

SPECIALIZAREA ÎN SERVICII: OPȚIUNE DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ A ROMÂNIEI. METODE ȘI MODELE DE ANALIZĂ

*Prof. univ. dr. Maria Bădiță, Lect. univ. dr. Andreea Iluzia Iacob,
Lect. univ. dr. Silvia Elena Cristache*

Introducere

La nivel mondial creșterea nevoii de servicii se explică prin evoluția activităților productive și organizării lor. Dezvoltarea serviciilor (bancare și financiare, comerciale, transporturi și comunicații) precedă și însoțesc dezvoltarea industrială. Această ipoteză conform căreia serviciile s-au dezvoltat ca urmare a dezvoltării sectorului industrial a fost formulată de Fisher (1935), apoi de Clark (1940) și ulterior de Bell (1973). Ipoteza constituie astăzi fundamentul numeroaselor analize ale dezvoltării terțiare și se bazează pe două teorii complementare privind producția și consumul cu legături între creșterea economică globală și dezvoltarea serviciilor: elasticitatea în cererea de servicii este mai ridicată decât cea de bunuri industriale, de relativa saturare a piețelor cu bunuri industriale din țările dezvoltate. Pe de altă parte, câștigurile realizate din sectorul industrial sunt mai ridicate decât cele din cel al serviciilor. Creșterea cererii de servicii se traduce prin crearea de noi locuri de muncă în acest sector.

Expansiunea și transformarea sectorului terțiar și, în consecință, evoluția formelor de organizare a muncii, concentrarea, lărgirea și internaționalizarea pieței muncii s-a produs la sfârșitul secolului XIX.

Cauzele care au determinat dinamica și progresul serviciilor, succint, pot fi următoarele¹:

- apariția noilor norme de consum;
- schimbările rapide ale condițiilor de producție și de piață care obligă agenții economici la o flexibilitate mai mare și la un control mai strict al costurilor;
- substituirea avantajelor competitive axate pe câștigurile productivității asociate cu economiile la scară, prin avantajele fixate pe cunoaștere, informare și calitate;
- creșterea incertitudinii și riscului asociate cu activitățile firmei.

Literatura economică menționează mai multe criterii de clasificare a serviciilor. O primă clasificare împarte serviciile în: servicii comerciale (comerț, transporturi, telecomunicații, servicii pentru întreprinderi, care mai târziu au fost numite în limbajul economic, servicii financiare) și necomerciale (învățământ, cultură, ocrotirea sănătății).

Cea de-a doua clasificare definește serviciile ca fiind servicii care prelucrează informații (educație, finanțe, asigurări, tranzacții imobiliare, administrație publică) și alte servicii (sănătate, servicii sociale, servicii personale și recreative, hoteluri și restaurante, comerț en-gross și en-detail, reparații, transporturi). Cea de-a treia clasificare grupează serviciile în: servicii pentru producție și servicii pentru consum.

Organismele O.N.U. includ la sectorul terțiar următoarele: transporturi și telecomunicații, comerț, asigurări, administrație, turism, învățământ, sănătate, acest sector fiind rezervat unor activități complementare sectoarelor primar și secundar, finalitatea sa constând în furnizarea de servicii indispensabile celorlalte tipuri de activități economice.

În prezent, serviciile reliefează utilizarea noilor tehnologii (informatizarea, automatizarea firmelor), noilor servicii de telecomunicații și de asemenea noilor servicii financiare, comerciale, de marketing, servicii de consiliere.

La noi în țară în perioada de tranziție, serviciile pot acționa ca un amortizor al tensiunilor de pe piața forței de muncă prin preluarea unor segmente ale ofertei forței de muncă eterogene din punct de vedere al calificării sau aspirațiilor profesionale. Pe parcursul perioadei de tranziție, serviciile pot oferi locuri de muncă persoanelor disponibilizate din industrie și construcții, dar și celor care intră pentru prima dată pe piața forței de muncă sau reintră (cazul pensionarilor) datorită scăderii veniturilor reale în procesul de tranziție.

Polarizarea spațială a serviciilor a fost interpretată într-un cadru care combină tendința de externalizare a funcțiilor terțiare a marilor firme, structurile spațiale și organizatorice ale marilor întreprinderi multiproductive și rolul economiilor aglomerațiilor în producția serviciilor.

După 1990, serviciile s-au caracterizat printr-o creștere pronunțată în special în orașe, această creștere fiind caracterizată prin creșterea numărului de salariați în sectorul terțiar, creșterea numărului unităților comerciale și serviciilor, creșterea numărului de studenți. După anul 1990, odată cu liberalizarea pieței au apărut o serie de unități comerciale și de servicii atât în orașe cât și în localitățile învecinate acestora, ceea ce a dus la o slăbire a relațiilor

¹ Popescu, R., C., *Disparități regionale în dezvoltarea economico-socială a României*, Editura Meteor Press, București

comerciale, cel puțin pentru bunuri curente, între orașe și localitățile din vecinătate, ai căror locuitori se aprovizionau înainte de 1990 din orașe.

