

COMPETITIVITATEA INDUSTRIEI CONSTRUCTOARE DE MAȘINI ÎN ROMÂNIA ÎNCEPUTULUI DE MILENIU

LECT.UNIV.DR. FLORIN IONIȚĂ

colaborator ASE București

București, str. Aleea Botorani 15 bl.V49 sc.1 et.2 ap.8 sect.5

Tel. 0744655556, email: ionitaf@hotmail.com

Lucrarea abordează starea actuală a competiției și competitivității produselor și serviciilor românești. Trecerea în revistă a distribuției geografice a producției de mașini și utilaje are ca scop identificarea premizelor fiecărei subramuri a construcției de mașini și a zonării pieței mondiale în complexe geo-comerciale.

Analiza pune în evidență și cauzele care stau la baza decalajului între competitivitatea produselor și serviciilor industriei constructoare de mașini românești și cea a produselor din alte țări, în scopul găsirii de soluții pentru diminuarea sau chiar înlăturarea acestor cauze.

THE COMPETITIVENESS OF THE MACHINE BUILDING INDUSTRY IN ROMANIA, AT THE BEGINNING OF THE NEW MILLENIUM

The issue tries to make a well documented analysis of the actual status of competitiveness of Romanian machine building industry and its position on Romanian and international markets. There are shown the main factors which influence this status and underlined the weakness, strength, opportunities and threatens of the Romanian business environment and machine building industry. The analysis emphasizes the causes of the disparity between the products and services of the Romanian machine building industry and other countries, in order to find out the solutions for diminishing and remove of this gap.

1. Considerații generale

Relansarea economică a României, noțiune îndelung dezbătută și utilizată în diverse medii, este un deziderat, declarat sau nu, al multor categorii de specialiști din domeniul economic și nu numai. Faptul că astăzi nu mai putem vorbi despre funcționarea unei ramuri economice fără a ține cont de puternicele interdependențe între aceasta și celelalte ramuri, ba mai mult, fără a ține cont de realitățile economice din alte state sau zone geografice, face ca abordarea problematicii de restructurare, eficientizare sau creștere a competitivității să nu poată fi făcută decât global și multidisciplinar.

Globalizarea pieței produselor industriei construcțiilor de mașini, deși aparent explozivă și entropică, este, la o privire mai atentă, o acțiune îndelung organizată, după reguli clare, respectate de toți cei care i-au înțeles necesitatea. Faptul că poziția unei țări pe o piață sau

alta nu este dictată în primul rând de nivelul tehnico-economic al produselor sale, ci de afilierea la o grupare politico-geografică și culturală este acceptat din ce în ce mai mult, iar divizarea acestei piețe pe zone distincte ne arată că avem de-aface, de fapt, de o re-zonare a piețelor clasice și nu, așa cum s-ar crede, cu o comasare. Existența complexelor comerciale geografice reglementează strict schimbul de mărfuri și tehnologii, chiar dacă în documentele ultimului deceniu se vorbește din ce în ce mai des de « liberul schimb », noțiune înșelătoare și interpretabilă. Noi apreciem că, privită prin prisma raportului cost/calitate, competitivitatea este o caracteristică esențială a oricărui produs sau serviciu oferit, indiferent de proveniența sa geografică. Numai că dacă discutăm despre măsuri serioase de relansare a producției românești de bunuri industriale, trebuie să avem în vedere condițiile în care un produs românesc, având un anumit standard de calitate, intră în competiție cu un alt produs similar, și zonele în care acest produs are un regim favorabil. Desigur, nu suportă discuție necesitatea integrării României în circuitul economic european și mondial, afilierea la Uniunea Europeană. Considerăm însă necesar să gândim atent consecințele care le va avea acest act, atât din punct de vedere economic, cât și social, și să încercăm să găsim un loc avantajos în cadrul acestei noi și extinse diviziuni europene a muncii. Din acest motiv, acordăm o atenție deosebită distribuției geografice a producției de mașini și utilaje, premizelor fiecărei subramuri ale construcției de mașini, împărțirii pieței mondiale în complexe geo-comerciale. Este greu de crezut că în viitorul apropiat vom vinde aeronave pe piața americană, dar trebuie avute în vedere situațiile favorabile care pot apare și competitivitatea anumitor produse românești care ar putea duce la o relansare a schimbului de mărfuri cu parteneri tradiționali.

