

Monitorizarea aparițiilor în presă

Articole:

The Epoch Times

Ce avantaje are România pe piața internă a UE

30.06.2014 Matei Dobrovie



” Avantajele competitive ale României pe piața internă a Uniunii Europene ”, dezbateri la ASE organizate de Institutul European din România (IER). (Florin Eșanu/Epoch Times)

„România vinde mai mult în cadrul UE, dar vinde mai prost. Ponderea României continuă să crească în agricultură și-n domeniile care consumă o mare forță de muncă, dar prin comparație cu alte țări ale UE, bunurile produse în România înglobează ponderea cea mai mică de servicii în consumul intermediar”, a declarat Geomina Țurlea, cercetător la Joint Research Center al Comisiei Europene, în cadrul unei dezbateri organizate de IER.

În contextul global de creștere a exporturilor, mai ales de produse industriale prelucrate, ponderea României în totalul exporturilor mondiale a crescut între 2001 și 2011. Totuși importurile au crescut mai mult decât exporturile, cu efecte negative asupra balanței schimburilor externe. În 2011, România înregistra surplus comercial cu 7 state membre UE și deficit cu celelalte 19.

România se concentrează pe activități intensive în forță de muncă (pielărie, lemn, industrie alimentară), în care țările cu economii emergente sunt competitori redutabili datorită prețului scăzut.

Coordonatoarea studiului „Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE” a arătat că „**la nivelul exporturilor totale românești, 70% din ele sunt produse în România. Este foarte bine pentru că asta înseamnă o dezvoltare a economiei interne**”. Pe de altă parte, gradul de specializare pe verticală al economiei României a scăzut între 2001 și 2011.

Echipa de cercetare care a realizat studiul a analizat dinamica performanței exporturilor românești și veniturile interne create de producătorii exporturilor și furnizorii acestora.

Cercetătorii au observat că în ciuda faptului că a avut loc o dublare a ponderii României în exporturile mondiale de produse agricole, potențialul agricol este insuficient exploatat, fapt evidențiat de balanța negativă a comerțului cu bunuri alimentare, băuturi și tutun.

Produsele românești de top la export au fost în 2011 autovehiculele și grupa de produse utilaje, reactoare nucleare, boilere, echipamente electrice și electronice. Topul țărilor importatoare de produse românești era în 2011 format din Germania, Italia, Franța., Ungaria, Bulgaria, Marea Britanie, Olanda, Spania, Polonia și Austria. Pe piețele de destinație, România este prezentă în top 10 exportatori în cazul tuturor produselor cheie de export.

Pe de altă parte, comparativ cu economia mondială, România se concentrează pe activități intensive în forță de muncă (pielărie, lemn, industrie alimentară), în care țările cu economii emergente sunt competitori redutabili datorită prețului scăzut.

Autorii studiului consideră că România trebuie să-și diversifice gama de produse exportate și să se concentreze mai mult pe produsele high-tech, punând accent pe valoarea adăugată adusă de activitățile de cercetare-dezvoltare-inovare.

Ei au mai identificat trei vulnerabilități ale exporturilor românești: dependența ridicată de evoluția prețului și a cererii pentru cele 5 categorii de produse ce însumează 50% din totalul exporturilor, impactul mare al performanței industriei auto asupra performanței economice generale și expunerea la cererea de pe piața germană, către care sunt livrate trei dintre produsele cheie.

Constantin Boștină, președinte al Asociației pentru Studii și prognoze economico-sociale (ASPES), a schițat câteva reguli pe care trebuie să le îndeplinească o țară pentru a-și menține competitivitatea: un mediu legislativ stabil și predictibil, menținerea unei structuri economice flexibile și adaptabile, stimularea investițiilor private, reducerea disparităților salariale și sprijinirea clasei de mijloc.

El a deplâns faptul că „**noi în România lucrăm nu pe cicluri economice, ci pe cicluri electorale, deci pe negarea negării. Investitorii care vin iau maxim de profit posibil și apoi pleacă. Clasa de mijloc mai mult dispare decât apare**”.

Boștină consideră că structura economică și legislația nu sunt avantaje, ci dezavantaje competitive ale României pe piața internă a UE.

Referitor la comerțul exterior, președintele ASPES a susținut că „acesta este din România, nu al României”.

La rândul său, Costin Lianu, coordonator al Strategiei Naționale de Export, a subliniat importanța tot mai mare a comerțului cu produse intermediare și a modului în care România se inserează în lanțurile valorice globale. „Competitivitatea se și povestește, se și promovează și stăm prost la asta”, a concluzionat expertul.

Tiberiu Andrioaiei, secretar general al Patronatului Societăților din Construcții, a observat că „România produce valori, dar nu capital. Exportăm experți care capitalizează pentru alții”. În opinia sa, cetățenii din statele emergente care au studiat în România ar trebui folosiți ca vectori în deschiderea de noi piețe în aceste țări.