În domeniul serviciilor, creșteri relativ constante s-au înregistrat în sectorul comercial precum și în cel de poștă și telecomunicații, în timp ce, în celelalte sectoare s-au înregistrat ușoare oscilații: hoteluri și restaurante, finanțe, tranzacții imobiliare, sănătate.

Activitățile comerciale s-au dezvoltat în principal în marile orașe ale țării. Formarea rețelei comerciale a susținut activitatea industriei producătoare de bunuri de consum, astfel luând naștere mici unități de producție cum ar fi brutăriile și unități ale industriei ușoare, aceste unități dezvoltându-se atât în mediul urban cât și în mediul rural. Legătura dintre activitățile comerciale și cele industriale a dus la mutații în dimensionarea zonelor de influență locală și regională a orașelor. Orașele cu cea mai mare pondere a activităților comerciale sunt cele din vestul țării (Arad, Oradea, Timișoara), precum și orașele mici și mijlocii din unele zone industriale în care a existat o slabă dotare a activităților comerciale înainte de 1990. Activități comerciale intense au și orașele mari din partea centrală și nordică a țării (Brașov, Sibiu, Satu Mare, Târgu Mureș), precum și orașele mari și mijlocii din sudul și estul țării (Pitești, Slobozia, Craiova, Târgu Jiu, Iași, Brăila, Galați, Constanța).

1. Analiza evoluției specializării în servicii. Modele de analiză

În perioada 1992-2002, serviciile de piață prestate pentru populație (în prețuri curente) au înregistrat o tendință de evoluție crescătoare, atât pe total, cât și pe activități (vezi figura 1).

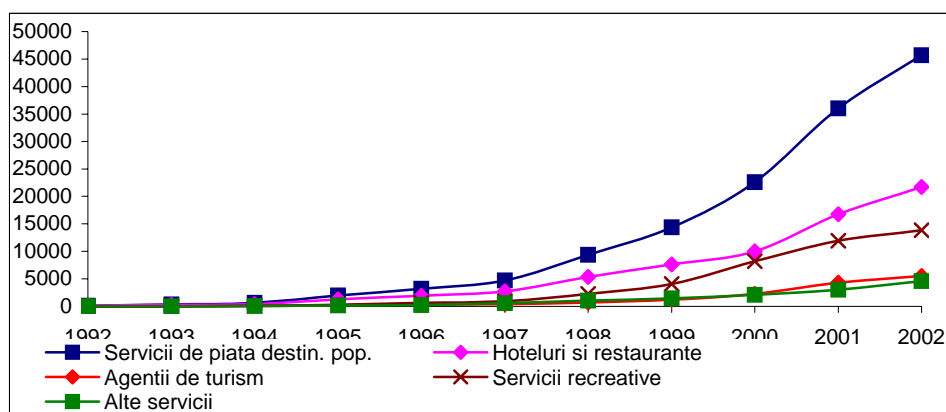


Figura 1. Evoluția serviciilor de piață prestate pentru populație (prețuri curente) pe activități în România în perioada 1992-2002

În dinamică, serviciile de piață prestate pentru populație (vezi figura 2), atât pe total, cât și pe activități, au avut o evoluție oscilantă. Cea mai puternică creștere a fost înregistrată de către agențiile de turism între anii 1992 și 1995, urmată de o perioadă de scădere a acestora în anii 1996 și 1997, după care a urmat o nouă creștere (cu excepția anului 2001, când s-a înregistrat o ușoară scădere), nivelul maxim fiind atins în anul 2002.

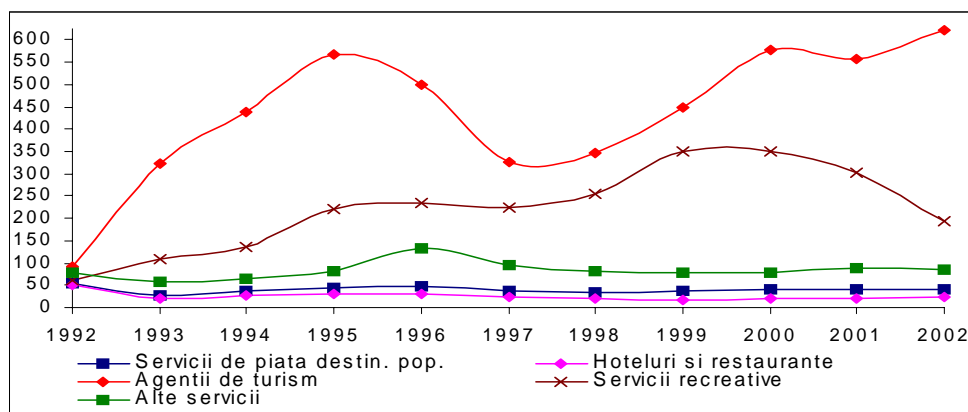


Figura 2. Dinamica serviciilor de piață prestate pentru populație (1990=100) pe activități în România în perioada 1992-2002

Evoluția în timp a serviciilor de piață prestate pentru populație va fi aproximată prin intermediul unui model de timp, care va fi ales pe baza reprezentării grafice a acestora prin intermediul cronogramei (vezi Figura 3).

