

CORELAȚIA DINTRE MĂRCI ȘI PRODUSUL INTERN BRUT, DOVEZI EMPIRICE ALE COMPORTAMENTULUI SISTEMULUI INTERNAȚIONAL

TRADEMARK AND GDP CORRELATION, EMPIRIC EVIDENCE ON INTERNATIONAL SYSTEM BEHAVIOR

Mihaela Daciana BOLOS
Bradut-Vasile BOLOS

Petru Maior University Tirgu Mures, Romania

mihaela.bolos@science.upm.ro

Abstract: *Obiectivul articolului îl reprezintă analiza unei decade de înregistrări de mărci și influența pe care a avut-o aceasta în sistemul relațiilor internaționale. Analizăm evoluția PIB în corelație cu numărul de înregistrări de mărci pe baza datelor din perioada 1999-2009. Încercăm să explicăm corelația puternică între creșterea PIB-ului în China și creșterea numărului de înregistrări de mărci.*

Cuvinte cheie: Mărci, dezvoltare economică,

Clasificare JEL: F50, F60

Abstract: *The article objective is an analysis of a decade of trademark registrations and its influence over the international relations system. We analyze GDP evolution with Trademark Registrations using correlation on data covering the 1999-2009 decade. We attempt to explain the strong correlations between China's growth of GDP and trademark registration growth.*

Keywords: Trademarks, economic development

JEL Classification: F50, F60

1 INTRODUCERE

Din perspectiva relațiilor internaționale dezvoltarea economică reprezintă o formă de soft power folosită de state pentru a-și maximiza influența la nivel internațional[1]. În acest context mărcile

1 INTRODUCTION

From the international relations view point the economic development represent a form of soft power that states uses in order to maximize their influence at the international level[1]. In this

reprezintă în anumite situații vectori ai dezvoltării economice, și totodată o formă de soft power, *per se*, pentru că pot fi identificate cu o anumită cultură sau stil de viață[2]. Succesul unei mari puteri la nivel internațional poate fi regăsită și în capacitatea ei de a-și impune propriile valori culturale în alte state. În acest punct interesele statului cu ale companiilor privind dorința de a domina piețele internaționale coincid.

Cercetătorii din domeniul relațiilor internaționale trebuie să identifice schimbările care au loc în sistemul internațional care pot determina fie emergența unor noi puteri fie decăderea altora. Actualmente o atenție deosebită este acordată Chinei ca o putere emergentă la nivel politic, militar și economic.

Scopul lucrării este de a studia evoluțiile în înregistrarea mărcilor la nivel internațional și schimbările care au avut loc într-o decadă în acest proces. Pentru a putea înțelege modificările care au avut loc vom analiza datele în coroborare cu PIB-ul statelor privit ca un indicator a dezvoltării statului. În general proprietatea intelectuală este văzută ca o reflectare a progresului tehnologic și sunt privite mai puțin ca mijloace de putere. Cercetarea dorește să identifice dacă există legături între puterea economică și mărci.

2. METODOLOGIE

Pentru a putea exemplifica importanța mărcilor și indicațiilor geografice în economia mondială considerăm semnificativă existența unei corelații

context trademarks are in certain cases a vector of economic development and, also, a form of soft power, *per se*, because they may be identified with a certain culture or way of life [2]. The success of a great power lays also in the capacity to implement their cultural values in other countries, and here the states and companies' interest coincide meaning the will to dominate new markets.

International relations scholars are challenged to identify the shifts in the international system that may lead to the emergence of new powers and the fall of others. Now days all eyes are turned towards China as a political, military and economical emerging power. Our aim is to study the evolution in trademark registration and the shifts that took place in a decade in the process of registering new trademarks. In order to understand the modifications we will analyze this dates in corroboration with the GDP of the states as an indicator of state development. As usually intellectual property is seen as a reflection of technological progress, trademarks are less taken into consideration as supremacy means. This research is aiming to identify, if any, the connection between international economic power and trademarks.

2. METHODOLOGY

In order to determine the trademarks importance in global economy we have chosen to determine and analyze the correlation between the GDP (Gross

între valoarea Produsului Intern Brut (PIB) și numărul de înregistrări de mărci pe oficii naționale. Pentru a investiga această corelație am extras patru țări cu o pondere semnificativă în economia mondială, SUA, Japonia, China și Germania, precum și datele privind economia mondială în ansamblul ei. Sursa de date statistice o reprezintă Banca Mondială, perioada cuprinsă în analiză este 1999-2009.

3. ANALIZA SI PROCESAREA DATELOR

Primul indicator analizat este numărul de cereri de înregistrare la nivelul Oficiilor Naționale de Proprietate Intelectuală [1], datele pentru perioada analizată fiind cuprinse în Tabelul 1 „Număr de cereri de înregistrare privind mărcile depuse anual”

Domestic Product) and the number of trademark registrations.

We have selected data regarding four countries with an important percent in the global economy, USA, Japan, China, and Germany, as well as data regarding the global economy. The source of data is the World Bank, and the selected indicators represent the period 1999-2009.

