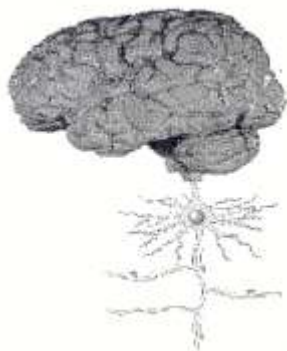


**PRIMUL
CONGRES MONDIAL
MANECOGNITIVA
managementul și economia
cunoașterii**

-noua diviziune internațională a muncii-
Organizat sub auspiciile CNR UNESCO

**17 SEPTEMBRIE 2008
BUCUREȘTI**



Comisia Nationala a Romaniei
pentru UNESCO
United Nations Educational,
Scientific and Cultural Organization

www.manecognitiva.ro

Proiect:
primul Congres Mondial

MANECOGNITIVA

- managementul și economia cunoașterii-
noua diviziune internațională a muncii
organizat sub auspiciile CNR UNESCO

Office Bucharest
Blvd. Kiseleff nr. 20, District 1
Bucharest

Tel: + 0040 21 223 38 76
Fax: + 0040 21 223 38 77

Mobil: 0744 64 72 12
0748 59 59 14

e-mail: a.j@manecognitiva.ro
luca.gherasim@manecognitiva.ro

M I N U T A A T R E I S E R I I

Încheiată astăzi, 25 ianuarie 2007

privind a patra Întrunire MANECOGNITIVA, ce a avut loc la sediul CNR - UNESCO strada Cehov nr.8 A, sectorul 1, București convocată de către dpl. ing.ec. Luca Gherasim, Organizatorul General si autorul Proiectului Primului Congres Mondial Manecognitiva – managementul și economia cunoașterii - noua diviziune internațională a muncii, programat a avea loc pe 17 septembrie 2008 dedicată prezentării:

1. - modelului românesc de organizare a cercetării capitalului intelectual destinat elaborării Metodologiei Uniforme de înregistrare a componentelor acestuia ca element de activ în patrimoniul organizațiilor și în produsul intern brut al fiecărei națiuni, solicitat de mai multe state: Armenia, Nigeria, Bulgaria, Serbia, Azerbaidjan..., susceptibil de a deveni model universal, în baza căruia, cu adaptări de rigoare, fiecare Stat este îndreptățit să constituie câte o Comisie Națională Manecognitiva pe Tema Proiectului Congresului
2. - Ghiseului și structurilor sale: Registre de înregistrare a componentelor capitalului intelectual începând cu Registrul chestionarelor și terminând cu Registrul privind circulația juridică;
3. - diviziunilor capitalului intelectual;
4. - componentelor intangibile ce induc formularea unui model în domeniul inovativ compatibil înregistrării;
5. – formulării chestionarului de identificare;
6. - completării Tablourilor Corpurilor de exercitare a profesiilor: cercetător, evaluator-expert, auditor în capitalul intelectual;
7. – extinderii parteneriatului și Consorțiului de Reflecție și Acompaniere;

Participanti:

1. CNR – UNESCO;
2. Ministerul Educației și Cercetării;
3. Ministry of European Integration;
4. Ministerul Aparării;
5. Ministerul Economiei și Comerțului;
6. Academia Română;
7. The International Women's Association;
8. TEAM EUROPE,
9. Asociația Națională a Femeilor cu Diplomă Universitară din România,
10. Asociația Națională a femeilor cu Diploma Universitară din România, filiala București;
11. Partidul Conservator;
12. Academia de științe economice;
13. Universitatea Creștina Dimitrie Cantemir;
14. Universitatea Spiru Haret;
15. Universitatea Maritimă din Constanța, Facultatea Electromecanică Navală;
16. Universitatea Spiru Haret,
17. Universitatea Artifex;
18. Universitatea Politehnică
19. Grupul Școlar Anghel Saligni București;
20. Institutul de Sociologie;
21. Oficiul de Stat pentru Inventii și Marci;
22. Asociația Generală a Economisților din România;
23. H V B – Banca pentru Locuințe;
24. HVB – Tiriac Bank;
25. Romanian Banking Institute;
26. Institute for Studies on Finance & Banking;
27. Bucharest – Ilfov Regional Development Agency;
28. Consiliul Județean Timiș;
29. Fundația Carpatica;
30. Fundația CODECS pentru LEADERSHIP;
31. Fundația IRSCA Gifted Education
32. Fundația Asociația Tineri Pentru Viitor, Petrița, Hunedoara;
33. Manecognitiva – Grupul de cercetare și valorificare a capitalului intelectual;
34. Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare pentru Textile și Pielărie;
35. Institutul Național de Cercetare Dezvoltare Mecanică Fină;
36. Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Informatică – CIGI;
37. Institutul de Cercetări Metalurgice;
38. Asociația Salvatorilor Voluntari pentru Situații de Urgență;
39. Asociația P.A.V.E.L. Romanian Cancer Children's Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare pentru Textile și Pielărie;
40. Institutul Național de Cercetare Dezvoltare Mecanică Fină;
41. Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Informatică – CIGI;
42. Baroul București;
43. SCPA Ferariu Negoita și Asociații
44. Uniunea Națională a Notarilor Publici din România;
45. Biroul Notarial Public Seceleanu Lidia, București;
46. Asociația Națională a Evaluatorilor din România,
47. Grupul de Presă Economistul;
48. Editura ALL;
49. OTV – publicitate;
50. Adevărul – cotidian
51. Grupul de presă Economistul

52. Dinamic Film;
53. Uniunea producătorilor de film și audiovizual din România.
54. Asociația Română de Gestiune a operelor din audiovizual;
55. ODAS SRL Constanta;
56. Maxima Production;
57. Sarachioi, Tulcea;
58. Baia de Fier, Gorj;
59. Apostol Cristian, auditor financiar, Persoana Fizica;
60. TERCON BAU PROJEKTENTWICKLUNG;
61. ARCHITECTS ENGINEERING CONSULTING;
62. ICI- IMOBILIEN GmbH;
63. Confederația Sindicală Națională Meridian
64. Centrul de cercetare a științelor de granita.

La desfășurarea întrunirii au contribuit:

a. Mecenat:

Până în prezent, a fost asigurat de consorțiul de firme:

- **TERCON BAU PROJEKTENTWICKLUNG ;**
- **AIC – ARCHITECTS ENGINEERING CONSULTING ;**
- **ICI- IMOBILIEN GmbH**

b. Protocol:

- pe spezele: El - Gabi SRL.

1. Secretariat:

- ARGOA,
- Baia de Fier, Gorj
- Dinamic Film,
- UPFAR,

Moderator: Luca Gherasim.

Interpret engleză: Emanuel Udrescu.

Proiectul Primului Congres Mondial Manecognitiva – managementul și economia cunoașterii – noua diviziune internațională a muncii, fiind atipic, impune, prin sinea sa, soluționări neașteptate, ad-hoc, solicită integrarea contribuției tuturor operatorilor economici. Înregistrarea capitalului intelectual ca element de activ în patrimoniul operatorilor economici și în produsul intern brut al fiecărei națiuni, provoacă, de la bun început, găsirea mijloacelor, prin recurgere la combinarea elementelor ce, anterior, pareau lipsite a nu avea nimic în comun. Bunurile intangibile aparent fără valoare, deodată se iau în considerare și dobândesc legitimitate de bun compatibil de a fi considerat ca transmisibil de-a lungul generațiilor. Parcursul este dificil, presupune manufacturare de norme, valori și legitimități.

Intrunirea a debutat, anterior orei zece programate, fără a fi deschisă de oficialul Congresului.

Alocuțiunea de mulțumire, pregătită de Organizatorul General al Congresului, cuvânt cu cuvânt, minutios, cu menționare de personalități, pentru numeroase felicitări exprimate în noaptea dintre anii 2006 -2007, idem pentru încurajări, din partea: organismelor internaționale, unor Guverne, ambasadelor, academicienilor, oamenilor de știință, mediului economic – științific, personalităților din varii domenii, persoanelor din țară și de peste hotare, dornice de a vedea numai optimul, și celor ce au dat o mână de ajutor la mersul Congresului, și nu au fost puțini, a fost omisă și se exprima, în corpore, spartan, prin prezență, în formă scrisă.

Intrunirea programată a se desfășura în două ore, tacit, s-a convertit în patru, nefiind suficient, la cerere și insistență, au mai urmat două serii, la prima au participat 47 persoane, la a doua 19, și la ultima 39, ulterior discuțiile s-au prelungit în exteriorul locației.

Minuta intruneste sintetic exprimările a unei Intruniri în trei serii.

Intrunirea, prima serie, a fost deschisă, ad-hoc pe holul CNR – UNESCO de către noua entitate instituțională: Ministry of European Integration, Universitatea Dimitrie Cantemir, Dinamic Film; Uniunea producătorilor de film și audiovizual din România, OSIM, Asociația Română de Gestiune a operelor din audiovizual, Grupul de Cercetare și valorificare a Capitalului Intelectual, Baia de Fier - Gorj și Consiliul Județean Timiș, privind necesitatea standardizării a înțelesului termenilor cu care se operează în imperiul capitalului intelectual produs de miliarde și miliarde de operatori economici. O avutie de mii de miliarde de euro, practic, incomensurabilă și totuși este. Astfel a fost schitată prolegomena sferei Dictionarului Manecognitiva.

Practic, la cele trei serii, cu greu se poate afirma, că discuțiile au fost ținute sub comandă unică, legic au fost coordonate de mână invizibilă a Tezei Congresului. La cea de a treia serie a întrunirii, câțiva participanți văzând că moderatorul este captat de valoarea inestimabilă a disputatio universalis, au solicitat intervenția profesorului univ.dr. Alexandru Mironov, Secretar general CNR –UNESCO, de a practica un minimum de ordonare, dar Secretarul General urmărind cu atenție,

argumentatia, asemenea celorlalte persoane, nu a observat cerinta promovarii birocratiei si dirijismului excesiv in dauna manifestarii aportului stiintific. Tine de resortul elogiului maxim, cum fara a fi restrictionati, combatantii, desi unii au intervenit de mai multe ori, autocenzurandu-se, s-au limitat la relevarea sintetica numai a partilor ce provocau interes superior, fara a incalca tematica Intrunirii.

Reprezentantul Universitatii Politehnica, unul dintre cei trei reprezentanti; profesor de management si economia cunoasterii, l-a obligat pe Organizatorul General sa defineasca instantaneu cunoasterea, fara a astepta raspunsul din perspectiva critica introdusa de problemele tip Gettier, rationalista si empirista asupra resurselor cunoasterii, toriei foundationaliste si coerentiste ale intemeierii epistemice, teoriilor corespondentei si coerentiste ale adevarului cu posibilitati de a fi supuse, in urma exercitarii unor modele econometrice, statistice, logice, psihosociologice, prin selectie pana cand anumite componente, devin cunantificabile in expresie matematica, universala, standardizata.

Reprezentantii Academiei, institutului de profil, s-au ridicat impotriva standardizarii valorilor in perpetuum, negand posibilitatea normarii unei semnificatii, argumentand ca semnificatiile se schimba structural de la zi la zi; totul este in continua miscare si transformare si ca nimeni nu se poate scalda de doua ori in apa aceluiasi rau iar Ahile nu intrece broasca testoasa ori cat de repede ar alerga. Heraclitismul si ahilismul au fost domolite prin argumente epistemologice din categoriile arealelor substantelor axiotehnologice si econometrice ca insusiri ale intelectului omenesc, infatisate de moderator in contextul subiectivitatii si intersubiectivitatii ce guverneaza mentinerea progresului optimului economic . Nu au fost lasate in secundo, teoria interferentelor mediate, demonstratii de validitate prin reducere directa, reductio ad absurdum si reductio test, procedeele de decizie in calculul propozitional, matriceal, que, forme canonice, evaluarea matriciala a formulelor, decidabilitatea, monadictiste, reevaluarile conceptelor moderne: criticismul demitologizant – Rosalind Kraus. S-a citat din A.H. Armstrong, Arhitectura universului inteligibil la Plotin.

Reprezentantii Academiei, Centrului de studii ineterdisciplinare de granita, si a altor institute au discutat in contradictoriu asupra dreptului de proprietate a ideii, Tezei Congresului; autorului Proiectului i s-au adus acuzatii de subrogare Statului, implicit Guvernului, Consiliului U.E. si Organismelor Internationale, prin promovarea propriei opere, lucrarilor sale, ca facand parte din patrimoniul public universal si l-au obligat ca in orice moment sa mentioneze dreptul sau de scripta auctoris si nu Romania, poporul roman, U.E., Tera; initiativa, proiectul, opera sa apartin lui insusi si nici decum Romaniei, este liber sa le valorifice aiurea. Doleanta depunerii opereii in tezaurul public fiind desconsiderata din pricina lipsei de acord juridic, de acceptare, si insusire a bunului, adica de predare din patrimoniul particular si preluare in depozitul public, in forma scrisa, prin notar sau judecator indiferent de notorietatea acesteia. Opera cu ansamblul eternului dupa o perioada oricum devine bunul omenirii, in lipsa

acordului proprietarului, din care se infurta orice operator fara a fi obligat, in urma folosirii, la decontare. Transferul se realizeaza potrivit uzantei general acceptate si reglemetarilor institutionale. Geniul s-a definit prin sintagma> persoana, careia dupa deces se constata, ca in timpul vietii a invins toate obstacolele. Opera, neinarmata cu sistem de aparare, de autor, este invinsa, cade in prizonerat. Limitele autorului de a prevedea strategiile combative ale viitorului in raport cu trecutul nu atrag corectare din partea nimanui. Omul produce bunuri intelectuale capacitate cu structuri de asimilare si asimibilitate. Schema a atras amendamente majore. Transferul din depozitul propriu in depozitul public este posibil cu indeplinirea procedurii.

Dr.Cristiana Tudor Soare

a argumentat: Demersul Congresului Manecognitiva și, implicit, al domnului ing.ec.Luca Gherasim, autorul Proiectului, nu reprezintă nicicum o confiscare a subiectului. Este o provocare la nivel planetar întrucât are cutezanța de a aborda holistic conceptul de capital intelectual și, mai presus de toate, de a încerca să găsească o finalitate a eforturilor depuse până în prezent.

In ciuda formei sala aproape impetuoase, puțin cam ermetică, Manacognitiva are o abordare sistemică, având o argumentație structurală și atribuind responsabilități pentru fiecare element al conceptului de capital intelectual. În plus, prin deschiderea la dialog și comunicare, se urmărește a se beneficia de ideile creative ale tuturor celor interesați de acest subiect.

Analizeaza directiile si componentele concrete ale capitalului intelectual care au șanse reale de a fi captate și transformate în valoare economică, întrucât acesta este scopul final. Uniformizarea și standardizarea unui sistem unic de evaluare, prin crearea unor sisteme de indicatori concreți, va facilita evidențierea unor elemente noi prin care competitivitatea economiilor naționale va fi pusă în valoare prin intermediul unor instrumente atipice și în moduri surprinzătoare.