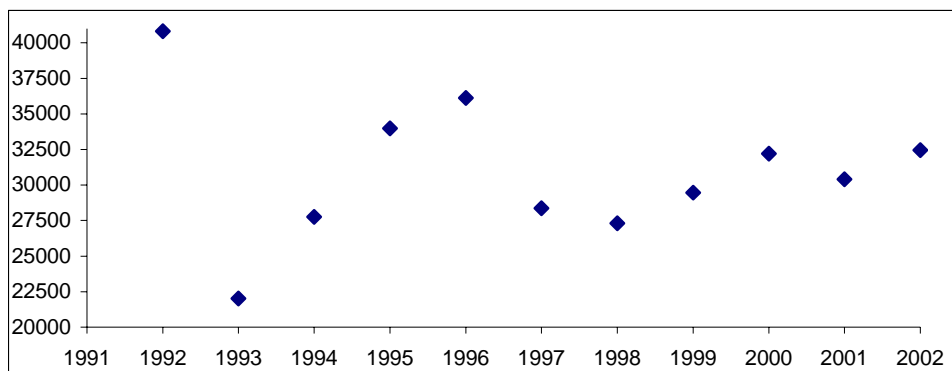


Figura. 3. Evoluția serviciilor de piață prestate pentru populație în prețuri constante (1990=100) în perioada 1992-2002

Din reprezentarea grafică a seriei de date privind evoluția serviciilor de piață prestate pentru populație (1990=100) se poate constata că aceasta a avut o evoluție oscilantă în perioada analizată, respectiv 1992-2002.

Deși seria de date privind serviciile de piață prestate pentru populație prezintă evoluții oscilante, se poate aprecia că evoluția în timp a acestora poate fi estimată cu ajutorul unui model nelinier specificat prin intermediul a două funcții de ajustare:

- funcția hiperbolică

$$SP_t = a_0 + a_1 \frac{1}{t} + u_t, \quad t = \overline{1, 11} \quad (1)$$

- funcția putere

$$SP_t = b_0 \cdot t^{b_1} \cdot v_t \Rightarrow \ln SP_t = \ln b_0 + b_1 \ln t + \ln v_t, \quad t = \overline{1, 11} \quad (2)$$

unde:

SP_t = servicii de piață prestate pentru populație exprimate în prețuri constante (1990=100);

t = variabila timp, $t = \overline{1, n}$;

a_0, a_1, b_0, b_1 = parametrii funcțiilor de ajustare;

$u_t, \ln v_t$ = variabile reziduale.

În urma estimării modelului (1) cu ajutorul pachetului de programe EViews, s-au obținut următoarele rezultate:

$$SP_t = 22,2127 + 53,7492 \frac{1}{t}; \quad R^2 = 0,878$$

$$(2,2065) \quad (2,8701) \quad DW = 1,41 \quad (3)$$

$$s_u = 5,7502$$

Rezultatele obținute relevă faptul că utilizarea hiperbolei la descrierea evoluției serviciilor de piață prestate pentru populație în România în perioada 1992-2002 îndeplinește cerințele statistice pentru a fi acceptată în vederea explicării variației acestora.

Cu toate acestea, analiza statistică a evoluției serviciilor de piață prestate pentru populație s-a continuat și cu aplicarea funcției putere (vezi relația (2)), în urma căreia modelul obținut se prezintă astfel:

$$\ln SP_t = 4,1287 - 0,3647 \ln t; \quad R^2 = 0,611$$

$$(0,1654) \quad (0,0832) \quad DW = 1,15 \quad (4)$$

$$s_{v_t} = 0,2284$$

Deși estimatorii modelului de mai sus, respectiv (4), sunt semnificativ diferiți de zero, faptul că prezintă o autocorelare a erorilor, iar valoarea coeficientului de determinare este inferioară celei obținute în cazul modelului (3), se poate considera că funcția parabolică estimează corect evoluția serviciilor de piață prestate pentru populație.

Cu toate acestea, modelul (3) nu poate fi acceptat în scopuri prospective deoarece, la limită, ar releva dispariția serviciilor de piață prestate pentru populație, ceea ce nu poate fi acceptat, deoarece perioada analizată, 1992-2002, prezintă un caz tranzitoriu în dezvoltarea acestor servicii.

Cea de-a doua categorie de modele utilizate în vederea estimării serviciilor de piață prestate pentru populație sunt modelele multifactoriale (modele autoregresive), care vor fi aplicate sub formă liniară și dublu logaritmică, respectiv:

$$SP_t = \alpha_0 + \alpha_1 V_t + \alpha_2 SP_{t-1} + u_t \quad t = \overline{1, 10} \quad (5)$$

și

$$\ln SP_t = \beta_0 + \beta_1 \ln V_t + \beta_2 \ln SP_{t-1} + v_t \quad t = \overline{1, 10} \quad (6)$$

unde:

SP_{t-1} = serviciile de piață prestate pentru populație exprimate în prețuri constante (1990=100) decalate cu o perioadă;

V_t = venitul disponibil real al populației (1990=100);

u_t, v_t = variabile reziduale.

