formatul fișierelor și schimburile de date. Toate aplicațiile desktop publishing profesionale suportă un CMS bazat pe standardele ICC, în timp ce Adobe Portable Document Format (PDF) și plug-ins-urile Adobe Acrobat s-au impus în acest sens. Agfa și CreoScitex au construit o soluție prepress completă bazată pe formatul de fișier PDF care încorporează informații despre procesul de producție al unei lucrări tipografice începând cu faza de design. PDF-ul, care oferă posibilitatea ca orice document să fie expediat via Internet și reprodus cu exactitate, și tehnologia Computer-To-Plate deschid calea pentru fluxul de tipărire distribuit, elimină barierele geografice și permit industriei tipografice să beneficieze de toate avantajele rețelelor digitale. Astăzi tipografiile primesc lucrările fie pe disc magnetic, fie via internet, creându-se astfel o comunicație între atelierul de tipărire și clientul său.

International Cooperation for Prepress, Press și Postpress (CIP3) a dezvoltat Print Production Format (PPF) care permite realizatorilor de lucrări tipografice să comunice unul cu altul pe fluxul tipografic schimbând informații importante cu privire la parametrii produsului de realizat, ajustând automat procesul de producție.

Și, pentru că nici una din aceste soluții nu reprezintă o soluție de control integral a procesului de producție tipografică, Agfa, Adobe, Man Roland și Heidelberg s-au constituit în International Cooperation for the Integration Processes in Prepress, Press și Postpress (CIP4) și au introdus Job Definition Format (JDF). Un eveniment important în istoria industriei tipografice s-a produs în 2001, când a fost implementat primul sistem bazat pe JDF.

Fluxurile de producție digitale, cel mai adesea percepute ca fiind de tip prepress, au evoluat în două direcții:

- către **“front-end”** o dată cu creșterea numărului de materiale obținute on-line, producția de materiale noi, accesorii și utilitare pentru managementul activității ;
- către **sectorul de tipărire și finisare** o dată cu implementarea CIP3/4 care furnizează date pentru reglarea zonelor de cerneală, setarea parametrilor de tipărire și finisare.

Tendințe de evoluție

Pentru că există aplicații și soluții tehnologice diverse, standardele elaborate vor afecta fluxurile de producție în viitor, implementarea lor făcându-se în etape. În particular, producția prepress folosește sisteme tehnologice mixte. Multe companii vor implementa sisteme prepress complet digitale și CTP în etape, vor învăța cum să manevreze noile tehnici și fluxuri digitale, dar și cum să integreze aceste componente în sistemele pe care le au deja. (Julie Shafer, *Digital Output, the bussiness guide for electronic publishers*). Pentru perioada care urmează, fluxurile de producție rămân mixte și integrarea lor rămâne cea mai dificilă problemă.

Japan Association of Graphic Arts Technology a analizat influența tehnologiilor digitale și dinamica pieței în industria publicistică și tipografică în perioada 1995 – 2000 și a efectuat un studiu care reflectă tendințele de evoluție a acestui domeniu pe perioada următoare. Potrivit acestui studiu, ca efect al schimbărilor tehnologice, între anii 1995 – 2000, produsele tipărite tradițional au o rată de creștere anuală de 2%, cele tipărite prin rețea de 18% - 22%, iar publicațiile pe Internet și World Wide Web până la 40%.

Tabelul 2

Creșterea utilizării fluxurilor tehnologice în industria publicistică și tipografică (SUA)

(%)

Tehnologia de bază	Lucrări 1995	Lucrări 2000
Analogică	25	10
* Nu utilizează stații de lucru și programe software pentru creație, prepress, tipărire și comunicație		
Digital-Analogică	65	40
* Utilizează stații de lucru și programe software pentru creație, prepress, tipărire și comunicație		
* Nu utilizează rețele locale, servere sau legături prin comunicații de date pentru toate schimburile de date semnificative, încă utilizează suport de date analog sau digital		
Rețea digitală	10	40
* Utilizează stații de lucru, programe, sever, rețele locale și rețele de comunicații de date		
* Leagă toate etapele de la creație și prepress până la imprimare		
* Procesele pot fi distribuite pe mai multe site-uri cu informații de conținut, fluxuri de lucru, și sisteme de afaceri inter-operante și distribuite		
* Aplicațiile pot fi distribuite, copiate și livrate prin rețea folosind modelele Push sau Pull pentru îndeplinirea cererii		
Digital Interactivă	<1	10
* Utilizează stații de lucru, software, servere și rețele pentru crearea unui conținut folosind intercomunicarea media, prepress-ul, comerțul electronic, distribuirea, copierea, livrarea, inter-acționarea și transferurile între etapele ciclului de viață ale procesului de tipărire și publicare		
*Suportă controlul conținutului pe suport multimedia pe rețea via biblioteci digitale.		

Tipărirea convențională nu dispare de pe piață, dar trebuie să fie competitivă și să devină cât mai economică. Un timp, cele două tehnologii, cea tradițională și cea digitală, bazată pe calculatoare, vor coexista. Tehnologia digitală nu va elimina complet metodele de tipărire tradiționale. Calculatoarele vor schimba organizarea tradițională a procesului de tipărire în toate fazele sale de prepress, efectele în restul procesului de fabricație constând într-o ordine total diferită. Atât metodele de tipărire la cerere cât și metodele de tipărire competitive cu presa offset tradițională sunt o realitate în industrie ca rezultat al tehnologiei digitale.

Clienții își schimbă continuu cerințele pentru a deveni mai competitivi pe piață, caută continuu noi căi de comunicare. Sistemele electronice puternice, digital imaging, digital communications, software-ul specializat în prepress și image-to-plate sau image-to-press, oferă soluții pentru calitate ridicată, preț de cost scăzut și servicii rapide către acești clienți.

Noua generație tehnologică folosită în industria tipografică și publicistică oferă deci, producătorilor și utilizatorilor de materiale tipărite, următoarele avantaje:

- creșterea diversității și calității tipăriturilor pentru a răspunde cererilor, din ce în ce mai pretențioase, ale utilizatorilor;
- creșterea productivității prin scăderea duratei ciclului de producție și eliminarea pierderilor de timp de pe fluxul de producție;
- reducerea sau eliminarea surselor de eroare pe fluxul de fabricație;
- creșterea eficienței economice prin eliminarea pierderilor materiale de pe fluxul de producție;
- scăderea prețului de cost pe unitatea de produs pentru a face tipăriturile accesibile unui public cât mai larg, contribuind astfel la distribuirea rapidă a informațiilor tehnologice, economice și politice în societatea modernă.

Îmbunătățirea tehnologiilor de fabricație și reducerea costurilor de producție conduc la scăderea continuă a prețului de cost al echipamentelor tipografice digitale făcându-le accesibile unui număr din ce în ce mai mare de producători care trebuie să ofere clienților lor cantitatea crescândă de materiale tipărite cerută pe piață. Cercetările în domeniul producției de echipamente tipografice urmăresc continuu îmbunătățirea performanțelor, reducerea costurilor de fabricație și reducerea cunoștințelor de specialitate necesare utilizatorilor.

BIBLIOGRAFIE

- Terry A. Nagi, *From offset to digital: Managing the Transition*
Medbh Bidwell, *The Impact of Digital Technology on the Offset Printing*
Jill Roth, *Prepress in transition*

MARCA „CE” – CHEIE A ACCESULUI PRODUSELOR ÎN PIAȚA EUROPEANĂ UNICĂ

Luminița ȘERBULESCU

Conf. univ. dr. Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Marcajul CE evidențiază faptul că produsul îndeplinește cerințele comunitare impuse producătorului. El este obligatoriu și trebuie să fie aplicat înainte ca produsul să fie introdus pe piața comunitară, cu excepția unor anumite cazuri prevăzute în directivele specifice. Un produs nu poate fi marcat „CE”, decât dacă o directivă prevede explicit acest lucru.

Abstract

CE Marking – a Key to the Product Access on the Single European Market

The CE branding renders evident the fact that the product accomplishes the community requirements imposed by the producer. This branding is a must and has to be introduced in the community market, with the exception of some cases that are mentioned in the specific directives. A certain product cannot have the CE branding if a directive does not mention it explicitly.

Marca „CE” a fost creată în cadrul legislației europene. Ea este obligatorie pentru toate produsele care fac obiectul uneia sau mai multor directive europene de tipul „Noua abordare” și conferă acestor produse dreptul de liberă circulație pe întreg teritoriul Uniunii Europene.

Pentru aplicarea mărcii „CE” pe produsul său, fabricantul trebuie să realizeze sau să facă să se realizeze controalele și încercările care asigură conformitatea produsului cu condițiile esențiale definite de directivele europene.

Semnificația și obiectivele marcajului CE se referă la următoarele:

- Marca „CE” se aplică exclusiv în domeniul armonizat, fiind obligatorie pentru toate produsele care intră sub incidența acestor obiective, conferind produselor dreptul de liberă circulație în țările comunitare;
- Marca „CE” atestă conformitatea produselor cu „cerințele esențiale” prevăzute în obiectivele „Noua abordare” și nu că produsele sunt conforme cu standardele naționale și internaționale;
- Marca „CE” nu este un certificat de conformitate, nu implică în multe cazuri intervenția unui organism terț, îi lipsește controlul continuu așa cum se practică într-un sistem de certificare și, ca urmare nu va avea aceeași credibilitate ca un certificat de conformitate, chiar dacă statele vor supraveghea buna sa utilizare.

Marcajul CE se deosebește de certificarea produselor prin următoarele:

- certificarea produselor implică intervenția sistematică a unui organism terț, în timp ce marcajul CE este aplicat pe răspunderea fabricantului în majoritatea cazurilor;
- marcajul CE se referă la anumite caracteristici ale produsului, în general caracteristici de securitate, în timp ce certificarea produselor vizează satisfacerea globală a așteptărilor clienților: securitate, capacitate de utilizare, durabilitate, performanțe etc.;

– marcajul CE este prin natura sa obligatoriu, în timp ce, certificarea este rezultatul unui demers voluntar, deci un furnizor poate să se confrunte atât cu certificarea obligatorie pentru produsele care cad sub incidența unor directive comunitare, cât și cu certificarea voluntară pentru toate produsele (fig. 1).

Pentru societățile care exportă produse în piața comunitară dar nu sunt membre ale Uniunii Europene, este de importanță majoră asigurarea că pentru produsele lor a fost pregătit accesul la încercare și certificare, după cum se cere pentru a fi acceptate în cadrul directivelor Uniunii Europene.

Produsele obținute în afara Uniunii Europene constituie subiectul următorului proces:

- aplicarea mărcii „CE” pe produs este de competența producătorului;
- în cazul în care legislația Uniunii Europene nu solicită decât declarația producătorului acesta poate face declarația la locul său de muncă;
- în cazul în care condițiile stabilite legal implică intervenția unei terțe părți, guvernele statelor membre ale Uniunii Europene vor delega organizații din interiorul propriilor teritorii în vederea executării încercărilor cerute (aceste organizații delegate trebuie să-și ofere serviciile producătorilor din întreaga lume);
- organizațiile delegate pot subcontracta întreaga responsabilitate pentru care sunt abilitate.

Aplicarea mărcii „CE” pe produs este rezultatul acțiunii unui organism notificat, care declară conformitatea celui produs cu reglementările Uniunii Europene.

În momentul în care un producător se decide să urmeze calea acestei certificări, el trebuie să-și planifice o serie de activități și anume:

a) Identificarea propriilor produse - primul pas pe care producătorul trebuie să-l facă este acela de a identifica în mod clar și explicit utilitatea pentru care fiecare produs a fost lansat pe piață. Identificarea trebuie să fie aplicată și accesoriilor sau la tot ceea ce se furnizează ca echipament, precum și produselor care au fost programate pentru lansarea pe piață.

b) Identificarea directivelor aplicabile - este necesar ca producătorul să identifice toate directivele care se referă la propriile produse.

c) Identificarea cerințelor esențiale aplicabile - producătorul trebuie să verifice dacă propriile produse satisfac cerințele esențiale precizate atât în directivele generale, cât și în cele referitoare la proiectare și construcție care definesc caracteristicile pe care produsul trebuie să la aibă și care acoperă toate aspectele, pornind de la alegerea materialelor până la informații asupra produsului furnizat utilizatorului.

d) Identificarea standardelor tehnice aplicabile - producătorul trebuie să identifice standardele elaborate în cadrul comitetelor de standardizare europeană (CEN și CENELEC) sau, în lipsa acestora, să adopte de la organismele naționale de standardizare, standardele naționale aplicabile propriilor produse.

e) Studiarea regulilor de clasificare a produselor - producătorul trebuie să studieze regulile de clasificare definitivă prevăzute în directivă și să aplice tuturor produselor sale o clasă de risc.

f) Alegerea modulului pentru evaluarea conformității - directivele identifică pentru fiecare clasă de risc a produselor procedurile de verificare a conformității ce urmează a fi urmărite în scopul acordării mărcii „CE”.

g) Pregătirea documentației necesare - Producătorul trebuie să pregătească toată documentația tehnică care să demonstreze că sistemul calității pus în practică de întreprindere și criteriile urmărite în faza de proiectare și faza de fabricare sunt eficiente.

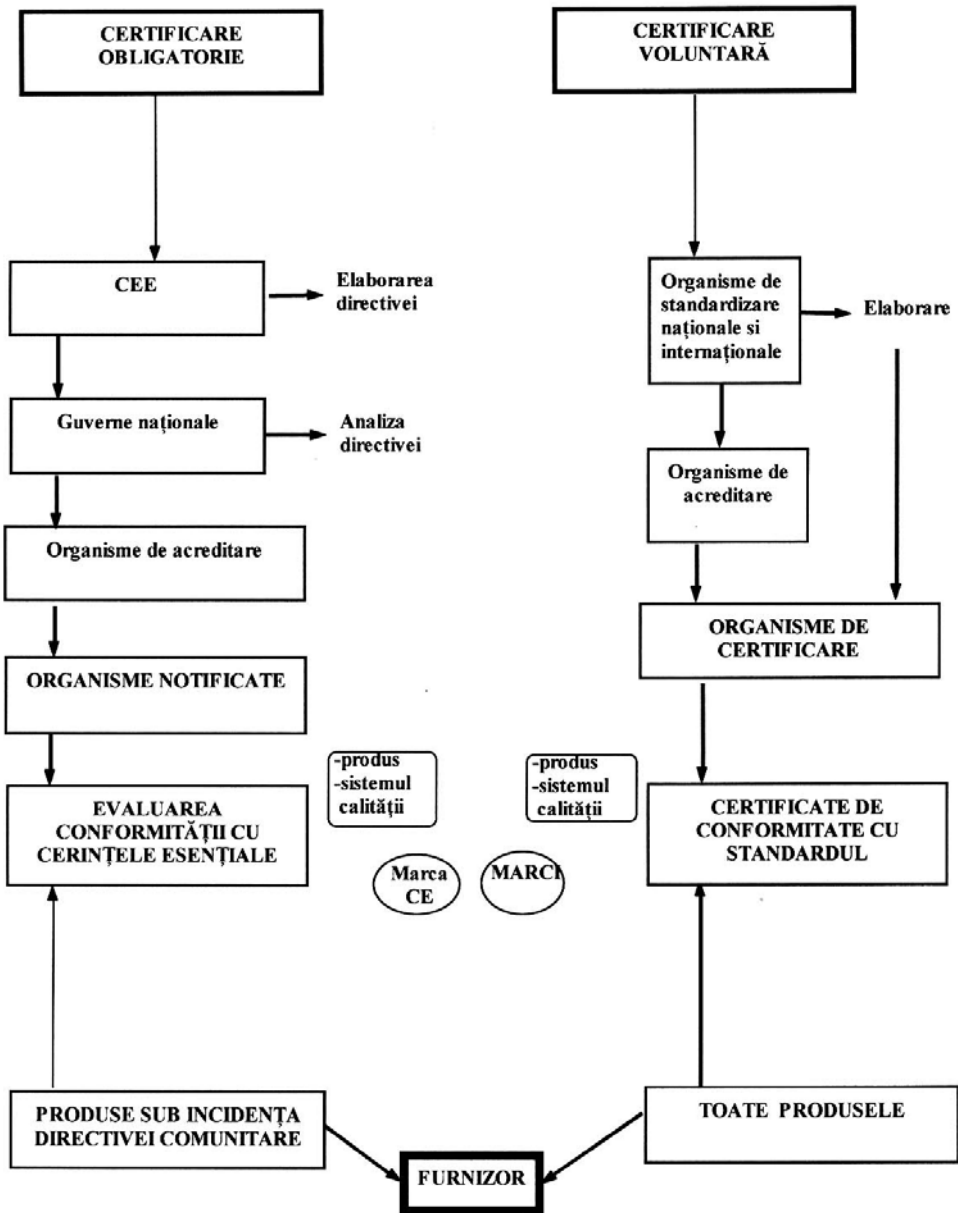


Fig. 1. Furnizorul confruntat cu certificarea obligatorie și voluntară
(Sursa: Revista *Standardizarea* nr. 6/1999)

h) Identificarea organismului de certificare notificat - producătorul poate alege organismul de certificare căruia să i se adreseze, din cadrul celor pe care diversele state europene le-au notificat în cadrul Uniunii Europene ca fiind indicate să desfășoare activitatea de certificare cerută de directive.

Producătorul transmite cererea de certificare organismului notificat ales, acesta efectuând o primă evaluare privind documentația primită și apoi o verificare la sediul producătorului prin intermediul unui grup de evaluare.

Certificarea are o validitate determinată în timp care, o dată depășită, necesită din partea producătorului o cerere de reînnoire a certificării. Organismul notificat desfășoară inspecții și aprecieri la adresa producătorului, efectuând vizite coordonate și neanunțate la sediul producătorului, vizite al căror scop este acela de a urmări dacă sistemul de calitate certificat continuă să fie aplicat corect.

Conform „Noii abordări”, directivele prezintă structuri fundamentale comune, însă în conturarea lor fiecare directivă prezintă particularități datorate, printre altele, condițiilor deosebite din sectorul industrial respectiv, dar și stadiului corespunzător al standardizării internaționale și europene. Aceasta a impus unificarea dispozițiilor referitoare la marcajul CE, care a avut loc prin așa numita directivă cu caracter de amendament cu privire la marcajul CE din 22 iulie 1993, în care se prevăd linii directoare suplimentare pentru aplicare și utilizare. Aceasta aduce la același nivel toate cele 12 directive tehnice emise până în 1992, conform noii abordări în legătură cu marcajul CE.

În prezent, marcajul CE are o semnificație unitară și cu efect asupra directivelor: „Persoana fizică sau juridică, ce realizează sau dispune aplicarea, s-a asigurat că produsul îndeplinește toate cerințele directivelor comunitare în vederea armonizării complete și că a fost supus tuturor procedurilor prescrise de evaluare a conformității”. În cazul în care produsul se încadrează în domeniul de aplicare a mai multor directive și îndeplinește numai unele dintre acestea, la celelalte, la care se face uz de aplicarea legislației naționale, produsul trebuie să poarte marca CE. În acest caz, documentele tehnice anexate produsului trebuie să dea lămuriri despre condițiile de armonizare care au fost respectate. Aceasta se face prin indicarea numărului directivei sau directivelor corespunzătoare conform publicării lor în buletinul oficial al UE.

Aspectul grafic al marcajului CE este stabilit cu exactitate. Marcajul CE constă din literele „CE” cu o formă exterioară a scrisului clar determinată (fig. 2).



Fig.2.

Acest aspect grafic, cu efect asupra directivelor, trebuie să împiedice lansarea pe piață a unui produs cu mai multe marcaje CE. Bineînțeles că în practică, de exemplu nu poate fi împiedicat faptul că, o instalație complexă să fie echipată cu componente marcate CE. Nu se poate accepta obligația înlăturării acestui marcaj aplicat legal de către furnizori. Firește că fabricantului produsului final nu i se permite să afirme că marcajul său este valabil pentru întreaga instalație. De aceea, în unele directive este prevăzută o excepție de la marcajul CE pentru produsele care sunt prevăzute în alte directive pentru montare.

Marcajul CE trebuie să servească autorităților de control ale pieței cu trimitere la respectarea prescripțiilor directivelor, prin intermediul producătorului. De aceea, se vizează produsul final capabil de a fi pus pe piață, nefiind însă cazul unei mărci care se adresează consumatorului.

Pe lângă marcajul CE pot fi aplicate și alte mărci, care însă să nu ducă la confuzii vizavi de marcajul CE. De exemplu, în această categorie se încadrează mărcile de conformitate cu standardele sau mărcile de calitate.

Este important de menționat și faptul că în 1995, CEN și CENELAC au aprobat regulile de operare pentru o nouă marcă voluntară europeană, și anume „Key-Mark”, ce va furniza o dovadă în plus că produsul este în conformitate cu standardele europene printr-o certificare făcută de o terță parte.

Marca inițial creată pentru domeniul electrotehnic de către ELSECOM, instituție ce reprezintă partea de certificare a CENELAC, a fost extinsă pentru a cuprinde și produsele acoperite de standardele europene CEN.

Această marcă de înregistrare, care are aspectul unei chei, va fi acordată de către organisme de certificare independente care îndeplinesc cerințele Sistemului Mărcii Europene CEN/CENELAC. Agenții economici implicați (producători, beneficiari și consumatori) au responsabilitatea deciziei privind cererea de utilizare a mărcii într-un sector special de producție.

Pentru multe segmente ale pieței „Key-Mark” v-a deveni singura marcă de conformitate europeană voluntară pentru produsele electrotehnice, înlocuind multitudinea de scheme naționale de certificare.



Fig. 3 Key-Mark

„Key-Mark” este complementară mărcii regulamentare CE și va furniza consumatorilor și beneficiarilor finali o garanție a calității și un sistem de supraveghere a pieței, înlăturând de pe piață produsele de proastă calitate și punând capăt competiției neloiale dintre producători.

Condițiile necesare impuse schemei pentru marca europeană CEN/CENLEC sunt următoarele:

- demonstrarea conformității produselor cu condițiile dintr-un standard european, pe baza încercărilor de tip la un laborator de încercări al unei terțe părți;
- sistemul calității pentru întreaga linie de producție aplicat de producător.
- organismele de certificare, inspecție și încercări trebuie să îndeplinească condițiile standardelor corespunzătoare din seria ISO 9000;
- supravegherea periodică a organizației împuternicite prin încercări de tip ale unor eșantioane din linia de producție și de pe piață.

Certificarea este executată de un organism național de certificare, producătorului dându-i-se dreptul de a aplica Marca „Cheia” pe produsele sale în baza unui acord de licență încheiat cu organismul de certificare.

„Key-Mark” nu împiedică folosirea altor mărci și în special a marcajului CE. Există însă mai multe deosebiri între acestea, printre care:

-marcajul CE este obligatoriu în timp ce „Key-Mark” este rezultatul unui demers voluntar;

-marcajul CE se aplică exclusiv în domeniul reglementat pe când „Key-Mark” se aplică în domeniul nereglementat;

-marcajul CE atestă conformitatea cu „cerințele esențiale” (caracteristici de securitate), în timp ce „Key-Mark” atestă conformitatea cu cerințele din standardul european.

