ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Albu, Cornel; Ghibuţiu, Agnes; Oehler-Şincai, Monica; Lianu, Costin; Giurgiu, Adriana

Research Report

Perspective şi provocări ale exporturilor româneşti în perioada 2010-2014, prin prisma relaţiilor comerciale bilaterale şi regionale ale Uniunii Europene

Strategy and Policy Studies (SPOS), No. 2012,4

Provided in Cooperation with:
European Institute of Romania, Bucharest

Suggested Citation: Albu, Cornel; Ghibuţiu, Agnes; Oehler-Şincai, Monica; Lianu, Costin; Giurgiu, Adriana (2013) : Perspective şi provocări ale exporturilor româneşti în perioada 2010-2014, prin prisma relaţiilor comerciale bilaterale şi regionale ale Uniunii Europene, Strategy and Policy Studies (SPOS), No. 2012,4, ISBN 978-606-8202-36-5, European Institute of Romania, Bucharest

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/141814

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Institutul European din România

STUDII DE STRATEGIE ȘI POLITICI (SPOS) 2012
Studiul nr. 4

Perspective și provocări ale exporturilor românești în perioada 2010-2014, prin prisma relațiilor comerciale bilaterale și regionale ale Uniunii Europene

Autori:

Dr. **Cornel ALBU (coord.)**
Dr. **Agnes GHIBUȚIU**
Dr. **Iulia Monica OEHLER-ȘINCAI**
Dr. **Costin LIANU**
Dr. **Adriana GIURGIU**

București, 2013

Coordonator de proiect din partea Institutului European din România
Mihai Sebe

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
Perspective și provocări ale exporturilor românești în perioada 2010-2014, prin prisma relațiilor comerciale bilaterale și regionale ale Uniunii Europene / Cornel Albu (coord.); Agnes Ghibuțiu, Monica Oehler-Șincai, Costin Lianu, Adriana Giurgiu; pref.: Gabriela Drăgan ; coord. proiect: Mihai Sebe. - București: Institutul European din România, 2013
Bibliogr.
ISBN 978-606-8202-36-5

I. Albu, Cornel (coord.)
II. Ghibuțiu, Agnes
III. Oehler-Șincai, Iulia Monica
IV. Lianu, Costin
V. Giurgiu, Adriana
VI. Drăgan, Gabriela (pref.)
VII. Sebe, Mihai (coord.)

341.217(4) UE
339.564(498:4)

© Institutul European din România, 2013
Bd. Regina Elisabeta nr. 7-9
Sector 3, București
www.ier.ro

DTP: Monica Dumitrescu
Tipar: Alpha Media Print SRL București, Splaiul Unirii, nr. 313, www.amprint.ro

Coperta: www.sxc.hu

CUVÂNT ÎNAINTE

Promovarea unor politici publice bazate pe cercetări prealabile, riguros fundamentate, reprezintă un element esențial în furnizarea unor rezultate de calitate și cu impact pozitiv asupra vieții cetățenilor. Institutul European din România, în calitatea sa de instituție publică cu atribuții în sprijinirea formulării și aplicării politicilor Guvernului, a continuat și în anul 2012 programul de cercetare-dezvoltare dedicat *Studiilor de strategie și politici* (*Strategy and Policy Studies – SPOS*).

Programul SPOS își propune să sprijine fundamentarea și punerea în aplicare a politicilor Guvernului României în domeniul afacerilor europene prin oferirea de informații și soluții alternative decidenților politici. În anul 2012, în cadrul acestui proiect au fost realizate *patru studii*, care au abordat arii tematice relevante pentru evoluția României în context european. Cercetările au urmărit furnizarea unor **elemente de fundamentare** și a unor propuneri de măsuri în domenii cheie precum **politica de migrație** (*Perspectivele politicii de migrație în contextul demografic actual din România*), sistemul de coordonare a afacerilor europene (*Coordonarea afacerilor europene la nivel național. Mecanisme de colaborare între Guvern și Parlament în domeniul afacerilor europene. Studiu comparativ în statele membre UE*), politica fiscală (*Taxarea tranzacțiilor financiare și consecințele sale asupra creșterii economice, stabilității financiare și finanțelor publice*) și **politica de comerț exterior** (*Perspective și provocări ale exporturilor românești în perioada 2010-2014, prin prisma relațiilor comerciale bilaterale și regionale ale Uniunii Europene).*

Studiul de față, *Perspective și provocări ale exporturilor românești în perioada 2010-2014, prin prisma relațiilor comerciale bilaterale și regionale ale Uniunii Europene*, a beneficiat de contribuțiile unei valoroase echipe de cercetători formate din:

Cornel Albu a absolvit cursurile Facultății de Economie Generală – Secția de Economie Mondială, din cadrul Academiei de Studii Economice din București în 1971, fiind repartizat în același an la Institutul de Economie Mondială al Academiei Române (IEM). Din anul 1974 este cercetător principal, iar după 1990 a ocupat funcții precum: șef de sector, director adjunct, director interimar și director științific al IEM. Din 1992 a devenit profesor asociat la ASE și la Universitatea Româno - Americană din București, iar din 1996 și la Universitatea Ecologică din București. În ultimii 20 de ani a elaborat și coordonat o serie de studii din Programele de cercetare ale IEM, incluse în Programele fundamentale ale Academiei Române, care au abordat problematica integrării europene, implicațiile aderării României la Uniunea Europeană, evoluția conjuncturii economice mondiale și, în special, a țărilor membre OCDE, evoluția și lărgirea zonei euro.

Agnes Ghibuțiu este doctor în economie și cercetător științific principal gradul I în cadrul Institutului de Economie Mondială al Academiei Române. Domeniile de specializare includ: economia serviciilor, comerțul internațional, sistemul comercial multilateral, sistemul producției globale, politicile comerciale. În calitate de autor și coautor, a publicat numeroase studii, cărți și articole în țară și în străinătate, prezentând comunicări științifice pe tema serviciilor la conferințe internaționale în SUA și diferite țări din Europa și Asia. Cartea de autor intitulată „Serviciile și dezvoltarea. De la prejudecăți la noi orizonturi" (Editura Expert, București, 2000, 366 p.) a fost distinsă în 2002 cu Premiul Academiei Române „Virgil Madgearu".

Iulia Monica Oehler-Șincai este doctor în relații economice internaționale. În prezent este cercetător științific gradul III la Institutul de Economie Mondială al Academiei Române. În perioada octombrie 2010 - august 2012, a fost bursieră în cadrul proiectului „Studii post-doctorale în economie: program de formare continuă a cercetătorilor de elită – SPODE", finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013. Desfășurarea succesivă a activității sale în sectorul privat (comerțul exterior), sectorul public și în cercetare i-a înlesnit abordarea economiei în ansamblul său și din multiple perspective: micro și macroeconomică, națională, regională și globală. În calitate de autor, coautor și coordonator, a elaborat numeroase studii și articole pe teme precum: comerțul internațional și politicile comerciale, economiile emergente, grupul țărilor BRIC(S), modelul asiatic de dezvoltare, relațiile externe ale UE, Noul Management Public.

Costin Lianu este doctor în științe economice și director al Direcției Dezvoltare Export în cadrul Ministerului Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri. Este coordonator al Strategiei naționale de export pentru anii 2005-2009 și, respectiv, 2012-2016, elaborate în parteneriat public-privat în cadrul Consiliului de Export. Este lector asociat la Universitățile Spiru Haret (Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale) și Universitatea București (Facultatea de Administrarea Afacerilor). Printre domeniile sale de specializare se numără: comerțul internațional, marketingul, asistența externă nerambursabilă, managementul strategiilor de export și strategiile de branding. A publicat mai multe cărți în calitate de autor (cea mai recentă fiind intitulată „Strategii de branding", Editura Economică, București, 2010) și de coautor. De asemenea, a publicat un număr mare de articole în reviste de specialitate în domenii legate de comerțul internațional, strategiile de export la nivel național, regional sau de firmă, strategiile de branding și de competitivitate, instrumentele și mijloacele de promovare a exportului ș.a.

Adriana Giurgiu este conferențiar universitar, decan al Facultății de Științe Economice din cadrul Universității Oradea. Este cadru didactic titular pe

disciplinele: Comerț Internațional și Politici Comerciale Internaționale; Economie Europeană; Investiții Internaționale. Ocupă funcția de Director al Centrului de Documentare Europeană – Oradea. Este coordonator al Modelului European „Jean Monnet" și coordonator Programe LLP/Erammus în cadrul Facultății de Științe Economice . A participat la activități de cercetare postdoctorale în cadrul proiectului „Cercetare științifică economică, suport al bunăstării și dezvoltării umane în context european" (CERBUN 2010-2012). Este membru în Consiliul Departamentului de Afaceri Internaționale al Universității din Oradea.

Pe parcursul realizării studiului, echipa de cercetători s-a bucurat de contribuția activă a dlui **Mihai Sebe** în calitate de coordonator de proiect din partea Institutului European din România, precum și de sprijinul unui grup de lucru, alcătuit din reprezentanți ai principalelor instituții ale administrației centrale cu atribuții în domeniu.

În final, adresez mulțumirile mele atât cercetătorilor, cât și tuturor celor care au sprijinit derularea acestui proiect.

Gabriela Drăgan

Director general al Institutului European din România

CUPRINS

Summary (Sinteză în limba engleză) ..... p. 17

Sinteză ..... p. 35

INTRODUCERE. Contextul cercetării, obiectivele studiului, metodologie ..... p. 44

CAPITOLUL I. EVOLUȚII, TENDINȚE ȘI MUTAȚII STRUCTURALE ÎN COMERȚUL INTERNAȚIONAL CU BUNURI ..... p. 48
Considerații generale ..... p. 48
1.1 Mutațiile structurale și remodelarea economiei mondiale ..... p. 51
1.2 Mutații în configurația comerțului internațional cu bunuri ... p.57
1.3 Tendințe conjuncturale în evoluția comerțului internațional în anii post-criză ..... p. 76
1.4 Riscurile escaladării protecționismului comercial ..... p. 90
Bibliografie ..... p. 102

CAPITOLUL II. TRĂSĂTURI DOMINANTE ALE SCHIMBURILOR COMERCIALE EXTRACOMUNITARE ÎN 2000-2011. LOCUL ROMÂNIEI ÎN ACESTE SCHIMBURI... p. 105
2.1. Trăsături dominante ale comerțului UE cu restul lumii ..... p. 105
2.2. Structura schimburilor comerciale dintre UE și principalii zece parteneri comerciali ai săi ..... p. 114
2.3. Comparații între UE-15 și NSM la nivelul fluxurilor comerciale pe Piața internă și în plan extracomunitar ..... p. 117
2.4. Locul României în schimburile comerciale extracomunitare... p. 119
Bibliografie ..... p. 123

CAPITOLUL III. POLITICA COMERCIALĂ COMUNITARĂ ȘI IMPACTUL ACESTEIA ASUPRA COMERȚULUI EXTERIOR AL ROMÂNIEI ..... p. 125
3.1 Considerații generale ..... p. 125
3.2 Tendințe în utilizarea instrumentelor de politică comercială ... p. 128
3.3. Bilateralismul și regionalismul în lumina noilor orientări strategice ..... p. 135
3.4. Politica europeană de vecinătate - revizuită ..... p. 147
Bibliografie ..... p. 153

CAPITOLUL IV. TENDINȚE ÎNREGISTRATE ÎN COMERȚUL EXTERIOR AL ROMÂNIEI ÎN 2000-2011. EVALUAREA COMPETITIVITĂȚII EXPORTURILOR ROMÂNEȘTI. ROLUL ISD ÎN PROMOVAREA EXPORTURILOR ..... p. 154
4.1. Tendințe înregistrate în comerțul exterior al României în 2000-2011 ..... p. 154
4.2. Evaluarea competitivității exporturilor românești ..... p. 168
4.3. Rolul ISD în promovarea exporturilor ..... p. 220
Bibliografie ..... p. 252

CAPITOLUL V. ANALIZA COMPARATIVĂ A CELOR MAI BUNE PRACTICI DE SUSȚINERE ȘI PROMOVARE A EXPORTULUI. ROLUL INSTITUȚIILOR NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE... p. 261
Bibliografie ..... p. 284

CAPITOLUL VI. PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE ALE EXPORTULUI ROMÂNESC ..... p. 286
6.1. Principiile strategice de dezvoltare sustenabilă a exportului .... p. 289
6.2. Înțelegerea și anticiparea evoluțiilor piețelor externe, a cererii și ofertei, precum și a condițiilor de acces pe piețe ..... p. 301
6.3. Constrângeri actuale ale instrumentelor clasice de politică comercială ale UE ..... p. 304
6.4. Cunoașterea, anticiparea și stimularea capacităților și capabilităților de ofertare la export ..... p. 306
6.5. Capacitatea de a identifica constrângeri și provocări la problemele intersectoriale ..... p. 309
6.6. Capacitatea de a crea și utiliza eficient instrumente și servicii adecvate, accesibile și integrate pentru comunitatea de exportatori ..... p. 314
Bibliografie ..... p. 322

CAPITOLUL VII. CĂI DE DEZVOLTARE SUSTENABILĂ A EXPORTULUI. ROLUL STRATEGIEI NAȚIONALE DE EXPORT ..... p. 324
Bibliografie ..... p. 346

CONCLUZII ..... p. 347

CAPITOLUL I: EVOLUȚII, TENDINȚE ȘI MUTAȚII STRUCTURALE ÎN COMERȚUL INTERNAȚIONAL CU BUNURI

Lista graficelor

Graficul 1.1: Dinamica PIB în economiile dezvoltate și în economiile în dezvoltare/emergente, în perioada 1990-2011 (modificări anuale în %)
Graficul 1.2: Tendințe istorice în evoluția exporturilor mondiale de bunuri, în termeni de valoare și volum, în 1950-2010 (Indice 2000=100)
Graficul 1.3: Dinamica comerțului mondial comparativ cu PIB mondial, în perioada 1990-2011 (modificări anuale în %)
Graficul 1.4: Evoluția comparativă a exporturilor mondiale in termeni nominali și în termeni reali, în perioada 1990-2010 (modificări anuale în %)
Graficul 1.5: Evoluția volumului exporturilor de bunuri ale țărilor dezvoltate și ale țărilor în dezvoltare/emergente, în perioada 1990-2011 (modificări anuale în %)
Graficul 1.6: Ponderile UE-27, SUA, Japoniei și Chinei în comerțul mondial cu bunuri, în perioada 1999-2009 (în %)
Graficul 1.7: Evoluția exporturilor mondiale, pe regiuni, în 1990-2008 (în mii de miliarde USD)
Graficul 1.8: Ponderea comerțului Sud-Sud (cu bunuri) în totalul comerțului economiilor în dezvoltare, în 1995-2010 (în %)
Graficul 1.9: Evoluția structurii exporturilor mondiale (în termeni de volum), pe principalele categorii de produse, în 1990-2010 (modificări anuale în %)
Graficul 1.10: Exporturile mondiale de bunuri (exclusiv combustibili), pe tipuri de produse, în 1995-2009 (în miliarde USD și %)
Graficul 1.11: Contribuția diferitelor regiuni la exporturile mondiale de bunuri intermediare, în 1995-2009 (în %)
Graficul 1.12: Evoluția comerțului mondial cu bunuri și a PIB mondial (în termeni reali), în 2005-2013 (modificări anuale în %)
Graficul 1.13: Tendințe divergente în creșterea importurilor mondiale de bunuri, în 2002-2013 (conform scenariului de bază al prognozei ONU)
Graficul 1.14: Creșterea PIB (real) în UE, în economiile avansate nemembre ale UE și în economiile în dezvoltare/emergente (în %)

Lista tabelelor

Tabelul 1.1: Ponderea în economia mondială a principalelor țări/grupe de țări (în % din PIB mondial)
Tabelul 1.2: Dinamica exporturilor mondiale de bunuri comparativ cu producția mondială și PIB mondial, pe cele trei componente, în 2005-2010 (modificări anuale în %)
Tabelul 1.3: Structura exporturilor de bunuri pe grupe mari de produse și țări, în 1960-2008 (în %)

Tabelul 1.4: Evoluția prețurilor internaționale ale principalelor produse de bază, în 2000-2011 (modificări anuale în % și USD/baril)

Lista anexelor

Anexa 1.1: Evoluția PIB global în 2010-2011 și prognozele pentru 2012-2013 (modificări anuale în %)
Anexa 1.2 : Evoluția comerțului internațional în 2010-2011 și prognozele pentru 2012-2013 (în %)
Anexa 1.3: Evoluția PIB mondial și a volumului comerțului mondial cu bunuri, pe regiuni geografice și principalele țări, în perioada 2009-2011 (modificări anuale în %)
Anexa 1.4: Evoluția comerțului mondial cu bunuri în termeni nominali, pe regiuni geografice și principalele țări, în perioada 2005-2011 (în miliarde USD și %)
Anexa 1.5: Principalii 10 exportatori de bunuri pe plan mondial, în 2011 (în miliarde USD și % din total mondial)
Anexa 1.6: Principalii 10 importatori de bunuri pe plan mondial, în 2011 (în miliarde USD și % din total mondial)

CAPITOLUL II: TRĂSĂTURI DOMINANTE ALE SCHIMBURILOR COMERCIALE EXTRACOMUNITARE ÎN 2000-2011. LOCUL ROMÂNIEI ÎN ACESTE SCHIMBURI

Lista graficelor

Graficul 2.1: Ritmurile de creștere a schimburilor comerciale ale UE cu restul lumii în perioada 2000-2011 (%)
Graficul 2.2: Principalele grupe de bunuri exportate de UE pe piețele extracomunitare (milioane euro)
Graficul 2.3: Principalele grupe de bunuri importate de UE de pe piețele extracomunitare (milioane euro)
Graficul 2.4: Balanțele comerciale ale UE (milioane euro)
Graficul 2.5: Creșterea ponderilor țărilor BRIC și diminuarea cotelor SUA și Japoniei în comerțul UE cu restul lumii în perioada 2000-2011 (%)
Graficul 2.6: Balanțele comerciale ale UE în relație cu principalii săi zece parteneri în 2011 (%)
Graficul 2.7: Ponderile grupului BRIC în fluxurile comerciale ale UE în plan extracomunitar în 2011, comparativ cu NAFTA și alte zece grupuri de țări (%)
Graficul 2.8: Reflectarea ponderilor produselor prelucrate și produselor de bază în comerțul UE cu principalii săi parteneri comerciali în 2011 (%)
Graficul 2.9: Reflectarea principalelor două grupe de produse la nivelul comerțului UE cu principalii săi parteneri comerciali în 2011 (%)

Graficul 2.10: Locul ocupat de țările BRIC, Turcia, Coreea de Sud, Elveția, Norvegia, SUA și Japonia în exportul și importul României în 2011 - ponderi comparate cu cele deținute la nivel comunitar (%)

CAPITOLUL III: POLITICA COMERCIALĂ COMUNITARĂ ȘI IMPACTUL ACESTEIA ASUPRA COMERȚULUI EXTERIOR AL ROMÂNIEI

Lista graficelor

Graficul 3.1: Principalii parteneri comerciali extracomunitari ai UE la export și la import în 2010 (în procente)
Graficul 3.2: Ponderile deținute în PIB mondial de două grupuri de economii: în dezvoltare și emergente și dezvoltate (în procente)

Lista tabelelor

Tabelul 3.1: Uniunea Europeană – Evoluția gradului de protecție tarifară la import, în 2007, 2009 și 2011
Tabelul 3.2: Uniunea Europeană – nivelul taxelor vamale percepute în regim MFN la principalele grupe de produse importate, în 2011
Tabelul 3.3: Uniunea Europeană: Evoluția pe țări a măsurilor antidumping inițiate în perioada 2006-2010
Tabelul 3.4: Ponderile țărilor BRIC și a celorlalți parteneri strategici ai UE în PIB, export, import, stocuri de ISD la nivel mondial în 2000 și 2010 (în procente)

CAPITOLUL IV: TENDINȚE ÎNREGISTRATE ÎN COMERȚUL EXTERIOR AL ROMÂNIEI ÎN 2000-2011. EVALUAREA COMPETITIVITĂȚII EXPORTURILOR ROMÂNEȘTI. ROLUL ISD ÎN PROMOVAREA EXPORTURILOR

Lista graficelor

Graficul 4.1: Indicatorii comerțului exterior românesc în perioada 2000-2011
Graficul 4.2: Evoluția comerțului exterior românesc cu UE în perioada 2000-2011 (FOB/CIF), mil. euro
Graficul 4.3: Evoluția comerțului exterior românesc cu UE în perioada 2000-2011 (FOB/FOB), mil. euro
Graficul 4.4: Ponderea exporturilor României pe regiuni/zone geografice, în perioada 2000-2011
Graficul 4.5: Evoluția Indicilor valorii unitare ai comerțului exterior românesc în perioada 2000-2011
Graficul 4.6: Elasticitatea comerțului exterior al României și al UE în perioada 1995-2011

Lista tabelelor

Tabelul 4.1: Ponderea exporturilor și importurilor României în comerțul cu UE, în perioada 1989-2011
Tabelul 4.2: Cei 9 *piloni ETI* și locurile ocupate de România în clasamentul internațional, conform acestui indice
Tabelul 4.3: Indicele de facilitare a comerțului (ETI), detaliat în cazul României
Tabelul 4.4: Deschiderea internațională a României, 2000-2011
Tabelul 4.5**:** Indicatorii deschiderii calculați comparativ pentru câteva economii (țări), inclusiv România, în anii 1995-2000-2005-2010-2011-2012
Tabelul 4.6: Indicii comerțului exterior românesc în perioada 2000-2011
Tabelul 4.7: Coeficientul de elasticitate al exportului și importului României și al UE – 1995-2011
Tabelul 4.8: Indicii raportului de schimb și indicii puterii de cumpărare a exporturilor, calculați pentru comerțul exterior românesc în perioada 2000-2011
Tabelul 4.9: Gradul de acoperire al exportului românesc prin import în perioada 1989-2011
Tabelul 4.10: Coeficientul Hirschmann global, la importul și exportul românesc în perioada 1995-2011
Tabelul 4.11: Ponderea grupelor în importul total al României în perioada 1996-2011
Tabelul 4.12: Ponderea grupelor în exportul total al României în perioada 1996-2011
Tabelul 4.13: Coeficientul Hirschmann global și pe relația cu UE, la importul și exportul românesc în perioada 1996-2011
Tabelul 4.14: Evoluția avantajului comparativ aparent al României față de restul lumii în perioada 1996-2011
Tabelul 4.15: Avantajul comparativ al comerțului României pe relația cu Uniunea Europeană în perioada 1996-2011
Tabelul 4.16: Indicatorul Michaely aplicat asupra comerțului exterior românesc în perioada 1996-2011
Tabelul 4.17: Indicatorul Michaely pentru comerțul exterior românesc pe relația cu UE în perioada 1996-2011
Tabelul 4.18: Indicatorul Michaely pentru comerțul exterior românesc pe relația globală cu produsele din grupa XVI, subgrupele 84 și 85, în perioada 1996-2011
Tabelul 4.19: Produse exportate din grupa XVI, conform HS 4 - digit classification, aflate în topul primelor 40 produse în perioada 2005-2010, exprimate în mii. USD
Tabelul 4.20: Produse importate din grupa XVI, conform HS 4 - digit

classification, aflate în topul primelor 40 produse în perioada 2005-2010, exprimate în mii. USD
Tabelul 4.21: Evoluția indicatorului Lafay pentru comerțul exterior românesc în relația globală și în relația cu UE, în perioada 1996-2011
Tabelul 4.22: Evoluția indicatorului Grubel-Lloyd pentru comerțul exterior românesc în relația globală și în relația cu UE, în perioada 1996-2011
Tabelul 4.23: Exporturile și importurile întreprinderilor ISD din România, în anul 2010

Lista anexelor

Anexa 4.1: Indicatori generali ai activității de comerț exterior a României în perioada 1989-2006
Anexa 4.2: Topul primilor 10 parteneri comerciali ai României (pentru export - țări de destinație și pentru import - țări de origine pentru importuri extracomunitare și respectiv, țări de expediție pentru importuri intracomunitare) în perioada 2008-2011
Anexa 4.3: Evoluția exportului (FOB) României pe zone geografice și grupe de țări, în perioada 2000-2011
Anexa 4.4: Evoluția importului (CIF) României pe zone geografice și grupe de țări, în perioada 2000-2011
Anexa 4.5: Evoluția importului (FOB) României pe zone geografice și grupe de țări, în perioada 2000-2011
Anexa 4.6: Evoluția comerțului exterior al României pe relația cu UE, în perioada 1980-2011
Anexa 4.7: Comerțul exterior (Importuri CIF și Exporturi FOB) global al României, pe secțiuni și principalele capitole și subcapitole, conform Nomenclatorului Combinat/Sistemului armonizat (NC/SA)
Anexa 4.8: Ponderea fiecărei grupe de produse importate/exportate din UE în importul/exportul total al României din grupa respectivă în relația globală
Anexa 4.9: Structura comerțului exterior al României pe relația cu UE

CAPITOLUL V. ANALIZA COMPARATIVĂ A CELOR MAI BUNE PRACTICI DE SUSȚINERE ȘI PROMOVARE A EXPORTULUI. ROLUL INSTITUȚIILOR NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

Lista tabelelor

Tabelul 5.1: Clasificarea exportatorilor

Lista casetelor

Caseta 5.1: Studiul grupului de lucru al Băncii Mondiale, Lederman, Olarreaga și Payton despre Agențiile de promovare a exportului
Caseta 5.2: Studiu privind Pro-Chile, agenția promoțională a statului

Chile
Caseta 5.3: Centrul Internațional de Comerț (ITC, International Trade Center, Geneva)
Caseta 5.4: Bune practici la UKTI Anglia

CAPITOLUL VI. PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE ALE EXPORTULUI ROMÂNESC

Lista graficelor

Graficul 6.1: Schema provocărilor cu care se confruntă exportatorii în funcție de teritorialitate și elementul transfrontalier
Graficul 6.2: Reprezentarea parteneriatului public-privat și a lucrului în rețea în cazul SNE 2005-2009
Graficul 6.3: Managementul strategiei de export
Graficul 6.4: Clasificarea țărilor membre ale UE în funcție de performanțele din sfera inovării (*lideri, urmăritori, inovatori moderați și inovatori modești*)
Graficul 6.5: Dimensiunile performanței din domeniul inovării
Graficul 6.6: Cadrul general al tabloului de bord al inovării în UE

Lista casetelor

Caseta 6.1: Structura urmează sau precede o strategie?
Caseta 6.2: Crearea și funcționarea Consiliului de Export în România
Caseta 6.3: Atribuțiile și structura Consiliului de Export din România

CAPITOLUL VII. CĂI DE DEZVOLTARE SUSTENABILĂ A EXPORTULUI. ROLUL STRATEGIEI NAȚIONALE DE EXPORT

Lista casetelor

Caseta 7.1: Criterii de selecție a sectoarelor prioritare pentru export
Caseta 7.2: Stabilirea opțiunilor strategice legate de lanțul valoric LV
Caseta 7.3: O perspectivă instituțională de susținere a exportului

Lista schemelor

Schema 7.1: Lanțul valoric al serviciilor integrate de susținere a unui export sustenabil

Abrevieri

AELS	Asociația Europeană a Liberului Schimb: Elveția, Islanda, Liechtenstein, Norvegia
ASEAN	Asociația Națiunilor din Asia de Sud-Est: Brunei Darussalam, Cambodgia, Filipine, Indonezia, Laos, Malaezia, Myanmar, Singapore, Thailanda, Vietnam
BRIC	Brazilia, Rusia, India și China
CE	Comisia Europeană
CRPCIS	Centrul Român pentru promovarea Comerțului și Investițiilor Străine
CSI	Comunitatea Statelor Independente: Armenia, Azerbaidjan, Belarus, Kârgâzstan, Kazakhstan, Republica Moldova, Rusia, Tadjikistan, Uzbekistan, plus membrii neoficiali: Turkmenistan și Ucraina.
CTN	Corporații transnaționale (sau multinaționale)
UE-27/UE	Uniunea Europeană
UE-15	Grupul vechilor state membre ale UE: Austria, Belgia, Danemarca, Finlanda, Franța, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburg, Marea Britanie, Olanda, Portugalia, Spania, Suedia
UE-12 (NSM)	Noile state membre ale UE: Bulgaria, Republica Cehă, Cipru, Estonia, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, România, Slovacia, Slovenia, Ungaria
EUR	Euro
FMI	Fondul Monetar Internațional
GATS	Acordul General privind Comerțul cu Servicii
GATT	Acordul General pentru Tarife Vamale și Comerț
G-7/G-8	Grupul celor șapte „mari" națiuni industrializate: Canada, Franța, Germania, Italia, Japonia, Marea Britanie și SUA, la care s-a alăturat și Rusia în 1997.
G-20	Grupul celor 20, care include miniștrii de finanțe și guvernatorii băncilor centrale din 19 țări: Africa de Sud, Arabia Saudită, Argentina, Australia, Brazilia, Canada, China, Coreea de Sud, Franța, Germania, India, Indonezia, Italia, Japonia, Marea Britanie, Mexic, Rusia, SUA, Turcia, alături de UE, reprezentată de președinția prin rotație a Consiliului UE și Banca Centrală Europeană.

GTA	Global Trade Alert: organism independent de monitorizare a politicilor care afectează comerțul
IMM	Întreprinderi mici și mijlocii
ISD	Investiții străine directe
MECMA	Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri
MEDA	Țările participante la Parteneriatul Euro-mediteranean: Maroc, Algeria, Tunisia, Egipt, Liban, Siria, Israel, Teritoriile palestiniene ocupate, Iordania
MERCOSUR	Piața Comună a Sudului: Argentina, Brazilia, Paraguay, Uruguay până în iunie 2012 și Argentina, Brazilia, Uruguay și Venezuela din 31 iulie 2012
NAFTA	Acordul de Liber Schimb Nord-american: Canada, Mexic, SUA
OCDE	Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică
OMC	Organizația Mondială a Comerțului
ONU	Organizația Națiunilor Unite
PIB	Produs intern brut
PPP	Paritate a puterii de cumpărare
SNE	Strategia națională de export
TIC	Tehnologia informațiilor și comunicațiilor
UNCTAD	Conferința Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare
USD	Dolarul american

Summary

The present study aims, *in the first part*, to examine the trends evidenced at the level of international trade and extra-community trade flows and, at the same time, the new directions of the EU trade policy in relation with the rest of the world. *In the second part*, it brings to the forefront the main trends of the Romanian trade as well as the Romanian export competitiveness and ways towards their sustainable development. These issues are analyzed and presented in **seven sections**, as follows:

I. Developments, trends and structural changes in international trade in goods

II. Main characteristics of the extra-community trade in goods during 2000-2011. Romania's position in these exchanges

III. EU trade policy and its impact on the Romanian foreign trade

IV. General directions of the Romanian foreign trade during 2000-2011. Assessment of the Romanian export competitiveness. The role of FDI in promoting exports

V. Benchmarking best practices in export support and promotion. Role played by national and international organizations

VI. Challenges and perspectives of the Romanian exports

VII. Ways towards sustainable export development. Role of the National Export Strategy

I. Developments, trends and structural changes in international trade in goods

The analysis reveals the direct link between the evolution of the global economy and international trade under the impact of the global financial and economic crisis of 2008-2009. The crisis has negatively affected trade dynamics and enhanced the pace of structural changes as reflected by the shift in the balance of global economic power away from the developed countries towards a number of fast-growing and large emerging and developing countries.

In this context, the analysis highlights the following aspects:

➢ In the last two decades, international trade has been a particularly dynamic component of global economic activity, and increased at a steady pace. The expansion of international trade flows has been a major factor of

global economic growth. The more rapid growth of trade in relation to world production led to an increase in interdependence among nations.

➢ The steady growth of trade in recent decades has been spurred by increased globalization, especially the increasing integration of developing countries into the world economy and the expansion of global production networks. These two phenomena are interrelated. Among the main factors driving these developments are: the rapid advances in information and communication technology, falling communication and transport costs, trade liberalization and other economic reforms, the freer movement of capital and technology, and, not least, the dramatic increase in labour supply globally.

➢ The global financial and economic crisis of 2008-2009 affected severely the global economy, and left deep scars on the dynamics of international trade. After a relatively quick rebound of trade in 2010, following its historic decline in 2009 – the worst in the postwar period – the recovery is still incomplete and uneven regionally, and the trend towards trade opening stopped, at least temporarily. All projections point towards a more slowly expansion of international trade in the coming years, with growth rates well below the long-term average of 6.0% for 1990-2008.

➢ The global crisis and the uneven recovery of world trade have further amplified the structural transformation in the global economy, with the biggest change involving the long-term shift in economic power from West to East and from North to South, i.e. from the developed countries towards a number of emerging and developing countries, particularly China and India.

➢ In the context of these changes, emerging and developing economies increased their contribution to global GDP and grew into the main sources of global growth. Their share in world trade has expanded significantly, and South-South trade and investment links have become a formidable new force in the global economy. Due to their remarkable export performances and growth in their foreign exchange revenues, emerging and developing countries are playing now a more important role in the international financial system. These economies have managed to accumulate huge amounts of foreign exchange reserves, to establish sovereign wealth funds, to raise capital from international capital markets, to attract substantial foreign direct investment and to invest also part of their financial assets abroad. As a result, these countries increasingly shape the global macroeconomic landscape and its prospects. They exert a major impact on competitiveness, influence global income, employment and commodity price developments. In short, they affect development prospects in the rest of the world.

➢ The changes unfolding in the global economy have altered global GDP rankings, reversed the centres of economic growth, affected the location of manufacturing, as well as the geographical orientation and patterns of international trade. The pace of these changes is unprecedented, and the implications are manifold for both production processes and traditional trade flows and social structures.

➢ In the field of international trade, these changes are reflected, among others, by:

- the emergence of developing countries as the ***main drivers of world trade growth*** (the growth of their exports is two times higher than that of advanced economies) and the increase of their share in world trade in goods (to 45% – the highest level since 1948);

- the dramatic expansion of ***South-South trade***, due largely to the growing importance of global production networks for trade in the developing regions; this indicates that South-South trade is to a large extent modelled by global value chains and the processing of intermediates to serve these chains;

- the ***increasing share of manufactured products*** in emerging and developing countries' trade as a result of the transfer of manufacturing capabilities from advanced countries to these countries and their transformation into producers of a wide range of more sophisticated and high-value added manufactured products;

- the growing relevance of emerging and developing countries as both ***export*** and ***import markets*** for developed countries;

- the pronounced ***intraregional nature*** of international trade flows (concentration in major geographical regions) under the impact of global production networks and the proliferation of preferential trade agreements.

➢ A large and growing percentage of international trade is not arm's length in nature, but occurs within the networks of firms belonging either to transnational corporations (TNCs), or associated with TNCs through contractual arrangements. The export orientation of emerging and developing economies coupled with the expansion of global production networks induced a major change in the structure of international trade, i.e., the rapid growth of trade in intermediate products (accounting for almost 60% of world trade in goods). The growth of trade in intermediate goods is an expression of the growing interpenetration of trade and investment flows (FDI) and the increasing role of the latter in world trade.

➢ At present, there are two major but contradictory trends at work in the global economy.

(1) On the one hand, economic globalization induced by global production networks continues steadily. This trend promotes global economic convergence and integration. The global value chains operated by TNCs have become the "backbone" of the global economy and also its "central nervous system" as on trade in intermediate goods carried out through these networks depend whole segments of national industries across the globe.

(2) On the other hand, the second trend – one of ***divergence*** – relates to the policy responses to the global crisis of 2008-2009. Associated with this trend is the ***pervasive danger of increasing protectionism*** and the consequent threat of disintegration. Such a development would have severe consequences for the global economy, especially for the most vulnerable and trade-dependent countries. Available data confirm the increasing number and incidence of restrictive trade measures introduced by governments worldwide – especially by G-20 – both during the crisis and thereafter. Moreover, there is a resurgence of protectionist rhetoric, including claims for import substitution policies, which are aggravating the already tensed trade relations at the regional and global level. The recent wave of trade restrictions is not anymore designed to address the temporary effects of the crisis, but represents rather attempts to stimulate economic recovery through long-term industrial policies.

➢ The large-scale government interventions in the commodity and capital markets alongside the amplification of trade tensions internationally, are adding to the current risks and uncertainties in the global economy, with the potential to slow down global growth and the expansion of international trade in the next decade. The process of market opening is in a deadlock, and the WTO member states are still unable to conclude the Doha Round, even though at the last WTO Ministerial Conference (in December, 15-17, 2011) they have committed to complete it successfully. The package deals agreed so far would provide the world economy with an economic incentive worth of hundreds of billions of dollars annually, guaranteeing free trade in the next decade. But even worse is that the Doha Round blockage prevents the WTO from improving the multilateral trade rules and their adjustment to the economic realities of the 21st century. This affects the credibility of the WTO and the multilateral trading system, encourages the proliferation of preferential trade agreements and, not least, it paves the way for unilateral, discretionary and discriminatory trade policy measures.

II. Main characteristics of the extra-community trade in goods during 2000-2011. Romania's position in these exchanges

This section presents the main trends and most significant shifts in the extra-community trade flows as well as Romania's positions in these exchanges, revealing the following aspects:

➢ During the last ten years, at global level, we have witnessed an unprecedented process: the gradual centre of gravity shift from developed economies towards the emerging ones, demonstrated by a steady increase of the latter's shares in global GDP, trade and investment flows. This process has intensified during the "deepest and most widespread recession in the post-war era". Until now it took contour several emerging economies with a strong impact on the world economy, out of which the most often brought to the forefront by

international experts are those of the BRIC countries (Brazil, Russia, India and China).

➢ The EU, as an entity, has adapted itself rapidly to the world economy trends and, as a result, to the traditional strategic partnerships of the EU (with the USA, Japan and Canada), there have been added those with: Russia, China, India, South Africa, Brazil, Mexico and South Korea.

➢ In the field of trade, the intra-community exchanges continue to hold much larger shares than the extra-community flows in the total EU trade. Nevertheless, the role played by the external markets for the EU trade is on the rise, as demonstrated by the increasing shares of both extra-community exports and imports in the total EU flows during 2000-2011 (from 32% to almost 36% and from approximately 37% to circa 39% respectively).

➢ The EU exports to the rest of the world are dominated by the group of manufactures (with a share of about 80% in the total trade at the level of 2011, albeit a descending trend in the last years). Three sections of the combined nomenclature (CN) cumulated in 2011 over half of the total extra-community exports: *Machinery and mechanical appliances, electrical equipment, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers and parts thereof, Vehicles, aircraft, vessels and associated transport equipment and Products of the chemical or allied industries.*

➢ On the import side, manufactures held in 2011 a share of about 56% in the imports originating outside the EU, the general trend of the last years being that of reduction of that percentage. The diminishing shares of manufactures in the total extra-community imports, accompanied by an increase of the primary products reflect the general direction of the international trade, namely that of growing significance of the primary products as the "resources race" intensifies. Two sections of the CN dominate the extra-community imports: *Mineral products* and *Machinery and mechanical appliances, electrical equipment, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers and parts thereof*, these cumulating at the level of 2011 more than a half of the total imports from outside the EU.