Utilizând pachetul de programe EViews în vederea estimării formei liniare a modelului s-au obținut următoarele rezultate:

$$SP_t = -12,0113 + 0,0509 V_t + 0,5448 SP_{t-1}; \quad R^2 = 0,688$$
$$(30,4288) \quad (0,0516) \quad (0,09731) \quad DW = 2,49 \quad (7)$$
$$s_u = 5,2756$$

Analizând rezultatele obținute se constată că ipotezele corespunzătoare M.C.M.M.P. sunt verificate. Estimatorii parametrilor corespunzători termenului liber și venitul disponibil real al populației sunt ne semnificativi, cu excepția estimatorului parametrului corespunzător serviciilor de piață prestate pentru populație decalate cu o perioadă exprimate în prețuri constante (1990=100), care este semnificativ pentru un prag de semnificație de 5%, modelul fiind și el semnificativ pentru același prag de semnificație.

Sub formă dublu logaritmică modelul se prezintă astfel:

$$\ln SP_t = -2,6833 + 0,6820 \ln V_t + 0,5335 \ln SP_{t-1}; \quad R^2 = 0,478$$
$$(6,0004) \quad (0,8916) \quad (0,1766) \quad DW = 2,36 \quad (8)$$
$$s_v = 0,0439$$

Cu toate deficiențele statistice semnalate de cele două modele, respectiv estimatori ne semnificativi corespunzători termenului liber și venitul disponibil real al populației, coeficienți de determinare având valori scăzute, ambele modele descriu corect dependența serviciilor de piață prestate pentru populație, exprimate în prețuri constante (1990=100), de venitul disponibil real al populației și serviciile de piață prestate pentru populație decalate cu o perioadă exprimate în prețuri constante (1990=100) deoarece semnul estimatorilor corespunzători venitul disponibil real al populației și serviciilor de piață prestate pentru populație decalate cu o perioadă exprimate în prețuri constante (1990=100) este pozitiv.

Deoarece s-au constatat aceleași deficiențe și în modelarea serviciilor ce intră în componența serviciilor de piață prestate pentru populație s-a renunțat la prezentarea și comentarea modelelor aferente pentru a nu încălca analiza cu modele și informații neconcludente.

2. Metode factoriale de analiză a variației unor servicii destinate populației în profil teritorial

Metodele de analiză factorială urmăresc evidențierea componentelor principale cărora li se va atribui un anumit sens în funcție de intensitatea legăturilor observate între acestea și variabilele (indicatorii privind o serie de servicii destinate populației implicați în model) analizate. În acest sens, s-a realizat o grupare a unităților statistice în funcție de valorile obținute în cazul componentelor principale, cărora li s-a atribuit un anumit sens.

Utilizând pachetul de programe STATISTICA 5.5 s-a efectuat o analiză factorială pe baza indicatorilor din model, încercând să se identifice factorii independenți din punct de vedere informațional, corelația dintre aceștia și indicatorii modelului, precum și impactul lor asupra împrăștierii norului de date.

Prin intermediul metodei cluster s-a realizat o grupare a unităților statistice (județele României) utilizând distanța euclidiană simplă, pe baza unei legături complete, precum și o grupare a variabilelor (indicatorilor) folosind metoda minimei varianțe (principiul Ward), gruparea fiind realizată în acest caz cu ajutorul coeficientului de corelație Pearson.

În continuare este prezentată o grupare (clasificare) a județelor precum și a indicatorilor utilizând pachetul de programe STATISTICA 5.5. În vederea grupării județelor a fost utilizată distanța euclidiană simplă, prin intermediul unei legături complete. Gruparea indicatorilor s-a realizat pe baza metodei minimei varianțe (principiul Ward), prin intermediul coeficientului de corelație Pearson.

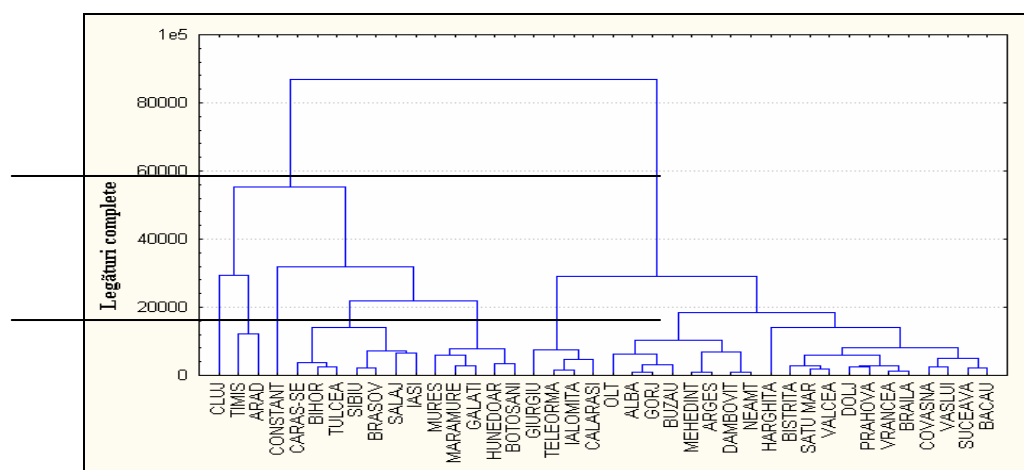


Figura 4. Dendograma unităților statistice utilizând metoda legăturilor complete (distanța euclidiană)

