



ECONOMIE INTERNAȚIONALĂ

Atractivitatea României ca țară de destinație pentru relocalizarea serviciilor în plan global

Sarmiza PENCEA

Institutul de Economie Mondială, București

Abstract

In a globalizing world, defined by fierce, ever increasing competition, the relocation of services became not simply necessary, but vital for companies and imperative for further fostering their competitiveness. It also became possible, due to the unprecedented progress of the ITC technologies in the last few decades. As Romania is now one of the potential destinations had in view by the foreign companies that want to relocate services to more attractive places in terms of costs, human resources and general business environment, this paper tries to assess its attractiveness from all these points of view.

Keywords: *services relocation, location index.*

JEL classification: F14, F43, F50, O14.

România se numără printre țările care au devenit în ultimii ani o destinație de interes pentru companiile care intenționează să relocalizeze servicii în alte zone geografice, atractive sub aspectul costurilor interne, al disponibilului de resurse umane și competențe profesionale, și al condițiilor oferite de mediul de afaceri.

Această realitate se reflectă și în *Indicele de localizare a serviciilor în plan global (ILSG)*, elaborat de firma de cercetare și consultanță A.T. Kearney pentru anul 2005, precum și în clasamentele întocmite pe baza acestui indice cu scopul de a oferi o imagine a gradului de atractivitate pe

care îl prezintă diferitele amplasamente potențiale. Evaluările sunt efectuate prin prisma celor mai uzuale tipuri de servicii relocalizate în plan global, încadrate în cele două mari categorii de “servicii relocalizabile”, respectiv: (1) serviciile asociate cu TI (precum, software și alte servicii informatice); și (2) serviciile de afaceri înlesnite prin TI (serviciile asociate cu externalizarea proceselor de afaceri – SEPA, precum serviciile de susținere a activității firmei, centrele de consultanță telefonică, centrele de servicii partajate etc.).

În clasamentul întocmit de A.T. Kearney pentru anul 2005 pe baza ILSG

România apare pentru prima dată, situându-se pe locul 24, din cele 40 de destinații din toată lumea care s-au calificat în urma unor selecții succesive. Mai precis, aceste 40 de destinații prioritare au fost identificate pe baza preferințelor exprimate de firmele chestionate, a evaluării datelor primare provenite din studii pe domeniu și din analiza a 40 de indicatori preliminari¹ (A.T. Kearney, 2006).

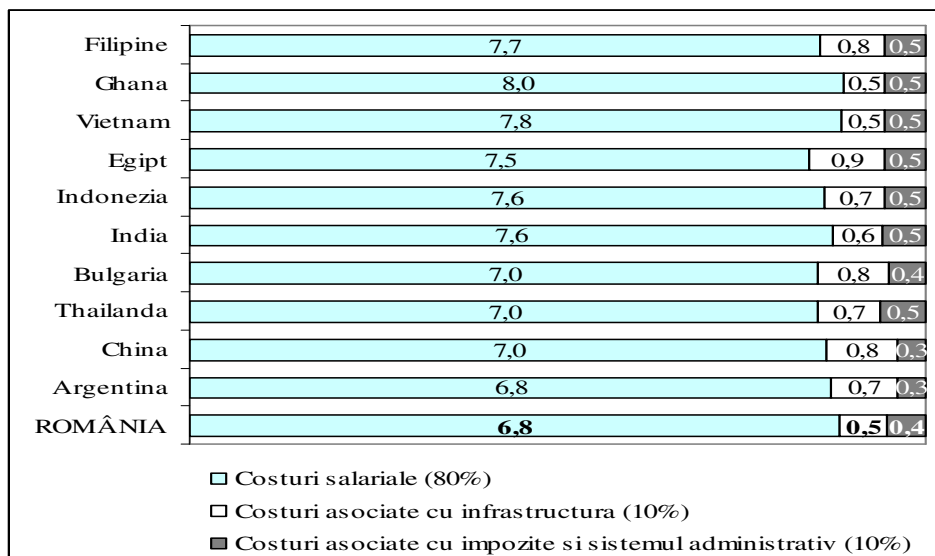
O poziție de mijloc în acest clasament, așa cum este cea a României, ar putea părea meritorie pentru debutul unei țări care, până relativ de curând, nu figura pe harta de interes a firmelor preocupate de creșterea competitivității prin relocalizarea unor servicii. Trebuie însă observat că, deși țările central și est-europene ca grup se bucură de o atenție crescută din partea companiilor vestice interesate în relocalizarea serviciilor lor informatice (TI) sau asociate proceselor de afaceri (SEPA), România se află în ariergarda grupului, inclusiv în urma fostelor țări comuniste intrate în clasament odată cu

ea: Bulgaria, care se află pe locul 15 și Slovacia, aflată pe locul 16. Bulgaria este mai bine cotate decât România în ceea ce privește nivelul costurilor interne (atractivitatea financiară) și ambele țări sunt mai bine situate decât România în ceea ce privește calitatea mediului de afaceri. În privința disponibilului și competenței resurselor umane, cele trei țări se găsesc la un nivel apropiat, ușor mai bine cotate în cazul Slovaciei (0,96 față de 0,92 în România și 0,86 în Bulgaria).