Marca „Cheia” este acordată de organisme independente (terță parte) care îndeplinesc cerințele Sistemului Mărcii Europene CEN/CENELEC, iar agenții economice implicați au responsabilitatea deciziei privind cererea de utilizare a mărcii într-un sector special de producție.

Pentru multe segmente ale Pieței Interne a Uniunii Europene, „Key-Mark” este marca de conformitate europeană voluntară ce furnizează cumpărătorilor o garanție a calității și un sistem de supraveghere a pieței, înlăturând de pe piață produsele de proastă calitate și concurența neloială dintre producători.

Concluzii

Marcajul CE evidențiază faptul că produsul îndeplinește cerințele comunitare impuse producătorului. El este obligatoriu și trebuie să fie aplicat înainte ca produsul să fie introdus pe piața comunitară, cu excepția unor cazuri prevăzute în directivele specifice. Un produs nu poate fi marcat CE, decât dacă o directivă prevede explicit acest lucru.

Marcajul CE trebuie să fie aplicat, de producător sau de un reprezentant autorizat, stabilit în UE, tuturor produselor noi, indiferent dacă a fost fabricat în statele membre sau în țări terțe, tuturor produselor uzate și second hand din țări terțe și tuturor produselor modificate substanțial care fac obiectul directivelor ca produse noi.

BIBLIOGRAFIE

- Dinu, V., *Standardizarea și certificarea produselor*, Editura Economică, București, 1999
- Enătescu A., M., Enătescu M., A., *Calitate. Terminologie comentată*, Editura Tehnică, București, 2000
- Mitsui Kiyoto – *New role of „marks of conformity” in the global market*, ISO Bulletin, octombrie 2002
- *** *Guide to the Implementation of Directives Based on New Approach and Global Approach*, Final Version
- *** *Your social security rights when moving within the European Union*, Practical guide, Office for official publications of the European Communities, Luxemburg, 1995
- *** Comisia Europeană, *Domeniul reglementat și domeniul nereglementat legislativ*, Documente europene
- *** Comisia Europeană, *Noua concepție pentru eliminarea barierelor tehnice*, Documente europene
- *** Comisia Europeană, *Noua abordare „Hotărârea Consiliului referitoare la armonizarea standardelor”*, Documente europene
- *** Comisia Europeană, *Cartea Albă, „Pregătirea țărilor asociate din Europa Centrală și de Est pentru integrarea în piața internă a UE”*, Documente europene
- *** Colecția revistei „Standardizarea”, 1995-2003

MARKETINGUL EXPEDITIILOR ȘI TRANSPORTURILOR INTERNE ȘI INTERNAȚIONALE DE MĂRFURI

Ana BUTNARU

Lector univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Delimitarea transporturilor ca domeniu distinct al aplicației marketingului în servicii s-a datorat particularităților pe care le prezintă elementele sale definitorii și anume: conținutul pieței, politicile de marketing și organizarea activității. În relațiile de piață activitatea întreprinderii de expediții transport este exprimată prin intermediul serviciilor prestate care apar sub formă de ofertă. Sincronizarea acestora cu cererea reprezintă un obiectiv esențial al activității de marketing.

Abstract

The Marketing of Local and International Goods Shipping and Transportation

The delimitation of forwarding and cargoes transports as a distinct domain of marketing used in services was due to the particularities of its defining elements, that is: the content of the market, marketing policies and work organization. On the market, the work of the transport company is represented by the services offered. Their synchronization with the demand is a core-marketing objective.

Misiunea firmelor de expediții și transporturi de mărfuri gravitează în jurul unor sloganuri („we take it personally”, „passion for excellence”, „E-Business este realitatea trăită, pe care o îmbunătățim și rafinăm zilnic”) care reflectă viziunea modernă a managementului întreprinderii, respectiv orientarea spre piață și grija față de clienți prin crearea unei relații cât mai directe și mai personalizate față de aceștia.

1. Mediul de marketing

A. **Mediul intern** expeditorii și transportatorii beneficiază de teren și clădiri cu destinații speciale de manipulare și depozitare, cu birouri de primire spre negociere a clienților. Unii dintre expeditori dispun de propriile lor mijloace de transport. Ei și-au dezvoltat un sistem informațional care să asigure derularea operativă a tuturor serviciilor spre satisfacerea clienților și atragerea de noi clienți.

Personalul este permanent pregătit profesional și instruit să aibă o relație de foarte bună comunicare cu toți participanții la contractarea și derularea contractelor de expediții și transport intern și internațional de mărfuri precum și de comerț interior și/sau exterior.

B. **Mediul extern.** Societățile de expediții și transport au ca principal obiectiv satisfacerea necesităților de deplasare (mobilitate) a bunurilor și persoanelor. Rezultatele procesului de transport fiind complexe, ele trebuie analizate atât din perspectiva ofertantului cât și din cea a beneficiarului. Astfel, activitatea nu trebuie analizată doar după indicatorii ce măsoară rezultatele activității ci și prin prisma calității serviciilor.

Din perspectiva modului în care transporturile se diferențiază de alte sectoare economice, analiza piețelor specifice, a categoriilor economice cu rol important în

influențarea comportamentului acestora, reprezintă esența teoriei economice a sectorului. Autoritatea publică poate acționa, deci, în anumite situații corectând evoluția parametrilor pieței spre obținerea unui optim. De altfel, în transporturi se înregistrează numeroase tendințe de instabilitate pe care statul are datoria, dacă nu să le elimine măcar să le diminueze.

a. Micromediul

Clienții – principalii clienți sunt firmele producătoare, firmele de comerț intern/internațional, diferite organizații, persoane fizice.

Concurenții – diferitele modalități de transport împart piața, iar creșterea cererii adresată uneia dintre ele, determină în mod real diminuarea cererii care se adresează celorlalte; acest lucru echivalează cu a afirma că serviciile de transport sunt *substituibile*. Totuși, în transport există anumite caracteristici specifice, diferențe de fond care fac ca diversele modalități de transport să nu fie tocmai substituibile. Astfel, în condiții particulare (zonă, nivel de trafic, intensitatea activității economice), modurile de transport oferă servicii diferite, care nu pot fi comparabile.

Mai realist analizate, modurile de transport se află într-o stare de competiție limitată, fiecare fiind caracterizate prin anumite proprietăți determinate. Printre cele mai importante le putem aminti pe următoarele: • zona economică de intervenție; • domeniul tehnic de competență.

Conform conceptelor teoriei economice, transportul se analizează ca o piață sau, mai ales, ca un ansamblu de piețe. Fiecare din acestea propune servicii cu utilități mai mult sau mai puțin apropiate, care pot sau nu să se substituie unul altuia. Societățile de expediție și transport de mărfuri se află în competiție cu firmele care desfășoară activități similare.

Furnizori și parteneri:

Societățile de transport: Romtrans S.A., Ceta S.A., Sorceti, Maersk, Cargo, LKW Walter și alte societăți specializate.

Bănci și companii de asigurare: ABN-AMRO Bank S.A., BCR, Raiffeisen Bank, B.R.D. Finance Bank, Banca I. Țiriac și companiile de asigurare.

Forța de muncă

În România, după 1990, personalul calificat în expediții de mărfuri care a fost angajat la ROMTRANS și NAVLOMAR a fost supus unor puternice presiuni din partea partenerilor interni și externi, astfel că în prezent mulți dintre aceștia lucrează la reprezentanțele unor companii internaționale de renume (DANZAS, UPS, KUHNE & NAGEL, Maersk Romania SRL, Zimrom Shipping SRL, Levant Shipping), sau și-au deschis propriile societăți de expediții (Sun Shipping SRL, TTS SA, Sorceti SA).

Instituțiile statului:

Ministerul Transporturilor Construcțiilor și Turismului: politica de investiții, strategiile de dezvoltare a infrastructurii, inițiativele legislative etc. au un impact direct asupra activităților firmelor din domeniu.

Administrația Generală a Vămirilor: partener prin prisma controlului privind respectarea Codului Vamal și al Regulamentului de aplicare a Codului Vamal, precum și a înțelegerilor la care România este parte.

Ministerul Economiei și Comerțului care stabilește anual contingentele pentru anumite mărfuri pentru care eliberează Licențele de export/import.

Alte ministere, al sănătății, al agriculturii, al mediului și altele cu atribuții privind asigurarea și respectarea normelor de sănătate pentru populație.

b. Macromediul

În diagnosticul asupra mediului, factorii externi ai macromediului exercită o influență directă sau indirectă foarte importantă. Analizând structura comerțului exterior al României se observă faptul că există preocupări constante pentru creșterea atât a exporturilor de la 7,5 mild. Euro în anul 1995 la 17,8 mild. Euro în anul 2015, cu o rată de creștere anuală de la, respectiv 2,5% la 4,7%, cât și a importurilor de la 9,2 mild. Euro în anul 1995 la 20,0 mild. Euro în anul 2015, adică o rată de creștere anuală de la respectiv, 1,6% la 4,0%. O altă caracteristică este predominanța partenerilor europeni, în vreme ce doar Statele Unite și China figurează în lista primelor 10 țări partenere, aceasta fiind un aspect relevant pentru firmele de expediții și transport internaționale, privind adaptarea la piață.

2. Piața firmei de transport

Piața firmei de transport este reprezentată de ansamblul relațiilor de vânzare cumpărare care au loc în domeniul expedițiilor și transporturilor sub forma confruntării cererii de servicii cu oferta capacităților de expediții și transport existente pe piață.

a) Cererea de transport

Cererea de transport reprezintă o cerere derivată, ceea ce înseamnă că transportul este un consum intermediar față de un consum final la destinație. Alegerea unei modalități de transport este o componentă aleatoare mai importantă decât în celelalte forme de consum. Semnificația noțiunii de cerere este mai largă decât cea de trafic, astfel, cererea de transport reprezintă un potențial de trafic, cererea nu se va realiza însă, decât dacă există condiții de transport corespunzătoare. Putem defini conceptul de cerere ca reprezentând globalizarea relației dintre cost și trafic.

Nevoia de transport face parte din rândul nevoilor primare, curente. Ea are o intensitate ridicată, având un caracter presant, este deosebit de diversă, astfel pot fi operate segmentări în funcție de obiectivul activității: transportul de mărfuri și transportul de călători.

Astfel, pentru distanțe lungi și nevoie stringentă, de regulă cererea se manifestă pentru forma de transport aerian, în multe cazuri, tariful nefiind luat în considerare, în timp ce pentru distanțe scurte și nevoie normală, în manifestarea cererii un loc hotărâtor îl ocupă tarifele mărfurilor transportate și mobilitatea mijloacelor de transport, de regulă fiind utilizată forma de transport auto. În formarea cererii de transport factorul decisiv îl reprezintă producția de mărfuri și capacitatea de transport proprie a unităților beneficiare.

b) Oferta de transport

În esență, oferta de servicii este alcătuită din ansamblul prestațiilor prin intermediul cărora se realizează deplasarea mărfurilor dintr-un loc în altul. Ea include, pe de o parte, transportul propriu-zis al mărfurilor, având drept suport mijloacele de transport și activitățile auxiliare (încărcare – descărcare, aranjare, protecție etc.), iar pe de altă parte, infrastructura corespunzătoare, fără de care nu este posibilă realizarea prestației propriu-zise. O astfel de structură a ofertei evidențiază poziția diferită în care se află întreprinderea de transport față de fiecare

componentă în parte. Oferta de transport cuprinde infrastructura și mijloacele de transport: rețelele de transport, lucrările de protecție aferente, instalațiile de semnalizare și coordonare a circulației, construcțiile și instalațiile care asigură exploatarea și întreținerea rețelelor, precum și echipamentele tuturor modalităților de transport din punctele de deservire a utilizatorilor.

Oferta, ca și cererea, este determinată, în dimensiunea ei, de o serie de factori, dintre care cei mai importanți sunt tehnologia, costul prestației, taxele, prețul altor produse (bunuri sau servicii), prețul resurselor, numărul ofertanților, perspectivele pieții condițiile naturale, economice ș.a.

În domeniul transporturilor, raportul cerere–ofertă se află într-un permanent dezechilibru, perioadele cu o supraofertă de capacitate alternând cu cele cu o cerere normală, fiind determinată deopotrivă de variabilitatea ofertei și variabilitatea cererii. Acest raport își pune amprenta atât asupra metodelor de cercetare cât și asupra politicii de marketing a firmei de expediții și transport.

3. Politicile de marketing ale societăților de expediții și transport

Se apreciază că în sectorul transporturilor, marketingul poate fi adâncit și specializat corespunzător, constituindu-se în acest sens domenii de sine stătătoare. O clasificare a acestor specializări poate fi :

- în funcție de mijlocul de transport există :
 - marketingul transporturilor auto,
 - marketingul transporturilor pe cale ferată,
 - marketingul transporturilor aeriene,
 - marketingul transporturilor navale,
- după nivelul de aplicare al marketingului în domeniul transportului avem:
 - macromarketingul transporturilor
 - micromarketingul transporturilor
- după felul transportului avem :
 - marketingul transporturilor de mărfuri
 - marketingul transporturilor de călători

O asemenea structurare prezintă o deosebită importanță practică deoarece, din punct de vedere organizatoric, fiecare modalitate de transport intră în administrarea unor organisme specializate. Ea atrage atenția asupra necesității abordării diferențiate în cadrul fiecărei componente organizatorice în parte.

3.1. Politica de produs

Realizarea unei politici de produs presupune adaptarea permanentă a pachetului de oferte de expediții și transporturi de mărfuri la cererea manifestată pe piață. Raportul calitate preț este completat de profesionalismul lucrătorilor, de evoluția tehnică și chiar de cuceririle științei.

Particularitățile serviciilor și în special ale produsului și determină realizarea unor cercetări permanente privind evoluția pieței pentru adaptarea la ea. Serviciul oferit poate fi completat cu noi servicii în funcție de cerere, un exemplu în acest sens îl constituie amploarea expedițiilor și transporturilor în sistem multimodal.

3.2. *Politica de preț*

Specificul acesteia este exprimat prin modul în care sunt stabilite tarifele și prin strategiile și tacticile utilizate în formarea politicii de preț (cunoscut în practică sub mai multe denumiri-tarif, navlu, cotație, tarif). Întâlnim următoarele particularități:

- a) tarifele și navlurile (în transport maritim) sunt relativ stabile în timp;
- b) prețurile practice sunt oferite clienților prin intermediul unor cataloage;
- c) tarifele și navlurile au un grad mare de diversitate.

La stabilirea unei politici de tarifare trebuie de asemenea avute în vedere: diferențierea serviciilor și a prestațiilor și metoda de tarifare/calculul prețului de cost, strategii de prețuri, politica reducerilor tarifare, nivelurile prețurilor minime, politica termenelor de plată.

3.3. *Politica de distribuție*

Procesul distribuției diferă esențial pe cele două tipuri de transport de mărfuri și de persoane. În cazul transportului de mărfuri, distribuția serviciilor se realizează fie direct, prin canale de tipul „producător – consumator”, fie indirect cu ajutorul intermediarilor de tipul „producător – intermediar – consumator”. În esență procesul distribuției este definit de următoarele elemente: rețeaua de agenții, birouri de reprezentare, formele de vânzare contracte de transport, termenul convenit bilateral sau în regim de urgență, modul de rezervare prin telefon, fax, internet sau direct, modalități de contramandare a prestației, volumul sau greutatea mărfurilor transportate per unitatea de transport, modalitatea de plată a prestației.

3.4. *Politica promoțională*

În transporturi, activitatea promoțională are drept obiectiv promovarea imaginii de marcă și asigurarea informațiilor necesare pentru utilizarea în cele mai bune condiții a mijloacelor de transport. Dintre mijloacele utilizate se detașează cele incluse în cadrul promovării la locul vânzării și a promovării vânzărilor.

Ea se realizează prin afișaj, panouri pe principalele artere de circulație a oamenilor de afaceri și al mărfurilor, semnalizare specifică, cataloage și anuare ale transportatorilor, diferite forme de promovare, prin reducerea tarifelor în funcție de cantitățile transportate sau distanțele folosite după frecvența transporturilor, gradul de ocupare a vehiculului etc. Amploarea mijloacelor promoționale folosite diferă în funcție de modalitatea de transport, precum și de locul în care se face promovarea.

4. **Comunicarea în expediții și transporturi**

Compania de expediții și/sau transporturi interne și/sau internaționale de mărfuri comunica imaginea sa și a serviciilor pe care le prestează încă de la intrarea consumatorului în sediul său. Personalul specializat comunică tuturor clienților o serie de informații care completează imaginea societății cu date concrete asupra serviciului solicitat dar și cu date precise privind ansamblul de servicii ce sunt prestate, a pachetelor de servicii. Mai mult pentru satisfacerea cererii clienților, multe firme de expediții și transporturi au achiziționat programe speciale care dau posibilitatea clienților de a comunica permanent, de a se informa și chiar de a face comenzi și plăți on-line.

Consumatorul de servicii este influențat de două surse de comunicații: cea externă și cea internă, care trebuie să fie complete, clare și în conformitate cu ceea ce consumatorul vede sau aude.¹

În acest sens, societățile de expediții și transport comunică prin cataloage, promovări în cadrul vânzărilor de servicii de expediție și transport pe diferite modalități de transport realizând relații publice care consolidează încrederea clientului și atrage noi clienți. La rândul său, managerul trebuie să fie bine informat asupra tuturor aspectelor privind contractele și să comunice permanent cu departamentele care asigură derularea acestora, având ca scop comun acela de a satisface la timp și în condiții avantajoase clientela.

În ultima perioadă, foarte multe companii au adoptat conceptul de „marketing comunicațional integrat” prin care ele își integrează și coordonează toate canalele de comunicație externe.²

Dacă în alte domenii de activitate lucrurile par relativ simple, în domeniul expedițiilor și transporturilor interne și internaționale de mărfuri comunicațiile sunt deosebit de complexe.

5. Rolul personalului în marketingul serviciilor

Multe societăți de expediții și transporturi interne și internaționale de mărfuri acordă o importanță deosebită realizării culturii organizaționale, bucurându-se de rezultate semnificative în urma eforturilor depuse.

Schimbările fundamentale încep prin transformarea modului de a gândi al personalului, iar la noi, mentalitatea unor angajați și a unor manageri va trebui să se adapteze la cerințe. Calitatea relațiilor prestator – consumator depinde de calitățile relațiilor din interiorul companiei; astfel, problemele angajaților companiei trebuie cunoscute de manageri și rezolvate, nu amânate.

În concluzie, într-o companie prestatoare de servicii, prestatorul este cel care crește valoarea, prin identificarea și adoptarea unor soluții, decizii, posibilități, variante de a crea noi servicii, de a comunica și altele, astfel, servirea clienților să se realizeze în timp și spațiu în cele mai bune condiții de calitate, în conformitate cu cererea și așteptările consumatorilor.

Practica actuală, potrivit unor autori străini și romani, arată că domeniul cu cele mai largi aplicații ale marketingului intern este cel al companiilor de servicii, deoarece în cele mai multe dintre servicii prestatorul nu poate fi separat de serviciul pe care-l prestează. În aceste condiții, succesul unei companii depinde de *calitatea personalului angajat*, de calitatea activității personalului care determină eficiența demersului de marketing.

Scopul final al marketingului intern este formarea unei culturi de marketing în rândul personalului, astfel încât angajații să dorească și să creeze consumatori fideli companiei, să atragă noi clienți și să-i fidelizeze.

Importanța personalului în domeniul marketingului serviciilor este dată de includerea lui, de către numeroși specialiști de marketing³, printre elementele

¹ Iuliana Cetină, Raluca Bradabur, *Marketingul serviciilor, abordare teoretică și studii de caz*, Ed. Uranus, București, 2004, p. 196.

² Zeithaml Valarie A., Bitner Mary Jo, *Services Marketing*, Second Edition, Irwin McGraw-Hill, 2000, p. 405.

³ Berry Leonard L., *Discovering the Soul of Service*, The Free Press, New York, 1999; Zeithaml Valarie A., Bitner Mary Jo, *Services Marketing*, Irwin McGraw Hill, 2000

marketingului mix deoarece acestea reprezintă, de cele mai multe ori, serviciul, el reprezintă campania, în rata consumatorului.

Succesul unei companii de servicii este datorat personalului angajat: a celui din „linia întâi” – ce materializează efectiv „SERVICIUL” și a celui din „spatele cortinei” – care asigură desfășurare prestațiilor de servicii contribuind și la crearea imaginii companiei. Realizarea unei politici adecvate în domeniul resurselor umane de către expeditorii și transportatorii de mărfuri a fost în mod direct reflectată în rezultatele obținute.

Succesul pe piață al companiei depinde de aplicarea marketingului intern, ceea ce presupune: angajarea celor mai buni specialiști din domeniu și menținerea lor; dezvoltarea unui sistem permanent de pregătire și perfecționare profesională în țară și în străinătate; munca în echipă; realizarea unui sistem de evaluate și recompensare a activității prestatorului de servicii.

În concluzie, putem afirma faptul că o politică solidă de atragere, angajare și mai ales de menținere a personalului în expediții și transporturi interne și internaționale de mărfuri a dovedit, în timp, realizarea unor servicii bazate pe o solidă pregătire profesională, multă inițiativă, reale calități de manager sau lider de opinie în interesul companiei.

Pătrunderea pe piața noastră a unui număr mare de societăți de expediții și transporturi interne și internaționale de mărfuri cum sunt: DHL, UPS, TNT și altele s-a realizat prin implementarea unor concepte occidentale de marketing privind personalul angajat. Acest aspect a fost preluat cu succes de multe firme care dețin capital integral românesc. Concurența și-a pus, la rândul ei amprenta, mulți lucrători bine pregătiți profesional fiind atrași de marile companii, alții înființându-și propriile companii recunoscute și respectate pe piața actuală.

Fără a avea pretenția abordării complete a acestui deosebit de interesant domeniu, consider că schimbările manageriale bazate pe programe și strategii de marketing au contribuit în mod covârșitor la eficientizarea serviciilor de expediții și transporturi interne și internaționale de mărfuri din România. Implementarea noilor concepte de marketing a fost accelerată și de concurența firmelor străine cu experiență în abordarea de marketing a noilor piețe.

BIBLIOGRAFIE

- Berry Leonard L., *Discovering the Soul of Service*, The Free Press, New York, 1999;
- Zeithaml Valarie A., Bitner Mary Jo, *Services Marketing*, Irwin McGraw Hill, 2000
- Butnaru A., *Transporturi și asigurări internaționale de mărfuri*, Editura Fundației România de Maine, București, 2002.
- Caraiani Gh. (coord.), *Marketingul și managementul în activitatea de transporturi*, Editura Lumina Lex, București, 2002.
- Cetină Iuliana, Bradabur Raluca, *Marketingul serviciilor, abordare teoretică și studii de caz*, Ed. Uranus, București, 2004, p. 196.
- Zeithaml Valarie A., Bitner Mary Jo, *Services Marketing*, Second Edition, Irwin McGraw-Hill, 2000, p. 405.