Un aspect important este cel legat de zonarea pieței mondiale, din care rezultă că arondarea la un astfel de complex regional este esențială pentru însăși existența industriei românești. Cele mai mari șanse de integrare aparțin relației cu Uniunea Europeană, dar trebuie avută în vedere și dezvoltarea colaborării cu SUA, Rusia, China și țările asiatice. Studiile multor organisme internaționale din ultimii ani fac referiri la *ansamblurile regionale*. Se folosesc în diferite studii internaționale o serie de denumiri: *regiuni*, *arii*, *spații teritoriale* sau *ansambluri regionale*. Toate aceste entități au o serie de trăsături, cum ar fi coerența economico-culturală, instituțională, etc, având prioritar elementul socio-economic.

După cum se arată în lucrarea "Geografie economică teritorială a României" conținutul fiecărui ansamblu se bazează pe această coerență, respectând particularitățile fiecărei regiuni, fără să ometem faptul că diversele componente regionale se găsesc în continuă evoluție și transformare. S-au diferențiat, la nivel global, mai multe regiuni complexe cum ar fi: ALENA, America Centrală și de Sud, Europa Occidentală, Europa Centrală, fosta URSS, Asia Centrală, Maghreb-Orientul Mijlociu, Africa Subsahariană, Asia de Sud și Regiunea Pacificului Occidental. Această împărțire ne permite să avem o viziune de ansamblu actuală asupra planetei.

În contextul integrării europene trebuie avută în vedere politica industrială a acestui conglomerat, la care trebuie să ne raportăm cu propria politică industrială. Este însă necesar ca recomandările în acest sens să țină seamă de realitățile românești, de tradiția noastră industrială și de starea prezentă și să aibă în vedere punctele forte, premisele de succes.

Raportul în care se află competitivitatea unui stat, luată în sens larg, și competitivitatea unei ramuri a economiei acelu stat nu este întotdeauna de tip parte/întreg, interdependența dintre cei doi indicatori fiind mult mai complexă și influențată de particularitățile politicii

economice, de poziția geo-strategică și de resursele disponibile, mai ales de cea umană. Nu întâmplător, unii autori sugerează o relație de proporționalitate între competitivitatea unei țări și productivitatea medie a muncii, indicator sintetic al calității resursei umane și a organizării unei firme.

Competitivitatea unui stat influențează semnificativ performanțele uneia sau alteia din ramurile economiei sale, sau ale activităților economice desfășurate pe teritoriul său, deosebirea fiind din ce în ce mai mare ca urmare a fenomenului globalizării. Este din ce în ce mai greu de asociat o firmă de dimensiuni semnificative cu o anumită țară, chiar dacă sediul său social sau acționarul majoritar este rezident într-o locație bine stabilită. Extinderea companiilor transnaționale pare să nu țină cont de competitivitatea unei zone geografice, dar lucrurile nu stau de loc așa. În ceea ce privește mediul extern, acesta a influențat și influențează nivelul de competitivitate al industriei românești constructoare de mașini. România a încheiat Acordul european, care definește o asociere între România, pe de o parte, și Comunitatea Europeană și statele membre ale acesteia, pe de alta parte, semnat la Bruxelles la 1 februarie 1993 și acționează atât în scopul adoptării *acquis*-ului comunitar cât și pentru creșterea competitivității industriei românești; aceasta pentru a asigura o economie de piață viabilă și funcțională și pentru a putea face față concurenței și presiunii forțelor pieței unice a Uniunii Europene în momentul integrării. De remarcat este faptul că până în prezent acest Acord european a funcționat fără probleme, aceasta fiind o dovadă a pregătirii României pentru îndeplinirea angajamentelor care și le asumă.

Țara noastră este membru original al Organizației Mondiale de Comerț, calitate în care a aderat la toate acordurile și înțelegerile negociate sub egida O.M.C, fiind astfel implicată în procesul de liberalizare a comerțului internațional. În aceste condiții economia românească, inclusiv industria, este tot mai mult conectată la realitățile și practicile din economia mondială. De altfel, ultima examinare a politicii comerciale a României în cadrul O.M.C. a avut loc în octombrie 1999 când s-a constatat, de către țările membre, compatibilitatea acestei politici cu mecanismele internaționale. Dezvoltarea economiei românești și, implicit, a industriei este legată puternic în primul rând de piața Uniunii Europene, având în vedere că, în comerțul exterior, au fost realizate cu țările membre ale Uniunii Europene, în anul 2001, schimburi de valori reprezentând 67,8% din totalul exporturilor (FOB) (în creștere cu 16,6% față de anul 2000) și 57,3% din totalul importurilor (CIF) ale României (în creștere cu 20,7% față de anul 2000). Un alt element important de evidențiat în activitatea de comerț exterior este continuarea dezvoltării unor relații strânse și cu alte piețe din afara UE.