➢ In 2011, the EU has recorded surpluses at 14 CN sections out of 21. The deficits of the other 7 sections generated an overall trade deficit amounting to about EUR 160 billion. The most notable surpluses were recorded at the following sections: *Vehicles, aircraft, vessels and associated transport equipment* (EUR 134 billion), *Products of the chemical or allied industries* (EUR 87 billion) and *Machinery and mechanical appliances, electrical equipment, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers and parts thereof* (circa EUR 75 billion), while the highest deficits were registered at the sections: *Mineral products* (over EUR 400 billion), *Textiles and textile articles* (EUR 54 billion) and *Vegetable products* (EUR 23 billion). Excluding the section of *Mineral products*, at the level of the other 20 sections, as a whole, the EU recorded a remarkable surplus.

➢ The *main EU trade partners in the field of trade in goods* (taking into consideration both export and import flows) were in 2011: the USA (13,8%), closely followed by China (13,3%), Russian Federation (9,5%), Switzerland (6,6%), Norway (4,4%), Turkey (3,7%), which surpassed Japan (3,6%), then India (2,5%) and Brazil (2,3%), which outranked South Korea. Comparing these shares with those recorded in 2000, one can remark China's and Russia's sharp shares increase, Brazil's and India's modest shares growth, in parallel with the USA's and Japan's distinct shares diminishing. It should be underlined that, in the same year, *Russia surpassed the USA and became the second largest import source for the EU, albeit far behind China.*

➢ In 2011, the EU recorded *remarkable trade surpluses* in relation with the USA, Switzerland, Turkey, United Arab Emirates, Hong Kong-China, Australia, but also with Mexico, Egypt and other countries. The EU continued to register an insignificant trade surplus in relation with India and a moderate deficit with Brazil – in contrast with the high deficits of 2006-2008 –, while the notable deficits in relation with China and Russia persisted further. The EU-China deficit considerably diminished, while, by contrast, the EU-Russia deficit consistently increased. *The negative trade balances recorded by the EU in relation with China and Russia remained undeniably the highest among all the EU trade deficits*. These were much higher than the deficits with Norway, Japan and Kazakhstan. At the same time, one can notice the diminishing of the trade deficit in relation with South Korea.

➢ By groups of countries, BRIC's shares in the EU trade flows increased steadily, in 2011 both export and imports market shares of this group being higher than those of NAFTA and CIS, for instance.

➢ Regarding the EU trade structure in relation with its ten main trading partners, it should be underlined that these flows are dominated by manufactures, with the exception of imports from Russia, Norway and Brazil. The shares of manufactures in the EU exports to eight of its main trade partners – the USA, China, Russia, Turkey, Japan, India, Brazil and South Korea (all but Switzerland and Norway) – surpass the extra-community average. On the import side, except the imports from Russia, Norway and Brazil, in relation with the other seven main trade partners, manufactures hold higher shares in the extra-community imports than the average.

➢ At the level of NC sections, one can notice the high concentration of the trade flows around several sections: XVI *Machinery and mechanical appliances, electrical equipment, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers and parts thereof,* VI *Products of the chemical or allied industries,* XVII *Vehicles, aircraft, vessels and associated transport equipment*, XV *Base metals and articles of base metal* (at the level of EU imports from Russia and Norway), XI *Textiles and textile articles* (at the level of EU imports from China, Turkey and India), IV *Prepared foodstuffs, beverages, spirits and vinegar, tobacco* (with high shares in the EU imports from Brazil), V *Mineral products* (at imports from Russia, Norway, India and Brazil) and XIV *Natural of cultured*

pearls, precious or semi-precious stones (with high shares in the EU exports to India and moderate shares in the EU imports from India).

➢ The highest concentration degree is recorded at the level of EU imports from Russia (V *Mineral products*, almost 80% of the total EU imports from this country), Norway (the same section, with a share of over 65% in the total EU imports from Norway), Japan and China (*Machinery and mechanical appliances, electrical equipment, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers and parts thereof* circa 47% of the total). On the export side, the concentration degree is somewhat lower than at the level of imports. Nevertheless, one can remark, for instance, in the EU exports to the BRIC countries and South Korea the high shares of the section XVI *Machinery and mechanical appliances, electrical equipment, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers and parts thereof.*

➢ In spite of the gradual increase of the extra-community market shares in the EU trade flows, both groups of countries, EU-15 and NMS are still much more dependent on the Internal Market than on the non-EU markets as a whole. In 2011, the degree of dependence on the Internal Market was higher at export (almost 63% for the EU-15 and 77% in the case of NMS) than at import (60% and 70% respectively). Conversely, the degree of dependence on the external markets as a whole, though on a growing trend line, remains inferior to the degree of dependence on the Internal Market.

➢ The statistics data analysis reveals at the same time that, *at export*, Slovak Republic, Czech Republic, Luxembourg, Poland, Netherlands, Hungary, Portugal, Belgium, *Romania* and Slovenia among the EU-27 recorded in 2011 the highest degrees of dependence on the Internal Market – all of them with degrees of dependence surpassing 70%. *On the import side*, Luxembourg, Latvia, Austria, Czech Republic, Malta, Portugal, *Romania*, Slovak Republic and Denmark were, among the EU-27 countries, the most dependent on the Internal Market – with degrees of dependence larger than 70% –. Therefore, Romania counts among the EU countries with a high degree of dependence on the Internal Market. This degree diminished only by 1.1 percentage point at export but increased by more than seven percentage points during 2000-2011.

➢ According to our calculations, based on the Eurostat data, the NMS shares in the total extra-community trade flows remain at low levels. In 2011, the cumulative contribution of this group at the extra-EU exports was of only 7.9%, while its participation at the extra-EU imports represented 9.5% of the total. In spite of the modest shares of these countries in the EU trade with the rest of the world, their "contribution" to the EU trade deficit in the same year was remarkable: EUR 40 billion, as compared to the total EU deficit amounting to EUR 160 billion (one quarter).

➢ The NMS shares in the total EU exports to the USA, Japan, South Korea, India, Brazil and China continue to be lower than the NMS average in relation with the non-EU countries, while the NMS participate more actively at

the exports to Russia (21.6% of the total in 2011), Turkey (14.6% in 2011) and Norway (10.8% in 2011). On the import side, the NMS participation at the extra-EU imports surpasses slowly the NMS extra-community average in relation with countries such as: South Korea (almost 27% in 2011), Russia (26%), Turkey (13.7%) and China (10.4% in the same year).

➢ At the level of Romania's extra-EU trade, in 2011, Turkey, Russia and Ukraine were the most significant export destinations, while China, Kazakhstan and Russia were the most noteworthy import sources for our country.

➢ Shares of countries like BRIC, USA, Switzerland and Japan in Romania's trade flows are much lower than their market shares at the EU level. By contrast, shares of Turkey, Ukraine and Serbia (on the side of both exports and imports) and Kazakhstan (at import) are much higher than the EU averages in relation with these countries.

➢ In 2011, Romanian exports and imports to/from extra-community countries continued to record high growth rates (of 24.9% and 16.2% respectively). The export value amounted to EUR 13 billion and the import value to almost EUR 15 billion, which generated a trade deficit of circa EUR 2 billion (decrease of 20.3% as compared to the level of 2010). Taking into account both trade flows (export plus import), Turkey, Russia and China, in this order, remained in 2011 the main trade partners of our country. The highest trade deficits were recorded in relation with Kazakhstan (increase to the level of EUR 2.15 billion), China and Russia (slight decline to circa EUR 2 billion and EUR 1 billion respectively).

➢ Romania continues to keep competitive advantages such as human resources costs and qualifications, and its membership to the EU amplifies its economic and trade opportunities. Nevertheless, most of the Romanian companies lack the financial strength and entered a "disproportionate" competition with strong companies not only on the Internal Market, but outside the EU as well.

III. EU trade policy and its impact on the Romanian foreign trade

Our analysis is focused on the actual trends and directions of the EU common trade policy, meant to boost EU's role and position at the level of international trade and, at the same time, to improve the access of the export products of the EU member states on external markets.

In this respect, the main objectives of the EU trade policy, directly tied to supporting the European interest on markets as open as possible, are promoted at present at multilateral, regional, bilateral and unilateral level, as follows:

➢ Two main tasks of the European Economic Community were the common market development (later the Single Market or the Internal Market) and the creation of the customs union between the member states. The Internal Market signifies the free movement of goods, services, persons and capital inside

the EU, while the customs union supposes the introduction of a common customs tariff (common customs duties on imports from outside the EU), common rules of origin for products from non-EU countries and a common definition of customs value. At present, about 80% of all merchandises circulating in the EU enter the sphere of action of the EU harmonized legislation.

➢ The customs union preceded the Internal Market and from the customs union derived the common trade policy, as a Union's seed, as the member states gave up their sovereignty attributes in favour of a supranational organism, namely the European Commission.

➢ The trade policy is a negotiation process based on the principle of "give and take". In other words, it is a "counterparty" policy, which generates two-way sectoral market openings, consisting in lowering tariff and non-tariff barriers for specific merchandise groups.

➢ EU trade policy is based on two categories of legislation:

a. primary legislation includes treaties and other agreements with a similar statute, which enables the EU to adopt and implement the common trade policy, covering all the aspects related to trade in goods, services and trade related aspects of intellectual property rights;

b. secondary legislation includes: *regulations* with general application, which are compulsory and direct applicable for the EU member states; *directives*, which outline objectives and require the member states to take domestic legislative action, in order to implement these objectives; *decisions*, which apply only to entities to whom they are addressed; and, with a limited power, *recommendations and opinions*, based on treaties, which are not binding.

➢ EU trade policy objectives, directly linked to supporting the European interests on open markets, by means of gradual elimination or lowering tariff and non-tariff barriers and setting up an understandable and transparent regulation framework, are promoted at multilateral, regional, bilateral and unilateral level.

- At **multilateral** level, the general framework for trade liberalization options is delineated by the World Trade Organization (WTO);
- The **regional** framework is made up of agreements, including tariff preferences or special relationships with different countries, such as Mediterranean neighbours;
- The **bilateral** level incorporates beside trade expansion the transparency criteria (the so-called "WTO+");
- The unilateral measures derive from development objectives or political stability goals, in accordance with the EU political priorities (for instance, in this category can be included the Stabilisation and Association Agreements with Western Balkan countries and recently the European Neighbourhood Policy – ENP and "ENP+"). In this category can be also included the EU strategic partnerships with ten countries: the USA, Canada, Japan, Russia,

China, India, South Africa, Brazil, Mexico and South Korea.

➢ On the Single Market, the trade policy covers a large spectrum of interests, aiming at improving the framework of free movement of goods and services. The regulating measures address a large array of issues such as: indirect taxation, mutual recognition, harmonization of rules governing trade practices, flight traffic and rail traffic control, elimination of double taxation, public procurement, European patents, protection of intellectual property rights, corporate governance.

➢ The actual driver of the common trade policy is represented by concerns related to protection and development of small and medium sized enterprises (SMEs) (producing goods and supplying services), as well as the spur of their innovation and competitiveness.

➢ The Treaty on the Functioning of the European Union prohibits any restrictions on the setting-up of agencies, branches and subsidiaries in the territory of any member state. This freedom is extended to companies and firms outside the EU, already established in a member state, provided that they have their registered office, central administration or principal business place within the Union.

➢ Trade policy of the EU and other countries as well will be more and more centred in the future on the objective of removing the non-tariff barriers to trade. In the context of customs duties abolition for many products, the potential of trade liberalisation through tariffs is almost exhausted. At the level of expert circles it is considered that trade policies effects were more direct as the tariff barriers were removed by the technocrats. Nowadays, building a more solid and open trading system in accordance with the requirements of the 21st century represents not only a technical challenge, but especially a political one.

➢ In 2006, the European Commission started to reshape its trade policy priorities. This initiative accompanies the efforts of EU economy adapting to the requirements accompanying the globalization process. That is the main reason why the new EU trade strategy is entitled "Global Europe – Competing in the World". It aims at increasing the trade policy contribution at the economic growth and jobs creation, leading to an increased trade liberalisation and complementing other objectives related to the common foreign and security policy, especially those related to the good neighbourhood.

➢ Although in the framework of new initiatives of EU trade policy the declared priority is that of fulfilling the commitments assumed towards WTO and the multilateral trading system, a much stronger accent is set on bilateralism/ regionalism, as the results of the Doha Round of negotiations turned out to be disappointing. The European Commission has started a real "offensive" in order to conclude bilateral and regional trade agreements with key partners (especially from Asia, but from other parts of the world as well). These have as basis the WTO multilateral rules and disciplines but they incorporate more difficult issues, which have not yet been dealt with by the WTO. By means of

such new bilateral or regional trade agreements, the EU intends to obtain more concessions it would otherwise have gained at global level, respectively: more substantial tariff reductions, tackling the issue of non-tariff barriers and of other issues which remain outside the multilateral framework.

➢ At present, there is a real risk that the protectionist pressures might seize up trade and hinder it to play its catalyst role at the level of world economy. The difficult economic climate creates the preconditions for pressures on governments in the direction of protectionist measures. This generates and might further give rise to initiatives such as: tariff and non-tariff measures, proliferation of unfair export subsidies and introduction of mandatory local content target in stimulus packages. At this moment it is difficult to estimate the real impact of such measures on the economy, as there is a lag between the implementation of such measures and their real impact.

➢ Six years after Romania became member state of the European Union, the degree of turning to good account the advantages offered by the free trade agreements remains at low levels. That is the main reason why there are necessary national systems of trade promotion and support in the case of exports to countries which entered into such agreements.

IV. General directions of the Romanian foreign trade during 2000-2011. Assessment of the Romanian export competitiveness. The role of FDI in promoting exports

Romania's accession to the EU in 2007 led to an increasing concentration of export and import on this relation, the share exceeding 70% of the total. All along the period after 1990, but especially after the accession, Romania's trade balance of the commercial exchanges with the EU presented a chronic trade deficit. An analysis of the apparent (or revealed) comparative advantage shows that Romania is less competitive in traditional industries and underperforming in industries based on high technology. The relation with the European Union reflects exactly this situation, registering comparative advantages or comparative disadvantages similar to those recorded on the global relation.

The analysis resulted in the following conclusions:

➢ Romania concentrated its foreign trade after the accession to the EU considering the membership to the Community single market, the share of EU countries in our country's exports and imports increasing slightly, at the expense of third countries.

➢ The coefficient of elasticity of exports is in most cases lower than the coefficient of elasticity of imports, which is the reason why we can say that although exports and imports increase when a larger quantity of goods is produced in Romania's economy, there are still shortcomings regarding the ability of the Romanian economy to export these goods.

➢ The result obtained, that of an elasticity coefficient greater for imports than for exports, is nothing else but a direct consequence of the fact that imports have, in fact, a higher growth rate than exports, and dividing by the GDP growth rate the result is a greater value. It is the case of the entire period analyzed for Romania, except for the years 1997, 1999, 2002, respectively, from 2008 to 2010, when the coefficient of elasticity of imports was higher than the coefficient of elasticity of exports, though less than unitary in 1997, 1999 and 2009.

➢ The result higher than one obtained annually (except for the years 1997, 1999 and 2009) demonstrates at least for one of the components of the external trade (if not for both) the fact that, overall, the Romanian foreign trade reacts rather significantly to a change of the GDP by 1%. Negative results indicate developments in reverse, i.e. with an increase in GDP, Romanian exports declined, which is a warning situation. This phenomenon occurred only in 1996 and 2009 across the period under analysis, which can be a good sign. The high value of the coefficients in 2010-2011, quite contradictory at first glance, is also explained on the basis of high levels of exports and / or especially imports and of their dynamics, while GDP had a positive growth rate from 2009, when the growth rate was negative, amid the international financial and economic crisis.

➢ The absorption capacity of the domestic market for imported goods is relatively high, compared to the changes in the GDP that represents actually the national income, the source for covering imports, which reflects a large share of the shadow economy in the Romanian economy.

➢ The coverage rate of exports by imports, calculated as the ratio of FOB exports value (in EUR) and CIF imports value (in EUR), is less than 100% in the entire period from 1990 to 2011, a result which means that, by its export activity, Romania does not compensate for imports, a situation reflected also by the trade deficit shown in the balance of trade. It hence means that there is no improvement in the global relation between exports and imports, or, if any, they are too insignificant to generate an upward trend. At the same time, the fact that the coverage rate of the global relation is less than one leads to the conclusion that Romania's economy has a higher level of imports for a given volume of exports, the situation being due to the Romanian economy's high degree of dependence on imports. Thus, the export potential of the economy is quite limited and, even with an increase in GDP, the trade deficit will not be reduced, Romania continuing to remain highly dependent on imports.

➢ The relative improvement in the coverage rate on the Romania's relations with the EU, especially after the accession (2007), represents a positive factor, although we cannot yet derive conclusions, based on this indicator, on the quality of exports or its impact on the economy, even though some economists include this indicator in the calculation of the efficiency of foreign trade. Studies show that in countries where this indicator is higher than one, the trade is efficient, and likely to have a positive impact on their economic growth and development.

➢ Given the low comparative advantage and the low competitiveness of

domestic products on the markets of developed countries such as the EU market, an urgent and strategic reorientation of our exports is required – incidentally maximizing the potential provided by the free trade agreements concluded by the European Union – towards countries in Africa and the Middle East and towards countries in Latin America, to which our orientation was previously not very relevant.

➢ An analysis of apparent comparative advantage shows that Romania is less competitive in traditional sectors and underperforming in the industries based on high technology. The relations with the European Union reflect exactly this situation, registering comparative advantages or comparative disadvantages similar to those recorded on the global relation. Of course, discrepancies in the values obtained are noticed with regard to the share of exports to, or imports from the EU, for each group of products, in the total of exports and imports. The serious problem is that, in recent years, our comparative advantage in relation to the EU decreased continuously on almost all groups of products except group XII (footwear), so that in 2011 we have comparative advantage in our commercial relations with the EU for only 5 groups, namely - in addition to the exception already stated - group II (vegetable products), group V (mineral products), XI (textiles and textile articles) and XX (furniture), and their values, besides decreasing, are already less than one.

➢ Calculating the Michaely indicator on the relation with the EU, it can be noted that, unlike in the case of our global trade, Romania registered permanent surplus in group XIII (Articles of stone, plaster, cement, ceramic, glass and related materials) and respectively, in the last 6 years, in group V (mineral products). The results of groups V and XIII show that the overall deficit recorded in these cases is not due to the trades with the European Union, to which we export more than we import from, with respect to these categories of products, but it is due to the trade relations with other countries, such as, for example, Russia for group V (because the Romanian foreign trade in relation to the Middle East - another big supplier of these products to our country - registers surplus). Regarding the remaining groups, the situation is quite similar to the global relation, which is only natural given the share of the external trade with the EU in Romania's total trade.

➢ It should be pointed out that there is a significant decrease in group XV (metals) in the most recent years analyzed, which proves it is imperative to restructure this field1; and that the surpluses recorded in group XI (textiles and textile articles) are almost equal to the ones in the global relationship, a fact that indicates that the lohn activity in the field of textiles is carried out mainly with the EU countries, which is not at all a positive aspect, if we consider the Asian competition.

➢ As for the products belonging to the technology intensive group, it turns

[1] In this field, a significant part in the recovery process that followed was played by the privatization of Sidex Galati.

out that there is more export for the goods that require intensive use of labour force, such as parts and components for cars. Imports regarding the technology intensive group are, on the one hand, the final use goods which have no impact on Romanian production and exports, and, on the other hand, machines and equipment that are used in less technology intensive sectors such as textiles, metal, plastic or wood sectors. This explains the lack of comparative advantage in this group, the imports of rather expensive machinery and equipment representing the cause of the large trade deficit recorded by this group.

➢ It should be noted that where Romania has achieved comparative advantage, the Grubel-Lloyd indicator shows that exports did not exceed imports except one group, namely group XVI, in the global relations. At the same time, where no comparative advantage was registered, imports were, nevertheless, covered by exports; which is a positive aspect (see, for example, group XVI again, in relations with the EU). This conclusion can be regarded as one of a major interest in what the long-term perspectives of our foreign trade are regarded, since the fact that we have not registered and still do not register comparative advantages with some groups could also mean that there are no chances for us to redress situation in this regard. But when we analyzed the Grubel-Lloyd indicator and made connections with the values obtained for the comparative advantage, we reached a more optimistic conclusion, namely, that there are groups with no comparative advantage or registering even negative values for it (and sometimes decreasing), which, despite that, register relatively rising values of the intra-industry indicator, thus covering imports through exports.

➢ The highlighting of these findings is important, given the fact that these groups of products are technology intensive and exporting these products could be a solution for recovery. Recovery can be achieved provided that we can be less dependent on imports for exporting technology-intensive products. A factor even more optimistic is that we began to replace, albeit to a small extent, the assembling of technology intensive products, in the country, using foreign parts and components, by assembling domestically produced parts and components, a fact that was obvious when detailing group XVI, where it could be depicted that we export some parts and components, a reason why we will have to focus on developing country production stages in order to obtain a high value added. The most cogent example is the Romanian automobile industry, where, after Dacia Pitești was purchased by Renault in 1999, more than 10 renowned foreign suppliers (investors) of parts and components entered the country, which contributed to a vertical integration of the industry.

➢ In terms of the efficiency in Romanian foreign trade, Romania seems to be competitive mainly in sectors that use cheaper labour force, trade being oriented mainly to the European Union member states. If we were to make theoretical considerations, this type of commerce is a HOS type trade, i.e. Romania exports intensive products of the abundant factor that is available.

➢ Prospects are not very optimistic if we refer to the difference in wages that result in an increasingly large migration of the population to more developed

countries of the European Union, which makes very likely that comparative advantages shall disappear, on the one hand, because labour force, as any other resource, is exhaustible, and on the other hand, due to low birth rates. This will have as a direct consequence, a loss of Romania's comparative advantage in labour intensive products, and thus, a loss of the competitiveness assured by a low cost of labour force.

➢ To overcome the crisis, we need a shift from the growth based on cheap labour force to a growth based on complex products that are based on science and technology.2 Growth theories consider as important sources of economic growth, the following: research and development, investment in education and professional training. These factors can implicitly support a trade in technology-intensive products, promoted also by the European Union, in its strategic objective stipulated even by the provisions of the Lisbon Agenda and at present in the Strategy Europe 2020. If we consider the statistics, the share of less than 1% from GDP for the R & D expenditure is far too small to produce effects in technology-intensive exports. In addition, branches with a significant contribution in industrial production and export record a minor research activity (e.g.: textiles, clothing, leather and footwear).

➢ Romania's economic opening therefore relies on quantitative rather than qualitative factors, with prevailing comparative advantages in the labour-intensive sectors, which have a lower contribution to the gross value added.

➢ The future of Romanian foreign trade depends on our country's ability to exploit its strengths, especially with regard to human resources, natural resources, traditional products and cultural specificity, combined with better coordination between companies, business associations and private organizations and the public sector, as the only way to make good use of opportunities, to overcome weaknesses and threats and respectively, to capitalise increasingly on the benefits arising from Romania's status as a EU member state.

V. Benchmarking best practices in export support and promotion. Role played by national and international organizations

➢ Export development became over the last years a complex profession which implies knowledge of foreign trade, commercial policy, branding, export competitiveness assessment and management of national, regional or sectoral export strategies.

➢ Beside human resources competencies and abilities, essential is the institutional capacity to transform best practices and knowledge into specialised quality services able to respond to the needs of exporters.

[2] The most conclusive example of this is that of Asian countries, which between 1980 and 1992 saw a sharp decline in the share of labour intensive products and an increase in the share of technology-intensive products.

- In export development an essential role is also attached to the national promotion organizations which in some countries are named Trade Promotional Organization in others Export Promotion Agencies or Organizations and in others Trade & Invest Promotion organizations, indicating, in the last case, an extension of the activities towards investment promotion as well. The problem of the efficiency of those institutions was always a subject of debates and evaluation both at national but also international level.

- EU exporters are benefiting for at least two different ways of support. One is related to instruments generated by European Commission internationalization program. The second way is related to improved market access on international non-EU markets – the Strategy „Global Europe", part of EU trade policy.

- Big exporting countries have created and are benefiting from strong, integrated and collaborative institutions for export development as well as an integrated system of services and instruments in order to support internationalization and exports.

- In the last years Romania moved back from the best practices in export development through massive reduction of personnel in the Romanian Trade & Invest Promotion Centre (RTIPC) and Ministry of Economy, Trade and Business Environment, key players in export development. In addition to this, training of personnel was lacking and was not a government priority. RTIPC management was changed frequently, in short periods of time, contributing further to its weak institutional capacity.

- Increased institutional capacity, both at the level of public sector organization and business associations, in order to better serve the exporters is essential for the success of „Made in Romania".

VI. Challenges and perspectives of the Romanian exports

Challenges in front of exporters may be grouped, based on the origin of these challenges, as follows:

- Challenges inside the country: diversification of production and export supply in order to be able to meet export requirements, better productivity and quality, technological changes, human resource development, more competencies in international marketing, better managerial skills. The export delivery network for company business development needs therefore more skills and knowledge in order to assist companies to cope with these challenges.

- Operational challenges: related to the transaction costs, quality of the business environment, trade facilitation and fluidity, access to Internet;

- Challenges outside the country: knowledge about markets, market opportunities, external demand assessment, matching demand and supply.

The export delivery network should assist companies to meet all the external challenges in order to get best access to the international markets, by identifying the trade opportunities, offering support for market access and brand promotion.

➢ Development challenges: contribution of exports to the regional development and poverty reduction, to socio-economic development, sustainable regional development, job creation.

During the elaboration of two national export strategies (2005-2009 and the present one), one can emphasize two main **types of challenges and constraints**:

a) Constraints related to institutional capacity to conduct sector analyses, incapacity to collect data and to form sector group experts;

b) Sector constraints related to the export supply capacity to meet market requirements.

➢ During the elaboration of the national export strategies, many challenges have been emphasized at the level of exporting sectors. Most important one refers to inconsistent and ineffective value chains which affected competitive advantages and led to a structural rigidity of the export supply.

➢ An important challenge for the export supply is the way it can benefit from the yet unexplored potential of renewable energies.

➢ Promotion of investment in the export industries is also an important challenge, enabling further vertical specialization, higher technological intensity and value addition through technological transfer.

➢ Export development cannot be made by accident and requires management of a national strategy elaborated and implemented based on a private-public partnership. Without such an understanding both public sector and the private one will miss necessary means and ways to overcome ever growing challenges in export development.

VII. Ways towards sustainable export development. Role of the National Export Strategy

The main conclusions of this section are the following:

➢ Weaknesses of the Romanian exports are related to the structural rigidity of the export supply unable to cope with market requirements or based to low technological intensity and low value added. Exports are highly depending on value chains mastered by producers from countries in the first rank of the hierarchy of the exporting countries. Romanian exporters are in many cases subcontractors managing production functions but not the marketing one. Therefore many exporters have reduced managerial skills to compete on other sources of the competitive advantage than cheep labour force and are not developing powerful brands to be recognised at such by the consumers.

➢ Taking into consideration actual export performances and the international challenges in the international trade we consider that the best strategic option should be the one able to ensure a competitive, diversified and sustainable export, based on value addition and higher specialization in the international trade.

➢ Based on this strategic option, the National Export Strategy (NES) 2012-2016 is targeting strategic objectives as follows:

- Increased share of the export in GDP, up to 50%;
- A diversified export portfolio, both as product structure and geographical orientation;
- A dynamic equilibrium between exports and imports and a more balanced trade, both in goods and services as well;
- Steady increase of the value addition of the exports.
- Integrated management of NES and increased institutional capacity in export development at national and regional levels;
- Modernisation of external and internal support services;
- Increased amount of resources for support instruments and services for the exporters and increased efficiency of the services and instruments;
- Concentration of the support services towards innovative exporters or exporting clusters.

➢ The above mentioned objectives can be materialised by means of 4 strategic perspectives (regional, sectoral, exporting client and institutional), which generates an important number of export development initiatives, specific to each perspective, should be adopted.

➢ Romania should focus in the future on both traditional export sectors and emerging ones triggered by the new international and European tendencies, like IT&C, renewable energies, bio products etc. Romanian managers and private businesses should be advised and stimulated to look into these new opportunities.

➢ Increased capacity at the level of business associations should be also tackled in order to enable them to represent and promote individual exporters.

➢ Creating linkages between companies and strong clusters is a chance which should be turned into good account. Networking and collaboration on the value chain in order to produce innovative products are also important initiatives to be followed.

- SINTEZĂ -

Studiul își propune în prima sa parte, să analizeze tendințele ce se manifestă pe planul comerțului internațional și al schimburilor extracomunitare, dar și noile orientări ale politicii comerciale externe a UE. În a doua parte sunt aduse în prim-plan tendințele înregistrate în comerțul exterior al României, competitivitatea exporturilor românești, precum și căile de dezvoltare sustenabilă a acesteia. Această problematică este examinată și prezentată în **șapte secțiuni**:

1. Evoluții, tendințe și mutații structurale în comerțul internațional cu bunuri;
2. Trăsături dominante ale schimburilor comerciale extracomunitare în 2000-2011. Locul României în aceste schimburi;
3. Politica comercială comunitară și impactul acesteia asupra comerțului exterior al României;
4. Tendințe înregistrate în comerțul exterior al României în 2000-2011. Evaluarea competitivității exporturilor românești. Rolul ISD în promovarea exporturilor;
5. Analiza comparativă a celor mai bune practici de susținere și promovare a exportului. Rolul instituțiilor naționale și internaționale;
6. Provocări și perspective ale exportului românesc;
7. Căi de dezvoltare sustenabilă a exportului. Rolul Strategiei Naționale de Export.

I. Evoluții, tendințe și mutații structurale în comerțul internațional cu bunuri

Analiza relevă legătura directă dintre evoluția economiei mondiale și cea a comerțului internațional, respectiv modul în care criza financiară și economică mondială din 2008-2009 a influențat negativ dinamica schimburilor comerciale, provocând mutații structurale importante prin deplasarea centrului de greutate dinspre țările dezvoltate înspre țările emergente și în dezvoltare.

În planul ***comerțului internațional*** aceste modificări se reflectă în:

- impunerea țărilor în dezvoltare/emergente ca ***principala forță motrice a creșterii comerțului internațional*** (ritmul de creștere a exporturilor lor fiind de două ori mai mare decât cel al economiilor avansate) și majorarea ponderii lor în comerțul mondial cu bunuri (la 45% – cel mai înalt nivel din 1948);

- creșterea spectaculoasă a comerțului ***Sud-Sud***, datorită importanței crescânde a sistemului producției globale pentru relațiile comerciale din regiunile în dezvoltare;
- creșterea ponderii produselor prelucrate în comerțul țărilor în dezvoltare/ emergente ca urmare a ***transferului capacităților de producție din sfera industriei*** dinspre țările avansate înspre aceste țări și transformarea lor în producători de o gamă largă de produse prelucrate, tot mai sofisticate și cu conținut ridicat de valoare adăugată;
- sporirea relevanței țărilor în dezvoltare/emergente ca ***piețe de export*** pentru țările dezvoltate și, totodată, ca ***surse de import***;
- accentuarea ***caracterului intraregional*** al fluxurilor comerciale internaționale (concentrarea în marile regiuni geografice) sub impactul rețelelor producției globale și al proliferării acordurilor comerciale preferențiale.

II. Trăsături dominante ale schimburilor comerciale extracomunitare în 2000-2011. Locul României în aceste schimburi

Această secțiune prezintă principalele tendințe și mutații pe planul schimburilor extracomunitare, precum și locul României în aceste schimburi, evidențiind următoarele aspecte:

- rolul jucat de piețele extracomunitare în comerțul UE este în creștere, ponderile exporturilor și importurilor extracomunitare în totalul fluxurilor corespunzătoare ale UE majorându-se pe parcursul perioadei 2000-2011 (de la 32% la aproape 36% și, respectiv, de la circa 37% la aproape 39%);

- exporturile extra-UE sunt dominate de grupa de produse prelucrate (cu o pondere de circa 80% în total în 2011), dar cota acesteia înscriindu-se pe o pantă descendentă în ultimii ani;

- în cadrul importurilor extra-UE, produsele prelucrate au avut o pondere de circa 56% din importurile extracomunitare ale UE în 2011, tendința generală a ultimilor ani fiind aceea de diminuare a acestui procentaj. Declinul ponderii produselor prelucrate în totalul importurilor extracomunitare, însoțit de o creștere a cotei grupei de produse de bază se înscriu în tendința generală remarcată în planul comerțului internațional, de sporire a importanței produselor de bază, pe fondul intensificării „goanei după resurse";

- în 2011, UE a înregistrat solduri pozitive ale balanțelor comerciale pentru 14 grupe de produse și solduri negative pentru 7 grupe ale nomenclatorului combinat, ceea ce a generat, pe ansamblul schimburilor comerciale, un deficit în valoare de circa 160 miliarde euro;

- în 2011, UE a înregistrat *excedente notabile* în comerțul cu: SUA, Elveția, Turcia, Emiratele Arabe Unite, Hong Kong-China, Australia, Mexic și Egipt. *Soldurile negative ale balanțelor comerciale în relație cu China și Rusia au rămas cele mai ridicate în planul schimburilor UE cu partenerii săi extracomunitari,* urmate de cele înregistrate în relație cu: Norvegia, Japonia, Coreea de Sud și Kazakhstan;

- la nivel extracomunitar, în 2011, *în rândul destinațiilor principale ale exporturilor României*, Turcia a ocupat locul 1, Rusia al doilea, Ucraina al treilea, în timp ce *la import*, China a reprezentat principala sursă a importurilor românești din afara UE, Kazakhstan a doua, iar Rusia a treia;

- în 2011, atât valoarea exporturilor, cât și cea a importurilor României din țări extracomunitare au continuat să crească în ritmuri susținute (de 24,9% și, respectiv, 16,2%). Valoarea exporturilor extracomunitare a fost de 13 miliarde euro, iar cea a importurilor corespunzătoare de aproape 15 miliarde euro, majorarea exporturilor într-un ritm mai accelerat decât importurile determinând scăderea deficitului balanței comerciale a României cu țările din afara UE în 2011 până la nivelul de aproximativ 2 miliarde euro (diminuare cu 20,3% comparativ cu 2010). Ținând cont de ambele fluxuri comerciale, export plus import, Turcia, Rusia și China, în această ordine, au rămas în 2011 principalii parteneri comerciali ai României din afara UE. Cele mai ridicate deficite comerciale au fost înregistrate de România în relație cu Kazakhstan și China (puțin peste 2 miliarde euro) și Rusia (aproximativ 1 miliard euro).

III. Politica comercială comunitară și impactul acesteia asupra comerțului exterior al României

Analiza se axează pe tendințele și orientările actuale ale politicii comerciale comune, menite să crească rolul și poziția UE în comerțul internațional, dar și să îmbunătățească cadrul de libertate a exporturilor țărilor membre pe piețe terțe.

În acest sens, obiectivele politicii comerciale a UE, legate direct de susținerea intereselor europene pe piețe cât mai deschise, sunt în prezent promovate la nivel multilateral, regional, bilateral și unilateral, după cum urmează:

- la nivel multilateral, cadrul de bază al opțiunilor politicii de liberalizare este reprezentat de OMC;
- nivelul regional cuprinde acordurile de forma preferințelor tarifare cu țările în dezvoltare sau cu țările mediteraneene, care cuprind și elemente de vecinătate;
- nivelul bilateral include, pe lângă expansiunea comerțului, și criteriile de transparență a reglementărilor (așa numitul „OMC+”);
- măsurile cu caracter unilateral sunt derivate din interese de dezvoltare sau stabilitate politică în consonanță cu prioritățile politice ale Uniunii (aici pot

fi incluse și Acordurile de stabilitate și asociere ale UE cu statele din Balcanii de Vest) și, mai nou, Politica de vecinătate. În ultimii ani, în plan unilateral, UE a dezvoltat Parteneriate strategice cu țări precum: India, Republica Africa de Sud, Brazilia, Mexic și Coreea de Sud, care au completat lista parteneriatelor deja existente cu SUA, Canada, Japonia, Rusia și China;

- politica comercială a UE, dar și a altor țări, este și tinde să fie focalizată în viitor tot mai mult pe obiectivul eliminării barierelor netarifare în calea comerțului. În prezent, în cercurile de specialiști se apreciază că efectele politicilor comerciale erau mult mai directe atunci când taxele vamale au fost suprimate de tehnocrații din domeniu. În schimb, astăzi, construirea unui sistem comercial mai solid și mai deschis, care să răspundă cerințelor secolului al XXI-lea, reprezintă nu numai o provocare tehnică, ci mai ales o provocare politică;

- în 2006, Comisia Europeană a adoptat o nouă abordare în ceea ce privește prioritățile politicii comerciale. Reconsiderarea acesteia s-a înscris în eforturile de adaptare a economiei UE la cerințele globalizării crescânde a economiei mondiale, motiv pentru care noua strategie a UE în domeniul comerțului este intitulată: „Europa globală – concurând în lume". Strategia menționată urmărea să amplifice contribuția politicii comerciale la creșterea economică, să contribuie la liberalizarea crescândă a comerțului internațional și să fie complementară cu alte obiective de politică externă ale politicii comerciale, în special legate de buna vecinătate;

- Comisia Europeană a pus în aplicare o adevărată „ofensivă" pentru încheierea de acorduri bilaterale și regionale de comerț liber cu parteneri cheie ai UE (îndeosebi din Asia, dar și din alte zone ale lumii), care se fundamentează pe regulile și disciplinele multilaterale ale OMC;

- în ceea ce privește România, analiza noastră relevă că impactul politicii comerciale a UE, după șase ani de la aderare este nesemnificativ, gradul de valorificare a acordurilor comunitare de liber schimb fiind scăzut, simțindu-se nevoia dezvoltării unor sisteme naționale de promovare și susținere a exporturilor către țările cu care UE a încheiat aceste acorduri.

Tendințe înregistrate în comerțul exterior al României în 2000-2011. Evaluarea competitivității exporturilor românești. Rolul ISD în promovarea exporturilor Aderarea României la UE în 2007 a determinat o accentuare a concentrării exportului și importului pe această relație, ponderile depășind 70% din total. Această tendință a demarat după 1990 și s-a intensificat după începerea negocierilor propriu-zise (februarie 2000). În toată perioada de după 1990, dar în special după aderare, balanța comercială a României în schimburile cu UE a fost cronic deficitară. Dinamica comerțului exterior reflectă faptul că România se situează printre țările care înregistrează, de regulă, o dinamică a exporturilor inferioară dinamicii înregistrate de importuri.

a. Analiza avantajului comparativ aparent (sau relevat) arată că România este slab competitivă în ramurile tradiționale și neperformantă în industriile bazate pe înalta tehnologie. Relația cu Uniunea Europeană reflectă întocmai

această situație, înregistrându-se avantaje comparative sau dezavantaje comparative similare cu cele înregistrate pe relația globală. În ultimii ani, avantajul comparativ al României în relația cu UE s-a redus încontinuu la aproape toate grupele de produse cu excepția grupei XII (Încălțăminte), astfel încât, la nivelul anului 2011, România mai înregistra un avantaj comparativ în raporturile sale comerciale cu UE doar la 5 grupe, mai exact – pe lângă excepția deja precizată – la grupele II (Produse vegetale), V (Produse minerale), XI (Materiale textile și articole din acestea) și XX (Mobilă), iar valorile acestora, în afară de faptul că sunt în descreștere, sunt deja și subunitare.