Nivelul de competitivitate relevat de această ierarhie pentru România este influențat pozitiv mai ales de elementele de costuri avute în vedere pentru stabilirea *atractivității financiare* a diferitelor amplasamente potențiale: costurile salariale, costurile cu infrastructura, fiscalitatea și costurile asociate sistemului administrativ (Figura 1). După cum se poate constata din analiza comparativă a acestor indicatori, România, plasată pe locul 11, prezintă un nivel de competitivitate a costurilor salariale relativ apropiat de cel al primelor 10 țări din ierarhia stabilită pe criteriul atractivității financiare (o cotă de 6,8 egală cu a Argentinei, care este pe locul 10, dar inferioară celorlalte nouă țări, situate la niveluri ale indicelui respectiv cuprinse între 7,0 și 8,0).

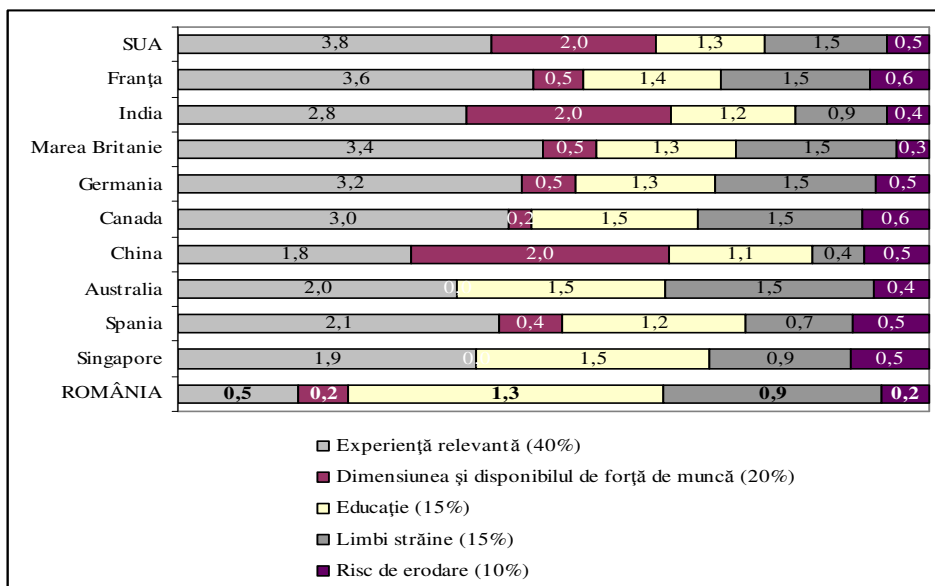
În privința costurilor cu infrastructura, România este, cu o cotă de 0,5, la nivelul Ghanei și Vietnamului, aflate pe locurile 2 și, respectiv, 3 în clasament, dar ușor sub nivelul celorlalte țări din grupul primelor zece, care se situează într-o plajă de 0,6-0,9. În ceea ce privește fiscalitatea și costurile asociate sistemului administrativ, țara noastră are un nivel similar cu al Bulgariei (0,4) plasată pe locul 7, superior Chinei și Argentinei (0,3) aflate pe locurile 9 și, respectiv, 10 și inferior primelor șase clasate (0,5).

¹ Reamintim faptul că *Indicele de localizare a serviciilor în plan global* (ILSG) calculat pentru anul 2005 rezultă din însumarea rezultatelor parțiale ale evaluărilor vizând un set de 40 de indicatori, grupați în trei mari categorii și ponderați după cum urmează: (1) *Atractivitatea financiară* (40%), acoperind costuri salariale, costuri asociate cu infrastructura, cu sistemul de impozitare și costuri administrative; (2) *Disponibilul de resurse umane și competențe profesionale* (30%), acoperind experiența în domeniul relocalizării, dimensiunea și disponibilul de forță de muncă, educație și limbi străine, riscul de erodare a avantajelor competitive asociate cu forța de muncă; (3) *Mediul de afaceri* (30%), acoperind mediul politic și economic (climat investițional, risc de țară, sistemul de reglementare, stimulente guvernamentale alocate sectorului TI), calitatea infrastructurii, adaptabilitatea culturală, protecția drepturilor de proprietate intelectuală.



Sursa: A.T. Kearney (2006).

Figura 1: Competitivitatea țărilor clasate pe primele 10 locuri în funcție de *atractivitatea financiară*



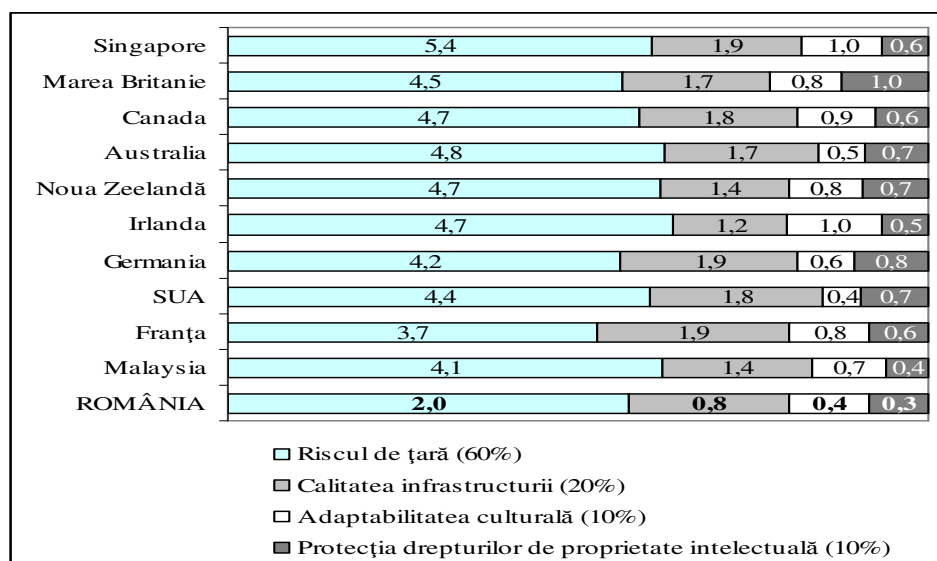
Sursa: A.T. Kearney (2006).