3. DATA PROCESSING AND ANALYZE

The first indicator we analyze is the number of requests registered at national Offices of Intellectual Property[1], data presented in table 1 “Annual number of trademarks registration requests”

Tabel 1 „Număr de cereri de înregistrare privind mărcile depuse anual”–/ Table 1 “Annual number of trademarks registration requests”

	USA	Japan	China	Germany
1999	260.761	121.861	165.128	85.777
2000	292.464	145.834	212.602	97.337
2001	216.308	123.788	259.924	77.880
2002	212.637	117.472	364.948	66.644
2003	220.965	123.393	446.654	70.446
2004	248.406	128.851	581.805	74.197
2005	264.510	136.050	659.148	80.091
2006	277.579	135.865	741.942	80.481
2007	304.129	143.236	681.358	83.352
2008	294.070	119.448	669.088	80.865
2009	266.845	110.622	808.546	74.676

Sursă: Tabelul este realizat de autori pe baza datelor preluate de pe pagina Băncii Mondiale <http://data.worldbank.org/>, data preluării 2011 [3]

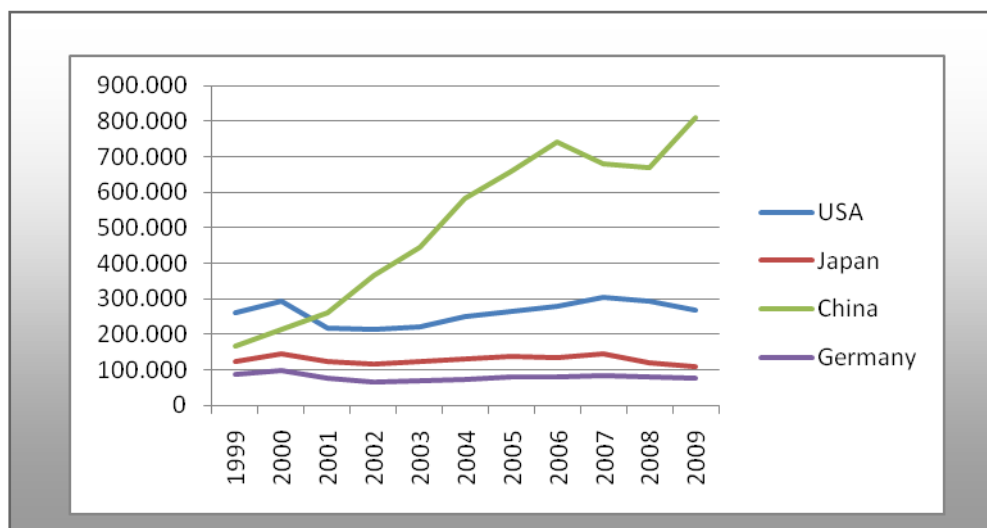
Se poate observa faptul că în ultima decadă China reprezintă cea mai activă economie sub aspectul cererilor de înregistrare a mărcilor, valoarea din 2009 reflectând o diferență spectaculoasă față de țările avute în vedere.

Pentru a putea intui tipul de evoluție (lineară, logaritmică, sau exponențială) reprezentăm evoluția numărului de înregistrări la nivel mondial în Graficul 1 „Evoluția numărului de înregistrări la nivel mondial”

It can be noticed that in the last decade China's economy is the most active regarding the requests of trademarks registration. The value presented in 2009 reflects a significant difference in respect to the other countries analyzed in table 1.

To forecast the type of evolution (linear, logarithmical or exponential) we represent the evolution of the global registration requests in Graphic 1 “The global evolution of trademark registration requests”.

Graficul 1: Evoluția numărului de înregistrări la nivel mondial / Graphic 1 - The global evolution of trademark registration requests



Sursa: grafic realizat de autori pe baza tabelului 1

Se observă faptul că evoluția este aproximativ lineară, cu fluctuații începând cu anul 2006. Din grafic reiese că la nivel mondial ierarhia în privința numărului de înregistrări de mărci se schimbă începând cu anul 2001, China fiind țara cea mai activă sub acest aspect. Ecartul între China și restul țărilor luate ca termen de comparație este spectaculos la nivelul anului 2009.

Pe baza datelor colectate am analizat ponderea

We can see that the evolution is quite linear, with fluctuations beginning with 2006. From the graphic it can be observe that internationally the hierarchy in the number of trademarks registration changes in 2001, China being the most active in this sense. The difference between China and the rest of the countries selected, in 2009, is impressive.

From the data presented in Table 1 and Graphic 1 we analyze the percent of trademarks registrations

țărilor exemplificate la nivel mondial. Rezultatele sunt prezentate în Tabelul 2 „Ponderea pe țări a numărului de cereri în totalul mondial”

in the four countries selected in the world total registrations. The results are presented in table 2 „The percent of countries trademarks requests in world total”

Tabelul 2 – Ponderea pe țări a numărului de cereri în totalul mondial / Table 2 - The percent of countries trademarks requests in world total