➢ Investigația noastră relevă o scădere considerabilă la grupa XV (metale) în ultimii ani analizați, dovedind că este imperios necesară restructurarea în domeniu[3] și că excedentele înregistrate la grupa XI sunt aproape egale cu cele pe relația globală, fapt care sugerează că activitatea de lohn din domeniul textilelor se desfășoară preponderent cu statele UE, ceea ce nu este de loc un fapt pozitiv, dacă se are în vedere concurența asiatică.

➢ Dintre produsele aparținând grupei intensive în tehnologie se constată că se exportă mai mult produse care presupun utilizarea intensivă a forței de muncă, precum părți și subansambluri pentru mașini. Importurile grupei intensive în tehnologie sunt, pe de o parte, bunuri de folosință finală care nu au vreun impact pentru producția și exporturile românești, iar pe de altă parte, mașini și echipamente care sunt folosite în sectoare puțin intensive în tehnologie, cum este sectorul textilelor, metalelor, maselor plastice sau al lemnului.

➢ Din punctul de vedere al eficienței comerțului exterior românesc, România pare a fi competitivă, în principal, în sectoare care folosesc forța de muncă mai ieftină, schimburile comerciale fiind orientate preponderent către statele membre ale Uniunii Europene.

➢ Perspectivele nu sunt prea optimiste, dacă ne referim la diferența de salarii care determină o migrare din ce în ce mai mare a populației spre țările mai dezvoltate ale Uniunii Europene. Aceasta va avea drept consecință directă pierderea de către România a avantajului comparativ în produsele intensive în muncă, și astfel, a competitivității datorate costului scăzut al forței de muncă.

➢ Pentru ieșirea din criză, ***este nevoie de o trecere de la o creștere bazată pe forță de muncă ieftină, la o creștere bazată pe produse complexe și, totodată, axată pe știință și tehnologie***.

➢ Viitorul comerțului exterior românesc depinde de capacitatea României de a-și exploata ***punctele forte, mai ales la nivelul resurselor umane, resurselor naturale, produselor tradiționale și specificului cultural, coroborate cu o mai bună coordonare între companii, asociații de afaceri și organizații private***

[3] În acest domeniu, un rol important în redresarea ulterioară l-a avut privatizarea Combinatului Sidex Galați.

și sectorul public, acesta fiind singurul mod viabil în care se pot exploata oportunitățile, depăși slăbiciunile și amenințările și capitaliza avantajele ce decurg din statutul României de membru al Uniunii Europene.

IV. Analiza comparativă a celor mai bune practici de susținere și promovare a exportului. Rolul instituțiilor naționale și internaționale

➢ Dezvoltarea exportului este o profesie complexă, care implică atât cunoștințe de comerț exterior și politică comercială cât și următoarele tipuri distincte de practici și cunoștințe: promovare și branding; analiza și evaluarea competitivității în comerț; capacitatea de a elabora și implementa strategii de dezvoltare a exportului la nivel sectorial, intersectorial și regional.

➢ Pe lângă aspectele de resurse umane competente, esențială este capacitatea instituțională de a transforma astfel de practici și cunoștințe în servicii de calitate și specializate pentru a răspunde nevoilor firmelor exportatoare.

➢ În susținerea exporturilor un rol esențial, dar nu unic, îl au organismele promoționale naționale, care în unele țări se numesc de promovare a comerțului, (TPO, *Trade Promotion Organizations*), în altele de promovare a exportului (EPA, sau *Export Promotion Agencies*), iar în altele de promovare a comerțului și investițiilor (*Trade & Investment Promotion Agencies*). Problema eficienței acestor instituții și a rolului lor în dezvoltarea comerțului este una de actualitate și permanent dezbătută.

➢ Exportatorii din cadrul UE beneficiază de două mari modalități de susținere. Prima provine din instrumentele generate la nivel UE pentru internaționalizarea IMM-urilor. Un principiu fundamental adoptat în legislația comunitară este acela de susținere și încurajare a IMM-urilor să beneficieze de existența și dezvoltarea piețelor în afara UE, în special prin măsuri active de sprijin pe aceste piețe și training (Legea IMM-urilor, *Small Business Act*). A doua derivă din politica comercială comună și Strategia „Global Europe", care vizează măsuri și instrumente active de susținere a exportatorilor să pătrundă pe piețele externe (accesul pe piață), din perspectiva acordurilor comerciale cu țările terțe.

➢ Țările performante la export dispun de instituții puternice, integrate, de promovare, susținere și dezvoltare a exportului, precum și de un complex de instrumente de susținere.

➢ În ultimii ani, România s-a depărtat de bunele practici în ceea ce privește susținerea și promovarea exporturilor prin reducerile masive de personal în MECMA și CRPCIS, instituții cheie în dezvoltarea exporturilor. În plus, pregătirea și stabilitatea personalului existent nu au fost priorități guvernamentale, iar conducerea CRPCIS a fost permanent schimbată, la intervale scurte de timp, slăbindu-i capacitatea instituțională.

➢ Creșterea capacității instituționale, atât la nivelul structurilor asociative ale mediului de afaceri, cât și la nivelul public pentru a-i servi mai bine și susține pe exportatori și exporturile acestora prin instrumente și mecanisme eficiente este probabil cea mai mare provocare în succesul extern al „Made in Romania".

V. Provocări și perspective ale exporturilor românești

Provocările cu care se confruntă exportatorii în funcție de teritorialitate și elementul transfrontalier pot fi grupate astfel:

➢ Provocări din interior: axându-se pe dezvoltarea și diversificarea capacității de producție și de ofertare la export, creșterea productivității, dezvoltarea resurselor umane, calitate, dezvoltarea tehnologiei, competențe de management și marketing pentru export și competențe în cadrul rețelei de sprijinire a comerțului pentru a ajuta întreprinderile în chestiuni legate de partea de ofertă;

➢ Provocări operaționale, de graniță sau angrenajul "Border": axându-se pe dezvoltarea unui mediu de afaceri, care este competitiv internațional, pe reducerea costurilor tranzacțiilor comerciale, pe eficientizarea procedurilor și documentațiilor oficiale, pe facilitarea comerțului și dezvoltarea infrastructurii;

➢ Provocări pe partea de cerere externă, de exterior, axându-se pe identificarea oportunităților comerciale externe, furnizarea de sprijin pentru accesul pe piețele externe, promovarea imaginii țării și a sectoarelor sale, branding, promovarea investițiilor străine directe orientate spre export și transferul de tehnologie/know-how;

➢ Provocări de dezvoltare, axate pe contribuția exporturilor la dezvoltarea regională, generarea de locuri de muncă, reducerea sărăciei și protecția mediului.

Pe parcursul elaborării celor două Strategii Naționale de Export (2005-2009 și 2012-2016), cu pronunțat caracter sectorial, se pot evidenția **două mari tipuri de constrângeri și provocări**:

c) Constrângeri ce țin de capacitatea instituțională de a duce la bun sfârșit astfel de analize sectoriale, constrângeri care au condus la dificultăți în colectarea de date, dar și în formarea grupurilor de analiză;

d) Constrângeri sectoriale de competitivitate ale ofertei de export, așa cum au fost ele evidențiate în analizele sectoriale.

➢ Cele două exerciții strategice au evidențiat mai multe provocări importante la nivelul sectoarelor cu potențial de export. Cea mai importantă provocare evidențiată de setul de analize sectoriale se referă la lanțuri naționale înguste și în mare parte puțin eficiente, care conduc la pierderea de avantaje competitive importante și o rigiditate structurală a ofertei de export.

➢ Marea provocare pentru România în ceea ce privește oferta de export este potențialul încă nevalorificat al energiilor regenerabile, domeniu care, deși extrem de eterogen, trebuie avut în vedere, mai ales sub aspectul produselor și tehnologiilor noi care vor intra în anii viitori în noul portofoliu de export al țării noastre.

➢ Un element important al perspectivei exportului românesc este asigurarea condițiilor necesare pentru menținerea și dezvoltarea investițiilor străine în sectoarele industriale, care va permite integrarea pe verticală, o intensitate tehnologică mai ridicată și o valoare adăugată ridicată produselor de export, cu grad ridicat de participare a furnizorilor locali.

➢ Majorarea exporturilor naționale presupune managementul unei strategii naționale elaborate și implementate în parteneriat public-privat, cu mediile de afaceri, strategie corelată cu celelalte obiective strategice naționale. Fără o astfel de înțelegere, sectorul public singur nu va putea impune din afara mediului de afaceri un mod de acțiune eficient, iar în același timp, sectorul privat nu va putea, de unul singur, să depășească toate constrângerile care pot bara drumul spre piețele externe.

VI. Căi de dezvoltare sustenabilă a exportului. Rolul Strategiei Naționale de Export

Punctele slabe ale exportului românesc se referă la capacitatea redusă de ofertare la export conform cerințelor pieței, ceea ce conduce la o rigiditate structurală a ofertei de export cu valoare adăugată mare și la captivitatea acesteia față de lanțurile productive dominante din țările din prima linie a ierarhiei exportatorilor (țările mari exportatoare), care au tendința să externalizeze în România numai funcția de producție în detrimentul funcției de marketing. Firmele românești nu valorifică suficient activele intangibile, nu construiesc branduri puternice și au abilități manageriale reduse legate de strategiile de acces pe piețe pentru a fi cât mai aproape de consumatorul final. Capacitatea redusă de asociere a producătorilor în clustere sau de creare de lanțuri valorice locale, poli de competitivitate sau rețele de export, îi privează pe aceștia de oportunitățile generării și dezvoltării de avantaje competitive durabile.

➢ Pornind de la performanțele actuale ale exportului, precum și de la provocările existente la nivel internațional, se consideră că opțiunea strategică pentru România trebuie să se refere la: un export competitiv, diversificat și sustenabil, bazat pe valoare adăugată ridicată și înaltă specializare în comerțul internațional.

➢ Având în vedere această opțiune, în care accentul se pune pe dezvoltarea durabilă a exportului, Strategia Națională de Export (SNE) 2012-2016 vizează, ca obiective strategice la orizontul anului 2020, următoarele:

- creșterea contribuției exporturilor la PIB la 50%;
- un portofoliu de export mai bine diversificat, atât ca produse, cât și ca parteneri comerciali;
- un echilibru dinamic mai favorabil al balanței comerciale a bunurilor, precum și al balanței serviciilor;
- creșterea valorii adăugate a produselor exportate;
- management integrat și creșterea capacității instituționale de susținere a dezvoltării exportului la nivel național și regional; modernizarea rețelelor de sprijin extern și intern;
- creșterea volumului de resurse pentru instrumentele de sprijin, atât la nivel de sector public, cât și privat, concomitent cu dezvoltarea unui sistem modern de management externalizat pe fiecare program de susținere;
- susținere cu precădere a exportului inovativ și a clusterelor inovative de export.

➢ Obiectivele generale menționate se pot materializa din patru mari perspective strategice – regională, sectorială, client exportator și instituțională –, din care decurg o serie de inițiative de dezvoltare a exportului, specifice fiecărei perspective în parte.

INTRODUCERE. Contextul cercetării, obiectivele studiului, metodologie

Analiza noastră a pornit de la **prezentarea principalelor tendințe înregistrate în comerțul cu bunuri în perioada recentă** (incluzând anii de criză și post-criză), în plan internațional, comunitar și național.

În plan **internațional**, am evidențiat tendințe, precum: sporirea rolului țărilor în dezvoltare și emergente în schimburile internaționale cu bunuri, accentuarea schimbărilor structurale, determinate de procesul de liberalizare a comerțului internațional, avansul tehnologiei informațiilor și comunicațiilor, sporirea interdependențelor dintre economiile lumii și amplificarea rolului rețelelor internaționale de producție.

Toate aceste procese se derulează simultan cu introducerea de noi reguli și constrângeri legate de dezvoltarea durabilă, atât în planul producției, cât și în acela al comerțului și consumului, pe măsură ce comunitatea internațională devine din ce în ce mai conștientă de resursele limitate ale Planetei. În acest context, devine tot mai evident că funcționarea piețelor internaționale trece printr-un amplu proces de transformare și vor apărea noi piețe legate de resursele regenerabile, agricultura organică, industriile creative, comunicare și cunoaștere, în tandem cu reconfigurarea rolului incontestabil al serviciilor (MECMA, 2012).

Ajungând la nivel **comunitar**, am reliefat trăsăturile dominante ale schimburilor comerciale intra și extracomunitare. Una dintre acestea o reprezintă scăderea treptată a ponderii Pieței Interne în schimburile totale, în favoarea unor destinații extracomunitare, precum țările BRIC[4]. Potrivit calculelor efectuate pe baza datelor statistice furnizate de Eurostat, deopotrivă la export și la import, **România** se află printre țările UE cu un grad ridicat de dependență de Piața internă (peste 70%). Acest grad de dependență a scăzut cu doar 1,1 puncte procentuale la export, în schimb s-a majorat la import cu peste șapte puncte procentuale în perioada 2000-2011.

Țările BRIC și alte economii emergente și-au conturat în ultimele decenii o poziție strategică, atât în plan global, cât și în relațiile cu UE. În documentul de dezbatere al Comisiei Europene din noiembrie 2010, „Comerț, creștere și afaceri internaționale. Politica comercială – componentă-cheie a Strategiei Europa-2020", evidențiază că noua politică comercială comunitară va acorda o atenție deosebită „SUA, Chinei, Rusiei, Japoniei, Indiei și Braziliei". Așadar, țările BRIC reprezintă piețe-cheie pentru exporturile extracomunitare, alături de SUA și Japonia.

[4] Jim O'Neill a lansat acronimul BRIC (desemnând grupul de țări format din Brazilia, Rusia, India și China), în lucrarea *Building Better Global Economic BRICs*, Goldman Sachs, Global Economics Paper No. 66, 30 noiembrie 2001. Gruparea s-a transformat în BRICS în 2011, la cea de-a treia reuniune la nivel înalt a țărilor BRIC, prin invitarea Republicii Africa de Sud să se alăture grupului celor mai puternice economii emergente de pe Planetă.

În schimb, România nu s-a adaptat rapid la aceste noi tendințe, fapt pentru care schimburile sale comerciale cu economiile extracomunitare sunt modeste și reflectă slaba valorificare a potențialului de cooperare bilateral, în contextul în care mai puțin de o treime din schimburile comerciale ale României se derulează cu țări din afara UE.

Considerăm că exportatorii români trebuie să se adapteze rapid la aceste schimbări, cu atât mai mult cu cât aceștia se confruntă cu o serie de **piedici pe piețele externe**, pornind de la deosebirile culturale și lingvistice și continuând cu: dificultăți în identificarea partenerilor potențiali, insuficiența informațiilor de piață (privind cererea, prețurile practicate, standardele locale, barierele netarifare), obstacole întâmpinate la asigurarea și transportul mărfurilor, greutăți în oferirea serviciilor post-vânzare, distanța, care impietează asupra livrării la termen a mărfurilor și, nu în ultimul rând, taxele vamale ridicate percepute la anumite categorii de bunuri pe piețele emergente. Totodată, este bine-cunoscut faptul că majoritatea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) din România sunt deficitare în ceea ce privește cultura și aptitudinile antreprenoriale, abilitățile de marketing, calificarea resurselor umane, resursele financiare (mai ales în contextul crizei financiare și economice recente), ceea ce justifică, într-o oarecare măsură, atitudinea lor pasivă pe piețe mari, unde concurența este acerbă, iar firmele adoptă atitudini agresive, trecând chiar de bariera legalității (Oehler-Șincai *et al.*, 2011). Totodată, după cum indică și Strategia Națională de Export (SNE) a României, puțini exportatori dețin branduri puternice de export, iar și mai puțini sunt exportatori inovatori.

În ultimul deceniu, firmele au căutat încontinuu noi modalități de reducere a costurilor, timpului și riscurilor în cadrul lanțurilor furnizoare. Reducerea costurilor a condus în trecut la transferul de activități productive în regim „off-shore". Cu toate acestea, în prezent se remarcă, în cadrul companiilor europene, îmbinarea activităților „off-shore" cu activitățile „near-shore": producția și asamblarea produselor se realizează cât mai aproape de piața de desfacere, într-un amplasament cu un preț cât mai scăzut, spre exemplu în Europa de Est și Sud-Est, Africa de Nord, în detrimentul Orientului Îndepărtat. Astfel, asamblarea și personalizarea produselor se desfășoară cât mai aproape posibil de piețele de desfacere, iar configurația produsului final a ajuns să reprezinte o combinație între: poziția centrală în cadrul unei piețe majore de desfacere, forța de muncă specializată la costuri relativ reduse și soluții logistice eficiente (MECMA, 2012). În acest context, studiul nostru a încercat să dea răspuns la întrebarea „care este cea mai potrivită strategie a firmelor românești de a pătrunde pe piețe mai îndepărtate, precum China, India sau Brazilia sau pe piețe mai apropiate, precum Rusia și Ucraina"?

În **plan sectorial**, cercetarea noastră s-a concentrat cu precădere pe direcțiile principale de acțiune ale SNE 2012-2016:

- domeniile cu tradiție de export și/sau de înaltă performanță: îmbrăcăminte, încălțăminte, mobilier, vinuri, produse alimentare și ecologice, sticlărie, produse meșteșugărești;

- domeniile care implică transfer tehnologic și atragerea de ISD, precum: construcții de mașini, mijloace de transport și componente, electronică, electrotehnică. În acest domeniu, s-au conturat deja subsectoare dinamice, cu mare potențial de export: tehnologii, echipamente și procese integrate legate de energiile regenerabile, construcții de nave, produse și componente din domeniul aero-spațial;

- produsele asociate tehnologiei informației și comunicațiilor, ca vector central al noii economii care contribuie decisiv la lanțurile productive naționale din toate domeniile de export și care, în același timp, constituie o importantă sursă de export.

Totodată, am elaborat o analiză a clusterelor de export conturate în plan național. În perioada următoare, exportatorii români se vor confrunta cu schimbări radicale în modul de derulare a afacerilor internaționale, pe măsură ce câștigă teren noi modele de afaceri bazate pe rețele, capacitatea de asociere sau cooperare în rețea, externalizarea și delocalizarea capacităților productive (MECMA, 2012). Toate acestea necesită noi abilități manageriale, inclusiv legate de organizarea rețelelor capabile să eficientizeze lanțurile valorice, pentru a face față forțelor concurențiale, în care activele intangibile devin din ce în ce mai prezente (MECMA, 2012).

Obiectivele studiului

În lumina celor prezentate mai sus, analiza noastră a avut ca obiectiv principal identificarea avantajelor și dezavantajelor României în sfera comerțului, în contextul schimbărilor structurale profunde din plan mondial și comunitar și, pe baza acestora, prezentarea de recomandări și propuneri pentru factorii de decizie de la nivel macroeconomic și microeconomic. Astfel, pe de o parte, am elaborat propuneri de politică promoțională, menite să sprijine factorii de decizie din țara noastră, iar pe de altă parte, propuneri vizând mediul de afaceri, astfel încât, pe baza lor, exportatorii români să își elimine punctele slabe și să poată face față concurenței, atât pe Piața Internă, cât și pe piețele extracomunitare.

Un alt obiectiv major al studiului a fost formularea de recomandări „țintite", pe sectoare cu potențial ridicat de export, ținând cont de direcțiile de acțiune ale SNE 2012-2016.

Metodologia de elaborare a studiului

În ceea ce privește **metoda analizei și instrumentarul de lucru** pe care le propunem, dorim să subliniem că studiul a fost elaborat pe trei planuri:

➢ Am pornit de la nivelul comerțului internațional, unde am conturat amplele schimbări structurale intervenite în perioada recentă;

➢ Am coborât în plan comunitar, unde am evidențiat trăsăturile schimburilor comerciale dintre UE și restul lumii și măsurile adoptate de Comisia Europeană în sfera politicii comerciale și a strategiilor de promovare a exporturilor, vizând ca exportatorii comunitari să poată face față provocărilor

din plan internațional și concurenței tot mai acerbe;

- În plan național, abordarea a fost una comparativă.

o Am realizat o analiză a instituțiilor cu acțiune în sfera comerțului exterior, din România (Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri MECMA, Eximbank, Centrul Român pentru Promovarea Comerțului și Investițiilor Străine CRPCIS, Asociația Națională a Exportatorilor și Importatorilor din România ANEIR etc.) și din celelalte țări ale UE, pentru a evidenția eventualele puncte slabe ale țării noastre în plan instituțional și organizatoric și cele mai bune practici din alte țări din UE. Au rezultat recomandări corespunzătoare pentru factorii de decizie din România;

o Totodată, am efectuat o analiză comparativă a schimburilor comerciale cu bunuri dintre România și principalele țări din UE și țări extracomunitare. În acest demers, am utilizat datele statistice de comerț exterior furnizate de: MECMA, CRPCIS, Institutul Național de Statistică, Banca Națională a României, Eurostat, Direcția Generală pentru Comerț din cadrul Comisiei Europene. Această investigație a fost completată cu analizarea multitudinii de factori care frânează dezvoltarea schimburilor comerciale ale României cu țări din afara Uniunii. Pe această bază, am evidențiat un set de recomandări în plan macro și microeconomic.

De altfel, SNE 2012-2016 și studii recente au conturat deja **recomandări pentru exportatorii din România**, cum ar fi: utilizarea platformelor publice de informare cu privire la condițiile de acces pe piețe, oferite de instituțiile din România (www.Portaldecomert.ro) sau de către Comisia Europeană (China Help Desk, MADB), care pot furniza informații utile privind condițiile de export, nivelul barierelor tarifare și netarifare în calea exportului, precum și informații despre piețele externe; apelarea la programe de training (inclusiv *e-learning*) pentru IMM, vizând condițiile de acces pe piață și managementul operațiunilor logistice, cu module de training individualizate pe țări; dezvoltarea de consorții de firme sau clustere de export, capabile să colaboreze pe probleme de marketing, branding și, totodată, în operațiuni logistice, ceea ce ar contribui la reducerea substanțială a costurilor; dezvoltarea de branduri de export pe piețele emergente.

Am făcut o trecere în revistă a recomandărilor identificate până în prezent și, totodată, am evidențiat și alte soluții posibile pentru exportatorii din România, astfel încât, pe baza lor, aceştia să își elimine punctele slabe și să poată face față concurenței, atât pe Piața Internă, cât și pe piețele extracomunitare.

CAPITOLUL I. EVOLUȚII, TENDINȚE ȘI MUTAȚII STRUCTURALE ÎN COMERȚUL INTERNAȚIONAL CU BUNURI

Considerații generale

Configurația comerțului mondial s-a schimbat semnificativ în deceniile recente. Volumul schimburilor comerciale internaționale a sporit substanțial, avansul tehnologiei s-a accelerat, fluxurile de informații au devenit mai rapide, costurile de tranzacție au scăzut, iar rețelele globale de producție s-au extins dinamic, acoperind un număr crescând de țări, care au devenit mult mai integrate sub aspect economic și financiar (Ghibuțiu, 2011a, p. 14).

Creșterea mult mai rapidă a comerțului internațional în raport cu producția mondială a determinat o accentuare a interdependențelor dintre națiuni. Pe măsură ce la scară globală tot mai multe activități economice au devenit dependente de comerț, s-a intensificat participarea țărilor lumii la schimburile comerciale internaționale și s-a ascuțit concurența pe piețele internaționale. În paralel cu expansiunea dinamică a comerțului internațional, s-au produs modificări profunde în configurația acestuia.

Schimbările intervenite în planul reglementărilor, al tehnologiei, al costurilor transporturilor și, nu în ultimul rând, al strategiilor și modelelor de afaceri promovate de corporațiile transnaționale (CTN) ca reacție la intensificarea concurenței în plan global, au condus la deschiderea de noi piețe, au modificat natura, direcțiile și structura fluxurilor comerciale internaționale, au provocat schimbări spectaculoase în tipurile și categoriile de bunuri și servicii comercializate, ca și în ierarhia țărilor participante, determinând mutații în avantajele comparative la nivelul economiei mondiale și forțând țările să se ajusteze.

Evoluția comerțului internațional nu poate fi, desigur, disociată de mutațiile structurale spectaculoase care au avut loc în economia mondială în ultimele două decenii, sub acțiunea unui complex de factori, în rândul cărora se evidențiază, în special: progresele rapide din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), care au redus costul comunicațiilor și al transporturilor; liberalizarea comerțului internațional – în plan multilateral, regional și național –, însoțită de alte reforme economice, care au condus la reducerea barierelor comerciale în calea schimburilor comerciale internaționale; liberalizarea fluxurilor de capital și de tehnologie; și creșterea dramatică a ofertei de forță de muncă în plan global, prin intrarea pe piața globală a forței de muncă a unui număr de circa 2 miliarde persoane ca rezultat al destrămării blocului sovietic și al deschiderii economiei Chinei.

Sub acțiunea concertată a acestor factori, s-au petrecut – și se petrec în continuare – mutații de mare anvergură la nivelul activității economice în

plan mondial, în sensul deplasării acesteia dinspre țările dezvoltate către cele în dezvoltare și emergente. Iar cea mai semnificativă dintre aceste schimbări vizează, fără îndoială, deplasarea pe termen lung a puterii economice dinspre țările avansate către un număr de țări în dezvoltare/emergente, care au înregistrat performanțe economice remarcabile în ultimele două decenii. Dar, dincolo de mutațiile intervenite în privința contribuției țărilor lumii la crearea PIB mondial și, pe cale de consecință, a ierarhiei acestora prin prisma aportului la PIB mondial, schimbările din economia mondială au afectat centrele creșterii economice, localizarea industriei prelucrătoare și structura comerțului internațional. Economiile în dezvoltare/emergente au devenit importante surse generatoare de creștere economică pe plan mondial, iar ponderea lor în comerțul mondial a crescut semnificativ. În același timp, fluxurile comerciale și investiționale dintre țările în dezvoltare (comerțul și investițiile Sud-Sud) au devenit o nouă forță redutabilă în economia mondială (Ahearn, 2011, p. 2). Aceste țări exportă în prezent o gamă largă de produse prelucrate și sunt în plin proces de modernizare a capacităților lor de producție, producând produse tot mai sofisticate și cu conținut mai ridicat de valoare adăugată. Mai mult decât atât, susținute de succesele la export și de creșterea veniturilor lor, țările în dezvoltare/emergente au devenit jucători tot mai importanți în sistemul financiar internațional.[5]

Un factor major care a propulsat modificările structurale deosebit de dinamice din economia mondială l-a reprezentat procesul susținut de globalizare, și în special integrarea rapidă a țărilor lumii în economia globală prin intermediul comerțului, ceea ce s-a tradus prin creșterea mult mai rapidă a fluxurilor comerciale decât a producției mondiale. În prezent, comerțul mondial cu bunuri reprezintă peste un sfert din PIB mondial, iar dacă sunt luate în calcul și fluxurile internaționale de servicii, ponderea respectivă ajunge la aproape o treime.[6] Fluxurile globale de capital au sporit și mai rapid decât comerțul mondial, reflectând o altă fațetă, la fel de importantă a procesului de globalizare: expansiunea impresionantă a piețelor financiare internaționale. Totodată, difuziunea rapidă a noilor tehnologii în

[5] Puterile economice emergente și-au sporit activele financiare și avuția, devenind actori importanți pe piețele financiare internaționale. În timp ce cea mai mare parte a activelor financiare, a centrelor financiare și a puterii de reglementare în domeniu rămâne concentrată în SUA și UE, aceste economii au reușit să acumuleze uriașe cantități de rezerve valutare, să creeze fonduri suverane de investiții, să mobilizeze capitaluri de pe piețele financiare internaționale, să atragă un volum crescând de ISD și să investească, totodată, o parte din activele lor financiare în străinătate. Corporațiile cu sediile în aceste țări joacă un rol din ce în ce mai proeminent în activitățile economice și investiționale transfrontaliere, intrând adesea în concurență cu companiile multinaționale americane și europene în lupta pentru resurse naturale, tehnologie și investiții în alte regiuni în dezvoltare de pe glob. Importanța unor centre financiare precum Singapore, Hong Kong și Shanghai este în creștere, fiind pe cale de a egala probabil în viitor centrele financiare tradiționale – New York, Londra, Frankfurt și Tokyo. Iar pe măsură ce sporește rolul puterilor emergente pe plan comercial și investițional, este de așteptat să crească și cererea pentru monedele lor, ceea ce ar putea deschide calea pentru un sistem monetar internațional bazat pe mai multe monede de rezervă cheie (Ahearn, 2011, p. 2).

[6] La nivelul anului 2011, comerțul mondial cu bunuri a reprezentat 26% din PIB, iar comerțul mondial cu bunuri și servicii 32%, potrivit calculelor noastre bazate pe datele FMI (PIB mondial fiind calculat în USD, la cursul de schimb ale pieței) (IMF, 2012a).

întreaga lume a revoluționat comunicațiile internaționale și a stimulat expansiunea sistemului producției globale gestionat de CTN și creșterea impresionantă a volumului fluxurilor de ISD orientate către economiile în dezvoltare.[7]

Criza financiară și economică globală, declanșată în toamna anului 2008, a marcat puternic economia mondială și a lăsat urme adânci asupra dinamicii schimburilor comerciale internaționale. Deși comerțul internațional s-a relansat relativ rapid în 2010 după declinul istoric din 2009 – cel mai grav din perioada postbelică –, procesul de redresare rămâne încă nefinalizat și inegal, iar tendința de deschidere a țărilor în fața comerțului s-a oprit, cel puțin temporar. În același timp, criza globală și relansarea inegală a comerțului internațional au accentuat și mai mult mutațiile în curs de desfășurare din economia mondială, care vizează deplasarea centrului de greutate economică și comercială dinspre țările dezvoltate înspre țările în dezvoltare/emergente.

Sintetizând, putem aprecia că mutațiile structurale de mare amploare care remodelează în prezent economia mondială și comerțul internațional sunt susținute de două forțe motrice majore, care acționează pe termen lung și se află în strânsă interdependență:

(1) creșterea rolului economiilor în dezvoltare/emergente în economia mondială și în comerțul internațional; și

(2) amplificarea relevanței pentru comerțul internațional a rețelelor producției globale gestionate de CTN (Ghibuțiu, 2011a, p. 14).

Nu mai există nicio îndoială, că schimbările structurale puse în mișcare nu vor putea fi inversate în viitorul previzibil, fiind alimentate de un complex de factori de natură tehnologică, economică, socială, instituțională și organizațională, cu acțiune pe termen lung. Dimpotrivă, evidențele empirice, susținute de rezultatele cercetărilor recente, confirmă că modificările structurale din economia mondială și comerțul internațional s-au accelerat sub impactul crizei financiare și economice globale din 2008/2009. Mai mult decât atât, toate prognozele elaborate în ultimii ani sugerează că mutația în materie de avuție și putere economică se va accentua și mai mult în următoarele decenii.[8]

[7] Potrivit calculelor noastre bazate pe ultimele estimări ale UNCTAD, fluxurile de ISD receptate de țările în dezvoltare – în valoare de peste 684 miliarde de dolari în 2011 – au sporit de 1,6 ori în perioada 2006-2011, iar ponderea lor în fluxurile mondiale de ISD (receptate) s-a majorat de la 29% la 45%. Valoarea stocului de ISD acumulat de țările în dezvoltare s-a ridicat la peste 6.625 miliarde de dolari în 2011, echivalentul unei creșteri de aproape 4 ori față de 2000 și de aproape 13 ori față de 1990; drept urmare, în 2011, țărilor în dezvoltare le-a revenit peste 32% din stocul mondial de ISD, comparativ cu 25% în 1990 (**UNCTAD, 2012b**).

[8] Dezbaterile pe plan internațional și analizele pe tema mutațiilor structurale au luat amploare în anii recenți. Numeroase organizații internaționale (precum OCDE, OMC, Banca Mondială și FMI), institute de cercetare private (precum Brookings Institution și Carnegie Endowment for International Peace), ca și entități de cercetare din sectorul privat (precum Goldman Sachs și Pricewaterhouse Coopers) au elaborat analize privitoare la schimbările din economia mondială. Numeroase dintre concluziile acestor analize au constituit obiectul unor rapoarte către factorii responsabili pentru elaborarea politicilor comerciale și financiare internaționale, deopotrivă la nivel global și național.

Transformările alerte și tot mai clar conturate în sfera comerțului internațional au implicații profunde și multiple, ridicând provocări majore pentru *competitivitatea* firmelor, a sectoarelor economice, a statelor naționale și a regiunilor geografice și, în ultimă instanță, pentru poziționarea acestora în cadrul diviziunii internaționale a muncii. Aceste transformări au consecințe importante pentru *strategiile și politicile comerciale* ale statelor lumii – inclusiv ale României ca stat membru al UE[9] –, ca și pentru *cooperarea internațională* a statelor în sfera comerțului și implicit pentru Organizația Mondială a Comerțului (OMC), ca platformă a cooperării internaționale în domeniu (Ghibuțiu, 2011a, p. 22). Mai mult decât atât, schimbările structurale din comerțul internațional induse mai ales de internaționalizarea producției sub acțiunea CTN conduc la invalidarea a numeroase *concepte tradiționale* pe care se bazează analiza comerțului internațional, ca și a *metodelor și instrumentelor statistice* convenționale de comensurare a acestuia. Și, nu în ultimul rând, sunt puse în discuție înseși *teoriile tradiționale ale dezvoltării*, adică modelele teoretice privind rolul comerțului în procesul creșterii și dezvoltării economice. În fine, mutațiile structurale curente din comerțul internațional au *consecințe geopolitice* profunde, putând conduce la tulburări politice, la tensiuni comerciale sau la evoluții și mai grave, pe care comunitatea internațională, dar și fiecare națiune în parte vor trebui să le gestioneze.

1.1 Mutațiile structurale și remodelarea economiei mondiale

În ultimele două decenii, configurația economiei mondiale a cunoscut schimbări dramatice. Referindu-se la aceste schimbări, Angel Gurría, secretarul general al OCDE, remarca faptul că ritmul schimbărilor a fost atât de rapid, încât economia mondială de astăzi este aproape de nerecunoscut dacă o comparăm cu cea existentă cu două decenii în urmă.[10] Iar în centrul acestor schimbări se află *mutarea centrului de greutate economică dinspre Vest spre Est*, dinspre economiile industrializate înspre marile economii în dezvoltare/emergente, în special China și India – fenomen conceptualizat de specialiștii OCDE prin sintagma ***„avuția în mișcare"***. Iar această tendință este prevăzută a continua în perspectiva următoarelor decenii, ponderea economiilor în dezvoltare/emergente în PIB mondial urmând a se apropia de 60% în 2030, potrivit prognozelor OCDE (OECD, 2010a).

[9] La nivelul UE, reacțiile de răspuns față de provocările generate de procesul de globalizare și de afirmarea noilor puteri economice din lumea în dezvoltare și-au găsit reflectarea în documentele și programele adoptate în anii recenți în scopul întăririi competitivății UE în economia globală, incluzând noua strategie de creștere economică a UE – Europa-2020 – și politica comercială revizuită a UE, ambele adoptate în 2010.

[10] Remarca a fost formulată cu prilejul lansării, la 16 iunie 2010, la Paris, a unui vast studiu cu caracter prospectiv, elaborat sub egida OCDE și intitulat: „Perspectives on Global Development 2010. *Shifting Wealth*" (OECD, 2010b).

1.1.1 Mutații în distribuția PIB mondial

Dacă perioada de după cel de-al Doilea Război Mondial este considerată ca fiind cea mai de succes din istoria economică în termeni de creștere a standardelor de viață și a bunăstării populației din întreaga lume, evidențele empirice demonstrează că performanțele în materie de creștere economică la nivel mondial s-au accelerat în ultimele decenii, și mai ales în anii mai recenți. Este relevant faptul că, în intervalul de cinci ani care a precedat criza financiară și economică globală din 2008/2009, s-au înregistrat cele mai înalte ritmuri de creștere economică în raport cu oricare dintre perioadele de cinci ani din istoria economică (Krueger, 2008, p. 2).

Într-adevăr, prin prisma performanțelor economice asociate ultimei jumătăți de secol, se pot distinge două perioade:

1. într-o primă perioadă, țările industrializate au înregistrat ritmuri de creștere economică foarte rapide, iar comerțul dintre aceste țări, ca și comerțul lor cu țările în dezvoltare, s-a extins și mai rapid. Deși în majoritatea țărilor în dezvoltare ritmurile de creștere a PIB real și a veniturilor (reale) pe locuitor au fost mai înalte decât în perioadele precedente, performanțele economice ale țărilor industrializate au fost superioare. În mare parte, aceasta s-a datorat adoptării de către țările în dezvoltare a unor politici de izolare a economiilor lor față de concurența străină. În aceste condiții, ponderile lor în PIB-ul mondial și în comerțul internațional au scăzut;

2. după modelul de succes urmat de un număr redus de țări în dezvoltare, în special din Asia, în anii '1980 au avut loc schimbări esențiale în planul politicilor comerciale promovate de țările în dezvoltare, care au cuprins treptat toate aceste țări și care au constat în trecerea lor de la strategiile de dezvoltare bazate pe substituirea importurilor, la strategii de dezvoltare orientate către stimularea exporturilor. În unele dintre aceste țări, barierele comerciale au fost drastic reduse, iar cursurile de schimb ajustate pentru a deveni mai realiste, ceea ce a stimulat creșterea economică rapidă; în altele, chiar dacă reformele au fost mai graduale, creșterea economică s-a dinamizat. Drept rezultat, tot mai multe țări în dezvoltare au cunoscut o accelerare a creșterii lor economice, astfel încât ***până la începutul noului mileniu, creșterea economică susținută a devenit un fenomen mondial***, iar veniturile (reale) pe locuitor ale țărilor în dezvoltare au ajuns să crească mult mai rapid comparativ cu cele ale țărilor dezvoltate. China oferă exemplul cel mai elocvent pentru acest al doilea val de creștere economică accelerată, și totodată cel mai vizibil, în virtutea dimensiunii mari a economiei sale. Dar și India, ale cărei ponderi în comerțul internațional și în PIB mondial au scăzut până în anii '1980, a recurs la o schimbare de curs, deschizându-și substanțial economia în fața comerțului și sporind într-un ritm mediu anual de peste 8% în perioada de cinci ani premergători crizei. Numeroase alte țări din Asia de Sud și de Sud-Est și din America Latină, dar și din alte regiuni în dezvoltare ale lumii, au înregistrat creșteri mai rapide ale comerțului și ale veniturilor lor reale (Krueger, 2008, p. 2).