Figura 2: Competitivitatea țărilor clasate pe primele 10 locuri în funcție de *resursele umane și competențele profesionale*

Privită din perspectiva *disponibilului de resurse umane și competență profesională* a angajaților (Figura 2), competitivitatea României nu este deosebit de puternică nici prin prisma indicatorului agregat (0,92 față de un nivel maxim posibil de 3), și nici a componentelor acestuia: indicele “experiență relevantă” este în cazul țării noastre de numai 0,5 față de valori cuprinse între 1,9 și 3,8 pentru primele zece clasate; indicele “dimensiunea și disponibilul de forță de muncă” este cotelat la 0,2 la fel ca și în cazul Canadei, dar sub nivelul celorlalte țări – situat între 0,4 și 2,0 – exceptând Australia și Singapore unde rezerva de forță de muncă este nulă; la indicatorul “educație” România se află în plaja de valori a primelor zece clasate, cu 1,3 la fel ca SUA (locul 1), Marea Britanie și Germania, puțin peste nivelul Chinei (1,1), Indiei și

Spaniei (1,2) și ușor sub cel pentru Franța (1,4), Canada, Australia și Singapore (1,5); indicatorul “limbi străine” relevă o situație mai bună pentru România (0,9) comparativ cu cea a Chinei (0,4) sau Spaniei (0,7), similară cu cea din India și Singapore, dar inferioară celei a SUA, Franței, Marii Britanii, Germaniei, Canadei și Australiei (1,5); în fine, “riscul de erodare” apare mai mic pentru România (0,2) decât pentru celelalte țări, unde este evaluat la niveluri cuprinse între 0,4 și 0,6.

Gradul de competitivitate a României ca destinație pentru procesele de relocizare a serviciilor este perceput negativ atunci când este apreciat prin prisma condițiilor oferite de *mediul de afaceri* astfel că, în clasamentul efectuat pe baza indicelui care surprinde calitatea acestuia, țara noastră se situează abia pe poziția 32.



Sursa: A.T. Kearney (2006).

Figura 3: Competitivitatea țărilor clasate pe primele 10 locuri în funcție de mediul de afaceri

Figura 3 prezintă ierarhia primelor 10 țări de interes pentru relocalizarea serviciilor, efectuată prin prisma calității mediului lor de afaceri și a principalelor componente ale acestuia: riscul de țară; calitatea infrastructurii; adaptabilitatea culturală și protecția drepturilor de proprietate intelectuală. Din analiza tuturor acestor elemente, constatăm că țara noastră este cotatează aproximativ la jumătatea nivelului la care apare fiecare dintre cele zece țări la majoritatea parametrilor avuți în vedere: 2,0 pentru riscul de țară din România, față de niveluri cuprinse între 3,7 și 5,4 pentru primele zece țări din clasament; 0,8 pentru calitatea infrastructurii românești, față de 1,2 până la 1,9 pentru celelalte țări; 0,3 pentru protecția drepturilor de proprietate intelectuală, față de 0,6 până la 1,0 pentru primele țări clasate, cu excepția Germaniei (0,5) și Malaesiei (0,4), aflate mai aproape de nivelul României; în fine, 0,4 pentru adaptabilitate culturală în cazul țării noastre, față de 0,7-1,0 pentru celelalte țări, cu excepția SUA (0,4), Australiei (0,5) și Germaniei (0,6).

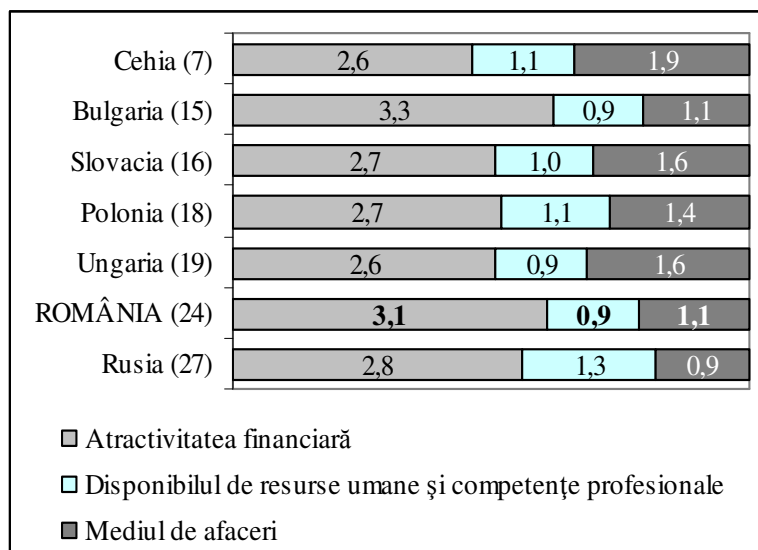
Este important să accentuăm asupra faptului că *poziția țării noastre în aceste clasamente este firesc să fie privită drept temporară*, întrucât este de așteptat ca în anii următori ea să se modifice atât ca urmare a ameliorării reale a condițiilor oferite de România ca țară de destinație pentru relocalizarea serviciilor, cât și datorită îmbunătățirii percepției în legătură cu aceste condiții în mediile de afaceri internaționale interesate. În plus, pe termen scurt, scăderea previzibilă a interesului pentru *țările central și est-europene*, care încă sunt preferate dar suportă un proces semnificativ de erodare a avantajelor lor de cost (Republica Cehă – locul 7, Polonia – locul 18, Ungaria – locul 19 în anul 2005, față de locurile 4, 10 și, res-