Acesta este beneficiul demarării proiectelor planetare Manecognitiva. Viteza cu care sunt mobilizați „actorii” cei mai importanți din domeniul capitalului intelectual și profunzimea înțelegerii acestui demers vor fi atât în avantajul fiecăruia, la nivel individual, ci și în interesul României.

În prezent, există o competiție internațională chiar și în ceea ce privește cercetarea capitalului intelectual, întrucât multe țări și companii multinaționale, cu mare forță financiară, își focalizează eforturile în direcția clarificării conceptelor cu care se operează în acest domeniu și a valorii pe care o implică deținerea de capital intelectual.

Putine voci au somat ca autorul Proiectului sa expuna limpede notiunile cum sunt: econometria, registrul, ghiseul, cunoasterea, minuta, subrogare, axiotehnologie, epistem , confort economic , functii poligene, teoriile: barbiliene, gausiene, lobacevskiene, logica fuzii, pe cat este posibil, pe intelesul fiecaruia, prin echivalente cum ar fi: batista = nas sufletici, pusca = batu lungu

focu varsatoriu, cravata = gat legau. S-au multumit cu promisiunea ca in viitor va fi dezvoltat un vast santier, fara granite, de transpunere a teoreticului in sfera preteoreticului prin deplina valorificare a principiilor sistemelor din recuzita pantonimei.

Dezbaterile s-au axat pe necesitatea unei terminologii uniforme in domeniul capitalului intelectual care presupune elaborarea unui dictionar.

Mass media, prezenta la Intrunire, a abandonat pozitia clasica de consemnare a dezbaterilor si a contribuit la clarificarea chestiunilor de varf, oligoelementate in creuzet. Economistul Dan Straut – cotidianul Adevarul-, primul jurnalist, ca promotor si sustinator, incepand cu 9 martie 2007, a autorului Proiectului, noului concept economic Manecognitiva, de guvernare a cunoasterii, ca fenomen progresist, a figurat, in dialog, in temeiul proiectului, cu raportorii: Emanuel Udrescu si Ionel Udrescu teoria includerii in salariu si in pensie componentei platii de drept de autor fiecarui salariat. Crearea de capital intelectual, tustrei, au pledat ca la bara, in fata instantei, este menirea existentei fiintei umane, si in fisa de post a fiecarui ocupant sa fie prevazuta, conform proiectului, coloana de creatie, de aport intelectual in baza careia se potenteaza evolutia organizatiei institutionale din sectorul privat sau public. Fisele de post, pe criterii stiintifice, impuse prin reglementari, periodic sa fie centralizate la Ghiseul Manecognitiva, in vederea valorificarii componentelor viabile la Bursa Manecognitiva. Intreprinderile vor fi cotate in raport si cu volumul zestrei de creativitate utilizata, aflata in depozit in rezerva si fiecare om sa fie posesorul unei fise de creatie, prevazuta in Proiectul Congresului, de capital intelectual individual atestat. Autorul Proiectului Congresului pentru limpezime a intervenit: autorii sa dezvolte ideia proiectului in Comunicari stiintifice distincte, in vederea sustinerii la Conferinta Nationala, la Conferinta statelor Membre U.E. si la Congresulondial.

Printr-o masura guvernamentala inregistrarea capitalului intelectual la nivel individual, persoana fizica, nivel organizational este posibila. Purtatorul de capital intelectual, este creatorul bunurilor tangibile si intangibile si in masura contributiei la evolutia civilizatiei trebuie onorat. Astazi acest dialog, pare a fi de viitor indepartat, Teza Congresului, reclama unificarea efortului tuturor operatorilor economici de a elabora principiile de baza, pe fundament teoretic solid, pentru ca intregul capital intelectual sa fie utilizat in scopul bunastarii generale a omenirii cu dreapta rasplata a creatorilor

Jurnalistul si economistul Dan Straut in contradictoriu a avansat ipoteze de elaborare a fisei de post, conform Proiectului, prezentand, schematic circulatia acesteia de la individ la decident pe incalcite nivele. Este nevoie si de materializare in substanta unei Comunicari stiintifice insa realizarea de integrum, tine de un summum de doctorate si de scaune de academicieni.

Raportor comun.

Ec. Emanuel Udrescu si Ec. Ionel Udrescu,
-ARGOA, Dinamic Film, UPFAR

Pe langa initierea redactarii Dictionarului Manecognitiva, pe hol, anterior inceperii Intrunirii, in dialog cu alti intervienti, au sustinut elaborarea Chestionarului Manecognitiva dupa schita sociologului Lucian Radu Stanciu, pe criterii economice, critice. Criteriile de cercetare, aplicare, valorificare, pe langa structura general valabila, contin trasaturi specifice, in functie de ramura economica. Siguranta de includere a criteriilor de apreciere standard revin decidentilor: privat si public. In afara criteriilor legale, instituite, intotdeauna vor fi criterii neformale de apreciere. Includerea acestora in norme de reglementare devine posibila la anumite perioade stabilite conventional de catre legiuitor. Fara criterii unitare, imbunatatite la anumite intervale, va fi dificil de a recurge la o evaluare, utilizare in scop propriu sau obstesc a elementelor de capital intelectual.

Capitalul intelectual este acel element ce este reprezentat de totalitatea realizărilor creierului uman, de la Coeficientul de Inteligență, până la produse finite (invenții).

Necesitatea acestui element este reprezentată de faptul că în lumea contemporană nici măcar valoarea cash a unui produs nu mai este importantă, ci valoarea este reprezentată de elementele care stau în spatele lui (promovare, experiență, necesitate, uzură morală, brand, etc.). Toate aceste elemente, puse într-o singură idee, creează „**capitalul intelectual**”, acesta fiind până la urmă cel mai important element care stă în spatele unui produs și necesitatea cuantificării lui în valoarea reală a companiei și a țării este din ce în ce mai pregnantă.

Raportor

Prof. univ.dr. Alexandru Mironov
Secretar General CNR – UNESCO.

Teoria posibilismului, de proveniența franceză, cu precursor: Charles –Louis de Montesquieu, 1748, fundamentată pe moralitate și responsabilitatea guvernării; la începutul mileniului trei, la circa trei veacuri de la concepere, începe a fi validată de formarea spiritului general umanist - economic. Contribuția capitalului intelectual predomină și prin puterile intrinsece, ameliorează organizarea socială, producția de bunuri tangibile și intangibile. Numărul urias de unități producătoare de capital intelectual măresc spectrul complexității societății umane. Decidenții de astăzi coordonează cu instrumente mai armonioase în vederea amplificării evoluției speciei umane în cadrul diversificării cercetării ordonate.

Contributia unui produs intelectual la data manufacturarii deseori este nesemnificativa, desi apreciata; teoria posibilismului a devenit unalta de lucru dupa o vreme. Valorizarea se intemeiaza pe validare, evaluarea inseamna timp, deprecierea inseamna timp.

Anumite opere nu dobandesc valoare datorita neprezentarii, consumatorilor, adecvate: romancierul Bankim Chandra Chatterjee a publicat in 1857, primul sau roman , si primul din istoria Indiei, Rajmohan , s' wife, in limba engleza. Neremarcatul roman in nici un fel, in urma editarii in limba bengali, dintr-o data a intrat in circuitul literaturii universale, si reconsiderat in arealul limbii engleze in caracter de capodopera.

In anul 1980, in Romania, la Hinova, in zona mehedentiana, in proximitatea Dunarii, au fost descoperite, intr-un vas de lut, circa cinci kilograme de giuvaieruri trace executate din aurul cel mai fin, din care 255 de grame era cantitate de margele alcatuite din doua trunchiuri de piramida, unite prin baza mare (Anda Raicu 1984 , Stefan Georgescu – Gorjan 1980, Soprana Georgescu – Gorjan 1998) . Margelile sub forma de trunchiuri de piramida perfecte, asezate cap la cap formeaza Coloana infinita a lui Brancusi. Coloana infinita apogeul sculpturii mondiale, la inceput , dupa cum se vede, era din aur, insirabila pe sirag purtata de amazoanele geto –dace si in timpul opozitiei armate de provincializare, a unei parti, a Daciei de catre romani, elogiate in versuri de primul poet geto-dac regele Cotyus, prietenul si ocrotitorul poetului Ovidius, aflat in exil, la Tomis. Aprecierea capitalului intelectual investit de Brancusi si de aurarii lui Burebista este diferita, exprimarea in standard si expresie matematica nu se arata a fi usoara. Un simbol, o credinta, transmis prin traditie: mestesug, creatie literara, in diferite epoci dobandeste valori deosebite. Coloana infinita s-a faurit cu mii de ani in urma, reprezenta o parte din marele concept filosofic geto-dac, insuficient studiat. Cu siguranta Brancusi nu a cunoscut margelile burebistane, sub forma de trunchi de piramida dar, in tehnica stramosilor, a cioplit stalpii pridvoarelor.

In anul 1906 la Adamclisi a fost descoperita comoara formata din obiecte de cult apartinand episcopului Paternus (498 -520 e.n.) in Basilea de marmura, provincia Scitya Minor, construita, probabil de catre imparatul Anastasius (491 - 518 e.n.). Comoara actualmente este in proprietatea unui muzeu din Moscova. Ce valoare are capitalul intelectual geto-dac, investit in aceasta creatie in evaluarea muzeografilor si care este valoarea lui in cadrul patrimoniului spiritual al Romaniei. Valorile sunt diferite, normele si criteriile de evaluare disproportionante. Diferenta dintre aceste doua aprecieri cui apartine, cum se cifreaza, sub ce expresie juridico – matematica este indrituita a circula in patrimoniul universal; pronuntarea tine de institutiile ce vor rezulta in urma efortului Congresului Mondial Manecognitiva. Matematica, modelele: statistice, econometrice, sociologice, istorice , reglementarile juridice, vor conduce la un echilibru asupra depozitului de capital intelectual care s-a perpetuat de la stramosi catre noi, infruntand criteriile de forta. Violenta nu a reusit sa distruga

acest capital intelectual, datorita calitatii; barbaria uneori se opreste in fata acestei avutii. Creatorii de capital intelectual s-au mentinut prin standardul si proiecte ce acopera si nasc generalul si universalitatea.

Raportorul s-a referit, recurand, la analogii si studii de caz, din ansamblul marketingului, citand modul de distribuire a lucrurilor intelectuale din manufacura proprie, a distinsului medic, profesor universitar Coborosan, insotit de studenti, inarmati cu mecanisme stiintifice in rang de elogi.

La Comisia Nationala a Romaniei pentru UNESCO, la sediul caruia se desfasoara, lunar ultima joi, orele zece, actualmente, prima etapa de pregatire a Proiectului Primul Congres Mondial Manecognitiva- managementul si economia cunoasterii- noua diviziune internationala a muncii, functioneaza si un "Club de stiinte de frontiera", condus de reputatul biolog-medic-informatician Adrian Restian, un apropiat al Congresului Manecognitiva. Oameni cu foarte inalta calificare in diverse domenii se intalnesc, in fiecare ultima miercuri a lunii, pentru a discuta subiecte care - credeti-ma! - pe mine, scriitor de SF, ma uluiesc! Una dintre expuneri a fost, de pilda, cea a biologului Ioan Coman, nu-i dau titlul intreg, va spun doar ca este vorba de lansarea unui preparat natural care, sustine doctorul Coman, "repara"... agentul reparator de gene din interiorul moleculei de ADN. Cu alte cuvinte, medicamentul VVVM (de combatere a Virozelor prin Virusi Vii Modificati) pe care ni-l prezinta - si cu care, sustine doctorul Ioan Coman, a vindecat, in ultimii 15 ani, cazuri disperate - regleaza functiile imunitare ale organismului, actionand asupra "sfintei sfintelor" metabolismului, regland sanatatea cromozomilor, genelor, enzimelor care fac milioanele de legaturi dintre "caramiziile" adenina, guanina, timina, citozina ale celulelor. Or, din A, G, T si C sunt constituiti - toata lumea stie - si oamenii, si vulturii, si stejarii, si pestii, de fapt intreaga lume vie, aici, pe pamant dar si, cred eu, de pe toate planetele tuturor galaxiilor. Iar daca tehnologia brevetata de dl Ion Coman (brevet OSIM 72670/1979) "iese" in lume, putem vorbi de un succes romanesc si, in acelasi timp, de o confirmare a faptului ca in interiorul sistemului imunitar al organismelor vii zac mistere care, odata rezolvate, deschid noi perspective vietii. Pe Pamant si aiurea...

Si ca sa va conving ca tehnologiile simple, cu elemente naturale, sunt inca luate in seama de opinia publica planetara, dati-mi voie sa va dau ca exemplu succesul extraordinar pe care il are fagoterapia practicata in Georgia de profesorul Guram Gvasalia. Este vorba nu de statul american Georgia, parte a SUA, ci de fosta republica sovietica, astazi stat independent, in a carui capitala, Tbilisi, functioneaza un "spital regional" de tip bloc socialist, unde o echipa locala trateaza cele mai rebele infectii cu putinta, rezistente la orice antibiotic, folosind bacteriofagi, adica virusi ai bacteriilor. Inofensivi pentru celulele umane, bacteriofagiiucid bacteriile pe care le infecteaza in cateva minute - lucru cunoscut inca din anul 1910, urmare a unei observatii facute de canadianul Felix d'Herelle si georgianul Georges Eliava, care au si inceput sa aplice, de atunci,

proaspata descoperire, experientele continuandu-se pana in ziua de astazi, la Institutul de Microbiologie local. Dar georgienii au si trecut la aplicarea tehnologiei pe infectii rebele - osteosmelinele cronice, de pilda - si nu s-au dezis de tratamentul d'Herelle-Eliava nici cand au aparut antibioticele! Care, cum se stie, nu sunt suficiente peste tot si tot timpul, mai ales cand "microinamicul" se adapteaza, supravietuind atacurilor mucegaiurilor din penicilina si urmasii ei. Ceea ce a facut ca, in anii de varf, peste 800 de persoane sa lucreze la Institutul de Microbiologie din Tbilisi, producand - si aplicand bolnavilor - peste 1 tona de bacteriofag zilnic! Chiar si astazi, cand pe ruinele fostei republici sovietice se ridica, timid, noua Georgie, 90 de cercetatori continua lupta impotriva rezistentei la antibiotice.

Cum fac, concret, coechipierii profesorului Gvasalia? Preiau, de pe infectia rebela, mostre ale agentului infectant, cresc coloniile de bacterii in vase Petri, apoi le ataca cu diversi bacteriofagi, pana se stabileste care dintre ucigasii de bacterii este cel mai potrivit, in acel caz. Toata operatia de diagnosticare si descoperire de bacteriofag dureaza cateva ore (la incercarile cu antibiotice: cateva zile!). Tratamentul incepe imediat... si are rezultate instantanee, bolnavul isi ia patul sau si se duce, ca in Biblie.