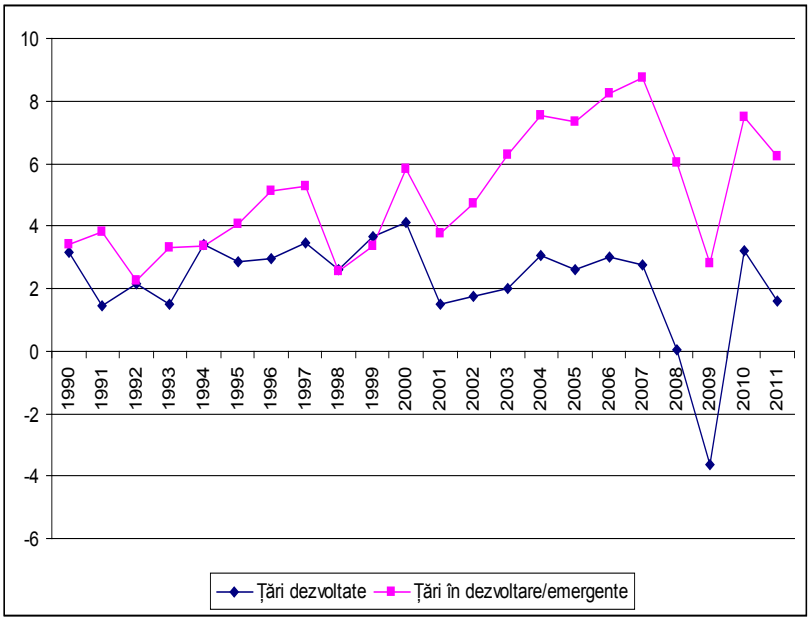
Calculele noastre, bazate pe datele statistice furnizate de FMI, arată că PIB mondial (estimat la cursul de schimb al pieței) s-a ridicat în 2011 la 69.660 miliarde de dolari, ceea ce înseamnă că dimensiunea economiei mondiale a crescut de 2,2 ori raportat la anul 2000 și de 3,1 ori comparativ cu anul 1990 (IMF, 2012b).[11] În timp ce creșterea economică a caracterizat practic toate regiunile lumii, incluzând numeroase țări în dezvoltare, partea preponderentă a creșterii economice i-a revenit unui număr de asemenea țări de dimensiuni mai mari – în frunte cu China, India și Brazilia – . Dar și alte economii emergente cu o populație numeroasă, precum Indonezia, Mexic, Rusia, Turcia și Vietnam, au înregistrat ritmuri rapide de creștere.

Performanțele remarcabile ale economiilor emergente – un grup de țări cu venituri mijlocii care s-au integrat rapid în economia mondială începând de la mijlocul anilor '1980 – constituie neîndoielnic povestea de succes a ultimului deceniu. După ce au fost afectate de diferite crize în anii '1980 și '1990 – considerate decenii pierdute din perspectiva dezvoltării pentru majoritatea țărilor din lumea în dezvoltare –, ***ritmurile de creștere economică*** ale acestor țări s-au accelerat semnificativ, impunându-se ca principală forță motrice a creșterii economice în plan mondial. După cum arată **Graficul 1.1,** aceste țări au înregistrat ritmuri de creștere economică care au devansat sensibil dinamica economiilor avansate, în special în anii '2000, reușind, totodată, să țină în mare parte sub control fundamentele echilibrului macroeconomic, inclusiv inflația și alte probleme potențiale (Kose și Prasad, 2010b, p. 7).

Ritmurile înalte de creștere economică înregistrate de marile țări în dezvoltare mai ales din Asia, precum China și India, le-au înlesnit grupului țărilor în dezvoltare/emergente ***mărirea ponderii în PIB mondial,*** alimentând temerile că balanța puterii economice în lume se deplasează rapid dinspre SUA și UE înspre puterile emergente din Asia, America Latină și alte regiuni în dezvoltare. Dacă în anii 1960-1985, țărilor avansate le reveneau în medie circa ¾ din PIB mondial (calculat în dolari, la prețuri curente și pe baza PPP), această pondere a scăzut treptat, ajungând la 57% în 2008-2009. În contrast, ponderea țărilor în dezvoltare/emergente a sporit rapid, de la numai 17% în anii '1960, la o medie de 31% în perioada integrării comerciale și financiare rapide începută la mijlocul anilor '1980, pentru a ajunge la aproape 40% în 2008-2009 (Kose și Prasad, 2010b).

[11] Potrivit proiecțiilor elaborate de economiștii americani de la Carnegie Endowment for International Peace, economia globală va crește de peste trei ori în decursul următorilor patru decenii, iar progresele înregistrate de un mare grup de țări în dezvoltare – care găzduiesc și cea mai mare parte a populației lumii – vor susține această creștere (Dadush și Shaw, 2011).

Graficul 1.1: Dinamica PIB[1] în economiile dezvoltate și în economiile în dezvoltare/emergente, în perioada 1990-2011 (modificări anuale în %)



Notă: [1] PIB, în prețuri constante.

Sursă: Grafic elaborat de autor în baza datelor furnizate de FMI (IMF, 2012a).

Evidențele empirice arată că această transformare structurală pe termen lung a economiei mondiale s-a amplificat sub impactul crize economice și financiare globale din 2008-2009. Potrivit estimărilor FMI, contribuția țărilor avansate la PIB mondial s-a diminuat în continuare la 51% în 2011 (o scădere cu 18 puncte procentuale față de 1990), în timp ce contribuția țărilor în dezvoltare și emergente a crescut la aproape 50% (**Tabelul 1.1**).

La un nivel mai dezagregat al datelor furnizate de FMI, se poate constata că dintre marile puteri economice, ponderea SUA în PIB mondial a scăzut cu 6 puncte procentuale în perioada 1990-2011 (de la 25% la 19%), iar a Japoniei cu 4 puncte procentuale (de la 10% la 6%), în UE scăderea fiind și mai pronunțată, respectiv cu 9 puncte procentuale (de la 29% la 20%). În schimb, ponderea cumulată a trei dintre cele mai mari țări emergente – China, Brazilia și India – a sporit cu 13 puncte procentuale în același interval (respectiv, de la 10% în 1990, la 23% în 2011), în cazul Chinei creșterea ponderii fiind de 3,7 ori (Tabelul 1.1).

Tabelul 1.1: Ponderea în economia mondială a principalelor țări/grupe de țări

(în % din PIB[1] mondial)

Grupe de țări/țări	1990	2000	2011[2]	2017[2]
Țări dezvoltate	**69,2**	**62,8**	**51,1**	**45,7**
SUA	24,7	23,5	19,1	17,7
UE	28,5	24,9	20,1	17,2
Japonia	10,1	7,7	5,6	4,8
Țări în dezvoltare/tranziție	**30,8**	**37,2**	**49,9**	**54,3**
Brazilia	3,3	2,9	2,9	2,9
China	3,9	7,1	14,3	18,3
India	3,2	3,7	5,7	6,8
Rusia	…	2,7	3,0	3,0

Notă: [1] PIB bazat pe PPP; [2] Proiecții.

Sursă: Tabel alcătuit de autor în baza datelor furnizate de FMI (IMF, 2012a).

Există un larg consens în rândul analiștilor atunci când apreciază că deplasarea centrului de greutate a puterii economice înspre țările în dezvoltare/emergente se va accelera în următorii 20 de ani. Potrivit proiecțiilor OCDE, ponderea acestor țări în PIB global ar urma să sporească la aproape 60% la orizontul anului 2030 (OECD, 2010a).

1.1.2 Mutații în sursele creșterii economice pe plan mondial

Importanța crescândă a țărilor emergente devine și mai evidentă dacă avem în vedere ***aportul acestora la creșterea producției mondiale.*** Calculele efectuate de specialiștii de la Brookings Institution arată că economiile avansate au contribuit cu circa 60% la creșterea medie anuală a PIB mondial în perioada 1973-1985 (de 3,4%), iar economiile emergente cu numai o treime (restul revenind altor țări în dezvoltare). În anii 1986-2007 – perioada globalizării susținute și a integrării comerciale și financiare rapide –, când ritmul mediu anual de creștere a PIB mondial a fost de 3,7%, contribuția economiilor emergente la creșterea economică pe plan mondial a sporit la circa 47%, iar cea a economiilor avansate a scăzut la circa 49% (Kose și Prasad, 2010b, p. 8).

În decursul celor doi ani de criză financiară și economică globală, s-a produs o schimbare remarcabilă în aceste contribuții relative: economiile emergente au devenit locomotiva solitară a creșterii PIB mondial în 2008-2009, în timp ce economiile avansate au suferit o contracție puternică. Contribuția directă a economiilor emergente la creșterea globală a continuat să sporească în anii

post-criză, în timp ce reversul situației a caracterizat economiile avansate. Odată cu estomparea celei mai dificile faze a crizei, a devenit evident că economiile emergente ca grup au făcut mult mai bine față recesiunii globale decât economiile avansate. În numeroase piețe emergente, ritmurile de creștere economică și-au revenit rapid în anii post-criză, iar, ca grup, aceste economii par a fi pregătite să înregistreze ritmuri înalte de creștere economică și în următorii ani, după cum relevă toate prognozele elaborate în cursul anului 2012 (vezi și **Anexa 1.1**). Putem deduce, așadar, că marile economii emergente au contribuit la ameliorarea impactului celei mai grave recesiuni economice globale din perioada postbelică. Totodată, în virtutea legăturilor lor comerciale și investiționale intense, aceste economii au contribuit la atenuarea impactului crizei asupra restului lumii în dezvoltare. Iar acum, în faza de redresare economică, ele constituie sursa principală a creșterii economice globale. Ceea ce nu înseamnă, desigur, că toate țările emergente au rezistat la fel de bine crizei financiare globale, că nu ar exista variații semnificative în privința gradului lor de rezistență afișat în timpul crizei și a performanțelor lor în materie de creștere economică (Kose și Prasad, 2010b).

Așadar, aportul relativ al economiilor avansate la creșterea economică mondială a înregistrat un declin continuu, în timp ce contribuția țărilor emergente a sporit necontenit, unui număr de 3 mari țări în dezvoltare – China, India și Brazilia – revenindu-i o pondere crescândă din contribuția țărilor în dezvoltare la creșterea globală. Dintre aceste trei țări, contribuția Chinei este impresionantă, revenindu-i aproape jumătate din aportul grupului țărilor în dezvoltare la creșterea economică pe plan mondial. Totodată, China exercită un impact apreciabil asupra ritmurilor de creștere a țărilor în dezvoltare cu venituri scăzute și medii. Potrivit estimărilor OCDE, o majorare cu un punct procentual a ritmului de creștere economică a Chinei are ca rezultat o creștere cu 0,2 puncte procentuale a ritmului de creștere a țărilor cu venituri scăzute și cu 0,4 puncte procentuale în cazul țărilor cu venituri medii, din cauza dependenței acestor țări față de comerțul cu China (OECD, 2010a, p. 45).

Conform scenariului de bază al proiecțiilor Băncii Mondiale, media creșterii economice pe ansamblul economiilor emergente ar urma să fie de 4,7% între 2011-2025, adică de peste 2 ori mai mare decât ritmul de creștere a economiilor dezvoltate (de 2,3%) (The World Bank, 2011). În cazul materializării acestor proiecții, la orizontul anului 2025, unui număr de șase puteri economice emergente – Brazilia, China, India, Indonezia, Coreea de Sud și Rusia – îi va reveni împreună ***peste jumătate din creșterea economică mondială***. Iar caracteristica fundamentală a acestei noi economii mondiale – pe care specialiștii Băncii Mondiale o denumesc drept **"*lumea multipolară*"** – este aceea că centrele creșterii economice sunt distribuite deopotrivă în țările dezvoltate și în cele în dezvoltare/emergente.

Cu două decenii în urmă o asemenea mutație a puterii economice ar fi fost inimaginabilă. Or, aceste tendințe sunt așteptate a continua, iar pe măsură ce economiile emergente și în dezvoltare cresc, rolul lor în economia mondială va continua să sporească. Datorită dimensiunii mari a economiei și performanțelor

în termeni de creștere economică, China împreună cu alte țări emergente au ajuns să modeleze în prezent într-o măsură crescândă situația macroeconomică în plan global și perspectivele acesteia. Aceste țări exercită un impact major asupra competitivității, influențează venitul global, ocuparea forței de muncă și evoluția prețurilor produselor de bază. Pe scurt, afectează perspectivele de dezvoltare economică în restul lumii (OECD, 2010b).

1.2 Mutații în configurația comerțului internațional cu bunuri

1.2.1 Dinamica comerțului internațional cu bunuri

Dintr-o perspectivă istorică, în evoluția comerțului internațional se pot distinge două faze majore în termeni de dinamică, după cum ilustrează **Graficul 1.2**:

1. perioada creșterii relativ lente, care a caracterizat anii postbelici și a durat până prin anii '1970;

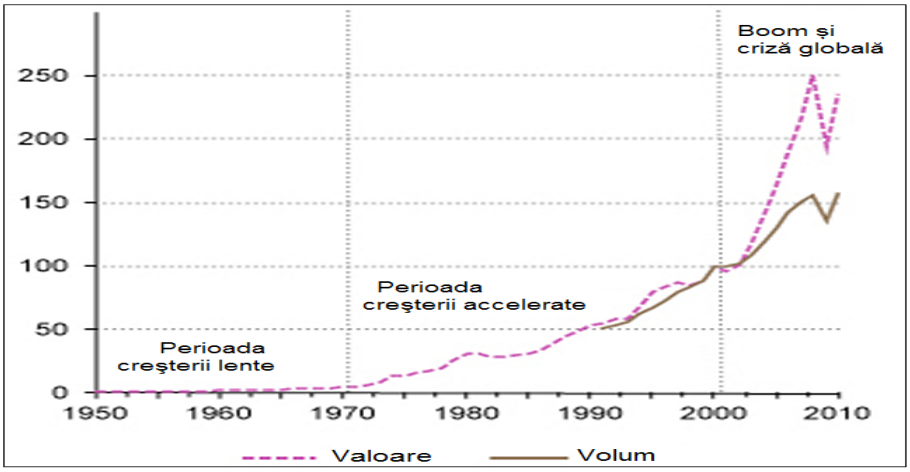
și

2. perioada creșterii accelerate, care s-a manifestat în special de la mijlocul anilor '1980, luând sfârșit din cauza crizei financiare și economice globale din 2008/2009, care a determinat colapsul fără precedent al comerțului internațional.

Accelerarea creșterii comerțului internațional în deceniile mai recente trebuie pusă în legătură cu accentuarea fenomenelor de globalizare, și în special cu procesul de integrare crescândă a țărilor în dezvoltare în economia mondială și expansiunea rețelelor globale de producție, cele două fenomene fiind intercorelate.

În perioada postbelică, ritmul de creștere a comerțului internațional a depășit substanțial dinamica producției mondiale. Potrivit datelor Organizației Mondiale a Comerțului (OMC), din 1950 și până în prezent, comerțul internațional a crescut de peste 27 de ori în termeni de volum. Expansiunea schimburilor comerciale internaționale a fost de trei ori mai rapidă decât cea a PIB mondial, care a sporit de 8 ori în aceeași perioadă, ceea ce scoate în evidență, înainte de toate, accentuarea interdependențelor dintre economiile lumii și subliniază, totodată, rolul comerțului ca ***motor al creșterii economice***.

Graficul 1.2: Tendințe istorice în evoluția exporturilor mondiale de bunuri, în termeni de valoare și volum, în 1950-2010 (Indice 2000=100)



Sursa: Calcule ale Secretariatului UNCTAD (2012a).

Istoria comerțului și a relațiilor sale cu creșterea economică a fascinat dintotdeauna economiștii și, ca atare, s-a bucurat de-a lungul timpului de un spațiu larg în literatura economică. Fără a ne propune să ne oprim asupra acestui subiect, subliniem doar concluzia către care converg toate analizele, și anume că ***expansiunea comerțului internațional a constituit un determinant major al performanțelor în materie de creștere economică pe plan mondial.*** În mod evident, există o relație de reciprocitate între creșterea comerțului și creșterea PIB mondial (real), ceea ce unii observatori denumesc drept „cercul virtuos" al creșterii veniturilor reale și al creșterii comerțului: expansiunea rapidă a comerțului a condus la accelerarea creșterii productivității și a veniturilor reale, înlesnind liberalizarea comerțului; liberalizarea comerțului, în schimb, a stimulat accelerarea schimburilor comerciale (Krueger, 2008, p. 4).

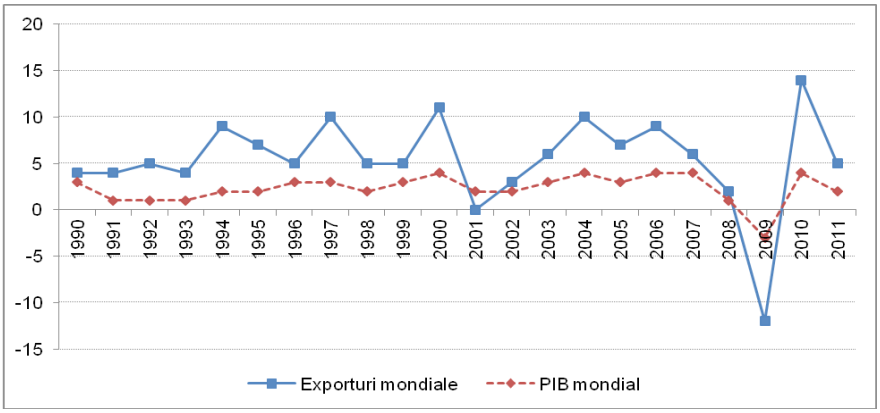
Din **Graficul 1.3** se poate constata că, în decursul ultimelor două decenii, comerțul internațional a constituit o componentă deosebit de dinamică a activității economice în plan mondial, evoluând în ritmuri susținute și devansând notabil dinamica PIB mondial. Excepția de la această tendință generală sunt anii de recesiune 2001 și 2009, când volumul fluxurilor comerciale internaționale a suferit o contracție mult mai accentuată în raport cu declinul producției, în special în contextul recesiunii din 2009.

Volumul valoric al schimburilor comerciale internaționale cu bunuri s-a ridicat la 17.779 miliarde de dolari în 2011, echivalând – conform calculelor noastre – cu o creștere de 2,8 ori față de anul 2000 și de 5,2 ori față de 1990 (WTO, 2011a; 2012 a). Dacă în perioada 1990-2000 valoarea comerțului internațional a

crescut într-un ritm mediu anual de 6,5%, dinamica sa în perioada 2000-2010 a fost superioară, de aproape 9% (excluzând declinul istoric din 2009), datorită în mare parte evoluțiilor în sensul creșterii prețurilor produselor de bază.

Potrivit experților Comisiei Europene, creșterea dinamică a comerțului internațional, mai ales în ultimul deceniu, s-a datorat într-o mai mică măsură politicilor comerciale și reducerii barierelor tarifare și netarifare din calea fluxurilor comerciale[12], fiind susținută în principal de sporirea veniturilor și a cererii, mai ales în economiile în dezvoltare și emergente, de reducerea costurilor transporturilor și comunicațiilor, de îmbunătățirile aduse în planul politicilor economice și al climatului investițional din aceste țări, ca și de presiunile necontenite ale concurenței care stimulează inovația, reducerea costurilor, relocalizarea activităților economice și economiile de scară în numeroase domenii de activitate (European Commission, 2010, p. 6).

Graficul 1.3: Dinamica comerțului mondial[1] comparativ cu PIB mondial[2], în perioada 1990-2011[3] (modificări anuale în %)



Note: [1] Exporturi de bunuri în termeni de volum; [2] PIB real (în prețuri constante, la cursul de schimb al pieței; [3] Estimări pentru anul 2011.

Surse: Grafic elaborat de autor în baza datelor istorice furnizate de Secretariatul OMC (WTO, 2011a) și a ultimelor estimări pentru anul 2011 (WTO, 2012a).

Spre deosebire de ritmurile de creștere a PIB mondial și a producției mondiale de bunuri, care manifestă un înalt nivel de concordanță, comerțul internațional

[12] Importanța liberalizării comerțului pentru creșterea comerțului internațional este susceptibilă unor interpretări diferite în cadrul literaturii economice. În timp ce unii economiști estimează că în proporție de circa ¼ creșterea comerțului mondial poate fi atribuită reducerii taxelor vamale (impactul reducerii barierelor netarifare fiind estimat a fi chiar superior), alții argumentează că specializarea verticală și creșterea comerțului cu bunuri intermediare ar fi principala forță motrice a creșterii comerțului și nu politica comercială (European Commission, 2010, p. 6).

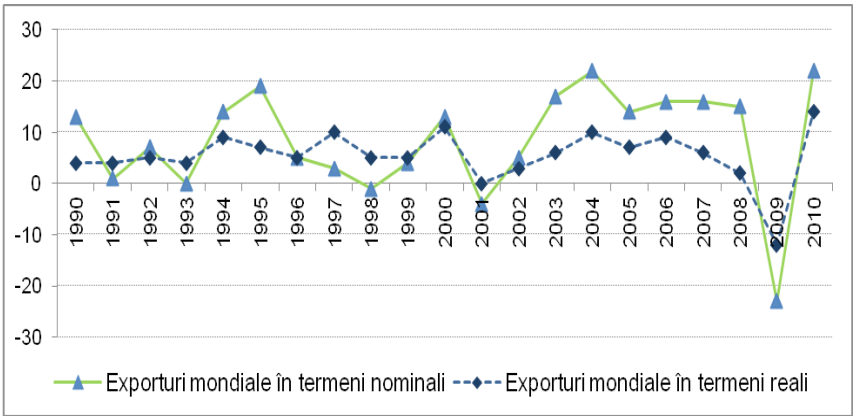
cu bunuri este supus unor fluctuații semnificative legate de prețurile produselor primare, de ciclurile economice și de perioadele de creștere și recesiune. Toate perioadele de declin din ultimele două decenii corespund unor recesiuni, precum cea asociată crizei financiare din Asia din 1997/1998, recesiunea din 2001 și, desigur, „Marea Recesiune" din 2008/2009. Fluctuațiile prețurilor produselor de bază, și în special ale produselor agricole și minerale (combustibili fosili), reprezintă factorii care au contribuit cel mai mult la oscilațiile manifestate în evoluția comerțului mondial cu bunuri.

În funcție de intensitatea fluctuațiilor prețurilor produselor de bază, în ultimele două decenii au alternat fazele de convergență cu cele de divergență între evoluția comerțului în termeni de volum și în termen de valoare, fenomenul de decuplare a celor două ritmuri fiind deosebit de pregnant în anii '2000[13] (**Graficul 1.4).**

Deși de-a lungul timpului comerțul a urmat, în linii generale, tendințele manifestate de evoluția PIB mondial (producției mondiale), pe parcursul anumitor faze s-au conturat anumite ***divergențe*** între cele două. Astfel, dacă ***până în 1970***, ritmurile de creștere a comerțului, a PIB și a producției au fost aproape identice – denotând că globalizarea se afla încă în stadiile sale incipiente –, ***în perioada 1970-1985,*** s-a manifestat o primă divergență semnificativă, legată în principal de primele șocuri ale țițeiului și având drept rezultat majorarea notabilă a prețurilor energiei și creșterea corespunzătoare a volumului valoric al comerțului cu bunuri. Dacă prima divergență a fost alimentată de ***prețurile produselor de bază,*** cea de-a doua s-a conturat ***după 1985***, fiind legată în principal de expansiunea ***rețelelor producției globale*** și a activităților industriei prelucrătoare în țările în dezvoltare. În fine, putem aprecia că ***recesiunea din 2008/2009*** a generat cea de-a treia divergență majoră, reflectată în scăderea mult mai abruptă a comerțului internațional comparativ cu producția mondială **(Graficul 1.3),** ceea ce a constituit obiectul unor intense dispute în literatura economică. Unii analiști sunt de părere că, odată ce globalizarea își va fi atins faza de maturitate, este foarte probabil ca prețurile produselor de bază să constituie din nou principalul factor de divergență.

[13] Din anii '2000, prețurile internaționale ale produselor de bază s-au înscris pe o traiectorie ascendentă, inversând tendința descendentă manifestată începând din 1995, iar în anii de criză au înregistrat oscilații puternice. Anii de boom, care au început în 2002 și au culminat în 2008, au luat sfârșit prin prăbușirea lor severă în 2009, urmată de o revenire puternică, care le-a propulsat din nou la nivelurile din 2007 la începutul anului 2011, când a început o corecție majoră concomitent cu accentuarea volatilității (UNCTAD, 2012a).

Graficul 1.4: Evoluția comparativă a exporturilor mondiale în termeni nominali și în termeni reali, în perioada 1990-2010 (modificări anuale în %)



Sursă: Grafic elaborat de autor în baza statisticilor furnizate de Secretariatul OMC (WTO, 2011a).

După cum remarca economistul american Joseph Stiglitz în 2009, recenta recesiune a generat prima criză economică din era globalizării, în sensul că a fost resimțită la scară mondială (și nu doar regională) și s-a răspândit rapid din cauza globalizării piețelor financiare (Milberg și Winkler, 2010). Cu alte cuvinte, a fost prima criză economică de la globalizarea fără precedent a producției, adică de la utilizarea extinsă a rețelelor producției globale, și în contextul în care economiile emergente (puternic dependente de export) sunt integrate în economia mondială prin intermediul acestor rețele. Din acest motiv, criza economică declanșată în SUA în 2007 s-a tradus rapid printr-o scădere puternică a cererii pentru exporturile provenind din țările în dezvoltare, exercitând un efect multiplicator asupra comerțului internațional. Iar ceea ce a surprins cel mai mult analiștii în contextul recentei crize, a fost colapsul dramatic al volumului comerțului internațional în 2009 raportat la contracția PIB mondial.

Din cercetările recente efectuate pe plan internațional se desprinde concluzia că, datorită dimensiunii semnificative a schimburilor comerciale desfășurate prin rețelele globale de producție, ***schimbările în valoarea și volumul comerțului în decursul ciclului economic sunt mult mai ample în prezent*** decât în trecut. Mai precis, din cauza importanței crescânde a acestor rețele în comerțul internațional, elasticitatea fluxurilor comerciale față de schimbările intervenite în PIB global a sporit de la 1,94 în anii '1960, la 3,69 în anii '2000 (Freund, 2009). Drept rezultat, dacă în trecut, o scădere cu 1% a venitului global inducea un declin cu 1,9% al comerțului mondial, în prezent, o scădere cu același procentaj a PIB mondial antrenează un declin al comerțului cu 2 puncte procentuale mai mare decât în anii '1960.

1.2.2 Schimbări în contribuția țărilor și în orientarea geografică a fluxurilor comerciale de bunuri

Mutațiile în balanța puterii economice și comerciale în plan global devin deosebit de pregnante dacă urmărim schimbările petrecute în distribuția fluxurilor comerciale pe destinații, pe marile grupe de țări și regiuni geografice.

Creșterea ponderii țărilor în dezvoltare/emergente în comerțul mondial

Potrivit datelor OMC, în 2011, ponderea cumulată a economiilor în dezvoltare și emergente în comerțul mondial cu bunuri a atins cel mai înalt nivel din 1948, sporind la 45% (47% la exporturi și 42% la importuri), de la numai 25% în 1990. În mod corespunzător, ponderea economiilor avansate – de 75% în 1990 – s-a diminuat continuu, pentru a ajunge în 2011 la 55% (53% la exporturi și 58% la importuri) (WTO, 2012a).

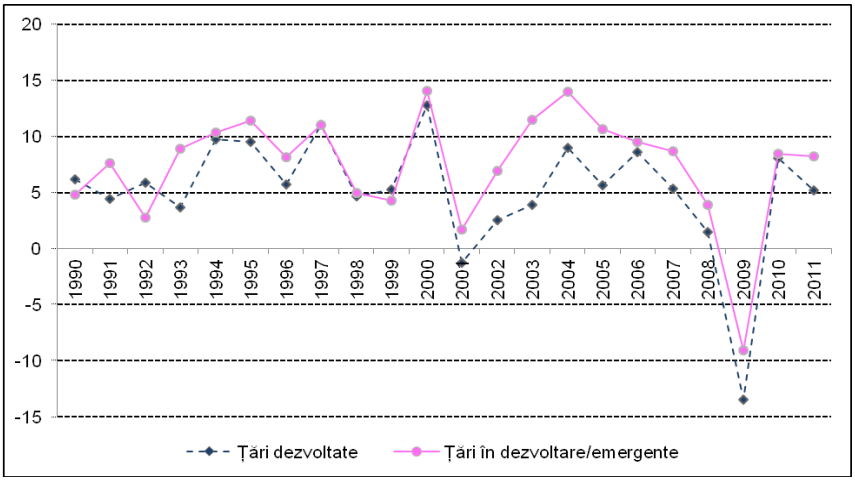
Totodată, țările în dezvoltare/emergente au marcat în 2011 cel de-al doilea deceniu consecutiv în care ritmul de creștere a exporturilor lor a devansat dinamica exporturilor țărilor dezvoltate (**Graficul 1.5)**. Iar decalajul în materie de dinamică dintre cele două grupe de economii s-a adâncit și mai mult în anii '2000, când ritmul de creștere a exporturilor economiilor emergente a fost de două ori mai mare decât cel al economiilor avansate.[14]

Cert este că din anii '2000, țările în dezvoltare ca grup s-au impus drept ***principală forță motrice a creșterii comerțului internațional***, iar acest rol s-a accentuat și mai mult în anii relansării comerțului după colapsul istoric suferit în contextul crizei din 2008/2009. Potrivit estimărilor, aceste țări au contribuit cu 54% la relansarea comerțului internațional în urma celei mai grave crize din perioada postbelică (UNCTAD, 2012a). Desigur, în cadrul acestei cifre agregate, performanțele comerciale variază considerabil între diferitele regiuni și țări în dezvoltare, succese remarcabile fiind repurtate în special de țările în dezvoltare din Asia.

[14] Sunt edificatoare următoarele exemple bazate pe ultimele date statistice furnizate de OMC: în timp ce exporturile mondiale de bunuri (în termeni valorici) sunt estimate a fi crescut în perioada 2005-2011 într-un ritm mediu anual de 10% (iar cele generate de *UE* în relațiile cu terții, de 8%), exporturile *Indiei* au sporit cu 20%, ale *Chinei* cu 16%, iar ale *Braziliei* și *Rusiei* cu câte 14%. Același decalaj consistent în termeni de dinamică se manifestă și pe latura importurilor: în timp ce importurile mondiale au sporit în 2005-2011 într-un ritm mediu anual de 9% (în cazul *extra-UE*, de 8%), volumul valoric al exporturilor *Indiei* s-a majorat cu 21%, al *Chinei* cu 18%, al *Braziliei* cu 20%, iar al *Rusiei* cu 17% (WTO, 2012a) (Vezi și **Anexa 4**).

Graficul 1.5: Evoluția volumului exporturilor de bunuri ale țărilor dezvoltate și ale țărilor în dezvoltare/emergente, în perioada 1990-2011

(modificări anuale în %)



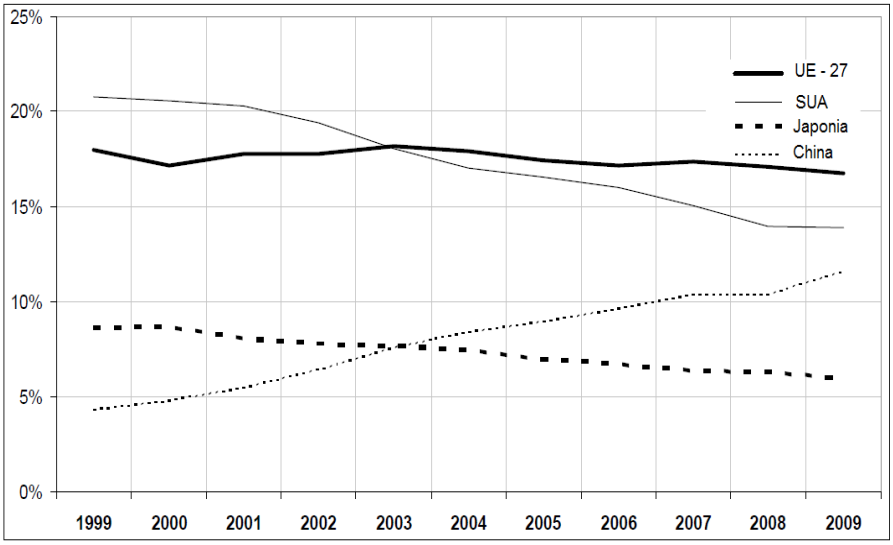
Sursă: Grafic elaborat de autor în baza datelor furnizate de FMI (IMF, 2012a).

Creșterea economică rapidă și implicarea crescândă în comerțul internațional a economiilor emergente, și în special a marilor jucători – precum țările BRIC –, este frecvent percepută ca o amenințare la adresa poziției economice a țărilor dezvoltate, în condițiile în care ponderile marilor jucători tradiționali pe scena comercială globală au suferit diminuări semnificative în ultimul deceniu, cele mai afectate fiind SUA și Japonia[15]. După cum arată și **Graficul 1.6,** ponderea UE-27 în exporturile mondiale a fost afectată, la rândul ei, dar într-o mai mică măsură, menținându-se relativ stabilă, în pofida creșterii ponderii economiilor emergente și în contrast cu declinul semnificativ înregistrat de marile economii dezvoltate. De altfel, conform aprecierii oficialităților comunitare, "performanțele comerciale ale UE în context global au fost relativ bune în ultimul deceniu, UE reușind să transforme provocările în oportunități".[16]

[15] Ponderea SUA în exporturile mondiale de bunuri a scăzut de la 12,6% la 8,6% în perioada 1993-2010, a Japoniei de la 9,9% la 5,2%, iar a UE de la 37,4% la 34,7%, în timp ce ponderea Chinei a sporit de la 2,5% la 10,6%, conform datelor OMC (WTO, 2011a).

[16] Potrivit aceleiași surse, UE a avut performanțe relativ bune în perioada 1994-2007 inclusiv pe piața produselor de înaltă tehnologie. În timp ce SUA și Japonia au pierdut cote substanțiale, UE a înregistrat chiar o creștere modestă. Numai China și-a mărit substanțial cota de piață, deși a pornit de la un nivel foarte scăzut (dar, o proporție mare din exportul de produse de înaltă tehnologie al Chinei reprezintă exporturi de procesare și doar o mică parte din valoarea adăugată totală este de fapt creată în China) (European Commission, 2010, p. 6).

Graficul 1.6: Ponderile UE-27[1], SUA, Japoniei și Chinei în comerțul mondial cu bunuri, în perioada 1999-2009 (în %)



Notă: [1] Exclusiv comerțul intra-UE.

Sursă: European Commission (2010, p. 7).

Conform proiecțiilor pe termen lung ale cercetătorilor americani de la prestigiosul institut Carnegie Endowment for International Peace, ponderea țărilor în dezvoltare/emergente în comerțul internațional ar urma să sporească la 70% până în anul 2050 (Dadush și Shaw, 2011, p. 65). Creșterea economică rapidă a acestor țări și ponderea lor crescândă în economia mondială vor transforma comerțul mondial, iar pe măsură ce economiile lor se vor diversifica și vor deveni piețe tot mai importante de export, ele vor ajunge să domine comerțul internațional. Există trei tendințe de bază care susțin aceste evoluții (Dadush și Ali, 2010, p. 2):

- diversificarea puternică a exporturilor de produse ale industriei prelucrătoare, ceea ce mărește considerabil dimensiunea potențială a piețelor lor;
- apariția în aceste țări a unei clase medii și bogate de mari dimensiuni, ceea ce le face să devină consumatori importanți; și
- creșterea integrării financiare, ceea ce facilitează și stimulează comerțul.

Intensificarea relațiilor comerciale Sud-Sud: o dimensiune importantă a comerțului mondial

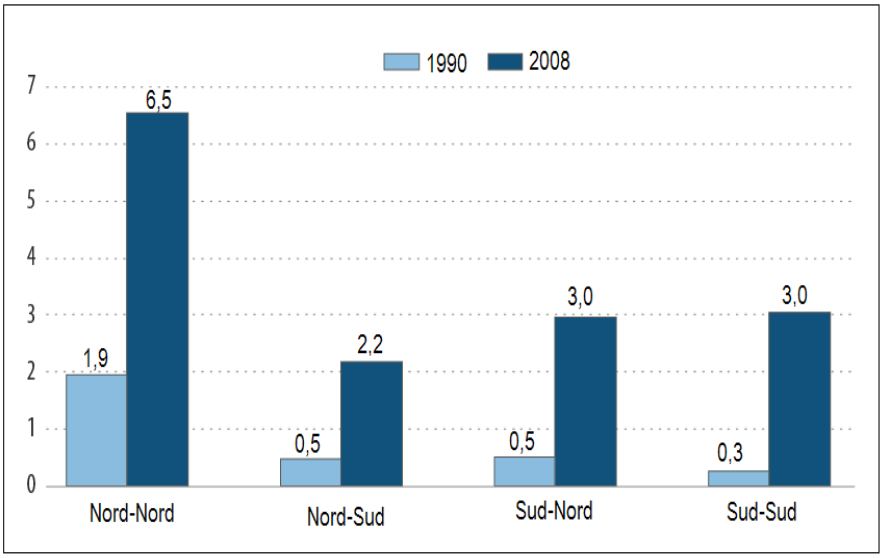
Creșterea spectaculoasă a ponderii țărilor în dezvoltare în comerțul mondial se datorează, într-o mare măsură, expansiunii exporturilor acestor țări orientate către alte țări în dezvoltare (*comerțul Sud-Sud*) și intensificării legăturilor economice dintre aceste țări.

După cum arată **Graficul 1.7**, volumul comerțului dintre aceste țări a sporit de la 300 miliarde USD în 1990 la 3.000 miliarde USD în 2008, anul declanșării crizei economice și financiare globale, ceea ce echivalează cu o creștere a ponderii acestui comerț în totalul comerțului mondial de la 9% în 1990 la 20% în 2008, și la 37% în prezent, potrivit estimărilor OCDE (OECD, 2010a; OECD, 2010b). Dacă la comerțul Sud-Sud se adaugă exporturile țărilor în dezvoltare către țările dezvoltate (*comerțul Sud-Nord*), rezultă că țările în dezvoltare erau responsabile pentru 41% din exporturile globale în 2008, ceea ce reprezintă o creștere cu 16 puncte procentuale față de ponderea deținută în 1990, de 25%. În mod corespunzător, comerțul dintre țările dezvoltate (*comerțul Nord-Nord*), ca pondere în totalul comerțului mondial, a înregistrat un declin de la 59% în 1990, la 44% în 2008 (OECD, 2010a).

Importanța crescândă a comerțului desfășurat între țările în dezvoltare este ilustrată și de **Graficul 1.8,** care relevă că, în decursul ultimului deceniu și jumătate, ponderea comerțului Sud-Sud în totalul comerțului derulat între economiile în dezvoltare a sporit de la 41% la 56%, depășind pragul de 50% în 2006. Creșterea comerțului Sud-Sud a fost deosebit de pregnantă în Asia de Est, fapt care trebuie atribuit, înainte de toate, importanței crescânde a sistemului producției globale pentru relațiile comerciale din această regiune.

