

STRATEGIA DEZVOLTĂRII STANDARDELOR ECONOMICE GERMANE

Ion MĂRGINEANU

Universitatea Liberă Internațională din Moldova

The material „Economic german Standards” examines the problem of the function of some internal and external standards in the economy of Germany, namely, the practicing of some traditional exigencies that are implemented during the last decades and that promot Germany on first position in the economic hierarchy of the world. The subject of the gigantic enterprises is tackled as well as the importance of the new economic policy referring to the small and middle entrepreneurship, the realization of the lasting economy, the role of the human factor and the experience accumulated by Germany in this domain.

În cercurile de afaceri ale lumii, Germania este tratată ca una dintre cele mai mari puteri economice. Aflându-se pe locul 3 după SUA și Japonia, cu cele peste 82 mln locuitori, ea reprezintă și cea mai mare piață din UE. Cu un PIB de 2216 mlrd Euro, ea a obținut un produs național de 26856 Euro per capita [1, p.91]. Cele mai mari realizări economice ale Germaniei sunt rezultatul politicii orientate către comerțul extern. Cu un volum al exporturilor de 734 mlrd Euro [2, p.91], ceea ce reprezintă o treime din produsul național brut, Germania devine în 2004 cel mai mare exportator al lumii (Tab.1).

Tabelul 1

Cei mai mari exportatori din lume, mlrd USD (2004) și Euro ulterior

Țara	Anii	
	2004	2005
Germania	911,8	782
SUA	817,9	723
Japonia	565,7	453
Franța	413,9	348
Italia	349,1	294
Republica Moldova*	981,5 mln USD	1 mlrd 91 mln USD

Sursa: 2004 [3, p.92]; 2005 [4, p.45] Republica Moldova [5, p.423]

* Aici și la mai multe tabele vom aduce, pentru comparație, și date statistice referitoare la Republica Moldova.

Din informația care vizează și anul 2005 observăm că între marile puteri ale lumii doar Germania a mărit volumul exporturilor. Celelalte țări au mers în scădere. Chiar și în cazul Republica Moldova se observă o ușoară creștere a exporturilor.

Forța motrice a realizărilor economice germane este industria. În 2004, mărfurile industriale constituiau 84% din toate exporturile. Nici o țară din lume nu exportă un volum atât de mare de mărfuri industriale. Germania reușește să se impună prin tehnologiile de vârf, prin organizarea comerțului și prestarea serviciilor din regiunea Ruhr, prin arealul economic din München și Stuttgart cu automobile și tehnologii moderne. Pe de altă parte, spațiul din Frankfurt pe Main se afirmă prin politici financiare și companii transnaționale de asigurări, iar cel din Köln, Hamburg, Leipzig – prin porturi, construcții de avioane și utilaje cu aparate sofisticate.

În comparație cu alte state, nivelul de viață în Germania este destul de înalt. În 2004, venitul brut lunar la un muncitor, era de 2500 Euro, iar al unui funcționar – de 3400 Euro. Germania mai este cunoscută și prin politica de conservare a prețurilor. În ultimii ani acestea au crescut doar cu 1,7%, iar exporturile – cu 33%, în timp ce comerțul mondial doar cu 10% [6, p.91].

Una dintre realizările politicilor economice ale Germaniei este reducerea șomajului. În anul 2005, numărul celor neangajați (4,5 mln) constituia 13,2%, cu reducere de aproximativ 5% în raport cu anul 2000. În același an 2005, în landurile de vest șomajul constituia doar 9,4%, iar în cele 5 landuri ale ex-RDG rata lui rămânea încă la 17% [7, p.92]. Această discrepanță are mai mult o motivație psihologică decât economică, dar în scopurile atingerii unui echilibru, prin diferite programe, guvernul federal orientează anual în acest spațiu peste 80 mlrd Euro. Pe de altă parte, spațiul economic german este suficient de atrăgător pentru investitorii străini. Adevărat este că, la acest capitol, Germania se plasează abia pe locul 4 (Tab.2).

Tabelul 2

Cele mai atractive state în plan investițional, % din numărul respondenților

Țara	%
China	52
SUA	38
India	18
Germania	17
Polonia	17

Sursa: [8, p.93]

În 2004 în Republica Moldova au fost investite 497,2 mln lei, iar în 2005 – 777,5 mln lei [9, p.371].