În general, se alege un orizont de grupare (o valoare de tip distanță) în funcție de scopurile urmărite prin grupare. Dacă dorim o divizare pe grupe mai pronunțată, orizontul de grupare este mai mic și invers.

De exemplu, în cazul dendogramei unităților statistice (județe) – vezi Figura 4, se observă cristalizarea unor grupuri până la un orizont de grupare egal cu 20000 precum (Bacău, Suceava, Vaslui, Covasna, Brăila, Vrancea, Prahova, Dolj, Vâlcea, Satu-Mare, Bistrița-Năsăud, Harghita, Neamț, Dâmbovița, Argeș, Mehedinți, Buzău, Gorj, Alba, Olt), (Călărași, Ialomița, Teleorman, Giurgiu), (Botoșani, Hunedoara, Galați, Maramureș, Mureș), (Iași, Sălaj, Brașov, Sibiu, Tulcea, Bihor, Caraș-Severin), (Arad-Timiș), județele Constanța și Cluj fiind izolate. Pentru un orizont de grupare egal cu 40000 s-au format următoarele trei grupuri: (Bacău, Suceava, Vaslui, Covasna, Brăila, Vrancea, Prahova, Dolj, Vâlcea, Satu-Mare, Bistrița-Năsăud, Harghita, Neamț, Dâmbovița, Argeș, Mehedinți, Buzău, Gorj, Alba, Olt, Călărași, Ialomița, Teleorman, Giurgiu), (Botoșani, Hunedoara, Galați, Maramureș, Mureș, Iași, Sălaj, Brașov, Sibiu, Tulcea, Bihor, Caraș-Severin, Constanța) și (Arad, Timiș, Cluj), iar pentru un orizont egal cu 60000 se formează două mari grupuri: (Bacău, Suceava, Vaslui, Covasna, Brăila, Vrancea, Prahova, Dolj, Vâlcea, Satu-Mare, Bistrița-Năsăud, Harghita, Neamț, Dâmbovița, Argeș, Mehedinți, Buzău, Gorj, Alba, Olt, Călărași, Ialomița, Teleorman, Giurgiu) și (Botoșani, Hunedoara, Galați, Maramureș, Mureș, Iași, Sălaj, Brașov, Sibiu, Tulcea, Bihor, Caraș-Severin, Constanța, Arad, Timiș, Cluj).

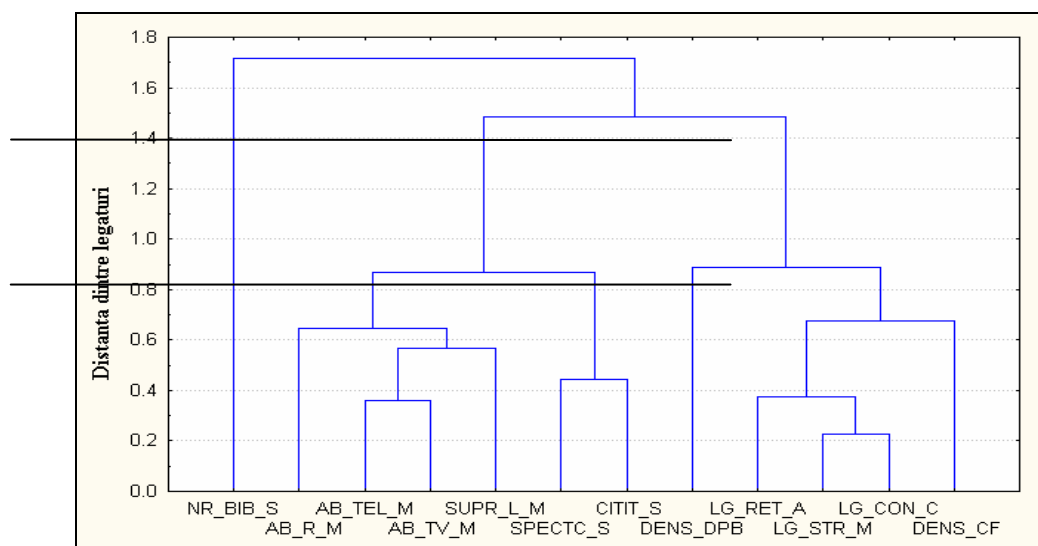


Figura 5. Dendograma variabilelor utilizând metoda Ward (coeficientul de corelație Pearson)

