

Direcții strategice ale politicilor de postaderare la Uniunea Europeană ale României

Oscar Hoffman

Institutul de Sociologie
al Academiei Române

Ion Glodeanu

Institutul de Sociologie
al Academiei Române

Integrarea României în Uniunea Europeană, în 2007, ne pune în fața unei întrebări fundamentale : în ce măsură este economia românească pregătită să facă față cerințelor competiției pe o piață unică europeană ?

Studiul încearcă să răspundă la această întrebare discutând principalele direcții ale strategiei românești. Sunt prezentate principalele obiective ale „Strategiei Lisabona 2000” – începând din 2007, acestea vor fi și obiectivele asumate ale României. Acestea trebuie să fie analizate și integrate în politicile și strategiile românești de dezvoltare economică și socială.

Lucrarea discută de asemenea decalajele dintre România și țările care au aderat la Uniunea Europeană în 2004, în anumite domenii. În concluzii sunt sugerate posibile căi de a reduce aceste decalaje și de a ierarhiza principalele priorități.

Elementele componente ale „Strategiei Lisabona 2000”

Pregătindu-se pentru aderare și postaderare, România este pusă în fața unor cerințe (constrângeri) de orientare vizând cooperarea cu țările Uniunii Europene în condiții de competitivitate cât mai bune și asigurându-se un nivel de viață crescând.

Pentru aceasta, nu este, evident, suficient a îndeplini exigențele așa-numitelor „dosare de aderare”, ci – cu deosebire – a ne pregăti pentru o aderare cât mai competitivă. Cerințele „dosarelor de aderare” cuprind măsuri din partea României care să asigure că intrarea noastră în Uniunea

Europeană *nu* va crea probleme pentru celelalte țări, dar nu implică și acțiuni care să ne conducă spre o competitivitate cât mai eficace. Acestea rămân la dispoziția și libera alegere a fiecărei țări. Tocmai asupra problemelor legate de politicile opționale postaderare dorim a contura câteva subiecte de discuție.

„Strategia Lisabona 2000” cuprinde un sistem de prevederi care oferă politicii Uniunii Europene caracterul unei adevărate strategii. Elementele acestei strategii sunt :

1. *Precizarea contextului* : problemele rezultate din procesele de globalizare, trecerea la economia condusă prin cunoaștere, accelerarea ritmurilor schimbărilor.

2. *Tipul de abordare a contextului* : „Uniunea trebuie să modeleze aceste schimbări într-un mod consistent cu valorile și conceptele societății”.

3. *Scopul* : Uniunea Europeană să devină cea mai competitivă și dinamică economie bazată pe cunoaștere din lume.

Obiectivele :

- creșterea economică durabilă ;
- locuri de muncă mai multe și mai bune ;
- consolidarea coeziunii sociale ;
- dezvoltarea serviciilor satisfăcute de economie ;
- modernizarea modelului social european etc.

Mijloacele :

- o mai bună politică în domeniul cercetării-inovării, crearea „Ariei Europene a Cercetării și inovării” ;
- investiția în oameni ca element crucial în trecerea spre economia cunoașterii, crearea unei unificări prin „Aria Europeană a Cercetării-Inovării-Învățământului” ;
- crearea unui mediu de afaceri favorabil dezvoltării economice și stimulării afacerilor inovative, asigurarea unor relații de încredere între actorii economici ;
- rolul activ al statului bunăstării și implicarea sa directă în procesele de transformare social-economică ;
- rolul antreprenoriatului în coordonarea evoluției întreprinderilor pe baza principiului „responsabilității sociale corporative”.

Luând această strategie ca un cadru general de acțiune, țara noastră trebuie să țină seama de trei precizări deosebit de importante :

1. Intrarea altor țări în Uniunea Europeană nu presupune revizuirea strategiei sau a

unor ținte ale acesteia, „acestea fiind ținte pentru întreaga Uniune, cât și pentru fiecare țară individual. Acestea rămân valabile pentru o Uniune alcătuită din 25 sau mai multe țări”¹.

2. Fiecare țară trebuie să-și elaboreze un plan propriu de realizare a prevederilor generale ale „Strategiei Lisabona 2000” care să includă strategia națională corelată Uniunii Europene².

3. „Țările candidate vor continua să fie judecate separat pe baza propriilor lor merite. Se aplică principiul diferențierii”³.

În raportul cu aceste prevederi, am dori să formulăm și să tratăm următoarele patru teze corelate țării noastre :

- a) Nu avem, de fapt, o strategie de acțiune.
- b) Confundăm societatea cunoașterii cu societatea care, în general, folosește cunoașterea.
- c) Considerăm, în mare măsură, cercetarea și învățământul ca servicii care consumă fonduri, și nu ca principalii factori creatori de valoare adăugată.
- d) În general, dorim să realizăm societatea cunoașterii cu o mentalitate adecvată societăților industriale.

Ce este societatea cunoașterii ? Societatea condusă prin cunoaștere

Decodificări greșite

Conceptul *societatea cunoașterii* elaborat de Daniel Bell (1967) este o metaforă⁴ care se cere corect decodificată. Metaforele prezintă posibilitatea unei înțelegeri directe (intuitive) a realității (globalizarea implică

extinderea interconexiunii economiilor pe întregul glob). Totodată, metafora conține numeroase conotații, sensuri „asociate” care pot genera o înțelegere greșită (globalizarea nu este o omogenizare globală a economiilor naționale).

Într-adevăr, sintagma „societatea cunoașterii” a fost adesea decodificată greșit, prin înțelegerea sa sub aspectul cel mai simplificator: societatea care folosește cunoașterea. Greșeala este evidentă, căci în toate timpurile omul și-a bazat activitatea pe cunoaștere (în limitele fiecărei epoci). „Mai presus de orice, oamenii epocii de piatră au supraviețuit și au prosperat deoarece ei posedau cunoaștere, chiar dacă ea era redusă”. (Bell, 2000, 10)

Societatea cunoașterii nu semnifică nici acea societate care aplică în producție rezultatele științei. După Daniel Bell, „ceea ce ar putea fi numită prima industrie «modernă», datorită legăturii sale intrinseci dintre știință și tehnologie, este industria chimică” (Bell, 2000, 21). După Bernal, „industria electricității și magnetismului oferă primul exemplu de transformare a unui complex pur științific de experimente și teorii într-o mare industrie” (Bernal, 1964, 446).

Decodificarea (simplistă) a societății cunoașterii ca fiind o societate ce aplică fie cunoașterea în general, fie știința (mai restrictiv) duce la o deproblematizare a cerințelor de analiză, căci nu mai face o diferență clară și categorică între societatea industrială (care aplică direct știința în economie) de ceea ce ar fi societatea cunoașterii (postindustriale).

Această decodificare simplistă își are și o anumită justificare în însăși metafora folosită (ce poate fi „descifrată” mai greu în sensul său concret).

Societatea condusă prin cunoaștere

A vorbi de „societatea cunoașterii” sau chiar de „societatea bazată pe cunoaștere”

poate induce ideea unei societăți care folosește cunoașterea, ceea ce nu ar aduce nimic nou în analiza socială (ar fi un termen „redundant”).

Dacă dăm metaforei o legitimitate (considerând că aduce o conceptualizare a unei realități noi), atunci vom căuta să găsim ce este cu totul nou și fundamental în ceea ce privește raportul dintre cunoaștere și societate. La această problemă s-a gândit D. Bell elaborând teoria societății post-industriale (a cunoașterii). Folosind „principiul axial”⁵, D. Bell dă sens conceptului de „societate a cunoașterii” pe diferitele sale „fațete” (M. Bunge). Sintetizând analiza lui Bell, dar și alte contribuții, putem spune: Societatea cunoașterii este acea etapă a evoluției capitalismului care face din cunoaștere:

1. resursa principală a dezvoltării;
2. sursa principală a puterii, prestigiului și bunăstării;
3. spațiul principal al existenței și generării locurilor de muncă;
4. mijlocul principal al acțiunii noilor actori sociali ai dezvoltării;
5. zona principală a noilor tipuri de conflicte sociale;
6. baza tipurilor de decizie bazate pe cunoaștere (guvernanța și antreprenoriatul);
7. modul de ființare a competiției pe noile piețe globalizate;
8. axul principal al noii structuri sectoriale a economiilor⁶;
9. baza noilor inegalități sociale și interstatale și a noilor conflicte pe piețele mondiale;
10. axul noului sistem instituțional al societății etc.

Într-o primă definiție, societatea cunoașterii este acea societate în care „cunoașterea a devenit resursa principală și calea spre putere, prestigiu și bunăstare în lumea

modernă” (*Knowledge and Learning*, 1999).

Pentru a înlătura orice confuzie, mai recent, Uniunea Europeană a dat o definiție mai clară, care face posibilă o problematizare reală a noii etape. Astfel, „Grupul MERIT (Maastricht Economy Research Institute of Innovation and Technology) propune conceptul de economie *condusă* (s.n.) prin cunoaștere («knowledge-driven economy»)”. (New Light for Innovation Policy, 2000, 3)

Și această sintagmă este o metaforă care se cere decodificată. Cunoașterea, pentru a juca un rol activ, trebuie – așa cum am mai arătat – însușită de oameni. Conducerea prin cunoaștere presupune – ca realitate – conducerea societății prin exponenții cunoașterii: creatorii, cei ce prelucrează informația și cunoașterea, cei ce o difuzează, o folosesc, o organizează și execută managerul ei. Cu alte cuvinte, noua societate este „a cunoașterii”, „bazată pe cunoaștere” prin aceea că cei ce o reprezintă sunt exponenții noii resurse principale a dezvoltării, ei o creează, o folosesc și o difuzează în toate sectoarele sociale, făcând din ea resursa principală a activității umane.