Desigur, companiile producatoare de antibiotice nu au avut nici o bucurie in a populariza metoda georgiana, mai ales ca "medicamentul" costa doar cativa dolari, jgnitor de putin pentru fabricantii care castiga imens, vanzand medicamente, fireste scumpe. Din gura in gura - traim pe o planeta, totusi, mica! - zvonurile despre tratamentele din Tbilisi au razbatut la suprafata si bolnavi din lumea intreaga iau drumul Georgiei, cautand mantuirea. Iar vindecarea lor, in cele mai multe cazuri, chiar vine. In vasele laboratoarelor Institutului de Microbiologie supravietuieste o colectie de mai multe sute de fagi, din care medicii locali potrivesc cocktailurile bacteriofage pentru mai toate genurile de infectii bacteriene (stafilococ auriu, colibacil, psuedomonas, proteus etc.) - dar in fiecare luna noi fagi sunt adaugati "rezervatiei"; care, de unde credeti ca se recolteaza? Din chiar sistemul de canalizare a orasului, caci fauna din mizerabila apa contine, iata, adevarate comori, intre care virusi noi-nouti, complet necunoscuti in stiinta! Urmarea: cercetatori din lumea larga au venit la Tbilisi sa invete, sa ajute, sa lucreze efectiv. Se trateaza nu numai osteomielitele ci si infectiile nosocomiale si oftalmologice si chiar septicemiile.

De ce nu se generalizeaza terapia? Fireste din motive pur comerciale, vezi teribila putere a industriei de antibiotice. Dar si pentru ca, spun cercetatorii occidentali, nu stim ce se intampla cand folosim pentru tratamente nu o molecula inerta ci un organism viu, fagul. Pacientii atinsi de infectii iremediabile continua insa sa vina la Tbilisi si... sa plece vindecati. Iar americanii au anuntat o premiera care poate schimba datele problemei: folosirea

unor bacteriofagi impotriva redutabilei *Lysteria monocytogenes*, care infecteaza alimentele, dar si contra unor germeni teribili, cum este cel al antraxului. Asa ca acesti “cai troieni in tabara bacteriilor” - cum ii numeste revista *Science et Vie* - s-ar putea sa devina, curand, vedete mondiale, reprezentand un succes al vechilor traditii.

Sper ca, alaturi de tratamentul bacteriofagic, sa poata lua un nou start cateva medicamente si tehnologii romanesti care si-au dovedit, in timp, eficienta dar... s-au izbit de indiferenta medicilor si interesele farmacistilor. Este vorba, intr-o lista sumara, de ceaiurile protectoare hepatic ale doctorului oradean Ladislau Elthes, de medicamentele revitalizante realizate din catina alba (prof. Ion Brad), de Boicil, Ulcosilvanil si Geroviral. In noua strategie a cercetarii stiintifice va trebui sa tinem seama de faptul ca aceste medicamente naturale exista, s-au dovedit utile bolnavilor, asa ca trebuie sa declansam omologarea si, de ce nu, lansarea lor in productie larga. Nu cu multe noutati tehnologice poate iesi Romania in lumea asta noua si teribil de competitiva. Dar cu aceste medicamente, da.

Unitatile de capital intelectual, indiferent de protectie juridica, vor fi abordate de operatori economici in functie de prezentare. Stiinta comunicarii, prezentarii, pasivizeaza sau potenteaza circulatia produsului. Un produs intelectual, in decursul vietii sale, in cadrul comunitatii are doua conturi: pasiv si activ, ambele sunt in strategia prezentatorului, aceluia care disemineaza, expune. Conturile de activ si pasiv ale produsului intelectual atrag studii comparative cu conturile de activ si pasiv existente in stiinta contabilitatii si idem a dreptului. Circulatia juridica a componentelor intelectuale suscita studii analoage si de perspectiva, ca orice lucru ce induce desfasurarea unui mecanism ce tine de lege ferenda. Imensa masa a impedimentelor circulatiei capitalului intelectual in beneficiul omenirii dispune tot de doua conturi de activ si pasiv, controlate aprig de titularii acestora.

Legea internationala Manecognitiva privind circulatia productiei intelectuale se impune de la sine. Concurenta nelocala, prezentata in studiul de caz, in scopul industrializarii indicilor de profit este contrara evolutiei cercetarii si aplicarii pe traseul istoriei. Prezentarea, marketing-ul, managementul, capitalul uman, capitalul intelectual sunt stramptorate. Legea Manecognitiva, circuitul juridic Manecognitiva, trebuie sa echilibreze aceste fenomene si sa protejeze unicatele de cercetare si aplicare. Se impune de indata crearea Rezervatiei Universale de cercetare- aplicare atipice, preteoretice, cu filiale pe intreaga planeta conform Proiectului tezei Congresului pentru a instaura un confort economic neconstrans de factori sfidatori, agresivi. Libertatea de cercetare- aplicare – valorificare trebuie asigurata prin noua lege Manecognitiva.

Limpezimea, claritatea sunt criteriile de valorificare in primul rand in e-ul tinerei generatii, cu prioritate din mediul rural, a unitatilor produse de intelect, acestea

fiind o parte din matematica principiilor de capatai promovate, de ani buni, de CNR- UNESCO.

Raportor, dipl. ing. ec. Luca Gherasim.

Organizatorul General si autorul Proiectului Primului Congres Mondial Manecognitiva- managementul si economia cunoasterii - noua diviziune internationala a muncii.

Fara aristocratism, direct, a prezentat stadiul de cercetare al capitalului intelectual pe arealul lingvistic spaniol in comparatie cu arealul lingvistic romanesc. Din referi a rezultat ca Scoala iberica de cercetare a capitalului intelectual este bine organizata dar putin cunoscuta publicului larg din Romania si insuficient cercurilor de specialitate. Menirea Congresului este de a realiza o catime de apropiere intre cercetatori de pe areale diferite. Limba spaniola , fiind de sorginte latina, este inteleasa de romani, fara dictionar. Arealul limbii spaniole cuprinde si tari din continentul America dintre care: Peru, Cuba, Argentina, Mexic, Uruguai, Paruguai, si in aceste tari cercetarea capitalului intelectual este pe masura Scolii de la Madrid. Numarul lucrarilor publicate se totalizeaza la peste zece mii. Arealul limbii spaniole cuprinde sute de milioane de creatori de capital intelectual si mii de cercetatori din care cativa sunt de notorietate mondiala. Spania este inzestrata cu centre de cercetare a capitalului intelectual, bine echipate de statul Spaniol in raport cu Romania inregistrata cu un singur centru de cercetare particular, nesubventionat, fondat , juridic, pe 10 iulie 2006 sub denumirea de Manecognitiva - Grupul de cercetare si valorificare a capitalului intelectual, in conformitate cu tematica lucrarii Manecognitiva editata pe 15 februarie 2006, editura Bren , Bucuresti. Raportul in planul dotarii, numarul de cercetatori este vadit disproportionat.

Fara sprijinul direct, acordat Organizatorului Congresului, de un numar restrans de oameni fermi de a promova cercetarea romaneasca pe plan mondial in spiritul noului concept Manecognitiva, este posibil sa mai fi trecut ceva timp pana la inceperea unificarii fortelor. Nu exista posibilitate de a nu fi citati: ec. Ana Jimbla, Alexandru Mironov – secretar general CNR – UNESCO, ec. Emil Stan – director SOREC, jurnalistul ec. Dan Straut - cotidianul Adevarul, jurnalistul Ovidiu Radu Chirovici, academicienii: Virgil Candea, Emilian Dobrescu, Gheorghe Zaman, cercetatori: ec Napoleon Pop, ec. Emil Dinga, ec. Vergil Voineag , ec. Mariana Petreanu, ec. Maria Predeanu, ec. Mircea Ciumara, jurnalistul ec. Ioan Erhan, ec. Nicolae Idu, filologi: Axinia Crasovshi, Mihaela Vacariu, Nicolae Georgescu, Aurelian Gogi, ec. Florea Dumitrescu, ing: Ioan Olaru, Cibela Elena, Neagu, Daniela Zirra, Cristiana Tudor Soare, informatician Alexandru Averian, semnale de incurajare din partea unor Ministere, Palatului

Cotroceni, caruia in ideea de a prezenta, cat mai multe fapte concrete, nici pana astazi nu i s-a intocmit cerutul Raport.

Cercetarea capitalului intelectual pe arealul lingvistic spaniol se incadreaza in sfera USA si Suedia, aportul consta in dechideri de pasiv si activ si sectiuni ce converg la succesul firmei. In general diviziunile, sunt cele acceptate, devenite clasice, un fel de evanghelii:

CAPITAL UMAN
CAPITAL STRUCTURAL
CAPITAL CLIENTI
CAPITAL ORGANIZATIONAL
CAPITAL INOVATIONAL;
CAPITAL PROCESUAL
CAPITAL RELATIONAL
CAPITAL FINANCIAR.

In cadrul scolii de la Madrid sunt abodari, firesc, de valori diferite, preocupari statornice sau de acompaniere, promovate de colegi: Tenela Garcia Zapata, Jose Enebral Fernandez, Carlos Herreros, Eduardio Crusco Granados, Juan jose Goni Zabala, Pablo L. Belly, Sergio Cardona Patau, Javier Martinez Aldanondo, Stanislav Ranguelov, Joaquin Garcia – Tapial Arrequi, Ricardo Sotillo Hidalgo, Hector Zomorano. Marta Ortiz de Urbina, Anghel L. Arbonies., Nekane Aramburu Goya, Jesus Flores.

A insistat monografic asupra operei lui Jose Maria Viedma Marti profesor la Universidad Politehnica de Cataluna U.P.C., cu studii de pionerat la nivel mondial in capitalul intelectual: La Gestion del Cocimiento y del Capital Intelectual, El Capital Intelectual, Metodologia aplicada en la ciudad de Mataro.(Pover Point). si asupra lucrarilor: El schock del Management, De lo tangibile a la tangibile cercetatorului si profesorului de renume international Pablo L. Belly.

Studiul capitalului intelectual, in Romania, nu este centralizat, unificarea fortelor disparate decurge satisfacator, de pe 2 noiembrie 2006, debutul Proiectului Primului Congres Mondial Manecognitiva; pana in prezent, circa trei luni de zile, peste 125 de unitati institutionale s-au exprimat in cadrul Consortiului de reflectie si acompaniere, in sensul necesitatii valorificarii componentelor pe cai reglementate de legiuitor. Fireste exista temeri de nereusita, si nici nu este posibil a se realiza instantaneu proiectul ce priveste miliarde si miliarde de operatori de pe Tera, se logizeaza numai temeiul inceputului, sirul de generatii vor aduce aport din ansamblul teoretic, preteoretic si practic. Congresul traseaza liniile generale, creaza inceputul unui nou fenomen in curs de embrionare numit noua diviziune internationala a muncii. Faptul ca proiectul, cu o publicitate insignifianta este curtat de forte bine structurate din U.E. si din alte regiuni

economice ne îndreptătește a crede că trebuie continuat, ferm pentru a trasa un semn în sfera noilor mecanisme economice care se dezvoltă pe baza capitalului intelectual ca materie primă și mijloc de producție.

Dacă Proiectului i s-ar fi conferit denumirea de capital intelectual ar fi pătruns mai ușor în mediul științific – economic însă Teza nu ar fi acoperit ansamblul, posibilitățile ce conduc la exprimarea unitară a cercetării și fructificării la nivel mondial în spiritul noilor asamblări de recompuneri și dezvoltări a mediului științific – economic.

Noua diviziune internațională a muncii are ca suport mediul științific – economic și moneda Manecognitivă, a dat exemplu fixării unui cui într-un material, din două unități independente, pentru a înlesni realizarea unui sistem. La confecționarea cuiului contribuie sute și sute de profesii, mii de invenții, universități, centre de cercetare, organisme instituționale. Înscrisura capitalului intelectual în produsul intern brut ține de corelarea fiecărui agent economic de pe Tera. Spre înaintarea unei fundamentări legiuitorului se desfășoară sinteze a cercetării.

Sunt țări care dispun de capital intelectual în măsura apreciabilă, însă cercetarea și valorificarea la nivelul statelor industrializate este în stadiul asamblării.

Evoluția omenirii, sistematizează saltul, prin noua diviziune internațională a muncii cu structuri în noi forme, prima dintre acestea se instituie din coerența unității cercetării științifice asupra generării, diseminării și valorificării fiecărui produs intelectual. Aportul intelectual la realizarea oricărui produs predomină și este în creștere.

În plan național, regional, mondial, dezvoltarea economică este înfatisată de rezultatul utilizării avuției intelectului. Evidența, utilizarea și toate aspectele presupun structuri de organizare compatibile de apreciere a fiecărui aspect.

Uniunea Europeană a fixat direcțiile de dezvoltare a unităților, numite de autorul proiectului științific – economice ca module participante la crearea bazei științific-economice, și de realizarea societății bazate pe cunoștințe. Economia bazată pe cunoaștere se constituie, în semnificația autorului, pe unitățile științific-economice, denumirea existentă a întreprinderilor trebuie radiată. Direcția C- Inovare, U.E. îndeamnă la dezvoltarea întreprinderilor competitive prin încurajare de a lua parte la cercetare pentru a se încadra în fluxul evoluției ascendente a mediului științific-economic. Nu peste mult timp, raportorul prognozează, ca împartirea în centre de cercetare și industriale va fi mult atenuată. Universitățile încep să devină centre antreprenoriale iar întreprinderile centre de cercetare și diseminare. Ritmul de îngemănare dintre producție, servicii și cercetare se furnizează de utilizarea capitalului intelectual și uman pentru exploatarea oportunității pieței prezente și celei în germene. Aceasta va ajuta Statele membre să: compare, evolueze reușita strategiei, accelereze preluarea celor mai bune practici ale politicii de inovare. Strategia de la Lisabona, martie 2000, suferă amendamente întrunite în sintagma de Salvagardare și această nouă formă, este gresită, în opinia raportorului, nefiind

pornita de la constatarea potentialului stiintific si depozitului existent de cunoastere la nivele de operator economic insumat , prin integrare, la nivel U.E, neavand ca structura, unitati elementare, unitati stiintifico –economice de trecere de la unitati de productie existente la unitati stiintifico- economice nu este posibil fara de lege ferenda, creata o noua forma de organizare a economiei cu unitati economico – stiintifice. In aceasta procedura noile unitati stiintifico-economice vor dezvolta viitorul economic – stiintific, vor asambla noul mediu al noii civilizatii prin dezvoltarea noii diviziuni internationale a muncii bazata pe cunoastere. Fara o baza juridica noile unitati stiintifico – economice vor fi incercuite de impedimente. Spargerea incercuirii juridice a intrepinderii in substanta cu reglementari anacronice, necorespunzatoare noii evolutii in baza trecerii la noua diviziune internationala a muncii, fiind in cadrul evolutiei de drept, este posibila pe baza noilor legi, noilor reglementari in conformitate cu cerinta gestionarii a resursei in plina dezvoltare numita capitalul intelectual.

