

## MARKETINGUL ÎN NOUA ECONOMIE – NOI PROVOCĂRI

*Corina MATEI GHERMAN,  
Lector asociat, F.E.A.A., Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, România  
Victor GHERMAN, Dpl.Ing.*

*At the end of the twentieth century, it was believed that the current economic system will continue. It's great economic crisis of 1929-1933 that caused that even theorists who supported the economy have remained unemployed. In the early 1990s began to talk about the New Economy, the use of "perpetuating prosperity". It was when the company realized that the economic system into a process of radical change.*

*The information revolution, the demographic situation in the world are among the triggers of change, with long-term trend. The world economy began to show signs of fatigue, the number of unemployed soared while labor division reaches a maximum point. There are some signs that announce the arrival of a new knowledge society. To meet the new challenges of the knowledge based society, managers must design firms change processes, to finance, to withstand future global competitive market. Otherwise, they would not find any free market place and will disappear.*

**Keywords:** *creativity, innovation, change, performance, profit, competition.*

### **Metodă și metodologie**

Materialele utilizate în această cercetare sunt: literatura de specialitate, reviste specifice temei, materialele conferințelor naționale și internaționale și alte publicații.

### **Rezultate și discuții**

Societatea următoare va fi mai importantă decât noua economie. Semnele ei vin din țările dezvoltate: semnele îmbătrânirii populației și reducerea la fel de accelerată a generației tinere sunt fenomene care nu s-au mai întâlnit din perioada de decădere a Imperiului Roman.

În țările dezvoltate, natalitatea este de 2,2 copii născuții vii pe femeia aptă de reproducere. Declinul populației tinere, va stimula procesul de imigrație și va schimba fundamental structura piețelor internaționale, naționale, regionale sau locale.

Societatea următoare va fi o societate a profesionalismului cu înaltă valoare și specializare, care va constitui resursa cheie și vor constitui segmentul dominant al forței de muncă. Va avea trei caracteristici dominante:

§ **Mobilitate**, deoarece cunoștințele circula mai repede decât banii;

§ **Cunoștințele sunt accesibile tuturor** prin sistemul de educație adecvat;

§ **Aceste cunoștințe necesare constituie mijloace de producție pentru fiecare individ**, supus succesului sau eșecului de a fi angajat.

Competitivitatea va fi unitatea de măsură a activității, la nivel de individ, de firmă, instituție, etc. Pilonul principal de susținere a noii necesități vor fi specialiștii care vor deveni forța dominantă în economie, politică și societate.

Agricultura care a dominat societatea umană timp de zece mii de ani, a scăzut continuu. Acum este de cinci ori mai mică ca înainte de Primul Război Mondial. În anul 1913, producția agricolă reprezenta 70% din comerțul mondial, iar în prezent este de 17% și contribuția ei în produsul intern brut devine tot mai mică. Declinul agriculturii ca producător de bunăstare și asigurarea existenței, a produs un protecționism exagerat până la al Doilea Război Mondial, sub diferite forme de subvenții, reglementări, cu scopul de a ajuta și dezvolta agricultura.

Companiile multinaționale, au început să aibă organizare la nivel global pentru firmele ce produc bunuri și servicii și în final vor avea un centru unitar și un nou tip de

conducere la varf, ca o prelungire a conducerii executive, iar conducerea administrativă va rezolva problemele conflictuale pe termen scurt și cele pe termen lung.

Problema este urmatoarea: Ce trebuie să facă managerii de astăzi pentru a fi pregătiți să întâmpine societatea urmatoare? Ce schimbări majore pot interveni? Demografia nouă?

În Germania, în anul 2030 persoanele în vârstă de peste 65 de ani, vor reprezenta jumătate din populația adultă iar dacă rata natalității nu va crește peste 1,3/cap de femeie, va determina o scădere a populației actuale de la 82 milioane persoane la 70 milioane iar numărul persoanelor apte de muncă vor scădea de la 40 milioane la 30 milioane. În Japonia, populația de 125 milioane persoane va scădea în 2050 la 95 milioane persoane.