A vorbi de conducere presupune a face apel la un domeniu esențial: *puterea*.

Descifrarea metaforei „condusă prin cunoaștere” ca exprimând „condusă prin exponenții cunoașterii” ridică noi întrebări, impune a formula noi probleme. Orice conducere reprezintă, evident, o relație socială, iar după Michel Foucault, orice relație socială are la bază o *relație de putere*. Uniunea Europeană introduce în definiția societății cunoașterii problematica puterii.

După M. Foucault, puterea este prezentă în orice relație socială. Puterea nu este deținută doar de unii, ci este un raport social reciproc, dinamic, dar inegal între diferitele grupuri sociale. „Puterea funcționează. Puterea se exercită în rețea și prin

această rețea, indivizii nu doar circulă, ci sunt tot timpul în poziția de a îndura și de a exercita această putere” (Foucault, 2000, 45).

Cunoașterea devine așadar noua resursă a puterii și, pe baza ei, se realizează conducerea. Conducerea pe baza cunoașterii nu înseamnă doar fundamentarea deciziilor de conducere prin cunoaștere, ci – în sens propriu – exercitarea puterii pe baza cunoașterii.

Cine exercită puterea ?

Înseamnă oare că toți cei ocupați în zona cunoașterii au puterea? Evident că această putere este inegal distribuită (în relația reciprocă exprimată de ea). „Uniunea Europeană se confruntă cu o schimbare de ansamblu rezultată din globalizare și provocările noii economii conduse prin cunoaștere.”⁷

Puterea devine instrumentul de dirijare a producerii, prelucrării, difuzării și folosirii cunoașterii. Societatea cunoașterii pune averea pe plan secund în exercitarea puterii (așa cum societatea industrială a pus originea socială ca bază a accesului la putere, proprie societăților feudale pe plan secund), făcând din cunoaștere noua sursă (principală) a puterii. Cunoașterea este finanțată, sprijinită, însușită, folosită din perspectiva accesului deschis spre celelalte resurse (inclusiv averea). Cunoașterea presupune noii actori, noua „clasă a cunoașterii” (Bell, 2000, 221-222), „clasa de specialiști” (Bell, 2000, 228) care produc cunoașterea. „Resursa de bază a societății postindustriale este personalul său științific” (Bell, 2000, 221-222).

Conducerea directă este preluată de noii antreprenori (la nivel organizațional) și noii guvernanți la nivel societal. A înțelege acest nou mecanism al puterii (prin cunoaștere) implică o nouă viziune asupra proceselor de structurare societală. Există „o logică” a proceselor :

1, Cunoașterea devine noua resursă principală a puterii.

2. Această realitate implică deținerea puterii de către noii actori principali ocupați în zonele creării, prelucrării, folosirii, difuzării managementului cunoașterii.

3. Exercițarea puterii prin cunoaștere are la bază o deținere și exercitare inegală a puterii. Foucault vorbește de „puterea suverană” (puterea oficializată: conducătorii politici, managerii) și „puterea disciplinatorie” (cea care se manifestă prin acceptarea „liberă” a puterii suverane de către cei care sunt celălalt „pol” al relației de putere ca relație reciprocă, dar nesimetrică).

4. Noua configurație a puterii se exprimă în noua sectorizare a economiei (Bell) în care majoritatea populației ocupate se concentrează în sectorul V (serviciile informatice) și subsectorul „a” din sectorul II (subramurile industriale ale cunoașterii de vârf: automatizarea, robotizarea, electronica, TIC etc.).

5. Direcțiile strategice ale dezvoltării devin acum cercetarea, învățământul, inovarea-dezvoltarea, managementul, deciziile politice luate pe baza cunoașterii, culegerea – prelucrarea – difuzarea informației.

Căutând a prezenta operațional noua configurație a structurii sociale pe *axul* conducerii, prin cunoaștere, vom arăta: factorul social activ determinant, care se află la baza schimbărilor, este reprezentat de *noile elite ale dezvoltării*. Acestea înlocuiesc treptat grupurile „tradiționale” ale societăților industriale (muncitorii de execuție, investitorii industriali, clasa mijlocie etc.).

Care sunt aceste elite?

– *noile elite intelectuale* prezente în sectoarele strategice ale cercetării – inovării – dezvoltării, învățământului, informaticii etc. ;

– *noile elite ale economiilor high-tech* care promovează inovarea sistematic, dorit, permanent, benefic și cu succes ;

– *noile elite sindicale* care trec de la relațiile conflictuale („jocul cu sumă nulă”) spre cele de parteneriat („jocul cu sumă pozitivă”);

– *noile elite ale societății civile* care aduc, tot mai mult, grupurile de cetățeni în sprijinul politicilor de „cunoaștere pentru toți și în beneficiul tuturor” (Uniunea Europeană);

– *noile elite ale guvernării* care asigură parteneriatul public-privat, stat – cercetare – învățământ – economie.

Astfel, „clasa cunoașterii” (Bell, 2000, 221-222), „clasa de specialiști” – „profesional class” (Bell, 2000, 228) – deținătorii de „capital intelectual” (Helping Businesses to Help Themselves, 2002, 15), elitele guvernării sunt cei ce devin grupurile de bază ale societății.

a) *Pe axul instituțional*, universitățile, unitățile de cercetare-inovare, instituțiile de culegere, prelucrare și diseminare a informației, firmele de consultanță, managementul, guvernarea etc. devin centrele principale, alături de departamentele de cercetare-inovare din întreprinderile inovative.

b) Ca urmare a noilor grupuri sociale promotoare ale schimbării, se modifică și configurația sistemului instituțional-productiv.

c) *Pe axul „producției materiale”* au loc deplasări fundamentale, ca urmare, de asemenea, a schimbărilor survenite în natura resurselor principale folosite.

Industria în societatea condusă prin cunoaștere

Economia de tip industrial „clasic” se caracterizează prin folosirea prioritară a resurselor materiale (substanțe și energie)

pentru a crea bunuri și servicii folosibile tot prioritar prin suportul lor material (o haină depinde de calitatea stofei).

Economia condusă prin cunoaștere produce, în principal, cunoaștere, bunuri intensiv-cognitive⁸, bunuri intangibile⁹, bunuri high-tech¹⁰, capital intelectual etc.

O societate nu poate trăi doar prin cunoaștere. Oamenii au nevoie de hrană, îmbrăcăminte, locuințe, mijloace de deplasare, tehnologii prin care să se producă aceste bunuri, servicii adăugate etc. Toate acestea exprimă rolul industriilor bazate pe cunoaștere care nu poate fi subapreciat. O înțelegere greșită și dăunătoare ar presupune subaprecierea producției materiale în societatea cunoașterii, generarea pericolului dezindustrializării.

Economia condusă prin cunoaștere are la bază transferul cunoașterii din sfera creației sale spre cea a inovării economice în general, creându-se o *nouă industrie*, care produce valoare prin cunoaștere (mai mult decât prin prelucrarea nemijlocită a substanțelor și prin consum de energie).

Valoarea adăugată de diferitele activități conexe cunoașterii face din instituțiile cercetării, învățământului, inovării, consultanței, transferului (operatorii de transfer) etc. elemente care acționează „din interiorul” economiei. Acestea nu mai pot fi socotite „factori” care „influențează” economia „din afara sa”, ci „momente” hotărâtoare ale procesului productiv-inovativ analog (dar nu identic) cu „clasicele” procese de obținere a altor resurse (materii prime, tehnologii, finanțare etc.). Ceea ce este *specific* resursei „cunoaștere” constă în aceea că ea poate fi folosită doar în măsura în care este înșușită de oameni (cunoștințe, experiențe, know-how, valori și comportamente etc.).

Resursele umane

Societatea condusă prin cunoaștere dă o nouă relație între cunoaștere și om. Rolul

prioritar al cunoașterii (printre toate celelalte resurse) implică (chiar echivalează) *rolul prioritar al resurselor umane*. Dar nu orice fel de resursă umană, ci doar cele care exprimă „capitalul intangibil”, „capitalul intelectual”, „capitalul social” etc. Toate aceste concepte exprimă aspecte ale resurselor umane intensiv-cognitive sau ale resurselor umane bazate pe cunoaștere (profesorii, cercetătorii, inventatorii, managerii, experții, consultanții, analiștii-informaticieni, proiectanții, lucrătorii-cognitivi¹¹). O expresie a noului management bazat pe asemenea resurse este cea a competențelor negociate (Hoffman, 1999, 32).

Prezentând aceste câteva aspecte caracteristice ale societății conduse prin cunoaștere, se degajă o concluzie de o mare importanță practică. Crearea societății conduse prin cunoaștere implică o *nouă mentalitate* cu privire la factorii schimbării, direcțiile acesteia și implicațiile lor asupra omului.

Tot așa cum edificarea societăților de tip industrial „clasic” (al tehnologiilor mecanice) a cerut (și a generat) o altă mentalitate față de cea proprie economiilor meșteșugărești, noua societate cere o altă viziune. Dar este ea (această viziune) creată și înșușită de România? Această întrebare este domeniul principal al actualului material. Răspunsul pe care-l vom argumenta este: în foarte mare măsură dorim a crea societatea cunoașterii acționând în și din perspectiva mentalității proprii societăților industriale „clasice”.