pectiv, 11 în 2004), este de așteptat să determine modificarea opțiunilor în favoarea altor amplasamente, inclusiv din România, care va deveni și datorită acestei conjuncturi una dintre destinațiile de mare interes.

În același timp însă, într-un orizont de timp ceva mai îndepărtat, odată cu creșterea salariilor și a altor costuri și în România, trebuie luată în calcul și perspectiva scăderii atractivității țării noastre ca destinație pentru relocalizarea serviciilor, cu consecința deplasării atenției companiilor vestice și mai mult către Est. O asemenea evoluție, foarte probabilă în cazul serviciilor de complexitate scăzută, ar putea fi compensată prin avansarea ofertei românești pe scara complexității tehnologice, reorientarea treptată spre furnizarea unor servicii cu valoare adăugată tot mai înaltă, în special soluții originale, programe și chiar tehnologii noi, care să valorifice superior competența profesională locală, mai greu accesibile țărilor cu avantaje de cost, dar cu capabilități mai scăzute.

Comparativ cu țările est-europene deja consacrate ca destinații de interes pentru relocalizarea serviciilor și situate, în consecință, mai sus în clasamentul A.T. Kearney (*Figura 4*), România este mai bine cotatează în ceea ce privește nivelul costurilor interne (3,1 față de 2,7 pentru Polonia și 2,6 pentru Cehia și Ungaria), aproximativ la fel de bine cotatează în privința resurselor umane (0,9 comparativ cu 0,9 pentru Ungaria și 1,1 pentru Cehia și Polonia), dar considerabil mai slab apreciată sub aspectul condițiilor oferite de mediul de afaceri (1,1 comparativ cu 1,4 pentru Polonia, 1,6 pentru Ungaria și 1,9 pentru Cehia), așa cum a reieșit de altfel și din cele expuse anterior.

Dintre fostele țări comuniste, în cla-



Notă: Cifrele din paranteze indică poziția ocupată în baza ILSG.

Sursa: A.T. Kearney (2006).

Figura 4: Competitivitatea țărilor din Europa Centrală și de Est în funcție de cele trei componente ale ILSG

samentul A.T. Kearney se mai află, pe lângă cele deja menționate anterior, doar Rusia, pe locul 27, cotate mai bine decât România sub aspectul disponibilului de resurse umane și competențe profesionale, dar mai slab sub aspectul atractivității financiare și, mai ales, al calității mediului de afaceri, considerat foarte nesigur în această țară. Totuși, ulterior aderării României la Uniunea Europeană la 1 ianuarie 2007 efectele ce decurg din această aderare în planul creșterii atractivității țării noastre ca destinație pentru relocalizarea serviciilor este de așteptat că se vor estompa treptat, ca urmare a reducerii avantajelor de cost. Rusia, Ucraina, Belarus și Republica Moldova vor reprezenta, probabil, viitoarele amplasamente de interes. Din acest punct de vedere,

aceste țări sunt viitoarele noastre concurente.

Cu excepția notabilă a Indiei – care este un concurent redutabil pe piața serviciilor relocalizate de companiile din SUA, Canada și chiar UE (atât a serviciilor informatice, cât și a serviciilor de afaceri înlesnite prin TI) – și în pofida costurilor mai mici decât în România, cele mai multe țări asiatice nu reprezintă o amenințare sub aspectul unei concurențe iminente pentru țara noastră, în primul rând datorită barierelor lingvistice și distanței care le separă de potențialii beneficiari, dar și a ignorării, în unele cazuri, a importanței pregătirii și dotării adecvate în domeniul tehnologiei informației. Acest handicap este, însă, pe cale de a fi anihilat prin eforturile guvernelor acestor

țări de a orienta tot mai mult educația spre asimilarea limbilor străine, în primul rând a englezei, și a domeniilor tehnice, în special a celor din sfera TIC. De asemenea, guvernele acestor țări depun mari eforturi în direcția lansării unor programe inovatoare de acordare de stimulente investitorilor, iar toate aceste elemente vor face ca, în cele din urmă, o bună parte a pieței globale a serviciilor relocalizate să fie adjudecată de țări asiatice, precum China, Malaysia, Filipine, Thailanda, Indonezia. După unele estimări, acest lucru nu se va întâmpla, de pildă, în cazul serviciilor asociate cu TI, decât peste circa zece ani, iar în acel moment piața internă românească va fi destul de matură, cu nevoi interne suficient de mari, astfel încât serviciile informatice să nu fie afectate și să aibă un viitor sigur.²

Nici țările latino-americane nu constituie în prezent o amenințare concurențială directă și semnificativă pentru România ca țară potențial destinată a unor procese de relocalizare a serviciilor, mai ales a celor provenind de la firme vest-europene. În schimb, o astfel de amenințare ar putea veni, în scurt timp, din partea unor țări din Orientul Mijlociu și din nordul Africii – precum Iordania, Israel, Turcia, Egipt, Tunisia –, atractive atât sub aspectul costurilor, cât și al calității resurselor umane.