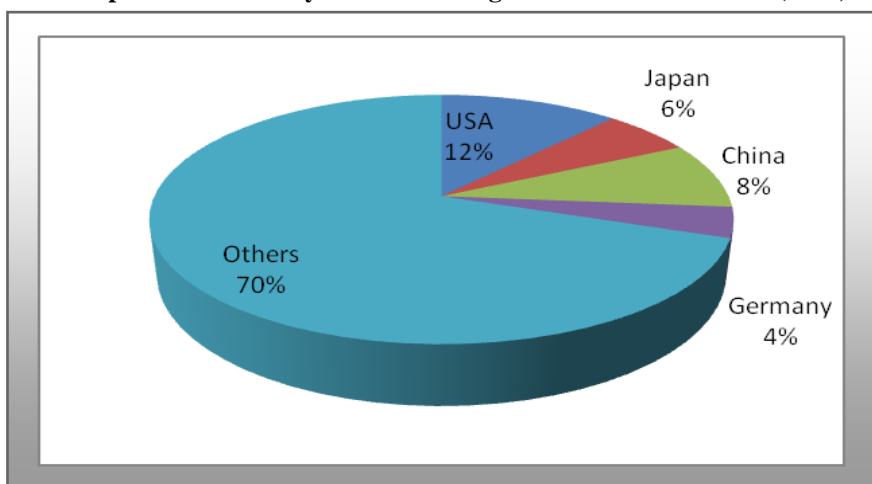
	USA	Japan	China	Germany	World
1999	12,54%	5,86%	7,94%	4,13%	100,00%
2000	11,86%	5,91%	8,62%	3,95%	100,00%
2001	9,53%	5,45%	11,45%	3,43%	100,00%
2002	9,28%	5,13%	15,93%	2,91%	100,00%
2003	9,02%	5,04%	18,24%	2,88%	100,00%
2004	9,30%	4,82%	21,78%	2,78%	100,00%
2005	9,06%	4,66%	22,57%	2,74%	100,00%
2006	8,86%	4,34%	23,69%	2,57%	100,00%
2007	9,86%	4,65%	22,10%	2,70%	100,00%
2008	10,20%	4,14%	23,20%	2,80%	100,00%

Sursa: Tabelul este realizat de autori pe baza datelor preluate de pe pagina Băncii Mondiale <http://data.worldbank.org/>, data preluării 2011, [3]

Se observă că la începutul decadei, în anul 2000, SUA este cea mai activă economie, în timp ce, spre sfârșitul decadei, în anul 2008, China devine principala sursă de înregistrări. La începutul decadei, în anul 2000, ponderile sunt prezentate în graficul 2 „Ponderea pe țări a numărului de cereri în totalul mondial la începutul decadei (1999)”.

It can be seen at the decade beginning, in 2000, USA is the most active economy, were as at the end of the decade, in 2008, China becomes the main source of trademark registrations. The beginning of the decade in 2000, the percents are presented in the Graphic 2 The percent of country trademarks registrations in world total 1999.

Grafic 2 – Ponderea pe țări a numărului de cereri în totalul mondial la începutul decadei (1999) / Graphic 2 - The percent of country trademarks registrations in world total (1999)



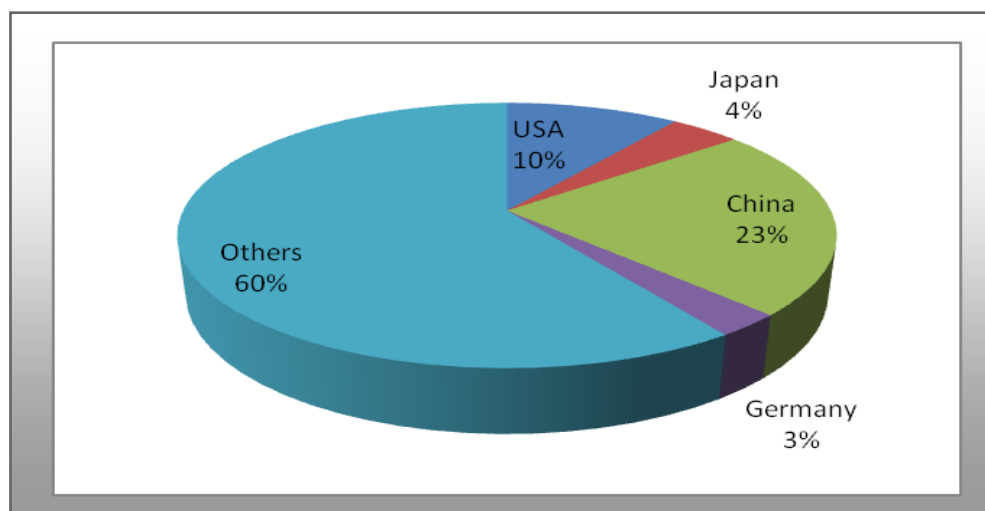
Se observă că la începutul perioadei, SUA are cea mai importantă pondere (12%), China fiind a doua ca dimensiune cu 8%.

Situația ponderilor la sfârșitul decadei (2008) este prezentată în Graficul 3 „Ponderea pe țări a numărului de cereri în totalul mondial la sfârșitul decadei (2008)”.

In 1999 USA has the higher percent (12%), China being the second (8%).

The situation in this percent differs at the end of the decade (2008), situation presented in Graphic 3 „The percent of country trademarks registrations in world total 2008”.

