

METODE DE REDUCERE A INCERTITUDINII DIN AGRICULTURĂ PRIN MODELAREA STRATEGICĂ A CONTEXTULUI SOCIO-POLITIC

C.I. ALECU¹

¹ Institutul de Cercetări Economice și Sociale
„Gh. Zane” ; Academia Română, Localitatea Iași
e-mail: aciciprian@yahoo.com

The management of decision-making under risk and uncertainty has been relatively recently shaped through the efforts of the specialists in the fields of insurance and finance. Agriculture needs a particular approach not only because of the natural specificity of each area, but also due to the various ways of implementing it. Many times the practical solutions were found much before their scientific substantiation to be provided because of the unicity and of the low level of generalization enjoyed by a particular decision-making instance. This managerial approach is more and more needed under the current circumstances when national administration, foreign governments and other external factors play a decisive role in defining both the present and future agricultural context. Agriculture cannot survive in the absence of a well substantiated theory for both medium and long term. These instruments help to the improvement and adjustment of the economic, political, and social environment to the sustainable development of Romanian agriculture

Key words: decision-making, uncertainty, sustainable development

Managementul situațiilor decizionale în condiții de risc și incertitudine s-a cristalizat relativ recent prin eforturile depuse de specialiștii din domeniul asigurărilor și cel financiar. Cu adevărat precursorii acestei noi direcții de cercetare sunt reprezentați de analiștii militari care au explorat în cadrul situațiilor limită aleatoare fenomenele de frontieră.

Agricultura este un domeniu care reclamă o abordare specifică datorită nu numai particularităților fiecărei zone în care se desfășoară, dar și a modalităților de implementare pe care le utilizează. Nu de puține ori soluțiile practice au devansat cu mult fundamentările teoretice datorită caracterului unic și a gradului redus de generalizare al situației decizionale. Se impune astfel necesitatea elaborării unei metateorii care să contribuie la fundamenteze unor noi principii, proceduri și metode sincronizate cu actuala dinamică a mediului economic, social, politic și cultural. Doar astfel se poate realiza o abordare rațională a complexității situațiilor decizionale cu grad ridicat de risc și incertitudine specifice mediului.

Istoria a scos în evidență că de multe ori politicul a intervenit în mediul economic atât în sens pozitiv, încurajând dezvoltarea, cât și în sens negativ, protejând interese de grup, asigurând poziții de monopol pe piață, limitând libera

circulație a forței de muncă, a tehnologiei, a capitalurilor sau a mărfurilor. La baza acestor decizii neechitabile au stat anumite orientări politice, diferențe rasiale sau religioase, apartenența la diferite grupuri de interese, asociații profesionale etc.

Această abordare de management se impune tot mai mult a fi luată în calcul în condițiile actuale în care instituțiile administrației centrale, guverne străine și alți factori externi intervin hotărâtor în definirea contextului actual și viitor al agriculturii. Acest domeniu nu poate supraviețui la momentul actual fără o strategie bine fundamentată pe termen lung și mediu. Nu putem permite ca viitorul agriculturii să fie determinat de anumite variabile aleatoare necontrolabile, incertitudinea poate costa foarte mult, uneori întreaga existență a acestui domeniu. Cât timp pe o piață internă, regională sau internațională există o interferență a puterii politice prin susținerea propriei agriculturi sau a unor interese particulare, devine imperios necesar oferirea cel puțin a unui feedback pe măsură la orice inițiativă ce poate modifica condiția de echilibru pe piață. Menționăm că aceste instrumente nu sunt un îndemn la încălcarea angajamentelor internaționale și a normelor legale, ci la îmbunătățirea și adaptarea mediului politic economic și social dezvoltării durabile a agriculturii românești.

MATERIAL ȘI METODĂ

Metode politice de absorbție a incertitudinii

Managerii de top al marilor companii naționale sau multinaționale nu mizează viitorul organizației pe capacitatea lor tehnocratică de a prevedea evenimentele viitoare și de a face planuri în conformitate cu aceste previziuni. Utilizarea riguroasă a întregului potențial al firmei într-un mediu din ce în ce mai dinamic nu se mai poate realiza fără strategii ingenioase care să modeleze contexte viitoare în care va evolua firma.