FISCALITATEA LA NIVEL EUROPEAN ÎN CONDIȚIILE PIEȚEI UNICE

Mariana Cristina CIOPONEA

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Reforma fiscală din țările vest-europene a avut în vedere, în linii generale: extinderea bazelor de impozitare, limitarea facilităților fiscale, reducerea sarcinii fiscale asupra profiturilor agenților economici. În prezent, sistemele fiscale ale țărilor Uniunii Europene prezintă unele trăsături comune, decurgând din caracterul economiei de piață și din obiectivele urmărite de Uniunea Europeană. Și în fostele țări socialiste s-au inițiat și s-au dezvoltat măsuri înnoitoare pe plan economic, cuprinzând și sistemul fiscal.

Abstract

Fiscality at the European Level under the Terms of the Single Market

The fiscal reform in the West European countries had in view: the extension of the fiscal basis; the limitation of the fiscal facilities; the reduction of the fiscal rate of the companies' interests. At present, the fiscal systems of the West European countries have some common features, which result from the characteristic features of the market economy and from the aims of the European Union. In the East European countries, have been taken measures for the economic reform, including the fiscal system.

Crearea pieței unice funcționale, care să favorizeze dezvoltarea relațiilor comerciale intracomunitare, progresul social-economic și prosperitatea în toate țările membre, a făcut posibilă și necesară adoptarea la nivel comunitar a unor reglementări menite să favorizeze libera concurență, să asigure circulația bunurilor, serviciilor, persoanelor și capitalurilor, să înlăture obstacolele care îngreunau desfășurarea schimburilor comerciale și cooperarea economică între țările membre. În acest context, Consiliul European a adoptat o multitudine de directive pe tema fiscală, vizând, cu deosebire, impozitele pe bunuri și servicii. Alături de reglementările comunitare, în virtutea suveranității fiscale de care se bucură, autoritățile naționale au adoptat, la rândul lor, acte normative proprii în domeniul impozitelor și taxelor, ceea ce conferă fiecărui sistem fiscal unele aspecte specifice, pe fondul unor trăsături comune.

1. Orientări ale fiscalității din țările europene în ultimii ani

Evoluția contemporană a sistemelor fiscale vest-europene se desfășoară pe fondul unor schimbări majore în această privință, intervenite în anii '80, când s-a manifestat tendința cvasigenerală de renunțare drastică la acordarea de facilități fiscale, reducerea progresivității impozitelor directe și atenuarea impozitării agenților economici, comparativ cu impozitarea persoanelor fizice. Modelul de inspirație l-a constituit reforma sistemului fiscal din SUA din perioada Administrației Reagan, prin care s-a urmărit sporirea capacității de economisire a contribuabililor.

Reformele fiscale din țările cu economie de piață dezvoltată au avut ca punct de plecare o seamă de factori cu manifestare cvasigenerală:

- creșterea pregnantă a fiscalității ca urmare a crizei economice generale (criza energetică, inflația, criza financiar-monetară etc.), fapt care a atras nemulțumirea populației;

- complexitatea ridicată a sistemelor fiscale, datorată, în special, numeroaselor facilități fiscale acordate și care au devenit multiple porțițe de evaziune fiscală;

- exercitarea unei influențe negative a sistemelor fiscale existente asupra creșterii economice și formării brute de capital, ideile de natură intervenționistă pierzând teren în favoarea celor care promovau acțiunea liberă a forțelor pieței.

Reformele fiscale din țările dezvoltate nu au avut obiective similare, iar în cazurile în care acestea au coincis, căile urmate nu au fost aceleași. În general, s-a urmărit reducerea sarcinii fiscale a impozitului pe veniturile persoanelor fizice, ceea ce s-a transpus în practică în deplasarea sarcinii fiscale de la cei cu venituri foarte mari către cei cu venituri mai modeste. Una dintre explicații se referă la măsurile privind lărgirea bazei de impunere, prin impozitarea unor venituri până atunci scutite, precum și prin abrogarea unor facilități fiscale. În majoritatea țărilor (se practica impunerea progresivă) a avut loc reducerea numărului cotelor de impunere și micșorarea ecarterului dintre cota minimă și maximă.

Atenuarea progresivității impunerii și extinderea bazelor de impozitare, dovedesc urmărirea cu prioritate a echității fiscale orizontale comparativ cu cea verticală, în condițiile în care, pe de o parte, veniturile populației sunt mari și nu prezintă diferențieri prea ridicate de la un individ la altul și de la un grup social la altul, iar pe de altă parte, se acordă o seamă de facilități care scad venitul impozabil (mult) sub nivelul venitului obținut de contribuabil¹. Facilitățile fiscale acordate persoanelor fizice corespunzător veniturilor realizate, vizează diverse situații:

- favorizarea contribuabililor în funcție de starea civilă, numărul copiilor sau persoanelor aflate în întreținere;

- reducerea venitului impozabil cu valoarea contribuțiilor plătite la securitatea socială;

- reducerea venitului impozabil cu dobânzile aferente creditelor pentru investiții, reparații, achiziționarea sau construirea unei locuințe (principale sau secundare) ș.a.

Măsurile luate în cadrul reformelor fiscale privitor la impozitul pe profitul societăților au avut motivații diverse, fiind influențate de factori economici, conjuncturali, sau politici și s-au concretizat, în principal, în:

- lărgirea asietei și limitarea accentuată a facilităților fiscale acordate agenților economici;

- reducerea diferenței dintre nivelul impunerii profitului distribuit acționarilor ca dividend și profitul reținut la dispoziția societății pentru dezvoltare;

- reducerea cotelor de impunere a profitului societăților.

¹ Astfel, în Olanda cota maximă a impozitului pe venit este de 60%, iar venitul supus impozitării reprezintă doar 50% din venitul mediu al contribuabilului; cele două valori sunt în Franța 57% și 70,5%; în Belgia 55% și 72,1%; în Germania 53% și 78,3%; în Grecia 50% și 60%; în Marea Britanie 40% și 56,5% etc.

Se poate concluziona că, prin aceste măsuri, s-a urmărit deplasarea dinspre intervenționismul prin impozite spre neutralitatea sistemului fiscal. Totuși, unele state² au continuat să acorde facilități fiscale, îndeosebi pentru sprijinirea investițiilor. Experiența acumulată în țările cu economie dezvoltată referitor la intervenționismul prin impozite, a condus la limitarea facilităților fiscale, din considerente ca:

- incitațiile nu modifică nivelul sau configurația investițiilor pe perioade mari de timp, iar pe termen scurt riscă să încurajeze investițiile de interes mediu motivată de argumente fiscale în detrimentul celor de rentabilitate;
- costul incitațiilor fiscale este ridicat, reflectându-se în nerealizări de venituri pentru buget, ceea ce conduce la majorarea altor impozite care să compenseze diferența de încasări fiscale, ceea ce poate induce unele distorsiuni în realizarea echității fiscale;
- aplicarea unei game largi de facilități poate crea porțițe pentru practicarea evaziunii fiscale.

În prezent, sistemele fiscale ale țărilor Uniunii Europene prezintă unele trăsături comune, decurgând din caracterul economiei de piață și din obiectivele urmărite de Uniunea Europeană. Întrucât țările membre au niveluri de dezvoltare economică diferite și promovează politici fiscale diferite, se poate afirma că structurile și nivelurile sistemelor fiscale ale acestor țări prezintă particularități deloc de neglijat.

Prin intermediul lor se redistribuie peste 40% din produsul intern brut, iar tendința este de creștere. În general, se constată un nivel mai ridicat al gradului de redistribuire la țările cu economie dezvoltată, existând desigur și unele excepții de la această regulă (USA, Japonia care înregistrează rate ale fiscalității de aprox. 30%). În ceea ce privește structura prelevărilor obligatorii, se remarcă o creștere mai rapidă a impozitelor directe (inclusiv contribuții la securitatea socială) comparativ cu cele indirecte. O tendință cvasigenerală se poate remarca pe linia restrângerii facilităților fiscale.

Reforma economică reprezintă esența procesului de tranziție la economia de piață, iar una dintre componentele de bază ale acesteia o constituie reforma fiscală, care trebuie să conducă la întărirea administrației fiscale, prin introducerea unui sistem fiscal orientat spre eficientizarea activităților economico-sociale. Implementarea unui asemenea sistem este un proces dificil, dar de o necesitate stringentă, pentru a nu compromite reforma economică și a putea asigura succesul tranziției.

2. Aspecte privind reforma fiscală în țările aflate în tranziție

În țările est-europene, reforma fiscală are o semnificație deosebită, întrucât reprezintă o parte integrantă a reformei economice în plină desfășurare în aceste state; schimbările reprezintă o necesitate de prim ordin și au la bază experiența istorică din țările occidentale, care și-au edificat actualele sisteme fiscale pe parcursul mai multor generații.

² Austria, Finlanda, Grecia, Islanda, Luxemburg, Suedia și Turcia operează deduceri ale venitului impozabil cu o parte (mai mică sau mai mare) din costul investițiilor realizate sau cu rezervele constituite pentru finanțarea investițiilor; Belgia, Canada și Spania acordă reduceri ale impozitului pe profit (sub forma creditelor fiscale) în funcție de investițiile realizate; Irlanda acordă subvenții pentru finanțarea mașinilor, instalațiilor și clădirilor noi, în proporție de 25-35% din costul acestora; Belgia, Franța, Grecia, Irlanda aplică la câștigul din capital cote mai reduse dacă au deținut acest capital o anumită perioadă de timp; numeroase țări scutesc de impozit câștigul din capital dacă îl reinvestesc.

Reformele fiscale din țările est-europene au îmbrăcat mai multe forme, vizând în principal:

- descentralizarea luării deciziilor de la ministere la întreprinderi;
- extinderea selectivă a rolului pieței în ceea ce privește această descentralizare;
- creșterea continuă a rolului inițiativei particulare.

Între țările sud-est europene, promotoarea modernizării sistemului fiscal a fost **Ungaria** care și-a dezvoltat, încă din anul 1988, un sistem fiscal orientat cadrului economiei de piață, fiind în conformitate cu recomandările Comunității Europene în acest domeniu. Nivelul fiscalității în PIB este cu 5-10 p.p. mai ridicat decât media existentă în țările europene, iar în ceea ce privește structura impozitelor, cele indirecte și taxele vamale au ponderea cea mai mare, în timp ce impozitele directe au rol mai redus.

Politică fiscală a Ungariei a fost îndreptată, în primul rând, spre asigurarea neutralității statului, promovarea privatizării și încurajarea economiilor și investițiilor. Creșterea ratelor fiscale generale nu a fost avută în vedere în mod deosebit, urmărindu-se, în schimb, sporirea veniturilor statului prin lărgirea, în mod gradual, a bazei de impozitare.

În ceea ce privește taxa pe valoarea adăugată, aceasta a fost introdusă încă din anul 1988, modul de aplicare fiind permanent perfecționat. Aplicarea TVA a fost prevăzută cu rate diferite: o rată generală de 25%, redusă ulterior cu 2-3 puncte procentuale; o rată preferențială de 6%, care a fost ridicată la 10%, precum și o rată 0%, aplicată la medicamente și energia electrică destinată consumului individual.

În scopul îmbunătățirii sistemului fiscal, impozitarea veniturilor agenților economici și impozitarea veniturii persoanelor fizice au fost abordate în mod corelat, în vederea evitării dublei impuneri, precum și pentru a nu stimula utilizarea venitului pentru consum, în dauna procesului de economisire.

În cadrul impozitării societăților, s-au acordat unele stimulente având ca obiectiv direcționarea fondurilor, mai ales spre investiții productive; printre măsurile adoptate s-au numărat:

- exceptarea de la impozitare a profitului destinat a fi investit;
- acordarea de credite fiscale;
- acordarea de premii la investiții.

Pe considerentul că Ungaria nu dispunea de suficient capital și nici de tehnologie avansată, în condițiile în care avea nevoie de investiții străine, s-a considerat oportună exceptarea de la impozitare a dobânzilor la economiile în valută.

Pe planul finanțelor locale, cota defalcată din impozitul pe venit transferată bugetelor locale, s-a redus de la 50% la 30%, pe fondul creșterii veniturilor proprii ale colectivităților locale.

În ultimii ani, în condițiile necesității creșterii veniturilor fiscale pentru diminuarea deficitului bugetar, a avut loc o sporire mai accentuată a impozitelor indirecte și a celor vizând protecția mediului.

Pentru **Polonia**, anul 1993 a reprezentat o etapă importantă în cadrul procesului de reformă a sistemului fiscal, autoritățile publice guvernamentale pornind de la ipoteza că transformările în domeniul fiscalității trebuie să se regăsească într-o eficacitate sporită pe linia creșterii veniturilor bugetare.

În anul 1991, acestea au fost de 37,2% din PIB, iar în anul 1994 se situau la 43,2% ceea ce reprezintă un grad de fiscalitate comparabil cu media țărilor europene dezvoltate. Impozitul pe profit și impozitul general pe bunuri și servicii (TVA) alimentau bugetul național cu peste 40% din totalul veniturilor fiscale, iar impozitul pe venitul persoanelor fizice reprezenta aproximativ 25% din total. Redistribuirea acestora reflectă o preocupare deosebită pentru asigurarea protecției sociale (cheltuielile pentru asigurări sociale reprezentau 52% din total), pentru respectarea angajamentelor legate de apelul la credit public (plățile privind datoria internă și garanțiile acordate de stat s-au ridicat la 12% din totalul cheltuielilor publice), precum și reducerea sectorului de stat și a sprijinului acordat acestor firme (alocațiile și subvențiile au reprezentat doar 3,7%).

Reglementările privind taxa pe valoarea adăugată prevăd perceperea acesteia la trei rate și anume: o rată generală de 22%, o rată redusă de 7% – pentru articole și bunuri utilizate în agricultură și silvicultură, produse farmaceutice, produse alimentare de strictă necesitate, articole pentru copii, ziare, instrumente muzicale etc. – precum și rata 0% pentru exporturi de bunuri și servicii.

Accizele sunt percepute la produse cum sunt: tutun, băuturi alcoolice, jocuri de noroc ș.a., reprezentând o sarcină fiscală pentru producător sau importator.

În ceea ce privește impozitul pe venitul individual, se remarcă perioade de „înghețare” a scării de impozitare aplicată, alternând cu perioade de reanalizare a acestora. Chiar și în aceste condiții, sarcina fiscală a crescut continuu, din cauza accentuării inflației. Legea prevede unele facilități în ceea ce privește impozitarea tinerilor căsătoriți, precum și pentru persoanele singure care au în îngrijire copii.

Impozitul pe societăți prevede unele excepții pentru venitul destinat achiziționării de titluri de valoare emise de Trezorerie, precum și pentru transferul gratuit de proprietate.

Cehia și Slovacia au adoptat, începând cu anul 1992, un nou sistem fiscal, care cuprinde: impozitul pe venit, taxa pe valoarea adăugată, accizele, impozitul pe averea imobiliară, impozitul pe transferul proprietății imobiliare, impozitul pe moștenire și donații, taxa pentru autostrăzi .

În urma divizării fostei Cehoslovacii, cele două state independente formate au adoptat, în mare măsură, legislația federală în ansamblul ei și sistemul fiscal a rămas, în general același, unele dintre principalele legi fiind amendate fără modificări, iar altele (impozitul pe proprietatea imobiliară și impozitul pe moștenire și donații) fiind introduse cu rate fiscale diferite în cele două țări.

În anul 1992, în **Cehia** a fost adoptat Codul fiscal, în baza căruia, impozitul pe venitul individual se aplica în conformitate cu o scară progresivă având cota maximă de 47%, iar impozitul pe venitul societăților prevedea o cotă generală de 45%. Legislația fiscală prevedea tratamente fiscale speciale privind anumite tranzacții, ca: închirierile de fonduri fixe și circulante, transferurile de bunuri imobiliare, precum și așa-numita „capitalizare redusă” cu privire la deductibilitatea dobânzii la împrumuturi. Rata fiscalității în anul 1994 era în Cehia de 47,3%.

După anul 1995, cota marginală a impozitului pe venitul persoanelor fizice s-a redus la 41% iar impozitul pe profit a scăzut la 43%. Au fost eliminate unele avantaje fiscale acordate agenților economici (printre care cele vizând fabricile de bere).

Taxa pe valoarea adăugată prevedea, pe lângă cota normală de 23% (care ulterior a scăzut la 22%), o cotă redusă de 5% și una majorată de 25%. În vederea apropierii de prevederile U.E., din anul 1997 cota normală de TVA a scăzut la 17%.

În **Slovacia**, TVA a fost introdusă în anul 1993 având o rată normală de 23% (care ulterior s-a majorat la 25%) și una redusă de 5% (care a crescut la 6%) pentru majoritatea alimentelor, produse farmaceutice, cărți, reviste, chirii, o mare parte a serviciilor ș.a. Prin reforma financiară din anul 1993, bugetul sistemului de asigurări sociale, de pensie și sănătate s-a desprins de bugetul central, iar contribuția se ridică la 50% din salariul brut.

Pentru întreprinderile înființate în Slovacia începând din anul 1993, se acordau unele stimulente fiscale îndreptate spre încurajarea investirii, atragerea capitalului străin, precum și dezvoltarea unor zone geografice rămase în urmă.

Sistemele fiscale ale acestor state sunt în continuare în plin proces de transformare, remarcându-se două aspecte comune: pe de o parte, are loc stabilirea cadrului pentru aplicarea unor politici fiscale independente, iar pe de altă parte, se are în vedere armonizarea celor două sisteme fiscale la cerințele europene.

În **Bulgaria**, anul 1995 a marcat modernizarea sistemului de impozitare, prin intrarea în vigoare a șase noi legi fiscale, în scopul apropierii sistemului fiscal al țării de unul specific economiei de piață. În ceea ce privește noul sistem fiscal, acesta se caracterizează prin neutralitate, prevăzând totuși și unele stimulente fiscale inerente, precum și măsuri împotriva evaziunii fiscale. Noile legi fiscale au fost concepute cu sprijinul experților de la FMI și Banca Mondială.

Legea privind impozitul pe profit, vizează practic toate activitățile economice, iar baza impunerii o reprezintă profitul rezultat din evidențele contabile ale fiecărui an fiscal. În ceea ce privește nivelul cotelor aplicate, caracterul lor progresiv a dispărut, iar băncile și companiile de asigurări sunt impozitate la cote mai mari decât întreprinderile productive. De remarcat faptul că legea nu prevede avantaje fiscale pentru firmele mixte.

Impozitul pe venitul individual adoptat cuprinde o scară cu trei rate, cuprinse între 15% și 40%, care se aplică pe categorii de venit bazate pe multiplii salariului minim.

Dividendele, dobânzile la acțiuni și obligațiuni, precum și anumite premii sunt supuse unei cote de impozit de 20% .

În cadrul procesului de transformare economică, introducerea taxei pe valoarea adăugată a reprezentat punctul de referință al întregii reforme fiscale a Bulgariei. Odată cu funcționarea acestui impozit s-a realizat sporirea veniturilor publice pe seama impozitelor indirecte, ceea ce a conferit sistemului fiscal un caracter relativ neutru. Legea inițială privind taxa pe valoarea adăugată prevedea aplicarea unei singure cote de 20% asupra unei baze de impozitare largi, ce cuprindea doar câteva excepții specificate. Astfel, importurile erau supuse aplicării taxei pe valoarea adăugată, în timp ce exporturile erau exceptate.

Sistemul impozitelor indirecte include impozitarea cu accize a anumitor bunuri și servicii, importate sau produse în Bulgaria, în principal articole de lux, dar și servicii privind ocrotirea sănătății. Ratele care se aplică diferă de la 10% la autoturisme, la 60% la băuturi alcoolice, tutun, loterie și alte jocuri de noroc.

Reforma fiscală în fostele țări socialiste a avut ca prioritate și adoptarea altor măsuri aducătoare de venit. Astfel impozitarea proprietății a fost corelată cu privatizarea terenurilor și a clădirilor și, în numeroase cazuri, a avut la bază nivelul chiriilor existente indexate corespunzător. Acest tip de impozit este ușor de administrat și a devenit o importantă sursă de venit pentru guvernele locale.

Pentru a concluziona, se poate afirma că, în ultimii ani, în toate țările foste socialiste s-au inițiat și s-au dezvoltat măsuri înnoitoare pe plan economic, cuprinzând și sistemul fiscal. Se observă însă că unele țări au o deschidere mai largă spre exterior, fiind mai receptive și flexibile la necesitatea schimbării corelată cu situația internă și internațională (cum este cazul Ungariei și Cehiei), în timp ce alte țări au o capacitate mai mică de a trece la modificări radicale, dovedind un conservatorism pronunțat (de exemplu România și Bulgaria).

Indiferent de capacitatea de adaptare și rapiditatea cu care au loc schimbările, în toate aceste țări au loc profunde schimbări economice, alături de cele sociale și politice, care se înscriu în strategia generală a tranziției la economia de piață.

În ceea ce privește derularea reformei fiscale în țările din S-E Europei, se pot observa unele diferențe în ritmul și sfera de cuprindere, astfel că sistemele lor fiscale se află în stadii diferite de armonizare cu situația existentă la nivel european.

Cunoașterea experienței dobândite de alte țări – dezvoltate sau în curs de tranziție – reprezintă un demers foarte util în elaborarea strategiei României în materie de impozite. Pentru adoptarea celor mai potrivite măsuri, este necesar ca acestea să fie precedate de cercetări aprofundate, pentru a verifica reacția de răspuns manifestată în comportamentul persoanelor fizice și juridice în diverse situații produse de modificarea legislației impozitelor, astfel încât să se evite apariția unor reacții adverse, cu implicații nedorite și negative în plan economic și social.

BIBLIOGRAFIE

- Cioponea Mariana Cristina, *Politica în domeniul circuitului fiscal-bugetar în vederea relansării economice a României*, teză de doctorat în curs de definitivare.
- Cioponea Mariana Cristina, *Politica fiscală*, în „Politici economice”, concepte, instrumente, experiențe, Editura Economică, București, 1997.
- Cioponea Mariana Cristina, Cristina Neacșu, *Principalele caracteristici ale reformei fiscale în țările aflate în tranziție*, în „Procese și politici macroeconomice ale tranziției”, Editura Economică, București, 1993.
- Dinga Emil Călin, *Reflecții economice*, Editura Fundației *România de Măine*, București, 2001.
- Nedu Delia, Mariana Cristina Cioponea, *Armonizarea sistemului fiscal românesc cu cerințele pieței unice europene. Studii Financiare*, vol. 1-2, (21)/2001, Academia Română, ICFM „Victor Slăvescu”

LOCUL AGRICULTURII ÎN ECONOMIA ROMÂNIEI ȘI INTEGRAREA AGRICULTURII ROMÂNEȘTI ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

Eduard IONESCU

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Accelerarea reformei politicii agricole românești se impune datorită rezultatelor nesatisfăcătoare înregistrate până în prezent și ca urmare a perspectivelor reale de integrare în Uniunea Europeană. În perioada de negociere și a răgazului stabilit pentru reforma structurală în agricultură este necesară construcția „sistemului exploatațiilor agricole comerciale”, pe baza modernizării tehnice, și organizarea exploatarii pentru realizarea unei productivități agricole care să asigure competitivitatea necesară în vederea obținerii de avantaje în urma integrării.