Produsele capitalului intelectual, in cadrul organizatiei stiintifico-economice devin valorificabile in conformitate cu reglementari ce formeaza cea mai veche, solicitata si extinsa institutie juridica: de lege ferenda.

Dupa expozeul necesitatii restructurarii radicale a firmelor existente si cablarea in intreprinderi stiintifico – economice pe criteriile rezultatelor necesare fauririi confortului economic al fiecarui cetatean de pe Tera a prezentat structura de organizare a Comisiei Nationale Manecognitiva care ulterior Congresului sa functioneze in trasatura de unitate institutionala de cercetare , diseminare si valorificare a capitalului intelectual.

Teza Congresului se traseaza de noi abordari reprezentate de avantajele ce pot fi oferite de incadrarea in pasiv si activ a produselor intangibile.

In prezent pe Tera nu exista un centru mondial de gestionare a tehnicilor de cercetare, diseminare si valorificare a capitalului intelectual pe principiile economiei de piata functionala si nici reguli de cercetare a componentelor compatibile de inregistrare in patrimoniul operatorilor economici.

Raportorul a prezentat schema Ghiseului comentand spartan fiecare compartiment.

Ghiseul reprezinta o suma de institutii administrative de gestionare unitara a cercetarii si inregistrarii componentelor capitalului intelectual compatibile cu manecognitivarea operatorilor economici si permanentei uniformizarii a Metodologiei de-a lungul evolutiei societatii bazata pe cunoastere.

Ghiseul este un sistem axiohlogic operational de cercetare, adaptabil in functie de reperele de evolutie economica a fiecarei tari menit de a forma logica abordarii unitare a conceptului uzand de comunicare interregistrionala pana la inducerea componentei orizontate in element de activ al organizatiei economice.

Ghiseul configureaza organizarea Comisiei Nationale Manecognitiva la nivelul fiecarui Stat si la nivel mondial ,stabilind competentele generale; aportul necesar implimentarii in materia specifica mediului sta in dreptul fiecarei unitati institutionale.

Registreele, ca institutii de gestionare si cercetare, asigura sfera de competenta pe faze a cercetarii.

In alte Intruniri v-a prezenta succint fiecare compartiment.

GHISEUL INDICATORILOR CAPITALULUI INTELECTUAL

DEZMEMBRAMANTE = STRUCTURA

I.- SECRETARIATUL GHISEULUI;

II- TABLOUL CORPULUI GENERAL MANECOGNITIVA;

III - REGISTRUL DOCTRINELOR CAPITALULUI INTELECTUAL ;

IV. – REGISTRUL CHESTIONARELOR DE IDENTIFICARE A COMPONENTELOR CAPITALULUI INTELECTUAL;

V .- REGISTRUL PRIMAR DE INREGISTRARE A COMPONENTELOR CAPITALULUI INTELECTUAL CONVERTIBILE IN INDICATORI;

VI - REGISTRUL COMPONENTELOR CAPITALULUI INTELECTUAL IN EXERCITIUL CONVERTIRII IN INDICATORI;

VII- REGISTRUL INDICATORILOR CAPITALULUI INTELECTUAL DESTINATI SIMULARII;

VIII - REGISTRUL INDICATORILOR CAPITALULUI INTELECTUAL COMPATIBILI APLICARII;

IX - REGISTRUL INDICATORILOR IN UZ;

X .- REGISTRUL INDICATORILOR CAPITALULUI INTELECTUAL SCOSI DIN UZ;

XI. - REGISTRUL COMPONENTELOR CAPITALULUI INTELECTUAL NECONVERTIBILE IN INDICATORI;

XII - REGISTRUL INDICATORILOR **NERETINUTI** IN CADRUL SIMULARII;

XIII.- REGISTRUL PRIVIND CIRCULATIA JURIDICA A CAPITALULUI INTELECTUAL;

XIV - REGISTRUL DE PROTOCOL PRIVIND CAPITALULUI INTELECTUAL: DEZBATERI, SIMPOZIOANE, CONFERINTE, CONGRESE;

XV - REGISTRUL DE EVIDENTA A PROPUNERILOR.

I. SECRETARIATUL GHISEULUI

ORGANIZATORUL GENERAL

SECRETAR GENERAL

SECRETAR

SECRETAR – acreditat CNR – UNESCO

CONSILIER

CONSILIER - acreditat CNR – UNESCO

ASISTENT

TRADUCATORI – INTERPRETI

II. TABLOUL CORPULUI GENERAL MANECOGNITIVA

1. TABLOUL CORPULUI CERCETATORILOR IN CAPITALUL INTELECTUAL;

2. TABLOUL CORPULUI EVALUATORILOR SI EXPERTILOR IN CAPITALUL INTELECTUAL;

3. TABLOUL CORPULUI AUDITORILOR IN CAPITALUL INTELECTUAL.

CORPUL GENERAL MANECOGNITIVA

COMPARTIMENTE

1. - CORPUL CERCETATORILOR IN CAPITAL INTELECTUAL;

2. - CORPUL EVALUATORILOR SI EXPERTILOR IN CAPITAL INTELECTUAL;

3. - CORPUL AUDITORILOR IN CAPITAL INTELECTUAL

TABLOUL CORPULUI GENERAL MANECOGNITIVA

TABLOUL CORPULUI CERCETATORILOR IN CAPITALUL INTELECTUAL

ROMANIA

II. REG ISTRUL DOCTRINELOR CAPITALULUI INTELECTUAL

1.- DICTIONAR MANECOGNITIVA

2.- ENCICLOPEDIA UNIVERSALA MANECOGNITIVA

3.- DOCTRINA MANECOGNITIVA

DIVIZIUNEA CAPITALULUI INTELECTUAL – 1997

CAPITAL UMAN

CAPITAL STRUCTURAL

CAPITAL CLIENTI

CAPITAL ORGANIZATIONAL

CAPITAL INOVATIONAL;

CAPITAL PROCESUAL;

CAPITAL RELATIONAL;

4.- DOCTRINE PE AREALE LINGVISTICE

VI. REGISTRUL COMPONENTELOR CAPITALULUI INTELECTUAL IN EXERCITIUL CONVERTIRII IN INDICATORI;

Compartimente:

1. Metodologii;

2. Statistic

3. Contabil;

4. Standardizare;

5. Simulare si monitorizare;

6. Evaluare, expertizare si auditare;

7. Reglementari juridice;

8. Psiho-sociologic;

9. Econometric;

10. Prognoza;

11. Secretariat, banca de date, traduceri

Raportor

Dr. Cristiana Tudor Soare.

RELAȚIA INOVARE-COMPETITIVITATE LA NIVEL DE FIRMĂ. IMPORTANȚA CAPITALULUI INTELECTUAL (sau de cunoștințe)

La nivel mondial, natura inovării și politicile de inovare ale firmelor s-au modificat în ultimii 10 ani, evoluând de la o formă statică și exogenă, la una dinamică și endogenă sistemului în cadrul căruia sunt aplicate. Acolo unde politica în acest domeniu a fost luată în considerare, a existat o redirecționare fundamentală privind modul de funcționare a procesului de schimbare tehnologică. Politicile macroeconomice explicite și concrete în domeniul

inovării sunt concepute și aplicate, de regulă, de către organisme guvernamentale, deși, aspectele care intervin în procesul inovațional sunt complexe și sfidează, de multe ori, cadrul național. Un relativ consens s-a manifestat odată cu răspândirea conceptului de *sistem național de inovare (SNI)* care cuprinde o abordare mai dinamică, nu doar în ceea ce privește *generarea noilor cunoștințe*, ci și *accesul și difuzia elementelor separate – în unele privințe – dar puternic inter-relaționate – în altele – care compun un sistem de inovare*.

Dobândirea de competitivitate internațională a fost o preocupare îndelungată a economiilor dezvoltate și a constituit un concept de bază ale însăși economiei dezvoltării. Documente al Organizației Națiunilor Unite¹ semnaleză apariția unei teorii evoluționiste și neo-instituționaliste care presupune că inovarea și schimbarea tehnologică la nivel de firmă este determinantul cheie al competitivității internaționale, în plus față de abilitățile de comercializare a produselor pe baza unor investiții prioritare.

Faptul că inovarea joacă un rol determinant – atât în țările dezvoltate, cât și în cele în dezvoltare – în ceea ce privește construcția, suportul și menținerea competitivității, este o teză dificil de combătut, iar autorii lucrărilor de specialitate se străduiesc să întărească evidențele prin diferite modalități teoretice, științifice sau practice. La nivel microeconomic, inovarea poate presupune procesele prin care firmele conduc și implementează produse, servicii, procese care implică noutate doar pentru întreprinderea respectivă sau pentru regiunea/piața respectivă, dar și noutate absolută. În toate cazurile, inovarea începe ca proces prin care atât indivizii, cât și organizațiile au inițiative care exploatează baza intelectuală, sau cognitivă a propriei economii. Considerând cunoașterea ca fiind asimilată dobândirii și combinării informațiilor noi, prin internalizare și fiind, deci, un factor de producție, această abordare poate fi identificată cu creșterea productivității. Cu toate acestea, inovarea implică *aplicarea* unor cunoștințe noi sau combinarea cunoștințelor vechi cu moduri de producție radical noi, *având finalitate comercială*. Deși dislocă rutinele economice vechi, acest lucru conduce nemijlocit la îmbunătățirea poziției competitive a întreprinderii în care a fost introdusă inovarea prin crearea de noi piețe, creșterea nivelului tehnologic sau cu stabilirea unor noi relații între producător și utilizator. Astfel, inovarea devine o caracteristică permanentă și necesară a însăși dezvoltării economice.

Deși au existat numeroase încercări de construcție a unor modele ale evidențierii aportului inovării la nivelul de competitivitate, acestea s-au bazat, în principal, pe definițiile competitivității la nivel macroeconomic, și pe accentuarea schimburilor economice internaționale sau a unor anumite categorii de investiții, ca rezultate concrete al inovării. De asemenea, în acest context, inovarea trebuia extrapolată la nivel macroeconomic, dezvoltând teoria

¹ *Science, Technology and Innovation Policy Reviews. Implementation of the Program on Science, Technology and Innovation Policy Reviews*, UNCTAD Secretariat, UN, Commission on Science, Technology Development, Geneva, may 12, 1997 (Doc. E/CN.16/1997/5 (19. 02. 1997)).

sistemului național de inovare (SNI), deși esența procesului de inovare constă în activitățile concrete desfășurate la nivelul întreprinderii, iar rezultatul acestuia își are punctul de pornire în performanțele tehnice, economice și de piață ale fiecărei firme inovatoare în parte.

Astfel, dacă, în mod complementar definițiilor inovării la nivel de întreprindere, competitivitatea este privită, ea însăși, ca rezultat și efect al unui proces continuu de inovare care abilitază întreprinderile să-și creeze, păstreze sau – după caz – să-și recupereze poziția, atât din punct de vedere tehnologic, cât și ca mod de schimbare competițională, se poate imagina un model de cristalizare a competitivității firmei din preocupările și activitățile inovaționale permanente ale acesteia.

Pentru fundamentarea științifică a unui model care să descrie procesul de „extragere” a efectelor benefice ale competitivității din activitățile inovative ale întreprinderii și pentru sistematizarea informațiilor în timpul expunerii, trebuie stabilită o anumită succesiune logică a etapelor de construcție a acestuia. În acest sens, în abordarea problemei este necesară tratarea succesivă a următoarelor aspecte:

- I. Definirea problemei;
- II. Stabilirea setului de indicatori pentru măsurarea efortului inovațional (A_i și B_i);
- III. Stabilirea setului de indicatori pentru măsurarea competitivității (A_c, B_c, C_c și D_c);
- IV. Stabilirea setului de indicatori pentru măsurarea factorilor stimulatori (D);
- V. Agregarea pe seturi sau subseturi a indicatorilor stabiliți ca relevanți;
- VI. Construirea relației (expresiei) matematice;
- VII. Validarea și confirmarea modelului.

1. Definirea problemei privind relația inovare-competitivitate

Fiecare firmă dezvoltă, implicit sau explicit, o “postură competitivă” respectiv un mod caracteristic de a concura, pe care M. Porter a numit-o “strategie concurențială”. Concurența prin cost este una din cele mai utilizate strategii, fiind combinată cu utilizarea tehnologiei pentru a deveni un “urmăritor rapid”, acolo unde concurența va pierde mai mult timp pentru a ajunge la piață și a-și diversifica produsele. Unele companii caută să realizeze valoare bazându-se pe un portofoliu de caracteristici considerate importante pentru consumatori incluse în performanțele produsului. Alte companii concurează prin excelență tehnologică și poziție de lider în procesul de inovare, tinzând să cheltuiască o sumă peste media industriei în cercetare-dezvoltare și să facă față riscului

asociat pionieratului în domeniu, considerând că, menținându-și poziția de lider tehnologic, succesul nu va întârzia să apară.

Pe măsura imitării soluțiilor de diversificare, din ce în ce mai multe întreprinderi care doresc continuarea activității în parametri de performanță se orientează către singura soluție care nu se poate perima, respectiv *unicitatea* ofertei. Acest mod de abordare nu se poate obține decât prin eforturi continue și intense în direcția dezvoltării proceselor interne de *inovare*. Avantajul competitiv ilustrează importanța și forța acestor abordări alese comparativ cu alte alternative și dezvoltă modalitățile interne de comportament care facilitează utilizarea acestora.

În prezent, atât strategiile de cost, cât și cele tehnologice sau de diversificare necesită abordări inovative, întrucât, cele mai multe dintre „trucurile” strategice sunt repede identificate și asimilate de către firmele concurente. Astfel, nu doar utilizarea tehnologiei, ci și diferențierea sau reducerea costurilor necesită rezolvări ingenue, neutilizate până în prezent, reprezentând pentru întreprindere adevărate provocări inovaționale.

În același timp, fiind considerată cel mai eficient factor de „protecție concurențială”, inovarea se transformă, pe termen lung, într-un set de tradiții, valori și atitudini organizaționale, deoarece noile instrumente utilizate în afaceri conțin, de asemenea, vectori inovaționali, prin reconfigurarea tuturor relațiilor atât din interiorul firmei, cât din exteriorul acesteia. Inovarea depinde, astfel, intrinsec de capitalul intelectual al firmei, din care își trage seva.

Competitivitatea unei întreprinderi nu poate fi un fenomen instantaneu, în timp ce există categorii de inovare (inovarea de ruptură) care presupun modificarea relativ bruscă a rutinelor proceselor de producție ale unei firme. Susțin, așadar, necesitatea caracterului continuu și permanent al proceselor inovative, ca flux necesar pentru a o relaționa cu competitivitatea, existența acesteia fiind dependentă direct de abordarea pe termen lung a problemei. Aceasta și pentru că, la nivel de firmă, capitalul intelectual trebuie continuu – și, astăzi, din ce în ce mai rapid - exploatat în direcția creativității de orice fel, deși unele rezultate inovative rezistă în timp, iar altele nu.

