

Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE

Studiu IER-SPOS4-2013

*Geomina ȚURLEA (coordonator)
Valentin Cojanu, Alina Alexoaei
Radu Petrariu, Georgiana Neculau*

Prezentare 24.04.2014, Conferința de lansare

Obiectiv și metodă

- **Obiectiv:** Analiza sectoarelor cu performanțe la export în ceea ce privește:
 - avantajele competitive pe piața internă a UE
 - efectele asupra creării de valoare adăugată
- **Metodă:**
 - indicatori structurali
 - analiza poziției competitive
 - poziționarea pe lanțul de valoare

Rezultate (1): *Dinamica performanței exporturilor*

- Bunurile de consum final domină importurile
- Cota de piață a principalelor produselor de export este între 2,9%-14,5% (2011) față de 4,5%-37% (2001)
- Exportatorii produselor cu cele mai bune performanțe se situează în primii trei furnizori de produse pentru piețele lor strategice
- Piețe strategice: Germania, Franța, Turcia, Ungaria, Ucraina
- 2001-2011: Competitori ai căror avantaje se bazează mai mult pe capital decât pe forța de muncă

Rezultate (2): *Poziționarea pe lanțul de valoare global*

- Gradul de specializare pe verticală al României a scăzut între 2001 și 2011
- Structura pe țara de origine a importurilor necesare pentru producerea exporturilor s-a diversificat
- Venitul creat în România de sectoarele producătoare de produse cheie pe unitate de export este mai mare în 2011 decât în 2001, dar acestea acoperă mai puțin din veniturile totale realizate din exporturi

Concluzii

- În perioada 2001-2011 a avut loc o reconfigurare importantă a avantajelor competitive:
 - poziții competitive mai puțin importante
 - dependența de piețe UE a scăzut în favoarea piețelor învecinate non-UE
 - restructurare către sectoare capital intensive
 - diversificare industrială în sectorul auto
- Tendință pozitivă de creștere a competitivității interne a producătorilor locali de bunuri intermediare
- România câștigă venituri din activități intensive în forță de muncă (pielărie, textile, lemn, agricultură)
- Contribuția produselor românești la exporturile altor țări membre ale UE este foarte redusă, mult sub 0.5% (cu excepția țărilor vecine, Bulgaria și Ungaria)

Studii de caz: Auto

- Important multiplicator de creștere
- Jumătate din *cifra de afaceri* a sectorului localizată în 3 județe: Timiș, Arad și Argeș, urmate de Sibiu, Brașov și Dolj
- Sectoare: Fabricarea autovehiculelor de transport rutier, Piese și accesorii auto, Echipamente electrice și electronice auto, Angrenaje, cutii de viteză și transmisii
- Productivitatea în România este cu 10% sub media UE
- Puternic suport CDI, dar cheltuieli pe unitate de produs relativ mici

Studii de caz: Sectorul cultural și creativ

- Importanța sectorului: UE - 3,0% din forța de muncă (2008), 3,3% din PIB (2006), 4,3% din exporturile UE-27; RO – 4,48% din numărul de salariați, 5,93% din PIB, 4,73% în cifra de afaceri la nivel național și cu (2009).
- Multiplicator de creștere în economia cunoașterii: mai mult de 60% dintre firme sunt situate în în jurul zonelor metropolitane; cele mai multe dintre firmele din aceste industrii sunt firme mici (cu mai puțin de 10 de angajați) și cea mai mare parte a lucrătorilor sunt profesioniști cu înaltă calificare.
- 51,72% din *totalul salariaților* în industrii creative sunt angajați la nivelul Bucureștiului, dar și un decalaj între județul Cluj, clasat pe locul 2, și județele aflate în continuarea listei Timiș, Brașov și Iași.
- București- Ilfov și Sud-Muntenia se află în prima jumătate a ierarhiei europene, rivalizând cu regiunile Noord Brabant-Eindhoven (Olanda) și Aragon-Zaragoza (Spania)