În cazul dendogramei variabilelor (indicatorilor) – vezi Figura 5, se observă că, până la un orizont de grupare egal cu 1,4 s-au format următoarele două grupuri compacte: (densitatea liniilor de cale ferată pe 1000 km² teritoriu, lungimea totală simplă a conductelor de canalizare pe 1000 km² teritoriu, lungimea străzilor orășenești modernizate pe 1000 km² teritoriu, lungimea totală simplă a rețelei de distribuție a apei potabile – la sfârșitul anului pe 1000 km² teritoriu, densitatea drumurilor publice pe 1000 km² teritoriu), (numărul de cititori înscriși la 100000 locuitori, numărul de spectatori la cinematografe și instalații cinematografice cu bandă normală la 100 000 locuitori, suprafața locuibilă la 1000 locuitori, numărul de abonamente la televiziune la 1000 locuitori, numărul de abonamente telefonice la sfârșitul anului la 1000 locuitori, numărul de abonamente radio la 1000 locuitori) și, separat, numărul de biblioteci (total) la 100 000

locuitori, iar pentru un orizont egal cu 0,8 s-au format următoarele grupuri: (densitatea liniilor de cale ferată pe 1000 km² teritoriu, lungimea totală simplă a conductelor de canalizare pe 1000 km² teritoriu, lungimea străzilor orășenești modernizate pe 1000 km² teritoriu, lungimea totală simplă a rețelei de distribuție a apei potabile – la sfârșitul anului pe 1000 km² teritoriu), separat densitatea drumurilor publice pe 1000 km² teritoriu, (numărul de cititori înscriși la 100000 locuitori, numărul de spectatori la cinematografe și instalații cinematografice cu bandă normală la 100000 locuitori), (suprafața locuibilă la 1000 locuitori, numărul de abonamente la televiziune la 1000 locuitori, numărul de abonamente telefonice la sfârșitul anului la 1000 locuitori, numărul de abonamente radio la 1000 locuitori) și separat numărul de biblioteci la 100000 locuitori.

În continuare se va utiliza clasificarea neierarhică în vederea realizării unei împărțiri a unităților statistice (județelor) pe grupuri (clustere) prin intermediul metodei centrelor mobile („K-mean clustering”). Au rezultat astfel trei grupuri (clustere) având următoarea componență:

- grupul I conține 3 județe, respectiv: Arad, Timiș și Cluj;
- grupul II conține 13 județe, respectiv: Botoșani, Iași, Constanța, Galați, Tulcea, Caraș-Severin, Hunedoara, Bihor, Maramureș, Sălaj, Brașov, Mureș și Sibiu;
- grupul III conține 24 județe, respectiv: Bacău, Neamț, Suceava, Vaslui, Brăila, Buzău, Vrancea, Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova, Teleorman, Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt, Vâlcea, Bistrița-Năsăud, Satu-Mare, Alba, Covasna și Harghita).

Așa cum se poate observa și din dendograma unităților statistice (județelor). Figura 4, pentru un orizont de grupare egal cu 40000, cele trei grupuri rezultate coincid cu cele trei grupuri obținute în urma aplicării metodei clasificării neierarhice.

3. Analiza statistică a serviciilor de sănătate în profil teritorial

Printre indicatorii ce măsoară direct nivelul de trai al populației se numără și cei de sănătate. În perspectiva integrării României în Uniunea Europeană se are în vedere asigurarea populației cu un număr aproximativ egal de medici la 100000 de locuitori în profil teritorial pentru a realiza o dezvoltare echilibrată și a elimina actualele discrepanțe existente între județele țării

Au fost analizate astfel o serie de servicii de sănătate destinate populației în profil teritorial la nivelul României, utilizând diverse metode statistice cum ar fi: metoda analizei factoriale unidimensionale, ce va fi aplicată în cazul grupării simple a numărului de medici la 100000 locuitori, numărului de paturi la 100000 locuitori și a personalului mediu sanitar la 100000 locuitori în anii 1994 și 2002, utilizând ca factor de grupare regiunea și provincia istorică, bazată pe ipoteza de lucru conform căreia variația acestor indicatori poate fi dependentă sau independentă de unitățile teritoriale, calculul coeficientului de corelație Spearman în vederea verificării existenței unei legături între cei trei indicatori ai serviciilor de sănătate și utilizarea unei metode de ierarhizare multicriterială pentru a stabili locul pe care-l ocupă fiecare județ al țării în funcție de acești indicatori.

În urma aplicării metodei analizei factoriale în cazul grupării simple a numărului de medici la 100000 locuitori este confirmată ipoteza potrivit căreia, atât în anul 1994 ($F_c = 0,7003 < F_{0,05;6;34} = 2,38$), cât și în anul 2002 ($F_c = 1,0298 < F_{0,05;6;34} = 2,38$), numărul de medici la 100000 de locuitori nu depinde de teritoriu, ci de alți factori principali care acționează pe ansamblul țării, pe județe și pe provincii istorice.