Succesele izolate și temporare raportate de unele întreprinderi, în principal pe piețe cu consumatori fără un minimum de educație economică, sunt considerate – în contextul abordării de față – doar simple accidente care decurg din așa-zisele „eșecuri ale pieței”, coroborate cu disfuncționalitățile ivite din procesul de dereglementare care, fiind eterogen și nearticulat la nivel mondial, creează oportunități temporare izolate. Acesta este și cazul României, unde deși fondul de capital intelectual există, acesta nu este exploatat pe măsura, inovările apărând sporadic, iar beneficiile economice de pe urma acestora fiind reduse și de scurtă durată. Această situație poate fi, evident, rezultatul unui management defectuos al inovării la nivel administrativ, însă riscul cel mai mare îl reprezintă perpetuarea nivelului foarte redus de cultură economică. Cred că „secretul” constă în formarea, la nivelul populației, a unei culturi economice sănătoase încă

de la vârste fragede. Aceasta se va transforma, apoi, în cultură inovațională, ceea ce va conferi dinamism în primul rând firmelor unde acești copii vor lucra când vor fi adulți și, drept rezultat, întregului ansamblu economic.

Stabilind că strategia inovațională asigură unei întreprinderi avantajul competitiv cel mai puternic, în principal pe termen lung, în ceea ce privește performanțele „posturii competitive” în care se află, și presupunând că orice firmă contemporană rațională, combinând strategiile concurențiale, ia în calcul inovarea, ca efort investițional, managerial și organizațional, încercând să o utilizeze ca instrument concurențial, este necesar să se stabilească impactul acestui tip de strategie asupra poziției concurențiale a firmei.

Pentru a evidenția o relație de dependență între efortul inovațional la nivelul întreprinderii și crearea, păstrarea și permanentizarea competitivității acesteia, în primul rând trebuie stabilit câte un set de indicatori relevanți pentru fiecare dintre cele două fațete ale problemei: inovarea și competitivitatea.

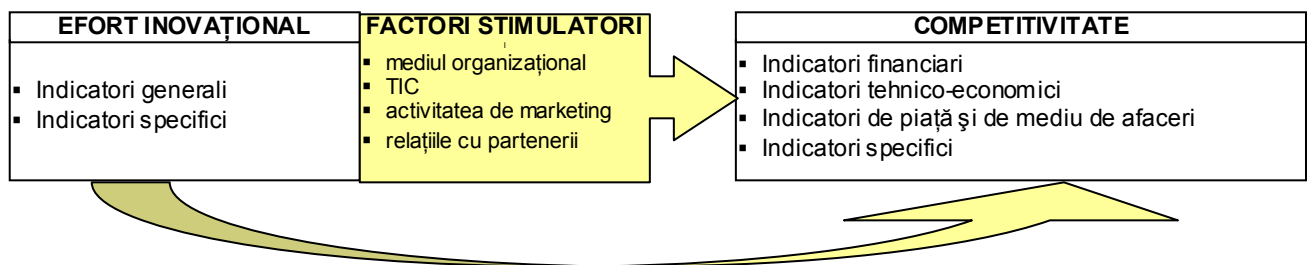
De o importanță la fel de mare sunt, însă, considerate și aspectele care se constituie, în viziunea autorului, în factori stimulatori ai acestui proces de „extragere” a efectelor benefice ale competitivității din activitățile inovative ale întreprinderii, ca instrumente de intensificare a penetrării inovării și chiar de cuantificare a competitivității. Aceștia se referă la mărimea, dar mai ales structura bugetului de marketing, la caracteristicile preexistente și dobândite ale mediului organizațional, la preocupările și investițiile în ridicarea permanentă a nivelului profesional al angajaților și a conștiinței de apartenență la cultura organizațională a firmei, la investițiile și cheltuielile de întreținere în ceea ce privește sistemele informatice și de comunicare sau la structura timpului afectat activității de inovare, în ansamblu etc.

Dificultatea stabilirii unei astfel de relații constă, însă, atât în identificarea și definirea efectivă a indicatorilor relevanți pentru fiecare dintre cele trei categorii de factori, în construcția unei relații matematice care să constituie esența modelului, cât și în stabilirea modalității practice de aplicare, întrucât, informațiile necesare nu fac parte, în totalitate, din preocupările privind gestiunea întreprinderii. Un pas în această direcție unei mai bune evidențieri a informațiilor necesare relației inovare-competitivitate îl fac unele dintre programele de gestiune informatică (numite generic ERP – *Enterprise Resource Planning*, HRM – *Human Resource Management*, CRM – *Customer Relationship Management* sau SCM – *Supply Chain Management*), privite și ca metode inovative de gestiune, care propun înregistrarea și prelucrarea unor informații utile pentru construirea acestui model, dar în ceea ce privește compararea cu întreprinderile concurente, acestea nu asigură evidențierea acelorași tipuri de date și informații, creând dificultăți de comparare între performanțele diferitelor firme, situații apărute în mod concret în procesele de achiziții, fuziuni sau doar în diverse colaborări, așa cum am amintit în capitolul consacrat managementului inovării. Acest lucru creează, mai departe, dificultăți

privind recrutarea de specialiști care să cunoască bine mai multe astfel de tipuri de sisteme informatice, pentru a le putea compatibiliza.

Schema simplificată a modelului de relaționare a inovării și competitivității (Figura 1) la nivelul unei întreprinderi decurge din demersul teoretic și metodologic al lucrării, în care am încercat să surprind tendințele preocupărilor întreprinderilor în ceea ce privește inovarea și competitivitatea, fiind inspirată și din observații directe (discuții cu managerii de departamente, specialiști în cercetare-dezvoltare sau marketing) și indirecte (târguri, expoziții, simpozioane și manifestări științifice) asupra unor întreprinderi care au atras atenția în ceea ce privește transformarea rezultatelor inovării în avantaje competitive.

Figura 1 Schema de principiu a modelului



Sursa: autorul.

Construcția modelului se referă la stabilirea a trei tipuri de indicatori, astfel:

I. Indicatorii relevanți privind inovarea și cuprinde prezentarea și descrierea expresiilor matematice ale acestora. Indicatorii sunt fiind structurați pe două seturi, notate, sugestiv:

- Ai = indicatori generali privind inovarea (4 indicatori);
- Bi = indicatori specifici privind inovarea (10 indicatori).

II. Indicatorii relevanți privind competitivitatea sunt structurați pe seturi și subseturi după cum urmează și sunt notați în mod sugestiv:

- Ac = indicatori economico-financiari (25 de indicatori);
- Bc = indicatori tehnico-economici, dintre care:
 - Bc1 = indicatori privind costurile (21 de indicatori);
 - Bc2 = indicatori privind calitatea (20 de indicatori);
 - Bc3 = indicatori privind caracteristicile mediului organizatoric (4 indicatori).

- Cc = indicatori de piață și indicatori ai integrării în mediul de afaceri (9 indicatori);

- Dc = indicatori specifici cuantificării competitivității (10 indicatori).

III. *Indicatorii relevanți ai factorilor stimulatori*, identificați prin litera „S” (13 indicatori). Aceștia se referă la importanța sistemelor tehnologiei informației și comunicării (TIC), la crearea unei culturi organizaționale centrate pe stabilitate și competență profesională, la stabilirea unor relații puternice cu anumiți colaboratori, precum și la alcătuirea structurii bugetului de marketing.

Trebuie specificat faptul că, pentru a facilita agregarea indicatorilor și conceperea apoi a relației inovare-competitivitate, am încercat exprimarea zecimală a acestora, deși am simțit apoi o îngreunare a procesului de prelucrare și de aplicare a modelului. Întrucât am încercat să simplific problema, fără a afecta relevanța demersului științific, datele de intrare (inițiale) necesare sunt nu doar extrem de diversificate, dat și dificil de obținut, având în vedere atât faptul că nu toate întreprinderile dispun de acestea, cât și faptul că multe dintre informații sunt clasificate drept confidențiale. Aceste aspecte vor fi, însă, abordate mai detaliat în cadrul capitolului, în tratarea metodologiei de aplicare a modelului.

În ceea ce privește indicatorii aleși, se pot folosi două forme specifice de măsurare a acestora, bazate pe aplicarea unor modalități corespunzătoare scopurilor urmărite. Astfel, în funcție de obiectul la care se raportează rezultatele unei întreprinderi, există următoarele tipuri de măsurări:

- *Măsurarea statică*, care se referă la calculul valorii unor indicatori ai întreprinderii într-o anumită perioadă (de regulă un an) și al căror conținut necesită să fie pus în relație cu indicatorii rezultați în urma următoarelor două tipuri de măsurări (este cazul indicatorilor de tipul productivității muncii, intensității cheltuielilor de cercetare-dezvoltare).

- *Măsurarea autorelativă*, prin care realizările întreprinderii dintr-o anumită etapă sunt comparate cu cele ale sale dintr-o perioadă anterioară, considerată ca bază de referință. În acest caz, performanța a întreprinderii se măsoară cu ajutorul *ritmurilor de evoluție* (de creștere sau de scădere) a nivelului indicatorilor folosiți pentru exprimarea rezultatelor din diferite domenii de activitate. Spre exemplu, astfel de indicatori sunt cei de *productivitate a muncii, rentabilitate, potențial productiv, eficiență a utilizării diverșilor factori de producție, costul producției, de înnoire și diversificare a nomenclurii de produse, de inovare tehnologică* ș.a.

- *Măsurarea corelativă*, care constă în compararea realizărilor întreprinderii analizate cu cele ale unei întreprinderi similare cu care concurează într-un anumit domeniu de activitate, de regulă cu cel mai important concurent.

2. Indicatori relevanți privind inovarea

Pentru a construi un set de indicatori care să măsoare preocupările și eforturile inovaționale ale unei întreprinderi, am utilizat atât datele generale care sunt evidențiate în diverse departamente ale firmei (cheltuieli de cercetare-dezvoltare, număr de brevete deținute sau numărul personalului implicat în cercetare-dezvoltare la nivelul firmei), cât și pe cele care cer un efort suplimentar în ceea ce privește identificarea acestora sau fac obiectul, de multe ori, al unor contracte de confidențialitate (număr de brevete aplicate, cheltuieli privind gestiunea portofoliului de proprietate intelectuală, proiecte de inovare realizate prin colaborare cu alte firme etc.). Acest lucru a permis împărțirea indicatorilor relevanți privind inovarea în două categorii: indicatori generali, respectiv indicatori specifici ai inovării. Indicatorii vor fi evidențiați în mod sintetic, în **Tabelul 1.**

Tabelul.1 Centralizatorul indicatorilor de inovare

Cod indicator	CATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI SAU BAZA SA DE CALCUL	
Ai	INDICATORI GENERALI	1	Intensitatea cheltuielilor de cercetare-dezvoltare
		2	Raportul dintre numărul personalului (cu sau fără studii superioare) angajat și/sau implicat în activitatea de cercetare-dezvoltare, și numărul de angajați sau de numărul de ore prestate
		3	Raportul dintre numărul de brevete de invenție obținute și numărul de cereri de brevete depuse
		4	Raportul dintre timpul afectat activității de cercetare-dezvoltare-inovare și totalul timpului de producție (sau structura acestuia pe faze ale inovării)

Cod indicator	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI SAU BAZA SA DE CALCUL	
Bi	INDICATORI SPECIFICI	Proprietate intelectuală	5	Raportul dintre numărul elementelor de proprietate intelectuală aplicate cu succes în cadrul întreprinderii și numărul de elementelor de proprietate intelectuală deținute
			6	Raportul dintre numărul elementelor de proprietate intelectuală valorificate în afara întreprinderii și numărul de elemente de proprietate intelectuală deținute
		Cheltuieli de inovare	7	Raportul dintre cheltuielile efectuate pentru perfecționarea personalului implicat în activitatea de cercetare-dezvoltare-inovare și cheltuielile pentru active intangibile
			8	Raportul dintre investițiile realizate în proprietate intelectuală și investițiile în active intangibile

			9	Raportul dintre cheltuielile anuale cu gestiunea portofoliului de PI și cheltuielile privind activele intangibile
			10	Raportul dintre valoarea proprietății intelectuale valorificate și valoarea proprietății intelectuale achiziționate
			11	Raportul dintre cheltuielile de gestionare și evaluare a performanțelor sistemului intern de inovare și cheltuielile privind activele intangibile
	Proiecte de inovare		12	Raportul dintre numărul proiectelor de CDI finalizate în cadrul întreprinderii și numărul celor demarate (Gradul de succes al proiectelor de cercetare-dezvoltare-inovare la nivelul întreprinderii)
			13	Raportul dintre numărul de proiecte de CDI realizate în colaborare cu alte organizații și numărul de proiecte derulate (demarate)
			14	Raportul dintre timpul mediu afectat anual proiectelor de cercetare-dezvoltare-inovare și timpul mediu anual necesar desfășurării activităților întreprinderii

Sursa : concepția autorului.

3. Indicatori relevanți privind competitivitatea

Nivelul de competitivitate a unei întreprinderi poate fi exprimat prin intermediul indicatorilor de performanță ai acesteia, întrucât se operează cu datele cel mai facil de obținut. Această abordare tratează, însă, competitivitatea firmei, în principal, sub aspect cantitativ și parțial din punct de vedere calitativ. Pentru o analiză calitativă mai profundă a competitivității unei întreprinderi, pot fi lansate anchete specifice în cadrul organizației sau doar în cadrul unor departamente, bazate pe chestionare concepute în funcție de aspectul competitiv care trebuie surprins. Acest lucru presupune, însă, cheltuieli suplimentare legate atât de evaluarea gradului în care această anchetă se justifică, cât și de conceperea chestionarului, de culegerea și prelucrarea ulterioară a datelor.

Nivelul de performanță care exprimă *indicatorii de competitivitate* se referă, în principal, la aspectele financiare, tehnico-economice și de piață ale întreprinderii, creând posibilitatea încadrării acestora în următoarele trei categorii:

- *indicatori financiari*, categorie din care fac parte indicatorii de rentabilitate, randamentul capitalului investit, termenul de recuperare a investiției financiare, profitabilitatea acțiunilor, ratele de lichiditate și de solvabilitate etc.;
- *indicatori tehnico-economici (sau de producție)*, precum calitatea produselor, productivitatea muncii, durata ciclului de producție, gradul de utilizare a capacității de producție, indicatorii costului producției, perioada de onorare a comenzilor etc.;

- **indicatori de piață și de integrare în mediul de afaceri**, care se referă la nivelul prețului practicat, cota absolută sau relativă de piață, cifra de afaceri, volumul cheltuielilor de publicitate, intensitatea relațiilor cu colaboratorii, cheltuielile de lobby etc;

Conceptul de *competitivitate* sau *avantaj concurențial* este pus în lumină, în principal, prin măsurarea corelativă a performanțelor. *Competitivitatea întreprinderii* constă în abilitatea acesteia de a participa cu succes la competiția economică și a aspira la ocuparea unor poziții avantajoase în cadrul acesteia. Privită ca o însușire care-i permite întreprinderii să reziste la concurența dintr-un anumit sector de activitate, competitivitatea reprezintă, în același timp, o modalitate de presiune și de control asupra evoluției parametrilor de performanță a întreprinderii.