În cadrul grupului de țări în dezvoltare, Asia joacă rolul determinant, revenindu-i peste 75% din totalul comerțului Sud-Sud (Dadush și Shaw, 2011, p. 65). În acest context este de subliniat că, din 2009, **China** s-a impus drept cel mai mare exportator de bunuri pe plan mondial (luând locul Germaniei) (vezi și **Anexa 1.5**); totodată, a devenit partenerul comercial dominant al Braziliei, Indiei și Africii de Sud. Totuși, se anticipează ca și alte țări emergente – printre care India, Brazilia, Indonezia și Mexic – să intre în curând în topul marilor exportatori.

Graficul 1.7: Evoluția exporturilor mondiale, pe regiuni, în 1990-2008 (în mii de miliarde USD)



Notă: "Nordul" desemnează țările dezvoltate, iar "Sudul" – țările în dezvoltare, potrivit definiției ONU.

Sursă**:** OECD (2010a, p. 71).

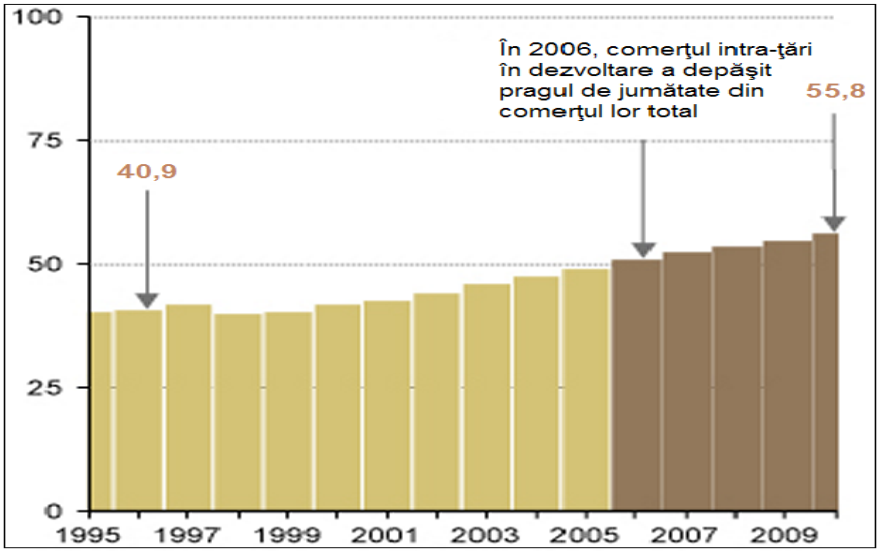
Creșterea dinamică a fluxurilor comerciale (ca și a celor investiționale) Sud-Sud reflectă o altă dimensiune majoră a mutațiilor structurale din economia mondială: transferul activităților de prelucrare industrială dinspre țările avansate înspre țările emergente.

Sporirea relevanței piețelor țărilor în dezvoltare/emergente pentru țările dezvoltate

Modificări importante au intervenit și în configurația ***schimburilor comerciale dintre țările în dezvoltare și țările dezvoltate.*** Dacă până în anii '1990, țările dezvoltate erau cunoscute drept țări "industrializate", întrucât produceau și exportau partea preponderentă a produselor prelucrate, iar țările în dezvoltare erau în principal exportatori de produse primare și unele produse cu nivel scăzut de prelucrare (precum textilele), în prezent, numeroase țări în dezvoltare au ajuns să fie mult mai industrializate[17] decât tradiționalele "țări industrializate", iar piețele lor au devenit tot mai atractive pentru aceste din urmă țări, deopotrivă din perspectiva exporturilor și a importurilor.

[17] Potrivit aprecierii OCDE, numărul țărilor în dezvoltare caracterizate printr-o convergență puternică cu țările afluente membre ale OCDE a sporit de la 12 la 65, perfomanțele Chinei și ale Indiei având un impact puternic asupra restului lumii în dezvoltare (OECD, 2010b).

Graficul 1.8: Ponderea comerțului Sud-Sud (cu bunuri) în totalul comerțului economiilor în dezvoltare, în 1995-2010 (în %)



Sursa: Calcule ale Secretariatului UNCTAD (2012a).

Creșterea importanței țărilor în dezvoltare ca piețe de export pentru țările dezvoltate reflectă sporirea disponibilului de resurse valutare al acestor țări, expansiunea dinamică a unei clase de mijloc înstărite și de mari dimensiuni, ca și creșterea și diversificarea cererii lor pentru produse importate.

Datele statistice confirmă că țările în dezvoltare au devenit ***piețe tot mai importante pentru țările dezvoltate***, ponderea lor în exporturile totale ale economiilor avansate sporind în medie de la 23,3% în 1985, la 33,4% în 2009, potrivit estimărilor OCDE (OECD, 2010a, p. 71). Spre exemplu, exporturile UE către China au crescut de peste patru ori în deceniul 1996-2006, iar exporturile către Rusia, Africa Sub-Sahariană, Europa de Est și Asia Centrală de peste trei ori (Dadush și Ali, 2010, p. 4). În același interval, ponderea Japoniei în totalul exporturilor UE s-a menținut practic neschimbată (sub 2%), iar cea a exporturilor destinate altor țări dezvoltate a scăzut de la 9% la 7%. În cazul SUA, piețele țărilor în dezvoltare sunt și mai importante, ponderea acestora în totalul exporturilor sporind între 1996-2006 de la 31% la 38%, și la 42% în 2009, potrivit unor estimări mai recente (Ahearn, 2011, p. 14).

În același timp, țările în dezvoltare au devenit ***surse tot mai importante de import pentru țările dezvoltate.*** Este relevant faptul că, în condițiile în care importurile UE ca pondere în PIB au crescut de la sub 5% la sfârșitul anilor '1980 la aproape 10% în 2008 – potrivit datelor furnizate de Comisia Europeană –, importurile UE din țările în dezvoltare au sporit mult mai rapid decât cele din țările dezvoltate, mai ales începând de la mijlocul anilor '2000 (European Commission, 2010, p. 13). De exemplu, ponderea SUA în totalul importurilor UE a scăzut de la 7,3% la 4,1% în

perioada 2000-2010, iar a Japoniei de la 3,3% la 1,6%, în timp ce China și-a majorat ponderea respectivă de la 2,7% la 7%, iar Rusia de la 1,9% la 3,9%, potrivit datelor OMC (WTO, 2011a). Creșterea rapidă a importurilor din țările în dezvoltare a determinat numeroși observatori să asocieze declinul industriei prelucrătoare din UE, ca și din alte țări dezvoltate, cu creșterea șomajului în aceste țări și, ca atare, să considere că globalizarea contribuie la șomaj și la lipsa de securitate a locurilor de muncă, la competiție neloială din partea țărilor cu salarii scăzute, la reducerea nivelului salariilor și la creșterea inegalității veniturilor. Iar impunerea rapidă a Chinei în ultimul deceniu ca principala țară industrializată din lume a complicat și mai mult această situație.

Caracterul pronunțat intraregional al fluxurilor comerciale internaționale

Sub aspectul orientării geografice a comerțului internațional cu bunuri, este important de subliniat și faptul că fluxurile comerciale internaționale continuă să fie concentrate în cadrul marilor regiuni geografice, vădind un pronunțat ***caracter intraregional*** și mai puțin interregional. Potrivit celor mai recente estimări ale OMC, 71% din exporturile generate de Europa la nivelul anului 2010 au rămas în interiorul regiunii, fiind de altfel regiunea care afișează cel mai ridicat nivel al fluxurilor comerciale intraregionale. În același an, exporturile intraregionale ale Asiei au reprezentat 53% din exporturile sale mondiale. În cazul Americii de Nord, 50% din exporturile generate s-a orientat către membrii Acordului de liber schimb nord-american (SUA, Canada și Mexic). În schimb, piața principală de export a Africii este UE, urmată de Asia și America de Nord; pentru Comunitatea Statelor Independente (CSI) principala piață este Europa, iar pentru Orientul Mijlociu – Asia (WTO, 2011a).

Legat de prevalența fluxurilor comerciale intraregionale în raport cu cele interregionale, se impun două observații importante:

1. o parte însemnată a comerțului intraregional constă în ***schimburi cu bunuri intermediare*** între partenerii regionali care aparțin ***rețelelor producției globale și, respectiv, regionale***, care s-au extins foarte rapid în deceniile recente și exercită o influență majoră asupra comerțului (exemplul ilustrativ fiind Asia);
2. evoluția comerțului intraregional reflectă și o altă realitate importantă a zilelor noastre, și anume, creșterea numărului, importanței și a impactului ***acordurilor comerciale preferențiale*** asupra comerțului internațional.[18]

[18] În ultimele două decenii, a avut loc o adevărată explozie a regionalismului. Potrivit estimărilor OMC, numărul acordurilor comerciale preferențiale a sporit de peste patru ori după 1990. Mai mult decât atât, numărul acestora este așteptat să crească în continuare, reprezentând o dimensiune importantă a relațiilor comerciale internaționale. La ora actuală sunt active în toată lumea peste 300 de asemenea acorduri, bilaterale și regionale. Cu excepția Mongoliei, toate țările membre ale OMC fac parte din cel puțin un acord preferențial. Drept rezultat, peste jumătate din comerțul internațional intră sub incidența multiplelor aranjamente comerciale preferențiale. Dacă ponderea comerțului desfășurat în baza acordurilor comerciale preferențiale în exporturile mondiale de bunuri a fost de 28% în 1990, aceasta s-a majorat la 51% în 2008 (WTO, 2011b, p. 64).

1.2.3 Modificări în structura pe produse a comerțului internațional cu bunuri

O caracteristică dominantă a evoluției comerțului internațional de-a lungul deceniilor sub aspect structural a fost creșterea dinamică a fluxurilor comerciale de produse prelucrate și a ponderii acestora în totalul comerțului. Ponderea produselor primare în comerțul internațional (ca și în PIB mondial) a scăzut continuu, atât în termeni de volum, cât și ca valoare, până în anii mai recenți, când prețurile acestora au crescut notabil, rămânând o întrebare deschisă dacă aceste tendințe vor continua și în viitor.

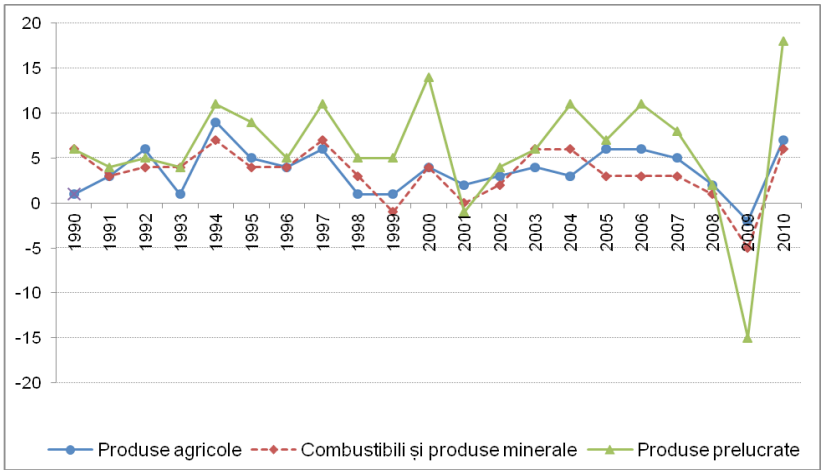
Potrivit datelor OMC, la nivelul anului 2010, din totalul exporturilor mondiale de bunuri (în valoare de 14.851 miliarde de dolari), ***produsele prelucrate*** au deținut o pondere de 67,1%, fiind urmate la mare distanță de grupa de ***combustibili și produse minerale***, cu o pondere de 20,4%, și de ***produsele agricole***, cu o pondere de 9,2% (WTO, 2011a).

Graficul 1.9 prezintă evoluția comparativă a celor trei fluxuri majore de produse (în termeni de volum) în ultimele două decenii, iar **Tabelul 1.2** oferă o imagine asupra dinamicii exporturilor de bunuri (pe ansamblu și pe cele trei componente) în perioada mai recentă, comparativ cu evoluția producției mondiale de bunuri și, respectiv, PIB mondial.

În cadrul ultimelor două decenii se pot distinge două perioade prin prisma evoluției structurii comerțului internațional pe principalele sectoare componente (în termeni de volum):

- în perioada 2000-2010, volumul comerțului cu produse prelucrate a crescut într-un ritm mediu anual de 4,8%, sporind de două ori mai rapid decât combustibilii și produsele minerale; comerțul cu produse agricole a crescut într-un ritm de 3,7%;

Graficul 1.9: Evoluția structurii exporturilor mondiale (în termeni de volum), pe principalele categorii de produse, în 1990-2010 (modificări anuale, %)



Sursă: Grafic elaborat de autor în baza statisticilor furnizate de Secretariatul OMC (WTO, 2011a).

- în schimb, în perioada 1990-2000, toate cele trei componente majore ale comerțului cu bunuri au înregistrat ritmuri medii anuale de creștere superioare – de 7,2% în cazul produselor prelucrate, 3,7% al combustibililor și produselor minerale și de 4% al produselor agricole (WTO, 2011a).

Este de subliniat că, în ultimul deceniu, prețurile combustibililor și produselor minerale au înregistrat cel mai ridicat ritm de creștere (de 10,7%), fiind urmate de produsele agricole (5,6%) și produsele prelucrate (2,9%). Drept urmare, ponderea produselor primare în comerțul internațional a sporit de la 22% în 2000, la 30% în 2010 (WTO, 2011a).

Tabelul 1.2: Dinamica exporturilor mondiale de bunuri comparativ cu producția mondială și PIB mondial, pe cele trei componente, în 2005-2010

(modificări anuale în %)

	2005-2010	2008	2009	2010
Exporturile mondiale de bunuri[1]	3,5	2,5	-12,0	14,0
Produse agricole	3,5	2,5	-2,5	7,5
Combustibili și produse minerale	1,5	1,0	-5,5	5,5
Produse prelucrate	4,0	2,5	-15,0	18,0

Producția mondială de bunuri	2,0	1,0	-2,5	4,0
Agricultură	2,0	3,5	0,5	0,0
Industria extractivă	0,5	1,5	-1,5	2,0
Industria prelucrătoare	2,5	0,0	-4,0	5,5
PIB mondial[2]	2,0	1,5	-2,5	3,5

Note:[1] În termeni de volum; [2] PIB real, în dolari, la cursul de schimb al pieței.

Sursă: Secretariatul OMC (WTO, 2011a).

Prin prisma structurii pe produse a comerțului internațional cu bunuri, două tendințe fundamentale ni se par deosebit de relevante, care explică în mare parte performanțele comerciale remarcabile ale țărilor în dezvoltare în ultimele două decenii, și anume: (1) creșterea ponderii produselor prelucrate în comerțul țărilor în dezvoltare; și (2) creșterea comerțului mondial cu produse intermediare.

Creșterea ponderii produselor prelucrate în comerțul țărilor în dezvoltare

Istoria economică demonstrează că țările care au reușit să urce pe scara dezvoltării economice și-au diversificat structura exporturilor, dinspre produse de bază înspre produse prelucrate, care oferă perspective mai bune pentru creșterea veniturilor din export și asigură totodată o mai mare stabilitate în materie de prețuri, permițându-le să evite volatilitatea raportului schimb pe care o experimentează economiile dependente de produsele de bază. Uneori această tranziție a avut loc în mod autonom, dar de cele mai multe ori țările au promovat-o în mod activ, prin intermediul politicilor de creștere economică bazată pe stimularea exporturilor (Dadush și Ali, 2010, p. 5).

Odată cu schimbările intervenite în strategiile de dezvoltare și în politicile comerciale ale țărilor în dezvoltare la mijlocul anilor '1980, în structura exporturilor acestora s-au produs mutații semnificative ***dinspre predominanța produselor de bază înspre o mare diversitate de produse prelucrate***. După cum arată **Tabelul 1.3**, ponderea produselor prelucrate în exporturile economiilor în dezvoltare/emergente a crescut de peste 3 ori în ultimele 4 decenii, sporind de la 23% în media perioadei 1960-1972, la 75% în 1986-2008. Drept urmare, țările în dezvoltare și-au intensificat prezența pe piața globală a produselor prelucrate. Astfel, exporturile de produse prelucrate ale Chinei au depășit pe cele ale SUA și Japoniei în 2006, ponderea sa în exporturile mondiale de produse prelucrate crescând de la 3,2% în 1996, la 9,8% în 2006.[19] Dar și alte țări în dezvoltare și-au majorat exporturile de produse prelucrate, precum cele din Africa Sub-Sahariană, ponderea acestor produse în totalul exporturilor ajungând de la 7,1% la 18,7%. În plus, produsele prelucrate joacă un rol crescând în comerțul Sud-Sud,

[19] Alte exemple grăitoare: în 2010, țărilor emergente din Asia le-au revenit 63% din exporturile mondiale de echipamente de birou și de telecomunicații; în același an, China a depășit UE ca principalul exportator de echipamente de telecomunicații (WTO, 2011a).

ponderea lor în totalul acestui comerț sporind de la 31% în 1995, la 37% în 2005 (Dadush și Ali, 2010). La nivelul anului 2010, de exemplu, 52% din exporturile de produse prelucrate ale Asiei s-au îndreptat către economiile în dezvoltare (WTO, 2011a). Analiștii apreciază că exporturile de produse prelucrate generate de țările în dezvoltare ar fi crescut și mai mult, dacă exporturile de combustibili (minerali) nu ar fi explodat ca prețuri și ca volum. Spre exemplu, între 1996-2006, exporturile de combustibili (minerali) ale Orientului Mijlociu și Africii de Nord au sporit cu aproape 1.000%, de la 37 miliarde USD la 360 miliarde USD (Dadush și Shaw, 2011, p. 75).

Tabelul 1.3: Structura exporturilor de bunuri pe grupe mari de produse și țări, în 1960-2008, (în %)

Grupe de țări/grupe de produse	1960-1972	1973-1985	1986-2008
Economii avansate			
Produse primare, altele decât combustibili	24,9	19,5	14,1
Produse primare, combustibili	3,8	6,4	4,75
Produse prelucrate	71,4	74,2	81,2
Economii în dezvoltare/emergente			
Produse primare, altele decât combustibili	60,8	37,8	16,5
Produse primare, combustibili	16,8	32,75	8,9
Produse prelucrate	23,3	38,6	74,6

Sursă: Kose și Prasad (2010a, p. 45).

Schimbările majore intervenite în structura pe produse a exporturilor țărilor în dezvoltare/emergente trebuie asociate cu ***transferul capacităților de producție din sfera industriei (și a serviciilor) dinspre țările avansate*** înspre aceste țări. Un studiu elaborat în 2010 de specialiștii de la Brookings Institution confirmă tendințele de creștere a ponderii producției industriale în țările emergente (de la 28% în media anilor 1960-1972, la 34% în 1986-2008), concomitent cu diminuarea acesteia în economiile avansate (de la 34% la 28% în aceeași perioadă). În același timp, în economiile emergente activitatea industrială crește într-un ritm mult mai rapid comparativ cu economiile avansate. Astfel, în primul grup de țări, ritmurile de creștere a producției industriale au fost de 6,5% în media anilor 1960-1972, de 5,5% în 1973-1985 și de 6,7% în 1986-2008, în țările avansate fiind doar de 5,4%, 1,7% și, respectiv, 1,8% (Kose și Prasad, 2010a, pp. 37, 39-40).

Mutațiile în amplasarea producției industriale la nivel global sunt și mai clar reliefate de indicatorul care măsoară valoarea adăugată pe locuitor generată în industria prelucrătoare. Dacă pe ansamblul țărilor industrializate acest indicator a sporit de 1,3 ori în intervalul 1990-2007 – potrivit calculelor OCDE –, pe ansamblul țărilor în dezvoltare creșterea a fost de peste 2 ori. Acumularea valorii adăugate din sfera industriei prelucrătoare s-a concentrat în Asia, unde indicatorul a sporit de peste 3 ori din 1990; în America Latină creșterea a fost mai

lentă (de numai 1,3 ori), iar în Africa Sub-Sahariană a stagnat (OECD, 2010a, p. 123). În China, valoarea adăugată pe locuitor generată în industria prelucrătoare a crescut de aproape 6 ori, ceea ce explică într-o bună măsură impunerea acestei țări în 2010 ca cel mai mare producător de bunuri prelucrate din lume, depășind SUA cu o cotă de piață de 19,8%, ușor superioară ponderii SUA, de 19,4% (Washington Post, 2011).

Concentrarea activităților de prelucrare în Asia – fenomen conceptualizat frecvent prin sintagma „fabrica Asia" – a fost stimulată de externalizarea/relocalizarea activităților economice (bunuri și servicii) dinspre țările dezvoltate înspre țările cu costuri salariale reduse, fenomen asociat procesului de globalizare și fragmentare a producției sub impactul CTN. În loc de a se concentra asupra producerii valorii integrale a unui produs cu inputuri interne, „fabrica Asia" se caracterizează prin fragmentarea procesului de producție și încorporarea în produsul finit a unei uriașe cantități de valoare adăugată provenind din fiecare țară implicată, inclusiv din țările avansate, precum SUA, UE și Japonia.[20] China, ca nucleu al „fabricii Asia", a devenit competitivă pe piața internațională nu numai datorită costurilor reduse ale forței de muncă, ci și importurilor sale masive de produse intermediare (părți și componente) sofisticate din alte țări din Asia de Est, pe care le asamblează și le reexportă pe piețele țările dezvoltate (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 74). Iar integrarea Chinei în rețelele producției globale își găsește reflectarea în deficitele comerciale bilaterale pe care le înregistrează cu aproape toate țările din Asia de Est și excedentele sale comerciale bilaterale cu majoritatea țărilor dezvoltate – în special cu SUA și statele membre ale UE.

Prevalența produselor intermediare în comerțul mondial: expresie a creșterii relevanței sistemului producției globale

O altă tendință importantă în evoluția comerțului internațional sub aspect structural vizează ***expansiunea dinamică a fluxurilor comerciale de produse intermediare*** și angrenarea tot mai accentuată a țărilor în dezvoltare/emergente în aceste fluxuri.

Creșterea dinamică a comerțului cu bunuri intermediare este o reflectare a evoluției fluxurilor comerciale intra-industrie în contextul accentuării globalizării activităților economice, și în special al expansiunii activităților de externalizare/relocalizare în sectorul industriei (dar și al serviciilor). Este vorba – așa cum s-a amintit deja – de procesul de globalizare și fragmentare a lanțului valorii adăugate sub acțiunea rețelelor producției globale guvernate de CTN și de impactul crescând al acestor rețele asupra comerțului internațional.

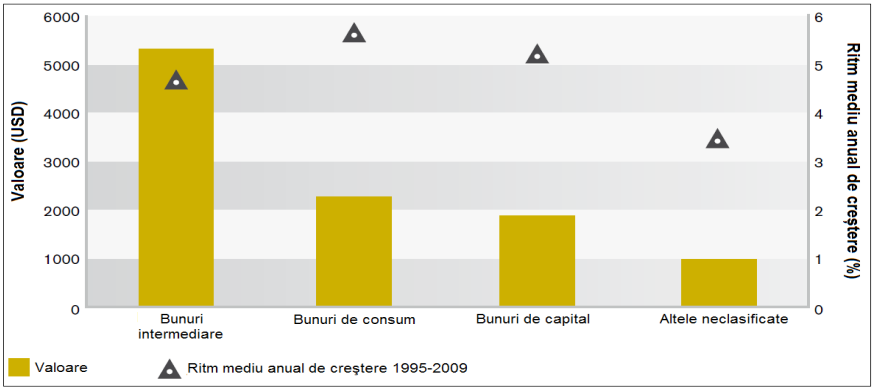
[20] De exemplu, producția avionului de mărime medie, *Boeing 787 Dreamliner*, implică 43 de furnizori provenind din 135 amplasamente din toată lumea, producția relocalizată fiind estimată a reprezenta 70% din produsul final. Ca atare, comerțul internațional nu mai este azi atât o problemă de specializare a țărilor în anumite ramuri economice, cât mai ales în anumite ocupații/sarcini (Ghibuțiu, 2011a, p. 20).

Rețelele de producție integrate în plan global sunt de fapt adevărate „fabrici globale", în condițiile în care firmele din domeniul industriei prelucrătoare relocalizează diferitele stadii ale proceselor lor de producție – începând de la creație și până la producție, marketing și distribuție – pe piețele cele mai atractive sub aspectul costurilor, pentru a-și optimiza lanțul valorii. Drept consecință, o parte însemnată a comerțului desfășurat astăzi este alcătuită din componente – bunuri intermediare și servicii –, care trec de la o economie la alta, traversând succesiv diferite frontiere naționale, înainte de a intra în alcătuirea unui produs final comercializat.[21]

Noile realități induse în peisajul comercial internațional de expansiunea dinamică a rețelelor producției globale își găsesc reflectarea în ***creșterea vertiginoasă a schimburilor internaționale cu părți și componente***, care rezultă din fragmentarea proceselor de producție în diferite stadii/pași/sarcini și reamplasarea acestora la scară globală. Aceste noi realități au dat naștere unui nou concept, „comerțul cu sarcini" sau, alternativ, „specializarea verticală", „partajarea producției", intrat deja în limbajul curent al analiștilor și chiar al unor instituții internaționale, precum OMC.

Datele furnizate de OMC relevă că exporturile mondiale de bunuri intermediare s-au dublat practic în perioada 1995-2009, de la circa 2.774 miliarde USD la 5.373 miliarde USD, sporind într-un ritm mediu anual de 4,8% (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 80). Din **Graficul 1.10** reiese că, în 2009, aceste exporturi au depășit volumul cumulat al exporturilor de bunuri de consum și de bunuri de capital, reprezentând 51% din exporturile mondiale de bunuri excluzând combustibilii.

Graficul 1.10: Exporturile mondiale de bunuri (exclusiv combustibili), pe tipuri de produse, în 1995-2009 (în miliarde USD și %)



Surse: Estimări ale OMC (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 81).

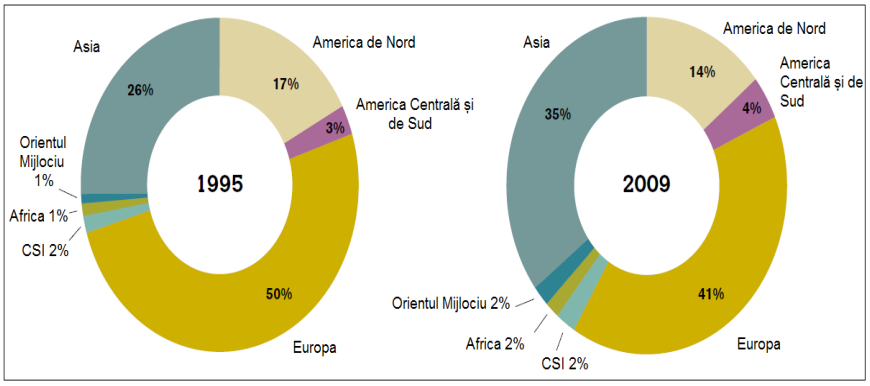
[21] Exemplul frecvent citat în cercurile OMC este ilustrativ: un iPod încorporează microcipuri provenind din Japonia, design din SUA, ecrane plate din Coreea de Sud și activități de asamblare executate de China. Ca atare, produsul final care poartă marca "fabricat în China" este în realitate doar "asamblat în China", iar cercetările relevă că de fapt mai puțin de 10% din valoarea adăugată aferentă unui iPod provine din China. Ceea ce înseamnă că eticheta "fabricat în țara X" de pe un produs comercializat ar trebui, de fapt, interpretat drept "fabricat în lume" (Ghibuțiu, 2011a, p. 21).

Volumul comerțului cu produse intermediare indică, totodată, nivelul de integrare a unei regiuni în rețelele producției globale și, respectiv, în sistemul de partajare a producției la scară mondială. Chiar dacă în termeni de valoare totală, implicarea economiilor în dezvoltare/emergente este încă mult inferioară economiilor dezvoltate, ***aceste economii tind să se alăture rețelelor producției globale într-un ritm susținut***, întrucât inserarea lor în comerțul internațional pe calea partajării producției constituie o oportunitate evidentă.

Potrivit datelor OMC, în 2009, producția și exportul de inputuri intermediare s-au concentrat cu precădere în Europa, Asia și America de Nord. Dar, spre deosebire de Europa și America de Nord, exporturile Asiei de bunuri intermediare au sporit într-un ritm mult superior mediei globale (de 4,8%) în 1995-2009, respectiv cu 7,2%. Dar și exporturile de bunuri intermediare ale altor regiuni în dezvoltare (America Centrală și de Sud, Africa și CSI) au devansat dinamica economiilor dezvoltate (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 82).

După cum rezultă din **Graficul 1.11,** ponderea Asiei în comerțul mondial cu bunuri intermediare a sporit de la 26% în 1995 la 35% în 2009 (cu 9 puncte procentuale) [22], în timp ce ponderile exporturilor de bunuri intermediare ale Americii de Nord și ale Europei s-au diminuat cu 3 puncte procentuale (de la 17% la 14%) și, respectiv, 9 puncte procentuale (de la 50% la 41%). În timp ce economiile din America de Nord și Europa tind să-și diversifice în continuare comerțul cu inputuri intermediare în direcția serviciilor, noile capacități de producție, ca și comerțul cu produse industriale intermediare aferent se îndreaptă preponderent spre Asia, ca rezultat al fragmentării producției industriale în această regiune.

Graficul 1.11: Contribuția diferitelor regiuni la exporturile mondiale de bunuri intermediare, în 1995-2009 (în %)



Surse: Estimări ale OMC (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 82).

[22] Următoarele 12 economii din Asia au deținut circa 95% din comerțul Asiei cu bunuri intermediare în 2009: China, Hong Kong (China), India, Indonezia, Japonia, Coreea de Sud, Malaysia, Filipine, Singapore, Taiwan (China), Thailanda și Vietnam.

Creșterea ponderii **Asiei** în comerțul cu bunuri intermediare reflectă prevalența rețelelor producției globale în regiune și rolul cheie deținut de aceasta în partajarea producției, și în special în procesarea și asamblarea bunurilor prelucrate. Numeroasele acorduri comerciale preferențiale – bilaterale și regionale – au contribuit la transformarea Asiei într-un bloc comercial puternic integrat, *comerțul intraregional* reprezentând 58% din comerțul său total în 2009. În plus, Asia și-a diversificat piețele extraregionale dincolo de partenerii săi tradiționali – UE și SUA –, ponderea comerțului său extraregional (excluzând UE și SUA) sporind de la 13% în 2001 la 18% în 2009 (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 41).

În 2009, bunurile intermediare au avut o pondere de 64% în totalul importurilor Asiei (cel mai ridicat nivel din lume[23]) și de 53% în totalul exporturilor sale, ceea ce reflectă angrenarea sa profundă în rețelele producției globale, în contextul cărora transformă bunurile intermediare importate în bunuri finale destinate exportului. (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 83). În ultimii 15 ani, în comerțul cu bunuri intermediare al Asiei au avut loc mutații către produse mai complexe și mai sofisticate sub aspect tehnologic, produsele utilizate în sectoarele tehnologiei informației și electronică (părți și accesorii pentru echipamente de prelucrare a datelor, circuite integrate monolitice) deținând ponderi crescânde în acest comerț. În virtutea rolului primordial pe care îl joacă în procesul de asamblare a produselor finite în Asia, **China** nu este doar cel mai mare importator de bunuri intermediare din regiune (cu o pondere de peste 33% în importurile de produse intermediare ale Asiei în 2009), dar și din lume. În 2009, bunurile intermediare au deținut 75% din importurile totale ale Chinei și 39% din exporturile sale, ceea ce denotă dezvoltarea dinamică a activităților de procesare bazate pe inputuri provenind din alte economii ale Asiei, dar și dezvoltarea unei industrii indigene. Țări ca India și Vietnam se numără, la rândul lor, printre cei mai dinamici importatori de bunuri intermediare în ultimii 15 ani, cu ritmuri medii de creștere care depășesc de două ori media regională de 7% (WTO, IDE-JETRO, 2011, p. 85).

1.3 Tendințe conjuncturale în evoluția comerțului internațional în anii post-criză

1.3.1 Impactul crizei și particularitățile relansării comerțului internațional

Criza financiară internațională izbucnită în 2008 și recesiunea profundă și cuprinzătoare din economia globală care a urmat-o au avut ca efect prăbușirea fără precedent a schimburilor comerciale internaționale cu bunuri și servicii,

[23] În cazul Europei, de exemplu, ponderile respective au reprezentat în medie 48% și, respectiv, 47% în același an. Potrivit estimărilor Comisiei Europene, peste 2/3 din totalul importurilor UE reprezintă ***bunuri intermediare*** necesare asigurării competitivității companiilor europene pe piața internă și în relațiile cu terții. Exporturile UE încorporează cantități crescânde de bunuri intermediare, importate de pe piața internă și din restul lumii. În 2005, aportul acestor importuri la valoarea totală a exporturilor UE se situa între 19% în Marea Britanie și peste 50% în state membre, precum Irlanda, Estonia, Ungaria și Luxemburg (European Commission, 2010, p. 14).

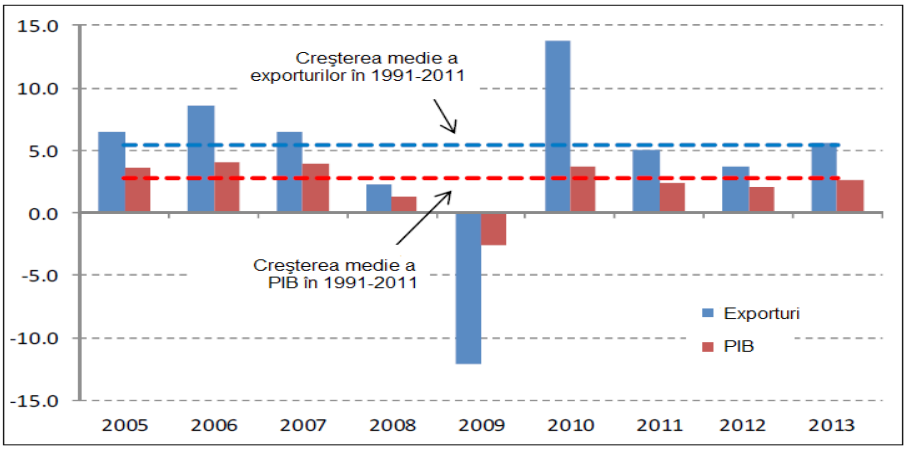
ca și a fluxurilor investiționale globale. Amploarea impactului negativ al crizei financiare și economice asupra tranzacțiilor transfrontaliere a pus în evidență legăturile comerciale și financiare tot mai strânse dintre economiile lumii. Totodată, dimensiunea globală și natura sincronizată a crizei – cea mai gravă din perioada postbelică – au reliefat cât se poate de clar gradul ridicat de interconectivitate care există în prezent între piețele financiare și piețele de mărfuri (bunuri și servicii), care a constituit la rândul său un factor de propagare rapidă a efectelor negative ale crizei asupra tuturor regiunilor lumii (Ghibuțiu, 2011b, p. 43).

Criza a determinat căderea liberă a volumului comerțului mondial, mai ales din cauza prăbușirii cererii de import din partea țărilor dezvoltate. Potrivit estimărilor OMC, pe ansamblul anului 2009, comerțul internațional s-a redus cu 12% în termeni reali, reprezentând primul declin de o asemenea amploare după Marea Depresiune a anilor '1920 și '1930. În termeni nominali (exprimat în dolari), declinul comerțului a fost și mai pronunțat – de 22% –, mai ales ca urmare a scăderii prețurilor țițeiului și altor produse de bază. Prăbușirea cererii la nivel mondial, care a perturbat grav activitatea comercială și evoluția prețurilor, a fost exacerbată de presiunile considerabile care s-au manifestat pe piețele financiare globale, având drept rezultat creșterea costului creditului și penuria de resurse disponibile pentru finanțarea comerțului (Ghibuțiu, 2011b, p. 44). Declinul abrupt, sever și sincronizat al comerțului internațional în 2009 – cunoscut în literatura economică și ca "marele colaps al comerțului" – a fost cu atât mai surprinzător, cu cât, în ultimele două decenii, comerțul s-a dovedit a fi o componentă deosebit de dinamică a activității economice la nivel global, ritmul de creștere a exporturilor mondiale devansând de regulă dinamica producției mondiale.

În 2010, comerțul internațional s-a relansat dinamic, volumul său înregistrând o creștere record de 13,8% (**Graficul 1.12**). Această creștere deosebit de dinamică nu numai că a depășit așteptările, dar a și reprezentat cea mai mare cifră pe o bază anuală în cadrul seriilor de date de care dispune Secretariatul OMC începând din 1950. Totodată, comerțul s-a redresat mult mai puternic decât producția mondială după cel mai grav declin din perioada postbelică. Și, așa cum declinul fără precedent al comerțului în 2009 a constituit unul din canalele majore prin care s-a propagat criza financiară și economică, ***comerțul a reprezentat un factor major de susținere a procesului de redresare economică în plan mondial.*** Dar, în pofida dinamicii susținute din 2010, schimburile comerciale internaționale nu s-au putut reînscrie în trendul pe termen lung care a prevalat în perioada premergătoare crizei, după cum rezultă din **Graficul 1.12.** Și, deși PIB mondial (real) a sporit cu 3,8% în 2010 – depășind ritmul mediu anual de creștere din ultimele două decenii –, această creștere a fost departe de a fi un record, mai ales dacă se are în vedere că, în anii mai recenți, PIB mondial a înregistrat ritmuri anuale de 4%, sau chiar de peste 4%, inclusiv în anii 1997, 2000, 2004 și 2006.

Un complex de factori a îngrădit expansiunea mai viguroasă a producției mondiale și a schimburilor comerciale în 2010, între care se detașează: diminuarea stimulentelor fiscale în numeroase țări (și îndeosebi în spațiul european, unde guvernele au trecut la consolidarea fiscală pentru a reduce deficitele bugetare); șomajul ridicat și persistent din țările dezvoltate, care nu a permis o revenire mai puternică a consumului intern al acestor țări; și, nu în ultimul rând, prețurile înalte ale țițeiului[24], care au determinat majorări ale costurilor energiei pentru gospodării și pentru cercurile de afaceri (Ghibuțiu, 2011b, p. 47).

Graficul 1.12: Evoluția comerțului mondial cu bunuri și a PIB mondial (în termeni reali), în 2005-2013[1] (modificări anuale în %)



Notă: [1] Proiecții pentru 2012-2013.

Sursa: Secretariatul OMC (WTO, 2012a).

Comparativ cu anii de criză și cei premergători acesteia, relansarea comerțului mondial prezintă câteva ***particularități*** (Ghibuțiu, 2011b, pp. 48-50).