Graficul 3 – Ponderea pe țări a numărului de cereri în totalul mondial la sfârșitul decadei (2008) / Graphic 3 – The percent of country trademarks registrations in world total 2008



Este evident că în 2008 procentul Chinei de înregistrări de mărci este foarte mare, dacă îl comparăm cu valorile inițiale

Se observă că la sfârșitul decadei ponderea Chinei în privința înregistrărilor legate de mărci este extrem de ridicată față de valoarea inițială, ea atingând aproximativ 23% din numărul total de înregistrări la nivel mondial.

În continuare am încercat să analizăm tendințele anuale ale indicatorilor. Rezultatele sunt prezentate în tabelul 3 „Tendințe anuale privind numărul de cereri de înregistrare”

In 2008 it is obvious the China's percent of trademark registrations is very high, if we compare it to the initial values.

It's obvious that at the end of the decade China's percent of trademark registrations is very high reaching the level of 23% of the world total registrations.

Following the analysis presented above we calculated the annual tendencies based on these indicators. The results are presented in Table 3 “Annual tendencies regarding trademarks registration requests”.

Tabelul 3 – Tendințe anuale privind numărul de cereri de înregistrare / Table 3 - Annual tendencies regarding trademarks registration requests

	USA	Japan	China	Germany	World
2000	12,16%	19,67%	28,75%	13,48%	18,66%
2001	-26,04%	-15,12%	22,26%	-19,99%	-7,93%
2002	-1,70%	-5,10%	40,41%	-14,43%	0,88%
2003	3,92%	5,04%	22,39%	5,70%	6,92%
2004	12,42%	4,42%	30,26%	5,32%	9,05%
2005	6,48%	5,59%	13,29%	7,94%	9,35%
2006	4,94%	-0,14%	12,56%	0,49%	7,24%
2007	9,56%	5,43%	-8,17%	3,57%	-1,57%
2008	-3,31%	-16,61%	-1,80%	-2,98%	-6,45%
2009	-9,26%	-7,39%	20,84%	-7,65%	No data

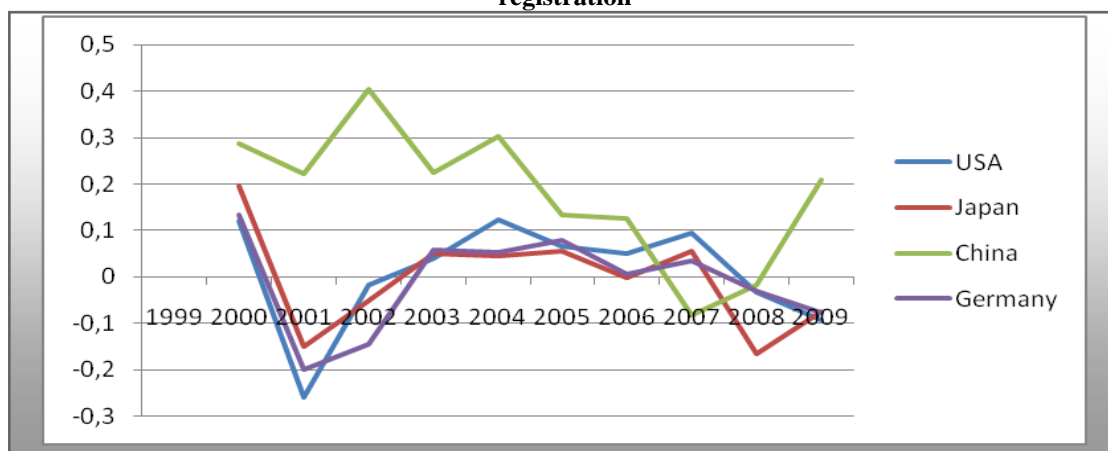
Sursa : grafic realizat de autori pe baza tabelor 1 si 2

Se observă o evoluție fluctuantă a tendințelor, motiv pentru care analiza corelației nu se poate realiza pentru perioada avută în vedere. Fluctuațiile se pot observa în graficul 4 „Evoluția tendințelor privind înregistrarea mărcilor”.

Se poate observa evoluția în general pozitivă a Chinei, dar cu fluctuații de tendințe semnificative. Nu se poate intui o evoluție lineară, logaritmică sau exponențială, prin urmare nu putem efectua o analiză de corelație bazată pe tendințe.

The data indicate a fuzzy evolution of the tendencies, reason why the correlation analysis cannot be done for the presented decade. The fluctuation can be observed in the Graphic 4 “Tendencies of trademarks registration”.

It can be noticed the positive evolution of China, but with important tendencies fluctuations. It cannot be identified a linear, logarithmic or exponential evolution, so we cannot do a correlation analysis based on these tendencies.