Poziția României în Uniunea Europeană

În legătură cu politicile de dezvoltare a țării, de-a lungul celor circa 17 ani (parcurși din 1990) s-a vorbit și se vorbește mereu de strategie, fără însă a se elabora una conformă cu exigențele necesare. Încă nu știm cum vrem să arate societatea

românească în viitorul apropiat sau mediu. Formulările de genul „trebuie”, „este necesar”, „se va urmări” nu sunt axate pe o analiză realistă a situației noastre.

Din anul 2001, Uniunea Europeană (în conformitate cu hotărârile de la Lisabona) realizează anual o analiză (pe baza datelor statistice la nivel național) a situației țărilor din Uniunea Europeană (în 2001 doar a celor 15, din 2002 a celor 28 de țări membre și candidate) privind inovarea, cercetarea, învățământul ca elemente esențiale ale dezvoltării contemporane (The European Innovation Scoreboard, 2005). Interesant este modul de evoluție a României.

În 2002, dintre țările candidate (13), România ocupa cea mai proastă poziție la cinci indicatori (din 14) și nici o poziție de lider. În 2003 se realizează o analiză mai complexă pe toate țările membre, candidate și asociate. Țările sunt studiate pe patru grupe :

1. cele care continuă să progreseze ;
2. cele cu un ritm mediu de schimbare slab, dar cu un nivel ridicat al inovării ;
3. cele cu nivel slab al inovării, dar cu un ritm mediu de schimbare foarte rapid ;
4. cele cu ritm de schimbare și nivel de inovare slabe. România făcea parte din acest ultim grup.

În 2005, țara noastră ocupă un loc deosebit de nefavorabil. Aflată în ultimul grup, al țărilor care se caracterizează prin *losing ground* („a pierde teren”), perspectivele sunt destul de incerte. Astfel, după analiza Uniunii Europene, pentru Ungaria, Slovenia și Italia ar fi necesari circa 20 de ani pentru a atinge nivelul mediu al celor 25 de țări ale Uniunii Europene, pentru altele ar fi necesari 50 sau mai mulți ani (The European Innovation Scoreboard, 2005).

Ce poate întreprinde România în vederea reducerii decalajului față de țările mai dezvoltate dacă Uniunea Europeană consideră că „ne-ar trebui mai mult de 50 de ani pentru ca Uniunea Europeană cu 25 de țări să ajungă din urmă (*to catch up*) nivelul SUA privind performanțele inovative” ?¹² (The European Innovation Scoreboard, 2005). Folosindu-se de metoda corelației rangurilor¹³ la cei 26 de indicatori analizați pe două grupe: a) „intrări” (16 indicatori privind potențialul de inovare, crearea cunoașterii și antreprenoriatul) și b) „ieșiri” (10 indicatori referitori la performanțele inovative și proprietatea intelectuală), studiul pe 2005 (făcut pe 29 de țări) plasează România pe ultimul loc (la „intrări” și pe ansamblul indicatorilor) și pe locul 23 la „ieșiri”.

Decalajul nostru față de alte țări (chiar dintre cele 10 care au intrat recent în Uniunea Europeană) este mare și nu se diminuează (Raportul metodologic, 25).

Iată situația sintetică a poziției actuale a României¹⁴ :

- indicatorul *innovation drivers* („generatorii inovației în agricultură”) – poziția 32 ;
- indicatorul „crearea inovației” – poziția 32 ;
- indicatorul „antreprenoriat” – poziția 30 ;
- indicatorul „performanțe” – poziția 27 ;
- indicatorul „proprietate intelectuală” – poziția 33.

Mai adăugăm faptul că în agricultură lucrează circa 25% din populația ocupată a țării, iar populația rurală este de circa 47% din totalul populației țării.

Cum putem să elaborăm o strategie de trecere spre societatea (economia) condusă prin cunoaștere plecând de la aceste

stări de fapt? Cum putem să ne aliniem „Strategiei Lisabona 2000” în conformitate cu structura acesteia (anterior amintită)? Se cere, în primul rând, să definim realul timp de societate pe care ne propunem să-l realizăm pe diferitele niveluri de timp.

Plecăm de la o societate cu o structură foarte neomogenă, în care elementele specifice economiei conduse prin cunoaștere (încă slab prezente) se îmbină (uneori conflictual) cu „zone” ale economiei de tip industrial (în fazele sale nemature, uneori) și cu aspecte ale unei economii agrare preponderent de subzistență. Cum vom putea înainta spre economia condusă prin cunoaștere de factură modernă și competitivă (căci, fără o economie competitivă, pe unele zone ale piețelor nu vom putea rezista contextelor de postaderare pe cele trei niveluri – de fapt, „istorice” – ale economiei – zone ale economiilor conduse prin cunoaștere, industriale, agricole)?

Un răspuns la această întrebare fundamentală este o *precondiție esențială* pentru elaborarea unei strategii realiste. Un anumit răspuns îl dă chiar Uniunea Europeană. „Pentru unele țări, cum ar fi Estonia, Bulgaria, Spania, Polonia, România și Turcia, decalajul inovativ crește” (Persistent Gap, 2006, 3). Și între aceste țări există mari diferențieri: „Malta, Slovacia și Polonia ar avea nevoie de 50 de ani pentru a realiza acest scop¹⁵” (Persistent Gap, 2006). Pentru România, este chiar greu a mai calcula șansele sale de ajungere din urmă măcar a mediei europene. Ungaria și Slovenia ar avea nevoie doar de circa 20 de ani. Decalajul se mărește deci și între țările est-europene, iar România se află în poziții defavorabile.

Transferul de la „Strategia Lisabona 2000” spre strategiile țării noastre

O „ruptură” în modul de gândire

Tot așa cum, în plan practic, trecerea spre societatea condusă prin cunoaștere implică o „ruptură”, o „frângere a tendințelor” și, deci, imposibilitatea folosirii extrapolărilor în analiza viitorului, la fel, în plan ideatic, al conștiinței oamenilor, societatea condusă prin cunoaștere reprezintă „o ruptură” în ceea ce privește modul de a gândi al oamenilor, tipul judecăților de evaluare și, mai mult, ipotezele tacite pe baza cărora realizăm aceste judecăți.

În planul cunoașterii explicite¹⁶, există o literatură bogată privind societatea cunoașterii. Uniunea Europeană a elaborat și a făcut public, numeroase documente teoretice. „Strategia Lisabona 2000” este publicată, la fel și reactualizările sale, prin diverse documente oficiale și studii de popularizare. Dar atât timp cât această cunoaștere rămâne externalizată¹⁷, nu a devenit cunoaștere internalizată, însușită de oameni, toată bogăția de idei, principii de acțiune, experiențe rămâne în afara vieții sociale. Mai întâi, se cuvine să fim conștienți de faptul că transferul cunoașterii din zona sa explicită în cea tacită nu se face de la sine, automat. Avem și în acest caz de-a face cu un proces de schimbare (dintre cele mai complexe și greu de realizat) care se poate realiza doar prin înlăturarea rutinei, inerției și chiar a rezistenței la schimbare.

Nevoia de cunoaștere este primul moment ce ar trebui analizat. Paradoxal, „nevoia de cunoaștere” este și ea un gen de cunoaștere capabilă a fi materializată prin sintagma „știi ce nu știi, știi că aceasta îmi este necesară și, de aceea, vreau să știi”. Nevoia de cunoaștere apare

pe baza unor motivații diferite și se orientează – prin aceste motivații – spre domenii diverse.

Nevoia de cunoaștere se exprimă la nivelurile: societal, organizațional, individual și – vom vedea – pune în mișcare numeroase mecanisme societale (printre care cele ale puterii). Capacitatea de a „traduce” principiile generale ale strategiei Uniunii Europene în programe realiste și eficiente implică, printre altele, valorificarea a două principii complementare de acțiune¹⁸. Cu alte cuvinte, se cere ca principiile generale ale „Strategiei Lisabona 2000” și alte materiale de orientare generală ale Uniunii Europene să fie transpuse în strategii și politici practice și realiste ale României.

„Transferul” reprezintă, în fond, crearea unei strategii care să rezolve problemele specifice nouă în viziunea practicilor moderne internaționale și, corelat, presupune să ne facem tot mai mult prezenți, în mod competitiv, în lumea globalizată, valorizând și valorificând resursele noastre și „pătrunzând” în această lume cu o gândire și practică proprii. A gândi global, dar și local, pentru a acționa local, dar și global, implică o „ruptură” în practică și gândire, o „ruptură” care nu înseamnă o neglijare a ceea ce s-a făcut bine, ci o reevaluare a acesteia pentru a trece la un nou tip de organizare a vieții societale.

Să descifrăm corect metafora

Reținând formularea *societatea condusă prin cunoaștere*, va trebui să ne schimbăm radical viziunea despre dezvoltare. Viziunea și strategiile specifice societăților industriale „clasice” pun accentul pe producția nemijlocit „materială”, cercetarea și învățământul acționând „din afara” proceselor productive, ca „factori” capabili să stimuleze crearea valorii și calității prin medierea desfacerii (valoarea depinde de serviciile aduse) și a producției. În noua viziune, cercetarea,

învățământul, antreprenoriatul, inovarea devin elementele de bază ale procesului economic propriu-zis.