Tot mai des, indiferent de mărimea lor, firmele sunt interesate să participe fie în colaborare cu alte părți interesate (parteneri economici sau sociali), fie individual la activități care să controleze și să influențeze acele evenimente viitoare care pot avea impact asupra lor.

Această abordare se impune tot mai accentuat a fi luată în calcul în condițiile actuale în care instituțiile administrației centrale, guverne străine și alți factori externi intervin determinant în definirea contextului actual și viitor al întreprinderii, indiferent de domeniul de activitate. Managerii nu pot permite ca viitorul organizației să fie determinat de anumite variabile aleatoare necontrolabile. Incertitudinea reziduală poate costa foarte mult, uneori întreaga existență a unei organizații. Cât timp pe o piață internă, regională sau internațională este evidentă interferența puterii politice devine imperios necesar evaluarea și oferirea cel puțin a unui feedback la orice inițiativă ce poate modifica echilibru economic pe piață, status quo pieței regionale. Menționăm că aceste instrumente nu sunt un îndemn la încălcarea legii ci la îmbunătățirea și adaptarea mediului politic economic utilizând pârgii ale mediului politic și social.

Principale intervenții de natură politică, în acest sens, de modificare a contextului de desfășurare a activității economice, pot îmbrăca cel mai frecvent următoarele forme:

- Lobbying în rândul legiuitorilor în timpul adoptării de legi, reglementări sau restricții comerciale pentru a oferi cel mai bun suport decizional privind direcțiile de dezvoltare sau deficitare în care trebuie intervenit ;
- Obținerea de fonduri guvernamentale pentru proiecte de cercetare-dezvoltare sau pentru investiții de capital ;

- Susținerea de programe de dezvoltare durabilă privind mediul și responsabilitățile sociale;
 - Negocierea de atitudini consensuale și constructive cu diferite grupuri de interese și de presiune de pe scena politică, dar și din sfera socială pentru stabilirea direcțiilor de dezvoltare.
- Folosirea procesului decizional în scopul limitării importurilor unor produse sau blocării pătrunderii unor concurenți străini, etc.
- Aceste demersuri de absorbție a incertitudinii prin metode politice au în vedere trei direcții principale :
- modelarea contextului socio-politic;
 - modelarea contextului tehnologic;
 - modelarea pieței și concurenței.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Modelarea contextului socio-politic

În mod normal, prin pârghiile sale, statul trebuie să protejeze principiile economiei de piață, să legitimizeze și să susțină aceste valori. În acest context trebuie subliniat faptul ca în practică orice avantaj este important, și unul din cei mai mari clienți pe piață este însuși statul.

Legislativul poate impune reglementări severe și legi punitive atunci când interesele și acțiunile unei firme intră în contradicție cu punctele de vedere ale societății, iar societatea face presiuni pentru a obține o contribuție și un interes tot mai mare din partea firmelor pentru bunăstarea generală, tratamentul echitabil al minorităților sexuale, etnice, dezvoltarea durabilă, protejarea și salubritatea mediului înconjurător etc. În aceeași direcție societatea poate reclama o „vânătoare de vrăjitoare” pentru satisfacerea nevoii de recăștigare a echilibrului moral sau justițiar, sau efectiv o disculpabilizare și acoperire a incapacității sale în probleme de natură socială („pâine și spectacol/circ”).

În același timp legislația în vigoare nu reprezintă decât acceptul indirect al societății privind legitimitatea morală existenței, a obiectivelor firmei sau acțiunilor întreprinse de aceasta. Prin urmare se impun desfășurarea unor acțiuni specifice pentru a nu fi expuși capriciilor contingențiale ale trendurilor moralei colective.