² Interviu acordat de Pierre Audoin, președintele cabinetului de consultanță PAC (Pierre Audoin Consultants, cu birouri în București, Paris, Londra și New York), *Raport de evaluare a dezvoltării societății informaționale în România*, publicat în revista 'Capital', nr.14 din 7 aprilie 2005.

Potențialul României ca țară de destinație pentru serviciile relocalizate în plan global: puncte tari și puncte slabe

În concluzie, printre argumentele actuale *favorabile* atractivității României se numără în special cele privind nivelul scăzut al costurilor salariale și calitatea profesională ridicată a forței de muncă, abilitățile tehnice superioare și creativitatea personalului, dimensiunea populației, nivelul educației și cunoștințele în materie de limbi străine, apropierea geografică și culturală față de țările vestice care relocalizează servicii, dinamismul creșterii economice, oportunitățile care se deschid prin modernizarea țării, compatibilizarea ei cu economiile vest-europene și aderarea la UE, precum și măsurile adoptate de autoritățile guvernamentale în vederea stimulării și încurajării investitorilor străini.

De cealaltă parte a balanței, la capitolul *insuficiente*, se pot probabil contabiliza lipsurile și disfuncționalitățile în materie de infrastructuri și instituții, birocrăția, corupția, fiscalitatea relativ ridicată, gradul înalt de infracționalitate informatică, lipsa unei culturi a calității, unele aspecte încă prezente legate de mentalități (suficiența, superficialitatea, incorectitudinea etc.). La toate aceste elemente care țin de condițiile generale ale mediului de afaceri românesc se adaugă alte câteva, legate de volumul, structura și calitatea forței de muncă: penuria tot mai evidentă de specialiști în domeniul TI; lipsa unor calificări sau specializări înguste, esențiale pentru adoptarea unor tehnologii de vârf și pentru abordarea unor servicii cu valoare adăugată înaltă; pierderea

de competențe prin emigrație; declinul nivelului de pregătire profesională a generațiilor recente de absolvenți.

Într-o lume aflată în plin proces de globalizare, în condițiile creșterii fără precedent a concurenței, procesele de relocalizare a unor activități din sfera serviciilor au devenit nu doar necesare, ci chiar indispensabile creșterii competitivității și, în ultimă instanță, supraviețuirii firmelor. Dar, așa cum s-a arătat, doar în condițiile progresului tehnologic accelerat din ultimele decenii, și în special al TIC, aceste procese au devenit nu numai necesare, ci și posibile, întrucât, indiferent de tipologia lor, serviciile relocalizate depind în mod decisiv de aceste tehnologii. De aceea, o țară atractivă ca destinație pentru relocalizarea serviciilor va trebui să dispună de un sector suficient de puternic și de dinamic al TIC.

În România, domeniul TIC – care contribuie în prezent cu 8% la PIB – a avut o evoluție pozitivă și susținută în toată perioada postrevoluționară, furnizând tehnologii, produse și servicii pentru toate activitățile din economie. Este unul dintre puținele sectoare care au înregistrat creșteri neîntrerupte pe parcursul acestei perioade, în condițiile unei economii aflate vreme îndelungată în contracție puternică. Este, de asemenea, singurul domeniu care a realizat dublări anuale ale volumului exporturilor, utilizând resurse umane de înaltă calificare.³

În acest sector, în care centrul de greutate s-a deplasat puternic dinspre sfera producției spre sfera serviciilor,

activau în anul 2004 circa 7.300 de societăți comerciale cu capital românesc, străin sau mixt, întreprinderi mici și mijlocii în proporție de 99% și, tot în aceeași proporție, firme private. Axate pe software și servicii asociate cu TI, aceste societăți utilizează cele mai noi tehnologii existente pe plan mondial, limbaje de programare, medii de dezvoltare, tehnici de modelare și arhitecturi de aplicație, fiind deosebit de competitive. Indicatorii economici pentru perioada 2001-2004 atestă dublarea producției, a valorii adăugate, a productivității și a exportului acestui sector.⁴

Potrivit analistului francez Pierre Audoin – care, venit în România în 1998 pentru evaluarea sistemului informatic, constata că industria de profil era practic inexistentă în acel moment –, țara noastră a avut o evoluție impresionantă, cu rate de creștere a sectorului de 30-40% în ultimii ani (față de 4-5% în SUA sau în Europa Occidentală), pe fondul constituirii unei pleiade de societăți de servicii perfect comparabile cu cele din lumea puternic dezvoltată.

Toate aceste evoluții, întemeiate pe existența unor resurse umane necostisitoare și de foarte bună calitate, au atras în mod justificat atenția asupra României ca destinație potențială pentru relocalizarea de servicii.

Perspectivele sunt în continuare foarte promițătoare, întărind interesul firmelor occidentale pentru România. Conform rezultatelor primului studiu comandat de Microsoft și realizat de International Data Corp. (IDC) cu privire la impactul economic al industriei TI în șase state sud-est europene

³ MEC, *Politica industrială a României, 2005-2007*, material preliminar HG nr.1172 / 29 septembrie 2005.