Abstract

The Place of Agriculture in Romania's Economy and the Integration of Romanian Agriculture in the European Union

Speeding up the Romanian agricultural reform is required by the unsatisfactory results scored till now and by the real integration perspectives to European Union. During negotiations and the period settled for structural reform in agriculture must be built the „commercial agricultural exploitation system”, based on technical modernization and exploitation making up, in order to fulfil an agricultural productivity, able to ensure the necessary competitiveness to achieve advantages as the result of integration.

Agricultura are particularități față de alte activități economice datorită factorilor naturali și biologici care intervin în procesul de producție, amenajării teritoriale a producției și caracterul muncii agricole, necesității reglementării și echilibrului piețelor.

Factorii naturali și biologici determină natura ciclică a producției agricole care se manifestă prin instabilitate și sezonalitate a producției și a veniturilor agricultorilor. Față de alte sectoare ale economiei, datorită „legii randamentelor descrescânde” ritmul de creștere a producției agricole este mai lent ceea ce determină o competitivitate redusă a agriculturii.

Factorii naturali și biologici generează o variație a producției de la an la an, ceea ce determină o variație a competitivității activităților agricole. Sunt și situațiile când producția este compromisă total din cauza acestor factori.

Datorită ciclurilor lungi a producției (zootehnie, viticultură, pomicultură etc.), investițiile în agricultură nu asigură obținerea unor rezultate imediate.

Faptul că procesele de producție din agricultură se desfășoară pe suprafețe extinse, mai apropiate sau mai îndepărtate de centrul exploatației și de piețele de desfacere determină costuri mari de transport. Pe lângă distanță, mai intervin și alte criterii care generează variația costului de transport și anume: calitatea mijloacelor de transport, gradul de perisabilitate a produselor etc.

O altă particularitate a activității agricole o reprezintă cererea și oferta de produse agricole deoarece există dificultăți de adaptare a cererii relativ stabile și mai puțin elastice la o ofertă variabilă și greu modificabilă pe termen scurt.

Elasticitatea cererii este sensibilă în raport cu prețurile produselor agricole și veniturile consumatorilor și are tendință de creștere pe termen lung. Pe termen scurt și mediu, costurile generate de prelucrarea industrială și comercializarea fac ca diferența de preț la consumator și cel la poarta fermei să fie mai mare ceea ce face ca rigiditatea cererii de alimente să se transfere și producției agricole.

Pe termen scurt, oferta agricolă este variabilă în funcție de climă, nivelul stocurilor etc. Variația randamentelor anuale face oferta agricolă neregulată, însă pe termen lung, oferta agricolă este relativ stabilă.

Suprafața României este de 23,8 milioane ha, iar cea utilizată de agricultură este de 14,8 milioane ha, adică 62,1 % din suprafața totală. Această pondere este mult mai mare decât cea înregistrată în țările candidate – 12, dar și din Uniunea Europeană (în UE – 15 media este de 40,6%; iar în UE-27 – media poate fi de 44%).

Din suprafața totală agricolă de 14,8 milioane ha, la finele anului 2000, suprafața arabilă reprezintă 63,2 %, pășunile și fânețele 33,3%, restul fiind ocupat de vii și livezi. Suprafața acoperită cu păduri, respectiv 6.669.933 ha, reprezintă 27,7% din suprafața totală a țării.

În prezent, terenurile agricole aparțin în proporție de 90,2% sectorului privat, acesta este principalul deținător al terenului agricol, la 31.12.2000 având în exploatare 8.098.300 ha teren arabil din totalul de 9.379.740 ha, 210.200 ha teren viticol din totalul de 271.700 mii ha, 174.600 ha teren pomicol din totalul de 254.900 ha și 4.303.200 ha pășuni și fânețe din totalul de 4.925.900 ha.

Până la 31 decembrie 2001, în baza Legii nr. 18/1991 și Legii nr. 1/2000 au fost eliberate 3.564.673 titluri de proprietate pentru o suprafață de 7.412.909 ha, iar în perioada 1 ianuarie – 30 aprilie 2002 au fost emise 384.175 titluri de proprietate, corespunzător unei suprafețe de 1.355.121 ha.

În ceea ce privește piața funciară, s-a înregistrat o activitate mai intensă, până la 31 decembrie 2001 fiind înstrăinate cu acte juridice 132.446 hectare, din care 37.966 hectare în intravilan, iar 94.480 hectare în extravilan, prețul mediu fiind pentru terenuri din intravilan de 64 milioane lei/ha și în extravilan 8 milioane lei/ha.

Aproximativ 4,9 milioane de oameni au ca ocupație agricultura, pescuitul și activitatea forestieră; această populație reprezintă 42,8% din populația totală ocupată, în țările candidate (12) acest procent este de 22%, iar în UE-15 acesta este de 4,3%. Forța de muncă din România reprezintă 54% din populația țărilor candidate (12) și va avea o pondere de 30,9% în populația angajată în agricultură din UE-27.

Populația activă ocupată în sectorul agricol a manifestat o tendință de creștere numerică, în special datorită disponibilizării de personal din sectoarele industriale restructurate.

Agricultura a acționat ca tampon ocupațional prin absorbția forței de muncă disponibilizată din industrie.

În prezent, în spațiul rural, activitățile agricole sunt dominante. În anul 2001, din totalul gospodăriilor individuale existente 56% au realizat venituri exclusiv din activitățile agricole și doar 20% din acestea din activitățile agricole ca o a doua ocupație.

Contribuția agriculturii și silviculturii la formarea PIB, în perioada 1989-2000, a fost în mod constant semnificativă, remarcându-se o creștere a acesteia de la 13,7% în 1989 la 18,6% în 1992. Ponderea a fost menținută până în 1996, după care s-a constatat o descreștere la 12,9% în 1999 și, respectiv, la 11,4% în 2000.

În anul 2001, contribuția agriculturii la formarea PIB a fost de circa 14%, iar agricultura, silvicultura, piscicultura și exploatarea forestieră au reprezentat 21,2% din PIB. Dintre ramurile economiei, agricultura a înregistrat nivelul cel mai înalt de creștere a VAB (valoarea adăugată brută).

Dintre statele Europei Centrale și de Est, România a fost țara cu cea mai mică scădere a producției agricole de la începutul tranziției, cu excepția Albaniei. Aceasta se explică printr-un nivel relativ înalt al sprijinului financiar acordat pentru producția agricolă, în special până în 1996.

Spre deosebire de restul țărilor din regiune, în România, ponderea PIB a crescut de-a lungul perioadei de tranziție. Această evoluție nu a fost determinată de creșterea producției agricole, care a scăzut în 1990 și apoi a rămas relativ constantă din acel moment, ci de micșorarea dramatică a ponderii celorlalte sectoare în PIB.

Evoluția producției agricole are un trend negativ, înregistrând un minim în anul 1992 (-15,2%), urmând apoi o ușoară ameliorare până în anul 1997 (+2,5%), dar pentru o scurtă durată de timp (baza de rapoarte este anul 1989).

Producția vegetală are ponderea cea mai importantă în cadrul producției agricole, de aproximativ 59% în anul 1999-2000, aceasta înregistrând o evoluție favorabilă abia din anul 1996. Iar în ceea ce privește culturile predominante, acestea sunt cerealele (5.371 mii hectare), urmate de plantele de nutreț (1.158 mii hectare) dintr-un total de 8.494 mii hectare.

Numărul de animale înregistrează o scădere importantă la toate speciile de animale, mai puțin la cabaline. Astfel, dacă în anul 1989, efectivul de animale la porcine era de 14.351 mii capete (păsări: 127.561 mii capete), în anul 2000, acesta era de 5.878 mii capete (69.143 mii capete).

Efectele reducerii efectivului de animale s-au făcut simțite pe toate planurile, începând de la producție la procesare și, în final, la consumator.

În anul 2002, volumul total al schimburilor comerciale ale României cu produse agricole s-a cifrat la 1.270,5 mil. USD, din care exporturile românești au reprezentat 338,5 mil. USD iar importurile 932,0 mil. USD. Balanța comercială cu produse agricole a înregistrat un deficit de 593,5 mil. USD.

Exportul constă, în principal, din produse agricole neprelucrate, cu valoare adăugată redusă, cum sunt animalele vii, cerealele și semințele oleaginoase. Singurele produse agricole prelucrate, exportate în cantități relativ importante, sunt uleiul de floarea soarelui și vinurile.

Principalul partener comercial al României, în domeniul comerțului cu produse agricole, este Uniunea Europeană, cu care se derulează peste 33% din totalul schimburilor comerciale.

Al doilea partener important este CEFTA, care deține cca. 20% din totalul schimburilor comerciale.

În momentul de față, România se află în plin proces de tranziție de la economia de comandă la economia de piață, iar agricultura este un sector strategic ce trebuie să se integreze armonios în economia națională și să-și sporească rolul de factor de antrenare a acesteia pe principiile pieței libere. Astfel se impune fundamentarea de strategii și politici de dezvoltare specifice fiecărei țări, ținând cont de consumul alimentară al populației și de faptul că spațiul rural este mai extins decât urbanul, iar principala sa ocupație o constituie agricultura.

Opțiunea clară a României de integrare în Uniunea Europeană impune măsuri radicale pentru depășirea actualei crize din agricultură și apropierea instituțională și structurală de standardele UE. Dacă România ar fi în prezent membră a Uniunii Europene ar beneficia din plin de avantajele pe care le au țările membre în planul dezvoltării economice și sociale, de efectele economice realizate de o piață performantă, a cărei viteză de schimbare este foarte rapidă. Baza acestei schimbări este modernizarea structurilor și gestiunea rațională a resurselor.

Pentru ca agricultura să beneficieze de efectele favorabile ale integrării în momentul aderării, România ar trebui să se apropie într-un ritm rapid de standardele agricole europene. *Modelul de modernizare al structurilor agricole și a întregului sistem agro-alimentar este Uniunea Europeană*, de a cărei performanță poate să se apropie folosind sprijinul oferit, dar în primul bazându-se pe eforturile interne pentru creșterea capacității agriculturii de a se redresa și organiza astfel încât să fie pregătită în vederea obținerii de avantaje în urma integrării.

Alinierea la standardele Uniunii Europene impune un preț al modernizării care trebuie plătit și acesta va fi cu atât mai redus și cu rezultate benefice, cu cât România va fi mai eficientă în realizarea următoarelor componente structurale în procesul de reformă:

- Definitivarea structurilor de proprietate, formarea și consolidarea structurilor viabile de organizare economică din agricultură, ca bază a sectorului agro-alimentar modern.

- Modernizarea tehnico-materială a agriculturii, corelată cu utilizarea rațională și clarificarea forței de muncă din mediul rural și pe această bază creșterea productivității agricole și a veniturilor agricultorilor.

- Dezvoltarea rurală integrată și durabilă.

- Stabilizarea pieței agricole și pe această cale a prețurilor alimentelor prin crearea cadrului Organizării Comune a Pieței.

- Elaborarea și implementarea unor politici agricole și de dezvoltare rurală coerente, tot mai apropiate de noile orientări ale PAC, care să aibă însă efecte favorabile în planul eficienței economice și să asigure obținerea de avantaje în urma integrării în Uniunea Europeană.

Agricultura românească are mari perspective de creștere economică dacă avem în vedere nivelul scăzut de satisfacere a cererii potențiale de produse agroalimentare în prezent. Criza agricolă generată de subproducție poate fi chiar mai ușor eradicată decât puternicele distorsiuni produse pe piață de crizele de supraproducție, dacă se promovează programe de modernizare și se gestionează eficient resursele locale printr-o nouă politică rurală care să stimuleze formarea clasei mijlocii. Lipsa capitalului pentru modernizarea tehnico-materială este un obstacol, dar acesta poate fi depășit prin organizarea științifică a activităților pe filiera produselor care permite formarea resurselor pentru capitalizare, prin atragerea investitorilor români și străini, mai buna funcționare a piețelor, finanțarea la timp a producției agroalimentare etc. O mare importanță în orientarea agriculturii spre realizarea ofertei competitive, care să asigure autosuficiența alimentară a populației, o are utilizarea rațională a resurselor naturale, materiale și de forță de muncă, și *stabilirea priorităților în procesul de restructurare a agriculturii și de dezvoltare rurală integrată*. Aceste priorități trebuie să fie avute în vedere în folosirea resurselor financiare interne și a celor provenite de la Uniunea Europeană și alte surse externe.

Atingerea unui nivel ridicat de competitivitate în utilizarea resurselor din mediul rural se poate realiza prin ameliorarea de ansamblu a structurilor economice și sociale, având ca ax central dezvoltarea „agriculturii multifuncționale” în consens cu noul model european de agricultură. *Urmărirea căilor cunoscute de către agricultura UE, în primele etape de aplicare a PAC, nu poate veni în sprijinul României pe termen lung și chiar mediu, întrucât contravine liberalizării pieței agricole care se promovează în lume.*

Accelerarea reformei politicii agricole românești se impune datorită rezultatelor nesatisfăcătoare înregistrate până în prezent și ca urmare a perspectivelor reale de integrare în Uniunea Europeană. În perioada de negociere și a răgazului stabilit pentru reforma structurală în agricultură este necesară construcția „sistemului exploatațiilor agricole comerciale”, pe baza modernizării tehnice, și organizarea exploatării pentru realizarea unei productivități agricole care să asigure competitivitatea necesară în vederea obținerii de avantaje în urma integrării. *Aceste avantaje trebuie să se reflecte în stabilizarea pieței și reducerea inflației până la nivelul stabilit pe baza criteriilor de aderare. Negocierea avantajosă a „Dosarului agricol” nu poate avea loc pornind de la un nivel redus de competitivitate în agricultură, întrucât am pierde piața internă.*

România are în prezent ca obstacol principal în calea integrării avantajoase, nivelul scăzut al productivității agricole, din lipsa modernizării și ca urmare a practicării unui management neperformant. Ambele tipuri de probleme trebuie rezolvate prin politici agricole fundamentale pe principii științifice și calcule de impact, pe baza unui nou sistem de finanțare a agriculturii și schimbarea generală a comportamentului agricultorilor față de piață. În mod paradoxal, cea mai mare parte a veniturilor agricultorilor nu provine din vânzarea produselor agricole, ci din pensii (32% din total) și salarii din alte activități decât cele agricole sau cu specific rural (26% din venituri, așa cum rezultă din sondajul efectuat de Banca Mondială (decembrie 1996) efectuat pe un număr de 1377 gospodării țărănești.

În condițiile unui nivel redus al veniturilor agricole, a pensiilor și a salariilor obținute de locuitorii din mediul rural, agricultura românească ar trebui să producă prioritar pentru piață și nu pentru autoconsum. Nivelul ridicat al autoconsumului locuitorilor rurali (circa 70%) și veniturile bănești scăzute au accentuat sărăcia și dezechilibrele pieței, care devine dependentă de importuri la o serie de produse pe care agricultura românească le poate produce mai ieftin.

România a pierdut importante segmente ale pieței agricole interne pe seama importurilor din Uniunea Europeană, țările membre CEFTA, și în special din Ungaria, dar și din Turcia și alte țări care au avantajele comparative inferioare. Există disfuncționalități în componentele esențiale ale sectorului agro-alimentar; producția de materii prime, industria alimentară, dar și în domeniul distribuției. Comerțul en-gros s-a privatizat de o manieră care a făcut posibil ca intermediarii din piețe să-i excludă pe micii producători. Aceștia nu-și pot desfășura direct produsele, atât datorită dificultăților de transport și a cantităților reduse de care dispun pentru comercializare, cât și a excluderii lor de pe piețele urbane de către speculanți. Prezența directă a micilor producători pe piețe nu le aduce avantaje economice decât în cazuri izolate. Organizarea cooperativelor pentru desfacerea produselor disponibile este o necesitate a funcționării normale a pieței, dar și o cale de creștere a eficienței economice a exploatațiilor agricole. Lipsa cadrului legal al Organizării Comune a Pieței și a organismelor de intervenție sunt impedimente în eliminarea distorsiunilor actuale.

În actuala etapă a tranziției, România va trebui să-și stabilească căi adecvate de restructurare a agriculturii, dar finalitatea să fie creșterea gradului de autosuficiență alimentară, echilibrarea balanței comerciale agricole, apropierea de structurile agricole ale Uniunii Europene și de exigențele globalizării economice prin accelerarea reformei.

BIBLIOGRAFIE

- Dumitru, Mihai, *Agricultura în Uniunea Europeană în pas cu timpul*, Sinteze, seria Europa, Delegația Comisiei Europene în România
- Zahiu, Letiția, Lazăr, Traian, *Agricultura României în procesul de integrare agricolă europeană* MAA-ANCA, Ed. Ex Ponto, Constanța, 2000
- Zahiu, Letiția, Dachin, Anca, *Politici agroalimentare comparate*, Editura Economică, București, 2001
- Colecția ESEN – 2, Academia Română, *Integrarea României în Uniunea Europeană Agricultura României în perspectiva aderării la U.E.*, I.E.R., 2002

V. DIRECȚII DE DEZVOLTARE ALE INFORMATICII DE GESTIUNE

MECANISMELE DE REGLARE MANAGERIALĂ A SISTEMELOR INFORMATICE DE GESTIUNE

Marius Daniel MAREȘ

Prof. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Valerica MAREȘ

Lect. univ. dr., ASE București

Gabriel MIHAI

Asist. univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Considerăm că un sistem informațional organizat pe principii manageriale va permite conducerii: să constate situația actuală; să sesizeze șansele, dar și riscurile potențiale aferente politicii organizației; să observe atuurile, punctele slabe; să adopte decizii adecvate și apoi să controleze efectele obținute. Remarcăm în acest moment faptul că fiecare treaptă ierarhică trebuie să obțină informația de care are nevoie, apărând obligatorie existența unei comunicări structurale optime. Deoarece sistemul informatic are obiective similare și îndeplinește în mare măsură aceleași funcții ca și sistemul informațional, se poate afirma cu deplin temei că *sistemul informatic pentru managementul societății este de fapt sistemul informațional în care pentru execuția proceselor informaționale sunt utilizate cu preponderență mijloacele automatizate, metodele și procedurile oferite de știința conducerii, teoria sistemelor, cibernetica economică, cercetare operațională, teoria informației.*

Abstract

The Mechanisms of Managerial Adjustment of the Management IT Systems

Our opinion is that an informational system based on managerial principles will allow the management: to ascertain the present situation; to detect both the chances and possible risks related to the policy of the organization; to see the strong and weak points; to make adequate decisions and then control the obtained effects. At this moment we note that each hierarchy level should obtain the needed information, an optimal structural communication being a must. Since an IT system has similar objectives and performs mainly the same functions as an informational system, one may state without any doubt that *the IT system for the management of a company is actually the informational system where in order to perform informational processes, one employs mostly automated means, methods and procedures provided by the science of management, systems theory, economic cybernetics, operational research, information theory.*

În procesul conducerii proceselor economico-sociale, al fundamentării și formulării deciziei informația economică își îndeplinește rolul prin cumularea a două elemente de calitate: acuratețe și oportunitate. *Acuratețea* determină valoarea informației și se referă la reflectarea exactă a realității sub aspect cantitativ dar și calitativ. *Oportunitatea* reprezintă calitatea informației de a fi disponibilă la momentul la care este solicitată și se determină prin parametrul timp. În raport cu această calitate apare evident procesul de „îmbătrânire” a informației. Pentru a reduce la minim acest proces și efectele induse, managementul trebuie să asigure condiții pentru scurtarea ciclului: producerea – prelucrarea – transmiterea – recepționarea – utilizarea informației.

Sistemul informațional al unui organism (sau al unei activități) are un rol crucial în legătura dintre cele două subsisteme ale organismului economic: decizional și operațional. Poziția intermediară a sistemului informațional face ca obiectivele, structura internă și funcționalitatea lui să fie influențate de caracteristicile celorlalte sisteme, de cerințele exprimate de acestea. Această situație face ca obiectul principal al sistemului informațional să fie asigurarea unei cuplări dinamice a sistemelor conducător și condus, prin realizarea tuturor legăturilor bidirecționale directe.

Consider că un sistem informațional organizat pe principii manageriale va permite conducerii: să constate situația actuală; să sesizeze șansele, dar și riscurile potențiale aferente politicii organizației; să observe atuurile, punctele slabe; să adopte decizii adecvate și apoi să controleze efectele obținute. Remarc în acest moment faptul că fiecare treaptă ierarhică trebuie să obțină informația de care are nevoie, apărând obligatorie existența unei comunicări structurale optime. Deoarece sistemul informatic are obiective similare și îndeplinește în mare măsură aceleași funcții ca și sistemul informațional, se poate afirma cu deplină temei că *sistemul informatic pentru managementul societății este de fapt sistemul informațional în care pentru execuția proceselor informaționale sunt utilizate cu preponderență mijloacele automatizate, metodele și procedurile oferite de știința conducerii, teoria sistemelor, cibernetica economică, cercetare operațională, teoria informației etc.*

În realizarea unui sistem informațional performant pe un management performant se au în vedere următoarele criterii: subordonează cerințelor conducerii firmei, realizarea și funcționarea sistemului; corelarea sistemului informațional cu structura organizatorică și cu sistemul decizional; existența unei unicități metodologice a culegerii și prelucrării informației, sesizarea abaterilor semnificative ale acesteia scopul fiind obținerea unui maxim de informații finale; realizarea unui sistem flexibil prin abordarea modulară și în dinamică a caracteristicilor sale; stabilirea precisă și clară a obiectivelor activității economice; simplificarea funcționării sistemului informațional-decizional; ierarhizarea informațiilor și a deciziei pe diferite niveluri, trepte de organizare și conducere; impunerea economicității în funcționare a sistemului informațional-decizional (producerea informațiilor utile cu minimum de cheltuieli) în concordanță cu principiile conducerii prin excepții; asigurarea condițiilor realizării, implementării sistemelor informatice economice¹.

Urmărind optimizarea funcțiilor sistemului informațional și transpunerea în practică a cerințelor expuse anterior, consider oportună parcurgerea următoarelor etape:

a) *debutul studiilor de proiectare*, care vor explicita evenimentele generatoare ale optimizării (scăderea drastică a volumului producției sau a vânzărilor; implementarea unor tehnologii informatice și de comunicație moderne; restructurarea de ansamblu a managementului firmei) dar și dimensionarea resurselor materiale, financiare, umane;

b) *relieful elementelor informaționale*, permite caracterizarea globală a sistemului informațional și stabilirea principalilor parametri. Se va avea în vedere realizarea unei imagini a surselor informaționale utilizate, stabilirea machetelor, reprezentarea grafică a circuitului acestora, precum și descrierea principalelor tipuri de proceduri folosite;

¹Information Systems Fundamentals, www.math.u-bordeaux.fr/ufr-Direction/SOCRATES/Ects/Navigable

c) *diagnosticarea* pornește prin analiza riguroasă a „rezervoarelor” de informații, inclusiv a costurilor implicate. Această etapă va ierarhiza disfuncționalitățile (supra sau subîncărcarea circuitelor informaționale: distorsiunile, redundanța) definind regulile manageriale de funcționare a sistemului, plecând de la calitățile informațiilor;

d) *redefinirea propriu-zisă* se referă la formularea cerințelor manageriale, economice și informaționale pentru soluțiile preconizate. Un al doilea element urmărește determinarea eficienței cuantificabile și necuantificabile, pentru toate propunerile avansate.