Economia României și producția industrială, în perioada de tranziție, au fost afectate în dezvoltarea lor de evenimentele și șocurile externe din ultimii ani, cum sunt: războiul din Golf și cel din Kosovo, criza economică din Rusia și din Asia de sud-est, șocul petrolier (escaladarea prețului țițeiului pe piața internațională), devalorizarea, în 2001-2002, a „euro” față de dolar etc.

Firma J Austin Associates (JAA) a efectuat un studiu al competitivității României, conform căruia, a rezultat poziția pe care se situează România în raport cu alte țări din Europa de Sud-Est, cu țările candidate la aderarea la Uniunea Europeană, cu țările Uniunii Europene și cu toate țările lumii pentru care există date în domenii cunoscute în general. Utilizând rezultate din teoria competitivității și metodologiile folosite de Forumul Economic Mondial, Universitatea Harvard și Institutul pentru Managementul Dezvoltării, dar și

propria experiență din activitatea desfășurată în 80 de țări în peste 15 ani, JAA a selectat opt categorii legate de competitivitate: performanța economică, exporturi, investiții, sectorul financiar, resurse umane, știință/tehnologie, infrastructură și politici guvernamentale. În urma analizei comparative efectuate s-a evidențiat faptul că, deși este o țară mare, situată oarecum departe de restul Balcanilor, cu o populație numeroasă, România s-a confruntat cu unele din problemele comune regiunii sud-est europene. Dacă din punct de vedere al indicatorilor de competitivitate, cum ar fi resursele umane, infrastructura și investițiile România se situează relativ mai bine, nu același lucru se poate spune despre indicatorii de performanță economică, despre sectorul financiar și politica privind mediul înconjurător caracterizați ca ineficienți. România are un sector financiar cu probleme și o redusă creștere economică. Totuși, creșterea exporturilor României a înregistrat un reviriment în ultimii ani.

Ritmul lent al implementării reformelor economice a limitat și mai mult competitivitatea României. Sectorul financiar al României este subdezvoltat, aceasta fiind, de fapt, o caracteristică a Europei de Sud-est. Cu toate acestea, șansa României rezidă în faptul că dispune de o piață mare, de resurse umane și un sector de export viabil în continuă dezvoltare. Deși are o forță de muncă bine instruită și un program de privatizare solid, România nu a reușit încă să atragă investiții străine substanțiale, cele existente referindu-se, în principal, la contractele de privatizare încheiate recent. Investițiile străine atrase se vor dovedi benefice în următorii ani dar nu au avut un impact imediat pentru a contracara recenta recesiune ce a lovit România. Problemele principale ale României sunt liberalizarea microeconomică, în urma căreia se așteaptă o deschidere a oportunităților de afaceri, și stabilitatea macroeconomică, care determină înăsprirea constrângerilor bugetare. România trebuie să acționeze pentru introducerea reformelor necesare unei tranziții de succes care a fost amânată datorită progresului lent înregistrat de sectorul public, pentru a se putea mișca repede și rezolva limitările evidențiate de acești indicatori.

Nivelul competiției, mărimea și caracteristicile pieței interne, infrastructura de transport și comunicație, nivelul fiscalității și politicile fiscale, productivitatea, tradiția, existența unor resurse materiale, calitatea administrației și nivelul încrederii politice, calitatea învățământului sunt numai câțiva dintre factorii care influențează decizia managementului superior al unei firme de mari dimensiuni de a-și deschide subunități sau al unui investitor de a investi într-o anumită țară. Ori rezultatul acestor factori reprezintă chiar competitivitatea unei țări.