Pentru investitorii străini Germania este atractivă nu numai prin tehnologiile de vârf, dar și prin poziția sa geografică, cu o infrastructură atrăgătoare, cu o forță de muncă calificată și cu o legislație economică echilibrată. De la 1 ianuarie 2008, impozitarea antreprenoriatului a fost modificată. Ea a devenit mai convenabilă investitorilor străini prin faptul că, față de alte state, aici impozitele sunt cele mai mici (Tab.3).

Tabelul 3

Impozite în procente din venituri (2004)

Țara	%
Germania	9,5
Franța	10,2
SUA	11
Elveția	12,8
Marea Britanie	13,4
Suedia	18,9
Republica Moldova 2004	15,9
2005	12,3

Sursa: [10, p.95] [11, p.499]

Printre marile firme transnaționale, care au investit în Germania, sunt: General Electric SUA, care a investit la Garcing lângă München 500 mln Euro, Advanced Micro Devices, firmă din California, care, pentru construcția unei fabrici de prelucrare a cartofului, a investit la Drezda 2,55 mlrd Euro [12, p.93] și alte firme prestigioase din Anglia, Franța, Japonia, dar sub nivelul celor sus-numite.

Standardele economice germane au două politici economice: *Standard 1*, cu politici și realizări economice interne, incluzând parteneriatul economic intern, autonomia tarifelor, piața muncii, structura forței de muncă; *Standard 2* se preocupă de politici și activități economice externe.

În Germania lucrează 36 mln muncitori și slujbași, iar forța de muncă este repartizată în sectoarele economice foarte chibzuit (Tab.4).

Tabelul 4

Ocuparea forței de muncă pe ramuri ale economiei (în %)

	Germania	Republica Moldova	
	2004	2004	2005
Servicii	43,9	17,8	17,8
Producerea directă	30,8	22,6	22,2
Comerț, transport	23	19,1	19,3
Agricultură, pescuit, silvicultură	2,3	40,5	40,7

Sursa: [13, p.94], [14, p.87]

Indicatorii de bază ai standardizării sunt: calitatea infrastructurii, inovațiile, impozitele și calificarea personalului angajat în producere. Politica economică internă este creșterea calității produsului, profesionalismul muncitorului și infrastructura. Un indicator de bază al mecanismului economic intern este rețeaua căilor de comunicații, una dintre cele mai dense, mai extinse și mai bine întreținute în Europa (Tab.5).

Tabelul 5

Unele căi de transport ale Germaniei în raport cu alte state europene (în km)

Țara	Căi ferate	Drumuri auto	Căi maritime și fluviale interne
Germania	36054	12037	6636
Franța	29269	10223	5384
Marea Britanie	17052	3609	1065
Italia	16288	6478	1477
Republica Moldova	1139	3329	558

Sursa: [15, p.95] Republica Moldova [16, p.405]

*În statistica Republicii Moldova sunt incluse toate drumurile acoperite cu piatră

Din Tabelul 5 observăm că Germania depășește statele vecine la indicatorii menționați. Cu toate acestea, până în 2009 Germania va mai investi în aceste sectoare încă un pachet de 4,3 mlrd Euro, iar realizările germane în plan intern și extern se mai datorează și nivelului înalt de conștiință, calificare și predispunere către cercetare (Tab.6, 7).

Tabelul 6

Cota populației cu studii superioare în unele țări ale Europei, 2003 (în %)

Țara	Cota populației cu studii superioare
Germania	83
Marea Britanie	65
Franța	65
Italia	44
Spania	43
Republica Moldova (2004)*	10,1

Sursa: [17, p.95] * Republica Moldova [18, p.499]

În Republica Moldova, la fiecare 1000 de persoane cu vârsta peste 10 ani revin 101 persoane cu studii superioare. Presupunem că această metodologie de calcul a fost folosită pentru a mări indicatorii, care, de altfel, s-ar diminua cu 4% și ar constitui doar puțin peste 6%.

Tabelul 7

Aspirația spre studii și cercetare în unele țări ale Europei, % din numărul respondenților

Țara	%
Germania	43
Marea Britanie	15
Franța	5
Țările Scandinave	4
Belgia	2

Sursa: [19, p.95]

Nivelul înalt de calificare și predispoziția nemților către știință și cercetare sunt realizări ale evoluției etnogeneze germane, dar aceste tendințe sunt susținute, finanțate și promovate de marile întreprinderi care folosesc, *de facto*, forța de muncă.

Datele din Tabelul 8 demonstrează realizările marilor întreprinderi, cu efectiv de sute de mii de muncitori, obținute grație investițiilor orientate în factorul uman.