➢ Tendințele în evoluția comerțului în termeni de ***volum (real)*** și în termeni de ***valoare (nominal)*** s-au înscris în 2010 pe traiectoria unui ***proces de convergență*** comparativ cu anii premergători crizei, când valoarea comerțului exprimată în dolari a sporit mult mai rapid decât volumul acestuia, iar decalajul

[24] Deși prețurile țițeiului s-au stabilizat în jurul pragului de circa 78 dolari/baril în 2010, acestea s-au situat încă la niveluri înalte în raport cu standardele istorice recente (de exemplu, prețurile țițeiului au fost în medie de 31 dolari/baril în perioada 2000-2005). Chiar dacă erau inferioare mediei de 96 dolari/baril înregistrată în 2008, prețurile respective erau cu 30% mai mari decât în 2009.

dintre cele două mărimi s-a accentuat (mai ales ca rezultat al creșterii semnificative a prețurilor energiei și produselor de bază, dar și al evoluției dolarului) (vezi și **Graficul 1.4).**

➢ Viteza redresării comerțului internațional a fost, și a rămas, inegală ***sub aspect regional.*** Datorită expansiunii mai puternice a economiilor în dezvoltare/ emergente, aceste țări au condus procesul de redresare economică. În aceste țări, care s-au dovedit victime colaterale ale crizei, dinamica exporturilor și a importurilor a depășit nivelurile maxime din perioada premergătoare crizei încă în iulie 2010, fiind susținută mai ales de creșterea deosebit de puternică a comerțului Sud-Sud. În schimb, țările dezvoltate au reușit să atingă vârfurile respective mult mai târziu, în primul trimestru al anului 2011. Creșterea spectaculoasă a comerțului în economiile în dezvoltare, mai ales din Asia, coroborată cu prețurile înalte ale produselor de bază, au contribuit la sporirea în continuare a ***ponderii cumulate a*** acestor ***economii*** și a CSI în exporturile mondiale, la ***nivelul record de 45% în 2010*** (comparativ cu circa o treime în 2008).

➢ Evoluția diferitelor ***grupe de produse*** în cadrul comerțului internațional a manifestat tendințe diferențiate. În timpul crizei, cererea de import pentru ***bunurile de consum durabile și bunurile de investiții a înregistrat cele mai severe contracții***, iar la mijlocul anului 2010, cererea pentru aceste produse s-a situat încă în medie cu circa 20% sub nivelul care ar fi fost atins dacă ar fi continuat trendul din perioada anterioară crizei. Comerțul cu bunurile de consum (altele decât cele durabile) a fost afectat mai puțin, iar declinul a fost de scurtă durată. Dacă în 2010 cererea pe plan global pentru aceste produse revenise aproape la nivelurile dinaintea crizei, cererea pentru ***produsele intermediare și produsele de bază*** a continuat să fie încă cu circa 10% inferioară trendului care a prevalat în anii premergători crizei.

➢ O parte din ***factorii cauzali*** care au determinat prăbușirea comerțului în 2009 au contribuit și la redresarea acestuia în 2010, fiind relevante în special efectele de amplificare exercitate asupra comerțului de:

(i) *rețelele globale de producție* controlate de CTN și, respectiv, *intensificarea integrării verticale a producției în plan global*; și

(ii) *structura pe produse a comerțului în raport cu cea a producției mondiale.* Ponderea mult mai mare în comerțul mondial decât în producția globală a acelor produse care au fost cel mai grav afectate de recesiunea economică (bunurile de consum durabile și cele de investiții, precum mașinile și echipamentele) a accentuat amploarea contracției comerțului în raport cu PIB în 2009, având un efect similar, dar în sens pozitiv, în procesul de redresare din 2010 (Ghibuțiu, 2011b, pp. 49-50).

1.3.2 Slăbirea procesului de redresare a economiei și comerțului mondial

Deși comerțul internațional a constituit un factor major de susținere a procesului de redresare a economiei mondiale după recesiunea economică din 2008/2009, ritmul său de expansiune a încetinit considerabil în 2011. Potrivit ultimelor estimări ale Secretariatului OMC, creșterea sa în termeni reali a fost de numai 5% în 2011, după creșterea record de 13,8% în 2010 (WTO, 2012a).

Încetinirea peste așteptări a dinamicii comerțului în 2011 s-a datorat diminuării sensibile a creșterii economice în plan global – la 2,4%, de la 3,8% în 2010 –, ca urmare a multiplelor șocuri cu care a fost confruntată economia mondială, incluzând: escaladarea crizei datoriilor suverane din Zona euro; disfuncționalitățile intervenite în rețelele producției globale, ca urmare a cutremurului și tsunamiului din Japonia și a inundațiilor din Thailanda; și tensiunile geopolitice din Africa de Nord și Orientul Mijlociu.

Drept urmare, atât dinamica PIB mondial, cât și cea a comerțului internațional s-au situat în 2011 cu mult sub ritmurile medii anuale de creștere de 3,2% și, respectiv, de 5,4% înregistrate în perioada 1991-2011, iar decalajele respective sunt așteptate a se mări în 2012, în condițiile în care ambele ritmuri sunt anticipate a încetini în continuare în 2012, înainte de a se accelera în 2013 (Vezi **Graficul 1.1** și **Anexele 1.1-1.2**).

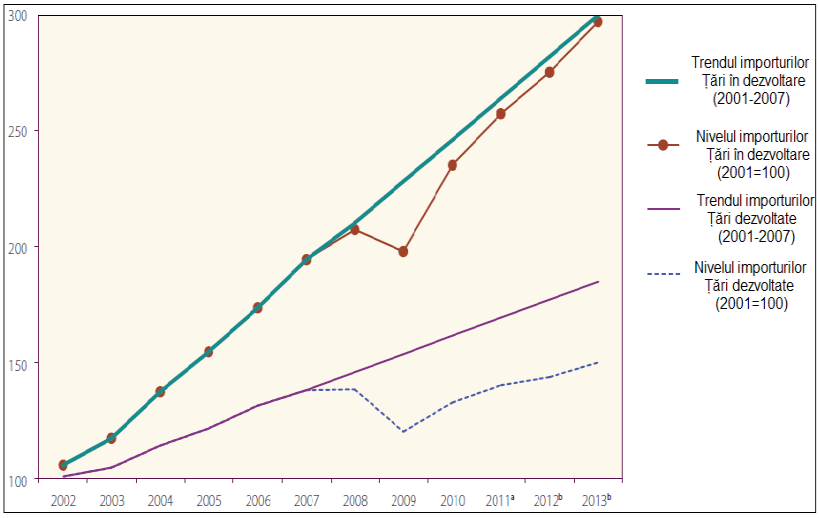
Evoluția comerțului internațional a fost ***inegală*** în 2011, reflectând succesiunea șocurilor care au marcat economia mondială pe parcusul anului. După o creștere deosebit de dinamică în trimestrul I, fluxurile comerciale au fost grav afectate de deteriorarea accelerată a condițiilor economice pe plan global, începând din cea de-a doua parte a anului, în contextul acutizării problemelor asociate datoriilor suverane din zona euro și al efectelor acestora – intensificarea perturbațiilor pe pieţele financiare, creșterea incertitudinii și a aversiunii față de risc, atenuarea ritmurilor înalte ale creșterii economice și ale cererii pe pieţele emergente. Șocurile intervenite în 2011 s-au adăugat problemelor multiple și interconectate cu care se confruntă economia mondială în ultimii ani, printre cele mai presante numărându-se rata înaltă și persistentă a șomajului și potențialul scăzut de creștere economică în țările dezvoltate, ceea ce afectează cererea agregată și ***frânează procesul de revenire*** în urma recesiunii din 2008/2009 (Ghibuțiu, 2012a).Potrivit raportului ONU din ianuarie 2012, eșecul factorilor de decizie politică, mai ales din UE și SUA, de a aborda ***criza locurilor de muncă*** și de a preveni ***escaladarea crizei datoriilor suverane*** și ***fragilitatea sectorului financiar*** reprezintă ***cel mai acut risc*** care amenință economia mondială în prezent și în perspectivă (United Nations/DESA *et al.*, 2012). Raportul avertizează că economiile dezvoltate suferă de patru slăbiciuni care se potențează reciproc: (1) problemele datoriilor suverane; (2) sectoarele bancare fragile; (3) cererea slabă la nivel agregat (asociată șomajului ridicat și măsurilor de austeritate fiscală); și (4) paralizia politicilor economice din cauza blocajelor politice și a deficiențelor instituționale. Agravarea oricăreia dintre aceste probleme poate oricând declanșa un cerc vicios care să conducă la ***o nouă criză financiară severă și o recesiune economică globală***, cu grave consecințe pentru comerțul internațional.

Lipsa de vigoare a comerțului internațional reflectă, înainte de toate, procesul relativ lent de redresare economică din țările cu venituri înalte și, pe cale de consecință, ***slaba cerere de import*** din partea acestora. După anul 2008, care a marcat începutul încetinirii expansiunii comerțului internațional, nivelul volumului importurilor mondiale a rămas sensibil sub trendul linear estimat pentru anii 2001-2007. Dar, chiar și în baza prezumțiilor mai optimiste ale scenariului de bază al prognozei ONU pentru 2012-2013 – conform cărora activitatea economică globală va slăbi, fără însă a intra în recesiune –, comerțul va continua să se îndepărteze de trend, ceea ce se explică aproape în întregime ***prin cererea de import anemică din partea țărilor dezvoltate.*** În anul de criză 2009, cererea de import a acestor țări a scăzut drastic sub nivelul trendului, fără a mai putea reveni, iar decalajul este așteptat a se lărgi în continuare (**Graficul 1.13**).

În schimb, importurile ***țărilor în dezvoltare*** – al căror volum a scăzut, la rândul său, sub nivelul de trend în 2009 – și-au revenit viguros, ajungând din urmă aproape integral trendul de creștere dinamică din prima parte a anilor '2000. De fapt, creșterea importurilor acestor țări a constituit forța motrice a redresării cererii externe, contribuind în proporție de 50% la creșterea comerțului după 2009. Țărilor din Asia de Est și de Sud le-a revenit ¾ din creșterea importurilor economiilor în dezvoltare, urmate de America Latină și Caraibe (cu o contribuție de 17%), Asia de Vest (7%) și Africa (2%). Iar după ce a contribuit cu 37% la creșterea importurilor pe ansamblul țărilor în dezvoltare în 2010, China a continuat să fie și în 2011 principala forță motrice a expansiunii importurilor acestor țări (United Nations/DESA *et al.*, 2012).

Deși a fost afectată de evenimentele din ultima parte a anului 2011, cererea de import a țărilor în dezvoltare a continuat să fie cea mai dinamică dintre componentele comerțului global, compensând în parte declinul acestuia în partea a doua a anului 2011 și înregistrând – potrivit estimărilor Băncii Mondiale din iunie 2012 – o accelerare puternică în primele luni ale anului 2012 (The World Bank, 2012b).

Graficul 1.13: Tendințe divergente în creșterea importurilor mondiale de bunuri, în 2002-2013 (conform scenariului de bază al prognozei ONU)



Note: [a] Estimări parțiale; [b] Proiecții.

Sursa: UN/DESA (2012, p. 42).

Pe de altă parte, ***în țările dezvoltate, și în particular în UE***, procesul de consolidare fiscală, creșterea șomajului și înăsprirea condițiilor de creditare sunt principalii factori care continuă să deprime cererea și să frâneze redresarea economică. Iar, în condițiile în care dimensiunea comerțului intra-UE este aproape de două ori mai mare decât cea a comerțului extra-UE, climatul recesionist din zona euro a atârnat greu în evoluția comerțului în trimestrul IV 2011, când acesta s-a contractat la niveluri apropiate de cele înregistrate în timpul recesiunii din 2009. Relaxarea tensiunilor de pe piețele financiare datorată intervenției BCE a susținut relansarea activității economice, inclusiv în zona euro, care a crescut cu 8,2% (pe o bază anuală) în primele trei luni ale anului 2012 (The World Bank, 2012b). Întrucât UE este cel mai important partener comercial pentru numeroși exportatori din regiunile în dezvoltare (Europa de Est, Asia de Sud, Africa de Nord și Africa Sub-Sahariană), exporturile acestor țări au înregistrat un declin semnificativ din cauza încetinirii cererii globale induse de contracția creșterii economice din Zona euro în trimestrul IV 2011, dar și a restrângerii accesului la resursele de finanțare a comerțului în urma procesului de reducere a gradului de îndatorare a sectorului bancar al zonei. Dar, odată cu stabilizarea activității economice din Zona euro, în regiunile în dezvoltare grav afectate, a avut loc o revenire dinamică a exporturilor la începutul anului 2012, conform raportului Băncii Mondiale din iunie 2012.

1.3.3 Tendințele recente în evoluția comerțului internațional cu bunuri

Evoluția comerțului mondial în 2011 prezintă 3 particularități sub aspectul dinamicii, al contribuției marilor grupe de țări, ca și al structurii fluxurilor comerciale (Ghibuțiu, 2012a).

(a) Consolidarea poziției țărilor în dezvoltare/emergente în comerțul cu bunuri,în pofida performanțelor comerciale sub așteptări ale acestora

Deși viteza diferențiată a creșterii economice în cele două mari regiuni ale lumii și, respectiv, evoluția mult mai dinamică a fluxurilor comerciale în regiunile în dezvoltare/ emergente comparativ cu cele dezvoltate au constituit o constantă a procesului de redresare economică după criza din 2008/2009, datele pentru anul 2011 relevă că aportul țărilor în dezvoltare/emergente la expansiunea comerțului mondial a început să dea semne de diminuare (Ghibuțiu, 2012a). Astfel, evoluția comerțului în termeni reali, pe cele două mari grupuri de economii, arată că ritmul de creștere a exporturilor ***economiilor dezvoltate*** (de 4,7% în 2011) a depășit așteptările OMC (3,7%) (vezi **Anexa 1.2**). În schimb, dinamica exporturilor ***țărilor în dezvoltare/emergente*** (de numai 5,4%) a fost mult inferioară în raport cu nivelul anticipat de OMC (8,5%). Iar dacă se exclude China – ale cărei exporturi au sporit cu 9,3% în 2011 –, rezultă că pe ansamblul economiilor în dezvoltare exporturile s-au majorat, de fapt, într-un ritm ceva mai lent decât cele generate de economiile dezvoltate, care includ economia japoneză, grav afectată de dezastrul natural. Este însă la fel de adevărat că performanțele sub așteptări ale țărilor în dezvoltare se explică prin evoluțiile adverse, fie de natură geopolitică, fie legate de dezastrele naturale, care au afectat aceste țări în 2011.

În anul 2011 a continuat ***tendința de creștere a importanței economiilor în dezvoltare/emergente în comerțul internațional***. Ponderea lor cumulată în comerțul mondial cu bunuri a sporit în 2011 la **47%** pe latura ***exporturilor*** și la **42%** pe latura ***importurilor***, situându-se la ***cel mai înalt nivel din 1948*** (WTO, 2012a). În același timp, ponderea economiilor dezvoltate s-a diminuat în 2011 la 53% în cazul exporturilor și la 58% al importurilor (comparativ cu 75% în 1990).

(b) Menținerea diferențelor notabile sub aspectul volumului exporturilor/ importurilor de bunuri la nivelul țărilor și regiunilor

Creșterea cu 5% a comerțului mondial cu bunuri *în termeni de volum* în 2011, conform estimărilor OMC, ascunde decalaje importante între diferitele țări și regiuni ale lumii, prin prisma dinamicii exporturilor și importurilor (vezi și **Anexa 1.3**).

Cea mai rapidă creștere a volumului ***exporturilor*** în 2011 (deși mult inferioară anului 2010) a caracterizat Asia (7%), datorită **Indiei** și **Chinei**, ale căror exporturi către restul lumii au sporit cu 16% și, respectiv, 9% în 2011, deși într-un ritm mult mai lent comparativ cu 2010 (22% și, respectiv, 28%). Creșterea dinamică a exporturilor Americii de Nord (6%) trebuie atribuită performanțelor

SUA, ale căror exporturi au sporit cu 7% în 2011. În Europa, expansiunea exporturilor a fost egală cu media mondială, iar în CSI mult inferioară (2%). În Africa, exporturile s-au contractat cu 8% în 2011, în special din cauza războiului civil din Libia, care a determinat o reducere cu 75% a livrărilor de țiței ale țării. Exporturile Japoniei au scăzut cu 0,5% în 2011 din cauza dezastrului natural. Pe latura ***importurilor***, creșteri cu mult peste media mondială s-au manifestat în CSI (17%) și America Centrală și de Sud (10%), dar și în Asia (6,4%), în timp ce în America de Nord (4,7%) și Europa (2,4%) dinamica importurilor a fost sensibil inferioară mediei mondiale. **China** și **India** s-au detașat ca țările cu cele mai înalte ritmuri de creștere a importurilor, de 9,7% și, respectiv, 6,6% în 2011. În schimb, **Japonia** s-a particularizat prin cea mai scăzută dinamică a acestora (1,9%).

(c) Atenuarea dinamicii comerțului cu bunuri în termeni nominali

Evoluția fluxurilor *nominale* de bunuri – adică, exprimate în dolari și incluzând influențele fluctuațiilor prețurilor și ale cursurilor de schimb – a fost afectată, la rândul său, de șocurile economice din anul 2011.

Potrivit estimărilor OMC, volumul valoric al exporturilor mondiale de bunuri a sporit cu 20% în 2011 (comparativ cu 22% în 2010), ajungând la totalul de 17.779 miliarde de dolari. Importurile mondiale s-au majorat cu 19% (față de 21% în 2010), însumând 18.000 miliarde de dolari. Dar, ca și în 2010, ritmul de creștere a comerțului cu bunuri în termeni nominali a devansat dinamica acestuia în termeni de volum, din cauza majorării prețurilor produselor de bază, și mai ales al energiei, precum și a deprecierii dolarului american.[25]

Tabelul 1.4: Evoluția prețurilor internaționale a principalelor produse de bază, în 2000-2011 (modificări anuale în % și USD/baril)

	2009	2010	2011	2000-2011	2005-2011
Toate produsele de bază	-30	26	26	12	14
Metale	-19	48	14	15	18
Băuturi[1]	-15	11	20	8	11
Produse alimentare	2	14	17	10	13
Materii prime agricole	-17	33	23	5	9
Energie	-37	26	32	15	15
Țiței (în USD/ baril)[2]	62	79	104	56	76

Note: [1] Incluzând cafea, cacao și ceai; [2] Media cotațiilor Brent, Dubai și West Texas Intermediate.

Sursa: Date ale FMI preluate de Secretariatul OMC (WTO, 2012a).

[25] În cursul anului 2011, s-au manifestat *fluctuații semnificative ale cursurilor de schimb*, fiind alimentate în mare parte de atitudinile țărilor față de riscurile asociate crizei datoriilor suverane din Zona euro. Dolarul american s-a depreciat cu 4,6% în termeni nominali în raport cu un coș larg de valute (potrivit datelor Rezervei Federale) și cu 4,9% în termeni reali (potrivit FMI) (WTO, 2012a).

După cum se poate observa din **Tabelul 1.4**, prețurile produselor de bază s-au majorat din nou odată cu reluarea creșterii economice în 2010, iar această tendință a continuat și în 2011, fiind susținută mai ales de expansiunea cererii de import din partea economiilor în dezvoltare foarte dinamice, precum China[26] și India. Pe ansamblu, prețurile produselor de bază au crescut cu 26% în 2011 (similar anului 2010), în cazul energiei majorarea fiind de 32%. În schimb, prețurile produselor prelucrate au fost mult mai stabile, atât în perioada care a precedat criza din 2008/2009, cât și în anii post-criză.

Anexa 1.4 ilustrează tendințele manifestate în evoluția comerțului mondial cu bunuri *în termeni nominali* în 2005-2011, pe regiuni geografice și principalele țări, iar **Anexele 1.5** și **1.6** prezintă ierarhia primilor 10 exportatori și, respectiv, importatori de bunuri din lume în 2011.

1.3.4 Perspectivele comerțului internațional cu bunuri pe termen scurt și mediu

La peste trei ani de la marele colaps al comerțului internațional din anul 2009, starea acestuia, ca și a economiei mondiale pe ansamblu, rămâne ***fragilă și incertă***. Din cauza nivelurilor extrem de ridicate ale volatilității piețelor financiare și a incertitudinilor care grevează economia mondială, perspectivele comerțului global sunt dificil de evaluat, chiar și pe termen scurt. Un singur lucru este cert: că nu au fost depășite dificultățile generate de criza din 2008/2009, efectele acesteia continuând să fie resimțite în planul relațiilor comerciale internaționale. În aceste condiții, prognozele elaborate de organismele economice internaționale în prima parte a anului 2012 manifestă o largă convergență a opiniilor privind perspectivele economiei și comerțului mondial în 2012-2013 (Ghibuțiu, 2012a).

Punctele de convergență a prognozelor

➢ Toate prognozele vizând perspectivele comerțului internațional în 2012-2013 au ca fundament anticiparea unei ***slăbiri în continuare a creșterii economice*** în plan mondial în 2012 – prevăzută a fi cuprinsă între un prag minim de 2,1% (conform prognozei OMC) și un prag maxim de 3,5% (FMI) –, urmată în 2013 de o ușoară accelerare a ritmului de creștere a PIB global (real), anticipată a se situa între 2,7% (OMC) și 4,2% (OCDE/FMI) (**Anexa 1.1**).

➢ Toate prognozele pornesc de la aprecierea că încetinirea notabilă a creșterii comerțului internațional în cea de-a doua parte a anului 2011 se va răsfrânge negativ asupra dinamicii pe ansamblul anului 2012, chiar dacă ritmurile

[26] După UE, China este cel de-al doilea mare importator de produse minerale (altele decât combustibili), precum minereuri de fier și de cupru. În 2010, aceste produse au deținut aproape jumătate din importurile totale de combustibili și produse minerale ale Chinei, ponderea lor sporind cu 10 puncte procentuale față de 2000. Numai în 2010, importurile Chinei de combustibili și produse minerale au crescut cu 50% (WTO, 2011a).

de creștere trimestriale vor deveni din nou pozitive.[27] Acest transfer negativ sub aspect statistic va determina ***reducerea ritmului de creștere a comerțului mondial în 2012 sub nivelul anului 2011,*** urmată de ***o accelerare în 2013***. Cifrele avansate pentru încetinirea dinamicii comerțului cu bunuri (în termeni reali) în 2012 sunt cuprinse între un minim de 3,7% (OMC) și un maxim de 5,3% (Banca Mondială), iar ***accelerarea*** creșterii comerțului în 2013 este proiectată a se situa între 5,6% (OMC/FMI/Comisia Europeană) și 7% (OCDE/Banca Mondială) (**Anexa 1.2**).

➢ Toate proiecțiile prevăd ***menținerea decalajului*** dintre creșterea robustă a comerțului în economiile în dezvoltare/emergente și creșterea sa slabă în economiile dezvoltate, ceea ce înseamnă continuarea procesului de ***redresare cu două viteze a economiei și comerțului mondial*** care a caracterizat întreaga perioadă de după criza din 2008/2009. Ca atare, expansiunea comerțului în țările în dezvoltare este prevăzută a devansa în continuare dinamica din țările cu venituri înalte (în medie, cu cel puțin 3-4 puncte procentuale). Întrucât acestora din urmă le revine încă partea cea mai mare a comerțului global (56% în media exporturilor și importurilor anului 2011), în orizontul de timp prognozat, evoluțiile comerciale din ***țările în dezvoltare nu vor fi decuplate de traiectoria de creștere a țărilor cu venituri înalte.***

➢ Slăbirea ritmului de creștere a volumului comerțului mondial prognozată pentru 2012 este, înainte de toate, o consecință a ***creșterii ezitante a economiilor avansate, și în special a celor din Zona euro*** (**Graficul 1.14**), ceea ce are repercusiuni importante asupra exporturilor țărilor în dezvoltare/emergente. Dar, și în aceste din urmă țări, contribuția comerțului la creșterea economică se află pe o pantă descendentă.

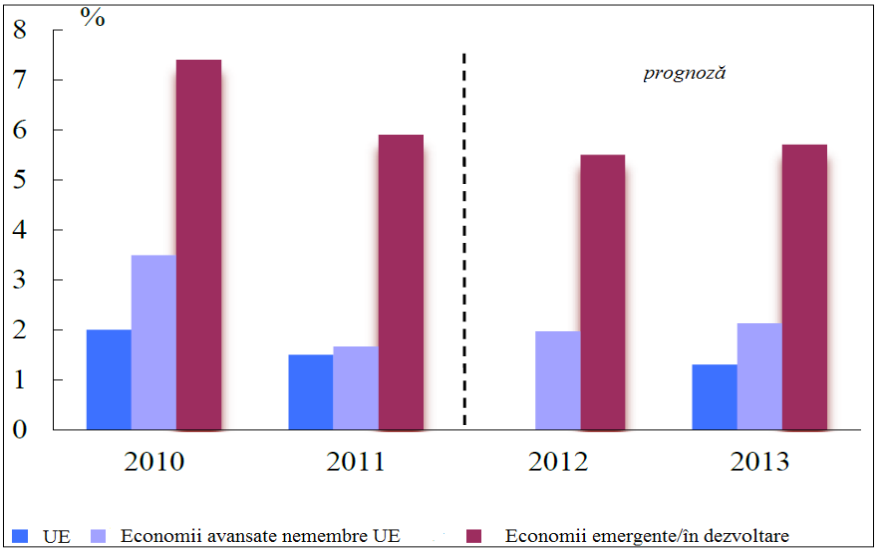
➢ Potrivit tuturor prognozelor, ***riscurile*** asociate perspectivelor economiei și comerțului mondial rămân la cote înalte și înclină balanța în direcția ***ajustărilor în jos*** ale cifrelor avansate. Nu sunt însă excluse nici scenariile privind posibile ajustări în sus ale prognozelor, dar ele sunt mai puțin probabile.

➢ Dintre riscurile majore evocate de toate prognozele ca fiind de natură să amenințe grav comerțul internațional în perspectivă, pe primul loc se află ***posibila escaladare a crizei datoriilor suverane din Zona euro*** și ***contagiunea financiară*** asociată acesteia. Celelalte riscuri avute în vedere includ: creșterea ***prețurilor produselor de bază***, și în special ale ***țițeiului; șomajul ridicat***; ***dezechilibrele existente*** în cadrul economiei globale; ***volatilitatea accentuată a piețelor valutare*** și ***riscurile de natură geopolitică***.

➢ Și, nu în ultimul rând, se mențin mari incertitudini sub aspectul ***politicilor economice***, cărora – potrivit tuturor prognozelor – le revine un rol critic în determinarea perspectivelor comerțului internațional, mai ales în lumina fragilității economiei mondiale.

[27] Datele OCDE (din mai 2012) arată că după reducerea ritmului de creștere a comerțului internațional la 0,1% în trimestrul IV 2011, de la 4,9% în trimestrul III 2011, acesta s-a accelerat din nou la 4,6% în trimestrul I 2012, impulsionat fiind de restabilirea rețelelor producției globale, grav afectate de calamitățile naturale din Asia.

Graficul 1.14: Creșterea PIB (real) în UE, în economiile avansate nemembre ale UE și în economiile în dezvoltare/emergente (în %)



Sursă: European Commission (2012, p.13).

Prognoza precaută a OMC

Dintre toate prognozele elaborate de la începutul anului 2012, cea publicată de Secretariatul OMC, în aprilie 2012, se detașează ca fiind ***cea mai rezervată***, atât sub aspectul aprecierilor calitative formulate în legătură cu starea curentă și perspectivele economiei și comerțului mondial, cât și al cifrelor care cuantifică evoluțiile anticipate în orizontul de timp prognozat.[28] Întrucât OMC este organizația responsabilă pentru gestionarea comerțului internațional și pentru coordonarea în plan global a politicilor comerciale naționale, proiecțiile sale au o relevanță deosebită.

Prognoza OMC se fundamentează pe datele statistice care sugerează că perspectivele comerțului internațional au devenit mai sumbre spre finele anului 2011, în special din cauza crizei datoriilor suverane din Zona euro, care amenință să submineze creșterea economică în plan global (WTO, 2012a). Deși acordul vizând programul de restructurare a datoriei statului elen a conferit guvernelor un moment de relativă ușurare, economiștii organizației apreciază că UE este

[28] Prognozele elaborate de OMC după anul 2009 se disting printr-o atitudine deosebit de precaută. O explicație ar putea fi aceea că OMC a ratat în mod spectaculos anticiparea declinului comerțului în 2009, contracția cu peste 12% a volumului acestuia depășind sensibil toate estimările OMC din anul 2009 (Ghibuțiu, 2012a).

amenințată de o recesiune – cel puțin moderată[29] –, ceea ce va avea ***consecințe negative asupra producției și comerțului mondial***. Întrucât vasta piață a UE are o importanță deosebită pentru exporturile țărilor în dezvoltare/emergente, aceste țări vor fi afectate în mod cert de scăderea cererii de import a UE.

În lumina acestor precizări, prognoza OMC anticipează continuarea încetinirii ritmului de creștere a comerțului în termeni de volum, la 3,7% în 2012 (de la 5% în 2011), pe fundalul slăbirii creșterii PIB mondial la 2,1% în 2012 (de la 2,4%), urmată de o ușoară accelerare la 2,7% în 2013 (**Graficul 1.1**), dar cu viteze diferențiate pe cele două mari grupuri de economii (vezi și **Anexele 1.1** și **1.2**). ***Exporturile țărilor dezvoltate*** ar urma să sporească cu 2% în 2012 (deci, cu mai puțin de jumătate din nivelul anului 2011, de 4,7%), iar ***exporturile țărilor în dezvoltare*** (incluzând CSI) cu 5,6%, într-un ritm practic similar anului 2011 (5,4%), dar mult superior țărilor dezvoltate. Pe latura ***importurilor***, proiecțiile OMC vizează o încetinire a ritmului de creștere atât în cazul ***economiilor dezvoltate*** (la 1,9% în 2012, de la 2,8% în 2011), cât și al ***celor în dezvoltare*** (la 6,2% în 2012, de la 7,9% în 2011).

Cifra prognozată pentru expansiunea volumului comerțului internațional în 2012 este mult inferioară ritmului mediu de creștere pe termen lung, de 6%, înregistrat în perioada 1990-2008, ca și mediei de 5,4% din ultimii 20 de ani, dacă se include colapsul din anii de criză. O accelerare a schimburilor comerciale este prevăzută abia pentru 2013, când dinamica lor ar urma să revină la 5,6% la nivel global, mai ales datorită unei creșteri mai rapide (de peste 7%) a exporturilor și importurilor economiilor în dezvoltare/emergente. Dar, chiar și în cazul materializării prognozelor OMC pentru 2012-2013, volumul comerțului mondial nu se va apropia mai mult de trendul din anii premergători crizei. Dimpotrivă, decalajul se va lărgi atât timp cât ritmul de expansiune a comerțului continuă să rămână în urma nivelurilor anterioare. Eliminarea acestuia ar presupune un ritm de creștere superior celui mediu la un moment dat în viitor. Un asemenea punct de inflexiune este presupus a interveni după ce guvernele, sectorul privat și gospodăriile din țările dezvoltate își vor fi redus povara datoriei la niveluri mai sustenabile. Dar, un asemenea proces de reducere a dependenței față de datorii, ca și consolidarea fiscală (reducerea deficitelor bugetare) vor necesita probabil ani de zile. Iar, până atunci, lumea va trebui să se resemneze cu ***o lungă perioadă de creștere a comerțului internațional într-un ritm mai lent*** decât cel mediu.

Pe ansamblu, riscurile asociate prognozelor OMC înclină balanța ferm în direcția unor posibile ajustări în scădere a cifrelor, principalele riscuri menționate fiind:

- ***agravarea recesiunii în Zona euro și deteriorarea situației financiare,*** care ar conduce la majorarea transferurilor în contul asigurărilor sociale, privând

[29] Prognoza de primăvară a Comisiei Europene confirmă această apreciere. Potrivit Comisiei, ritmurile negative de creștere a PIB (real) înregistrate în trimestrul IV 2011 și în trimestrul I 2012, deopotrivă în UE și în Zona euro, îndeplinesc criteriul unei recesiuni tehnice (în contrast cu grupul țărilor membre din afara Zonei euro, care nu a intrat în recesiune) (European Commission, 2012).

guvernele de veniturile atât de necesare; totodată, ar alimenta neîncrederea în abilitatea și voința acestora de a-și onora datoriile, determinând majorarea costurilor împrumutului pentru țările cu o situație financiară precară și accentuând și mai mult criza;

- ***creșterea prețurilor produselor de bază***, care ar avea un impact mixt, în virtutea efectelor sale distribuționale ambigue: pe de o parte, prețurile ridicate ale țițeiului exercită efecte de constrângere asupra activității economice, fiind asociate cu potențiale recesiuni în țările importatoare; pe de altă parte, stimulează încasările din export ale țărilor bogate în resurse naturale, care sunt preponderent țări în dezvoltare;[30]

- ***riscurile geopolitice și dezastrele naturale*** sunt deopotrivă luate în calcul.

Atenuarea pericolului unei recesiuni globale

În timp ce prognozele elaborate în primele luni ale anului 2012 reflectă temeri serioase privind ***declanșarea unei recesiuni globale, majore și iminente***, din cauza posibilei agravări a crizei din Zona euro, proiecțiile elaborate către mijlocul anului 2012 se înscriu într-un registru mai optimist, ceea ce se reflectă în unele ajustări în sens pozitiv ale cifrelor pentru 2012-2013 (vezi **Anexele 1.1** și **1.2**). În baza acestor proiecții, se desprind următoarele aprecieri:

- perspectivele economiei și comerțului mondial s-au consolidat gradual după reculul apreciabil din 2011, iar ***pericolul unei grave recesiuni globale s-a atenuat***, în condițiile în care riscurile imediate legate de criza Zonei euro (intrarea statelor zonei în incapacitatea de plată, falimente bancare sistemice) s-au ameliorat în urma stabilizării zonei;

- în pofida îmbunătățirii treptate a perspectivelor globale, relansarea economiei și a comerțului mondial continuă să ***fie fragilă și extrem de neuniformă*** sub aspect regional, iar riscurile de natură să pericliteze realizarea prognozelor continuă să fie foarte mari;

- ***perspectivele financiare îmbunătățite*** pe plan mondial și ***ameliorarea treptată a creșterii economice în țările cu venituri înalte*** sunt așteptate a contribui la revigorarea creșterii comerțului internațional. Deși expansiunea comerțului va continua, ritmurile sale anuale de creștere se vor menține sub standardele istorice și, respectiv, sub nivelurile de trend care s-ar fi înregistrat dacă recesiunea din 2008/2009 nu ar fi avut loc;

[30] În schimb, în prognoza sa de primăvară, Comisia Europeană apreciază că prețurile volatile și foarte ridicate ale țițeiului din primele luni ale anului 2012 reprezintă un risc major pentru economia globală și cea europeană. Potrivit estimărilor Comisiei, prețul țițeiului a atins 126 dolari/baril în martie 2012 – cel mai înalt nivel de la mijlocul anului 2008 –, crescând cu 16 dolari/baril în primul trimestru 2012 (European Commission, 2012).

➢ criza din Zona euro rămâne și pe mai departe ***singurul risc major*** de natură să afecteze perspectivele economice și comerciale la nivel mondial, chiar dacă măsurile în termeni de politici economice au creat o fereastră de oportunitate pentru abordarea dezechilibrelor economice, fiscale și financiare care stau la rădăcina acesteia. În alternativa unei creșteri mai lente a producției globale induse de o ***posibilă agravare a situației datoriilor suverane din Zona euro***, comerțul ar urma să fie una din victimele principale la nivelul economiei reale, cu grave repercusiuni asupra țărilor în dezvoltare;

➢ alte riscuri majore vizează: accentuarea ***incertitudinilor geopolitice,*** care ar putea determina o creștere puternică a prețurilor țițeiului; ***posibile disfuncționalități în rețelele globale/regionale de producție*** gestionate de CTN (Asia de Est, Europa și America de Nord fiind cele mai expuse); și, nu în ultimul rând, ***escaladarea protecționismului comercial***, care ar putea afecta grav comerțul internațional, mai ales pe termen mediu și lung.

1.4 Riscurile escaladării protecționismului comercial

Datele disponibile cu privire la evoluțiile în planul politicilor comerciale promovate de statele lumii, încă de la izbucnirea crizei în 2008, atestă fără niciun echivoc creșterea numărului și a incidenței noilor măsuri comerciale restrictive introduse de numeroase guverne, atât în anii de criză, cât și ulterior.

În pofida opiniei larg împărtășite că regulile și disciplinele multilaterale ale OMC au reușit să prevină într-o mare măsură exacerbarea naționalismului economic și recrudescența protecționismului, în lunile recente, au sporit vertiginos temerile comunității internaționale că, pe fundalul ritmului lent al redresării economiei mondiale și al nivelurilor ridicate ale șomajului, se manifestă o recrudescență a presiunilor protecționiste, riscând să submineze treptat beneficiile comerțului deschis și fundamentele creșterii economice globale bazate pe expansiunea fluxurilor comerciale, agravând și mai mult actuala situație dificilă. Cea mai elocventă expresie a acestor temeri se regăsește în Declarația adoptată de liderii G-20 cu prilejul reuniunii de la Los Cabos, Mexic, din 18-19 iunie 2012. Faptul că aceste îngrijorări sunt întru totul întemeiate este confirmat de rezultatele ultimelor rapoarte de monitorizare a politicilor comerciale, care trag un sever semnal de alarmă în legătură cu ***escaladarea noilor restricții comerciale*** introduse de statele lumii începând din cea de-a doua parte a anului 2011, în contextul deteriorării situației economiei mondiale.

Astfel, în puternic contrast cu nota liniștitoare a precedentelor rapoarte de monitorizare ale **OMC**[31] – care aveau în comun aprecierea că protecționismul ar fi relativ moderat, vizând mai curând „derapaje singulare", iar guvernele ar fi

[31] La solicitarea liderilor G-20, OMC (în colaborare cu OCDE și UNCTAD) publică periodic rapoarte privind modul în care aceste țări își respectă angajamentele asumate la prima reuniune legată de criză (din noiembrie 2008, de la Washington), de a rezista în fața protecționismului și de a promova comerțul și investițiile.

reușit să reziste presiunilor protecționiste –, ultimul raport, publicat la sfârșitul lunii mai 2012, furnizează dovezi certe privind ***intensificarea fenomenului protecționist în ultimele 7 luni*** (WTO, 2012c). Potrivit raportului, numărul măsurilor comerciale restrictive implementate de la mijlocul lunii octombrie 2011 până la mijlocul lunii mai 2012 a sporit cu 18% față de intervalul mai 2011 - mijlocul lunii octombrie 2011, incluzând: acțiuni de remediere comercială (măsuri antidumping, taxe compensatorii), creșteri de taxe vamale, licențe neautomate la import și restricții administrative. Întrucât aceste măsuri se adaugă stocului de măsuri acumulate de la declanșarea crizei globale, în prezent, restricțiile comerciale puse în aplicare începând din octombrie 2008 acoperă o proporție de 3% din comerțul mondial și de 4% din comerțul G-20.