Prin natura sa, societatea (economia) condusă prin cunoaștere implică inovare, căci procesele cunoașterii sunt inovative prin ele însele. În acest sens, sintagmele *economia condusă prin cercetare* (Helping Companies to Reinvent Themselves, 2003) și *economia condusă prin inovare* (Davidson, 2002, 7) sunt aspecte ale viziunii generale legate de „societatea condusă pe baza cunoașterii”. Învățământul devine principalul formator al resurselor umane în condițiile în care „resursele umane reprezintă principala putere a Europei” (7 into 6 Does Go, 2002, 13). Așadar, vorbind de societatea condusă prin cunoaștere, va trebui să dăm prioritate creșterii ponderii și, cu deosebire, a rolului celor care produc, inovează, difuzează, aplică, conduc procesele cognitive.

Noua viziune impune a vedea în cercetare, învățământ, culegerea și prelucrarea informației și în antreprenariat direcțiile strategice principale ale capacității noastre competitive postaderare.

Să cunoaștem ce se petrece în lume

Elementul esențial pe care trebuie să-l studiem și să-l înțelegem bine constă în noua bază pe care se desfășoară azi *competiția globalizată*.

În primul rând, Uniunea Europeană dă o altă definiție a competitivității, considerând-o „capacitatea economiei de a asigura populației sale atât standarde de viață superioare și în creștere permanentă, cât și rate superioare de angajare pe baze durabile” (*Industrial Policy in an Enlarged Europe*, COM, 2002).

Trinomul fluxului inovativ (cunoaștere – inovare – antreprenariat) stă la baza competiției bazate pe cunoaștere.

Intrând în Uniunea Europeană, țara noastră se va confrunta cu noi și serioase

forțe de constrângere și chiar de excluziune, în spațiul Uniunii acționând atât cooperarea, cât și concurența.

Să luăm în considerare faptul că în această competiție dură se schimbă criteriile valorice de desfășurare a luptei. „Pe măsură ce avansăm în noul mileniu, strategiile de dezvoltare se schimbă. Dorința pentru o creștere exclusiv economică face loc unei filosofii a problemelor sociale larg cuprinzătoare și care urmărește creșterea prosperității, calității vieții, sănătății și instrucției” (The Global-Local Development Continuum, 1999, 17).

Competiția pe bază de inovare și vizând, tot mai mult, diferențierea produselor pe principiile personalizării aduce o dimensiune nouă viziunii despre ce trebuie să facem. Pregătirea umană devine un ax principal al cerințelor legate de postaderare, împreună cu luarea în considerare a rolului nou al guvernantei (nu doar al statului) în trecerea de la „liberalismul clasic” (al politicilor de *laisser-faire*) la guvernanta (inclusiv statul) ca partener al actorilor sociali în calitatea de „garant al intereselor publice”.

Să ne precizăm bine prioritățile

Societatea condusă prin cunoaștere impune prioritatea generală a direcțiilor strategice de creare a cunoașterii, dar modul în care această prioritate se particularizează de la o țară la alta rămâne o opțiune națională. Nu vom putea dezvolta (la nivelul competitivității) toate ramurile economiei (inclusiv cele ale științei și învățământului). De aceea, suntem forțați să operăm *selecții* și *ierarhizări*.

Evident, spontaneitatea mecanismelor de piață va acționa pe linia selecției. Dar, așa cum practică și Uniunea Europeană, ținându-se seama de *caracterul imperfect și limitat* al mecanismelor piețelor libere, statul este obligat să intervină pentru a asigura orientarea economiilor spre

interesele publice. „La națiunile moderne, guvernul este principala instituție prin care societatea deliberează, definește, pune în aplicare normele care reglementează piața. [...] Guvernul răspunde acum de organizarea unei noi piețe. [...] Abdicarea guvernului de la responsabilitățile care îi revin de creare a pieței poate avea consecințe foarte arbitrare” (Reich, 1996, 104).

Problema nu constă în a vedea dacă statul trebuie să intervină în economie, ci în ce domeniu și cu ce mijloace.

Va trebui să fixăm deci prioritățile privind :

- ce ramuri și subramuri ar trebui dezvoltate în primul rând (pentru a nu deveni o țară doar importatoare de produse de înaltă tehnologie) ;

- ce domenii ale tehnologiei vom căuta a introduce (cum vom sprijini, de exemplu, trecerea spre producția personalizată) ;

- ce domenii ale cercetării vor avea aplicabilitate și cerere pe piețele interne și externe ;

- cum vom stimula inovarea organizațională cu ajutorul mijloacelor actuale, pe care și Uniunea Europeană le promovează (alianțele strategice, clusterelor, rețelele de cooperare eterogenă etc.) ;

- cum vom stimula cercetarea autohtonă, având în vedere tendința marilor companii internaționale, cu filiale în România, de a dezvolta cercetarea doar în țara „mamă” și de a reduce activitatea în filiale la producție.

Să asigurăm transferul strategiei spre actorii sociali principali

Fiecare etapă a schimbărilor sociale are actorii săi care o promovează. Pentru România, precizarea actorilor principali care trebuie sprijiniți cu precădere are o importanță deosebită, având în vedere, pe de o parte, slăbiciunile lor și, pe de altă

parte, greutățile cu care se confruntă (în contexte neprielnice). Din păcate, acești actori „pivot” ai avansării noastre spre societatea condusă prin cunoaștere nu se bucură de sprijinul necesar în suficientă măsură. Sub aspectul ponderii lor în cadrul populației ocupate, acești actori sunt nesemnificativi și (în domeniul cercetării) chiar în scădere.

Cercetarea are încă o piață reală redusă (deși nevoia de cercetare există) ca urmare, pe de o parte, a lipsei de fonduri necesare „cumpărării” rezultatelor cercetării de către întreprinderile autohtone și, pe de altă parte, a faptului că marile întreprinderi cu capital străin au cercetarea în țara „mamă”. Statului și agenților privați le revine rolul (și chiar obligația) de a subvenționa cercetarea, de a-i sprijini pe cercetători și a-i motiva să rămână în țară, să lucreze în cercetare și să depună eforturile necesare.

Adesea, dorim să creăm societatea condusă prin cunoaștere punând accentul pe actorii „clasici” ai industrialismului. Vorbim de faptul că industria este baza dezvoltării și creării venitului național, că „fondurile” pentru cercetare și învățământ sunt create în „producție” (ca și când conceptul de *producție* nu ar cuprinde cercetarea – inovarea – învățământul), că „producția” asigură fondurile „serviciilor” (din cercetare-învățământ). În acest fel, pentru cercetare (în anul 2007) se va acorda sectorului cercetare-dezvoltare un procent (1%) din PIB (în condițiile în care țările mult mai dezvoltate urmăresc să ajungă la 3%).

Viziunea despre cercetare – dezvoltare – inovare este următoarea: „Guvernul României va acorda o atenție deosebită sectorului de cercetare-inovare pentru a ajuta (capitolul 6 – s.n.) economia românească să obțină un avantaj competitiv durabil, precum și pentru a micșora decalajul de dezvoltare între regiunile din

România, precum și între acestea și regiunile din alte țări ale Uniunii Europene”¹⁹. Viziunea că cercetarea „ajută” economia, când de fapt cercetarea-inovarea fac parte din noua economie și sunt elementele sale cele mai dinamice, este de „factură” veche.

Necesitatea de a vedea în cercetători, profesori, inovatori, consultanți, manageri, informaticieni, ingineri automatiști etc. grupurile sociale principale ale societății noastre vine în contradicție cu mentalitățile (și interesele) unor politicieni care se bazează pe „masele” muncitoare, considerând intelectualitatea ca o categorie care nu se bucură de un prestigiu social deosebit în rândul multor alegători. A afirma că „elitele” (intelectuale, inclusiv cei ce lucrează în sectoarele high-tech ale industriei) sunt mai importante decât „masa muncitoare” pare a contrazice mentalitățile cu care ne-am obișnuit (în vechiul regim) și de care este greu (sau „riscant”) să ne rupem.

În fapt, se cere să se recunoască și să se practice o politică care să asigure realizarea cerinței societății conduse prin cunoaștere, și anume rolul de „pivot” al dezvoltării deținut de cei care creează, prelucrează, folosesc cunoașterea.

Apare un paradox: pe de o parte, se admite rolul determinant al cunoașterii în actuala etapă (capitolul 2.2.10, 13) și, pe de altă parte, *nu se are în vedere* rolul determinant al celor ce exprimă practic cunoașterea²⁰. Este un paradox rezultat dintr-o veche mentalitate confruntată cu o nouă realitate, cerându-se, așa cum este firesc, ca noua realitate să se coreleze benefic și cu o nouă mentalitate.

Cred că ar trebui părăsită viziunea de tip „industrialist” privind „clasa mijlocie”. Teoria „clasică” asupra „clasei mijlocii” a fost valabilă ca o replică a teoriei marxiste privind polarizarea societății capitaliste ce tinde să lichideze grupurile intermediare și să reducă structura de clasă la

două clase fundamentale (capitaliști și proletari). Contrar acestei teorii, realitatea țărilor capitaliste industrializate dovedește că ponderea „clasei mijlocii” (construită, în special, pe criteriul venitului) crește și cuprinde mici proprietari, liber-profesioniști, fermieri mijlocii, muncitori superior calificați, profesori universitari, artiști, cercetători de vârf etc.

Pentru societatea condusă prin cunoaștere, „clasa de mijloc” își pierde relevanța, fiind necesar a vorbi de „elitele” noi (menționate de acest material) care exprimă „axul” structurii socioocupationale și (ca tendință și pondere crescândă) actorii de bază ai societății în formare.