Rata de natalitate în Japonia este de 1,3 nașteri copii pe cuplu. Cifre asemănătoare de evoluție prezintă și restul țărilor din Europa: Franța, Italia, Spania, Portugalia, Olanda, Suedia și China.

De trei sute de ani, speranța de viață prezintă creșteri constante însă declinul populației tinere este un fenomen nou cu care se va confrunta omenirea.

America este singura țară care a evitat acest fenomen până în prezent. Natalitatea în America încă asigură rata înlocuirii dar populația adultă sigur va crește în următorii ani.

Până în cel târziu 2030 vârsta de pensionare în toate țările va fi în jur de 75 de ani, pentru a asigura forța de muncă și finanțarea sistemului de pensii.

Problema emigrării este și ea o provocare.

Institutul DIW din Berlin a estimat că la nivelul anului 2020, pentru a-și menține nivelul forței de muncă, Germania va trebui să importe anual peste un milion de oameni cu vârstă activă, Japonia 500 mii de coreeni. Pentru toate țările dezvoltate, emigrația forței de muncă va fi fără precedent, cu excepția Americii.

Imigrația va aduce mari implicații politice. Apar curente și partide xenofobe, cu lozinci “fără emigrație” precum în Austria, Belgia, Danemarca, Italia și chiar în America unde sindicatele se opun imigrației.

America, începând din anul 1970 a primit un număr mare de emigranți legal și nelegal, tineri a căror rată de natalitate este mai ridicată decât a populației băștinașe ceea ce va determina ca în viitorii 30-40 de ani populația Americii va continua să crească față de celelalte țări dezvoltate a căror populație va continua să scadă.

America și-a integrat cultural emigranții, în societate și în economie. Acțiuni similare au întreprins și țări precum Australia și Canada.

Imigrația secolului XX s-a orientat în general spre regiuni mai slab populate și dinspre zonele rurale spre cele urbane. Această emigrație aparține străinilor ca naționalitate, cultură, limbă, religie. Țările europene nu au reușit nici astăzi să-i integreze pe acești emigranți respectiv cetățenii adoptați.

Piața va fi dominată de preferințele populației tinere. Familiile cu un copil în China sau cele din clasa mijlocie care cheltuiesc mai mult pentru educația unui copil decât cheltuia pentru 3 sau 4 copii în trecut.

În viitor forța de muncă se va diviza în funcție de venit astfel:

1. Până la 45-50 de ani, cu venit stabil;
2. Cea peste 50 de ani, cu venit fluctuant, din activități succesive.

Tehnologiile înalte și cu specializările înalte, sunt primele din istoria omenirii adaptate perfect la nevoile specifice ale femeilor ca mame și ca longevitate crescută.

Longevitatea este cea care va diviza piața locurilor de muncă:

1. O perioadă de muncă de până la 50 de ani, fără precedent în istorie, este prea lungă pentru un singur tip de activitate;

2. A doua cauză a divizării pieții muncii este scurtarea duratei de viață a firmelor și instituțiilor, pe diferite profiluri.

În general durata de viață a unui angajat, nu depășește 30 de ani. În trecut firmele supraviețuiau prin angajații lor. O a doua cariera în a doua jumătate de viață a persoanei, este luată în considerație când se vorbește de resursele umane. Această a doua profesie este după pensionarea legală, ea devine liber-profesionistă, cu normă parțială sau pe termen limitat. Acest tip de pensionare timpurie în vederea continuării libere a profesiei este specifică îndeosebi persoanelor cu înaltă specializare.

### **Marketingul. Schimbările demografice. Noua forță de muncă**

Prognozele evoluției populației la nivelul anilor 2020, au un grad înalt de certitudine, deoarece această populație tânără este deja născută. Perioade de scădere a natalității sau înregistrat îndeosebi în perioada de prosperitate economică.

Demografia, greu prognozabilă și greu de controlat, nu va mai fi o provocare pentru Societatea următoare.

Aproximativ un secol în urmă, predomina munca manuală, agricultura meșteșugărească, iar 50 de ani mai târziu, muncitorii din fabrici reprezentau 35% din totalul forței de muncă. Se va reduce numărul muncitorilor care lucrează în industria producătoare. Expresia prestării de servicii a apărut în jurul anului 1920 și în prezent cei care execută altfel de muncă decât cea manuală sunt considerați ca prestatori de servicii. Singura categorie în curs de creștere este cea a forței de muncă cu înaltă specializare profesională și reprezintă cam 33% din forța de muncă activă în America.