⁴ Idem.

(Bulgaria, Croația, F.R.I a Macedoniei, România, Slovenia, Serbia-Muntene-gru), numărul total al persoanelor angajate în industria românească de profil va crește de la 30.620 în anul 2004, la 37.850 în anul 2009, ceea ce înseamnă că peste 7.200 noi locuri de muncă vor fi generate în cinci ani. Dacă în 2004, 52% din angajații din domeniul TI erau implicați în sectorul de software, în 2009 ponderea acestora va crește la 63%, reflectând orientarea tot mai accentuată a acestui sector către zona de servicii. Conform acestui studiu, piața TI din România va crește într-un ritm mediu anual de 10%, ajungând să depășească 1,3 miliarde USD în anul 2009 (comparativ cu 818 milioane USD în 2004)⁵.

Este posibil ca aceste prognoze optimiste să fie chiar depășite deja de evoluția reală foarte dinamică a sectorului, dacă ar fi să luăm în calcul unele estimări mai recente, potrivit cărora sectorul ar număra deja 12.000 de firme și 42.000 de angajați, iar piața de software și servicii ar fi avut deja un volum de 1 miliard euro la finele anului 2005⁶.

Evoluția pozitivă a sectorului a adus și modificări ale mișcărilor de pe piața forței de muncă. Dacă inițial informaticienii români părăseau țara, neavând pe plan local o motivație suficient de puternică, acum fenomenul este puternic încetinit, existând chiar tendința de revenire a acestora în țară. Potrivit datelor MCTI, numărul programatorilor români care lucrează în străinătate este

în prezent de 2.500. Companiile performante din România care își desfășoară activitatea în domeniul informatic au reușit să-și stabilizeze personalul, oferind salarii satisfăcătoare și o muncă interesantă, mai nou resimțindu-se, într-o anumită măsură, o penurie de specialiști în domeniu, în special pe segmentele foarte îngust specializate. Această situație este de natură să conducă – pe fondul creșterii economice, al majorării investițiilor străine din economia românească și al aderării la UE – la creșterea nivelului salariilor specialiștilor în TI, cu consecința erodării unuia dintre principalele avantaje ale României în procesul de relocare a serviciilor.

În baza evoluțiilor pozitive care pot fi anticipate în domeniul TI, se poate aprecia că este posibil ca România să devină nu numai o piață interesantă pentru procesele de relocare a activităților de servicii, dar și o furnizoare importantă de servicii. Firmele locale vor fi obligate de dinamica sectorului să atingă capacitatea și să dispună de condițiile necesare transformării lor în furnizori independenți de aplicații sau servicii, fie lucrând singure, fie în parteneriate care să le înlesnească accesul la contracte în străinătate. Dar pentru aceasta, companiile românești trebuie să ajungă în situația de a fi cunoscute pe piață sub propriul nume și să-și livreze produsele sub nume de marcă proprii, pe care să le impună cu succes. Or, până în prezent, singura firmă care a atins în mod clar acest statut este GECAD, iar RAV (Reliable Anti Virus) și BitDefender sunt singurele branduri românești cu notorietate internațională în acest domeniu. Tocmai din această perspectivă, ministerele

⁵ Studii – Analize: *Rolul industriei IT în economia românească*, 'Adevărul', 25 mai 2005.

⁶ Estimări ale MCTI, citate de 'Adevărul', 26 septembrie 2006.

care se ocupă de sectorul TI în România – MCTI și MEC – au elaborat Strategia de branding de export 2006-2009 pentru sectorul TI. Scopul declarat al acestei strategii este acela de a promova în rândul investitorilor “ideea că firmele românești au depășit etapa de *outsourcing* (adică de *externalizare*, respectiv, de furnizare a serviciilor pe baza specificațiilor externe – n.a.) și au trecut la un alt nivel, devenind entități care pot crea valoare adăugată”.⁷

În timp ce prin prisma dinamicii industriei românești de TI, perspectivele creșterii participării României la comerțul global cu servicii – fie prin intermediul externalizării / relocalizării, fie al tranzacțiilor comerciale tradiționale – par cât se poate de încurajatoare, există și factori de natură să restricționeze aceste perspective. Creșterea exporturilor de servicii comercializate pe cale electronică și, implicit, dezvoltarea noilor modele de afaceri electronice este condiționată de o *infrastructură tehnologică și informațională avansată* și de accesul în condiții competitive la aceasta. Or, așa cum se recunoaște și în plan oficial, la sfârșitul anului 2005, acești indicatori, atât la telefonie fixă și mobilă cât și la utilizarea Internetului, situau țara noastră în coada clasamentului țărilor membre ale UE, fapt pentru care România va trebui să se concentreze pe îmbunătățirea acestor indicatori și, în general, pe reducerea decalajului digital față de țările membre ale UE.⁸ Rolul guvernului în acest context

este acela de a crea un mediu competitiv, care să conducă la scăderea tarifulor și la creșterea calității serviciilor, să asigure creșterea pieței, inclusiv prin atragerea a tot mai multe soluții TI în administrația de stat și cea locală.