Din aceste puncte de vedere se impune exercitarea din partea organizației unui anumit grad de control asupra propriului destin prin ameliorarea, menținerea unui context politic favorabil mediului de afaceri proprii. Sub aspectul caracterului general al naturii lor, acțiunile ce pot fi desfășurate de o organizație se pot grupa în:

- I. Activități de legitimizare socială a acțiunilor pe care o organizație le poate desfășura în atingerea obiectivelor sale;
- II. Activități de structurare a contextului socio-politic conform intereselor acestora

I. Activități de legitimizare socială

Acestea reprezintă acțiuni pe care o organizație le poate desfășura pentru asigurarea atingerii obiectivelor sale și care au în vedere dimensiunea acceptului direct al societății civile. Principalele demersuri menite a conduce la o legitimare directă din partea societății se pot grupa în următoarele categorii:

Programe de legitimare a bonității de membru corporativ onorabil în cadrul societății. Deși teoretic este necesar ca o organizație să aibă un caracter responsabil în societate prin îndeplinirea aspirațiilor și exigențelor manifestate de către aceasta, în realitate ne-având un caracter de suficiență. Presiunile de natură economică și socială conduc adesea la compromisuri pe termen scurt cu impact negativ pe termen lung.

Participarea la campanii publicitare instituționale prin care se urmărește un grup țintă bine definit (lideri de opinie, populația tânără, sau adultă, studenții, profesorii etc.) care are o participare la viața socială și o dinamică deosebită în oferirea și exprimarea feedback-ului colectiv.

Programe cu aspect altruist prin desfășurarea unor activități de susținere socială a unor grupuri marginalizate, a unor cazuri deosebite, finanțarea unor proiecte culturale sau lansarea unor acțiuni caritabile, burse de studiu etc. ..

Susținerea revistelor și centrelor de cercetare , acțiuni de mecenat– prin care se urmărește obținerea unei justificări intelectuale a obiectului de activitate si a obiectivelor firmei.

Acțiuni de „naturalizare” a imaginii companiei- Legitimarea sau naturalizarea prezenței unei companii într-o nouă regiune este dificil de obținut, mai ales când se încearcă scăparea de eticheta de „entitate străină”.

II. Activități de structurare a contextului socio-politic conform intereselor organizației

Interconexiunile și interdependențele deja împământenite între mediul de afaceri si cel politic face necesară promovarea intereselor organizației în rândul decidenților politici , a nivel central dar și local.

Realizarea promovării intereselor unei firme în cercurile politice la nivel local sau central se poate realiza prin numeroase metode, dintre care se cuvine să reținem:

- Campanii de informare a opiniei publice privind problemele și mizele importante ale comunității de afaceri. De exemplu reprezentanții procesatorilor de carne din România si-au exprimat clar punctele de vedere pe canalele media privind importurile de carne nerestricționate la prețuri de dumping, invitând astfel legislativul și executivul, sub presiunea opiniei publice, la inițiative care sa protejeze producția internă.

- Reprezentări formale pe lângă factorii politici (guvernele si agențiile lor, comisii parlamentare, comisii economice a nivelului administrațiilor locale-consilii locale, prefecturi etc.) pentru a putea sublinia (prin intervenții verbale sau scrise sub forma memoriilor) a punctelor de vedere si a intereselor pe care le reprezintă (de domeniu de activitate, ramură, asociații ale patronatelor, oamenilor de afaceri sau profesionale, sau chiar ale unor întreprinderi care au impact deosebit la nivel local , etc.);

- Lobby-ul realizat pentru sprijinirea intereselor si obiectivelor de dezvoltare specifice unei ramuri, asociații profesionale sau asociații sub tutela unei anumite firme poate juca un rol fundamental în structurarea unui

context reglementar sau concurențial propice, uneori chiar asigurator (încălcând uneori reglementările de monopol).

Modelarea contextului tehnologic

Orientarea și cristalizarea principalelor direcții de dezvoltare a contextului tehnologic prin pârghii politice a devenit o prioritate deoarece orizonturile temporale în care nu par discontinuități majore sunt din ce în ce mai mici. Cu cât domeniul de activitate este în mai mare măsură dominat de tehnologie de vârf, în special cu elemente de automatizare și de natură IT, cu atât aceste perioade sunt mai mici. Apariția unor noi tehnologii pot produce rupturi majore în ciclul de evoluție al unei firme sau al unui produs mergând până la pierderea pieței, schimbarea obiectului de activitate sau chiar la falimentul firmei.