Decizia se poate lua prin variantele: anticipare; alertare și retroactiv.

În cazul anticipării („feed-before” prezentat în *figura 1*) sistemul informațional furnizează centrului de decizie semnale privind existența unor perturbații viitoare. Acesta devine capabil să prevadă influențele viitoare acționând prin variabile de comandă. Urmarea este că sistemul de execuție nu mai este afectat, perturbațiile sunt „anihilate” de comenzile primite.

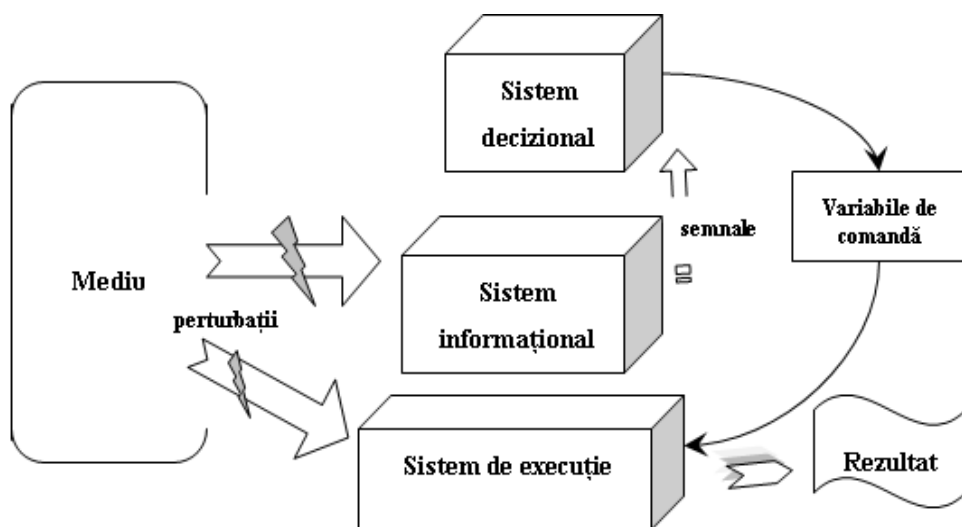


Fig. 1. Mecanismul de reglare managerială prin anticipație

În această situație se presupune că dispunem suficient de devreme de informații (semnale), prin care să se identifice perturbațiile, fără eroare sau ambiguitate.

Dacă se utilizează varianta alertare (*figura 2*) sistemul de execuție trimite anumite variabile de alertă sistemului informațional, prin care se anunță potențiale disfuncționalități, iar acesta sesizează sistemul de decizie, care furnizează variabile de comandă sistemului de execuție. În acest caz nu sunt disponibile informații provenind direct din mediu. Acest mod de reglare presupune fiabilitate pentru indicatorii de alertă (să semnaleze orice perturbație) și relevanță pentru aceștia (să nu semnaleze un incident inexistent). În același timp trebuie ținut cont de faptul că, alerta dată prea târziu, nu mai este eficace.

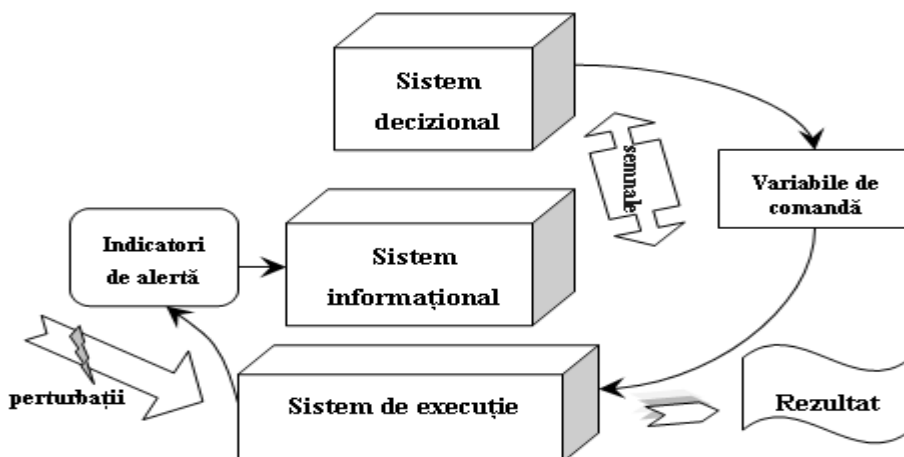


Fig. 2. Mecanismul de reglare managerială prin alertă

Aplicarea variantei retroactive (feed-back) presupune comunicarea către sistemul decizional a diferenței față de obiectiv, urmată de reacția de comandă adresată sistemului de comandă (figura 3).

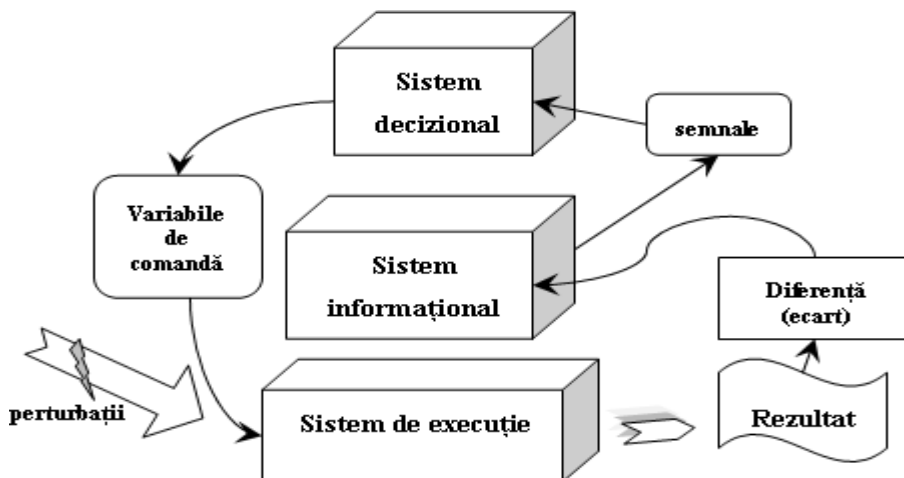


Fig. 3 Mecanismul de reglare managerială de tip retroactiv

Un astfel de angrenaj, puțin pretențios la condițiile de informare, ridică probleme legate de: *timpul de răspuns* (peste cât timp se va sesiza disfuncționalitatea? Nu va fi prea târziu?) și *de sensibilitate* (la ce nivel al ecartului va exista o reacție a centrului de decizie? Nu se reacționează și la variații aleatorii inutile?).

Institutului de Cercetări Stanford consideră că un sistem informațional pentru management trebuie să conțină: un *ansamblu de sisteme operaționale de management* care administrează datele elementare și care vor fi transformate în informații; ansamblul de *generatoare de rapoarte informaționale*, destinate decidenților; un ansamblu de *sisteme decizionale* care urmărește influențarea directă a decidenților.

În urma analizei efectuate consider că a treia abordare este viabilă în condițiile agentului economic român deoarece sesizează conducerea sub trei forme: *primitivă* – transformă datele în informații; *intermediară* – prin asistarea luării deciziei și *evoluată* – prin adoptarea deciziei.

Este obligatoriu a se ține cont că aria contabilității nu este izolată, ci este încadrată într-un sistem de legături complexe cu interiorul și exteriorul.

BIBLIOGRAFIE

- Albescu F., *Sisteme expert în contabilitatea financiară*, Editura SOFITECH, București, 1998
- Boulescu Mircea, *Managementul financiar – contabil*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2002
- Davidescu N., Hotăran S și colectiv., *Produce program generalizabile în domeniul financiar contabil. Aplicații în informatica de gestiune*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1997
- Jomsa K., Cape K., *Programarea aplicațiilor Internet*, Editura ALL, București, 1998
- Năstase P., Năstase F., *Internet World Wide Web JavaScript-HTML-Java*, Editura Economică, București, 1998
- Patriciu V. și colectiv., *Securitatea informatică în UNIX și Internet*, Editura Tehnică, București, 1998
- Reix R., *Informatique Appliquee à la gestion*, Editions Foucher, Paris, 1993
- Tanenbaum A., *Computer Network*, McGraw-Hill, 1995.
- <http://home.about.com/compute>
- <http://www.easygrapher.com>
- <http://www.jimmyg.org>
- <http://howstuffworks.lycos.com>
- <http://mywebpage.netscape.com/rvcompute>
- <http://dir.yahoo.com>
- <http://www.ageofcomputers.com>
- <http://www.mkdata.dk>
- <http://javascript.internet.com>
- <http://www.bignosebird.com>
- <http://www.leanneassociates.com>
- <http://c4.cabrillo.cc.ca.us>
- <http://www.cknow.com>

INTEGRAREA DATELOR PRIN DEPOZITE DE DATE

Ion LUNGU

Prof. univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Mihaela MUNTEAN

Lector univ. dr., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Scopul principal în realizarea unui depozit de date este de a integra datele din sistemele tranzacționale într-o singură arhitectură consistentă care să răspundă fie cerințelor operaționale de date integrate la nivelul sistemelor tranzacționale, fie să constituie suportul pentru realizarea analizelor și pentru luarea deciziilor în cadrul organizațiilor, respectiv pentru sistemele OLAP.

Un depozit de date este o bază de date de dimensiuni mari, specific proiectată pentru a susține procesul decizional dintr-o organizație și optimizată pentru interogări on-line rapide și pentru agregări complexe.

În acest articol este prezentată una din tehnologiile de integrare a datelor și anume, integrarea datelor prin depozite de date.

Cuvinte cheie: depozite de date, centre de date, integrarea datelor.

Abstract

Data Integration by Data Warehouse

The main purpose for achieving a database warehouse is to integrate the data from the transactional systems into a single consistent architecture that has to be able to respond either to the integrated operational data requirements at the level of the transactional systems or to constitute the basis for malicious analysis, namely for the OLAP systems.

A database warehouse is a large one, created in a specific way in order to support the decision process within the organization and optimized for fast on-line interrogations and complex aggregations.

The current article presents one of the data integration technologies namely, the data integration by means of the given warehouses.

1. Integrarea datelor

Tehnologiile de integrare a datelor pot fi grupate în funcție de scopul urmărit în:

✓ Tehnologii pentru replicarea datelor (de exemplu transferul fișierelor de date, replicarea bazelor de date, mecanisme de extragere, transformare și încărcare a datelor etc.) care asigură migrarea datelor între diferite sisteme informatice sau diferite baze de date.

✓ Tehnologii de realizare a stocurilor de date operaționale (operational data store) care integrează datele din sistemele tranzacționale și asigură realizarea cererilor care solicită un volum mare de date operaționale. Pachetele de planificare a resurselor întreprinderii (ERP-Enterprise Resource Planning) – pachete software integrate oferă soluții informatice integrate pentru principalele activități din cadrul unei organizații: producție, comercial, financiar, transporturi, relațiile cu clienții, managementul proiectelor sau a investițiilor (de exemplu SAP, Oracle Financials, BAAN etc.).

✓ Tehnologiile de realizare a depozitelor de date (data warehouse) care integrează datele din sistemele tranzacționale într-o singură arhitectură consistentă ce oferă un suport adecvat în procesul decizional, pentru toți managerii (de pe orice nivel organizatoric).

2. Integrarea datelor prin depozite de date

În fiecare organizație există multe sisteme informatice tranzacționale ce automatizează operațiile zilnice ale unei organizații, operații care sunt structurate și repetitive și constau din tranzacții scurte, atomice și izolate. Aceste sisteme permit conducerea operativă a organizațiilor și utilizează date de detaliu, reprezentări curente și în timp real a stării firmei, accesate și actualizate frecvent. Dimensiunea bazelor de date operaționale variază de la sute de Mb la Gb, iar consistența datelor stocate este o cerință fundamentală a sistemelor tranzacționale.

Spre deosebire de sistemele tranzacționale, sistemele suport de decizie sunt utilizate pentru a gestiona și controla firma. Depozitele de date sunt destinate suportului decizional. Datele istorice și datele agregate sunt mai importante decât datele de detaliu. Dimensiunea depozitelor de date poate varia de la sute de Gb până la Tb. Cererile ad-hoc pot accesa milioane de înregistrări și execută o mulțime de parcurgeri ale tabelor, joncțiuni și agregări. Timpul de răspuns este un factor principal în proiectarea depozitelor de date. Pentru a facilita analize complexe și vizualizări, datele stocate în depozitul de date sunt modelate multidimensional (schema stea sau fulg de zăpadă).

Datele din depozitele de date provin din surse variate: sisteme tranzacționale eterogene (sisteme de gestiune a bazelor de date, sisteme de gestiune a fișierelor) și alte surse de date externe (baze de date demografice și statistice, Internet). Sursele de date externe sau interne pot conține date inconsistente, cu formate variate, date care trebuie „curățate” și prelucrate înainte de a fi stocate în depozitul de date. De asemenea, modele de date multidimensionale și operațiile tipice OLAP realizate pe depozitele de date (de exemplu roll-up – creșterea nivelului de agregare, drill-down – creșterea nivelului de detaliu, slice/dice – selecția și proiecția și pivot – reorientarea viziunii multidimensionale a datelor) impun o organizare diferită a datelor, metode de acces și metode de implementare, care nu sunt oferite în general de SGBD-urile comerciale destinate pentru sistemele informatice tranzacționale.

Din aceste motive, depozitele de date sunt implementate separat de bazele de date tranzacționale.

În 1995, Bill Inmon definea depozitul de date ca fiind „o colecție de date orientată pe subiect, integrată, dependentă de timp și nevolatilă, destinată pentru a susține procesul decizional dintr-o organizație”:

- Orientată pe subiect. Într-un depozit, datele sunt organizate în funcție de subiectele importante pentru organizație, cum ar fi clienții, produsele și activitățile.
- Integrată. Datele sunt integrate înaintea includerii lor în depozitul de date. Datele trebuie să fie reprezentate, în depozitul de date, într-un format consistent, pentru a permite analistului să se concentreze asupra utilizării datelor din depozit și nu asupra credibilității și consistenței lor.
- Nevolatilă. În depozitul de date, există doar două tipuri de operații: încărcarea inițială a datelor și interogarea datelor. Datele nu mai sunt actualizate după ce au fost încărcate în depozitul de date. La proiectarea depozitului de date,

tratarea anomaliilor de actualizare nu mai este un factor important. Ralph Kimball [KIMB96] afirma că „un depozit de date este o copie a datelor tranzacționale, specific structurată pentru interogare și analiză”.

- Dependentă de timp. Datele din depozitul de date sunt asociate cu elemente temporale. În depozitul de date, orizontul de timp este cuprins între 5 și 10 ani, în timp ce în sistemele tranzacționale poate lua valori între 60 și 90 de zile. De asemenea, structura cheilor conține implicit sau explicit un element de timp.

Depozitele de date sunt utilizate cu succes în multe domenii: producție, comerțul cu amănuntul (pentru gestiunea stocurilor), servicii financiare (analiza riscului, analiza cardurilor de credit și detectarea fraudelor), transport, telecomunicații (analiza apelurilor și detectarea fraudelor) etc.

Motivul fundamental pentru construirea unui depozit de date este de a îmbunătăți calitatea informațiilor din organizație. Problema cheie este de a oferi acces la o viziune globală a datelor la nivelul organizației, indiferent de locația lor. Datele provin din surse interne și externe, existând într-o varietate de forme de la datele structurate la cele nestructurate cum ar fi documentele sau multimedia.

Multe organizații doresc să implementeze un depozit de date la nivel de organizație integrat ce colectează informații despre toate subiectele (clienți, produse, vânzări, personal etc.). Totuși construirea unui depozit de date este un proces lung și complex. De aceea, unele organizații utilizează centrele de date (data mart).

Un centru de date este un depozit de date la nivel de departament, care are dimensiuni mai reduse (10-50 Gb). El este concentrat pe un singur subiect (de exemplu vânzări, finanțe, asigurări), fiind construit și folosit de un singur departament al unei organizații. Aceste centre de date permit o agregare mai rapidă a datelor, dar pot conduce la probleme de integrare complexe. Centrele de date preiau date din sistemul operațional intern al organizației, din depozitul de date central sau din surse externe. În tabelul 1 se prezintă o analiză comparativă între depozitele de date și centrele de date.

Tabelul 1

Analiză comparativă între depozitele de date și centrele de date

	Depozitul de date	Centru de date
Se folosește:	la nivel de organizație, pentru firme mari	pentru firme mici, la nivel de departament
Domenii	multiple	un singur domeniu
Surse de date	numeroase	puține
Dimensiunea	100 Gb-Tb	< 100 Gb
Timpul de implementare	ani	luni

În cele mai multe cazuri, pentru proiectarea și implementarea unui depozit de date se utilizează bazele de date relaționale, operațiile OLAP fiind implementate cu ajutorul limbajului SQL. Deoarece depozitele de date conțin volume mari de date și pentru a răspunde la cereri eficiente, sunt necesare metode de acces și tehnici de procesare a cererilor foarte eficiente. Există totuși o serie de probleme și anume:

- *Alegerea indecșilor corespunzători și a viziunilor care trebuie materializate.* Multe cereri utilizează date agregate. Materializarea datelor agregate poate ajuta la reducerea timpului de răspuns. Există totuși probleme legate de: identificarea viziunilor ce trebuie materializate, actualizarea eficientă a viziunilor materializate în timpul încărcării și actualizării depozitului de date etc. Viziunile materializate constau din joncțiuni ale tabelii de fapte cu un subset de tabele de dimensiuni ce conțin măsuri agregate după un set de atribute ale tabelilor de dimensiuni. Structura acestor viziuni este mai puțin complexă când se utilizează schema fulg de zăpadă;
- *Optimizarea cererilor complexe prin utilizarea unor tehnici eficiente pentru procesarea cererilor.* Cererile complexe ce implică volume mari de date cer metode de acces, structuri de stocare și tehnici de procesare a cererilor speciale (de exemplu indecși bitmap);
- *Utilizarea procesării paralele, pentru a reduce timpii de răspuns la interogare.* Paralelismul joacă un rol important în procesarea bazelor de date foarte mari. Majoritatea firmelor de renume oferă facilități de partiționare a datelor și procesare paralelă a cererilor.

În ultimii zece ani depozitele de date au devenit o componentă esențială a sistemelor suport de decizie moderne. Dezvoltarea sistemelor suport de decizie cu depozite de date este diferită de dezvoltarea sistemelor informatice tranzacționale. Dacă în sistemele informatice tranzacționale, modelul de date conceptual este proiectat ținând cont de cerințele specifice ale aplicației, în sistemele suport de decizie cu depozite de date, proiectarea modelului de date conceptual ia în considerare nu numai cerințele informaționale definite de utilizator cât și modelele de date ale sistemelor operaționale sursă. Acești factori au aspecte statice cât și dinamice ilustrate prin modificările posibile în cerințele utilizatorilor și variații în structura surselor de date.

Având ca punct de plecare cadrul lui Zachman pentru arhitectura întreprinderii, care se prezintă sub forma unei matrice de corespondență, în care rândurile corespund rolurilor specialiștilor implicați în procesul de realizare a sistemelor informatice (planificator, proprietar, proiectant, dezvoltator, sub-contractor), iar coloanele corespund viziunilor sistemului (datele utilizate, funcțiile/procesele, rețeaua-unde sunt distribuite elementele componente), Ralph Kimball propune o cadru arhitectural și o metodologie de proiectare top-down a unui depozit de date (tabelul 2) [KIMB98]:

✓ Arhitectura datelor se referă la proiectarea modelelor de date logice și fizice, a agregatelor, ierarhiilor, definește de asemenea, granularitatea, volumul și orizontul de timp al datelor și reprezintă un parametru important pentru arhitectura tehnică și infrastructură. Componenta de stocare a datelor constă în una sau mai multe baze de date relaționale sau multidimensionale. Datele pentru afaceri sunt extrase din baze de date operaționale și surse de date externe relevante pentru afacere, cum ar fi indicatorii de piață și prețurile. Datele stocate se găsesc la diferite niveluri de detaliu (date tranzacționale sau agregări ale acestor date). Procedurile de proiectare ale bazelor de date tradiționale trebuie să fie adaptate pentru a corespunde cu cerințele de dezvoltare a depozitului de date. Datele sunt derivate din bazele de date operaționale, de aceea, un proiectant de depozite de date trebuie să înțeleagă în primul rând proiectarea bazelor de date operaționale. Este dificil de

a obține date de calitate pentru un depozit de date dacă bazele de date operaționale sursă sunt proiectate necorespunzător sau conțin date incomplete.

✓ Arhitectura tehnică se referă la procesele și instrumentele care utilizează datele stocate în depozitul de date. Din arhitectura tehnică fac parte două componente importante: sistemul de achiziție a datelor (back room) și sistemul de analiză și prezentare a datelor (front rom). Sistemul de achiziție a datelor este partea responsabilă cu colectarea și pregătirea datelor, iar sistemul de analiză și prezentare a datelor este partea responsabilă cu livrarea datelor la utilizatori. Arhitectura tehnică descrie fluxul de date de la sistemele sursă la decidenți și transformările acestor date, precum și instrumentele și tehnicile folosite. De exemplu, în figura 1 se prezintă modelul logic al arhitecturii tehnice a unui sistem suport de decizie ce utilizează un depozit de date. Serviciile ETI (data management services) se referă la extragerea, transformarea și încărcarea datelor.

Acest flux este condus de metadatele stocate în catalogul metadatelor (de exemplu, date ce descriu locațiile și definițiile surselor de date și a destinațiilor, transformările de date și dependențele între date etc.). Datele sunt selectate, agregate și restructurate în seturi de date, care sunt apoi încărcate pe server-ul de prezentare și sunt asociate conform modelului conceptual multidimensional. Unele centre de date vor conține numai date atomice, iar altele numai date agregate. Utilizatorii accesează datele prin instrumente de interogare și analiză. Serviciile pentru acces (access services) se referă la vizualizarea datelor din depozit, accesul și securitatea datelor, gestiunea cererilor, raportarea standard și monitorizarea activității.

✓ Infrastructura se referă la platformele hardware și sistemele de operare utilizate pentru a construi depozitul de date. O mare parte din infrastructura depozitului de date există deja ca parte a infrastructurii informatice a organizației.

✓ Nivelul cerințelor afacerii este nivelul la care se construiesc modelele conceptelor de afaceri, care asigură o viziune consolidată asupra afacerii. La acest nivel sunt identificate și descrise conceptele de afaceri, care reprezintă subiectele principale despre care organizația trebuie să colecteze și să întrețină informații. Cerințele afacerii sunt o combinație între cerințele utilizatorilor, realitățile legate de sursele de date și realitățile economice.

✓ Nivelul modelelor generice este primul nivel obținut ca răspuns la cerințele afacerii și propune principalele componente ale arhitecturii sistemului necesare pentru a satisface aceste cerințe. Se va analiza dacă organizația are resurse suficiente pentru a achiziționa tehnologiile necesare și dacă componentele tehnice pot comunica între ele etc.

✓ Nivelul modelelor de detaliu sunt specificații funcționale pentru fiecare componentă a sistemului, la un nivel de detaliu semnificativ. Modelele de detaliu trebuie să includă destule informații pentru a servi ca un ghid de implementare pentru membrii echipei. De exemplu, modelele logice și cele fizice pentru fiecare tabelă de fapte sunt modele de detaliu.