Reluând această analiză și în cazul numărului de paturi și a personalului mediu sanitar la 100000 de locuitori s-a constatat că numărul de paturi la 100000 de locuitori depinde de gruparea județelor pe provincii istorice în anul 1994 ($F_c = 2,5605 > F_{0,05;6;34} = 2,38$), în timp, ce în anul 2002, devine independent de această grupare ($F_c = 1,0298 < F_{0,05;6;34} = 2,38$). Variația personalului mediu sanitar la 100000 de locuitori este însă independentă de unitățile teritoriale, respectiv provincia istorică, atât în anul 1994 ($F_c = 1,4931 < F_{0,05;6;34} = 2,38$), cât și în anul 2002 ($F_c = 2,0101 < F_{0,05;6;34} = 2,38$). În cazul utilizării drept criteriu de grupare a regiunilor, se constată că, în anul 2002, numărul de paturi la 100000 de locuitori depinde de gruparea pe regiuni a județelor țării ($F_c = 4,0853 < F_{0,05;7;34} = 2,30$), în timp ce personalul mediu sanitar la 100000 de locuitori este independent de acest criteriu de grupare ($F_c = 2,0930 < F_{0,05;7;34} = 2,30$).

În vederea verificării existenței unei relații de dependență între indicatorii număr de medici la 100000 de locuitori și număr de paturi la 100000 de locuitori în anul 2002 s-a calculat coeficientul Spearman de corelație a rangurilor ($r_s = 0,802$), a fost testată semnificația acestuia cu ajutorul testului t ($t_{r_s} = 8,37 > t_{0,05;39} = 1,96$) și s-a constatat că între cele două variabile există o corelație puternică. Repetând analiza pentru indicatorii număr de medici la 100000 de locuitori și personal mediu sanitar la 100000 de locuitori a rezultat faptul că și între aceștia există o corelație puternică, reliefată de valoarea coeficientului Spearman ($r_s = 0,816$) și de faptul că aceasta este semnificativă pentru un prag de semnificație de 5% ($t_{r_s} = 8,83 > t_{0,05;39} = 1,96$). De asemenea, și variabilele număr de paturi la 100000 de locuitori și

personal mediu sanitar la 100000 de locuitori sunt puternic corelate ($r_s = 0,819$), fapt confirmat și de aplicarea testului t , în vederea verificării semnificației coeficientului Spearman de corelație a rangurilor ($t_{r_s} = 8,93 > t_{0,05;39} = 1,96$).

În urma rezultatelor obținute se impune ca, pentru viitor, să se urmărească realizarea unei distribuții mai uniforme a numărului de medici la 100000 de locuitori, a paturilor la 100000 de locuitori și a personalului mediu sanitar la 100000 de locuitori la nivel de țară și de județe în vederea asigurării unei mai bune stări de sănătate a populației și a eliminării discrepanțelor existente dintre județe în privința numărului de medici la 100000 de locuitori, a numărului de paturi la 100000 de locuitori și a personalului mediu sanitar la 100000 de locuitori pentru a ne putea apropia mai rapid de nivelul atins de țările dezvoltate ale lumii, România situându-se pe unul din ultimele locuri în lume în cazul acestor indicatori.

4. Analiza serviciilor de publicitate

Publicitatea reprezintă orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liber-profesioniste, având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de drepturi și obligații.

Piața publicitară românească, cu toate că este o piață tânără, este una competitivă. Serviciile de publicitate în economia de piață a României au cunoscut o adevărată dezvoltare în ultimii 13 ani. Piața românească este o piață dominată încă de brandurile internaționale, dar există și numeroase branduri autohtone care își fac din ce în ce mai mult loc pe piața publicitară, cu foarte multe campanii de bună calitate. Concurenții de pe piața internă își demonstrează astfel seriozitatea prin calitatea serviciilor pe care le prestează.

Se poate afirma că piața serviciilor de publicitate din România se apropie de standardele internaționale, ca urmare a tendințelor de creștere din acest domeniu, respectiv creșterea sumelor investite, dezvoltarea tehnologiilor folosite, profesionalizarea personalului, sporirea calității serviciilor. Există specialiști în domeniu, formați într-un cadru academic cu tradiție și multe campanii care pot concura oricând cu cele de peste hotare.

Două dintre cele mai frecvente forme ale publicității, publicitatea prin internet și publicitatea televizată, au apărut destul de recent, existența lor fiind condiționată de existența rețelei internet și respectiv a televiziunii. Astfel, publicitatea prin internet a apărut în anii '80 și a luat o amploare din ce în ce mai mare, ajungându-se ca astăzi paginile web să fie pline de bannere publicitare și link-uri către alte pagini și oferte ale marilor companii.

Publicitatea TV este cea care atrage anual cel mai mare volum din bugetele companiilor destinate publicității, este considerată cea mai eficientă metodă dar și cea mai costisitoare. Nu ne referim aici doar la costurile producerii unui spot TV, care se știe că sunt foarte ridicate, drumul de la o idee până la produsul finit este lung și necesită fonduri ce uneori pot depăși bugetul prevăzut. Televiziunile, fie ele publice sau private, se știe că trăiesc și din publicitate, reclamele uneori atât de dese și de enervante aduc sume importante în buzunarele posturilor TV, este vorba de milioane de dolari. Tarifele sunt calculate în funcție de audiența emisiunii în timpul căreia se va difuza spotul, de durata acestuia, de ora și de frecvența difuzării, în tabelul ce urmează sunt date cu privire la cota de piață, rate - card și veniturile din publicitate în timpul emisiunilor de știri de la principalele posturi TV pentru anul 2002.