Se disting mai multe categorii de acțiuni ce pot fi întreprinse de managerii de top prin factori de natură politică pentru evitarea incertitudinilor de natură tehnologică, din care enumerăm:

- utilizarea metodelor tehnocratice calitative bazate pe raționament pentru anticiparea apariției tehnologiilor și reorientarea strategică activităților pentru a face față viitoarelor contexte;;
- cercetarea fundamentală specifică.
- realizarea de demersuri privind modelarea pieței și concurenței privind produsele tehnologice noi prin măsuri de genul: crearea de norme tehnologice naționale sau internaționale, facilitarea înregistrării unor brevete străine, facilitarea înregistrării și protejarea brevetelor interne, lărgirea accesului la înalta tehnologie;
- realizarea de demersuri de ordin structural care să ofere protecție organizației împotriva riscului tehnologic. Aceasta se poate materializa prin diferite măsuri precum: diverse alianțe care facilitează accesul la noile tehnologii, crearea de întreprinderi cu risc partajat privind cercetarea și inovarea, pentru a beneficia de toate avantajele tehnologice ce derivă din cercetările efectuate în întreprindere, angajarea de specialiști – ingineri sau oameni de știință experți în anumite domenii sau tehnologii, achiziția pro-activă de licențe brevete și noutăți tehnologice pentru protejarea, pentru controlarea accesului la anumite know-how tehnologic.

Modelarea pieței și concurenței

Pentru a exercita un **control** asupra pieței și pentru a putea modela favorabil fluctuațiile acesteia organizația dispune de câteva instrumente specifice:

- **strategii de dominare a pieței**- realizarea celei mai eficiente protecții împotriva incertitudinii pieței se face prin dominarea acesteia apelând la diferite strategii de genul:
- **integrarea verticală și orizontală** aceasta se poate realiza printr-un proces de achiziții și cesiuni în vederea dominării pieței și de a influența mediul concurențial; reducerea vulnerabilității în fața unui furnizor sau cumpărător puternic se realizează cel mai adesea prin integrarea pe verticală

- ***transferul riscului si incertitudinii altor factori***; aceasta reprezintă una din măsurile importante de natură politică des utilizate prin care, speculând puterea și poziția pe piață managerii transferă riscuri și incertitudini altor membri din rețeaua sa atât pe orizontală (unor parteneri de afaceri) cât și pe verticală (unor furnizori sau unor cumpărători).
- ***utilizarea unor instrumente de disciplinarea a concurenței***; reducerea vulnerabilității unei organizații față de comportamentul firmelor concurente a devenit o necesitate odată cu îmbogățirea arsenalului de strategii inovatoare de marketing, cu reinventarea aceluiași produs, cu ritmul crescut de apariție a noilor produse care conduc toate la un proces aproape continuu de modificare a pieței și a industriilor.

CONCLUZII

Pentru a obține un avantaj competitiv mereu va exista cineva care să încerce să domine, să provoace instabilitate și o incertitudine cronică. Concurența „feroce” din partea unui rival nu va înceta decât atunci când unul va obține o poziție dominantă pe acel segment de piață. Totuși s-a remarcat că modul de manifestare a rivalității între companii nu este unul obișnuit și nici nu evoluează după o rețetă anume. Prudența și reciprocitatea, nevoia de a face față împreună incertitudinii generate de fluctuațiile cererii la orice modificare a status quo-lui au devenit mult importante în fundamentarea politicilor companiilor și nevoia de disciplină prin apelarea la o rivalitate „pozitivă”, constructivă, bazate pe reguli și angajamente și chiar strategii de cooperare.

Aceste măsuri conduc la un comportament ponderat în mediul concurențial, limitându-se astfel mult incertitudinile ireductibile. Unii experți ar fi tentați să considere că un astfel de mediu ar conduce la stagnarea cererii, dar experiența a arătat că există numeroase caracteristici asupra cărora participanții să-și focalizeze cercetare pentru a atrage consumatorul.

BIBLIOGRAFIE

1. Gil Lafuente, Ana Maria, 1994 – *Analiza financiară în condiții de incertitudine*, Editura AIT Laboratoires, București.
2. Kaufmann, Arold, Jaime Gil, Aluja, 1995 – *Tehnici speciale pentru gestiunea prin experți*, Editura Expert.
3. Schjaer-Jacobsen, Hans, 2004 – *Modeling Economic Uncertainty*, Fuzzy Economic Review Volum IX, Nr.2.
4. Gherasim, O., 2005 – *Matematica numerelor fuzzy triunghiulare*, Editura Performantica, Iași.