Grafic 4 – Evoluția tendințelor privind înregistrarea mărcilor / Graphic 4 - Tendencies of trademarks registration

Sursa : grafic realizat de autori pe baza tabelului 3

În continuare, am analizat evoluția PIB în aceeași perioadă, pentru aceleași țări și la nivel mondial. Datele obținute de la Banca Mondială sunt prezentate în tabelul 4 „PIB (USD)”. Valorile sunt exprimate în dolari, la cursul curent de schimb

We also conducted an analysis of the GDP for the same countries, for the same period. The data obtained from the World Bank are presented in table 4 “GDP (USD)”. The values are expressed in dollars, at the current exchange rate

Tabelul 4 – PIB (USD) / Table 4 - GDP (USD)

	USA	Japan	China	Germany	World
1999	9.301.000.000.000	4.368.734.790.197	1.083.277.930.360	2.143.618.154.698	31.204.194.358.536
2000	9.898.800.000.000	4.667.448.302.100	1.198.480.321.713	1.900.221.116.639	32.209.707.979.350
2001	10.233.900.000.000	4.095.484.283.985	1.324.804.848.409	1.890.970.917.226	32.008.721.297.934
2002	10.590.200.000.000	3.918.335.087.887	1.453.827.687.613	2.016.920.760.399	33.273.921.991.935
2003	11.089.200.000.000	4.229.096.852.937	1.640.959.264.366	2.442.212.189.616	37.447.356.905.510
2004	11.812.300.000.000	4.605.920.900.613	1.931.643.872.028	2.745.214.902.560	42.196.337.997.515
2005	12.579.700.000.000	4.552.200.185.088	1.931.643.872.028	2.788.389.792.568	45.630.781.401.164
2006	13.336.200.000.000	4.362.589.532.154	2.256.902.969.137	2.918.555.186.598	49.459.976.902.212
2007	14.061.800.000.000	4.377.943.849.041	2.712.950.560.614	3.329.145.212.814	55.853.287.909.433
2008	14.369.100.000.000	4.886.965.818.168	3.494.055.865.922	3.634.525.945.728	61.379.607.590.518
2009	14.119.000.000.000	5.068.996.399.491	4.521.826.899.541	3.330.031.687.465	58.259.785.029.004

Sursa : Date preluate de pe pagina Băncii Mondiale <http://data.worldbank.org/> și prelucrate de autori [3]

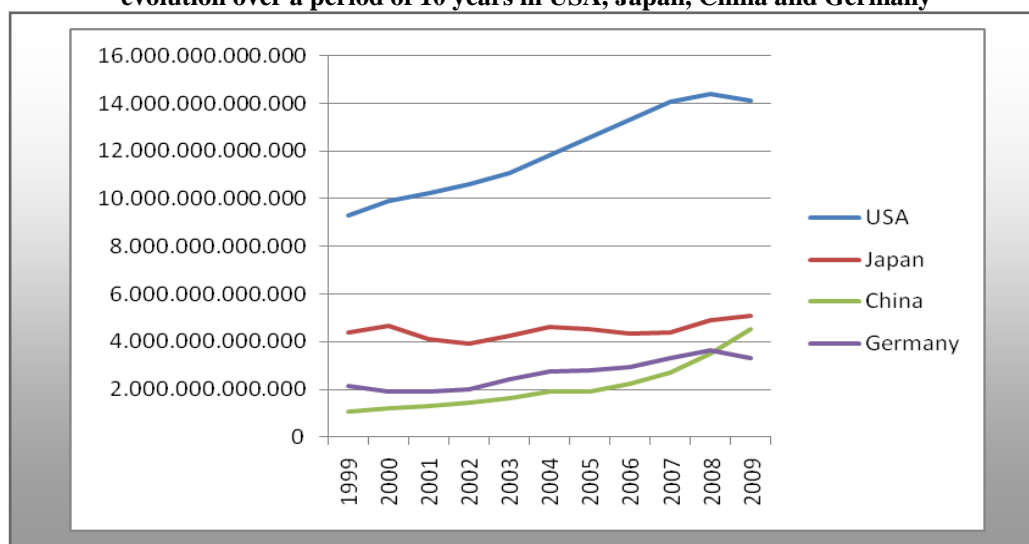
Pentru a putea observa tipul de evoluție al PIB-ului țărilor analizate am reprezentat evoluția acestora în graficul 5 „Evoluția PIB pe o perioadă de 10 ani în

In order see the evolution of the states GDP's we represented the data in the Graphic 5 “GDP's evolution over a period of 10 years in USA, Japan,

SUA, Japonia, China și Germania”

China and Germany”.

Grafic 5 – Evoluția PIB pe o perioadă de 10 ani în SUA, Japonia, China și Germania / Graphic 5 - GDP's evolution over a period of 10 years in USA, Japan, China and Germany



Sursa : grafic realizat de autori pe baza tabelului 4

Se observă faptul că evoluțiile sunt aproximativ lineare. Pornind de la această observație considerăm că poate fi utilizată o analiză de corelație bazată pe corelația lineară între valoarea PIB și valoarea numărului de înregistrări privind mărcile.

Sub aspectul ponderii țărilor în PIB-ul global, datele rezultate din analiză sunt prezentate Tabelul 5 „Pondere PIB-ului în totalul mondial (SUA, Japonia, China, Germania, Altele)”. În cazul PIB, spre deosebire de indicatorul prezentat anterior, datele cuprind și PIB la nivel global, pentru anul 2009.

The evolutions are linear, so we consider that it can be applied a correlation analysis based on the linear correlation between the GDP and the number of trademarks registrations.