Dar și mai neliniștitoare sunt acele evoluții recente care denotă tendințe de repliere înspre interior a politicilor comerciale promovate de unele țări și de renaștere evidentă a retoricii protecționiste. Motive de îngrijorare creează în special declarațiile unor lideri G-20 în favoarea politicilor de substituire a importurilor, care accentuează tensiunile comerciale în plan regional și global. Or, valul recent de restricții comerciale nu mai este destinat combaterii efectelor temporare ale crizei, ci reprezintă mai curând ***încercări de stimulare a redresării economice prin politici industriale cu acțiune pe termen lung***. În plus față de instituirea de restricții comerciale tradiționale, numeroase politici vizează utilizarea de facilități fiscale și subvenții guvernamentale, ca și acordarea de preferințe firmelor locale în cadrul achizițiilor publice și stipularea de cerințe vizând conținutul local (WTO, 2012c).

Trebuie precizat că activitatea de monitorizare a OMC se limitează doar la măsurile tradiționale de politică comercială care intră în sfera sa de competență, respectiv, la măsurile impuse la frontieră și cele de apărare comercială. Chiar dacă ia act și de unele măsuri aplicate în interiorul frontierelor (restricții vizând achizițiile guvernamentale, standarde tehnice, subvenții cu potențial de distorsionare a comerțului), OMC nu se pronunță în legătură cu o serie de alte măsuri, precum planurile de salvare financiară, subvențiile, pachetele de stimulare fiscală ș.a., care au constituit de fapt formele predilecte ale intervenției statelor în contextul crizei din 2008/2009. Aceste măsuri nu sunt deloc, sau sunt doar parțial acoperite de regulile și disciplinele OMC (Ghibuțiu, 2012b, p. 75).

În schimb, **Global Trade Alert (GTA)** – un organism independent de monitorizare – urmărește ansamblul noilor măsuri care prejudiciază comerțul, motiv pentru care rapoartele sale se înscriu într-un registru mult mai alarmant, având ca numitor comun aprecierea că ***protecționismul a crescut considerabil atât în anii de criză 2008/2009, cât și în contextul relansării economiei mondiale în 2010, sporind neabătut și pe parcursul anului 2011.***

Potrivit ultimului raport al GTA, publicat în iunie 2012, măsurile protecționiste implementate de țările lumii în perioada noiembrie 2011 - mai 2012 au sporit cu peste 30%, determinând ca numărul lor cumulat pe întreaga perioadă noiembrie 2008 - mai 2012 să urce la 1.340 (Evenett, 2012). Mai mult decât atât, datele revizuite privind incidența fenomenului protecționist în partea

a doua a anului 2011 indică niveluri la fel de ridicate ca în prima parte a anului 2009, care a fost cea mai nefastă sub aspectul îngrădirii comerțului. Iar dincolo de creșterea numerică a noilor măsuri protecționiste, motive serioase de îngrijorare generează ***tendințele conturate în evoluția fenomenului protecționist curent***, și anume:

- majoritatea noilor măsuri protecționiste introduse de statele lumii nu constituie forme tradiționale de protecționism, relativ bine reglementate de regulile OMC (precum creșteri ale taxelor vamale sau măsuri de apărare comercială), ci ***forme noi, mai puțin uzuale*** și ***mai subtile***; acestea includ o mare varietate de măsuri netarifare (precum standardele) și de măsuri de natura reglementărilor interne (măsuri investiționale discriminatorii, subvenții la export, planuri de salvare ș.a.), care reprezintă ***instrumente de politică comercială mai puțin transparente*** și cu o evoluție ***lentă*** și ***insidioasă***;

- în contextul crizei, guvernele au ocolit regulile mai severe ale OMC și au recurs la instrumente protecționiste, care fie nu intră deloc sub incidența regulilor comerciale obligatorii ale OMC, fie sunt doar parțial sau ineficient acoperite de acestea;

- numeroase măsuri protecționiste au fost inițiate de ***mari puteri comerciale,*** afectând un mare număr de sectoare și de parteneri comerciali; ***guvernelor G-20 le revine 80% din totalul măsurilor protecționiste*** introduse de la începutul crizei, ceea ce înseamnă că angajamentele de a rezista în fața protecționismului asumate în mod repetat de aceste țări (și extinse de curând până în 2014) au fost încălcate;

- principalele ***țări generatoare*** de măsuri protecționiste sunt anumite țări dezvoltate europene (UE-27 ca entitate și statele sale membre, precum Marea Britanie, Germania, Franța, Italia) și țări emergente (Argentina și țările BRIC – Brazilia, Rusia, India, China); în rândul ***țărilor-țintă*** se detașează net China, urmată de UE-27 ca entitate și unele state membre, precum Germania și Franța, dar și SUA;

- printre cele mai afectate ***sectoare*** se numără, alături de sectorul financiar, produsele agricole și produsele chimice de bază, metalele și echipamentele de transport.

În concluzie, mitul „protecționismului moderat și ținut în frâu de regulile OMC" pare a se spulbera tot mai mult. Pe măsură ce cresc presiunile asupra guvernelor pentru salvarea locurilor de muncă și pentru protejarea industriilor locale, crește și numărul măsurilor protecționiste. De fapt, protecționismul a fost prezent în permanență, atât în anii de criză 2008/2009, cât și în anii următori, dar motivul pentru care a rămas în mare măsură nesesizat până acum este acela că tinde să îmbrace forme noi și tot mai subtile, care ocolesc restricțiile instituite prin regulile de disciplinele multilaterale existente (Ghibuțiu, 2012b, p. 77).

Istoria economică atestă că protecționismul asociat crizei se menține încă o lungă perioadă de timp după redresarea economiilor. Odată instituite, anumite

tipuri de măsuri comerciale restrictive, în speță măsurile de apărare comercială (antidumping, taxele compensatorii), acționează pe termen mediu și lung. Numeroasele intervenții guvernamentale de mare anvergură operate pe pieţele de mărfuri și capitaluri, alături de amplificarea tensiunilor comerciale pe plan internațional, se adaugă riscurilor și incertitudinilor curente din economia mondială, cu potențialul de a frâna creșterea economică și expansiunea comerțului internațional în următorul deceniu. Dar, și mai grav este că ***procesul de liberalizare a pieţelor este în impas***. Marile puteri comerciale (SUA, UE) nu dau semne că ar dori să abandoneze politicile lor defensive promovate în ultimii ani și nici să-și exercite din nou rolul de lider în demersul de liberalizare pe cale multilaterală a pieţelor, ceea ce sporește și mai mult pericolul presiunilor protecționiste (Ghibuțiu, 2012b, pp. 76-77).

Runda Doha, lansată în 2001, continuă să fie blocată, deși cu prilejul Conferinței ministeriale a OMC din 15-17 decembrie 2011 țările membre s-au angajat să o finalizeze cu succes, și să impulsioneze negocierile măcar în acele domenii în care există șanse să fie încheiate acorduri bazate pe consens. Analiștii apreciază că pachetul de înțelegeri convenit până acum este substanțial, dar incomplet, iar dacă ar fi încheiat, acordul final ar asigura economiei mondiale un stimulent economic în valoare de sute de miliarde de dolari anual, garantând liberalizarea comerțului în următorii zece ani (Bhagwati și Sutherland, 2011).

Încă și mai important este faptul că de la acordul final se așteaptă îmbunătățirea regulilor comerciale multilaterale și ajustarea lor la realitățile economice ale secolului al XXI-lea. Blocajul Rundei Doha este, așadar, foarte costisitor. Dincolo de șansa care s-ar pierde în cazul neîncheierii rundei în mod satisfăcător, un eșec ar cauza pagube serioase credibilității OMC, afectând și mai mult multilateralismul, care este oricum greu încercat din cauza proliferării exponențiale a acordurilor comerciale preferențiale. Mai mult, eroziunea rapidă a poziției OMC ca pivot al sistemului comercial internațional ar putea precipita apariția unei situații în care națiunile s-ar simți îndreptățite să ignore regulile multilaterale, ceea ce ar echivala cu cel mai pesimist scenariu – aruncarea sistemului comercial mondial înapoi în secolul al XIX-lea, când acesta a fost dominat de marile puteri și, desigur, cu pericolul ca țările mai mici să fie private de abilitatea de a negocia pe picior de egalitate (Ghibuțiu, 2012b, p. 77).

Anexa 1.1

Evoluția PIB global în 2010-2011 și prognozele pentru 2012-2013 (modificări anuale în %)

Sursa (Data)	Economie mondială/ grupuri de economii[1]	Ritm anual de creștere a PIB (real) (în %)			
		2010	2011[2]	2012[3]	2013[3]
ONU (ianuarie 2012)	**Economia mondială**	4,0	2,8	2,6	3,2
	Economii dezvoltate	2,7	1,3	1,3	1,9
	Economii în tranziție	4,1	4,1	3,9	4,1
	Economii în dezvoltare	7,5	6,0	5,6	5,9
OMC (aprilie 2012)	**Economia mondială**	3,8	2,4	2,1	2,7
	Economii dezvoltate	2,8	1,5	1,1	1,8
	Economii în dezvoltare și CSI[4]	7,2	5,7	5,0	5,4
FMI (aprilie 2012)	**Economia mondială**	5,3	3,9	3,5	4,1
	Economii avansate	3,2	1,6	1,4	2,0
	Economii emergente și în dezvoltare	7,5	6,2	5,7	6,0
OCDE (mai 2012)	**Economia mondială**	5,1	3,6	3,4	4,2
	Zona OCDE	3,2	1,8	1,6	2,2
Comisia Europeană (mai 2012)	**Economia mondială**	5,1	3,7	3,3	3,7
	Uniunea Europeană	2,0	1,5	0,0	1,3
	Zona euro	1,9	1,5	-0,3	1,0
Banca Mondială (iunie 2012)	**Economia mondială**	4,1	2,7	2,5	3,0
	Țări cu venituri înalte	3,0	1,6	1,4	1,9
	Țări în dezvoltare și în tranziție	7,4	6,1	5,3	5,9

Note: [1]Fiecare instituție utilizează propria sa clasificare; [2] Estimări; [3] Proiecții; [4] CSI = Comunitatea Statelor Independente.

Surse: Tabel alcătuit de autor în baza următoarelor surse: United Nations/DESA (2012), IMF (2012), WTO (2012a), OECD (2012), European Commission (2012) și The World Bank (2012).

Anexa 1.2

Evoluția comerțului internațional în 2010-2011 și prognozele pentru 2012-2013 (în %)

Sursa/Data	Economie mondială/ grupuri de economii[1]	Modificări anuale ale volumului (în %)			
		2010	2011[2]	2012[3]	2013[3]
ONU[4] (ianuarie 2012)	**Comerț mondial cu bunuri și servicii**	12,8	6,6	4,4	5,7
	Exporturi mondiale de bunuri și servicii	12,3	6,4	4,5	5,8
	Economii dezvoltate	11,0	6,1	3,3	5,0
	Economii în tranziție	4,2	5,2	1,9	3,3
	Economii în dezvoltare	15,3	7,0	6,4	7,0
	Importuri mondiale de bunuri și servicii	13,4	6,7	4,3	5,7
	Economii dezvoltate	10,4	5,3	2,6	4,2
	Economii în tranziție	11,0	6,4	7,0	8,4
	Economii în dezvoltare	18,7	9,0	6,8	7,8
OMC (aprilie 2012)	**Comerț mondial cu bunuri Exporturi mondiale de bunuri**	13,8	5,0	3,7	5,6
	Economii dezvoltate	13,0	4,7	2,0	4,1
	Economii în dezvoltare și CSI[4]	14,9	5,4	5,6	7,2
	Importuri mondiale de bunuri				
	Economii dezvoltate	10,9	2,8	1,9	3,9
	Economii în dezvoltare și CSI[4]	18,1	7,9	6,2	7,8
FMI (aprilie 2012)	**Comerț mondial cu bunuri și servicii**	12,9	5,8	4,0	5,6
	Exporturi				
	Economii avansate	12,2	5,3	2,3	4,7
	Economii emergente/în dezvoltare	14,7	6,7	6,6	7,2
	Importuri				
	Economii avansate	11,5	4,3	1,8	4,1
	Economii emergente/în dezvoltare	15,3	8,8	8,4	8,1

OCDE (mai 2012)	**Comerț mondial cu bunuri**[5]	12,8	6,0	4,1	7,0
Comisia Europeană (mai 2012)	**Exporturi mondiale de bunuri și servicii**	12,6	6,5	4,2	5,5
	Uniunea Europeană[6]	10,9	6,3	2,4	4,8
	Importuri mondiale de bunuri și servicii	14,1	6,2	4,0	5,5
	Uniunea Europeană[6]	9,8	3,9	0,9	3,9
Banca Mondială (iunie 2012)	**Comerț mondial cu bunuri și servicii**	13,0	6,1	5,3	7,0

Note: [1] Fiecare instituție utilizează propria sa clasificare; [2] Estimări; [3] Proiecții; [4] CSI = Comunitatea Statelor Independente; [5] Media aritmetică a volumului exporturilor și importurilor; [6] Comerț intra și extra-UE.

Surse: Tabel alcătuit de autor în baza următoarelor surse: United Nations/DESA (2012), WTO (2012a), IMF (2012), OECD (2012), European Commission (2012) și The World Bank (2012).

Anexa 1.3

Evoluția PIB mondial și a volumului comerțului mondial cu bunuri, pe regiuni geografice și principalele țări, în perioada 2009-2011

(modificări anuale în %)

Regiuni/Țări	PIB			Exporturi			Importuri		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
TOTAL MONDIAL	-2,6	3,8	2,4	-12,0	13,8	5,0	-12,9	13,7	4,9
America de Nord	-3,6	3,2	1,9	-14,8	14,9	6,2	-16,6	15,7	4,7
SUA	-3,5	3,0	1,7	-14,0	15,4	7,2	-16,4	14,8	3,7
America Centrală&Sud[1]	-0,3	6,1	4,5	-8,1	5,6	5,3	-16,5	22,9	10,4
Europa	-4,1	2,2	1,7	-14,1	10,9	5,0	-14,1	9,7	2,4
UE-27	-4,3	2,1	1,5	-14,5	11,5	5,2	-14,1	9,5	2,0
CSI[2]	-6,9	4,7	4,6	-4,8	6,0	1,8	-28,0	18,6	16,7
Africa	2,2	4,6	2,3	-3,7	3,0	-8,3	-5,1	7,3	5,0
Orientul Mijlociu	1,0	4,5	4,9	-4,6	6,5	5,4	-7,7	7,5	5,3
Asia	-0,1	6,4	3,5	-11,4	22,7	6,6	-7,7	18,2	6,4
China	9,2	10,4	9,2	-10,5	28,4	9,3	2,9	22,1	9,7
Japonia	-6,3	4,0	-0,5	-24,9	27,5	-0,5	-12,2	10,1	1,9
India	6,8	10,1	7,8	-6,0	22,0	16,1	3,6	22,7	6,6
NEI[3]	-0,6	8,0	4,2	-5,7	20,9	6,0	-11,4	17,9	2,0
***Memorandum*:**									
Economii dezvoltate	-4,1	2,9	1,5	-15,1	13,0	4,7	-14,4	10,9	2,8
Economii în dezvoltare și CSI	2,2	7,2	5,7	-7,4	14,9	5,4	-10,5	18,1	7,9

Note: [1] Inclusiv Caraibe; [2] CSI = Comunitatea Statelor Independente; [3] NEI = noile economii industrializate, incluzând: Coreea de Sud, Singapore, Hong Kong (China) și Taiwan (China).

Sursă: Secretariatul OMC (WTO, 2012a).

Anexa 1.4

Evoluția comerțului mondial cu bunuri în termeni nominali, pe regiuni geografice și principalele țări, în perioada 2005-2011

(în miliarde USD și %)

Regiuni/Țări	Exporturi				Importuri			
	Volum valoric (mrd. USD)	Modificări anuale (în %)	Modificări anuale (în %)		Volum valoric (mrd. USD)	Modificări anuale (în %)	Modificări anuale (în %)	
	2011	2005-2011	2010	2011	2011	2005-2011	2010	2011
TOTAL MONDIAL	17.779	10	22	20	18.000	9	21	19
America de Nord	2.283	8	23	16	3.090	5	23	15
SUA	1.481	9	21	16	2.265	5	23	15
Canada[1]	452	4	23	17	462	6	22	15
America Centr&Sud[2]	749	13	26	27	727	16	30	24
Brazilia	256	14	32	27	237	20	43	24
Europa	6.601	7	12	17	6.854	7	13	17
UE-27	6.029	7	12	17	6.241	7	13	16
Germania	1.474	7	12	17	1.254	8	14	19
Franța	597	4	8	14	715	6	9	17
Olanda	660	8	15	15	597	9	17	16
Italia	523	6	10	17	557	6	17	14
Marea Britanie	473	4	15	17	636	4	16	13
CSI[3]	788	15	31	34	540	17	24	30

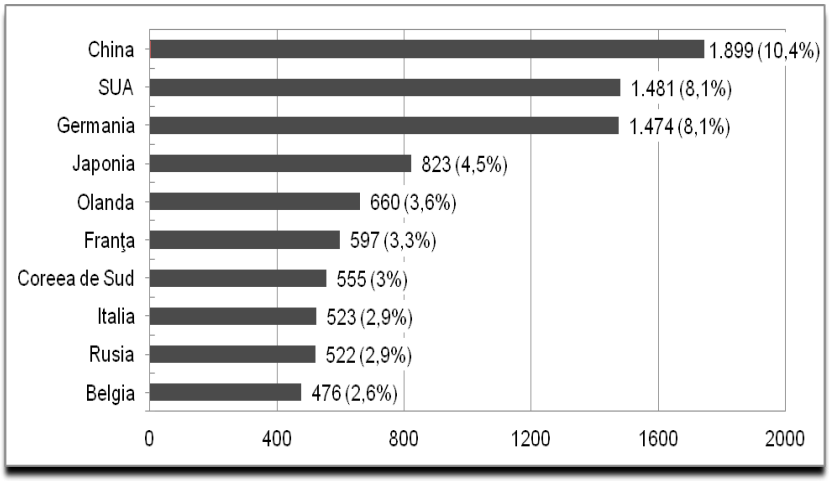
Federația Rusă	522	14	32	30	323	17	30	30
Africa	597	11	29	17	555	14	15	18
R.Africa de Sud	97	11	31	20	122	12	27	29
Orientul Mijlociu	1.228	15	27	37	665	12	13	16
Asia	5.534	12	31	18	5.568	13	33	23
China	1.899	16	31	20	1.743	18	39	25
Japonia	823	6	33	7	854	9	26	23
India	297	20	33	35	451	21	36	29
NEI[4]	1.290	10	30	16	1.302	10	32	18
Memorandum								
Extra-UE-27	2.131	8	17	19	2.344	8	19	17

Note: [1] Importuri FOB; [2] Inclusiv Caraibe; [3] CSI = Comunitatea Statelor Independente; [4] NEI = noile economii industrializate, incluzând: Coreea de Sud, Singapore, Hong Kong (China) și Taiwan (China).

Sursă: Secretariatul OMC (WTO, 2012a).

Anexa 1.5

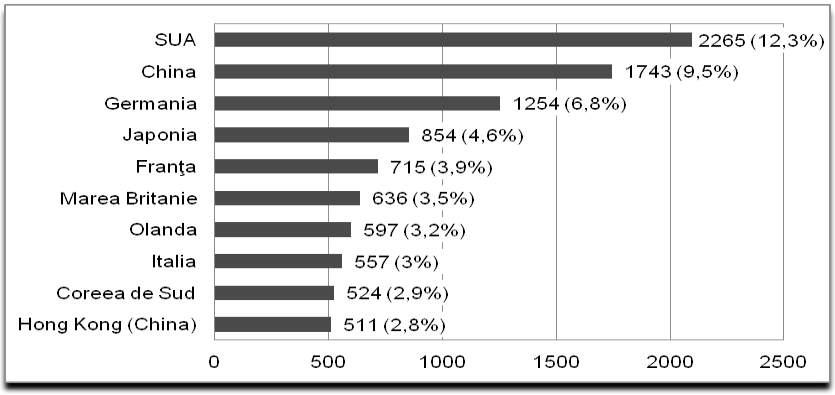
Principalii 10 exportatori de bunuri pe plan mondial, în 2011 (în miliarde USD și % din total mondial)



Sursă: Grafic întocmit de autor în baza datelor furnizate de Secretariatul OMC (WTO, 2012a).

Anexa 1.6

Principalii 10 importatori de bunuri pe plan mondial, în 2011 (în miliarde USD și % din total mondial)



Sursă: Grafic întocmit de autor în baza datelor furnizate de Secretariatul OMC (WTO, 2012a).

Bibliografie

Ahearn, R., J. (2011), *Rising Economic Powers and the Global Economy: Trends and Issues for Congress*, Congressional Research Service, CRS Report for Congress, August 22, 2011, Washington D. C.

Bhagwati, J., Sutherland, P. (2011), *The Doha Round: Setting a Deadline, Defining a Final Deal, High Level Trade Experts Group*, Interim Report – January 2011.

Dadush, U., Ali, Sh. (2010), *The Transformation of World Trade*, Policy Outlook, Carnegie Endowment for International Peace, February 2010, Washington, D.C.

Dadush, U., Shaw, W. (2011), Juggernaut: *How Emerging Markets Are Reshaping Globalization*, Carnegie Endowment for International Peace, 2011, Washington, D.C.

European Commission (2010), Commission Staff Working Document, *Trade as a Driver of Prosperity*. Accompanying Document to the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee ot the Regions: "Trade, Growth and World Affairs. Trade Policy as a Core Component of the EU's 2020 Strategy", COM(2010)612 / SEC(2010)1268, Brussels.

European Commission (2012), European Economic Forecast – Spring 2012, European Economy 1/2012.

Evenett, S., J. (2012) (Ed.), *Débâcle: The 11th GTA Report on Protectionism*, CEPR, 14 June 2012, London.

Freund, C. (2009), *The Trade Response to Global Downturns: Historical Evidence*, Policy Research Working Paper 5015, Development Research Group, The World Bank, Washington D.C.

Ghibuțiu, A. (2011a), "Mutațiile structurale din sfera comerțului internațional și consecințele pentru politicile comerciale și cooperarea multilaterală", în: Ghibuțiu, Agnes (Coord.), Albu, C., Bonciu, F. *et al*., *Tendințe în evoluția protecționismului comercial pe plan global. Factori cauzali, forme de manifestare și implicații*, studiu, Academia Română, INCE, IEM, noiembrie 2011, București, pp. 14-23.

Ghibuțiu, A. (2011b), "Evoluția comerțului internațional cu bunuri și servicii în anii de criză și post-criză", în: Oehler-Șincai, I. M. (Coord.), Ghibuțiu, A., Pencea, S., Lianu, C., *Piețe potențiale extracomunitare pentru firmele românești – Brazilia, Rusia, India, China (BRIC)*, Editor Tribuna Economică, 2011, București, pp. 43-88.

Ghibuțiu, A. (2012a), "Tendințe în evoluția comerțului internațional în 2011 și perspectivele pentru 2012-2013", în: Albu, C., Cartas, M. (Coord.), *Conjunctura economiei mondiale – 2012*, Academia Română, INCE, IEM, iunie 2012, București, pp. 17-41.

Ghibuțiu, A. (2012b), Sfârșitul mitului "protecționismului moderat?", în: *Tribuna economică*, Nr. 29, 18 iulie 2012, București, pp. 74-77.

IMF (2012a), World Economic Outlook Database, April 2012, Washington D.C. Bază de date disponibilă la http://www.imf.org/external/data.htm. Ultima accesare la data de 23.07.2012.

IMF (2012b), *World Economic Outlook April 2012, Growth Resuming, Dangers Remain*, Washington D.C.

Kose, M. A., Prasad, E., S. (2010a*), Emerging Markets: Resilience and Growth Amid Global Turmoil*, Brookings Institution, Washington D. C.

Kose, M. A., Prasad, E., S. (2010b), *Emerging Markets Come of Age, Finance & Development*, December 2010, Vol. 47, No. 4

Krueger, A., O. (2008), *International Trade and the New World Order*, Keynote Address Given at the Eurobank EFG Conference on "International Trade Trends and Perspectives: The Challenges Ahead", April 3, 2008, Athens, Greece.

Milberg, W., Winkler, W., D. (2010), *Trade Crisis and Recovery: Restructuring of Global Value Chains*, Policy Research Working Paper 5294, The World Bank, May 2010, Washington D.C.

OECD (2010a), *Perspectives on Global Development, Shifting Wealth*, Paris.

OECD (2010b), Remarks by Angel Gurría, OECD Secretary-General, for the Launch of the Perspectives on Global Development 2010: Two Decades of Shifting Wealth, 16 June 2010, OECD, Paris.

OECD (2012a), *What is the Economic Outlook for OECD Countries? An Interim Assessment*, 29 March 2012, Paris.

OECD (2012b), Economic Outlook, Volume 2012/1, May, Paris.

The World Bank (2011), *Global Development Horizons 2011. Multipolarity: The New Global Economy*, The World Bank, Washington D.C.

The World Bank (2012a), *Global Economic Prospects. Uncertainties and Vulnerabilities*, Volume 4, January 2012, Washington D.C.

The World Bank (2012b), *Global Economic Prospects. Managing Growth in a Volatile World*, Volume 5, June 2012, Washington D.C.

UNCTAD (2012a), *Development and Globalization. Facts and Figures – UNCTAD 2012*. Accesibil la: http://dgff.unctad.org/chapter1/1.1.html

UNCTAD (2012b), *World Investment Report 2012. Towards a New Generation of Investment Policies*, United Nations, New York and Geneva.

United Nations/DESA, UNCTAD *et al.* (2012), *World Economic Situation and Prospects 2012*, January, United Nations, New York.

Washington Post (2011), Editorial, "The Coming Renaissance of U.S. Manufacturing,", May 10, 2011, citat în: Ahearn, R., J. (2011).

WTO (2011a), International Trade Statistics, 2011, Geneva.

WTO (2011b), World Trade Report 2011. *The WTO and Preferential Trade Agreements: From Co-existence to Coherence*, Geneva.

WTO, IDE-JETRO (2011), *Trade Patterns and Global Value Chains in East-Asia: From Trade in Goods to Trade in Tasks*, Geneva.

WTO (2012a), *World Trade 2011, Prospects for 2012. Trade Growth to Slow in 2012 After Strong Deceleration in 2011*, WTO PRESS RELEASE, PRESS/658, 12 April 2012, Geneva.

WTO (2012b), *World Trade Report 2012, Trade and Public Policies: A Closer Look at Non-Tariff Measures in the 21st Century*, Geneva.

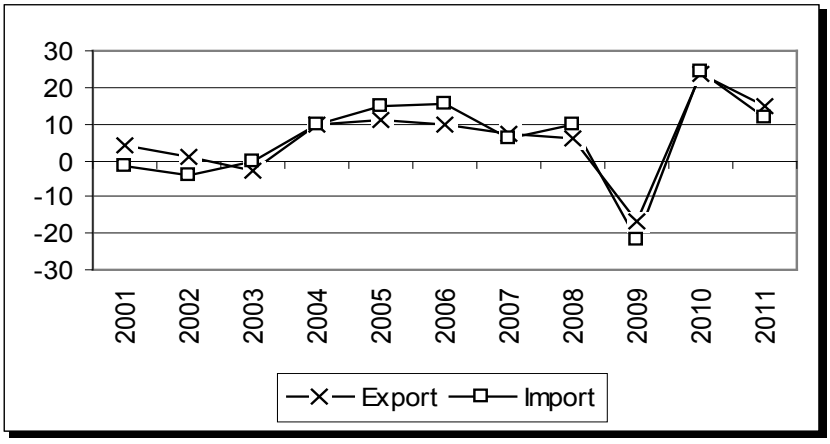
WTO (2012c), *Report on G-20 Trade Measures* (Mid-October 2011 to Mid-May 2012), 31 May 2012, Geneva.

CAPITOLUL II. TRĂSĂTURI DOMINANTE ALE SCHIMBURILOR COMERCIALE EXTRACOMUNITARE ÎN 2000-2011. LOCUL ROMÂNIEI ÎN ACESTE SCHIMBURI[32]

2.1. Trăsături dominante ale comerțului UE cu restul lumii

Schimburile extracomunitare ale UE au înregistrat ritmuri susținute de creștere în perioada 2000-2008, urmate de o scădere abruptă a acestora în 2009, pe fondul crizei financiare și economice mondiale. În schimb, în 2010, deopotrivă ritmul de creștere a exporturilor și importurilor extracomunitare au depășit 20%, iar în 2011 acestea au fost mai mari de 10% **(Graficul 2.1)**, ambele fluxuri atingând noi maxime istorice.

Graficul 2.1: Ritmurile de creștere a schimburilor comerciale ale UE cu restul lumii în perioada 2000-2011 (%)



Sursa: Grafic întocmit de autor, în baza datelor Eurostat (2012).

Totodată, pe parcursul ultimului deceniu, rolul jucat de pieţele extracomunitare în comerțul UE a sporit. În perioada 2000-2011, cota exporturilor extracomunitare în totalul exporturilor UE a crescut cu 3,6 puncte procentuale (de la 32% la 35,6%), în timp ce ponderea corespunzătoare la import s-a majorat cu 2,1 puncte procentuale (de la 36,5% la 38,6%), aceste creșteri fiind

[32] Acest capitol are la bază idei și concluzii din lucrarea „Evoluții și perspective ale schimburilor comerciale și de ISD dintre UE și țările BRIC. Studiu de caz: România și țările BRIC", elaborată în cadrul proiectului „Studii postdoctorale în economie: program de formare continuă a cercetătorilor de elită – SPODE".

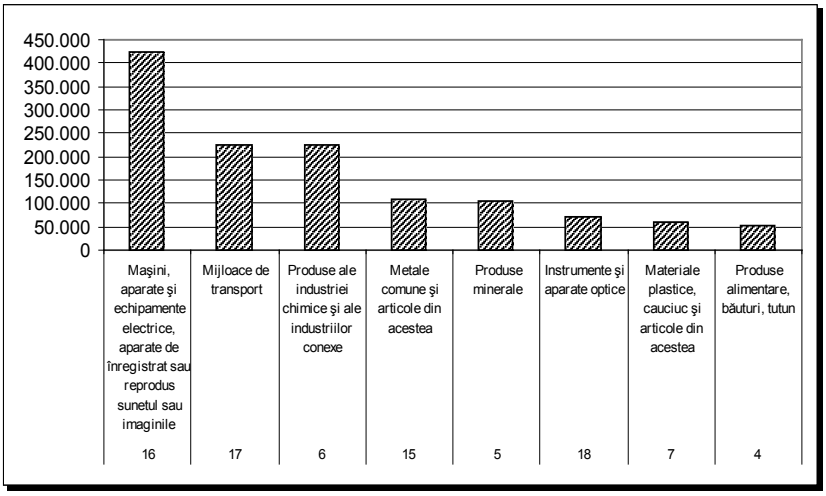
concentrate între 2009 și 2011 (Eurostat, 2012). Schimburile intracomunitare continuă, totuși, să aibă ponderi mult mai ridicate decât cele extracomunitare în comerțul total al UE.

Exporturile UE către restul lumii sunt dominate de grupa de produse prelucrate. Cota acestora în totalul exporturilor extracomunitare a fost de 80,1% în 2011, cu 3,4 puncte procentuale mai scăzută decât în 2007. Grupa de produse primare și grupa altor produse (care include și grupa 891 – arme și muniții) și-au majorat cotele în totalul exporturilor extracomunitare de la 14,4% la 16,9% (din care, 7,5% produse agricole și 9,4% combustibili și produse minerale) și, respectiv, de la 2,1% la 3% în 2011 comparativ cu 2007.

La export, trei grupe ale nomenclatorului combinat au cumulat peste jumătate din totalul exporturilor UE către restul lumii: *Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* (425,4 miliarde euro), *Mijloace de transport* (225 miliarde euro) și *Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe* (224 miliarde euro).

Graficul 2.2: Principalele grupe de bunuri exportate de UE pe piețele extracomunitare

(milioane euro)



Sursa: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

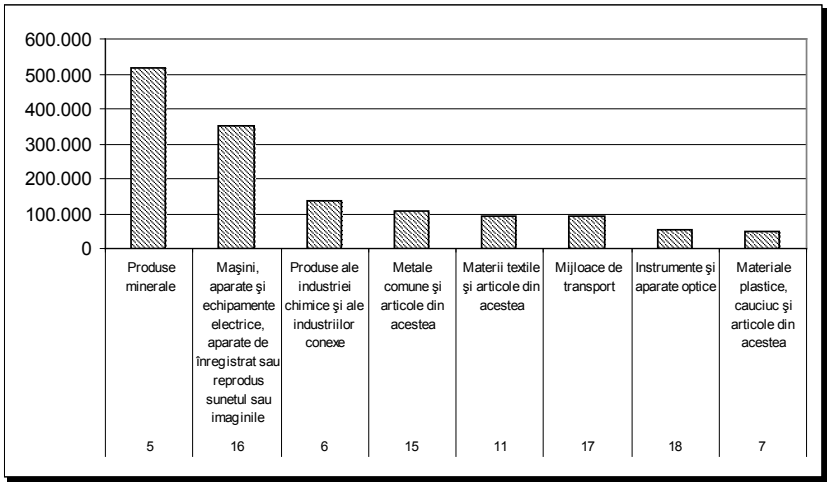
Pe latura importurilor, produsele prelucrate au deținut în 2011 o cotă de 56,2% în importurile din afara UE, în scădere cu 5,4 puncte procentuale comparativ cu procentajul deținut în 2007. În schimb, produsele primare și-au

majorat ponderea în importurile totale ale UE din afara Pieței interne cu aproape 5 puncte procentuale, apropiindu-se de nivelul de 42% în total (din care, aproape 34% grupa de combustibili și produse minerale și 8% produsele agricole). Declinul ponderii produselor prelucrate în totalul importurilor extracomunitare, însoțit de o creștere a cotei grupei de produse de bază se înscriu în tendința generală remarcată în planul comerțului internațional, de sporire a importanței produselor de bază, pe fondul intensificării „goanei după resurse".

Două grupe de produse din nomenclatorul combinat domină importurile UE de pe piețele extracomunitare: *Produse minerale* (aproape 520 miliarde euro în 2011) și *Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* (350 miliarde euro în 2011). Cele două grupe au cumulat la nivelul anului 2011 peste jumătate din importurile extracomunitare ale UE.

Graficul 2.3: Principalele grupe de bunuri importate de UE de pe piețele extracomunitare

(milioane euro)

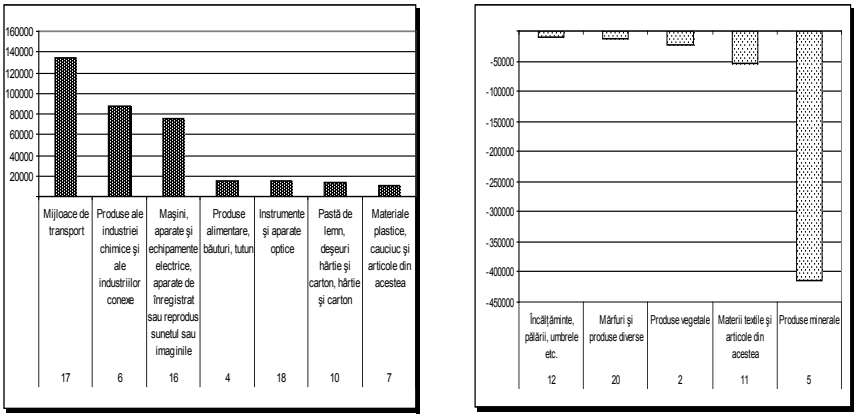


Sursa: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

În 2011, UE a înregistrat solduri pozitive ale balanțelor comerciale pentru 14 grupe de produse și solduri negative pentru 7 grupe ale nomenclatorului combinat, ceea ce a generat, pe ansamblul schimburilor comerciale, un deficit în valoare de circa 160 miliarde euro (Eurostat, 2012). Cele mai ridicate excedente au fost înregistrate la grupele: *Mijloace de transport* (134 miliarde euro), *Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe* (87 miliarde euro) și *Mașini, aparate*

și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reproducere sunetul sau imaginile (circa 75 miliarde euro), iar cele mai mari deficite la grupele: *Produse minerale* (aproape 414 miliarde euro), *Textile și articole din acestea* (54 miliarde euro) și *Produse vegetale* (23 miliarde euro). Excluzând grupa de produse minerale, pe ansamblul celorlalte grupe de produse, UE a obținut un excedent remarcabil.

Graficul 2.4: Balanțele comerciale ale UE (milioane euro)



Notă: Pentru grupele de produse la care se înregistrează valori absolute ale balanțelor comerciale de peste 10 miliarde euro.

Sursa: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

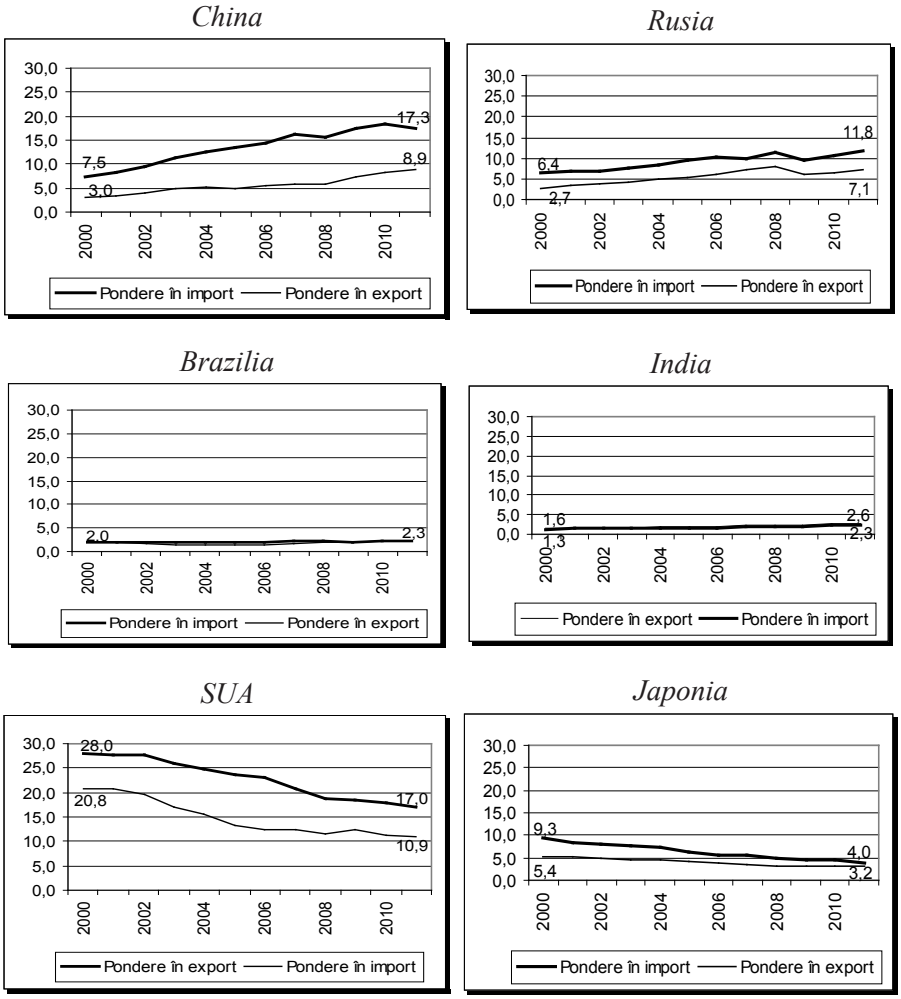
La nivelul anului 2011, principalii parteneri comerciali ai UE în sfera comerțului cu bunuri (ținând cont de ambele fluxuri cumulate, export+import), au fost: SUA (13,8% din total), China (13,3%, foarte aproape de SUA), Federația Rusă (9,5%), Elveția (6,6%), Norvegia (4,4%), Turcia (3,7%), care a devansat Japonia (3,6%), India (2,5%) și Brazilia, care a depășit Coreea de Sud (2,1%). Comparând aceste ponderi cu cele din 2000, se remarcă majorarea puternică a cotelor Chinei și Rusiei, creșterea modestă în cazul Braziliei și Indiei, în paralel cu scăderea accentuată a procentajelor deținute de partenerii tradiționali, SUA și Japonia. În relație cu SUA, diminuarea se explică, în parte, prin fluxurile de ISD, care au înlocuit o cotă semnificativă a schimburilor comerciale cu producția, pe fondul unor motivații precum diminuarea costurilor de transport și ocolirea barierelor tarifare și netarifare de pătrundere piață. SUA concentrează atât cea mai mare pondere în stocul de ISD generat de UE, cât și cea mai mare cotă în stocul de ISD receptat de Uniune. Cea mai mare a parte a stocului de ISD în SUA provine din opt țări, dintre care cinci sunt state membre ale UE (Marea Britanie, Franța, Germania, Luxemburg, Olanda). În ceea ce privește

schimburile UE cu Japonia, acestea au fost în mare măsură înlocuite de cele cu „atelierul lumii", China. Aceste aserțiuni trebuie corelate cu rezultatele unor studii relevante (Helpman, 1984, Markusen și Venables, 1998, Markusen și Venables, 2000, Markusen, 2002, Palacios, 2008, Xiaohui, Chang și Sinclair, 2009), care demonstrează că activitatea globală a CTN, dezvoltarea rețelelor globale de producție și fragmentarea procesului de producție se reflectă direct asupra schimburilor comerciale internaționale.