Sursă: <http://epochtimes-romania.com/news/ce-avantaje-are-romania-pe-piata-interna-a-ue---219767>

Tiberiu Andrioaiei (PSC): România produce valori, dar nu produce capital

România produce valori, însă remarc cu parere de rău că țara noastră nu produce capital, iar experții români ajung să capitalizeze pentru alte state, a declarat luni Tiberiu Andrioaiei, secretarul general al Patronatului Societăților din Construcții (PSC), cu ocazia dezbaterii cu tema 'Avantajele competitive ale României pe piața internă a Uniunii Europene'.

'Afacerile economice și politice se fac între oameni, nu între companii. Oamenii tranzacționează încredere, iar acest lucru reprezintă un pilon important în ceea ce privește relațiile internaționale ale României. Țara noastră are totuși un avantaj important, acela de a fi un pivot în piața economică internațională. Noi avem un capital important de patrimoniu moștenit din epocile anterioare. Românii sunt considerați a fi foarte sociabili, lucru apreciat de statele din Orientul Mijlociu, din Asia și din Nordul Africii. Impedimentul reprezentat de necunoașterea acestor limbi este însă compensat de faptul că mulți dintre cetățenii din țările respective au studiat acum 30-40 de ani în România, iar acum se află la nivelul senioratului profesional. Prin urmare, noi ar trebui să-i atragem pe acești specialiști străini, pentru a pune bazele unor parteneriate profitabile de ambele părți', a spus Tiberiu Andrioaiei.

Acesta a precizat, totodată, că sectorul construcțiilor este unul foarte dinamic, iar românii sunt cunoscuți ca buni constructori.

În calitate de reprezentant al Uniunii Generale a Industriștilor din România - UGIR 1903, pot să afirm că suntem interesați de interconectarea sectoarelor economice. Vreau să subliniez că sectorul construcțiilor este unul foarte dinamic, iar românii sunt cunoscuți ca buni constructori', a mai spus secretarul general al PSC.

Dezbaterea 'Avantajele competitive ale României pe piața internă a Uniunii Europene' a fost organizată de Institutul European din România și Academia de Studii Economice/Facultatea de Relații Economice Internaționale, în cadrul campaniei de promovare și diseminare a rezultatelor proiectului de cercetare Studii de Strategie și Politici (SPOS) 2013.

Potrivit studiului, industria auto reprezintă un sector semnificativ pentru economia României, aceasta captând resurse extrem de variate și implicând o gamă largă a actorilor economici.

Datele statistice pentru România arată că în ultima perioadă industriile creative au avut în general un trend ascendent și și-au câștigat un rol important la nivel macroeconomic. La nivel național, principala caracteristică a sectoarelor creative este aceea că, spre deosebire de celelalte ramuri, acestea sunt concentrate preponderent la nivelul unei singure

regiuni/unui singur judet, în acest caz fiind localizate în principal la nivelul Bucurestiului', se arata în studiul citat.

The image is a screenshot of a web browser displaying the BizLawyer website. The browser's address bar shows the URL: www.bizlawyer.ro/stiri/interviuri-opinii/tiberiu-andrioaiei-psc-romania-produce-valori-dar-nu-produce-capital. The website header features the BizLawyer logo and the tagline "We turn our knowledge into value for your business." Below the header, there is a navigation menu with categories like "STIRI", "STUDENTI", "AVOCATI & FIRME", "JOBURI & CARIERE", "EVENIMENTE & TRAINING", and "INTREABA UN AVOCAT". A prominent red banner for "ZAMFIRESCU RACOȚI & PARTNERS ATTORNEYS AT LAW" is visible, with the slogan "THE POWER OF A MOVE LIES IN ITS STRATEGY". The main content area displays the article title "Tiberiu Andrioaiei (PSC): România produce valori, dar nu produce capital" with a sub-headline "Titlurile zilei | JNSC: Rata șomajului a crescut še mai cu o,6 puncte procentuale, la 7,3%". The article text begins with "Impedimentul reprezentat de neînsoțirea acestor limbi este însă compensat de faptul că mulți dintre cetățenii din țările respective au studiat acum 30-40 de ani în România, iar acum se află la nivelul senioratului profesional. Prin urmare, noi ar trebui să-i stragem pe acești specialiști străini, pentru a pune bazele unor parteneriate profitabile de ambele părți, a spus Tiberiu Andrioaiei." The browser's taskbar at the bottom shows the Windows Start button and several open applications.