Nivelul de competitivitate al unei firme este puternic influențat de doi factori esențiali ai mediului concurențial: **clienții și competitorii**, care reacționează cel mai rapid la acțiunile firmei în ceea ce privește doi parametri de bază ai acesteia: **prețul și calitatea**. Pentru a fi competitivă, întreprinderea trebuie să cunoască în detaliu cerințele clienților și să atingă prin realizările sale nivelul de performanță al concurenților semnificativi. În acest sens, creșterea gradului de competitivitate a întreprinderii presupune satisfacerea mai bună a clienților – întrucât aceștia hotărăsc ce aspect prezintă importanță pentru satisfacerea nevoilor și exigențelor lor (prețul de vânzare, calitatea produselor oferite, perioada de onorare a comenzii, respectarea termenului de livrare, serviciile post-vânzare ce însoțesc oferta de produse etc.) – și deținerea unor atuuri importante în fața competitorilor – întrucât jocul concurențial dintre producătorii care concurează în cadrul unei industrii/sector de activitate decide măsura în care exigențele clienților pot să fie satisfăcute, prin performanțe adecvate, de către unul sau altul dintre participanții la „joc”. Astfel, în competiția economică dintre aceștia se stabilește un nivel minim de performanță al unor caracteristici ale produselor/serviciilor importante pentru clienți, nivel minim stabilit, de asemenea, de către solicitările clienților. Orice abatere de la acest nivel minim conduce la dificultăți în ceea ce privește situația economico-financiară a întreprinderii, iar efortul suplimentar nu recompensează întotdeauna cu obținerea unor rezultate economico-financiare superioare.

Pentru a participa cu succes la competiția economică din cadrul unei industrii/sector de activitate, *în condiții de competitivitate ridicată*, orice întreprindere trebuie să dețină – în permanență – un set de abilități care să-i permită un *avantaj competitiv*, care presupune realizarea unor produse superioare celor ale concurenților, din unghiurile de vedere importante pentru clienții firmei, a căror decizie de cumpărare va fi influențată de anumite caracteristici, astfel încât produsul oferit să se situeze în *partea superioară a ierarhiei produselor furnizate pe piețele domeniului respectiv*. Astfel, este vorba despre:

- *una sau mai multe caracteristici de importanță majoră pentru clienți,*

care îi determină să aleagă produsul respectiv din paleta de produse similare oferite pe piață (cum sunt, de exemplu, cel mai adesea, prețul și calitatea).

- *parametrii la care se realizează caracteristicile respective, care contează decisiv în setul de criterii determinanți pentru alegerea produsului (precum nivelul prețului, sau calitatea exprimată, în funcție de produs, în diverse moduri).*

În contextul cerințelor actuale ale economiei de piață, un avantaj competitiv, pentru a fi real și cu adevărat util întreprinderii, trebuie să dețină o serie de *trăsături specifice*:

- *să decurgă din inovare sau îmbunătățire continuă², modalitate care asigură cea mai consistentă formă de competitivitate, așa cum am subliniat la începutul capitolului;*
- *să implice întreaga activitate referitoare la obținerea și folosirea produsului respectiv, de la proiectare până la utilizare și de la furnizori până la beneficiari;*
- *să fie durabil (să nu fie caduc), să poată fi menținut pe o perioadă îndelungată, Întrucât un avantaj temporar bazat pe valorificarea unor oportunități trecătoare, conjuncturale – deși poate determina efecte pozitive în activitatea întreprinderii – nu are influențe semnificative într-o competiție economică pe termen lung, orizontul și premisele planificării trebuie să țină seama de contextul internațional al mediului de afaceri. În general, avantajul competitiv poate fi menținut pe termen lung numai prin adoptarea unor strategii de îmbunătățire continuă și, în principal, de inovare permanentă;*
- *să se bazeze pe un grad superior de cunoaștere a aspectelor care conduc decisiv la obținerea competitivității, întrucât un grad superior de siguranță, de stăpânire a acestora poate constitui o barieră de intrare puternică pentru alți competitori, cu mai puțină experiență, care încearcă să penetreze o piață.*

Competitivitatea, concept complex și deosebit de dificil de surprins în ansamblul activității unei întreprinderi, așa cum a fost descrisă și abordată în capitolele anterioare, se manifestă deci, cu precădere, prin intermediul a două aspecte esențiale: prețul și calitatea, ca elemente esențiale ale diferențierii.

Privit drept categorie economică, prețul este necesar a fi analizat prin prisma celor două componente principale ale sale, respectiv *costul de producție* – ca indicator din categoria celor tehnico-economici, ca și calitatea – și *marja de profit*, luată în considerare în subgrupa indicatorilor financiari.

Ac. Indicatori financiari

Tabloul competitivității trebuie demarat cu cei mai relevanți indicatori economico-financiari, cuprinzând atât analiza financiară globală, planificarea financiară, dar și analiza investițiilor sau a riscului și rentabilității (**Tabelul 2**). De altfel, această abordare reprezintă forma clasică de măsurare a

² Bărbulescu, C.; Băgu, C. – *Managementul Producției*, vol. II, Editura Economică, București, 2002, p. 59.

performanțelor unei întreprinderi, fiind considerată, de multe ori în mod eronat, și suficientă.

Deși reflectă chintesența parametrilor de funcționare a întreprinderii, tocmai natura sintetică a acestor indicatori împiedică construirea unei imagini corecte și clare a competitivității, existând ecarteri semnificative – pozitive sau negative – între concluziile trase din analiza economico-financiară și realitate.

Deși constituie o categorie importantă a indicatorilor de competitivitate, consider că acest set poate fi îmbunătățit, nefiind exhaustiv, nici din punct de vedere structural, nici din punct de vedere sistemic. În acest sens, trebuie să se țină seama de dimensiunea întreprinderii, structura producției acesteia, tipul și intensitatea concurenței pe segmentul de piață analizat etc. Se poate sugera aici o analiză mult mai profundă, din partea specialiștilor finanțști, care pot construi un sistem coerent de indicatori economico-financiar, în funcție de criterii mai pertinente.

Tablul 2 Centralizatorul indicatorilor economico-financiar utilizați în analiza competitivității întreprinderii

Cod indicator	CATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI (baza de calcul a acestuia)	
Ac	ANALIZA FINANCIARĂ	1	Situația netă (SN)
		2	Fondul de rulment (FR)
		3	Necesarul de fond de rulment (NFR)
		4	Trezoreria netă (TN)
		5	Lichiditatea generală - LG
		6	Solvabilitatea patrimonială
		7	Solvabilitatea generală
		8	Productivitatea muncii (WL)
		9	Productivitatea capitalului (WK)
		1	Cash-flow-ul de gestiune (CFG)
		11	Cash-flow-ul disponibil (CFD)
	PLANIFICAREA FINANCIARĂ	12	Viteza de rotație a capitalului (v_{ROT})
		13	Gradul de acoperire prin planificare bugetară
	ANALIZA INVESTIȚIILOR	14	Capacitatea de autofinanțare (CAF)
		15	Gradul de finanțare a investițiilor
		16	Capacitatea potențială de rambursare a investițiilor
		17	Valoarea actualizată netă (VAN)
		18	Rata de acoperire a exercițiului
		19	Costul mediu ponderat al capitalului (CMPC)
		20	Termenul de recuperare al investiției (TR)
	ANALIZA RENTABILITĂȚII	21	Rata rentabilității economice a activului
		22	Rata rentabilității financiare a capitalului propriu

	ȘI RISCULUI	23	Rata rentabilității venitului
		24	Riscul financiar (COEF. DE ELAST. AL RENTAB. FINAN.)
		25	Efectul de levier

Sursa : concepția autorului. Relațiile de calcul după. Stanciu, Ion – *Finanțe. Teoria piețelor financiare. Finanțele Întreprinderilor. Analiza și Gestiunea Financiară*, Editura Economică, București, 1997 și Doicin, Cristian V. – *Modele ale analizei economice în inginerie*, Editura Bren, 2003.

Semnificațiile elementelor care intervin în relațiile de calcul se regăsesc, de regulă, în documentele contabile anuale ale întreprinderii (bilanțurile anuale și conturile de profit și pierdere), sau pot fi relativ simplu de calculat pe baza acestor informații. Astfel, notațiile acestor elemente au următoarele semnificații:

CPR – capitalul propriu al întreprinderii;

DAT – datoriile totale anuale ale întreprinderii;

Imob. – imobilizările corporale ale întreprinderii;

Dat_{crit.} – datoriile curente ale firmei (datoriile pe termen scurt);

ACT – activele totale anuale ale întreprinderii;

ACR – activele circulante ale întreprinderii;

CA – cifra de afaceri anuală înregistrată de întreprindere;

PB – profitul brut înregistrat de întreprindere;

PN – profitul net înregistrat de întreprindere;

Amo – amortizarea activelor întreprinderii;

Dob – dobânda bancară la împrumuturile pe termen lung realizate de către firmă;

$\Delta Imo = Imo_1 - Imo_0$, unde:

Imo₁, *Imo₀* – imobilizările (corporale și necorporale) realizate de către firmă în 2 ani consecutivi (anul „0” și anul „1”);

EBE – excedentul brut din exploatare al întreprinderii;

CAF – capacitatea de autofinanțare a întreprinderii;

CH.Fin. – cheltuielile financiare anuale ale firmei;

INV – valoarea investițiilor întreprinderii (formarea brută de capital fix);

CF_{med.act.anuale} – cash-flow-ul mediu anual

AE – activul economic total al întreprinderii (suma dintre datoriile întreprinderii și capitalul său propriu);

IMP_{PB} – valoarea impozitului pe profitul brut;

CAP_{PRM} – capitalul permanent al întreprinderii;

τ – rata impozitului pe profit practică de administrațiile financiare;

i – rata nominală anuală a dobânzii pe piață;

i_{ec} – rentabilitatea economică a întreprinderii;

n – perioada de amortizare a investițiilor realizate de către întreprindere

(unde $n = 1 \div k$, iar *k* – perioada pentru care se calculează cash-flow-ul, de regulă un an).

Bc. Indicatori tehnico-economici (sau de producție)

Această subcategorie de indicatori utilizează atât datele și informațiile financiar-contabile amintite la subcategoria precedentă, cât și date referitoare la producția fizică, la numărul de angajați sau date tehnico-economice, precum numărul de defecte ale produsului, numărul de defectări ale instalațiilor etc.

Întrucât costul și calitatea reprezintă cele două elemente-cheie ale competitivității, acestea vor constitui două categorii importante ale indicatorilor tehnico-economici. În plus, am considerat necesară introducerea câtorva indicatori referitori la calitatea mediului organizatoric.

Bc1. Indicatori privind costurile

În ceea ce privește costul de producție al unui produs/serviciu, au fost alese ca indicatori de măsurare ai competitivității atât categorii clasice, precum costurile materiale, cele cu forța de muncă (directe și indirecte), cât și categorii de costuri tratate mai pe larg de curând în literatura de specialitate, precum costurile tranzacționale, care înglobează o parte importantă din eforturile unei întreprinderi de a se „impregna” în conștiința pieței.

În acest sens, am utilizat câteva concepte despre costurile mai puțin cuantificate și greu cuantificabile la nivelul unei firme. Astfel, trebuie amintite *două caracteristici principale ale cheltuielilor privind inovarea*:

- *resursele implicate nu sunt consumate în totalitate în cursul ciclului de producție, ci suferă o schimbare profundă în cadrul acestui ciclu;*
- *în mod uzual, resursele investiționale sunt proiectate să capaciteze firma pentru a încorpora “vectorii competitivității tehnologice” în produse, procese, metode de organizare și sisteme.*

Încorporarea acestora în produse și procese este un proces complex, care implică *3 tipuri de costuri*³:

Din punct de vedere conceptual, **costurile capitalului tangibil** reprezintă achiziționarea bunurilor de capital. *Conceptual*, statutul lor în analiza investițiilor este clar. *Statistic*, acestea sunt înregistrate corect, însă, adesea sunt comprimate în categoria “formare brută de capital fix”. *Din punct de vedere al contabilității*, acest lucru face ca deprecierea să crească.

Mărimea acestor costuri variază, în principal, în funcție de tipul activității. Pot varia mai ales din punct de vedere marginal de la o țară la alta sau de la o firmă la alta, ca rezultat al modificării ratei de schimb, al transformărilor privind așteptările consumatorilor sau al unor factori financiari care afectează costul capitalului împrumutat (rata dobânzii capitalului).

Costurile identificabile ale capitalului intangibil reprezintă achiziții sau dezvoltări (îmbunătățiri) ale “software”-ului necesar proiectării și implementării proiectelor de încorporare a “vectorilor competitivității tehnologice”, precum

³ După Kozul-Wright, Zeljka – *The Role of the Firm in the Innovation Process*, UNCTAD, no. 98, April 1995.

costurile cercetării-dezvoltării și ingineriei, cele cu achiziționarea de brevete de invenție, licențe sau programe de calculator, costurile pregătirii personalului, ale modificărilor sistemelor de organizare, ale sistemelor informaționale sau de marketing etc.

Din punct de vedere conceptual, statutul acestui tip de cost nu este foarte clar definit de economia generală. *Din punct de vedere statistic*, înregistrarea acestora este încă deficitară, cu excepția elementelor care se referă la cercetare-dezvoltare. *Din punct de vedere contabil*, majoritatea acestor costuri sunt tratate drept “costuri de consum” și sunt înregistrate ca plăți în contul vânzărilor sau la categoria „alte cheltuieli de personal”.

Mărimea acestor costuri este la fel de specifică întreprinderii, ca și sectorului. Ea depinde, în special, de alegerea strategiei și de natura firmei respective. (IMM izolată, IMM subcontractoare, IMM filială a unui grup, un grup de produse, conglomerat, un grup diversificat “bazat pe tehnologie” – capitalul de risc – etc.)

Costurile neidentificabile (“ascuse”) ale activelor intangibile reprezintă costurile intermedierei între întreprindere și mediul său: informații tehnice, contracte și negocieri preliminare luării deciziilor, relațiile cu furnizorii etc.

Conceptual, aceste costuri sunt un “hibrid”, întrucât combină cheltuielile clasice pentru achiziționarea unor servicii cu extra-costurile datorate internalizării parțiale, prin sistemul prețurilor, a “externalităților informaționale”. *Din punct de vedere statistic*, este foarte surprinzător faptul că acest tip de cost este nedetectabil pe scară largă. *În contabilitate*, acestea apar înregistrate împreună cu „alte cheltuieli curente”.