✓ Nivelul de implementare. Pentru arhitectura datelor acest nivel se referă de fapt la limbajul de definire utilizat pentru a construi baza de date.

Cadrul arhitectural al unui depozit de date propus de Kimball

Nivel de detaliu	Arhitectura datelor (ce?)	Arhitectura tehnică (cum?)		Infrastructura (unde?)
		Sistemul de achiziție a datelor	Sistemul de analiză și prezentare a datelor	
Cerințele afacerii	Modelul conceptelor de afaceri (Ce informații sunt necesare pentru a lua decizii mai bune?)	Cum se obțin datele? Cum se transformă și se fac valabile la utilizatori ?	Care sunt rezultatele importante ale afacerii? Cum se măsoară și cum dorim să analizăm datele?	Care sunt cerințele hardware/ sistem de operare ?
Modele generice (arhitectură models)	Modelul multidimensional: stabilirea tabelor de fapte și a dimensiunilor precum și a legăturilor între ele.	Care sunt facilitățile necesare pentru a obține datele într-un format corespunzător, la locațiile dorite și la momentele corespunzătoare? Care sunt stocurile de date și locația lor?	De ce au nevoie utilizatorii pentru a obține informațiile într-un format folositor pentru procesul decizional ? Ce tipuri de analize și raportare sunt necesare procesului decizional din afaceri?	Care sunt sursele de date și care este destinația? Care este capacitatea de stocare și de calcul necesară?
Modele detaliate	Modelele logice și fizice: Care sunt elementele individuale, definițiile lor, domeniile și regulile de derivare, care sunt sursele și cum se mapează la elemente corespunzătoare (modele de corespondență)	Ce standarde și produse software oferă facilitățile necesare?	Care sunt machetele pentru rapoarte, incluzând rânduri, coloane, secțiuni, filtre etc.? Care este frecvența de realizare și modul de distribuire?	Cum se interacționează cu aceste facilități? Care sunt utilitățile sistemului, interfețele API etc.?
Implementare	Crearea bazelor de date, a indecșilor, modul de salvare și restaurare.	Programele pentru extragere și încărcare.	Se implementează mediul de analiză și raportare, se construiește setul inițial de raportare și se pregătesc utilizatorii.	Se instalează și se testează noile componente ale infrastructurii. Se conectează sursele la destinații .

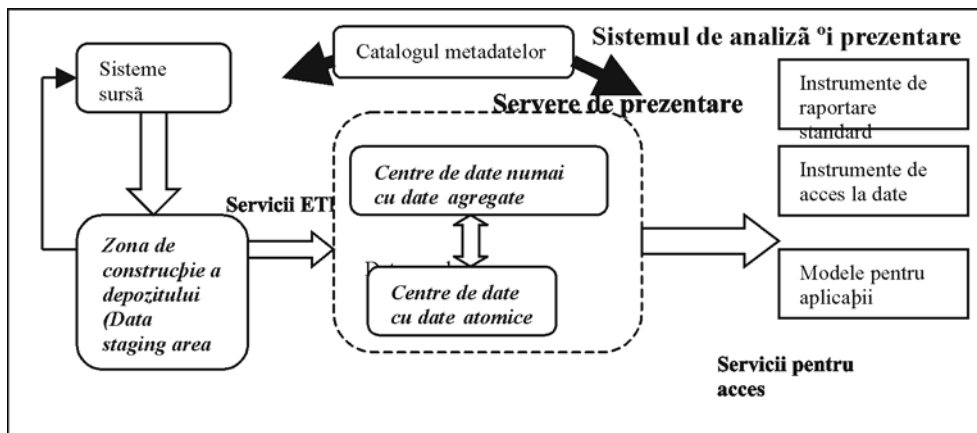


Fig 1. Modelul logic al arhitecturii tehnice a unui sistem suport de decizie ce utilizează un depozit de date

Majoritatea firmelor de renume, în domeniul bazelor de date, oferă instrumente software puternice pentru proiectarea depozitelor de date, precum și pentru extracția, transformarea și încărcarea datelor din surse variate în depozitele de date (Power Designer Warehouse Architect-Power Soft, Red Brick Warehouse-Informix, Warehouse Builder-Oracle, SAS System –SAS Institute etc.).

BIBLIOGRAFIE

- [KIMB96] R. Kimball, *The Data Warehouse Toolkit, Practical Techniques for Building Dimensional Data Warehouses*, John Wiley&Sons, New York, 1996
- [KIMB98] R. Kimball, L. Leeves, M.Ross, W. Thornthwaite, *The Data Warehouse Lifecycle Toolkit*, John Wiley & Sons, New York, 1998
- [POWE00] D.J. Power, *Decision Support Systems: Concepts and Resources*, Cedar Falls, IA: DSSresources.com, <http://dssresources.com/dssbook/>

UTILIZAREA EXTENSIILOR UML ÎN MODELAREA MULTIDIMENSIONALĂ

Adela BĂRA

Prep. univ. drd, Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Modelarea multidimensională stă la baza realizării sistemelor OLAP și a depozitelor de date. În ultimii ani există preocupări privind modelarea la nivel conceptual a proprietăților multidimensionale.

Abordarea modelării multidimensionale prin prisma proiectării orientate-obiect (OO) presupune utilizarea conceptelor fundamentale ale OO (clase, obiecte, încapsulare, agregare, moștenire, polimorfism, abstractizare) în realizarea modelului atât din punct de vedere static (structural) cât și dinamic.

În acest articol sunt definite câteva stereotipuri prin utilizarea de extensii ale limbajului UML pentru modelarea multidimensională. Aceste stereotipuri sunt implementate în Rational Rose XDE.

CUVINTE CHEIE: UML, modelare multidimensională, Rational Rose, depozite de date (Data Warehouse), OLAP (On- Line Analytical Processing).

Abstract

UML Extensions Use in Multidimensional Modelling

The multidimensional modelling constitutes underlies the completion of the OLAP systems as well as of data warehouse. In the last years, there have been many concerns regarding the modelling of multidimensional properties at a conceptual level.

The approach of the multidimensional modelling in the light of object-oriented projection (OO) presumes the OO fundamental concepts use (classes, objects, encapsulating) in the model realization both from the static (structural) point of view and from the dynamic point of view.

This article defines some stereotypes by means of the language extensions use UML for multidimensional modeling, These stereotypes are implemented in Rational Rose XDE.

KEYWORDS: UML, multidimensional modeling, Rational Rose, Data Warehouse, OLAP (On-Line Analytical Processing).

1. Introducere

Modelul entității relaționale (ER) nu a contribuit la facilitarea posibilităților de interogare ale utilizatorilor. De aceea, în ultimul timp s-a impus o tehnică diferită, numită modelarea dimensională (DM), pentru structurarea datelor în vederea interogării lor.

Nu este ușor să transformăm un model ER în unul multidimensional, chiar dacă modelam aceleași date. Cele două abordări cer premise diferite, tehnici diferite și produc baze de date foarte diferit construite. Modelarea multidimensională produce o bază de date care este mult mai ușor de consultat și de interogat. De asemenea, modelul dimensional produce o bază de date cu mai puține tabele și chei de administrat decât modelul ER.

2. Caracteristici ale modelării multidimensionale

Tabelul de mai jos descrie diferențele generale între prelucrarea tranzacțională, depozitul de date relațional (modelul relațional) și prelucrarea analitică (modelul multidimensional).

Tabelul 1

Paralelă între prelucrarea relațională și cea analitică

Caracteristici	Baze de date relaționale OLTP	Baze de date relaționale / Datawarehouse	Baze de date multidimensionale OLAP
Operația tipică	Actualizare	Raportare	Analiza
Nivelul de analiză cerut	Scăzut	Mediu	Ridicat
Ecrane	Neschimbat	Definite de utilizator	Definit de utilizator
Volum de date per tranzacție	Mic	Mic /Mare	Mare
Nivel de date	Detaliu	Detalii, Sumarizate	Însumate
Vârsta datelor	Curente	Istorice și curente	Istorice, curente, previzionate
Orientare	Înregistrare	Înregistrare	Matrice

Depozitele de date și sistemele OLTP cer condiții de realizare diferite. Dintre aceste se remarcă unele mai semnificative:

- **Condiții de utilizare**

Depozitele de date sunt proiectate pentru analize ad-hoc și rezultatele nu sunt cunoscute dinainte, de asemenea, depozitele de date sunt optimizate pentru a realiza o mare varietate de interogări.

OLTP suportă numai anumite operații pentru care au fost proiectate.

- **Modificarea datelor**

Datele din depozite sunt actualizate regulat (de regulă în fiecare noapte sau o dată pe săptămână) cu ajutorul procesului ETT. Utilizatorii finali nu pot modifica (actualiza) direct datele.

În sistemele OLTP utilizatorii finali sunt cei care modifică datele, iar bazele de date relaționale sunt actualizate astfel încât să reflecte starea fiecărei tranzacții din întreprindere.

- **Modelul utilizat**

În depozitele de date se folosește forma denormalizată (cum este schema stea) pentru optimizarea operațiilor. Sistemele OLTP folosesc forma normalizată a datelor pentru a optimiza operațiile de actualizare/inserare/șterge și pentru a garanta consistența datelor.

- **Operații tipice**

O interogare a depozitelor de date poate parcurge mii sau chiar milioane de rânduri, de exemplu pentru a analiza totalul vânzărilor din luna trecută pe total clienți.

O operație OLTP accesează un număr limitat de înregistrări.

- **Date istorice**

În depozitele de date se stochează de regulă datele istorice din ultimele luni sau chiar ani.

Sistemele OLTP stochează date pe câteva săptămâni sau luni astfel încât să realizeze tranzacțiile curente cu succes.

O ultimă și controversată diferență între ER și DM este modul de abordare a datelor. Esența unui model dimensional de calitate sporită este alegerea unui set de dimensiuni cât mai apropiate de cele naturale și de perspectiva utilizatorului. Este folositor să avem o analiză ER înainte de a începe analiza dimensională deoarece echipa de proiectanți a depozitului de date va înțelege datele mai bine. Modelul dimensional trebuie abordat mai mult din perspectiva utilizatorului decât din cea a datelor. Dacă nu există o analiză ER anterioară, ea nu se recomandă a fi făcută datorită redundanței datelor.

3. Concepte OO în modelarea multidimensională

Abordarea modelării multidimensionale prin prisma proiectării orientate – obiect presupune utilizarea conceptelor fundamentale ale OO (clase, obiecte, încapsulare, agregare, moștenire, polimorfism, abstractizare) în realizarea modelului atât din punct de vedere static (structural), cât și dinamic.

Modelul static

Modelarea comportamentului static al sistemului presupune identificarea claselor existente și a relațiilor dintre acestea. În cazul sistemelor OLAP modelarea statică presupune identificarea dimensiunilor și a tabelelor de fapte și a legăturilor dintre ele.

Clasele modelului

Tabelele de fapte și dimensiunile sunt reprezentate prin clase fapte (*Fact classes*), respectiv clase dimensiuni (*Dimension classes*). Clasele fapte sunt specificate ca fiind clase compozite formate prin agregarea claselor dimensiuni. Relația dintre clasele fapte și clasele dimensiuni este de tipul *multi – la – multi*.

Considerăm *cardinalitatea minimă a claselor dimensiuni* 1, indicând astfel faptul că o instanță a clasei fapte este realizată de o instanță a clasei dimensiune. *Cardinalitatea minimă a clasei fapte se poate considera 0*, indicând astfel faptul că o instanță a clasei dimensiune poate participa la zero sau o instanță a clasei fapte.

Dimensiunile se formează din mai multe nivele ierarhice prin compuneri și agregări succesive ale nivelurilor. Nivelul de bază este modelat cu ajutorul unei clase speciale numite *clasă de bază (Base Class)*. Nivelurile superioare se modelează prin *clase de nivel (Level Class)*.

Pentru modelarea structurilor ierarhice și a nivelelor din cadrul dimensiunilor și a modului de formare a acestora se utilizează două tipuri de relații între clasa dimensiune și nivelele ierarhice:

a. **Asocierea** – se utilizează în cazul agregării nivelurilor ierarhice pentru formarea dimensiunilor. Asocierea este considerată de tipul *1 – la – multi*.

b. **Clasificarea** - se utilizează în cazul compunerii unor nivelelor ierarhice sau de bază în formarea dimensiunilor. Este considerată ca fiind o relație de *generalizare – specializare*.

În cadrul unei clase dimensiune se pot întâlni ambele tipuri de asocieri.

Atributele și operațiile claselor

a. **Clasele dimensiuni** - atributele claselor dimensiuni se pot clasifica astfel:

- *Atribute de identificare (Identifying attribute)* – sunt identificatorii claselor dimensiune (IDTIMP, IDZONA). Sunt considerate ca atribute private.

- *Attribute descriptive (Descriptor attribute)* – permit descrierea dimensiunilor și sunt considerate drept attribute publice (Descriere Timp,Descriere Zona).

- *Attribute părinte (Parent attribute)* – permit stabilirea ierarhiilor.

Aceste tipuri de attribute sunt necesare în procesul de generare automată a depozitelor de date și sunt stocate în metadata. Pe lângă acestea se pot identifica și alte tipuri attribute în funcție de cerințe.

Operațiile claselor dimensiune derivă din operațiile modelului multidimensional:

- *Roll Up / Drill Down* – sunt operații de navigare în cadrul nivelelor ierarhice.

- *Secționări (Slice-Dice)* – sunt limitări ale dimensiunilor pentru a obține o anumită viziune asupra datelor.

- *Rotații (Pivoting)* – sunt rotații ale dimensiunilor pentru obținerea unor perspective diferite asupra datelor.

Se pot implementa și alte operații ale claselor dimensiune.

b. Clasele fapte – attributele claselor de fapte sunt:

- *Attribute de identificare (Identifying attribute)* – sunt identificatorii claselor de dimensiune din care sunt formate clasele de fapte.

- *Attribute descriptive (Descriptor attribute)* – permit descrierea variabilelor și a măsurilor.

- *Attribute măsurii sau fapte (Fact attribute)* – definesc variabilele și măsurile tabelor de fapte.

- *Attribute calculate sau formule (Formula attribute)* – definesc variabilele și măsurile calculate pe baza unor formule sau expresii.

Operațiile claselor fapte sunt operațiile care se aplică dimensiunilor pe lângă acestea se definesc și o serie de operații ce permit calcularea variabilelor pe baza dimensiunilor și stabilirea formulelor pentru attributele calculate.

Modelul dinamic

Modelul dinamic surprinde interacțiunea dintre instanțele claselor modelului. Orice obiect are o stare ca rezultat al unor activități anterioare realizate de obiect și de obicei este determinată de valorile atributelor și de legăturile lui cu alte obiecte.

Starea unui obiect se modifică când apare un eveniment. Sunt două dimensiuni ale dinamicii: interacțiunea cu obiectul și modificările survenite în starea lui internă, iar pentru a vedea cum obiectele reacționează la evenimente și ce modificări implică fiecare eveniment în starea lor internă se modelează starea obiectelor.

Comportamentul dinamic al sistemului OLAP rezultă în principal din operațiile executate asupra bazei de date multidimensionale: Roll-Up/Drill Down, Secțiuni, Rotații, Previziuni, What-If și Analiza Top-Bottom. La nivelul fiecărui modul și pentru fiecare operație se realizează câte o diagramă de secvență.

4. Extensii ale UML utilizate în modelare

Unul din principalele scopuri ale UML este acela de a asigura extensibilitatea precum și mecanismele de specializare prin care să fie extinse conceptele de bază. Pentru acoperirea tuturor situațiilor de modelare, autorii UML dau posibilitatea extinderii acestor situații cu stereotipuri, comentarii și constrângeri.

Constrângerile furnizează înțelegeri condiționate care interzic comportamentul și care sunt atașate unui element al modelului, nu doar imaginii lui. O constrângere este inclusă între acolade ({}).

Comentariile atașează informații oricărui element din model.

Stereotipurile sunt clase adiționale elementului modelat care reprezintă elemente ale modelului existent cu scop diferit. Un stereotip este inclus între <<>>.

Pentru modelarea multidimensională putem să utilizăm, să modificăm sau să definim extensii ale elementelor UML.

Se definesc următoarele stereotipuri:

• **Clase:**

Nr.	Stereotip	Semnificație
1.	<<Dimensions>>	Clasa dimensiune
2.	<<Fact>>	Clasa fapte
3.	<<Base>>	Clasa de bază
4.	<<Level>>	Clasa nivel

• **Atribute:**

Nr.	Stereotip	Semnificație
1	<<OID>>	Atribut identificator
2	<<OD>>	Atribut descriptor
3	<<Parent ID>>	Atribut părinte (clasa dimensiune)
4	<<Dimension Attribute>>	Atribut (clasa dimensiune)
5	<<Fact Attribute>>	Atribut măsură (clasa fapte)
6	<<Formula Attribute>>	Atribut calculat (clasa fapte)

• **Relații:**

Nr.	Stereotip	Semnificație
1	<<DAG>>	Directed Acyclic Graph – reprezintă existența ambelor tipuri de ierarhii în cazul dimensiunilor
2	<<Completeness>>	Completitudinea unei asocieri de clasificare în cadrul ierarhiilor

Definirea stereotipurilor se poate realiza în **Rational XDE Professional. Net Edition** după următorul șablon:

• Denumire: Numele stereotipului
• Clasa de bază: Elementul UML căruia i se aplică stereotipul
• Descriere: Descrierea detaliată a funcționalității stereotipului
• Imagine: Simbolul grafic asociat stereotipului
• Constrângeri: Lista constrângerilor definită prin expresii OCL asociate stereotipului
• Valori: Se pot asocia anumite valori

Un exemplu de utilizare a acestor stereotipuri este prezentat în următoarea diagrama de clase pentru dimensiunea timp:

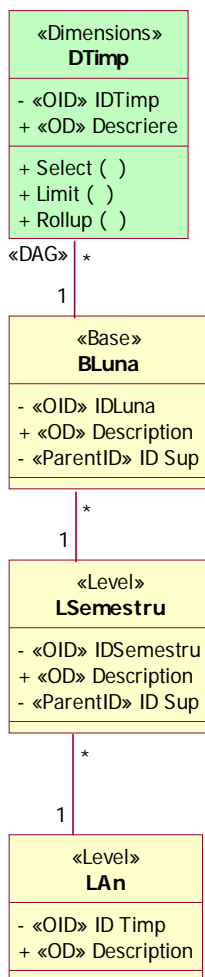


Fig. 1. Diagrama de clase pentru dimensiunea Timp

Clase:

DTimp – reprezintă dimensiunea Timp. Este specificată cu stereotipul <<Dimensions>>.

Atribute:

IDAgentie – identificador. Este specificat cu stereotipul <<OID>>.

Description – scurtă descriere a dimensiunii. Este specificat cu stereotipul <<OD>>.

Operații:

Select() – permite serverului Oracle Express selecția nivelelor prin intermediul obiectului Selector.

Limit() – permite realizarea unor secțiuni în cadrul dimensiunii

Rollup() – operația de agregare a nivelelor

Dimensiunea Timp se structurează pe trei nivele ierarhice: Luna, Semestru, An. Pentru aceste nivele ierarhice se construiesc trei clase diferite:

BLuna – reprezintă clasa de bază a ierarhiei. Este specificată cu stereotipul << Base>>.

Attribute:

IDLuna – identificator. Este specificat cu stereotipul <<OID>>.

Description – scurtă descriere a nivelului. Este specificat cu stereotipul <<OD>>.

ID Sup – identificatorul nivelului superior. Este specificat cu stereotipul <<ParentID>>.

LSemestru – reprezintă un nivel în ierarhie. Este specificată cu stereotipul << Level>>.

Attribute:

IDSemestru – identificator. Este specificat cu stereotipul <<OID>>.

Description – scurta descriere a nivelului. Este specificat cu stereotipul <<OD>>.

ID Sup – identificatorul nivelului superior. Este specificat cu stereotipul <<ParentID>>.

LAn – reprezintă nivelul superior în ierarhie. Este specificata cu stereotipul << Level>>.

Attribute:

IDAn – identificator. Este specificat cu stereotipul <<OID>>.

Description – scurtă descriere a nivelului. Este specificat cu stereotipul <<OD>>.

BIBLIOGRAFIE

- G. Booch, J. Rumbaugh, and I. Jacobson. *The Unified Modeling Language: User Guide*. Object, Technology Series. Addison-Wesley, 1999.
- C. Bodea, GH. Sabau, E. Posdarie, *Sisteme Informatice economice. Analiza si proiectare orientate obiect utilizand UML*, Ed. INFOREC, București, 2001.
- R. Mihalca, C. Fabian, A. Uță, F. Simion, *Analiză și proiectare orientate obiectual. Instrumente de tip CASE*”, Editura Societatea Autonomă de Informatică, București, 1998.
- Oracle Corporation, *Oracle8 i: Data Warehousing Guide* – Release 2 (8.1.6), Dec 1999.
- Object Management Group (OMG) – *Unified Modeling Language Specification*. Internet: <http://www.omg.org/cgi-bin/doc?formal/01-09-67>, September 2001.
- Rational Software Corporation – *Using the Rose Extensibility Interface*. Rational Software Corporation, 2001.
- Ralph Kimball, *The Data Warehousing Development Lifecycle*.

IMPACTUL ECONOMIC-SOCIAL PRODUS DE TRECEREA LA TEHNOLOGIA DIGITALĂ ÎN INDUSTRIA TIPOGRAFICĂ ȘI PUBLICISTICĂ

Maria ANDRONIE

Lector univ. drd., Universitatea *Spiru Haret*

Rezumat

Tehnologiile digitale au adus schimbări în toate etapele procesului de producție tipografică, cele mai semnificative schimbări fiind date de mutarea activităților de design și prepress digital de la birourile de servicii prepress la birourile de tipărire offset și transformarea acestora în magazine de produse și servicii de tipărire, care oferă acum clienților lor toată gama de servicii și produse tipografice.

Digitalizarea a produs schimbări semnificative în producția tipăriturilor care, împreună cu schimbările din prepress, au condus la o industrie cum nu a mai fost până acum. La acest nivel tipărirea oferă un paradox tehnologic: pe de-o parte, cererea de produse tipărite crește, pe măsură ce tehnologia se îmbunătățește și îndemânarea utilizării noilor tehnologii se distribuie în societate, pe de altă parte, această difuzie creează surse de competiție pentru industria de tipărire.

Tehnologiile digitale permit o piață largă de desfacere și determină strângerea relațiilor dintre industrie și consumatori. Industria tipografică și publicistică trebuie să absoarbă schimbările și să le folosească pentru a crea noi tipuri de produse, o piață nouă și locuri de muncă corespunzătoare.

Abstract

The Economic and Social Impact on Passing to the Digital Technology in the Printing and Publishing Industry

Digital technologies have produced changes in all printing industry phases, the most significant changes being due to moving the design and digital prepress activities from prepress service offices to offset printing offices and their changing into product shops and printing services. Nowadays, digital technologies provide its customers a large variety of printing services and products.