Regarding the percent of countries in global GDP, the data resulted from the analysis are presented in the Table 5 “GDP's percent of USA, Japan, China, Germany and other in the world GDP”. In GDP's case the data presented include the data for 2009, except the non available (NA) ones

Tabelul 5 Pondereea PIB-ului în totalul mondial (SUA, Japonia, China, Germania, Altele)–/ Table 5 - GDP's percent of USA, Japan, China, Germany and other in the world GDP

An	USA	Japonia	China	Germany	Others
1999	29,81%	14,00%	3,47%	6,87%	45,85%
2000	30,73%	14,49%	3,72%	5,90%	45,16%
2001	31,97%	12,79%	4,14%	5,91%	45,19%
2002	31,83%	11,78%	4,37%	6,06%	45,97%
2003	29,61%	11,29%	4,38%	6,52%	48,19%
2004	27,99%	10,92%	4,58%	6,51%	50,01%
2005	27,57%	9,98%	4,23%	6,11%	52,11%
2006	26,96%	8,82%	4,56%	5,90%	53,75%
2007	25,18%	7,84%	4,86%	5,96%	56,17%
2008	23,41%	7,96%	5,69%	5,92%	57,01%
2009	24,23%	8,70%	7,76%	5,72%	NA

Sursa : Date preluate de pe pagina Băncii Mondiale <http://data.worldbank.org/> [3] și prelucrate de autori

Se observă în tabelul 5 faptul că SUA deține poziția cea mai importantă, dar că ponderea în economia mondială scade de la 29,81% la 24,23%. În ceea ce privește China, aceasta crește ca pondere de la 3,47% la 7,76%. Evoluția ponderii PIB-ului țărilor analizate este prezentată și în Graficul 6 „Pondereea PIB-ului în totalul mondial (SUA, Japonia, China, Germania, Altele)”

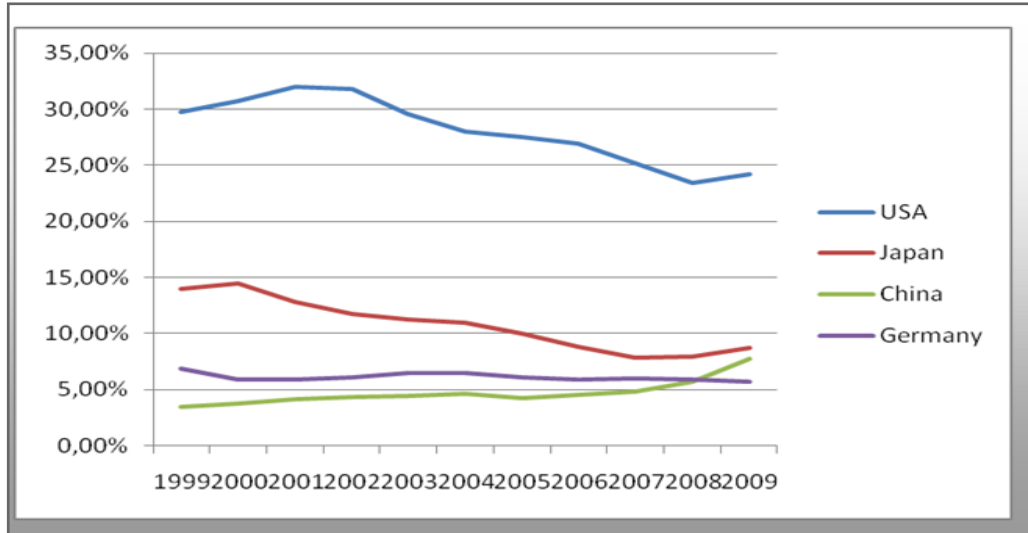
Se observă o evoluție fluctuantă, dar mai apropiată de o evoluție lineară decât de o evoluție logaritmică sau exponențială. Rezultă că și acest indicator poate fi analizat prin prisma corelației lineare

From table 5, it results that USA holds the most important position, but its percent in the global economy decreases from 29.81% to 24.23%. Regarding China it increases from 3.47% to 7.76%. The GDP's evolution in the states presented can be seen in Graphic 6 “GDP's percent of USA, Japan, China, Germany and other in the world GDP”.

It can be noticed a fluctuating evolution, but closer to a linear evolution than a logarithmical or exponential one. As a consequence it results that this indicator can be analyzed in base of a linear correlation.

Grafic 5 – Evoluția PIB pe o perioadă de 10 ani în SUA, Japonia, China și Germania / Graphic 5 - GDP's evolution over a period of 10 years in USA, Japan, China and Germany

Sursa : grafic realizat de autori pe baza tabelului 5



Calculul corelației lineare între valorile PIB și ale numărului de înregistrări privind mărcile este reliefat în Tabelul 6 „Corelații între numărul de solicitări și PIB”. În tabel se prezintă valoarea indicatorului obținut pentru seriile de date prezentate anterior. Valorile indicelui de corelație utilizat sunt obținute prin aplicarea funcției CORREL din programul Microsoft Excel și se interpretează ca reflectând o corelație puternică dacă sunt aproape de 1, lipsa corelației, dacă sunt aproape de 0, sau o corelație inversă dacă sunt aproape de -1.

The linear correlation between the GDP's value and the number of trademarks registrations are highlighted in table 6 “Correlation between the number of trademarks registered and GDP”.