În prezent, *mărimea sumelor care constituie aceste costuri*, (cum observă P. David), este departe de a putea fi neglijată, acestea fiind *specifice atât localizării firmei, cât și naturii firmei sau sectorului căruia aparține*. Acesta constituie tipul de cost prin intermediul căruia efectele “competitivității structurale” (care intervine la nivel sectorial sau la nivelul nișelor de piață) a mediului (țării, regiunii) par să fie mai relevante. Unii dintre “actorii” implicați în procesul de inovare, de a căror eficiență a investițiilor tehnologice depinde, aparțin întreprinderii (inginerii și cercetătorii implicați în supravegherea tehnologiei, inginerii din departamentul de achiziții, strategii tehnologici etc.), însă mulți dintre aceștia provin din mediul exterior firmei. Cu toate acestea, specialiștii pot fi identificați, întrucât:

- (a) pot fi abordați pe bază de plăți (agenții de engineering și consultanță, laboratoare de cercetare care lucrează pe bază de contract etc.);
- (b) pot lucra pentru un grup de întreprinderi (o asociație pentru cercetare științifică tehnică într-un anumit sector, finanțat de către firmele implicate);
- (c) pot acționa cu autoritate guvernamentală, nefiind o chestiune de infrastructură educațională sau de știință și tehnologie tradițională, publică, ci de “rețeaua instituțională” aleasă pentru a oferi verigile lipsă din rețeaua de

inovare privată, pentru a fi catalizatorul inițiativei private sau pentru a dezvolta o sinergie între proiectele conduse de piață⁴ (“*market-driven projects*”) și programele de interes pentru comunitate (în beneficiul societății);

(d) pot fi asimilați ofertanților de “vectori de competitivitate tehnologică”, atunci când aceștia realizează servicii adiționale pentru produsele pe care le oferă.

Astfel, în construcția indicatorilor tehnico-economici, am utilizat – mai mult sau mai puțin potrivit – sintagma de „costuri identificabile” ale inovării și „costuri neidentificabile (sau ascunse)” pentru a face demarcația între costurile auxiliare și costurile care combină unele cheltuieli clasice cu extra-costurile datorate internalizării parțiale a externalităților informaționale (Tabelul 3). Acestea din urmă sunt considerate de către autor ca fiind *printre cele mai relevante în privința efectelor competitivității structurale la nivel de întreprindere*.

Tabelul 3 Indicatorii privind costurile utilizați în analiza competitivității întreprinderii

COD INDICATOR	CATEGORIA (aici, după tipul costului)	DENUMIREA INDICATORULUI (BAZA DE CALCUL)		
Bc1	COSTURI TRADIȚIONALE	COSTURI DIRECTE	1	Raportul dintre costurile materiilor prime directe și costul total
			2	Raportul dintre costurile materialelor directe și costul total
			3	Raportul dintre costurile cu energia directă și costul total
			4	Raportul dintre costurile cu combustibilii și costul total
			5	Raportul dintre costurile cu manopera directă și costul total
		COSTURI INDIRECTE	6	Raportul dintre costurile indirecte cu combustibili și costul total
			7	Raportul dintre costurile materiale indirecte și costul total
			8	Raportul dintre costurile cu energia indirectă și costul total
			9	Raportul dintre costurile cu amortizarea și costul total
			10	Raportul dintre costurile cu personalul administrativ și costul total
	COSTURI IDENTIFICABILE	11	Raportul dintre costurile pregătirii profesionale (training) și costul total	
		12	Raportul dintre costurile de distribuție/desfacere și costul total	
		13	Raportul dintre costurile cu publicitatea (de marketing) și costul total	
		14	Raportul dintre costurile achiziției și întreținerii TIC și costul total	
		15	Raportul dintre costurile de achiziție a activelor necorporale și costul total	

⁴ Proiecte care se supun regulilor generale ale pieței.

COSTURI ASCUNSE (NEIDENTIFICABILE)	1 6	Raportul dintre costurile certificărilor de mediu (ISO 14001) și costul total
	1 7	Raportul dintre costurile informațiilor tehnice și costul total
	1 8	Raportul dintre costurile informațiilor, altele decât cele tehnice, și costul total
	1 9	Raportul dintre costurile negocierii și contractării preliminare și costurile totale
	2 0	Raportul dintre costurile întreținerii relațiilor cu furnizorii și costul total
	2 1	Raportul dintre costurile întreținerii relațiilor cu clienții și costul total

Sursa: concepția autorului.

Este important să menționez că explicitarea elementelor care intervin în relațiile de calcul nu mai este necesară, întrucât toate relațiile din ultima coloană conțin la numărător chiar „baza de calcul” exprimată descrierile exprimate în penultima coloană. Aceste costuri, pentru a fi transformate în indicatori, vor fi raportate la costurile totale ale întreprinderii sau, după caz, la costurile agregate imediat superioare, pentru a furniza informații mai relevante.

De asemenea, trebuie și aici specificat faptul că setul de indicatori din aceste exemple poate fi îmbogățit și perfecționat, în funcție de condițiile concrete ale firmei, de activitatea specifică și de dimensiunea acesteia, cu condiția să se țină seama de ordinele de mărime, pentru ca seturile de indicatori să poată fi agregate, astfel încât rezultatul să nu fie distorsionat.

La rândul său, dimensiunea marjei de profit – care va determina forța investițională a întreprinderii – poate fi considerată un cost al asumării riscului (renta întreprinzătorului), în condițiile în care nu se pune în discuție existența unor profituri de monopol (altele decât cele generate de rezultatul unor activități inovative), caz în care competitivitatea trebuie tratată dintr-o cu totul altă perspectivă. Aceasta depinde, în mare măsură, de tipul de concurență pe piață, precum și de natura și intensitatea acesteia, dar elementul hotărâtor îl reprezintă, în ultimă instanță, tot potențialul și capacitatea firmei de a reduce costul de producție (inițial prin metode clasice, apoi prin metode creative) sau – în cazul cel mai fericit – de a surprinde concurența cu un produs sau proces cu evidente caracteristici novatoare. Reducerea costurilor, la un preț asumat prin condițiile pieței, va determina creșterea corespunzătoare a profitului, ca factor de dezvoltare viitoare și de continuitate pe piață.

Bc2. Indicatori privind calitatea

Deși focalizarea atenției asupra reducerii tuturor categoriilor de costuri este o direcție esențială în cursa firmelor pentru atingerea performanțelor pe piață, o astfel de abordare nu poate constitui o direcție exhaustivă în activitatea unei întreprinderi. Competitivitatea pornește de la robustețea mecanismelor

interne ale firmei, iar calitatea produsului/serviciului oferit reprezintă un etalon foarte relevant, alături de preț, în eforturile de măsurare a competitivității. Calitatea, la rândul ei, ale cărei rezultate sunt dificil de surprins, reprezintă o problemă cu implicații profunde la nivelul fiecărei întreprinderi, fiind caracterizată atât de elemente generale, cât și de unele specifice, în funcție de dimensiunea firmei sau de localizarea acesteia, de domeniul (industria, sectorul) căruia aparține sau de piața pe care activează. Analiza costurilor calității relevă faptul că sunt aspecte care interferează cu alte elemente de costuri, iar gradul de importanță al asigurării calității la nivelul unei întreprinderi, pe termen mediu și lung, are drept rezultat (conform, de altfel, misiunii acestei activități) creșterea nivelului prestigiului, al încrederii consumatorilor, și, în consecință fundamentarea unor atuuri care se constituie în componente ale competitivității întreprinderii.

Abordate de către foarte mulți autori, concepte precum asigurarea calității, controlul calității, managementul calității totale (*Total Quality Management*) – în formă occidentală – sau ca o subdiviziune a Kaizen – în concepție japoneză, au relevat, indiferent de modul de măsurare, o serie de indicatori care permit o imagine destul de completă asupra intensității preocupărilor, precum și a rezultatelor obținute de către întreprinderi în domeniul calității (**Tabelul 4**).

În cazul indicatorilor de calitate, indicatorii au fost împărțiți în două mari subcategorii. Indicatori privind calitatea produselor/serviciilor întreprinderii (sub-setul Bc2) și indicatori privind calitatea mediului organizatoric (sub-setul Bc3).

Tabelul 4 Indicatori privind calitatea produselor/serviciilor utilizați în analiza competitivității întreprinderii

COD INDICATOR	CATEGORIA		DENUMIREA INDICATORULUI (BAZA DE CALCUL)	
	INDICATOR I STATICI	în funcție de costul total		
Bc2	INDICATOR I STATICI	în funcție de costul total	22	Raportul dintre costurile asigurării calității și costul total
			23	Raportul dintre costurile certificării calității (ISO 9001, TÜV etc.) și costul total
			24	Raportul dintre costurile activității de asistență/service și costul total
	INDICATOR I AUTORELATIVI (indici)	în funcție de perioade anterioare (rate)	25	Raportul dintre frecvența defectărilor mașinilor/instalațiilor în perioada curentă și cea din perioada anterioară
			26	Raportul dintre numărul de defecte ale produsului în perioada curentă și numărul de defecte ale produsului în perioada anterioară
			27	Raportul dintre numărul de reclamații ale clienților în perioada curentă și numărul acestora în perioada anterioară
			28	Raportul dintre numărul de comenzi respinse de clienți în perioada curentă și numărul de comenzi respinse în perioada anterioară

			29	Raportul dintre perioada de service acordată în prezent și perioada de service acordată anterior
			30	Raportul dintre numărul accidentelor de muncă din perioada curentă și numărul accidentelor de muncă din perioada anterioară (Siguranța în funcționare)
ATTRIBUTE RELATIVE ȘI INDICATOR I RELATIVI	comparativ cu cel mai bun concurrent	31	Raportul dintre gradul de rezistență al produselor întreprinderii și cel al celui mai important concurrent	
		32	Raportul dintre gradul de fiabilitate al produselor întreprinderii și cel al celui mai important concurrent	
		33	Raportul dintre numărul de tipo-dimensiuni oferite de către întreprindere și numărul celor oferite de către cel mai important concurrent	
		34	Raportul dintre numărul culorilor/tipurilor de ambalaj/variante estetice oferite de către întreprindere și numărul celor similare oferite de către cel mai important concurrent	
		35	Raportul dintre perioada maximă de creditare oferită pentru achiziționarea produselor întreprinderii și perioada maximă de creditare în cazul produselor celui mai bun concurrent (Condițiile de creditare)	
		36	Numărul de oferte promoționale/premii oferite de către întreprindere și numărul de oferte promoționale/premii oferite de către cel mai important concurrent	
		37	Raportul dintre valoarea bonusurilor de fidelitate/discount-urilor oferite de către întreprindere și valoarea acestora în cazul celui mai bun concurrent	
		38	Raportul dintre perioada de garanție oferită de către întreprindere și perioada de garanție oferită de către cel mai important concurrent	
		39	Raportul dintre valoarea cheltuielilor de service-ul post-vânzare ale întreprinderii și valoarea acestor cheltuieli în cazul celui mai bun concurrent	
		40	Raportul dintre numărul centrelor de service la nivel național deținute de către întreprindere și numărul acestora în cazul celui mai bun concurrent	
41	Raportul dintre timpul de răspuns în vederea asigurării service-ului pentru produsele exportate de către întreprindere și timpul de răspuns, în cazuri similare, pentru cel mai important concurrent			

Sursa: concepția autorului.

Notațiile sunt relativ sugestive, pentru o mai rapidă identificare și pentru a facilita lucrul cu indicatorii, având în vedere că, deși sunt simpli, numărul acestora poate conduce la introducerea unor erori de calcul, influențând negativ rezultatul analizei și împiedicând concluzii juste ale aplicării modelului. Se poate adăuga faptul că o parte a indicatorilor de calitate autorelativi pot fi calculați și ca relativi, comparativ cu cel mai bun concurrent. Ultimul set,

indicatorii relativi, sunt dificil de cuantificat, motiv pentru care se poate recurge la un sistem de notații pe scale de valori (de la 1 la 100, pentru a păstra rezultatul zecimal sau o altă modalitate). În acest caz evaluarea este subiectivă și depinde, în bună măsură, de profesionalismul și experiența specialiștilor angrenați în finalizarea unui eventual proiect de evaluare a competitivității unei întreprinderi care decurge din activități inovative.

De asemenea, trebuie menționat faptul că unele date necesare construirii indicatorilor de calitate, precum condițiile de creditare, ofertele promoționale etc. pot fi dificil de obținut, mai ales cele referitoare la concurență, însă un sistem de monitorizare atentă a concurenței, bine pus la punct, reprezintă o condiție importantă ale acumulării de competitivitate fiind, totodată, una dintre cele mai importante „restricții” ale aplicării oricărui model pertinent care și-ar propune să evalueze competitivitatea unei entități economice.

Cu toate acestea, indicatorii sunt foarte relevanți și sunt utili în principal la niveluri agregate (industrie, sector sau economie națională), unde datele pot fi furnizate direct de către întreprinderile evaluate, sub formă de rate, de exemplu, pentru a nu divulga informații care pot fi confidențiale.

Bc3. Indicatori privind caracteristicile mediului organizatoric

Studiul efectelor activităților inovative la nivel de întreprindere asupra competitivității acesteia trebuie să înceapă cu evidențierea unor caracteristici generale menite să-și aducă o contribuție importantă la performanțele viitoare ale întreprinderii. Acestea se referă la cadrul organizatoric general, măsurat prin numărul de niveluri ierarhice, ponderea personalului cu funcții de conducere în total personal, timpul mediu zilnic afectat discuțiilor pe marginea problemelor concrete (așa numitele ședințe de lucru, la diferite niveluri), numărul mediu de departamente implicate în construcția echipelor de proiect etc.

În **Tabelul 5** se prezintă sintetic întregul set de indicatori privind caracteristicile mediului organizatoric al întreprinderii.

Tabelul 5 Centralizatorul indicatorilor privind caracteristicile mediului organizatoric al întreprinderii

COD INDICATOR	CATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI SAU BAZA SA DE CALCUL	
Bc3	INDICATORI PRIVIND CARACTERISTICILE MEDIULUI ORGANIZATORIC	4 2	Raportul dintre numărul de niveluri ierarhice de conducere și numărul total al nivelurilor ierarhice
		4 3	Raportul dintre numărul personalului cu funcții manageriale și numărul total de personal
		4 4	Raportul dintre timpul mediu zilnic afectat discuțiilor pe marginea problemelor concrete (așa numitele „ședințe de lucru”, la diferite niveluri) și numărul zilnic de ore afectate producției
		4 5	Raportul dintre numărul de departamente implicate în construcția echipelor de proiect și numărul echipelor de

Sursa: concepția autorului.