Să asigurăm transferul de cunoaștere spre actorii sociali principali

Pentru a fi „activă”, cunoașterea trebuie însușită de oameni, trebuie să devină „cunoaștere tacită” încorporată în „corpul oamenilor”. Cunoașterea explicită (din cărți, reviste, teorii, documente, brevete, protocoale, TIC etc.) nu poate avea nici un efect practic dacă nu trece în cunoaștere tacită (cunoștințe, comportamente, know-how, deprinderi, adeziuni valorico-normative, experiențe etc.). Cunoașterea tacită mai este prezentată operațional pe următoarele dimensiuni: a ști, a ști să faci, a ști să trăiești, a ști să înveți.

Tabelul 1. Modelul Nonaka²¹

De la cunoaștere		Spre cunoaștere	
		Tacită	Explicită
	Tacită	Socializare 1	2 Externalizare
	Explicită	Internalizare 3	4 Combinare

Cazul 1 (socializare) exprimă procesul transmiterii de cunoaștere pe baza experienței directe a celui ce o însușește (învățarea prin observare directă, copierea de comportamente, experiențe în comun par-

Din ce în ce mai mult, întreprinderile sunt evaluate pe baza *bunurilor intangibile* pe care le posedă (pregătirea salariaților, brevete și licențe disponibile, prestigiu, poziție pe piață) în locul bunurilor materiale (clădiri, înzestrare tehnologică, resurse materiale etc.).

Pregătirea umană poate fi realizată pe două căi: prin efort propriu și prin transferul cunoașterii dobândite de alte persoane și disponibile (cunoașterea explicită).

Transferul de cunoaștere (de la un om la altul sau din cărți, reviste etc.) nu poate fi decât parțial, căci aspectele subiective ale cunoașterii (experiențe, convingeri, comportamente, capacitatea de judecată, valorile însușite etc.) nu pot fi transferate decât foarte fragmentar și sub aspectele secundare (Hislop, 2005).

Un concept nou începe a fi tot mai mult folosit („comunitățile de practică”) în practica managerială de azi. „Comunitățile de practică reprezintă grupuri informale de oameni care au în comun o serie de activități de muncă intercorelate” (Cook, Broun, Bridging, 1999, 384). Comunitatea de practică, așa cum este ea concepută, ar oferi terenul social-motivațional al împărtășirii cunoașterii între membrii unei organizații.

Nonaka (Ijikiro) a elaborat un model dinamic al transferului de cunoaștere (tabelul 1).

țial – prin capacitatea de înțelegere și asimilare a elevului).

Cazul 2 (externalizare) se referă la toate procesele de „obiectivizare” a cunoașterii (Popper) prin cărți, studii, simpozioane,

protocoale, patente, mostre de laborator, aparatură etc. De regulă, externalizarea permite „obiectivarea” aspectelor logico-cognitive și mai puțin a celor psihoafective.

Cazul 3 (internalizarea) reprezintă modul prin care această cunoaștere obiectivizată (cazul 2) poate fi însușită de indivizi (devinând cunoaștere tacită).

Cazul 4 (combinare) se referă la reconstruirea cunoașterii explicite (dar prin medierea acțiunii oamenilor – deci a cunoașterii tacite).

Rezultă că la dispoziția întreprinderilor se află procesele de *tipul 1* (prin contactul

„față-în-față” dintre salariați și „educatori” – unele cadre tehnice, de cercetare, învățământul permanent, reciclarea și reprofesionalizarea etc.), cele de *tipul 3* (prin mijloacele de documentare puse la dispoziția salariaților) și, parțial, de *tipul 2* (prin experiența organizației) puse la dispoziția salariaților.

Un alt model pornește de la ipoteza conform căreia un anumit tip de cunoaștere tacită există (nu numai „în capul oamenilor”) și în unele grupuri sociale (Spender, 1996) (tabelul 2).

Tabelul 2. Tipuri de cunoaștere generică²²

	Nivel	
	Individual	Social
Cunoaștere explicită	Cultură însușită 1	2 Cultură obiectivată
Cunoaștere tacită	Autonomie 3	4 Cultură colectivă

Ceea ce aduce nou modelul este teza că individul intră în raport cu stocul de cunoaștere exterior lui (sub forma cunoașterii explicite sau tacite a altor oameni) doar prin medierea cunoașterii explicite. Cu alte cuvinte, raportul elev-profesor implică externalizarea cunoașterii tacite de către profesor (așa cum am menționat și noi anterior).

În orice cadru conceptual am judeca, întreprinderea trebuie să asigure transferul de la un tip de cunoaștere explicită (strategia sa, programele de acțiune, dispozițiile manageriale, normele de activitate etc.) spre cunoașterea tacită a salariaților.

În această activitate este necesar a lua în considerare specificul cunoașterii tacite (existentă în „capul oamenilor” sau „în grupuri”) de a avea o puternică coloratură subiectiv-afectivă, axiologică (bazată pe valori și norme însușite), personalizată (pe baza experiențelor unice, individuale). Transferul acestei cunoașteri nu poate fi

decât parțial, tot așa cum însușirea cunoașterii explicite (transformarea sa în cunoaștere tacită) poate fi tot parțială.

Pregătirea întreprinderilor pentru postaderarea competitivă

Ce tip de întreprindere dorim să avem ?

Nu există un unic răspuns care să profileze un singur tip de întreprindere care ar putea fi competitivă după aderare. Sunt câteva cerințe generale comune, dar adecvarea la contextele competitive postaderare poate fi diferită în raport cu subramura și dimensiunea firmei, zona în care acționează și – cu deosebire – în conformitate cu opțiunea managerială. Strategiile postaderare ale firmei trebuie pregătite de pe acum, experimentate, asigurate prin resursele necesare și, în special,

prin resursele umane. Puținul timp de care mai dispunem trebuie folosit din plin în această direcție.

Putem prezenta următoarea tipologie a întreprinderilor capabile de competitivitate (figura 1).

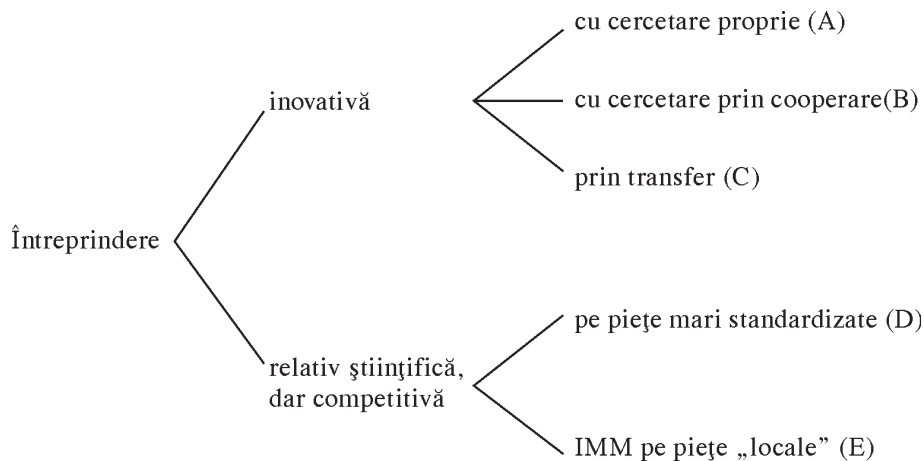


Figura 1. Tipologia întreprinderii

Tipurile de inovare dau și ele o diferențiere importantă (figura 2).

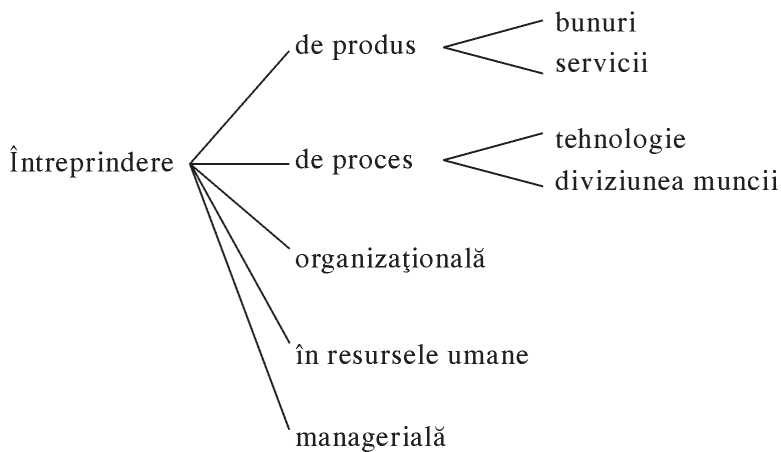


Figura 2. Tipurile inovării²³

În mare măsură, *inovațiile netehnologice* sunt o direcție importantă (accesibilă prin aceea că necesită fonduri reduse, dar afectează mult oamenii) la dispoziția managementului.

A folosi corect oportunitățile TIC

Tehnologiile informației și ale comunicării (TIC) se corelează direct cu societatea condusă prin cunoaștere prin aceea că ele reprezintă „vârful de lance” a ceea ce se numește *tehnologiile intelectuale*. Față de vechile tipuri de tehnologii (ale „corpului”, mecanice, sociale, ale „naturii”), „tehnologia intelectuală reprezintă substituția prin algoritmi (reguli de rezolvare a problemei) a judecăților intuitive. Acești algoritmi pot fi introduși într-o mașină automată, un program de computer, un set de instrucțiuni bazat pe unele formule statistice sau matematice” (Bell, 2000, 29-30).