In the table are presented the values obtained for the series of data previously presented. The values of the correlation index are obtained by applying the CORREL function and are interpreted as reflecting a strong correlation if close to 1, lack of correlation if near to 0, or an inverse correlation if close to -1.

Tabelul 6 Corelații între numărul de solicitări și PIB –/ Table 6 - Correlation between the number of trademarks registered and GDP

	USA	Japon	China	Germany	world
CORREL	0,5447	-0,0751	0,8182	-0,0940	0,8680

Sursa : Date preluate de pe pagina Băncii Mondiale <http://data.worldbank.org/> [3] și prelucrate de autori

Se observă o corelație puternică la nivelul Chinei și la nivel mondial între numărul de înregistrări de mărci și PIB. Corelația nu poate fi interpretată ca legătură de cauzalitate, dar, în mod cert indică o legătură puternică între cei doi indicatori. În cazul celorlalte state analizate nu poate fi demonstrată o asemenea legătură, dar acest fapt poate fi datorat diferențelor între mecanismele economice ale țărilor dezvoltate și cele ale țărilor în curs de dezvoltare. Calculul indicelui de corelație dintre ponderi este prezentată în Tabelul 7 „Corelații între ponderi”.

The indicator suggests a strong correlation between GDP and trademarks registration in China and the world economy. The correlation cannot be seen as a causality connection, but certainly indicates a strong connection between the two indicators. Regarding the other states analyzed, such a link is not revealed, fact explainable by the differences between economical mechanisms of developed countries or developing countries. The calculations of the correlation between percents are presented in Table 7 “Correlations between percents”.

Tabelul 6 Corelații între numărul de solicitări și PIB –/ Table 6 - Correlation between the number of trademarks registered and GDP

	USA	Japan	China	Germany
CORREL	-0,0247	0,9243	0,9721	0,9745

Sursa : Date preluate de pe pagina Băncii Mondiale <http://data.worldbank.org/> [3] și prelucrate de autori

Se observă faptul că în cazul Japoniei, Chinei și Germaniei, ponderea în PIB-ul mondial este corelată cu ponderea în numărul de înregistrări privind mărcile, deoarece indicele de corelație este apropiat de valoarea 1, în timp ce în cazul SUA această corelație nu este demonstrabilă.

It can be noticed that in the case of Japan, China and Germany the GDP's weight in the world GDP is correlated with the weight of trademarks registrations in the world total, because the correlation index is close to 1, while in the USA case this correlation is not demonstrable.

4. ANALYSIS AND INTERPRETATIONS

4. ANALYSIS AND INTERPRETATIONS

Indicele de corelație calculat la nivel mondial între numărul de solicitări de înregistrări privind mărcile

The correlation index calculated at a global level between the number of trademarks registrations and

și valoarea PIB, reliefează existența unei legături puternice, ceea ce sugerează importanța economică a fenomenului la nivel mondial și explică în mare măsură existența și dezvoltarea sistemului de relații internaționale politice și juridice în această privință. Ceea ce pare surprinzător, este faptul că China, care a fost presată să accepte reglementările internaționale în această privință[4], pare să fie principalul beneficiar al acestui sistem în acest moment.

Una dintre explicațiile posibile ale corelației foarte puternice între dezvoltarea mărcilor și creșterea PIB-ului în cazul Chinei îl constituie fenomenele de migrațiune a capacităților de producție industriale spre țările cu o forță de muncă mai ieftină. Această migrație nu ar fi putut fi realizată fără o protecție adecvată a proprietății intelectuale, de unde și numărul înregistrărilor.

5. DEZBATERI

Există opinii conform cărora valoarea brandurilor și implicit a mărcilor este exagerată, și că utilitatea și nevoile sociale ar trebui să fie focusate pe bunuri cu mai multă substanță și mai puțină valoare imaterială adăugată [5]. Pentru majoritatea oamenilor, cheltuirea de mii de dolari pentru achiziția unor bunuri a căror cost de fabricație este de ordinul zecilor de dolari pare o risipă, dar în același timp pare atractiv. Totuși, costul producției este doar o fracțiune a prețului acestor produse pentru că promovarea produselor este un proces costisitor și

GDP, suggests the existence of a strong link, which reveals the global economic importance of the phenomena and explains the development of a juridical and political system in this matter. We find somewhat surprising is the fact that China, who was pressured to accept the international rules in the field of intellectual property[4], including trademarks, seems to be the main winner of this system, as both trademark registrations and GDP grows after complying with international regulation in this matter.

The strong correlation between GDP and trademarks registrations results, in the case of China can be caused by the industrial production capacity migration towards cheaper work force existing there. This migration could not be done without of a proper protection of intellectual property thus the number of registrations.

5. DISCUSSIONS

There are opinions that consider brand value, and implicitly trademark value, as being exaggerated, and that utility and social needs should be focused on more substantiated goods, with less immaterial value added [5]. To most people, spending Townsends of dollars on a product that costs dozens to produce seems wasteful, but, nevertheless desirable. However, production costs are just a fraction of the total costs of such products, as promoting a brand to such value is a expensive process, distributing such products comes with

distribuirea acestor produse implică costuri adiționale privind magazinele specializate, angajați de un anumit nivel și locații exclusiviste, așa încât este greșit să presupunem că întreaga valoare adăugată aferentă produselor de marcă este profit.