Bibliografie

- Andrei, T., *Statistică și Econometrie*, Editura Economică, București, 2004
- Balaure, V. (coordonator), *Marketing*, Editura Uranus, București 2000
- Baron, T., Biji E., și colectiv, *Statistică teoretică și economică*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996
- Bădiță, M., Goschin, Z., Cristache, S., E., *Statistică aplicată în economie*, Editura Luceafărul, București 2002
- Bădiță, M., Baron, T., Cristache, S., E., *Statistica pentru afaceri în comerț-turism*, Vol I-II, Editura Luceafărul, București 2002
- Bădiță, M., Baron, T., Korca, M., *Statistică pentru afaceri*, Editura Eficient, București, 1998
- Bădiță, M., Goschin, Z., Cristache, S., *Statistică aplicată în economie*, Ed. Universal Pan, București, 2000, Ediția a II-a
- Biji, E., Constantin, D., L., „Posibilități de cuantificare și interpretare statistică a mutațiilor intervenite în structura teritorială a industriei în perioada 1965-1980”, *Teorie și Practică Economică*, nr. 1/1984, București, pag. 56-66
- Biji, E., Lilea, E., Voineagu, V., *Statistică teoretică*, Editura Dimitrie Cantemir, București, 1993
- Biji, E., Lilea, E., Wagner, P., și colectiv, *Statistică*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1999
- Biji, E., Lilea, E., Vătui, M., *Statistică – Studii de caz*, Editura OSCAR PRINT, București, 1996
- Biji, M., Biji, E., Lilea, E., Anghelache, C., *Tratat de Statistică*, Editura Economică, București, 2003
- Gadrey, J., *L'Economie des services*, La Découverte, Paris, 1992

- Iacob, A., I.,** Analiza factorială a variației regionale a unor servicii destinate populației, *Al patrulea simpozion internațional al ARSR - "Dezvoltarea regională și echilibrul structural al economiei naționale"*, A.R.S.R., Universitatea Danubius, 27–28 mai 2004, Galați
- Iacob, A., I.,** The analysis of the public services in Romania in the territorial profile using cluster method, *The International Conference on Economic Cybernetics - "The Cybernetics of Macroeconomics and Microeconomics"*, April 22-24, 2004, A.S.E., C.S.I.E., Department of Economic Cybernetics, Economic Research Department, Romanian Academy: Commission of Cybernetics, Faculty of Mathematics - University of Bucharest, Bucharest
- Iacob, A., I.,** Analiza statistică a serviciilor destinate populației în profil teritorial în România, *Al treilea simpozion internațional al Asociației Române de Științe Regionale „Avantaje competitive și dezvoltare regională”*, 22 – 23 mai 2003, A.R.S.R., București - publicată în volumul *Avantaje competitive și dezvoltare regională*, coord. Dorel Ailenei, Daniela Luminița Constantin, Dorin Jula, Editura Oscar Print, București, 2004, p. 277-283
- Iacob, A., I.,** Aplicarea metodei analizei factoriale în statistica regională, *A XXX-a Sesiune de comunicări științifice cu participare internațională „Tehnologii moderne în secolul XXI”*, 6-7 noiembrie 2003, Academia Tehnică Militară, București - publicată în volumul *A XXX-a Sesiune de comunicări științifice cu participare internațională „Tehnologii moderne în secolul XXI”*, 6-7 noiembrie 2003, Academia Tehnică Militară, București,
- Iacob, A., I.,** *Econometria consumului populației*, Editura ASE, București, 2004
- Ioncică, M.,** *Economia serviciilor*, Editura Uranus, Ediția a treia, 2002
- Ioncică, M., Minciu, R., Stănculescu, G.,** *Economia Serviciilor*, Editura Uranus, București, 1997
- Pecican, E., Tănăsioiu, O., Iacob, A., I.,** *Modele econometrice*, Editura ASE, București, 2001
- Romesburg, H., C.,** *Cluster analysis for researchers*, Lifetime Learning Publications, Belmont, 1984
- Popescu, C., R.,** *Disparități regionale în dezvoltarea economico-socială a României*, Editura Meteor Press, București, 2001
- Ruxanda, Gh,** *Analiza datelor*, Editura ASE, București, 2001
- Tănăsioiu, O., Iacob, A., I.,** *Econometrie. Studii de caz*, Editura ASE, București, 1998
- Tănăsioiu, O., Iacob, A., I.,** *Econometrie aplicată*, Editura ARTETICART, București, 1999
- Voineagu, V., Furtună, F., Voineagu, M., Ștefănescu, C.,** *Analiza factorială a fenomenelor social-economice în profil regional*, Editura Aramis, București, 2002