Algoritmii devin tot mai complecși, făcând din tehnologiile care îi aplică forme eficiente ale „tehnologiilor inteligente”. Dar pentru a se crea această aplicare a cunoașterii în tehnologie, cunoașterea însăși a suferit schimbări majore. „Ceea ce a devenit decisiv pentru organizarea deciziilor și direcția schimbării constă în *centralitatea cunoașterii teoretice* (s.n.), primatul teoriei asupra empirismului și codificarea cunoașterii în sisteme abstracte de simboluri care, în orice sistem axiomatic, pot fi utilizate pentru a clasifica multe, diferite și variate arii ale experienței” (Bell, 2000, 20). Întreprinderile proprii societății conduse prin cunoaștere trec de la tehnologiile mecanice (la care „programul”, „algoritmul” se află „în capul” omului care le servește) spre cele informatice (inteligente), dar modul de folosire a acestora este foarte diferit.

TIC au o serie de caracteristici care contribuie la o mare și diversă aplicabilitate în toate domeniile de activitate umană. Dintre acestea, amintim:

- capacitatea de a ajunge (în principiu) în toate locurile de pe glob, realizând relații cu utilizatorii la distanță și în timp real;

- posibilitatea de „divizare”, TIC putând fi folosite de utilizatori înzestrați cu tehnologii foarte variate;

- adecvarea lor la necesitățile diverse de cooperare și contactare între actori foarte diverși, generând clustere, rețele, întreprinderi „virtuale” etc.;

- corelarea lor cu diversele tipuri de activități (gestiune, design, fabricație, comerț, birou, cercetare, învățământ, administrație etc., generând o infrastructură informatică pe plan național și internațional);

- costurile relativ reduse oferă oportunități mari de asimilare de către o masă mare de utilizatori (profesioniști și neprofesioniști);

- capacitatea de a uni activități diferite: calculatorul, poșta, transmiterea de programe de divertisment, filmare, documentare, „călătorii prin internet”, vizionare de spectacole etc. (multimedia);

- puterea lor deosebită de a se inova și de a genera inovare;

- capacitatea de a genera noi activități și, prin aceasta, noi locuri de muncă de nivel tot mai complex, devenind o pârgie principală în modernizarea economică și creșterea competitivității;

- transformă „starea” economiilor, orientându-le spre formele „virtuale”, putându-se vorbi despre „o economie virtuală care există doar în atmosfera rarefiată a cyberspațiului” (The Virtual Economy Gets Real, 2000, 10). Se formează o piață virtuală, bani virtuali, firme virtuale, e-commerce etc.;

- accesibilitatea lor de către IMM le oferă acestora o mare șansă de modernizare și de aplicare a tehnologiilor de vârf.

Dintre toate aceste direcții de aplicare și avantaje, întreprinderile pot selecta o paletă largă de oportunități.

A inova sau a muri

Societatea condusă prin cunoaștere implică, prin natura sa, inovare, căci însăși cunoașterea este un proces continuu care generează inovare.

Pe piețele globalizate ale noii economii, inovarea devine condiția esențială nu numai a competitivității, ci chiar a supraviețuirii pe principiul „inovezi sau mori” (Innovate or Die, 2002, 6). Astfel „pentru a rămâne competitive, companiile de azi trebuie să facă mai mult decât doar a avea produse sau servicii care sunt mai bune sau mai ieftine decât cele ale rivalilor lor. Ele trebuie, de asemenea, să adauge caracteristici, să îmbunătățească performanțele și să reducă prețurile. Ele trebuie să fie mai rapide în a deschide noi linii. Dacă ele doresc să crească, pot crea în întregime noi piețe. În mod real, ele trec la a se reinventa – și nu o dată, ci permanent” (Joined-Up Innovation, 2000, 3). Marea competiție se duce azi pe terenul inovării, al transferului cunoașterii și invențiilor în diferitele zone ale societății. În lumina unei noi definiții date de Uniunea Europeană, inovarea reprezintă „capacitatea de asimilare și convertire a noii cunoașteri pentru a spori productivitatea și a crea noi produse și servicii” (The Virtual Economy Gets Real, 2000, 10).

Tocmai în acest domeniu, Uniunea Europeană întâmpină o serie de greutăți (vezi „paradoxul european”), ceea ce generează rămânerea sa în urmă față de SUA și Japonia. Aceeași situație (la proporții mai mari) este proprie și multor întreprinderi de la noi cărora le lipsesc mijloacele necesare (nu numai financiare) de practicare a inovării. Subpunctele care urmează acestui paragraf vor trata aspectele

particulare ale problemei inovării. Ceea ce vrem a sublinia acum constă în necesitatea de a avea o viziune integrativă asupra întreprinderilor.

Întreprinderile fac parte dintr-un ansamblu instituțional care funcționează într-o strânsă conexiune²⁴. Întreprinderile noastre (cu capital prioritar românesc) au capacități limitate de cercetare-inovare pe cont propriu. Pe de altă parte, institutele de cercetare și universitățile nu au o piață reală de plasare a rezultatelor lor.

Fragmentarismul este o frână de primă importanță în calea inovării la nivelul întreprinderilor. Chiar Uniunea Europeană atrage atenția că „sistemul european al inovației rămâne fragmentat, iar alianțele dintre întreprinderi rămân slabe” (The Virtual Economy Gets Real, 2000, 10).

Crearea de alianțe (de diferite tipuri) rămâne o direcție majoră de acțiune în care inițiativa managerială poate să se afirme. Cercetări făcute la Institutul de Sociologie al Academiei Române au evidențiat o serie de firme care reușesc să practice aceste alianțe (chiar cu parteneri externi), asigurând o permanentă inovare în cadrul activității lor.

Cele ce urmează pot fi socotite ca aspecte direct corelate cu cerințele inovării.

A asigura resursa cunoașterii pentru inovare

Pentru a inova, este necesară cercetarea. În această direcție, întreprinderile au mai multe posibilități: a organiza cercetare proprie, a intra în cooperare cu unități ce au cercetare (universități, institute, întreprinderi) și a realiza programe comune de cercetare-inovare, a iniția sau intra în rețele de cooperare eterogenă (Hoffman, Glodeanu, 2006) (unele sprijinite financiar de Uniunea Europeană și cu parteneri străini), a practica transferul de inovare (brevete, licențe) sau tehnologic, a realiza

inovațiile netehnologice (organizaționale, manageriale, în domeniul resurselor umane) deosebit de eficiente și mai accesibile etc.

A asigura structura organizațională pentru inovare

Managementul antreprenorial desemnează acel tip de management orientat spre inovare și care realizează efectiv inovarea sistematică, căutată, provocată, promovată și reușită. Este „o nouă aplicare a managementului” (Drucker, 1993, 15).

În raport cu mărimea firmei, inovația va avea un suport organizațional special elaborat. Peter Drucker indică faptul că experiența multor firme arată că unii manageri performanți în activități rutiniere nu sunt capabili să practice antreprenoriatul, că cei mai buni inventatori nu sunt, de la sine, și cei mai buni exploatare ai invențiilor. De aceea, acolo unde este posibil, se recomandă organizarea unor compartimente specializate în promovarea inovației. În unitățile mari, se pot iniția departamente de cercetare-inovare, capabile să asigure cercetări cu aplicabilitate directă. În acest sens, Uniunea Europeană a elaborat conceptul *cercetare de frontieră*, care unește cercetarea fundamentală cu cea aplicativă în zonele emergente ale științei și tehnologiei (Frontier Research, 2005, 20).

Colective de inovare se pot organiza pe bază de proiecte, acționând pe perioada în care proiectul este în faza aplicării.

Organizațional, inovarea se poate practica cu bune rezultate în cadrul unor clustere, alianțe, cooperări și – cu deosebire – în rețele de cooperare eterogenă.

A proiecta inovarea în servicii

Inovarea în domeniul serviciilor are două aspecte specifice.

Pe de o parte, ne referim la direcția „clasică” prin care o firmă oferă servicii conexe bunurilor pe care le vinde: între-

ținere, reparare, instruirea personalului etc.

Pe de altă parte, managementul modern devine el însuși un management al serviciilor prin modificarea radicală a raportului dintre *bunuri* (înțelese ca rezultat încheiat al unui proces de fabricație și devenit independent de munca prin care a fost creat un calculator este un bun prin aceea că reprezintă o activitate de muncă terminată și poate fi pus pe piață) și *servicii* (are în vedere satisfacerea unei activități care există doar atât timp cât se execută procesul de muncă – serviciul de reparare a unui calculator există cât timp se lucrează cu bunul; când munca a încetat, a încetat și serviciul). Actualmente, sensul „clasic” al serviciilor se modifică prin aceea că însăși crearea bunului este concepută și realizată pentru a satisface un serviciu. Astfel, în viziunea „economiei de bunuri”, o haină – de exemplu – avea o valoare de întrebuințare clară (să fie purtată pentru a ține cald). În „economia de servicii”, haina însăși este concepută pentru a oferi servicii. Astfel, o haină poate fi folosită pentru a oferi servicii cum ar fi: să marcheze prestigiul social, un eveniment (sărbătoare, înmormântare, să ofere informații privind credința religioasă, ca simbol al protestului social, ca satisfacție față de nou sau frumos, ca simbol al averii, ca mod de personalizare (produsele unicat) etc.

Diversificarea bunurilor pe criteriul serviciilor apte a fi satisfăcute oferă o zonă largă pentru inovare.