Societatea bazată pe Cunoștințe se va deosebi de societatea actuală prin câteva aspecte esențiale:

§ Forța de muncă va fi compusă din elita profesională cu calificare înaltă, tehnolita care va forma o clasă socială în societatea capitalistă și vor fi promotorii mijloacelor de producție;

§ Calificare înaltă ce aduce o productivitate înaltă, performanță și inovare încorporată în bunuri și servicii. Vor deveni egalii celor pentru care lucrează și își vor pierde calitatea de angajat, lucrând într-un raport de parteneriat eficient;

§ Rolul femeii în societate și în producție va crește. Istoric vorbind, în cadrul muncii femeile nu au fost egale cu bărbații, acum situația s-a schimbat. Micile afaceri vor trebui conduse în tandem: ea și el.

În trecut, au existat munci specifice bărbaților și munci specifice femeilor. Biblia nu menționează nici un bărbat mergând la fântână după apă, ci doar femei. În societatea care urmează și tendința se observă de pe acum, profesiile au devenit “uni sex”, în sensul că pot fi executate atât de femei cât și de bărbați.

Prima profesie specializată a apărut în anul 1794, considerată exclusiv masculină, atunci când la Paris, Franța, a fost înființată Ecol Normale (Școala Normală), specializată în pregătirea cadrelor din învățământul inferior.

În timpul războiului din Crimeea (1853-1856), Florence Nightingale, a înființat a doua profesie specializată bazată pe cunoștințe specifice - cea de infirmieră, specifică numai femeilor. Nu a existat femeie medic în Europa înainte de anul 1890. Prima femeie care și-a luat doctoratul în medicină, a fost italianca Maria Montessori.

Deci, secretara de ieri va deveni asistent manager și gestionează activitatea managerului. Elita înalt specializată nu intra în categoria muncitorilor obișnuiți, deși prestează o muncă manuală, ei sunt considerați înalți specialiști.

În societatea următoare va crește numărul instituțiilor de învățământ superior care vor pregăti elite profesionale înalt specializate. Perfectionarea profesională nu se va încheia odată cu începerea muncii, ci ea va continua pe toată durata activă a vieții individului, deoarece cunoștințele de specialitate sunt depășite repede de inovație.

În această direcție evoluția sistemului informațional va juca un rol esențial. Specialiștii se vor defini după profesia lor: medic, jurist, profesor, inginer, etc. Ei vor fi resursa principală de progres în societatea viitorului, cu o mare mobilitate pentru a-și practica profesia.

Specializarea înaltă nu are un caracter ierarhic, ei sunt specialiști și nu subordonați. Munca specialiștilor elitiști nu va avea ca motivație principală câștigul, ci ea va fi mai mult un mod de viață. Cunoștințele înalte ale elitelor specializate nu se pot lăsa moștenire, ele se pot obține prin educație, plecând de la fiecare individ, de la ideea că orice persoană poate reuși în viață. Ei nu vor mai urmări siguranța financiară, ci vor urmări mai mult statutul social și bunăstarea socială. În acest context, competiția pentru afirmare va fi una foarte puternică. Nu există câștigători dacă nu există pierdanți.

Producția industrială prelucrătoare care până în anul 2000 avea o contribuție hotărâtoare la formarea PIB-ului, după această dată ea a fost depășită de sectorul financiar. Este un paradox. Prețurile produselor industriale sau redus constant, cele pentru învățământ și sănătate au crescut aproape de trei ori, inclusiv în România. Cu circa 40 de ani în urmă, costurile forței de muncă în prețul industriei prelucrătoare erau de 30%, acum ele sau redus la jumătate iar în industria de automobile cea mai automatizată ele reprezintă 20%.

Înainte Primului Război Mondial mai toate țările vest europene importau produse agricole. Astăzi agricultura produce de patru ori mai mult, țările au surplus de produse agricole greu vandabile. Singura țară care importa produse agricole este Japonia.