Conform unuia dintre cele mai cunoscute clasamente, World Competitiveness Yearbook (WCY), cel realizat de prestigiosul Institut de Dezvoltare a Managementului (IMD) din Lausanne, Elveția, în anul 2004, România ocupă locul 54 din 60 de state clasate, cu un punctaj de 47,997 din 100, după ce, în 2003, ocupa locul 51. Înaintea țării noastre se situează state ca Singapore, Canada și Australia (în ordine, pe primele 3 locuri), India (locul 34), Portugalia (locul 39), Slovacia (40), iar pe cele câteva locuri aflate în urma României regăsim Turcia, Polonia, Argentina și Venezuela.

Este interesant de evidențiat grupul de factori care au influențat acest clasament, acesta sugerând și unele cauze pentru care România se plasează pe unul din ultimele locuri. Astfel, criteriile de clasificare sunt împărțite în patru grupe: performanța economică, (din care fac parte: economia națională, comerțul internațional, investițiile străine, șomajul și prețurile), eficiența guvernării, care rezultă din finanțele publice, politica fiscală, cadrul instituțional,

legislație comercială și mediul social, eficiența afacerilor, (în primul rând productivitatea, dar și piața muncii, finanțarea, practicile manageriale, atitudinile și sistemele de valori) și infrastructura, în care intră, după opinia specialiștilor, infrastructura de bază, cea tehnologică, cea științifică, sănătatea și mediul și, nu în ultimul rând, educația.

În ceea ce privește industria, în anul 2003, aceasta a avut o pondere de 27,6% în PIB, o contribuție de 97,4% în exportul României și o capacitate ridicată de a asigura locuri de munca (la sfârșitul acestui an în industrie lucrau 42,1% din numărul total al salariaților din economie). În anul 2004, contribuția industriei în exportul țării a fost de 96,8%, iar efectivul de salariați a reprezentat 40,7% din totalul salariaților din economia națională, în timp ce ponderea acesteia în PIB a fost de 25,8%.

Unul dintre indicatorii care dau o anumită imagine asupra acestei stări este volumul și dinamica investițiilor străine directe. Potrivit *Oficiului Național al Registrului Comerțului* (Mesagerul Economic-Săptămânal al Camerei de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București, Serie nouă, anul xv, nr. 35 (721) 6-12 ix 2004, issn 1221-373x), în prima jumătate a anului 2004 valoarea capitalului subscris la societățile cu participare străină la capital a fost cu 69% mai mare decât în aceeași perioadă a anului trecut. Astfel, în perioada ianuarie-iunie 2004, valoarea capitalului social subscris de investitorii străini cu afaceri în România a fost de peste 658 milioane euro, față de 414 milioane euro anul trecut. În ceea ce privește înmatriculările de societăți comerciale cu participare la capitalul social, în luna iunie, acestea au fost în număr de 820, cele mai multe înregistrându-se în municipiul București (296), urmat de județele Timiș (53), Cluj (39), Bihor (38), pe ultimele locuri fiind Vaslui și Călărași (cu câte 2), Giurgiu și Olt (cu câte 1). Pe regiuni de dezvoltare economică, cele mai multe înmatriculări de societăți comerciale cu participare străină la capitalul social au fost în București-Ilfov (320, cu o valoare a capitalului subscris de 11.029.822 euro), urmat de Regiunea Nord-Vest (118 societăți, cu o valoare de 68.040 euro) și Regiunea Centru (108, cu o valoare de 58.774 euro).

Rezultă din cele arătate faptul că deși economia românească parcurge o perioadă de tranziție marcată de o slabă competitivitate, atât la nivel de țară cât și la cel al produselor și serviciilor industriale, dinamica indicatorilor prezentați ne îndreptățește să credem că redresarea industriei, și în special a industriei constructoare de mașini se poate realiza, încrederea în relansarea acestor ramuri fiind demonstrată și de evoluția investițiilor străine în România.

2. Competitivitatea firmelor românești prin prisma raportului preț-calitate

Orice agent economic- producător, importator, distribuitor sau prestator- își dorește să vândă cât mai multe produse și servicii și să câștige astfel cât mai mult. Poate realiza acest lucru atunci când produsul/serviciul este competitiv, adică atunci când acesta are capacitatea de a se impune pe o piață concurențială; altfel spus, de a se vinde în cantități cel puțin comparabile cu cele în care s-au vândut produsele/serviciile concurente.