Tabelul 8

Realizări economice obținute grație investițiilor în factorul uman

Ramura industriei	Numărul muncitorilor	Vânzări, în mlrd Euro
Uzina de construcții a utilajelor rutiere	770 000	227
Ramurile electrotehnice	799 000	152
Construcția de automobile	868 000	142
Industria chimică	429 000	113

Sursa: [20, p.96]

Cu toate acestea, competitivitatea economiei germane în plan mondial nu se sprijină pe giganți de tipul celor nominalizați, ci pe 3,4 mln antreprenori de nivel mic și mijlociu, cât și pe întreprinderile individuale, iar realizările științifice și economice vin în temei din colaborarea conglomeratelor – producători, furnizori, cercetători, manageri etc.

Pătura medie a antreprenoriatului german o constituie firmele cu vânzări sub 50 mln Euro și cu un personal de sub 500 de oameni, în care lucrează peste 70% din forța de muncă germană, iar după ramuri ei sunt repartizați după cum urmează: 49,8% – servicii, 31,4% – industrie, 19,7% – comerț, sub 3% – agricultură. Capitalul firmelor mici și mijlocii se află la dispoziția antreprenoriatului privat, iar politica economică a acestui sector este de a ocupa nișele libere ale piețelor interne și externe.

În activitatea economică a antreprenoriatului mic și mijlociu un rol deosebit revine femeilor, a căror cotă-parte o constituie 22,5%. La cererea sectorului mediu, guvernul federal a acceptat simplificarea procedurilor de înregistrare și lichidare a documentelor de activitate și, astfel, au fost înlăturate formele birocratice care frâneau evoluția normală.

Standard economic german 2 intuiește activitatea economică purtată de Germania cu partenerii străini, adică prezența economică a Germaniei cu mărfuri și servicii în alte spații și atragerea antreprenoriatului extern la activitatea comercială, de producere și de cercetare în teritoriile germane.

În cadrul programelor la nivel macro, prima parte se realizează de către giganții industriei germane Siemens, Mercedes, BMW, Volkswagen, Adidas, Nivea etc., iar antreprenoriatul mic și mijlociu stabilește și întreține relații directe cu partenerii străini pe orizontală. Cel mai important moment este că nimeni nu este protejat decât de lege. Politicile bursiere ale băncilor, concernele industriale, firmele mari, care oferă servicii, de rând cu antreprenoriatul mic și mijlociu, asigură permanent eficiența economică și prestigiul Germaniei în lume. În Tabelele 9 și 10 sunt prezentate realizările firmelor „gigant” din domeniul industriei și serviciilor, care determină poziția Germaniei în economia mondială.

Tabelul 9

Cele mai mari firme din industria germană, mln Euro (2004)

Firma	Dimensiunile firmelor
S.A Daimler Chrysler	142059
Volkswagen	889563
Siemens	75167
S.A EON	44745
BMW Group	44335

Sursa: [21, p.100]

Tabelul 10

Cele mai mari firme germane care oferă servicii, realizări în mln. Euro (2004)

S.A.	Realizări
S.A. Deutsche Telecom	57880
S.A. Deutsche Post	49168
S.A. Deutsche Bahn	23962
S.A. TUI	18046
S.A. Bertelsmann	17016

Sursa: [22, p.100]

Un alt aspect al relațiilor economice externe, practicat în Germania, este cointeresarea celor din exterior cu posibilitățile pe care le poate ea oferi. Este vorba despre oferta externă a Germaniei care are 10 motivații.

1. Cu o populație de peste 82 milioane oameni, Germania reprezintă cea mai mare piață în Europa.
2. Poziția sa geografică, din centrul Europei, facilitează accesul mărfurilor din exterior.
3. Piața internă este liberă pentru antreprenorul extern și oferă 2,7 milioane locuri de muncă.
4. Respectarea standardelor internaționale în domeniul relațiilor umane. Peste 7 milioane de străini trăiesc și muncesc în Germania.
5. Calificarea specialistului german este peste tot apreciată în lume. 383 școli superioare acoperă necesitatea internă de cadre și oferă servicii de specialitate în exterior.
6. Putera inovativă. La un milion de populație germană revin 277 patente de invenție. Nici o țară din lume nu a atins astfel de performanțe.
7. Infrastructura modernă: porturi aeriene, maritime și fluviale, conducte, șosele, căi ferate și de comunicații asigură funcționalitatea excelentă a tuturor componentelor economiei germane (Tab.5).
8. Transparența reglementărilor. Adevărat, la acest capitol Germania se plasează abia pe locul 4 în lume.
9. Pătura medie a producătorilor (75% din toate întreprinderile germane) sunt de nivel mic și mijlociu.
10. Semnul mărcii „Made in Germany” garantează calitatea mărfurilor și asigură succesul lor în toată lumea. De această marcă pot profita și investitorii externi.