Populația care lucrează astăzi în agricultura modernă nu depășește 3% în nici o țară dezvoltată iar contribuția ei la formarea PIB-ului anului 2000 nu depășea 2%.

Prognoza pentru anul 2020 prevede o creștere a volumului de produse industriale, paralel cu o scădere a numărului locurilor de muncă cu 11-12% din totalul forței de muncă.

Pentru prima dată în istorie, economie dar și societate, nu mai sunt dominate de munca manuală, ci prin faptul că mai puține locuri de muncă, dar mai eficiente, mai productive și mai inovatoare, pot produce bunuri și servicii pentru toți. Deci mai puțini dar mai puternici și mai competitivi.

Susținerea prin subvenții a unor sectoare economice îmbătrânite, inclusiv agricultura, nu fac decât rău.

Și ne punem întrebarea: cum vor evolua firmele?

Din anul 1970, au existat câteva reguli după care ele funcționează:

1. Firma este “șeful” iar angajatul este “supusul” deoarece firma deține mijloacele de producție, angajatul produce cu mijloacele firmei, fără de care nu ar putea să-și valorifice munca personală;

2. Salariul primit pentru munca prestată este singurul venit pentru angajat și familia sa, cu care își finanțează costurile existenței umane;

3. Pentru a produce eficient, firma adună într-un singur loc mai mulți lucrători sub aceeași conducere pentru activități cu caracter economic, teorie elaborată după al Doilea Război Mondial de Robert Coase, economist nord-american. El a demonstrat că gruparea activităților într-un singur loc, reduce costurile afacerii, îndeosebi costurile legate de comunicație. Pentru această teorie a primit în anul 1991 premiul Nobel pentru economie;

4. Producătorii dispun de avantaje de piață deoarece dețin informațiile despre un produs/serviciu pe care consumatorii nu le au, având încredere în marca produsului;

5. Fiecarui domeniu tehnologic îi corespunde un domeniu industrial și invers. Din acest concept au fost create centrele și laboratoarele de cercetări proprii ale corporațiilor. Competiția se duce mai mult în interiorul unei ramuri industriale iar clienții știau ce produce fiecare companie și pentru care segment de piață.

Tot ce am prezentat a fost valabil aproape timp de un secol.

În societatea viitorului, vor exista schimbări:

1. Mijloacele de producție se vor afla în posesia tehnocelitelor<sup>19</sup>. Capitalul lor va fi egal cu cel asigurat de băncile finanțatoare, ele fiind în parteneriat și în relații de dependență reciprocă;

2. Referitor la forța de muncă, un număr tot mai mare de muncitori vor lucra cu contract de muncă cu durată determinată sau normă parțială ei pot fi chiar firme contractoare din exteriorul companiei;

3. Costurile cu comunicațiile se vor reduce până la a fi neglijabile datorită dezvoltării comunicațiilor prin tehnologia internet sau e-mail și nu mai necesită o integrare maximă a proceselor de producție. Astfel noul principiu de a organiza o firmă este dezintegrarea prin accesarea unor resurse exterioare firmei cum ar fi tehnologia informației, prelucrarea datelor, mutarea unor secții de producție în zonele unde forța de muncă este ieftină în timp ce conducerea firmei poate fi în Hong Kong iar producția în Brazilia. Acest tip de organizare se extinde tot mai mult astăzi. Firme din Belgia au secții de producție, de exemplu în China. Subcontractarea forței de muncă cu întreprinderile specializate poate reduce cu până la 30% costul cu recrutarea acesteia;

4. Problema clienților. Ei dispun de informații multe. Și există firme specializate care oferă clienților informații contra cost iar cine deține informația deține și puterea. Astfel tot mai mult puterea se transferă către client iar producătorul își pierde treptat rolul de vânzător, devenind în final pentru client / consumator un cumpărător. Altfel spus rolurile pe piață se inversează. Acest fenomen se manifestă deja în momentul actual, dar cu amploare mai redusă;

5. Tehnologiile devin tot mai puțin unice. Tehnologiile noi dau naștere unor industrii noi, cu care personalul nu este familiarizat. Marile inovații vin cel mai adesea din marile instituții și laboratoare de cercetare unde lucrează superelitele științifice și supertehnocelita. Asocierea, parteneriatele, de exemplu dintre o companie și un institut de cercetare sau universitate, vor fi "laboratoare" de cercetare ale viitorului. Au apărut "centre de naștere" în locul actualelor maternități.