Digitizing has produced significant changes in printing production, which, with the prepress changes, have lead to an industry as has never been before. At this level, printing offers a technological paradox: on one hand, the requirement of the printing products is increasing, while the technology is improving and the skillfulness of using new technologies is being distributed to the society. On the other hand, this diffusion creates sources of competition in printing industry.

Digital technologies have provided a large market and have determined a close relation between industry and consumers. Printing and publishing industry must absorb the changes and use them to create new types of products, new market and job opportunities.

În plan economico-social, schimbările tehnologice continue din industria tipografică și publicistică în general, și din domeniul prepress, în special, determină:

- modificarea structurii forței de muncă, implicarea și angajarea femeilor în designul, pregătirea, producția și distribuția materialelor tipărite;
- modificarea structurii locurilor de muncă, a meseriilor cerute pe piață;
- modificarea nivelului de calificare a forței de muncă prin apariția necesității de instruire în proiectarea, producția și utilizarea noilor tehnologii;

- apariția unor școli tehnice și instituții de învățământ superior, cu programe de învățământ noi, pentru pregătirea specialiștilor care utilizează tehnologiile existente precum și a celor care dezvoltă noile tehnologii;
- apariția unor ramuri industriale noi;
- modificarea structurii firmelor de pe piață și a relațiilor dintre acestea;
- modificarea relației dintre producătorii de materiale și servicii și clienții lor sporind competiția bazată pe preț;
- modificarea structurii produselor și serviciilor oferite pe piață;
- direcțiilor de producție materiale tipărite;
- modificarea calității produselor și serviciilor oferite pe piață;
- modificarea cerințelor consumatorilor de materiale și servicii;
- lărgeste accesul populației și societății, în general, la informații din toate domeniile.

Apariția de ramuri industriale noi, modificarea structurii serviciilor și a produselor oferite de acestea

Apariția noilor tehnologii de pregătire a tiparului și de tipărit, mai scumpe decât cele existente, a condus inițial la dezvoltarea unor companii mari, capabile să achiziționeze aceste tehnologii și să instruiască personalul în utilizarea lor, cu scopul de a oferi clienților o gamă cât mai variată de lucrări de calitate ridicată full-color sau nu, la momentul la care aceștia doresc și la un preț de cost scăzut.

Marile tipografii, prospere până nu demult, se află la răscruce de drumuri, trebuie să facă schimbări strategice majore pentru a continua să fie prospere și în următorul secol. Spre exemplu, în perioada de tranziție, Tipografia Sowers din SUA:

- a continuat să ofere servicii de calitate clienților săi și locuri de muncă angajaților săi;
- și-a actualizat progresiv metodele și tehnologiile de producție, produsele și serviciile;
- a cumpărat echipamente noi, fără împrumuturi, folosind banii obținuți prin folosirea cât mai eficientă a echipamentelor existente.

Întreaga industrie tipografică se schimbă, procesul de producție se descentralizează o dată cu folosirea tehnologiilor digitale. Companiile trebuie să supraviețuiască integrând servicii de comunicații specializate în rețeaua de servicii și sistemul de firme și industrii independente generate de introducerea tehnologiilor digitale în procesele industriale. Dacă așteaptă prea mult, pot ajunge în situații economice dificile, dar dacă încep schimbarea la momentul potrivit, continuă să fie prospere.

Introducerea tehnologiilor digitale în procesele industriale a determinat, inevitabil apariția unor ramuri industriale noi, pentru fiecare categorie de operații desprinsă din secvența care, până nu demult, forma fluxul de producție analogic. Hames Mauro de la Heidelberg consideră că, cele trei fluxuri de lucru separate (prepress, press și postpress) folosite de industria tipografică în ultimii ani, fiind realizate, de obicei, de firme specializate separate, au generat mai multe segmente de industrie și tipuri de servicii distincte: ateliere de grafică, ateliere de prepress, birouri de servicii tipografice, tipografii, ateliere de finisare și puncte de distribuție. Toate aceste firme specializate comunică între ele și își dau concursul în realizarea unui produs sau serviciu tipografic. Noile tehnologii permit ca activitățile de PrePress color, tradițional efectuate de specialiști, să se desfășoare și în birouri mici sau chiar acasă, explozia în comunicații digitale via internet

făcând posibilă transmiterea aproape instantanee a unui material pregătit pentru tipar oriunde în lume. Toate operațiile de pe fluxul de producție tipografică pot fi efectuate și de o singură companie care are puterea financiară de a achiziționa ultimele tehnologii în domeniu și de a instrui personalul în utilizarea acestora.

Tehnologiile digitale au adus schimbări în fiecare din cele trei etape ale procesului de producție tipografică tradițională care cuprinde trei categorii de operații: Design, PrePress și Finisaj.

În prima etapă, design, tehnologiile digitale au schimbat atât materialul care poate fi tipărit, cât și modul în care acesta e direcționat către echipamentul de tipărire. Pe piață au apărut firme de grafică specializate care pregătesc produsul de tipărit în format digital, pe care îl trimit către birourile de tipărit sau tipografii, stocat pe suport magnetic sau via internet. Au apărut ateliere de prepress dotate cu aparate foto digitale, scannere și imprimante performante, care oferă clienților lor servicii de calitate folosind echipamente pe care aceștia nu-și permit să le cumpere. O dată cu apariția pe piață a calculatoarelor personale, cu performanțe ridicate și preț de cost scăzut, și a aplicațiilor Desktop Publishing, clienții își pot pregăti singuri materialul pentru tipar, dar apelează la serviciile unui atelier foto specializat pentru obținerea unor imagini de calitate, apelează la serviciile unui birou de prepress, pentru scanări și tipăriri pe echipamentele profesionale prea scumpe pentru ei, sau la serviciile unui birou de tipărire offset.

Prepress este etapa industriei offset de tipărit unde se produc cele mai semnificative schimbări asupra datelor. Eliminarea filmului prin trecerea la sistemele direct-to-plate reprezintă o schimbare rapidă a rolului prepress-ului în ciclul de producție. Alte funcții ale prepress, cum sunt trapping și impoziția, sunt făcute digital, fie de designer, fie de specialistul în prepress digital. Posibilitățile de creare a unor fișiere complete, cu imagini și text, elimină funcția de stripping manual în procesul de prepress. Categoriile de operații care se efectuează într-un birou prepress pentru prese offset se modifică o dată cu evoluțiile tehnologice și categoria de servicii cerută pe piață. Se manifestă tendința ca operațiile de design să fie înglobate în serviciile de prepress sau să fie mutate la client.

Schimbările tehnologice în design și prepress au influențat procesul de tipărire offset.

Probabil că cea mai semnificativă schimbare produsă de tehnologiile digitale în domeniul tipăririi offset e dată de mutarea activităților de design și prepress digital de la birourile de servicii prepress la birourile de tipărire offset. Tehnologiile digitale au schimbat rolul biroului de tipărire transformându-l în magazin de produse și servicii de tipărire, print shop, care oferă acum clienților lor toată gama de servicii și produse tipografice. Pentru a oferi clienților lor ce vor, când vor, tipografii au integrat în configurațiile preselor tradiționale echipamentele de tipărire digitală. Astfel ei pot realiza atât tipăriri folosind prese offset, avantajoase pentru tiraje foarte mari și documente rare, cât și tipăriri la cerere, full-color în tiraje foarte mici folosind presele digitale offset sau imprimantele cu laser.

O revistă de specialitate descria principalele avantaje oferite de tipărirea electronică:

- realizează tiraje mici la cerere, ceea ce dă tipografilor posibilitatea de a efectua comenzi mici pentru diverși clienți;
- partajând rețeaua de calculatoare comună cu clienții lor, tipografiile pot executa lucrări de tipărire pentru un număr mare de birouri, parcuri industriale sau afaceri comunitare;

- utilizând tehnologia pentru tiraje mici, tipografiile pot găsi căi noi de a oferi servicii înrudite clienților lor și în acest fel își pot crea un loc nou pe piața în continuă schimbare.

Evoluțiile în domeniul tipografic și publicistic au redus treptat diferențele dintre componentele fluxului de producție tipografic design – prepress - press - finisaj, au creat categorii diferite de operații prin combinarea celor tradiționale cu operații noi și au condus la o rețea de firme care comunică între ele, via internet sau pe alte căi, cu scopul de a fi competitive și de a oferi populației produsele și serviciile de care are nevoie. O dată cu perfecționarea procesului de producție, noile tehnologii devin mai ieftine și mai ușor de utilizat, fiind accesibile chiar și companiilor mici, cu mai puține resurse.

Conform unui articol on-line, specialiștii de la Benwell Arkins consideră web design-ul și CD-ROM mastering ca viitoare direcții pentru tipografiile. Ei consideră că tipografiile pot intra ușor într-un sistem de management digital. Ideea potrivit căreia tipografiile pot redirecționa sau reformata conținutul materialelor de tipărit pentru o utilizare următoare, de exemplu în web site, într-un intranet site sau pachet multimedia, este cunoscută sub denumirea de re-purposability of content. Un expert în domeniu recomandă tipografiilor să ofere clienților nu numai servicii de tipărire pe echipamentele de care dispun, ci și alte tipuri de servicii asemănătoare, înrudite. Această mutare se face în aceeași direcție cu mutările din economie, economia bazată pe producția de bunuri comută către o economie bazată pe servicii.

Colateral, au apărut firme specializate care oferă tuturor celor interesați servicii internet și suportul tehnic necesar, au apărut firme specializate în instruirea celor care folosesc aplicațiile software de procesare grafică a imaginilor. Au apărut ateliere de multiplicat în condițiile în care cererea de materiale tipărite a crescut exponențial. Au apărut birouri de tehnoredactare computerizată. Au apărut firme specializate în web-design și editare documente în format electronic, etc. Și toate acestea, pentru a oferi servicii de specialitate clienților lor și pentru a comunica între ele, se bazează pe aparatura digitală, se folosesc de avantajele tehnologiei digitale pentru a fi sau a deveni competitive pe piață, pentru a realiza profit.

În concluzie, digitalizarea a transformat economia într-o mulțime de firme care oferă clienților lor produse și servicii specializate în condiții de eficiență economică maximă la momentul dorit și în cantitatea dorită. Într-o piață bazată puternic pe competitivitate, în care companiile trebuie să își desfășoare activitatea, să fie prospere sau să supraviețuiască, e necesară sporirea continuă a eficienței economice și a productivității, lucru posibil de obținut numai prin perfecționarea și conducerea sistemelor de producție.

Competiția continuă să scadă prețurile. Digitalizarea a produs schimbări semnificative în producția tipăriturilor și aceste schimbări, împreună cu schimbările din prepress, au condus la o industrie cum nu a mai fost până acum.

Inițiativele de stat și federale recunosc necesitatea de a susține firmele mici și mijlocii în a asimila schimbările rapide de tehnologie și piața de produse noi, și industria tipografică nu face excepție. Întreprinderile mici și mijlocii sunt în mod tipic definite ca fiind cele cu maxim 500 de angajați. În 1988 National Institute of Standards and Technology (NIST) a fost autorizat să inițieze centre de orientare a tehnologiei de fabricație. În 1993 guvernul federal a inițiat Technology Reinvestment Program (TRP) care include găsirea unor utilizatori pentru noua tehnologie și ajutorarea producătorilor mici și mijlocii. Numărul centrelor create de NIST a crescut în timpul aplicării

programului Manufacturing Extension Partnership (MEPs). Acum MEPs operează în 50 de state și în 1996 Commerce Department a alocat Rochester Institute of Technology 425 000 USD pentru a susține Center for Integrated Manufacturing Study's National Center for Printing, Publishing and Imaging (CIMSPrint). CIMSPrint are centre în New York, California și Midwest și oferă tipografiilor diverse resurse și suport pentru inovațiile tehnologice pentru a rămâne competitive. Ca și alte programe guvernamentale, CIMSPrint asigură utilizarea completă a resurselor existente, incluzând industriile asociate, agenții guvernamentale și programe, facilități de dezvoltare a unor institute pentru instruirea la nivel înalt a personalului, și chiar companii de tipărire (Haven Hawely: Seminar de modernizare industrială, Toamna 1997, Studiu de caz: Schimbările tehnologice în industria tipografică).

Tehnologiile digitale prezintă oportunități atât pentru o piață nouă cât și pentru continuarea pieței curente pentru toate categoriile de companii din domeniul tipografic și publicistic:

- birouri de tipărire comerciale (comercial printing);
- tipografii mari (in – plant printing);
- ateliere de tipărire rapidă (quick printing)

La acest nivel tipărirea oferă un paradox tehnologic: cererea de produse tipărite crește pe măsură ce tehnologia se îmbunătățește și îndemânarea de a utiliza noile tehnologii se distribuie în societate, pe de altă parte, această difuzie creează surse de competiție pentru industria de tipărire. Tehnologiile digitale promit o piață largă de desfacere și determină strângerea relațiilor dintre industrie și consumatori. Industria tipografică și publicistică trebuie să absoarbă schimbările și să le folosească pentru a crea noi tipuri de produse, o piață nouă și locuri de muncă corespunzătoare.

În ultimele decade ale secolului XX cantitatea, calitatea și diversitatea produselor tipărite cerute pe piață au crescut exponențial datorită rolului major al acestora de distribuire a informațiilor către public. Participarea populației la viața culturală, economică, socială, politică etc., nu este posibilă fără a asigura accesul acesteia la informațiile din toate domeniile de activitate. Societatea modernă nu poate evolua dacă nu este informată. Comunicarea în cadrul acestei societăți nu se poate realiza fără circulația informațiilor între furnizori, producători și consumatori, între profesori și elevi, între producătorii și utilizatorii noilor tehnologii, între specialiștii diferitelor domenii de activitate etc.

Pe măsură ce crește cererea de materiale tipărite, crește și numărul firmelor specializate implicate în crearea, producerea și distribuirea acestora. În vara anului 2001, Philippe Queinec de la Printers Syndicate SICOGIF prezintă o imagine de ansamblu a industriei tipografice în Europa și în Franța, la acel moment: 7.600 companii cu aproximativ 96.000 angajați care realizează peste 10 milioane de USD, primele 70 companii realizând aproximativ 50% din această activitate. Pentru următorii 10 ani acest sector a fost văzut ca punct de pornire al unei importante reorganizări cu punctul de sosire în PrePressul digital. După aprecierile lui Philippe Queinec, cea de-a doua tranziție începută la jumătatea anilor 1990 este continuarea digitalizării lanțului grafic din tipografie. Se manifestă o convergență a profesiilor, a tehnologiilor și a piețelor. Cel mai important lucru e considerat nivelul de profitabilitate. Philippe Queinec consideră că, în următorii ani, tipografiile care nu își stăpânesc costurile vor dispărea.

În studiul efectuat cu privire la influența tehnologiilor digitale și dinamica pieței în industria publicistică și tipografică în perioada 1995 – 2000, Japan Association of

Graphic Arts Technology arată că transformările tehnologice au produs mutări și la nivelul firmelor care lucrează în acest domeniu. În SUA, numărul firmelor din industria tipografică și publicistică a crescut ușor, în timp ce produsele și serviciile oferite de acestea s-au modificat în timp adaptându-se la nevoile pieței.

Tabelul 1

Creșterea numărului de firme pe sectoare de activitate până în 2000 (USA)

Sectoare	Segmente	Firme 1995	Rată Creștere 2000
Servicii creative	Agenții de publicitate, Artă și Design, Audio, Servicii de prezentare pe display, Servicii de marketing, Studiouri foto, Servicii creative	47	1%
Publicații de uz comercial	Editură de cărți, Editură electronică, Editură de periodice, Editură de cataloage, Editură de ziare, Editură de jurnale, Alte tipuri de edituri comerciale	27	0
Servicii de specialitate	Laboratoare foto, Servicii prepress, Servicii de tehnoredactare	6	(-9%) (-2,500)
Tipăririi pentru uz comercial	Centru de copiere, Centru de tipărire rapidă/tiraje mici, Centru tipărire tiraje medii, centru de tipărire tiraje mari, centru de tipărire materiale speciale, centru de tipărire ambalaje/etichete, Centru de tipărire formulare, Alte centre de tipărire	58	(-4%) (-7,500)
Tipăririi pentru uz propriu	Departament de promovare, Centru de tipărire propriu, Serviciu grafic propriu, Grup de tipărire documentație tehnică, Publicații proprii, etc.	132	2%

În următorii ani se manifestă tendința de creștere a numărului de birouri de tipărire individuale care însă trebuie să facă toate eforturile pentru a exista și a fi prospere într-o piață foarte, foarte mică. Permanent trebuie să satisfacă cerințele clienților, să le ofere lucrări și servicii cât mai diverse, în condițiile de calitate, cantitate și timp specificate, la preț de cost minim acceptat pe piață.

Schimbările determinate de tehnologiile digitale în structura produselor și serviciilor tipografice cerute pe piață modifică și structura domeniilor de activitate:

- apar domenii de activitate noi, care reprezintă oportunități pentru cei ale căror activități s-au desființat sau nu mai sunt eficiente; de exemplu, comerțul electronic
- unele domenii de activitate se adaptează la noile cerințe de piață și vor prospera; crește nivelul de calificare a personalului, prin urmare cresc cererile de instruire și recalificare a acestuia;
- alte domenii de activitate vor dispărea întrucât utilizează tehnologii depășite care nu mai sunt eficiente și competitive în noua piață.

Japan Association of Graphic Arts Technology trasează următoarele direcții de producție în domeniul tipografic și publicistic:

Tabelul 2

- Direcții de producție	
Evoluează	Dispar
Aplicații multimedia	Desktop publishing
Fotografie digitală	Procesare Film
Video digital	Camere analogice
Proofing Digital	Filmsetters
Direct-to-plate	Proofing analogic
Prepress Digital	Prese analogice
Tipografii Digitale	Depozite de tipărituri
Tipărire prin rețea (Network - as needed)	Management analogic de fișiere
Biblioteci virtuale	Sisteme izolate
Intercomunicații	
Publicații electronice	

Conform studiului efectuat de Japan Association of Graphic Arts Technology, noile tehnologii au produs mari mutații și la nivelul categoriilor de produse și servicii din domeniul publicistic și tipografic disponibile pe piață:

Tabelul 3

Creșterea categoriilor de materiale tipărite până în 2000 (USA)

Categorii de materiale tipărite	Venituri 1995	Venituri 2000	Rata creștere
Tipărite	\$235B	\$5B	2%
* Ziar, carte, periodic, catalog, jurnale diverse			
* Formulare, Multiplicări și copieri, Ambalaje și imprimare speciale			
Tipărite prin rețea	\$10B	\$155B	18-22%
* Tipărituri digitale, Tiraje mici, Date particulare și variabile, Materiale distribuite și listate, Tipărituri pentru uz comercial sau pentru uz propriu			
Publicații prin Internet, Publicații comerciale și Rețele de publicații comerciale și ne-comerciale	\$1B	\$42B	30-40%
Total Media	\$246B	\$202B	3-4%

Procesul muncii, modificarea structurii meseriilor și a nivelului de calificare a forței de muncă

Trecerea de la de la tehnologia analogică la cea digitală a restructurat procesul muncii.

Procesul de muncă analogică constă în realizarea unei succesiuni de operații, de regulă realizate într-un singur loc, constă practic într-un flux continuu care nu poate fi întrerupt fără diminuarea capacității de producție. Unitățile de producție tradiționale se aseamănă cu modelul analogic, în care oprirea unui segment din fluxul de producție conduce la oprirea întregului proces. Prin contrast, procesul de muncă digital poate fi

împărțit în operații independente, completate și recombinate dintr-un și într-un întreg, distribuite în diverse sectoare industriale, operațiile în segmente care putând fi executate independent unul de altul, în funcție de necesitățile de producție și asamblate la nevoie. Distribuirea operațiilor în diverse sectoare industriale se aseamănă cu un proces digital, care împarte operațiile în segmente conexe ce pot fi executate independent unul de altul.

Tehnologiile digitale au modificat posibilitățile și starea de ocupare a populației. De-a lungul tranzițiilor tehnologice din secolul XX s-a modificat nivelul de cunoștințe necesare pentru realizarea și utilizarea noilor echipamente, lucru care a produs modificări în structura ocupațiilor de pe piața forței de muncă. La trecerea dintre secole, ocupațiile profesionale și tehnice sunt reprezentate în mod tipic de birouri independente sau persoane individuale care conduc firme mici. În ultima parte a secolului XX, creșterea birocrăției în interiorul corporațiilor a condus la o cerere mai mare de specialiști. Absorbirea acestora la nivelul marilor companii a permis o înaltă specializare, a crescut cererea de specialiști cu înaltă calificare, cum ar fi contabili, ingineri, juriști. Acești specialiști au distribuit cunoștințele științifice în mediul de afaceri, și tehnicienii și specialiștii în domeniu au mijlocit rapid schimbările tehnologice în secolul XX. (*New World of Work*, pp 17-18.)

Conform unei statistici efectuată de The New World of Work (London-Brihh-North American Committee-1996), ocupațiile care au facilitat introducerea cunoștințelor tehnice și utilizarea noilor inovații în economie, cum ar fi tehnicienii și specialiștii în domeniu, au crescut de la 10% în anul 1960, la 15% în 1980, la 17% în 1991 și se apreciază o creștere exponențială pentru decadele următoare.

Tabelul 4

Categoriile de ocupații reprezentate procentual în cadrul forței de muncă: 1900 - 1991

Categorie	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1991	Schim bări
Specialiști- tehnicieni	4%	5%	5%	7%	8%	8%	10%	14%	15%	17%	13%
Operatori- Muncitori	25%	27%	27%	27%	28%	26%	24%	23%	18%	15%	-10%
Service	9%	10%	8%	10%	12%	11%	12%	13%	13%	14%	5%
Management- Administrativ	6%	7%	7%	7%	7%	9%	8%	8%	10%	13%	7%
Vânzători	5%	5%	5%	6%	7%	7%	7%	7%	11%	12%	7%

Sursă: Stephen R. Barley, *The New World of Work* (London: British-North American Committee, 1996), p.9. Compiled from *The Statistical History of the United States from Colonial Times to the Present* (U.S. Bureau of the Census, 1976), Klien's (1984) article, and the *Statistical Abstract of the United States* (U.S. Departament of Commerce, 1991)

Potrivit studiului prezentat de Haven Hawley la Seminarul din toamna anului 1997 privind Modernizarea Industrială, în toamna anului 1997 industria tipografică angaja mai mult de 1 milion de persoane, creând mai multe locuri de muncă decât orice altă industrie productivă. Dintre cele peste 52.000 de birouri de tipărit, numai 7% aveau mai mult de 50 de angajați, dar nici unul mai mult de 500. Din acest grup de birouri de tipărit, 37.000

ocupă, împreună, locul 5 în totalul industriilor productive, din punct de vedere al numărului de angajați și domeniul continuă să se dezvolte. Mărimea acestor birouri de tipărit a fost mică încă de la început și a continuat să rămână așa multă vreme, după cum se ilustrează în tabelul următor.