A sprijini transferul de inovare

Transferul produselor cunoașterii devine o direcție importantă în cadrul economiei conduse prin cunoaștere (Hoffman, Glodeanu, 2006, 291).

Transferul produselor cunoașterii, radical diferit de transferul produselor materiale, pune serioase probleme atât pentru unitatea

care oferă transfer, cât și pentru cea care primește.

Astfel, *prima problemă* se referă la transferabilitatea produselor – cu alte cuvinte, capacitatea lor de a fi preluate de firma primitoare, adică de a fi astfel concepute și create pe un segment (pregătirea umană, producerea de cunoaștere, invenție, inovare, subsansambluri, produse finite etc.) încât să fie folosibile de segmentul următor. În cazul în care această exigență nu se realizează, intervin operatorii de transfer (care continuă procesele până asigură transferabilitatea, de exemplu: o firmă de training pregătește absolvenții unei facultăți pentru un set de posturi care necesită o specializare – managementul în rețele de cooperare eterogenă – neluată în seamă de facultate). O altă alternativă constă în continuarea prelucrării produsului transferat la firma primitoare până este adus la stadiul specific „importatorului”.

A doua problemă constă în cooperarea grupurilor sociale aflate pe traiectoria transferului. Această cooperare poate să se realizeze spontan, prin funcționarea diviziunii muncii și a schimbului generat de aceasta. Este necesar ca actorii sociali participanți la transfer să coopereze voluntar pe principiul „competiției cu sumă pozitivă”.

Un sector determinant al transferului privește atragerea IMM la circulația inovației, cooperarea lor cu marile întreprinderi, unitățile de cercetare, învățământ, consultanță etc.

A dezvolta o cultură organizațională inovativă

Dimensiunea culturală a activității de inovare este tot mai mult pusă pe primul plan. O cultură inovativă (antreprenorială) este cea care stimulează schimbarea, asumarea riscului (bine calculat), inițierea de noi direcții în afacere, abilitatea de „a exploata cunoașterea”, curajul.

O cultură inovativă implică asimilarea sa de către membrii întreprinderilor, transpunerea sa în bază a motivațiilor de coparticipare.

A inova politicile de inovare²⁵

În ultimul timp, tot mai multe întreprinderi se orientează spre inovarea nontehnologică, „din ce în ce mai multe companii investesc în schimbări organizaționale, cum ar fi pregătirea, proiectul organizațional, motivarea personalului și activitățile de comunicare” (Relationship Mates, 2003, 7).

Politicile de inovare reprezintă o expresie a conducerii prin cunoaștere, astfel că inovarea (modul de desfășurare a proceselor cognitive) nu poate să nu se refere la politicile de inovare.

Uniunea Europeană elaborează și experimentează „a treia” generație de politici inovative.

Prima generație de politici inovative se baza pe ideea proceselor liniare. Filosofia acestei viziuni s-a dovedit eronată, omițând procesul real al transferului cunoașterii pe baza acțiunii unor actori sociali diferiți, cu interese și mentalități deosebite (uneori contradictorii) care pot bloca procesele, schimba sensul transferului, omițându-se rolul guvernării, subapreciindu-se consecințele predominării IMM în structura instituțională (circa 99,7% dintre firmele din Uniunea Europeană sunt IMM – adică până la 250 de salariați) etc.

A doua generație se baza pe viziunea sistemică care, de asemenea, nu este funcțională, procesele de determinare (specifice teoriei sistemice) nefuncționând în acest domeniu (actorii au interese specifice autonome, știința nu se propagă automat, de la sine, în economie, invențiile nu devin inovații decât prin mecanisme specifice. Așa se explică „paradoxul european” conform căruia, „deși Uniunea Europeană este o forță de cercetare majoră, adesea

aflată în fruntea științei, ea este deficitară în transferul rezultatelor științei în inovație și performanță economică” (Helping Companies to Reinvent Themselves, 2003, 10).

A treia generație ia în considerare mecanismele sociale reale ale fluxului cunoașterii, aduce o perspectivă globală asupra întregii societăți, căci inovația „nu se bazează doar pe cercetare sau știință, tehnologie, întreprinderi și ingeniozitate. Inovația [...], de asemenea, depinde de stările organizaționale, sociale, economice, de marketing și de alte aspecte ale cunoașterii” (Study Calls for a Third Generation Innovation Policy, 2003, 6).

Pentru întreprinderi, managementul inovației implică un management inovativ de generația a treia care presupune ca toate elementele funcționale ale întreprinderii să fie reduse în situația de a promova inovația în mod permanent, sistematic, conștient, voit, cu succes și benefic (Drucker).

A practica managementul competențelor negociate

Managementul competențelor negociate face parte din setul de aspecte ale managementului inovativ.

Viziunea „clasică” (tradițională) asupra competențelor le privește fie ca abilități deținute de individ („Sunt competent în...”), fie acordate individului („Capeteți competența să te ocupi de...”). Conceptul nou asupra competențelor le privește ca pe niște construcții rezultate din negocierea dintre cerințele și ofertele managerului și ale

salariaților, valorificând o serie de capacități prezente sau posibile (crearea de competențe pe baza unor proiecte de viitor ale întreprinderii). Atunci când este vorba de managementul proceselor de cunoaștere, ierarhia în conducere nu se „suprapune” cu diferențierea salariaților în raport cu capacitățile lor creative. A menține o organigramă rigidă devine o frână în practicarea inovației. O inovare managerial-organizațională menită a stimula inovarea de ansamblu într-o firmă este practicarea managementului pe baza competențelor negociate. Un model în acest sens este cel al „organizațiilor bazate pe competențe” (Lowler, 1994, 15). Competențele negociate (Hoffman, 1999, 32) implică negocierea între manager și salariați a obligațiilor și drepturilor, a sarcinilor și posturilor etc.

A iniția o echipă de coaching

Echipa de *coaching*²⁶ este o echipă cu caracter multidisciplinar care devine un ajutor al managerului inovativ. Echipa – prin specialiștii săi – oferă o cunoaștere complexă (sub aspectul sociopsihologic, economic, tehnologic, sanologic, ecologic, juridic etc.) a naturii inovării, a efectelor ei (dorite sau nedorite), oferindu-i managerului baza unor decizii bine elaborate (Cruellas, 1993).

A convinge pentru a evita rezistența la schimbare

Schimbarea sperie, tulbură inerția și îi obligă adesea pe oameni la o reprofilare.

Rezistența la schimbare are surse diferite (tabelul 3).

Tabelul 3. Sursele personale și organizaționale ale rezistenței la schimbare²⁷

Surse personale	Surse organizaționale
1. Înțelegerea greșită a scopurilor, mecanismelor și consecințelor schimbării	1. Sistemul de recompensare poate consolida statu-quo-ul
2. Neînțelegerea necesității	2. Rivalități interdepartamentale sau conflicte conducând la lipsa dorinței de cooperare
3. Teama de necunoscut	3. Costuri ascunse în deciziile și acțiunile din trecut
4. Teama de a pierde statutul, securitatea, puterea etc. în urma schimbării	4. Teama că schimbarea va deregla actuala balanță a puterii dintre grupuri și departamente
5. Lipsa de identificare sau implicare cu schimbarea	5. Predominarea climatului organizațional (spre neschimbare)
6. Obişnuința	6. Alegere deficitară în ceea ce privește metoda
7. Interese financiare în statu-quo	7. O proastă istorie privind insuccesele legate de eforturile de schimbare și de consecințele schimbării
8. Norme de grup și prescrieri de rol care nu implică participare	8. Rigiditatea structurală
9. Atașamentul față de relațiile sociale existente	
10. Conflicte între obiectivele personale și cele organizaționale	

O operaționalizare a studiului rezistenței la schimbare poate fi următoarea (Kotter, Schlesinger, 1979, 102-120 *apud* Hoffman, 2004, 330) (tabelul 4):

Tabelul 4. Dimensiunile analizei rezistenței la schimbare

Dimensiuni	Acțiuni
1. Instrucție și comunicare	A furniza fapte și informația printr-o comunicare bogată privind schimbarea. Aceasta poate lua forma discuțiilor de la om la om, prezentărilor în grup, memoriilor și rapoartelor adresate membrilor organizației cu privire la necesitatea și raționalitatea schimbării.
2. Participare și implicare	A permite tuturor celor afectați de schimbare să-și spună cuvântul cu privire la modul în care să se petreacă schimbarea, permițându-le (și încurajându-i) să participe la schimbarea proiectului și la aplicarea sa. Comitetele ad-hoc și <i>task-forces</i> pot fi folosite cu succes.
3. Ajutor și sprijin	A oferi pregătire și sprijin socioemoțional privind schimbarea. Acest fapt poate fi realizat prin sesiuni de instruire, consultări, asistență la realizarea performanțelor ce ar rezulta din schimbare.
4. Negociere și înțelegere	A oferi stimulente oamenilor (reali sau posibili) care s-ar opune schimbării. Acest fapt presupune a negocia asupra unor aspecte diverse ale schimbării și a genera interesele celor afectați pentru sprijinirea schimbării.

5. Manipulare și cooperare	A depune eforturi mascate (ascunse) pentru a-i influența pe oameni și a le oferi informații selectate astfel încât schimbarea dorită să aibă un sprijin maxim. Să se acorde atenție posibilității apariției unor probleme în viitor dacă oamenii simt că au fost manipulați.
6. Corecție explicită și implicită	A folosi puterea și amenințarea față de consecințele indezirabile produse de cei ce se opun schimbării dacă ei nu aderă la schimbare. Deși acest lucru poate avea succes în depășirea rezistenței, este foarte riscant, putând genera atitudini de nedorit și comportamente disfuncționale din partea celor asupra cărora s-a exercitat forța.