Legătura dintre valoarea brandului și exclusivitatea produselor este din ce în ce mai puțin relevantă, întrucât produsele de lux nu acumulează o valoare semnificativă a brandului. Majoritatea produselor din topul primelor 100 de branduri se găsesc în toate casele din cele mai multe țări, și nu sunt deloc scumpe sau exclusiviste. Valoarea acestor branduri este generată de utilizarea lor generalizată la nivel internațional. Cei mai mulți dintre noi nu am plătit niciodată pentru serviciile Google și totuși este cel mai valoros brand din lume. O jucărie tehnică poate părea scumpă la început, dar acest lucru se datorează noutății și rarității cel puțin la fel de mult ca mărcii sub care este produsă.

Legătura dintre proprietatea asupra mărcilor și PIB nu este atât de puternică pe cât ar putea părea. La nivelul economiei internaționale mărcile sunt active cumpărate și vândute, consumul aferent lor este singurul care poate fi mai mult legat de PIB decât proprietatea efectivă asupra lor. Acest fapt ar putea explica lipsa de corelație dintre PIB-ul SUA și numărul de înregistrări. Piața americană cu consumatorii săi bombardată de publicitate de mult timp este un loc dificil pentru crearea de mărci noi, dar mărcile existente le sunt atribuite valori foarte mari. Probabil aceasta este cea mai bună explicație pentru numărul relativ mic de înregistrări noi comparativ cu dimensiunea economiei.

additional costs, as special shops, with special employees, and exclusive locations are required, so it is false to assume that the difference between production costs and brand products price is all profit.

However, the link between brand value and exclusivity products is less and less relevant, as luxury products do not accumulate huge brand value. Most top 100 brands are in all homes in many countries, and they are anything but exclusive or expensive. Their value is mostly related to a general use, and especially with international use. Most of us have never paid for Google, yet it is the most valuable brand in the world. An electronic gadget may prove to be expensive at start, but that's because it's new and rare, as much as it is because of the brand itself.

The link between trademarks ownership and GDP is not as strong as it may seem. In international economy the trademarks are commodities to be acquired and sold, and it is the consumption of trademark products and services that may be more of a link. This may explain the lack of correlation between US GDP and trademark registration. The US market, with its consumers bombarded with advertising for a long time, is a tough place to create new brands, but the existing ones are highly valued. It is far quicker to buy an existing trademark and capitalize on its brand than create a new one. That explains why new registrations are

În țările în curs de dezvoltare, precum China, mărcile vestice pot fi necunoscute sau irelevante, pentru că obiceiurile consumatorilor sunt diferite. Locuitorii Chinei au alte obiceiuri alimentare, alte băuturi, alte gusturi în privința hainelor, în fond au o cultură diferită. Introducerea societății de consum acolo implică mărci noi aferente unei culturi noi, cu valori diferite, așa încât este normal să apară un val de noi mărci.

6. CONCLUZII

Rezultatele cercetării sugerează că dezvoltarea comercială prin intermediul mărcilor poate fi un mijloc de acumulare a puterii, conjugată cu progresul științific, dezvoltarea socială și alte elemente. Totuși mărcile sunt valoroase doar când beneficiază de o percepție pozitivă în rândul consumatorilor la nivel internațional, Dezvoltarea puterii prin intermediul mărcilor înseamnă dezvoltarea interdependenței. Susținerea conflictelor poate însemna pierderea acestui avantaj.

rather low there, compared to the size of the economy. In developing countries, like China, most western trademarks may be unknown or even irrelevant, as consumer habits are different. Chinese people eat different foods, drink different drinks, have different taste of clothes, and basically have a different culture. Introducing consumerism there, requires new trademarks in a new culture, with different values, so it is natural to produce a wave of new trademarks.

6. CONCLUSIONS

The results of the research point out that commercial development through trademarks may be a mean to accumulate economic power, in conjunction with scientific progress social development and others. However, trademarks are valuable only as long as they benefit of a positive perception among consumers, internationally. Developing power through trademarks means developing interdependence. Supporting conflicts means losing this advantage.

BIBLIOGRAFIE/ BIBLIOGRAPHY

- [1] Keohane Robert O., Nye Joseph S., Putere si Interdependenta, Iasi, Ed. Polirom, 2009, pp. 177-178
- [2] Wally Olins, "Making A National Brand", in *The New Public Diplomacy. Soft Power In International Relations*, Edited by Jan Melissen, New York, Ed. Palgrave, 2007, p. 173
- [3] World Bank <http://data.worldbank.org/> data retrieved in 2011
- [4] Regarding the China negotiations with WTO regarding it's accesion to the international organisation an important aspect were the IP rights. US had direct interest in this field and in 1999 a *memeorandum* was concluded regarding IP rights protection. In Piccone Paolo, Ligustro Aldo, *Diritto dell' organizzazione mondiale del commercio*, Casa Editrice dott. Antonio Milani, 2002, p 59
- [5] Klein Naomi, *No Logo. Tirania mărcilor*, Editura Comunicarea.ro, București, 2006