Tabelul 5

1965			1993		
Număr total de angajați: 309.623			Număr total de angajați: 576.879		
Număr lucrători/ birou de tipărit	Număr birouri de tipărit	%	Număr Lucrători/birou de tipărit	Număr birouri de tipărit	%
1-3	7.072	40	1-4	17.569	47
4-7	3.780	21	5-9	8.690	23
8-49	5.946	33	10-50	8.697	23
> 50	1.082	6	> 50	2.190	6
Total angajați:	17.880	100	Total angajați:	37.146	100

La începuturile industriei tipografice tiparul înalt se realiza prin **culegerea manuală a literelor**, tipografiile având angajați un număr mare de lucrători pentru că această activitate era foarte laborioasă. Apariția Linotyp-ului, primul pas în automatizarea activității de creare a tiparului, și răspândirea folosirii lui, a condus la reducerea numărului de lucrători care culegeau litere cu mâna. Un singur operator de Linotyp producea text cât 6 sau 8 culegători manuali. Potrivit unui sondaj efectuat de Sindicatul numărul 6 al tipografilor din New York între anii 1891-1911, la fiecare două mașini introduse în producție s-au transformat doi foști culegători manuali în **operatori de mașini** și au fost concediați alți trei. În aceeași perioadă automatizarea mașinilor tipografice prin introducerea tipografilor tip rotativă a redus numărul de tipografi. În plus progresele în domeniul stereotyping-ului (crearea de forme de litere din care se puteau turna plăci solide) au condus și mai mult la scăderea numărului de culegători. În *Automation and Electronics Publishing* (Washington:Spartan Books, 1965) Frank Cremonesi spunea că, după o decadă de automatizare intensivă în industria tipografică și în cea de hârtie, noul secol a adus o cerere crescută de materiale tipărite, care a avut ca efect angajarea unui număr dublu de persoane față de numărul culegătorilor concediați. Noile mașini au eliminat culegătorii manuali, dar au stimulat noi volume de lucru care au necesitat locuri de muncă asociate.

Mecanizarea procesului de tipărit și introducerea **culegerii mecanice de text**, o dată cu apariția mașinii de scris, a redus costurile de producție și a crescut viteza de culegere a textului alimentând astfel consumul crescut de ziare, reviste și cărți, de către o populație urbană mai cultivată. Cererea crescută de materiale tipărite a determinat o cerere mai mare de servicii tipografice și de servicii auxiliare acestora, nelegate de culegerea de text decât prin numărul de locuri de muncă desființate prin apariția mecanizării.

Potrivit studiului prezentat de Haven Hawley la Seminarul din toamna anului 1997 privind Modernizarea Industrială, între anii 1900 și 1940 cel mai mare număr de locuri de muncă au fost create în domeniul funcționarilor de birou. Aceste ocupații au furnizat slujbe de zi în mediu de lucru care s-au potrivit social pentru femei. Folosirea tastaturii

QWERTY și a echipamentelor automatizate bazate pe tehnologia electronică ce a produs caractere la rece, mai ușor de manevrat decât formele grele de plumb cald, au transferat sarcinile de typesetting în exteriorul industriei de tipărire, apropiindu-le de munca de birou și făcându-le astfel accesibile și femeilor.

Mașina de scris de tip Remington cu tastatura sa QWERTY, a deschis calea pentru angajarea femeilor ca operatori pentru folosirea mașinilor simple de adunat, de calculat, de reproducere și de distribuire a informațiilor în interiorul companiilor. Numărul femeilor culegătoare și typesetter a crescut în perioada în care numeroase mașini automate de compoziție au inundat piața și a scăzut când Lynotipul a devenit un standard industrial și s-a stabilizat tehnologic. Însă angajatorii refuzau să plătească femeile egal cu bărbații pentru aceeași muncă prestată, ceea ce efectiv a condus la neangajarea acestora deoarece sindicatele tipografilor le cereau să respecte grila de salarizare impusă. Acest lucru, cumulat cu mentalitatea că meseria de tipograf este numai pentru bărbați, au fost factori care au limitat angajarea femeilor în noile meserii care apărute în domeniu.

În perioada 1960-1990 creșterea productivității pe lucrător tipografic prin folosirea typesetting-urilor automatizate și a echipamentelor de fotocompoziție avansate care ajută la stabilirea legăturilor între prelucrările editoriale de text și operațiile de prepress, a condus la scăderea necesarului de forță de muncă ocupată în acest domeniu. Dar numai bărbații au părăsit locurile de muncă, femeile, obișnuite să folosească mașinile de scris, fiind ușor instruite să folosească mașinile care produc litere la rece.

Principali factori care au accelerat comutarea genului în tipografia au fost:

- creșterea locurilor de muncă pentru femei de pe piața forței de muncă;
- fotocompoziția care folosește tastatura QWERTY, familiară femeilor care au experiență în folosirea mașinii de scris;
- delicatele echipamente electronice ușor de manevrat de către femei;
- mediul de birou fără căldură, gunoi și chimicale în zona de presă;
- difuzia tehnologiei typesetting în afara tipografilor, ceea ce face ca tipografia de meserie să piardă controlul asupra întregului proces tipografic permițând femeilor să execute o serie de operații în cadrul acestuia.

Mașinile automatizate au lăsat neatins diferențele care existau între ocupația de tipograf și ocupațiile asociate acesteia. Tehnologiile electronică și digitală fac din typesetting o parte a unui proces mai amplu, permițând sarcinilor de tipărire să fie executate în mai multe puncte ale procesului de producție de un număr variat de oameni cu ocupații și profesii diferite. Permit femeilor să execute munca de tipograf.

Creșterea numărului de femei tipograf s-a produs într-o perioadă a creșterii participării femeilor la forța de muncă plătită și de joncțiune tehnologică. Din 1960 până în 1990, procentul femeilor care participă la forța de muncă a crescut de la 38 la 60%. Participarea bărbaților a scăzut în aceeași perioadă de la 86% la 78%, diferența între ocuparea pe genuri a forței de muncă ajungând la 20 puncte în 1990. Comutarea genului în meseria de tipograf a fost una din multele intrări ale femeilor în profesii dominate de bărbați în această perioadă. Bărbații însă nu au intrat peste ocupațiile tradiționale ale femeilor în număr semnificativ. (Potrivit US Department of Labor, Working Women: A Chartbook; Washington, DC Bureau of Labor Statistics, August 1991, pp 3,17)

Oricum, manuală sau automatizată, munca de tipograf a reprezentat, până în ultimii 30 de ani, una dintre cele mai grele și intense meserii din procesul de tipărire. La jumătatea secolului 20, munca de tipograf reprezenta 70% din costurile de operare pentru o tipografie, comparată cu 35% pentru un magazin general de tipărire (Philadelphia Printing Industry, p16).

Ocupația, pe genuri, în Typesetting : 1900 - 1990

Anul	Bărbați	Femei	Total
1900	139.166	15.981	155.147
1910	113.534	14.051	127.585
1920	128.859	11.306	140.165
1930	173.363	10.269	183.632
1940	166.307	8.005	174.312
1950	163.560	12.180	175.740
1960	167.838	16.269	184.107
1970	72.040	14.531	86.571
1980	31.205	39.310	70.515
1990	21.641	50.712	72.353

Sursă: Patricia A. Ross, " *Gender Switch in the Printing Industry*" (Rutgers University, 1993), Compiled from U.S. Bureau of the Census, 1094, 1943, 1956, 1963, 1984 and 1992

Înainte de apariția tehnologiilor digitale, adunătorii de litere și tipografi au format un grup social aparte care se considera mai educat decât cei care aveau alte meserii. Sporirea educației și utilizarea mașinilor pentru a înregistra și transmite informațiile au crescut cererea de produse tipărite la sfârșitul secolului XIX și începutul secolului XX. Typesetterele de acum 100 de ani au fost abandonate o dată cu debutul perioadei informației. Abilitatea de a utiliza echipamente similare de către typesetterii și specialiștii în domeniu poate fi exemplificată de tranziția de la Linotype la echipamentele de procesare digitală.

Apariția tehnologiei digitale între anii 1970 și 1980 corespunde unei opriri în scăderea numărului total de angajați din industria tipografică și publicistică, în toamna lui 1980 când, în totalul de angajați femeile reprezentau majoritatea lucrătorilor typesetting, scăderea umărului de bărbați angajați și creșterea numărului de femei angajate devin mai puțin severe. (conf. International Labor Office, Geneva, 1990, p6.)

În ciuda scăderii locurilor de muncă în urma introducerii automatizării, noile tehnologii typesetting au crescut productivitatea, au creat locuri de muncă adiționale și au produs o îmbunătățire a performanțelor operațiunilor typesetting.

Potrivit studiului lui Haven Hawley prezentat la seminarul de modernizare a industriei tipografice și publicistice din toamna anului 1997, în 1992 forța de muncă ocupată în Industria Tipografică și Publicistică, pe sectoare de activitate, avea distribuția din tabelul următor:

Tabelul 7

**. Forța de muncă ocupată în Industria Tipografică și Publicistică,
pe sectoare de activitate: 1992**

Segment de industrie	Număr	%
Ziare	450.830	29,9%
Periodice	122.380	8,1%
Cărți	118.540	7,9%
Publicații diverse	79.510	5,3%
Tipărituri comerciale	533.430	35,4%
Formulare	47.750	3,2%
Felicitări	26.430	1,8%
Caiete/Servicii de legătorie	68.430	4,5%
Servicii de tipărire	57.950	3,8%
Total	1.505.250	100,0%

Sursă: U.S. Department of Labor, *Career Guide to Industries*, Bulletin 2453 (Washington D.C.: Bureau of Labor Statistics, December 1994) p. 68

Culegerea și tehnoredactarea computerizată au condus, pe de o parte la reducerea numărului de lucrători în domeniul culegerii de litere iar pe de altă parte la creșterea gradului de implicare al utilizatorilor în procesul de producție, făcând domeniul tipografic mai accesibil acestora. Astfel, calculatoarele personale și desktop publishing-ul au permis utilizatorilor de produse și servicii tipografice să își facă singuri culegerea și tehnoredactarea materialului apelând la serviciile unui birou de tipărire numai pentru tipărirea propriu-zisă. Prin urmare, deși concentrarea în domeniul publicațiilor și ziarelor, revistelor și cărților s-a accelerat, birourile de tipărit comerciale au continuat să se reducă în mărime.

Introducerea desktop publishing-ului înseamnă o schimbare semnificativă a formatului în care materialul este adus la presa offset. Desktop publishing a sporit numărul celor care, cu puține cunoștințe de design și tipărire, creează fișiere cu imagini care arată bine pe ecranul calculatorului, dar nu sunt bune pentru tipar. The Digital Graphic Arts Technical Foundation arată că 57% dintre fișierele digitale trimise pentru film sau placa tipografică conțin probleme comune legate de fonturi lipsă, trapping incorect, definiții incorecte de culoare (RGB în loc de CMYK) și grafice nelegate (unlinked). Prin urmare, birourile de tipărire offset, offset printshop, trebuie să aibă resurse de rezolvare a problemelor pentru a avea clienți. Agenții de vânzări, ca și angajații prepress, trebuie să cunoască bine diferitele platforme de lucru, software-ul utilizat și problemele legate de acestea. Până de curând, majoritatea tipografilor făceau numai anumite lucrări cu fișierele clienților, eliminând astfel costurile de timp și muncă. Procedurile standard pentru birourile de tipărire offset care oferă servicii de digital prepress constau în utilizarea de programe software care identifică problemele legate de fișierele digitale înainte de producția lucrărilor. Dacă fișierul nu este gata pentru tipărire este dat înapoi clientului pentru corecție sau este corectat contra cost. Un raport industrial sugerează că următorul pas în creșterea eficienței va fi mutarea operației de verificare a fișierului digital la client, care trebuie să facă corecțiile necesare.

Potrivit US Department of Labor Statistics Occupational Outlook Handbook, în 2002-2003 desktop publishing reprezintă a șasea ocupație care crește cu rapiditate, cu o rată de creștere de 67% și un număr de locuri de muncă noi de 25 000. Prin contrast, locurile de muncă pentru tehnicienii și lucrătorii prepress, în special pentru cei care efectuează operații manuale, cum sunt platemaking, film stripping, photoengraving și paste-up coboară pe locul 16 în lista ocupațiilor cu o scădere masivă a numărului de locuri de muncă în anii 2000-2010. Continuă să existe oportunități pentru acei lucrători prepress care s-au instruit să folosească tehnologia prepress electronică. Schimbările de tehnologie au deplasat multe oportunități de la tipografiile tradiționale către birourile de tipărire de tip print shops. Agențiile de publicitate, firmele de relații cu publicul, marile corporații preferă să își facă singure lucrările de tipărire sau să utilizeze serviciile unui birou de tipărire.

Ce pot face lucrătorii prepress în condițiile în care numărul locurilor de muncă tradiționale în acest domeniu scade continuu? Au trei opțiuni:

- cei cu înclinații creative trec către desktop publishing sau graphic design; piața de locuri de muncă și salariile pentru lucrătorii cu înaltă calificare sunt bune. Potrivit US Department of Labor Statistics există o creștere de 11% în periodice, crește interesul pentru jurnalele tehnice și științifice, ca și pentru publicații de interes special cum sunt revistele de sănătate și divertisment. Crește numărul de locuri de muncă în editarea de cărți, felicitări și cataloage.

- cu ceva instruire în editarea electronică, o parte din lucrătorii prepress pot găsi locuri la nivel de management. 24% din locurile de muncă din industria de tipărire și

editare sunt manageriale și de specialitate, o proporție mai mare decât în orice alt sector industrial. Cei cu înclinații tehnice se instruiesc în programarea noilor tehnologii, cum sunt PostScript, XML sau PCL. Proiectanții și fabricanții de echipamente de tipărire caută asemenea programatori;

O dată cu:

- extinderea utilizării internetului;
- creșterea cantității de informație digitală necesar a fi creată;
- digital asset management;
- data file transfer;
- workflow

apar oportunități de angajare nu numai în industria de tipărire ci în multe alte companii care dezvoltă servicii și soluții pentru computer networks. Lucrătorii prepress interesați în managing data and workflow pot găsi locuri de muncă în afara industriei de tipărire.

Lucrătorii prepress disponibilizați trebuie să se instruiască în folosirea noilor tehnologii și pentru a ocupa noile tipuri de locuri de muncă create de acestea pentru a rămâne în industria de tipărire. Aptitudinile mecanice și cunoștințele de calculatoare sunt cheia succesului. Acum industria este parte a computer age. Acum agențiile au nevoie de manageri care să supravegheze producția prepress pe loc, nu numai să facă propria corecție de culoare sau paginare, ei trebuie să folosească rețelele de calculatoare pentru a transfera date către o varietate de locuri de tipărire.

Există în mod continuu schimbări în structura locurilor de muncă și se adaugă noi locuri de muncă inexistente acum 5 ani.

Apariția calculatoarelor, care marchează începutul epocii digitale în economie și, în mod particular, în industria publicistică și tipografică, a fost percepută ca cea mai vizibilă parte a schimbării din punctul de vedere al cunoștințelor necesare pentru utilizarea noilor tehnologii și a meseriilor, ocupațiilor sau profesiilor rezultate. Tendința accelerată de înlocuire a infrastructurii electromecanice cu cea computerizată, de informatizare și computerizare a societății, conduce la necesitatea acumulării rapide de cunoștințe legate de conversia informațiilor mecanice, electromecanice și chimice în informații digitale și transmiterea acestora la distanță, de utilizarea și dezvoltarea noilor tehnologii.

Marile companii dispun de resursele necesare pentru instruirea personalului în utilizarea noilor tehnologii, pe când companiile mici nu își pot permite și, din acest motiv, renunță la utilizarea acestora reprezentând o frână în calea evoluției tehnologice. Guvernele au sesizat importanța furnizării de educație tehnică în promovarea noilor tehnologii și au decis să sprijine companiile mici și mijlocii prin finanțarea de programe de instruire. Spre exemplu, Școala tehnologică din Georgia, înființată în 1885, acum numită Georgia Institute of Technology, și-a deschis porțile în 1988, ca un răspuns al statului american la inițiativa federală. În ultima decadă a secolului 20 un număr mare de școli tehnice și instituții de învățământ superior, din toate statele lumii, au adoptat programe pentru pregătirea tehnicienilor și specialiștilor care vor utiliza tehnologiile existente, precum și a celor care vor dezvolta noile tehnologii. Instruirea populației în utilizarea calculatoarelor și folosirea acestora pentru accesul la informații din cele mai diverse domenii de activitate a devenit un fenomen de masă. Conectarea la internet facilitează transferul informațiilor tehnologice către public contribuind astfel la ridicarea nivelului de pregătire tehnică a acestuia.

Locuitorii marilor orașe citesc mai mult decât cei din mediul rural și echipamentele pentru calcul, înregistrare și multiplicare informații au ocupat corporațiile și birourile de tipărire. După apariția informației electronice, societatea de azi continuă să ceară mai

multe produse tipărite. Succesul industriei tipografice a fost dat de satisfacerea cererilor de produse multicolor în continuă creștere, în special în tipăriurile comerciale.

Activitățile care utilizează noile tehnologii necesită un nivel de calificare ridicat și prin urmare o plată ridicată. Pentru că există puțini specialiști în domeniu, serviciile de tipărire comerciale, care includ typesetters și platemakers, sunt cele mai bine plătite meserii în industria tipografică și publicistică. În același timp un număr mare de lucrători, necalificați pentru utilizarea ultimelor tipuri de echipamente și a software-ului aferent, concurează pentru activități pe echipamente învechite, reducând salariile pentru aceste operații. Tehnologiile avansate sunt bune pentru lucrătorii cu calificare superioară, instruiți în utilizarea acestora. Cei care operează tehnologiile avansate câștigă în mod uzual mai mult decât restul forței de muncă și decât alți lucrători calificați din domeniul tipografic și publicistic.

Birourile de tipărire comerciale joacă un rol important în propagarea schimbărilor tehnologice către societate și în susținerea accesului publicului la noile tehnologii deoarece, pentru a oferi o gamă variată de servicii prepress și tipografice clienților lor, încurajează o forță de muncă mai productivă și de calitate mai mare. Și la nivelul companiilor mari specializarea și nivelul de calificare al forței de muncă permit utilizarea noilor tehnologii și realizarea unor lucrări de calitate ridicată. Pentru angajați, locurile de muncă în marile companii oferă stabilitate, beneficii asociate cu posibilitatea de a se muta dintr-un loc de muncă în altul, fără să-și piardă slujba ca urmare a schimbărilor tehnologice. Cu toate acestea, o dată cu pătrunderea tehnologiilor digitale în industria tipografică și publicistică, se observă o scădere a forței de muncă angajate în marile fabrici și o creștere a acesteia în firmele mici și mijlocii.

Pe durata perioadelor de schimbări tehnologice, societatea și forța de muncă sunt mai puțin constrânse de ocupațiile tradiționale și structura industrială. Industria tipografică și publicistică poate juca rolul crucial în eliberarea publicului de mentalități, ca cetățeni și angajați, în această perioadă de schimbări tehnologice. Guvernele și statele își focalizează atenția în a susține instruirea personalului, sporirea competitivității și asistarea firmelor pentru a asimila schimbările tehnologice.

Concluzii

Impactul tehnologiilor digitale asupra industriei tipografice și publicistice e uriaș.

Istoria a demonstrat că lumea este constant afectată de continuitate și schimbare. Inovația funcționează un timp simultan cu ceea ce eventual trebuie să înlocuiască. O dată ce schimbarea este completă, vechea metodă este eliminată și face parte din istorie.

Un exemplu modern este schimbarea produsă de trecerea de la tehnologia analogică la cea digitală. Ca toate revoluțiile, revoluția digitală afectează totul în societate în următoarele decade și, în particular, aplicațiile invențiilor umane. Deși trecerea la era digitală s-a produs rapid, ea a început pentru majoritatea populației în 1980 și e departe de a fi completă. Trăim într-o lume digitală, dar încă nu am abandonat munca manuală și procesele analogice. Viitorul poate arăta foarte diferit.

Schimbările aduse de noua tehnologie afectează, în mod firesc, și metodele de comunicație, producția și mediile de tipărire din industria tipografică. Transformările produse de tehnologiile digitale în această industrie sunt diferite de schimbările fundamentale produse în acest domeniu în 500 de ani de istorie. Mulți nu cunosc implicațiile tehnologiilor digitale în design și prepress în ultimii 15 ani. Utilizarea calculatoarelor în design, paginare și pre-produție e o parte familiară a procesului pentru mulți designeri, editori, agenți de publicitate și pentru mulți alții care se implică în

activității de tipărire. Puțini oameni sunt însă familiari cu modul în care tehnologia digitală a schimbat producția fizică a materialelor de tipărire și industria care le produce.

În concluzie, se poate spune că utilizarea tehnologiilor digitale reprezintă cea mai fundamentală schimbare în istoria industriei tipografice, dar trebuie înțeles cât de mult trebuie schimbat în această industrie.

Cunoștințele despre calculatoare devin parte a oricărei meserii, mai mult ca niciodată. Fie că vrem, fie că nu vrem, nu putem lăsa noile tehnologii deoparte. Viteza și eficiența pe care le aduc acestea în industria tipografică și publicistică nu vin fără costuri. Pe lângă schimbarea produsă pe piața forței de muncă, se schimbă și condițiile de calitate. Suntem în epoca tipăriturilor fine, în care graphic designers creează opere de artă pe care trebuie să le reproducem. Astăzi clienții își produc singuri lucrările fără utilizarea unor resurse externe și fără instruire în tehnici de tipărire sau artă grafică.

Trebuie acceptate toate aceste schimbări dacă vrem să ținem pasul cu schimbările tehnologice.

Industria este în continuă schimbare. Schimbările tehnologice creează pe de o parte teamă, pe de alta bucurie pentru cei care se implică în aceste schimbări la timp.

Pe măsură ce industria devine intens digitală, omenirea percepe conceptul de tehnologie digitală ca pe o serie de instrumente de lucru, acceptă ideea unui flux de lucru digital și a unui întreg sistem digital. Tipografiile offset sunt complet obișnuite acum să aibă o infrastructură digitală care include designul, crearea documentelor și importul acestor fișiere de la surse aflate la distanță. Deoarece echipamentul digital depășește zona de presă, conceptul digital va desemna în industria tipografică și publicistică mai mult un proces decât un echipament.

Un articol din Print Action Magazine On-line despre predicțiile în industria tipografică afirmă că British Printing Industry Federation a identificat 3 chei de tranziție în această industrie:

- transferul de la fizic la digital;
- transferul de la graphic arts la graphic engineering;
- transferul de la echipament la sistem.

Tipografiile sunt împărțite în 3 mari categorii (De Franco 2):

- the leaders = conducătorii care au înțeles era digitală și știu s-o manevreze;
- the laggards = întârziatii care se încapățânează să stea în acest domeniu;
- the lost = pierduții care vor dispărea în următorii câțiva ani.

E dificil de spus ce va urma în industria tipografică și publicistică. Se pare că se caută continuu noi căi de a elimina pași ai procesului de tipărire. E puțin probabil ca această căutare să se termine până ce fiecare etapă a procesului de tipărire, de la concepția de proiectare care se transferă la bunurile finale și de aici la client, nu va fi reinventată folosind tehnologia digitală.

BIBLIOGRAFIE

Ya Ping Zhou, *The Current and Future Impact of Digital Technologies and Market Dynamics on Printing and Publishing Workflows*
Peter Mai, *Design Imaging and PrePress News*