Note

1. *Choosing to Grow* (raport privind realizarea Strategiei Lisabona, 21.III.2003), Bruxelles, 14.01.2004, COM (2003), 5 final, 4.
2. *Göteborg European Council*, 15-16 iunie, 2001, 4, punctul 23.
3. *Göteborg European Council*, 15-16 iunie, 2001, 3, punctul 8.
4. *Metaforele* reprezintă termeni sau sintagme care se referă la o realitate concretă pentru a ajuta la înțelegerea sensului unei realități.
5. „Principiul axial” (D. Bell) reprezintă modalitatea de „divizare” („decupare”, operaționalizare) a conceptelor (realităților) complexe pe diferite criterii particulare de analiză.
6. Bell împarte economia bazată pe cunoaștere în cinci sectoare: *sectorul I* (cel clasic, al exploatării directe a resurselor naturale: agricultura, silvicultura, pescuitul, mineritul etc.); *sectorul II* (industria) este împărțit în două: *subsectorul „a”* (cel tradițional, al industriilor de până acum) și *subsectorul „b”* (subsectorul informatic al economiei), alcătuit din industriile electronice, de automatizare și robotizare, calculatoare etc.; *sectorul III* (serviciile economice: transport, comerț etc.); *sectorul IV* (serviciile sociale: băncile, sănătatea, loisirul etc.); *sectorul V* (serviciile informatice: învățământul, cercetarea-inovarea, managementul, culegerea de date etc.) (Bell, 2000, 14-15).
7. *Presidency Conclusion. Lisbon European Council*. 23-24 martie, 2000, punctul 1.
8. Bunurile intensiv-cognitive sunt cele a căror valoare rezidă, în special, în cunoașterea „încastrată” în ele (programe, calculatoare, rețele de internet).
9. Bunurile intangibile sunt, în general, cele exprimate prin pregătirea umană, brevetele și licențele avute la dispoziție, prestigiul firmei și al mărcilor de produse etc.
10. Bunurile high-tech sunt cele care exprimă tehnologiile de vârf ale momentului (calculatoare cu inteligență artificială, biotehnologii, automatele și roboții înzestrați cu inteligență artificială etc.).
11. Lucrător-cognitiv – termen creat de A. Toffler – desemnează acei lucrători (muncitori) care pun în valoare, cu deosebire, abilitățile intelectuale (cunoaștere, pricepere, experiență, know-how, valori etc.).
12. Dacă pentru Polonia, Slovacia și Malta ar fi necesari 50 de ani (p. 12), ce interval de timp ar fi minim cerut pentru România?
13. Aranjarea țărilor în ordinea performanțelor (pe „ranguri”).
14. Față de 28 de țări UE (inclusiv România, Bulgaria, Turcia, Norvegia, Elveția, Islanda, SUA și Japonia – egal 33).
15. Este vorba de realizarea performanțelor inovative medii ale Uniunii Europene.
16. *Cunoașterea explicită*, externalizată, obiectivizată este acea cunoaștere prezentă în cărți, articole, expuneri, programe, strategii etc. *Cunoașterea tacită* – „din capul oamenilor” – este cea posedată de fiecare individ, însușită pe baza experiențelor personale, cuprinsă în mentalități, opinii, comportamente, know-how.
17. „Lumea a treia” a lui Karl Popper.

18. Este vorba de aplicarea a două principii complementare: a) *a gândi global-a acționa local* și b) *a gândi local-a acționa global*.
19. Programul de guvernare pe parcursul anilor 2005-2008.
20. În *Politica industrială a României* (2005-2008) – hotărâre a guvernului publicată în Monitorul Oficial al României – din 24 octombrie 2006 – se spune că „cercetarea – dezvoltarea – inovarea să devină un factor determinant al dezvoltării economice și de creștere a competitivității în sectorul industrial” (p. 5) și că „în Uniunea Europeană și, în general, în statele cu economie dezvoltată, cercetarea-dezvoltarea și inovarea, alături de educație, sunt factorii principali care conduc la creșterea productivității și competitivității” (p. 4). (***Idem*, cap. 2.2.10, 13).
21. Vezi Wel Chun Choo. (1998). *The Knowing Organization*. New York: Oxford University Press, 119, 19.
22. Spender, J.C. (1996). Organizational Knowledge. Learning an Memory three Concepts in Search of a Theory, *Journal of Organizational Change Management*. 9/1 (apud Hislop, Donald. (2005). *Knowledge Management in Organization*. New York: Oxford University Press, 20-21).
23. Se mai dau și alte tipologii: de produs, process, marketing și organizațională (*Oslo Manual*. 2005. OECD, European Commission, 47).
24. Nu folosim termenul de *sistem*, care impune o serie de determinisme ce nu sunt prezente în cadrul ansamblului instituțional.
25. *** (2003). Some Ingredients of Innovation. *Euroabstracts*, 3.
26. *To coach* = a antrena.
27. Steers, Richard M. (1991). *Introduction in Organizational Behaviour*. New York: Hamper Collins Pub.

Bibliografie

- Bell, Daniel. (2000). Innovation and Creativity. Transforming Europe. *Innovation and Technology Transfer*, iunie, 10.
- Bernal, J.D. (1964). *Știința în istoria societății*. București: Editura Politică.
- Cook, S., Broun, J. și Bridging, P. (1999). 57 Epistemologies. *Organization Science*, 10/4.
- Cruellas, Philippe. (1993). *Coaching: un nouveau style de management*. Paris: ESF Editeurs.
- Davidson, Per. (2002). What Entrepreneurship Research Can Do for Business and Policy Practice. *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, 1.
- Drucker, Peter. (1993). *Inovația și sistemul antreprenorial*. București: Editura Enciclopedică.
- Foucault, Michel. (2000). *Trebuie să apărăm societatea*. București: Editura Univers.
- Hislop, Donald. (2005). *Knowledge Management in Organization*. New York: Oxford University Press.
- Hoffman, Oscar. (1999). *Management. Fundamente socio-umane*. București: Editura Victor, 32.
- Hoffman, Oscar. (2004). *Sociologia organizațiilor*. București: Editura Economică.
- Hoffman, Oscar și Glodeanu, Ion. (2006). *Cunoașterea, noua resursă a puterii*, capitolul 9, București: Editura INTACT.
- Kotter, John și Schlesinger, L. (1979). Choosing Strategy for Change. *Harvard Business Review*, martie-aprilie.
- Lowler, Eduard E. (1994). From Job-Based to Competency-Based Organizations. *Journal of Organizational Behaviour*.
- Reich, Robert B. (1996). *Munca națiunilor. Pregătindu-ne pentru capitalismul secolului XXI*. București: Editura Paideia.
- Spender, J.C. (1996). Organizational Knowledge. Learning an Memory three Concepts in Search of a Theory, *Journal of Organizational Change Management*. 9/1 (apud Hislop, Donald. (2005). *Knowledge Management in Organization*. New York: Oxford University Press, 20-21).
- Steers, Richard M. (1991). *Introduction in Organizational Behaviour*. New York: Hamper Collins Pub.

- *** (1999). *Knowledge and Learning. Towards a Learning Europe*. Joint Research Center, Sevilla: European Commission, p. III.
- *** (1999). The Global-Local Development Continuum. *Euroabstracts*, 6.
- *** (2000). Joined-up Innovation. *Innovation and Technology Transfer*, iunie.
- *** (2000). New Light for Innovation Policy. *Euroabstracts*, 4.
- *** (2000). The Virtual Economy Gets Real. *Euroabstracts*, 6.
- *** (2002). 7 into 6 Does Go. *Euroabstracts*, 5.
- *** (2002). Helping Businesses to Help Themselves. *Euroabstracts*, 40.
- *** (2002). *Industrial Policy in an Enlarged Europe*, COM, 714 final, Bruxelles, 2.
- *** (2002). Innovate or Die. *Euroabstracts*, 3.
- *** (2003). Helping Companies to Reinvent Themselves. *Euroabstracts*, 3, 10.
- *** (2003). Relationships Mates. *Euroabstracts*, 3.
- *** (2003). Some Ingredients of Innovation. *Euroabstracts*, 3.
- *** (2003). Study Calls for a Third Generation Innovation Policy. *Cordis-focus*. Luxemburg: European Commission, 213.
- *** (2005). Frontier Research. *Euroabstracts*, decembrie.
- *** (2005). *The European Innovation Scoreboard*, 4.
- *** (2006). Persistent Gap. *Euroabstracts*, 2.
- *** *Raportul metodologic*.

Abstract

Romania's integration in the European Union, in 2007, asks a fundamental question: To what extent is Romanian economy prepared to face the requirements of competition on a unique European market?

The study is trying to answer this question dealing with the main directions of the Romanian strategy, able for a competitive and dynamic integration.

The main objectives of the Lisbon 2000 Strategy are presented; starting from 2007 these are also Romania's objectives. They must be taken into account and integrated in the Romanian policies and strategies of the economic and social development.

The paper also points out the gap, concerning some fields, between Romania and the countries which adhered to the European Union in 2004 and suggests at the same time some possible ways in order to reduce this gap, as well as to establish some main priorities.

Primit la redacție: august 2006