Germania mai este țara care organizează cunoscute târguri internaționale. Printre cele mai vestite pot fi nominalizate; Expoziția Internațională de Automobile, care se organizează o dată în 2 ani la Frankfurt pe Main, Săptămâna Verde – expoziție de produse agroalimentare și horticultură organizată anual încă din 1926 la Berlin și care este vizitată de fiecare dată de cel puțin 440 mii vizitatori, ori Târgurile de carte de la Düsseldorf și Frankfurt pe Main la care participă peste 7 mii expozanți. Acest târg are o tradiție de aproape 60 de ani. Târgurile de turism și cele industriale au devenit deja tradiționale, dar cel mai modern este Târgul Internațional de Tehnologii Informaționale de la Hanovra. Cu 6 mii expozanți (din care 50% sunt străini), cu o suprafață de 30 ha, acest târg se impune deja ca o manifestare științifico-aplicativă. Aici se demonstrează performanțele tehnicii digitale, se organizează întâlniri, conferințe științifice etc. După SUA, Germania a reușit să plaseze în spațiul european 23,5% din patentele lumii (Tab.11).

Tabelul 11

Statele cu cele mai multe patente plasate în Europa (%)

Țara	Ponderea
SUA	24,4
Germania	23,5
Japonia	17,9
Franța	7
Elveția	3,6
Italia	3,5
Regatul Unit al Marii Britanii	3
Olanda	2,8
Celelalte țări	13,2

Sursa: [24, p.44]

În anul 2004, 18% din toate patentele de invenție emise în Germania au fost înmânate autorilor străini. Guvernul Federal german alocă anual peste 2,5% din PIB pentru cercetare și dezvoltare (pentru comparație: în UE acest procentaj este de 1,9, iar în Republica Moldova în 2004 constituia 0,9%, în 2005 – 1% [23, p.186]). La acest capitol, pentru anul 2010, nemții planifică deja 3%.

Politicile economiei durabile sunt realizate mai eficient decât oriunde în lume. În programele ei, până în 2020 vor fi alocate investiții de 200 mlrd Euro. Azi stațiile electrice eoliene acoperă deja 5% din totalul producției, iar până în 2010 se vor produce 12,5%. În scopul obținerii energiei electrice pe baza bateriilor fotovoltaice, a maselor biologice și a puterii curenților de aer au fost alocate 11,5 mlrd Euro. Pentru realizarea acestui program vor fi create 130 mii locuri de muncă, iar până în 2032 nemții vor închide toate stațiile atomoelectrice. Încă în 2006 aceste sarcini erau realizate cu peste 50%.

O atenție deosebită este acordată părții de Est a Germaniei (fosta RDG), care are încă restanțe la mai multe capitole. Întru atingerea unui echilibru, Guvernul Federal va transfera anual aproximativ 4% din PIB, iar până în 2019 aici vor fi vărsate peste 156 mlrd Euro.

Cu toate acestea, deși la nivel industrial și tehnologic potențialul s-a echilibrat, procesul de convergență este mai lent decât s-a așteptat. Psihologia socială și factorul uman este cauza întârzierilor. Politica standardelor economice germane s-a modificat în dependență de actualitatea relațiilor interstatuale. Germania s-a dezis de doctrina hegemonică și promovează conceptul unui parteneriat echitabil. Acest lucru se observă mai ales în relațiile sale cu statele vecine, apoi cu cele membre ori nemembre ale Uniunii Europene.

Referințe:

1. Tatsachen über Deutschland. Auswärtiges Amt. Referat K-03. - Berlin, 2005 (1,2,3,6,7,8,10,12,13,15,17,19,20,21,22).
2. Deutschland: Revistă de politică, cultură și economie. (Berlin). - 2004. - Nr.4 (4, 24).
3. Anuarul statistic al Republicii Moldova. - Chișinău: Statistica, 2006
ISBN- 978-9975-98-28-1-8 (5,9,11,14,16,18,23).

Prezentat la 21.03.2008