Rolul marketingului în acest amplu proces de amenințări și schimbări la nivel global, este de a face cunoscut firmelor mediul diferit în care vor trebui să-și desfășoare activitatea în viitor, să fie pregătiți pentru schimbare, ca o condiție de supraviețuire pe viitoarea piață globală superconcurențială. Dacă vor naviga în direcția vectorului schimbării prin inovație, creativitate și performanță, vor fi printre învingători.

**În concluzie**, ne așteaptă un viitor cu amenințări grave pentru firme și existența civilizației umane. Societatea bazată pe cunoștințe în care vor trebui să-și desfășoare majoritatea firmelor activitatea în 2012, necesită acțiuni îndrăznețe bazate pe inovație, adaptabile, sustenabile, obiective care nu pot fi realizate decât prin ridicarea activității de marketing la nivel de decizie și prin a satisface nevoile unor clienți exigenți.

### Referințe bibliografice

1. Burloiu, P., *Managementul mondial al resurselor umane – o provocare*, (2010), Editura Independent Film, București.
2. Canton, J., *Provocările viitorului: principalele tendințe care vor reconfigura lumea*, (2010), Editura Polirom, Iași.
3. Drucker, P., *Managementul viitorului*, (2004), Editura ASAB, București.
4. Kotler, Ph., *Principiile marketingului*, (1998), Editura Teora, București.
5. Matei, Gherman, C., *Marketing, Diferențiere și poziționare*, (2010), Editura „Tehnica-Info”, Chișinău, Republica Moldova, Editura Tehnopress, Iași, România.

<sup>19</sup> Tehnocelita, cuvânt introdus de dr.ec. Corina Matei Gherman pentru a defini persoanele cu înaltă specializare profesională și teoretică.

6. Matei, Gherman, C., Doncean M., *Paradigmele comportamentului decizional în situații de incertitudine*, (2011), în volumul *Opinii Economice*, Editura Tehnopress, Iași.
7. Matei, Gherman, C., *Opinii Economice*, (2011), Editura Tehnopress, Iași.
8. Matei, Gherman, C., *Managementul și barierele schimbării*, (2011), *Tribuna Economică*, Nr.8, 23 februarie, pg.70-72., București, Iași.
9. Matei, Gherman, C., *Conceptul de marketing. Componente ale conceptului de marketing*, (2011), *Revista Univers Economic*, Anul III, nr.3-4(8), iulie-decembrie, Universitatea „Gheorghe Zane”, Iași.
10. Matei, Gherman, C., *Piramida Maslow – O posibilă interpretare*, (2012), pp.581-592, *International Journal of Learning & Development*, Published by Macrothink Institute, USA, Vol. 2, No 1 (2012), 30 ianuarie, [ijld@macrothink.org](mailto:ijld@macrothink.org); [www.macrothink.org/ijld](http://www.macrothink.org/ijld), ISSN:2164-4063.
11. Matei, Gherman, C., *Firma, preferințele consumatorului și dezvoltarea durabilă*, (2010), *Lucrările Conferinței Internaționale Științifice și Practice*, în volumul I, *Economic growth in Conditions of Internationalization*, volum editat de Institute of Economy, Finance and Statistics, Complexul Editorial-Poligrafic, IEFS, Chișinău, Republica Moldova.
12. Matei, Gherman, C., *Capitalul uman sursa performanței în firmă*, (2011), *Conferinței Internaționale Economic growth in conditions of internationalization*, Institutul de Economie, Finanțe și Statistică, Chișinău, Republica Moldova.
13. Porter, F., M., *Strategii concurențiale*, (2001), Editura Teora, București.
14. Stratan, A., și colab., *“Economic growth in conditions of internationalization”*, (2011), vol.conferinței, I.E.F.S., Acad.of Sciences Chișinău, Republica Moldova.