O analiză de competitivitate care devine utilă pentru luarea deciziilor strategice, presupune un diagnostic tridimensional, care ia în considerare atât mediul economic, cât și actorii competiției. Cele trei dimensiuni ale acestui diagnostic trebuie să fie situația industriei (ramurii industriale), situația competiției în această ramură, respectiv analiza forțelor competiționale și a competitorilor cheie ai întreprinderii analizate.

Cu privire la situația ramurii industriale, în cazul nostru industria constructoare de mașini, în analiză trebuie luate în calcul următoarele elemente:

- structura ramurii industriale;
- forțele motrice ale schimbării în ramura respectivă, care determină direcția și dimensiunea schimbărilor;
- factorii economici și caracteristicile mediului de afaceri care conduc la succes;
- problemele strategice ale ramurii industriale;
- pronosticul evoluției ramurii respective în perspectiva globalizării.

Analiza detaliată a situației competiției în ramură trebuie să aibă în vedere:

- forțele competitive și intensitatea lor;
- pozițiile competitive ale principalilor competitori;
- acțiunile probabile ale principalilor competitori.

Situația întreprinderii analizate se referă la:

- evaluarea gradului de satisfacție pentru strategia actuală a firmei în raport cu situația actuală a ramurii și cu perspectivele mediului competițional;
- evaluarea forței interne și poziției externe a firmei printr-o analiză SWOT;-stabilirea poziției competitive relative.

Din analize ale realității practice din economia autohtonă s-au evidențiat mai multe situații care arată că serviciile și produsele fabricate în România sunt în general necompetitive, cauza fiind cel mai adesea calitatea scăzută a acestora, prețul nestimulator sau termenul de realizare nesigur sau prea lung.

În cazul industriei constructoare de mașini, efectele aplicării mecanismului mai sus amintit au fost și sunt devastatoare. Sistemul managerial neeficient, lipsa de profesionalism, lipsa de autonomie a unităților (de regulă, a coloșilor industriali), lipsa de susținere sau o susținere neeficientă din partea guvernului, frica de reacții sociale și de asumarea, în final, a responsabilității, a făcut ca această ramură economică să fie una pe cale de dispariție, naufragiul acesteia având efecte negative în întreaga economie națională afectând pe piața muncii largi păături sociale.

Analizând fenomenul se poate afirma, cu certitudine, că declinul se datorează, în mare parte, menținerii în acest domeniu a unei competitivități slabe a produselor realizate și chiar a scăderii continue a valorii acestui indicator. Preocupările, timide și ineficiente, de a redresa parțial acest sector, s-au orientat în orice altă direcție, cu excepția ridicării nivelului de competitivitate. S-a afirmat de multe ori în presă și chiar în unele lucrări de specialitate că problema principală este micșorarea cererii de produse de acest tip pe piața internă și externă. Realitatea este, în opinia noastră, cu totul alta, și anume că la nivel global cererea a fost ascendentă și crește în continuare. Dacă înainte de 1989, menținerea pe anumite piețe a produselor industriei românești constructoare de mașini a fost realizată prin tehnici protecționiste susținute de regimul politic comunist, tehnici aplicabile numai în contextul geopolitic din perioada respectivă, odată cu prăbușirea acestui sistem mecanismul nu a mai funcționat. Regulile s-au schimbat. Au supraviețuit cei care și-au însușit și au aplicat noile reguli ale economiei de piață. În realitate, diferența între cei care își vând produsele și cei care le produc doar pentru a le produce este dată de competitivitate, în exprimarea sa clasică și foarte exactă : raportul preț/calitate.

Prețul este influențat, după cum se știe, de costuri și de piață, care dictează o anumită politică comercială. Costurile de obținere a produselor din industria românească constructoare de mașini au fost și s-au menținut ridicate atât datorită prețului utilităților, cât și ineficienței din sectorul primar. La acestea se adaugă efectele unei politici sociale care a transferat o serie de costuri sociale în costuri la nivelul produselor. Nivelul fiscalității și-a pus și el amprenta pe costuri și, implicit, pe prețuri. Urișele datoriei, penalități și penalități la penalități către bugetul de stat acumulate de cele mai multe din firmele constructoare de mașini au făcut imposibilă relansarea acestora, iar scutițiile postprivatizare acordate de diferitele guverne ce s-au perindat la conducerea țării au creat, prin preluarea sumelor la datoria publică, mari probleme sociale, contribuind în final la sărăcirea populației.