În fine, o cerință importantă pentru consolidarea poziției României ca furnizoare de servicii pe plan mondial este stimularea întreprinderilor românești care activează în domeniul serviciilor informatice și de afaceri, și în special a IMM, pentru a recurge într-o măsură sporită la utilizarea TIC în cadrul strategiilor lor de afaceri, în ultimii trei ani în acest domeniu înregistrându-se o îmbunătățire notabilă a situației față de anii precedenți, după cum relevă rezultatele sondajelor efectuate de Consiliul Național pentru Întreprinderile Private Mici și Mijlocii din România (CNIPMMR).⁹

plasează pe locul 58 din 115 țări, în funcție de gradul de dezvoltare a rețelelor de telecomunicații, fiind la egalitate cu Croația, înaintea Bulgariei (situată pe poziția 64), dar cu mult în urma Estoniei (locul 23), Cehiei (32), Sloveniei (35), Ungariei (38) și Poloniei (53). Topul primelor zece țări include, în această ordine: SUA; Singapore; Danemarca; Islanda; Finlanda; Canada; Taiwan; Suedia; Elveția și Marea Britanie. Poziția fiecărei țări rezultă în urma unui punctaj acordat pentru: infrastructura de telecomunicații; reglementările naționale din domeniu și gradul de utilizare a TI de către persoane fizice, companii și instituții publice (*România liberă*, din 31 martie 2006).

⁹ Potrivit sondajului CNIPMMR, 82% din IMM au în dotare calculatoare, 70% accesează Internetul, 63% utilizează e-mail-ul, 24% dețin site-uri proprii și 8% recurg la vânzări/cumpărări online, dar intensitatea utilizării TI este sub nivelul mediu din UE (*România liberă*, din 27 iunie 2006).

⁷ Declarația ministrului MCTI, Zsolt Nagy, ‘Adevărul’, 13 septembrie 2006.

⁸ Potrivit unui clasament realizat pentru anul 2005 de organizația elvețiană World Economic Forum (Geneva), România se

Bibliografie

- Baumol, W. J., *Information Technology and the Service Sector: A Feedback Process?*, Faulhaber, G., Noam, E., Tasley, R. (ed.), 'Services in Transition: The Impact of Information Technology on the Service Sector', Ballinger Publishing Company, Cambridge, Mass., 1986, p.183-193.
- Bătrâneanu, M. (Vicepreședinte al Asociației Naționale a Internet Services Providers), *Interviu*, 'Adevărul Economic', 26.02-6.03, 4-10.07.2001, 3-9.10.2001.
- Claessens, S. Ș.a, *Electronic Finance. A New Approach to Financial Sector Development?*, 'World Bank Discussion Paper', nr.431, The World Bank, Washington, D.C., 2002.
- Clarke, G.R.G., *Bridging the Digital Divide. How Enterprise Ownership and Foreign Competition Affect Internet Access in Eastern Europe and Central Asia*, 'Policy Research Working Paper', nr.2629, The World Bank, Development Research Group, Washington D.C., 2001.
- Commission of the European Communities, *A European Initiative in Electronic Commerce*, COM (97) 157 final, Brussels, 16.04.1997.
- Crumbish, Ch., 'Primii pași în Internet', Editura All, București, 1999, ediția a II-a.
- Daewon, Choi, *Internet Infrastructure Development in Transition Economies*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June, 2000, Geneva, World Market Series, Business Briefing, 2000, p.46-52.
- Deiss, R., *Information Society Statistics*, 'Statistics in Focus, Industry, Trade and Services', Theme 4-37, 2001.
- Deiss, R., *Information Society Statistics*, 'Statistics in Focus, Industry, Trade and Services', Theme 4-8 și Theme 4-17, 2002.
- European Commission, *Second European Report on Science and Technology Indicators*, 1997.
- Financial Times, *Buyers and Sellers Flock to Online Asian Bazaar*, March 29, 2000.
- Goldstein, A. și O'Connor, D., *E-Commerce for Development: Prospects and Policy Issues*, 'OECD Technical Papers', nr.164, September, Unclassified CD/DOC(00)8, OECD Development Centre, Paris, 2000.
- Gundlach, E., *Interpreting Productivity Growth in the New Economy: Some Agnostic Notes*, 'Kiel Working Papers', nr.1020, Institut für Weltwirtschaft, Kiel, 2001.
- Hellerstein, W., *Electronic Commerce and the Challenge for Tax Administration*, referat prezentat la seminarul intitulat "Revenue Implications of E-Commerce for Development", organizat de WTO Committee on Trade and Development, Geneva, 22 aprilie 2002.
- Hurdubae, A. (Director XNET), *Interviu*, 'Adevărul Economic', 3-9.10.2001.
- ITU, *Internet in a Transition Economy: Hungary Case Study*, Aprilie, 2001.
- ITU, *World Telecommunication Development Report 2001*, 2001.
- ITU, *World Telecommunication Development Report 2002*, 2002.
- Kaminski, B. și Smarzynska, B.K., *Foreign Direct Investment and Integra-*