Sursă: <http://www.bizlawyer.ro/stiri/interviuri-opinii/tiberiu-andrioaiei-psc-romania-produce-valori-dar-nu-produce-capital>

Agerpres

Tiberiu Andrioaiei (PSC): România produce valori, dar nu produce capital

luni, 30 Iun 2014, 19:48 •

România produce valori, însă remarc cu părere de rău că țara noastră nu produce capital, iar experții români ajung să capitalizeze pentru alte state, a declarat luni Tiberiu Andrioaiei, secretarul general al Patronatului Societăților din Construcții (PSC), cu ocazia dezbaterii cu tema 'Avantajele competitive ale României pe piața internă a Uniunii Europene'.



Foto: (c) ALEX TUDOR/AGERPRES ARHIVĂ

'Afacerile economice și politice se fac între oameni, nu între companii. Oamenii tranzacționează încredere, iar acest lucru reprezintă un pilon important în ceea ce privește relațiile internaționale ale României. Țara noastră are totuși un avantaj important, acela de a fi un pivot în piața economică internațională. Noi avem un capital important de patrimoniu moștenit din epocile anterioare.

Românii sunt considerați a fi foarte sociabili, lucru apreciat de statele din Orientul Mijlociu, din Asia și din Nordul Africii. Impedimentul reprezentat de necunoașterea acestor limbi este însă compensat de faptul că mulți dintre cetățenii din țările respective au studiat acum 30-40 de ani în România, iar acum se află la nivelul senioratului profesional. Prin urmare, noi ar trebui să-i atragem pe acești specialiști străini, pentru a pune bazele unor parteneriate profitabile de ambele părți', a spus Tiberiu Andrioaiei.

Acesta a precizat, totodată, că sectorul construcțiilor este unul foarte dinamic, iar românii sunt cunoscuți ca buni constructori.

'În calitate de reprezentant al Uniunii Generale a Industriașilor din România — UGIR 1903, pot să afirm că suntem interesați de interconectarea sectoarelor economice. Vreau să subliniez că sectorul construcțiilor este unul foarte dinamic, iar românii sunt cunoscuți ca buni constructori', a mai spus secretarul general al PSC.

Dezbaterea 'Avantajele competitive ale României pe piața internă a Uniunii Europene' a fost organizată de Institutul European din România și Academia de Studii Economice/Facultatea de Relații Economice Internaționale, în cadrul campaniei de promovare și diseminare a rezultatelor proiectului de cercetare Studii de Strategie și Politici (SPOS) 2013.

Potrivit studiului, industria auto reprezintă un sector semnificativ pentru economia României, aceasta captând resurse extrem de variate și implicând o gamă largă a actorilor economici.

'Datele statistice pentru România arată că în ultima perioadă industriile creative au avut în general un trend ascendent și și-au câștigat un rol important la nivel macroeconomic. La nivel național, principala caracteristică a sectoarelor creative este aceea că, spre deosebire de celelalte ramuri, acestea sunt concentrate preponderent la nivelul unei singure regiuni/unui singur județ, în acest caz fiind localizate în principal la nivelul Bucureștiului', se arată în studiul citat.

AGERPRES/(AS-autor: Magdalena Tănăsescu, editor: Andreea Marinescu)

The image is a screenshot of a web browser displaying the AGERPRES website. The browser's address bar shows the URL: www.agerpres.ro/economie/2014/06/30/tiberiu-andrioaiei-psc-romania-produce-valori-dar-nu-produce-capital-19-48-48. The website header includes the AGERPRES logo with the tagline 'Actualizează lumea.' and a search bar. A navigation menu contains categories like Politică, Economie, Justiție, Social, Sci&Tech, Sănătate, Externe, Cultură, Sport, Lifestyle, Documentare, and Business OTS. A large yellow and black banner advertises 'Un nou magazin MİS VALIGERIA BAGS, LUGGAGE AND MORE' starting from May 31st at Palas Mall Iasi. Below the banner, the main article is titled 'Tiberiu Andrioaiei (PSC): România produce valori, dar nu produce capital', dated June 30, 2014, at 19:48, with 315 views. To the right, there is a 'ȘTIRILE MOMENTULUI' section with three news items: 'Polonia: Lenin s-a întors la un festival artistic, dar în poziția lui Manneken-Pis' (7 minutes), 'MAE condamnă ferm asasinarea celor trei adolescenți israelieni' (10 minutes), and 'General Motors a ajuns la un nivel record al vehiculelor rechemate la service - 25,7 milioane în SUA' (14 minutes). A 'FLUXUL DE ȘTIRI' sidebar on the right features a YouTube video player and a 'DESCOPERĂ SERVICIUL' button. The Windows taskbar at the bottom shows the Start button and several open applications.

Sursă : <http://www.agerpres.ro/economie/2014/06/30/tiberiu-andrioaiei-psc-romania-produce-valori-dar-nu-produce-capital-19-48-48>