Cc. Indicatori de piață și indicatori ai integrării în mediul de afaceri

Mediul în care activează întreprinderea este, de regulă, unul complex și de multe ori pervers. În afară de mediul cu impact direct, care constă în efectele pieței – și acesta, de multe ori, cu capcanele sale – mediul de afaceri al unei întreprinderi, fie chiar și de dimensiuni mici sau medii, comportă unele aspecte referitoare la relațiile cu autoritățile administrației centrale și/sau locale, cele cu partenerii de afaceri și colaboratorii, inclusiv cu organizațiile patronale/sindicale, profesionale sau culturale, precum și cu alte organizații ale societății civile, care pot influența direct sau indirect anumite canale informaționale – formale sau informale – utile firmei, pot crea anumite bariere administrative sau de altă natură care pot dăuna, în anumite situații, proceselor de afaceri ale firmei. În ceea ce privește evaluarea situației întreprinderii pe piețele pe care își oferă produsele, un rol important în cuantificarea competitivității globale a acesteia este atribuit unor indicatori mai uzuali, precum prețurile practicate comparativ cu cele ale firmelor concurente, cota de piață internă, ponderea valorii produselor exportate în totalul producției (valoric și/sau fizic), lungimea și eficiența canalelor de distribuție, eficiența mediilor publicitare, intensitatea relațiilor cu colaboratorii etc.

Tabelul 6 Centralizat indicatorilor de piață și indicatorilor privind integrarea în mediul de afaceri al întreprinderii

COD INDICATOR	CATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI SAU BAZA SA DE CALCUL	
Cc	INDICATORI DE PIAȚĂ ȘI INDICATORI AI INTEGRĂRII ÎN MEDIUL DE AFACERI	1	Raportul dintre prețul de comercializare de către întreprindere a produsului/serviciului și prețul similar al celui mai bun concurent
		2	Raportul dintre cifra de afaceri a întreprinderii pe piața internă și cea similară a celui mai important concurent (Cota de piață internă a întreprinderii)
		3	Raportul dintre cifra de afaceri a întreprinderii pe piața externă și cea similară a celui mai important concurent (Cota de piață externă a întreprinderii)
		4	Raportul dintre valoarea producției exportate și valoarea totală a producției (exprimată valoric sau fizic)
		5	Raportul dintre cheltuielile de marketing și costurile totale
		6	Raportul dintre numărul de agenți economici intermediari, între firma producătoare și clienți, și numărul de agenți intermediari în cazul celui mai bun concurent (lungimea relativă a canalelor de distribuție)
		7	Raportul dintre cheltuielile de lobby (exprimate prin valoarea însumată a sponsorizărilor anumitor manifestări culturale, sportive etc., a deplasărilor tematice sau altor activități similare) și cheltuielile totale ale întreprinderii

		8	Raportul dintre numărul de relații ale întreprinderii cu furnizorii tradiționali și numărul de relații cu toți furnizorii (Intensitatea relațiilor cu colaboratorii- furnizorii tradiționali)
		9	Raportul dintre numărul de relații ale întreprinderii cu clienții tradiționali și numărul de relații cu toți clienții (Intensitatea relațiilor cu clienții tradiționali)

Sursa: concepția autorului.

Dc. Indicatori deja utilizați, specifici cuantificării competitivității

Michael Porter prezintă în lucrările sale două modalități specifice de asigurare a unor atuuri concurențiale, care au ca rezultat existența a două tipuri de avantaj competitiv, bazat pe doi indicatori importanți ai competitivității. Unul dintre aceștia provine din subgrupa indicatorilor tehnico-economici – costul – iar celălalt, atât din cea a indicatorilor tehnico-economici, cât și din cea a celor de mediu – diferențierea. Acesta din urmă reflectă caracteristicile de calitate și serviciile post-vânzare, facilitățile comerciale practicate, respectarea termenului de livrare, dar și efectul de imagine, care în prezent se construiește, în principal, pe seama publicității intensive, prin activități de lobby sau prin implicare puternică în acțiuni specifice la nivelul comunităților locale.

Pentru a surprinde nivelul de competitivitate al unei întreprinderi, în literatura de specialitate sunt consacrate unele modalități de evidențiere a avantajului competitiv care au devenit repere importante pentru specialiști, inspirând, dealtfel, și lucrarea de față. Am considerat că aceștia trebuie exprimați în relații de calcul și avuți în vedere în crearea acestui model inovare-competitivitate, întrucât nu se suprapun peste nici unul dintre indicatorii prezentați până acum și sunt, chiar, complementari acestora, vizând, în principal, raportarea rezultatelor principale ale firmei la rezultatele similare ale întreprinderilor concurente.

Centralizarea tuturor indicatorilor clasici specifici care caracterizează competitivitatea unei întreprinderi este ilustrată în **Tabelul 7**.

Tabelul 7 Centralizatorul indicatorilor clasici specifici

Cod indicator	CATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI SAU BAZA SA DE CALCUL	
Dc	INDICATORI CLASICI SPECIFICI	1	Competitivitatea prin cost
		2	Competitivitatea prin diferențiere
		3	Competitivitatea prin viteză de reacție
		4	Competitivitatea prin flexibilitate
		5	Competitivitatea prin calitate
		6	Competitivitatea prin tehnologie
		7	Competitivitatea de promptitudine (de viteză)
		8	Competitivitatea de soliditate (de credibilitate)
		9	Competitivitatea de sensibilitate

		10	Competitivitatea de securitate (de dependență)
--	--	----	--

Sursa: concepția autorului.

4. Factori stimulatori ai relației inovare-competitivitate

Transformările legate de antrenarea permanentă a proceselor inovatoare în cadrul organizației în scopul obținerii unui nivel cât mai înalt de competitivitate cuprind, însă, și unele aspecte mai puțin vizibile care, deși nu au implicații directe, au căpătat amploare și o importanță deosebită. Aceste aspecte pot fi cuantificate cu ajutorul unor indicatori care descriu mai degrabă situația conjuncturală ce favorizează finalizarea și permanentizarea proceselor inovatoare și aspectele la care se referă se constituie în principalii factori catalizatori ai competitivității.

Astfel, importanța activităților de marketing și de relații cu colaboratorii (Public Relations - PR), numărul de niveluri ierarhice, modul de recrutare a resurselor umane și cheltuielile afectate pentru îmbunătățirea climatului organizațional și pentru creșterea permanentă a nivelului profesional al angajaților dă dimensiunea preocupărilor întreprinderii pentru crearea și impunerea unei imagini proprii pe piață, de a cărei construcție se preocupă în permanență.

De asemenea, nu trebuie subestimat rolul tehnologiei informației și comunicării (TIC), respectiv implementarea unei rețele informatice performante, achiziționarea unei programe de gestiune complex, modular și compatibil și chiar a unei rețele de telefonie (intranet) care să faciliteze vehicularea informațiilor de ordin profesional și nu numai, conferă întreprinderii o mai mare mobilitate și flexibilitate funcțională din punct de vedere organizațional, facilitează relațiile interumane, reducând timpul necesar comunicării formale și informale dintre actorii implicați la diferite niveluri ierarhice. Nu trebuie însă ignorate aspectele legate de pregătirea și instruirea unei părți importante a angajaților în utilizarea TIC, în principal atunci când se dorește implementarea acesteia la toate nivelurile, întrucât reprezintă o problemă deosebit de importantă și, din păcate, costisitoare și dificil de evidențiat la nivel de rezultate.

Tabelul 8 Centralizatorul indicatorilor de cuantificare a factorilor stimulatori ai relației inovare-competitivitate

COD INDICATOR	CATEGORIA	DENUMIREA INDICATORULUI SAU BAZA SA DE CALCUL
S	INDICATORII FACTORILOR STIMULATORI	1 Raportul dintre suma produselor dintre cheltuielile de marketing, pe articole, și gradul de importanță al acestora, și cheltuielile totale de marketing
		2 Raportul dintre cheltuielile privind îmbunătățirea mediului organizațional (a relațiilor interumane) și cheltuielile totale
		3 Raportul dintre cheltuielile pentru creșterea nivelului

		profesional al personalului (de training) și cheltuielile cu capitalul intangibil
4		Raportul dintre cheltuielile alocate sistemului tehnologiei informației și comunicării (TIC) și cheltuielile totale
5		Raportul dintre numărul de calculatoare și numărul total angajați
6		Raportul dintre numărul de personal angajat specific TIC și numărul total angajați
7		Raportul dintre valoarea cursurilor de training specific TIC și valoarea totală a cursurilor de training
8		Raportul dintre numărul de certificări internaționale în domeniul TIC și numărul de angajați în domeniul TIC
9		Raportul dintre numărul de posturi de telefonie fixă și numărul total de angajați
10		Raportul dintre numărul de posturi de telefonie mobilă și numărul total de angajați
11		Raportul dintre cheltuielile privind evaluarea impactului cheltuielilor de marketing și cheltuielile cu capitalul intangibil
12		Raportul dintre cheltuielile privind evaluarea impactului cheltuielilor privind TIC și cheltuielile cu capitalul intangibil
13		Raportul dintre suma rapoartelor dintre intrările și ieșirile anuale de personal pentru fiecare departament al întreprinderii și numărul total de angajați (Gradul mediu anual de stabilitate a personalului)

Sursa: concepția autorului.

Unul dintre rezultatele certe ale acestei prezentări îl reprezintă evidențierea complexității fenomenelor economice și manageriale implicate în relația dintre inovare și competitivitate, în principal la nivel de întreprindere industrială, aspect care impune continuarea eforturilor de cercetare în această direcție extrem de interesantă, actuală și necesară. Totodată, se pune în evidență importanța măsurării capitalul intelectual, cu multiplele sale fațete, încă neclarificate sub toate aspectele nici chiar la nivel internațional, ceea ce impune preocuparea mai atentă a cercetătorilor, actorilor din administrația publică, reprezentanților societății civile și nu numai.

Astfel, sperând că tema ar putea stârni interesul persoanelor cu preocupări similare, întrucât sunt deschisă în ceea ce privește orice obiecții și propuneri privind tema abordată, aștept sugestii pe adresa de e-mail kristianats@yahoo.com.

Raportor
 Ing.dr.Florin Popa
 Oficiul de Stat pentru Inventii si Marci.

Sunt lucruri de fundament intangibile care conduc la infiintarea unei firme, comercializarea acesteia sau lichidarea. Obiectele tangibile au partea lor de importanta, valoarea incorporata, desi cuprinde si intangibilul, oarecum se determina. Produsul realizat se valorifica ca atare, nu se mentioneaza suma intangibilului. Secretul firmei este cel mai greu de evaluat. Valoarea transferului firmei de la un proprietar la altul poate fi cuantificata. Firma se vinde cu totul pentru a se mentine concurenta, marca, prestigiul. Fiecare firma, in interiorul sau are un sistem propriu de evaluare este necesar un sistem standard, cu adaptari pe traseu. Dinamismul IMM se sustine mai usor, reorientarea este mai usoara. Standardul pe alocuri va suferi. Generalizarea unui sistem mediu de apreciere va sta in vederea reducerii subiectivitatii.

Riscul determina instabilitatea. Stiinta gestionarii riscului mentine un comportament deosebit. Inovatia contribuie la stabilitate, previziune si reducerea riscului si provoaca elemente de atragere.

A provocat o remarcabila dezbatere pe tema inovarii, circulatiei juridice a inventarului inovativ in cadrul economiei de piata functionala, recurgand la comparatii academice cu completari de studii de caz. Prezentarea elevata a patrimoniului inovativ a cooptat interesul asistentei. OSIM dispune de specialisti de mare prestigiu in domeniu.

Raportor ing. Ioan Olaru

Fundatia Carpatica.

Comunicarea stiintifica a raportorului a fost alocata axiologiei, structurilor mici, atelierilor de prototipuri cu potential creativ. Intreprinderea moderna este o întreprindere creativa. Nu marimea este fundamentala. Intreprinderile alocata in circuitul pietii scopul creativ, potentialul se observa in competitivitate
Capitalul intelectual inovativ cuprinde eurile: informationala, critica, logica dialectica: inovativa, energetica, volitiva, motivationala urmeza esentializarea si formalizarea.

Finalitatea este legata de viitor. Caracteristica intreprinderii trebuie sa cuprinda viitorul, realizabil in functie de capital potential + necesitate, interese, conjunctura, timp istoric, conditii interne, conditii externe realizabil concret cu ramurile cuantificabil si necuantificabil.

Comparimentele cunoasterii : specializata, sistemica, globala, multidisciplinara, interdisciplinara, transdisciplinara, conventionala, neconventionala ..., se cuprind in modelul si metodologia: optimizarii sinergice dupa criteriile valorice globale.

Valoarea capitalului intelectual constituie raportul dintre efortul de realizare a capitalului intelectual si efectul rezultat din aplicare= valorificare, induce eficienta, randamentul, competitivitatea, nivelul optim.

Ca valori capitalul intelectual se enumara: ca timp socialmente necesar, valoarea de intrebuintare = calitatea, comerciala, de schimb.

Categorii valorice: individuala si corporatista, national, regionala, continental, global.

Raportor

Lia Elena Porfir

Centrul de Tineret V.I.A. Ramnicu Valcea, Romania.

Inovatia in intangibil se creaza in mediul creativ, care converteste intangibilul in tangibil. Mediul creativ este destinat a propulsa un alt mediu creativ. In societatea cunoasterii preponderenta este circulatia mediilor creative. Climatul creativ este un element de evaluare. Constructorii mediului creativ sunt oamenii. Fiecare om este un purtator fragmentar al acestui mediu. Unificarea in scopul determinat determina evolutia societatii.

A solicitat sprijin in organizarea unui simpozion la Ramnicu Valcea.

Raportori.

Luciana Stanciu, Lucian Radu Stanciu= sociolog, Academia Romana.

Abordarea multidisciplinara a studierii capitalului intelectual contine doua fatete una invizibila = potentiala si una vizibila , ambele dependente de conditiile sociale. Identificarea factorului potential creator, a geniului; in Brancusi , un om simplu, a intuit geniul si l-a juta sa parcurga primele trepte ale socialului institutional: scoala, mediul comunitar mai evoluat.

Definirea capitalului intelectual atrage latura potentiala, a vocatiei si de rezultat, ambele evaluabile dupa criteriile statistice, sociologice. Chestionarul identifica prezumatul, potentialul, face parte din construirea viitorului.

Gabriel I. Nastase

Confederatia Sindicala Nationala Meridian

Specialist in coordonarea complexa a inovatiei a alocat repere privind elaborarea Dictionarului Manecognitiva pe criterii stiintifice, inovative, formarea unui colectiv de coordonare remunerat si inantarea catre Autoritatea a unui proiect cu toate detaliile. Dispune de un Grup de oameni capabili de a se incadra in rigurile stiintifice privind gestionarea capitalului intelectual.

Raportor

Cristian Apostol, auditor financiar.

A prezentat studiu de caz pe zona standardizarii, si necesitatii unui fond de investitii a capitalului intelectual. A dialogat la modul academic cu fiecare raportor.

Raportor

Cornel Resteanu

Institutul National de Cercetare Dezvoltare in Informatica.

Evidenta globala a capitalului intelectual presupune o retea vasta de logizare, acest lucru va fi posibil in viitor. Institutul pentru a dezvolta o asemenea tema are nevoie de alocarea unui timp pentru cercetare. Anvergura globala a Proiectului Congresului ipso facto incumba subproiecte pe masura si specializari astazi poate necunoscute sau aflate in stadii incipiente. S-a referit pe larg la comunicarea prezentata de Cristiana Tudor Soare.