Considerăm că, dacă o parte din sumele cheltuite la nivelul unor asemenea firme pentru dezamorsarea unor tensiuni sociale (salarii compensatorii, producție pe stoc, etc) s-ar fi investit pentru re tehnologizarea lor și pentru creșterea nivelului calitativ al produselor și serviciilor, efectele benefice nu ar fi întârziat să apară și cel puțin în anumite sectoare industriale s-ar fi înregistrat o creștere reală a producției competitive cu desfacere sigură și ale căror rezultate deveneau surse de relansare pentru alte sectoare. Sistemul bancar, reprezentând altă sursă de finanțare a creșterii calitative a produselor și serviciilor, nu a găsit soluții viabile de rezolvare a acestor probleme din cauza unor vicii structurale și a lipsei de încredere în climatul politico-economic instabil din România.

În ceea ce privește calitatea produselor și serviciilor, s-a încercat o creștere a acesteia în unele domenii, dar s-a avut în vedere, de cele mai multe ori, o aliniere a acesteia la nivelul mondial al anilor '80 sau o îmbunătățire a performanțelor tehnice prin măsuri izolate. Un exemplu în acest sens este industria de autovehicule (vezi ARO Câmpulung și Autocamioane Brașov) unde schimbarea motorizării și livrarea de autovehicule echipate cu motoare produse de firme de prestigiu nu a reușit să redreseze semnificativ nivelul de competitivitate al produselor. Lipsa unui cadru legislativ și organizatoric, a unui sprijin la nivel macroeconomic, a unei corelări a măsurilor care vizează calitatea cu cele fiscale sau de altă natură au făcut ca eficiența demersurilor pentru o îmbunătățire a calității să fie limitată, iar competitivitatea produselor și serviciilor să rămână în continuare scăzută.

Cercetarea fundamentală și aplicativă s-a redus, iar în unele domenii a dispărut cu desăvârșire, deși nivelul de pregătire a specialiștilor implicați în această activitate și rezultatele obținute permiteau o continuare a acestei activități cu rezultate foarte bune. Pe de altă parte, importul de tehnologie s-a situat la nivele scăzute, preferându-se cumpărarea unor subansamble și integrarea lor în produsele deja existente (cum s-a întâmplat în cazul industriei de automobile, autobuze, autocamioane și material rulant de cale ferată). Au fost neglijate domeniile cheie în aplicarea rezultatelor cercetării științifice și în generalizarea lor ulterioară și în alte ramuri economice, precum și în implementarea unor sisteme performante în domeniul controlului calității, cum ar fi cel al industriei de apărare. Nu s-a ținut cont de faptul că asemenea domenii consumă, dar și generează venituri însemnate, impulsionând activitatea unui mare număr de firme furnizoare, obligate la rândul lor să impună și să garanteze o calitate ridicată a produselor lor.

Având în vedere asemenea aspecte se poate spune că lipsa unor programe coerente de asigurare a calității la nivelul societăților comerciale și, în special, la nivel macro a făcut ca eficiența unor eforturi de a îmbunătăți competitivitatea produselor românești să rămână scăzută.

În ultimii ani au apărut preocupări în sensul abordării globale a calității. Astfel, un număr tot mai mare de firme românești recurg la implementarea unor sisteme de calitate și la certificarea ISO. Este necesară însă susținerea acestor eforturi prin programe la nivel național, inițiate și derulate de Guvern, în concordanță cu cele existente în Uniunea Europeană, dar care să țină cont de stadiul de dezvoltare și specificul industriei românești. Nu este lipsită de importanță nici atitudinea unora din societățile comerciale care s-au certificat ISO 9000, unde procedurile de generare, menținere și control al calității există doar pe hârtie, fără a fi însă aplicate în spiritul în care au fost create.

Bibliografie

1. BRAN, F.; IOAN, I. – Geografie economică teritorială a României, Editura Economică, 2001.
2. IONIȚĂ, F. - Creșterea competitivității produselor și serviciilor specifice industriei constructoare de mașini pe piața internă și externă prin stabilirea unui raport judicios calitate-preț , Teză de doctorat, ASE, București, 2005
3. *** Mesagerul Economic-Săptămânal al Camerei de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București, Serie noua, anul xv, nr. 35 (721) 6-12 ix 2004, issn 1221-373x
4. *** Anuarul statistic al României 2001-2004
5. www01.imd.ch/wcc/ranking