- tion into Global Production and Distribution Networks. The Case of Poland*, 'World Bank Policy Research Working Paper', nr.2646, The World Bank, Washington D.C., July, 2001.
- Kammrath, M. Mc. (Președinte al Mkco.ro), *Interviu*, 'Adevărul Economic', 20-26. 09.2000.
- Klodt, H., *The Essence of the New Economy*, 'Kieler Diskussionsbeiträge', nr.375, Institut fuer Weltwirtschaft Kiel, June, 2001.
- Laaser, C. F. și Soltwedel, R., *Raumstruktur und New Economy – zur Bedeutung von E-commerce fuer die Arbeitsteilung im Raum*, 'Die Weltwirtschaft', Heft 2, 2001, Institut fuer Weltwirtschaft Kiel, 2001, p.173-189.
- Lefebvre, L. A. și Lefebvre, E., *E-commerce and Virtual Enterprises: Issues and Challenges for Transition Economies*, 'Technovation', nr.22, 2002, p.313-323.
- Liikanen, E., *A Strong e-Economy for All in Europe*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June 2000, Geneva, World Market Series, Business Briefing, Global Electronic Commerce, 2000, p.62-67.
- Lopez-Bassols, V. și Vickery, G., *E-Commerce: "Readiness"*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June 2000, Geneva, World Market Series, Business Briefing, 2000, p.28-33.
- Mattoo, A.; Perez-Esteve, R. și Schuknecht, L., *Electronic Commerce, Trade and Tariff Revenue: A Quantitative Assessment*, Washington Mimeo, 2000.
- Mattoo, A. și Schuknecht, L., *Trade Policies for Electronic Commerce*, 'World Bank Policy Research Working Paper', nr.2380, The World Bank, Washington D.C., June, 2000.
- Meringer, J., *eCommerce Next Wave: Productivity and Innovation*, referat prezentat la seminarul intitulat "Revenue Implications of E-Commerce for Development", organizat de WTO Committee on Trade and Development, Geneva, 22 aprilie 2002.
- Mocanu, M. și Filip, A., 'E-business în România – evoluții și tendințe', Roland Berger Strategy Consultants, 2002.
- Moore, Mike, *Foreword*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June, 2000, Geneva, World Market Series, Business Briefing, Global Electronic Commerce, 2000, p.15.
- Moore, Scott (cercetător la IDC), *Comerțul electronic în Europa centrală (Cehia, Ungaria, Polonia)*, 'Adevărul Economic', 18-24.07.2001.
- Niculae, A., *Dotarea cu computere în România*, 'Adevărul Economic', 23-29.05.2001.
- Nițulescu, G., *Interviu*, 'Capital', 6-7.03.2002.
- OECD, *The Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda*, OECD, Paris, 1999.
- OECD, *Economic Outlook*, OECD, Paris, June, 2000.
- Pambuccian, V. (Președintele Comisiei pentru Tehnologia Informației și Comunicațiilor a Camerei Deputaților), *Interviuri* 'Adevărul Economic', 30-5.06.2001; 20-26.06.2001.

- Perez-Esteve, R. și Schuknecht, L., *A Quantitative Assessment of Electronic Commerce*, 'WTO Staff Working Paper', nr.99-01, Geneva, 1999.
- Roland Berger Strategy Consultants, *Factorii de succes în comerțul electronic*, 'Adevărul Economic', 20-26.09.2002.
- Roland Berger Strategy Consultants, 'Ziarul Financiar', 27-28.03.2002.
- Schuknecht, L. și Perez-Esteve, R., *e-Commerce: A Preliminary Quantitative Assessment*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June, 2000, Geneva, Business Briefing, Global Electronic Commerce, 2000, p.38-41.
- Stare, M., *The Scope for E-Commerce in Central and Eastern European Countries' Services Trade*, 'The Service Industries Journal', Frank Cass, London, (2002) în curs de apariție.
- Tigre, P.B. și O'Connor, D., *Policies and Institutions for e-Commerce Readiness: What Can Developing Countries Learn from OECD Experience?* 'OECD Technical Papers', nr.189, April, Unclassified CD/DOC(2002)01, OECD Development Centre, Paris, 2002.
- Timmers, P., *Global and Local in e-Commerce*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June, 2000, Geneva, Business Briefing, Global Electronic Commerce, 2000, p.22-26.
- UNCTAD, *E-Commerce to Continue its Leading Role in Economic Growth*, Press Release, TAD/INF/PR34, 20 November 2001.
- UNCTAD, *E-commerce and Development Report 2001. Trends and Executive Summary*, Internet edition, United Nations, New York and Geneva, 2001.
- UNCTAD, *World Investment Report 2001*, Promoting Linkages, United Nations, New York and Geneva, 2001b.
- UNCTAD, *World Investment Report 2002*, United Nations, New York and Geneva, 2002.
- Valentin, R., *Revoluția Internetului și dezvoltarea serviciilor*, Roland Berger Strategy Consultants, 2002.
- World Bank, *World Development Report*, Washington, D.C. 1995, 1996, 1999, 2000.
- World Bank, *World Development Indicators 2001*, Washington D.C., 2001.
- World Bank, *World Development Indicators 2002*, Washington D.C., 2002.
- WTO, *Work Programme on Electronic Commerce*, General Council, S/C/8, 1998.
- WTO, *International Trade Statistics*, Geneva, 2000.
- WTO, *Annual Report*, Geneva, 2001.
- Yoshimitsu, H., *Economic Impact of e-Commerce on the Japanese Economy*, United Nations Economic Commission for Europe, Forum on Electronic Commerce for Transition Economies in the Digital Age, 19-20 June, 2000, Geneva, Business Briefing, Global Electronic Commerce, 2000, p.162-167.
- Yusuf, Shahid, *Globalization and the Challenge for Developing Countries*, 'World Bank Policy Research Working Paper', nr.2618, The World Bank, Development Research Group, Washington D.C., June, 2001.