În rândul destinațiilor prioritare de export ale Uniunii, se mai evidențiază sporirea ponderilor unor țări precum Elveția, Turcia, Algeria și Africa de Sud, iar ca surse de import, se remarcă intensificarea participării Turciei și Norvegiei. *Merită menționat faptul că, în 2011, Rusia a devansat SUA și a ocupat locul secund, după China, în ierarhia surselor de import ale Uniunii.*

În 2011, UE a înregistrat excedente semnificative în relație cu SUA (nivel de peste 76 miliarde euro, însă inferior maximului anterior de peste 90 miliarde euro), Elveția (un nou maxim, în valoare de aproape 31 miliarde euro), Turcia (un nou maxim, de circa 25 miliarde euro), Emiratele Arabe Unite (circa 24 miliarde euro), Hong Kong-China (aproximativ 21 miliarde euro), Australia (19 miliarde euro), dar și cu alte țări, precum Mexic și Egipt. UE a continuat să marcheze un excedent nesemnificativ în relație cu India (circa 1 miliard euro) și un deficit moderat cu Brazilia (aproximativ 2 miliarde euro – reprezentând însă doar o cincime din deficitele înregistrate în 2006-2008), în timp ce soldurile negative ale balanțelor în relație cu China și Rusia au fost remarcabile (aproape 156 miliarde euro și, respectiv, 90 miliarde euro), marcând o *diminuare accentuată* în primul caz și o *majorare semnificativă* în cel de-al doilea (DG Trade, 2012). *Soldurile negative ale balanțelor comerciale în relație cu China și Rusia au rămas cele mai ridicate în planul relațiilor UE cu partenerii săi extracomunitari.* Aceste deficite au fost urmate de cele înregistrate în relație cu Norvegia (47 miliarde euro), Japonia și Kazakhstan (aproximativ 18 miliarde euro și, respectiv, 17 miliarde euro). Se remarcă, totodată, diminuarea deficitului balanței comerciale în relație cu Coreea de Sud, de la 16,6 miliarde euro în 2007 la 3,6 miliarde euro în 2011.

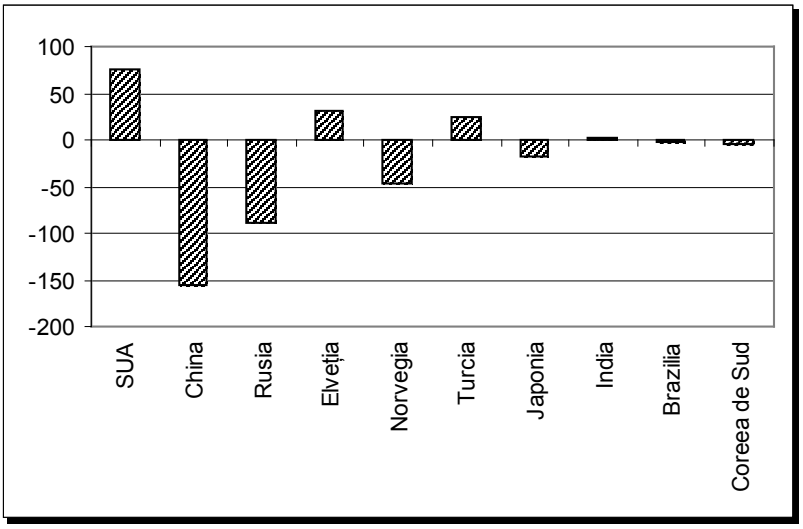
Graficul 2.5: Creșterea ponderilor țărilor BRIC[33] și diminuarea cotelor SUA și Japoniei în comerțul UE cu restul lumii în perioada 2000-2011 (%)



Sursa: Grafic întocmit de autor, în baza datelor Eurostat (2012).

[33] Jim O'Neill a lansat acronimul BRIC (pentru a defini grupul de țări format din Brazilia, Rusia, India și China) la sfârșitul anului 2001, în lucrarea *Building Better Global Economic BRICs*, Goldman Sachs, Global Economics Paper No. 66, 30 noiembrie 2001. Deși gruparea a dobândit un caracter oficial abia în 2009 – cu ocazia primului summit al țărilor BRIC –, aceasta și-a definit rapid obiectivele majore, atât în plan global, cât și la nivelul relațiilor dintre țările participante. Cu ocazia summitului de la Sanya, din 14 aprilie 2011, Republica Africa de Sud s-a alăturat grupului celor mai puternice economii emergente ale lumii, iar acronimul BRIC a devenit BRICS.

Graficul 2.6: Balanțele comerciale ale UE în relație cu principalii săi zece parteneri în 2011 (%)



Sursă: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

Pe grupuri de țări, ponderea ansamblului BRIC în fluxurile comerciale extracomunitare s-a majorat treptat,[34] atingând un nivel maxim în 2011. Ținând cont de ambele fluxuri, export plus import, grupul țărilor BRIC a avut în 2011 o cotă de 27,6% în comerțul UE, cu mult peste procentajul deținut de NAFTA (16,7% din total). Pe latura exporturilor, contribuția BRIC a depășit pentru prima dată cota deținută de NAFTA în exporturile Uniunii (21% comparativ cu 20,5%), în timp ce importurile au continuat să fie vizibil dominate de BRIC, grupare urmată la distanță de CSI și NAFTA (cu procentaje de 33,7%, 15,3% și, respectiv, 13,3%).

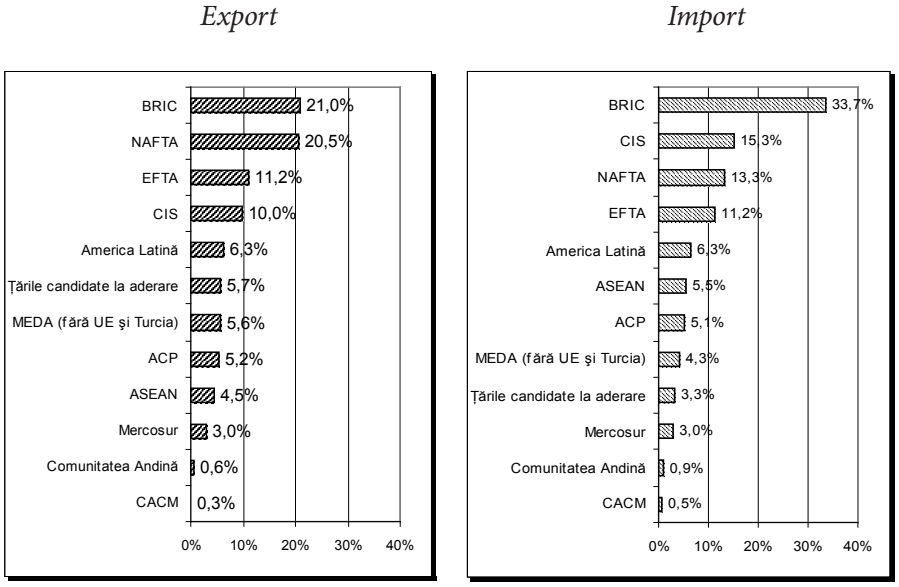
Aceste cote de piață s-au reflectat într-un deficit substanțial al balanței comerțului cu bunuri pe relația UE-BRIC, în valoare de 246 miliarde euro (nivel ușor mai scăzut decât maximul înregistrat în 2008, de 250 miliarde euro și depășind soldul negativ al balanței de 243 miliarde euro din 2010).[35] Mărimea acestui deficit este și mai evidentă dacă o comparăm cu deficitul total înregistrat de UE în plan extracomunitar, în valoare de 160 miliarde euro în 2011 (DG Trade, 2012).

[34] Dintre studiile referitoare la schimburile comerciale dintre UE și țările BRIC amintim: Ghosh *et al.* (2009), Havlik *et al.* (2009), Havlik, Pindyuk, Stöllinger (2009), Oehler-Șincai (2012) și Oehler-Șincai *et al.* (2011).

[35] Nivelul minim al deficitului UE-BRIC din perioada 2006-2011 s-a înregistrat în 2009, pe fondul crizei financiare și economice mondiale, care a determinat scăderea exporturilor, importurilor și, pe cale de consecință, a dezechilibrelor comerciale.

Potrivit datelor Eurostat, *în plan regional*, la nivelul anului 2011, peste 40% din importurile UE au provenit din Asia, iar principala destinație a exporturilor extracomunitare a constituit-o în 2011 tot Asia, cu o treime din total. Deficitul remarcabil al UE cu Asia a fost parțial compensat de excedentul înregistrat în relație cu America de Nord.

Graficul 2.7: Ponderile grupului BRIC în fluxurile comerciale ale UE în plan extracomunitar în 2011, comparativ cu NAFTA și alte zece grupuri de țări (%)



Notă: **NAFTA** – Acordul de Liber Schimb Nord-American, **EFTA** – Asociația Europeană a Liberului Schimb, **CIS** – Comunitatea Statelor Independente, **MEDA** – țările participante la parteneriatul Euro-mediteranean, **ASEAN** – Asociația Națiunilor din Asia de Sud-Est, **ACP** – 79 de țări din Africa, Pacific și Caraibe, **CACM** – Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Guatemala, Panama, **Mercosur** – Piața Comună a Sudului (Argentina, Brazilia, Paraguay, Uruguay).[36]

Sursă: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

În ceea ce privește deficitul comercial al balanței UE în relație cu R. P. Chineză, experții comunitari consideră că unul dintre factorii determinanți

[36] Venezuela a devenit membru al Pieței Comune a Sudului la 31 iulie 2012, după suspendarea temporară, până la noi alegeri prezidențiale, a Paraguayului (țară care s-a opus aderării Venezuelei la Mercosur).

ai acestuia îl reprezintă menținerea monedei naționale chineze, yuanul sau renminbi (RMB) la un curs subevaluat, pentru a încuraja exporturile sau, invers, pentru a frâna importurile. În schimb, experții chinezi subliniază că yuanul s-a apreciat considerabil din iulie 2005, când s-a trecut la flotarea controlată a RMB (cu excepția perioadei iulie 2008 - iunie 2010, când cursul a fost menținut fix, pe fondul crizei financiare și economice mondiale) și identifică alte cauze ale acestui deficit (Zhu, Jia, Zhang, 2009). Aceștia evidențiază că embargoul impus de UE (și SUA) asupra exportului de armament către China, în vigoare de peste 20 de ani, reprezintă un impediment major în calea creșterii exporturilor pe piața chineză (prin limitarea exportului de tehnologii cu dublă utilizare, civilă și militară). Totodată, ei aduc în prim-plan „triunghiul echilibrului comercial: UE-China-Asia de Est și Sud-Est", care semnifică transferarea excedentului comercial al țărilor din Asia de Est și Sud-Est în relație cu UE în excedentul Chinei în relație cu UE, de vreme ce China folosește în procesul de producție inputuri de la țările vecine, pe care le încorporează în produsele finite exportate pe Piața unică.[37] Specialiștii chinezi mai subliniază că produsele exportate nu sunt bunuri de valoare adăugată proprie ridicată, iar excedentul comercial chinez se datorează cantității exportate, nu valorii adăugate integrate. Mai mult decât atât, aceștia consideră că exportul de produse ieftine pe Piața internă contribuie la menținerea unei rate temperate a inflației în UE, iar principalii beneficiari ai relației comerciale bilaterale sunt CTN europene care produc în China, având acces la forță de muncă și inputuri ieftine.

În opinia noastră, dincolo de schimbările de ordin statistic, prin care analiza schimburilor comerciale să se realizeze prin prisma valorii adăugate de țara de origine, două procese de durată pot avea un impact puternic asupra balanței comerciale UE-China: pe de o parte, continuarea aprecierii RMB, ceea ce ar spori gradul de atracție a pieței interne pentru producătorii chinezi (echivalent cu temperarea exporturilor); pe de altă parte, diminuarea înclinației spre economisire a sectorului casnic și companiilor autohtone și sporirea consumului, ceea ce ar contribui la majorarea cererii interne (proces însoțit totodată de sporirea importurilor).

În cele ce urmează, vom adânci analiza fluxurilor comerciale dintre UE și principalii săi parteneri comerciali.

[37] Acest „triunghi" trebuie corelat cu inițiativa „fabricat în lume", lansată în 2011 de OMC, prin care se recunoaște oficial că schimburile comerciale internaționale trebuie analizate în termeni de valoare adăugată și nu este corect ca ultimei țări de origine care exportă un produs să i se atribuie valoarea totală a produsului exportat dacă acesta încorporează părți sau componente importate din alte țări. Totodată, directorul general al OMC, Pascal Lamy apreciază că statisticile clasice de comerț internațional oferă o imagine distorsionată a dezechilibrelor comerciale dintre țările lumii. A se consulta și: WTO/IDE/JETRO (2011), *Trade Patterns and Global Value Chains in East Asia: From Trade in Goods to Trade in Tasks*.

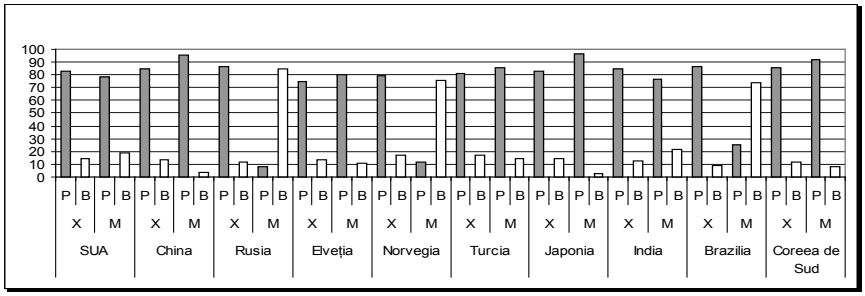
2.2. Structura schimburilor comerciale dintre UE și principalii zece parteneri comerciali ai săi

Fluxurile comerciale dintre UE și SUA, China, Rusia, Elveția, Norvegia, Turcia, Japonia, India, Brazilia și Coreea de Sud sunt dominate de produsele prelucrate, excepție făcând importurile din Rusia, Norvegia și Brazilia, unde predomină grupa produselor de bază. Ponderile deținute de grupa produselor prelucrate în exporturile UE către opt din cele zece țări menționate (toate în afara Elveției și Norvegiei) depășesc media extracomunitară. La import, cu excepția fluxurilor din Rusia, Norvegia și Brazilia, produsele prelucrate dețin ponderi mai ridicate în importurile extracomunitare decât media pe ansamblul partenerilor din afara UE.

Comparând procentajele deținute de produsele de bază, produsele prelucrate și grupa de alte produse (incluzând aici grupa 891, arme și muniții) în fluxurile UE în relație cu principalii zece parteneri comerciali ai săi, se remarcă, în general, diminuarea cotelor deținute de grupa produselor prelucrate, în special la import. Spre exemplificare, amintim declinul cotelor deținute de această grupă de produse în 2011 comparativ cu 2007 în importurile din: SUA (cu 7,5 puncte procentuale), Norvegia (cu 3,8 puncte procentuale), Coreea de Sud (cu 5,1 puncte procentuale), India (cu 6,1 puncte procentuale) și Elveția (cu 4,3 puncte procentuale). În primele patru cazuri menționate, diminuarea cotelor deținute de grupa de produse prelucrate s-a datorat în principal majorării importurilor de combustibili și produse minerale. În schimb, în cazul Elveției, aceasta s-a datorat creșterii cotei produselor agricole și în special a ponderii grupei de alte produse (cu 3,3 puncte procentuale). La export, cele mai ample modificări în intervalul 2007-2011 se remarcă la nivelul exporturilor către Elveția, India și Turcia. Astfel, ponderea grupei de produse prelucrate în total s-a diminuat în 2011 față de 2007 cu 6 puncte procentuale în relație cu Elveția și India și cu 4,8 puncte procentuale în relație cu Turcia. Spre deosebire de situația schimburilor cu ceilalți parteneri comerciali ai săi, UE și-a majorat ponderea grupei de alte produse atât la importul, cât și la exportul din/către Elveția (cu 3,3 puncte procentuale și, respectiv, 7,7 puncte procentuale în 2011 față de 2007).

La nivelul grupelor din nomenclatorul combinat, se remarcă o concentrare puternică a schimburilor comerciale dintre UE și principalii săi parteneri pe câteva grupe: *16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile*, *6 Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe*, *17 Mijloace de transport, 15 Metale comune și articole din acestea* (la importurile din Rusia și Norvegia), *11 Materii textile și articole din acestea* (la importurile din China, Turcia și India)*, 4 Produse alimentare, băuturi, tutun* (la importurile din Brazilia), *5 Produse minerale* (la importurile din Rusia, Norvegia, India, Brazilia), *14 Perle, pietre prețioase și semiprețioase* (la exportul în India).

Graficul 2.8: Reflectarea ponderilor produselor prelucrate și produselor de bază în comerțul UE cu principalii săi parteneri comerciali în 2011 (%)



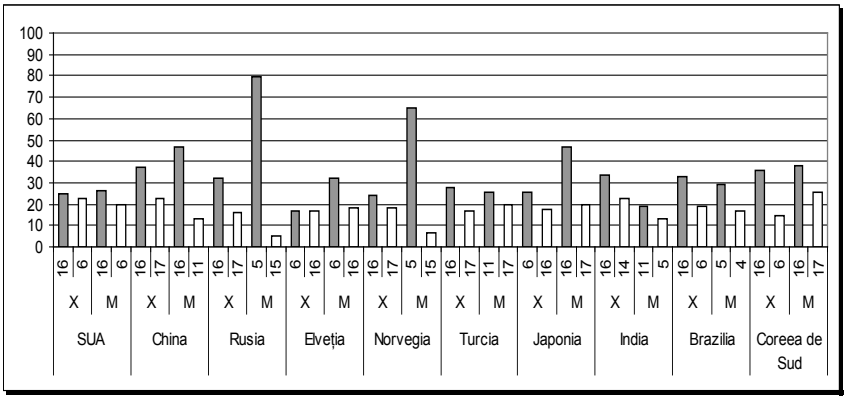
Note: P=produse prelucrate, B=produse de bază, X=export, M=import. Nu am reprezentat grupa de *alte produse*, incluzând grupele 9 și 891 din clasificarea standard de comerț internațional (SITC).

Sursă: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

Cel mai ridicat grad de concentrare se înregistrează în planul importurilor din Rusia (*5 Produse minerale*, aproape 80% din total), Norvegia (*5 Produse minerale*, peste 65% din total), Japonia și China (*16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile,* aproape 47% din total în ambele cazuri). La export, gradul de concentrare este mai redus decât în cazul importurilor, evidențiindu-se, totuși, ponderile ridicate ale grupei *16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* în exporturile extracomunitare în țările BRIC și Coreea de Sud **(Graficul 2.9)**.

În ceea ce privește balanțele comerciale ale UE pe grupele de produse ale nomenclatorului combinat la nivelul anului 2011, se remarcă *excedentele* grupelor: *6 Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe*, în valoare de 22,4 miliarde euro, în relație cu SUA, *17 Mijloace de transport*, în valoare de 21,7 miliarde euro în relație cu R. P. Chineză și *16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* în valoare de 33,8 miliarde euro, în relație cu Rusia. În același an, UE a înregistrat *deficite remarcabile* în relație cu: R. P. Chineză (*16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* 86,2 miliarde euro, *11 Materii textile și articole din acestea* 35,3 miliarde euro și *20 Produse prelucrate diverse – inclusiv mobilă, aparate de iluminat, construcții prefabricate* 24,8 miliarde euro), Rusia (*5 Produse minerale* 156,5 miliarde euro), Norvegia (*5 Produse minerale* 58 miliarde euro) și Japonia (*16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* 22,9 miliarde euro).

Graficul 2.9: Reflectarea principalelor două grupe de produse la nivelul comerțului UE cu principalii săi parteneri comerciali în 2011 (%)



Note: X=export, M=import, 16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile, 6 Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe, 17 Mijloace de transport, 15 Metale comune și articole din acestea, 11 Materii textile și articole din acestea, 4 Produse alimentare, băuturi, tutun, 5 Produse minerale, 14 Perle, pietre prețioase și semiprețioase.

Sursă: Grafic întocmit de autor, în baza datelor DG Trade (2012).

În încheierea acestui subcapitol, dorim să subliniem că țări precum SUA și China domină net fluxurile comerciale cu anumite grupe de produse. Spre exemplu, în 2011, la secțiunea *21 Lucrări de artă, piese de colecție și antichități*, SUA a concentrat peste 42% din exporturile UE și peste 56% din importurile corespunzătoare. China a dominat în același an importurile de: *20 Produse prelucrate diverse – inclusiv mobilă, aparate de iluminat, construcții prefabricate* (aproape 70% din total)*, 12 Îmbrăcăminte, încălțăminte, umbrele etc.* (54% din total), *8 Piei crude, piei tăbăcite, blănuri și produse din acestea* (aproape 48% din total), *13 Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și materiale similare* (peste 41% din total) și *11 Textile și articole din acestea (peste 40% din total)*. De altfel, în relație cu R. P. Chineză, se remarcă în total cinci grupe la export, cu ponderi de peste 10% în exporturile totale extracomunitare și 13 grupe la import, care au deținut în 2011 cote superioare nivelului de 10% în importurile totale extracomunitare. În relație cu SUA, numărul grupelor cu peste 10% în totalul fluxurilor comerciale ale UE cu restul lumii a fost în 2011 de 15 la export și 5 la import. În cazul schimburilor UE cu Elveția, la export, opt grupe de produse au avut ponderi de peste 10% în totalul exporturilor extracomunitare (din care *14 Perle, pietre prețioase și semiprețioase* aproape 35% și *21 Lucrări de artă, piese de colecție și antichități* o pondere de peste 28% din total), iar la import, cinci grupe au avut cote de peste 10% în total. La nivelul comerțului cu Rusia, se remarcă patru grupe la export și trei la import (din care *5 Produse minerale*

cu o pondere de peste 30% din totalul importurilor extracomunitare). Așadar, schimburile comerciale extracomunitare se caracterizează printr-un grad ridicat de concentrare, care diferă însă în funcție de bunurile exportate și importate și partenerii comerciali.

2.3. Comparații între UE-15 și NSM la nivelul fluxurilor comerciale pe Piața internă și în plan extracomunitar

În pofida majorării treptate a ponderilor pieței extracomunitare în comerțul Uniunii, UE ca entitate și deopotrivă cele două grupuri de țări analizate, UE-15 și NSM sunt încă mult mai dependente de Piața internă decât de cea externă. În 2011, gradul de dependență de Piața internă a fost mai mare la export (62,7% în cazul UE-15 și 76,6% în cazul NSM) decât la import (60,2% și, respectiv, 70,4%). În același timp, gradele de dependență de piața externă, deși în creștere, rămân cu mult inferioare gradelor de dependență de cea internă.

Analiza datelor statistice relevă totodată că, *la export*, Slovacia, Republica Cehă, Luxemburg, Polonia, Olanda, Ungaria, Portugalia, Belgia, **România** și Slovenia au fost în 2011 statele cel mai puternic dependente de Piața internă în rândul celor 27 de state membre ale UE – toate cu un grad de dependență mai mare decât 70%. Cele mai orientate spre piața externă au fost în același an: Malta (59% din exporturi s-au orientat către piețe extracomunitare), Grecia (50,1%), Marea Britanie (49,5%), Finlanda (44,4%), Italia (44%), Suedia (43,9%), Irlanda (41,9%) și Germania (40,7%).

Pe latura importurilor, Luxemburg, Letonia, Austria, Cehia, Malta, Portugalia, **România**, Slovacia și Danemarca au fost în 2011 țările membre ale UE cele mai dependente de Piața internă – toate cu un grad de dependență de peste 70%. Cele mai puțin dependente au fost în același an: Olanda (46,5%), Marea Britanie (48,7%), Grecia (51,9%), Italia (53,3%), Lituania (55,9%), Spania (57,3%) și Bulgaria (59,2%) – altfel spus, acestea au fost țările puternic orientate către exteriorul Uniunii în planul importurilor.

Cipru, Malta și Bulgaria au fost singurele state membre care și-au sporit dependența de Piața internă la export în 2000-2011 (cu 8%, 7,1% și, respectiv, 6,4%), în timp ce la import, un număr de 13 țări și-au sporit dependența de Piața internă (din care zece NSM): Malta, Cipru, Estonia, **România**, Bulgaria, Irlanda (cu 13%, 11,2%, 7,8%, 7,4%, 6,3% și, respectiv, 6,2%), urmate de Ungaria (3,3%), Letonia (3,2%), Slovacia (2,1%), Lituania (1,1%), Polonia (0,5%), Germania (0,4%) și Franța (0,3%).

Prin urmare, România se numără printre țările puternic dependente de Piața internă, atât la export, cât și la import, iar pe latura importurilor, ea chiar și-a sporit dependența de Piața internă în ultimul deceniu.

Calculele noastre, bazate pe datele statistice furnizate de Eurostat, arată că ponderile NSM în fluxurile comerciale extracomunitare se mențin în continuare la niveluri scăzute. În 2011, contribuția cumulativă a NSM la exporturile

extracomunitare a fost de 7,9%, în timp ce participarea acestui grup de țări la importurile din afara UE s-a situat la 9,5%. În pofida faptului că procentajele deținute de NSM în schimburile extracomunitare au fost modeste, contribuția acestora la deficitul comercial comunitar a fost remarcabilă: circa 40 miliarde euro, față de deficitul UE în ansamblul său de 160 miliarde euro (deci aproximativ un sfert din total).

Ponderile grupului NSM în exporturile totale ale UE către SUA, Japonia, Coreea de Sud, India, Brazilia și China se mențin cu mult sub media obținută de acesta pe ansamblul exporturilor extracomunitare, în timp ce aceste țări participă mai activ la exporturile către Rusia (21,6% din total în 2011), Turcia (14,6% în 2011) și Norvegia (10,8% în 2011). Pe latura importurilor, participarea NSM ca grup depășește ușor media deținută de acesta pe ansamblul importurilor din țări din afara Uniunii în relație cu: Turcia (13,7% în 2011), Rusia (26% în 2011) și Coreea de Sud (aproape 27% în același an). Participarea activă a NSM la comerțul cu Rusia poate fi explicată prin prisma modelului gravitațional (bazat pe dimensiunea economiilor participante la schimburile comerciale și distanța dintre partenerii comerciali) și prin menținerea relațiilor de cooperare dintre companii din NSM și Rusia, chiar și după desființarea Consiliului de Ajutor Economic Reciproc în 1991.

Cu toate acestea, trebuie subliniat că, în unele cazuri, datele statistice sunt distorsionate de așa-numitul „efect Rotterdam", asociat cu supraevaluarea importurilor olandeze și, într-o mai mică măsură, a celor belgiene. [38] Totodată, există și alte fluxuri care nu sunt prezentate în lumina reală. Este și cazul comerțului României. Pentru a da numai un exemplu, menționăm că deficitul comercial substanțial înregistrat de România cu Ungaria – cel mai ridicat deficit comercial marcat de România – se datorează în mare parte importurilor de produse chinezești din țara vecină. Totodată, la export, produsele românești ajung pe piața Chinei prin intermediari, fie europeni, fie din afara UE. De pildă, lemnul românesc este revândut în China de către comercianții arabi, navele sunt revândute de companii olandeze, mașinile-unelte ajung în China prin firme germane, iar îmbrăcămintea prin companii italiene. Aceste intermedieri împiedică obținerea unei imagini clare a fluxurilor comerciale reale dintre două țări și, mai mult decât atât, distorsionează schimburile bilaterale (Pencea, Oehler-Șincai, 2011).

[38] Potrivit Eurostat, bunurile având ca destinație UE, care sosesc în porturile olandeze, sunt declarate ca importuri efectuate de Olanda. Această înregistrare are drept efect diminuarea *pe cale statistică* a importurilor efectuate de alte state membre ale UE, către care aceste produse sunt reexportate, întrucât acestea sunt înregistrate ca intrări din Olanda, nu importuri provenite de la un partener extracomunitar. Totodată, importurile înregistrate de Belgia sunt supraevaluate, însă într-o măsură mai mică. În 2010, circa 46,5% din valoarea importurilor înregistrate de Olanda au provenit din afara UE, comparativ cu 43,5% în 2007, iar Rusia și China au fost țările cu principala contribuție la această majorare (http://www.portofrotterdam.com/en/News/press-releases-news/Pages/dutch-trade-afield.aspx).

În pofida distorsiunilor menționate anterior, rămâne valabilă concluzia generală potrivit căreia ponderile NSM în schimburile comerciale extracomunitare se mențin la niveluri scăzute.

2.4. Locul României în schimburile comerciale extracomunitare

Potrivit calculelor efectuate pe baza datelor statistice furnizate de Eurostat, la *export*, România se află printre țările UE cu cel mai ridicat grad de dependență de Piața internă (peste 70%) și a ocupat în 2011 locul al nouălea în ierarhia țărilor UE în funcție de acest indicator. Acest grad de dependență a scăzut cu doar 1,1 puncte procentuale în perioada 2000-2011. La *import*, România se numără, de asemenea, printre statele membre ale UE cu cel mai ridicat grad de dependență de Piața internă (tot peste 70%) și a fost în 2011 pe locul al optulea în topul țărilor UE în funcție de acest indicator. Gradul său de dependență de Piața internă s-a majorat la import cu peste 7 puncte procentuale între 2000 și 2011. Mai mult decât atât, în contrast cu țări precum Slovacia, Slovenia, Cehia, Ungaria, Polonia, care înregistrează excedente comerciale în plan intracomunitar, România marchează deficite comerciale în creștere.

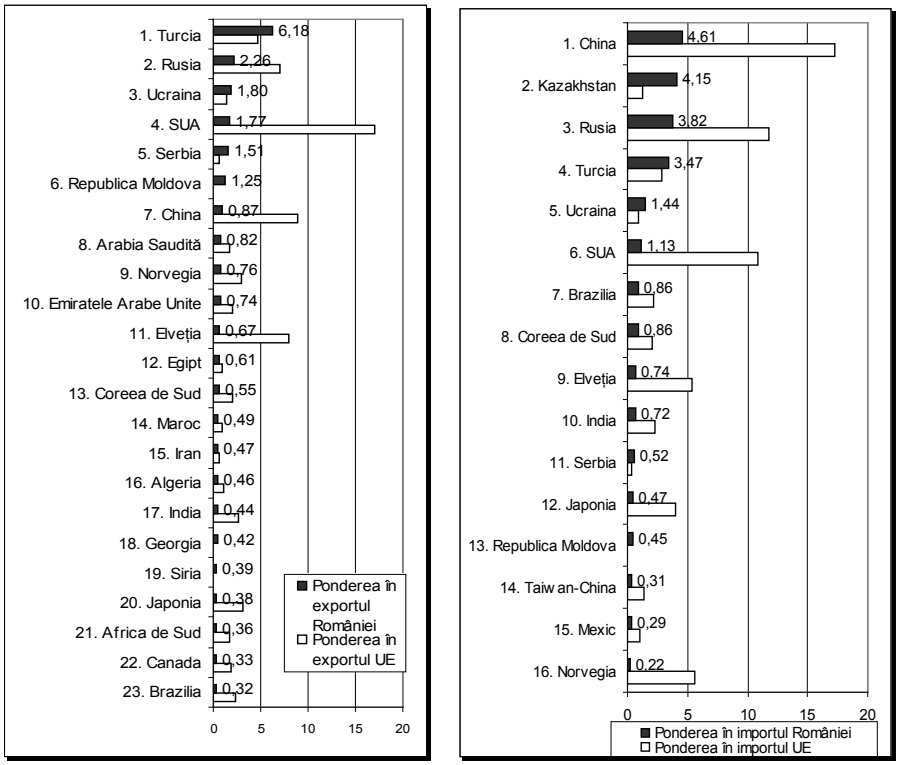
La nivel extracomunitar, în 2011, *în rândul destinațiilor principale ale exporturilor României*, Turcia a ocupat locul 1, Rusia al doilea, Ucraina al treilea, în timp ce *la import*, China a reprezentat principala sursă a importurilor românești din afara UE, Kazakhstan a doua, iar Rusia a treia.

Ponderile ocupate de țări precum BRIC, SUA, Elveția, Japonia în schimburile comerciale ale României sunt cu mult inferioare mediilor comunitare. În schimb, cotele altor țări precum Turcia, Ucraina, Serbia (deopotrivă la export și la import) sau Kazakhstan (la import) sunt cu mult superioare mediilor UE.

Graficul 2.10: Locul ocupat de țările BRIC, Turcia, Coreea de Sud, Elveția, Norvegia, SUA și Japonia în exportul și importul României în 2011

- ponderi comparate cu cele deținute la nivel comunitar (%) -

Export *Import*



Sursă: Grafic întocmit de autor, în baza datelor MECMA (2012a) și DG Trade (2012).

În 2011, atât valoarea exporturilor, cât și cea a importurilor României din țări extracomunitare au continuat să crească în ritmuri susținute (de 24,9% și, respectiv, 16,2%). Valoarea exporturilor extracomunitare a fost de 13 miliarde euro, iar cea a importurilor corespunzătoare de aproape 15 miliarde euro, ceea ce a determinat diminuarea deficitului balanței comerciale a României cu țările din afara UE în 2011 până la nivelul de aproximativ 2 miliarde euro (scădere cu 20,3% comparativ cu 2010). Turcia, Rusia și China, în această ordine, au rămas în 2011 principalii parteneri comerciali ai României din afara UE. Cele mai ridicate deficite comerciale au fost înregistrate de România în relație cu Kazakhstan (majorare până la 2,15 miliarde euro), China și Rusia (diminuare până la nivelurile de 2,14 miliarde euro și, respectiv, 1,07 miliarde euro).

România continuă să păstreze avantaje competitive în ceea ce privește costul resurselor umane (MECMA, 2012b). Apartenența la UE amplifică oportunitățile economice și de export. Cu toate acestea, firmele românești, multe insuficient capitalizate, au intrat într-o competiție inegală[39] cu alte companii puternice nu numai din UE, ci și din afara UE, care beneficiază de sprijin guvernamental masiv (este și exemplul companiilor de stat din țările BRIC).

În relație cu țări precum BRIC, dincolo de deosebirile culturale și lingvistice, companiile românești se confruntă cu o multitudine de piedici: dificultăți în identificarea partenerilor potențiali, insuficiența informațiilor de piață (privind cererea, prețurile practicate, standardele locale, barierele netarifare), obstacole la asigurarea și transportul mărfurilor, greutăți în oferirea serviciilor post-vânzare, distanța, care impietează asupra livrării la termen a mărfurilor și, nu în ultimul rând, taxele vamale ridicate percepute la anumite categorii de bunuri pe pieţele BRIC. Totodată, este binecunoscut faptul că majoritatea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) din România sunt deficitare în ceea ce privește cultura și aptitudinile antreprenoriale, abilitățile de marketing, calificarea resurselor umane, resursele financiare (mai ales în contextul crizei financiare și economice recente), fapt care justifică, într-o oarecare măsură, atitudinea pasivă a acestora pe pieţe mari, unde concurența este acerbă. Marile firme din România depind de IMM în realizarea exporturilor lor, aceste firme jucând rolul de subfurnizori, deci de performanţele acestora depinde și performanța exporturilor românești. Ele reprezintă în prezent atât un punct slab, cât și o oportunitate, în măsura în care devin competitive.

În planul oportunităților, studii recente (Cojanu *et al.*, 2010) au identificat mai multe aglomerări industriale „de trei stele" (în funcție de mărime, specializare, concentrare, indicatori de performanță) și zone cu potențial de aglomerare a firmelor, care constituie atât baze ideale pentru export, cât și puncte atractive pentru investitori.

Potrivit opiniei experților MECMA și a celor din mediul de afaceri românesc (Asociația Națională a Exportatorilor și Importatorilor din România – ANEIR, Asociația Oamenilor de Afaceri din România – AOAR), este dificil pentru firmele românești să facă față presiunilor concurențiale de pe pieţele externe. Totuși, există o serie de sectoare cu potențial ridicat de export, atât domenii cu tradiție de export și/sau de înaltă performanță: îmbrăcăminte, încălțăminte, mobilier, vinuri, produse alimentare și ecologice, sticlărie, produse meșteșugărești, construcții de mașini, mijloace de transport și componente, electronică, electrotehnică – cu subsectoarele: tehnologii, echipamente și procese integrate legate de energiile regenerabile, construcții de nave, produse și componente din domeniul aero-spațial.

În plan interguvernamental, lansarea de proiecte ample de infrastructură (construcția de șosele, autostrăzi, poduri, linii de metrou) și de producție și distribuție a energiei electrice (hidrocentrale, termocentrale, parcuri eoliene)

[39] A se consulta lucrarea V. Cojanu (coordonator), D. Pîslaru, I. Pătru-Stupariu, C. Muraru-Ionel, E. Botezatu (2010), Potențialul competitiv al creșterii economice: linii directoare pentru o nouă politică industrială în România, SPOS 2010, IER.

în cooperare cu parteneri din țările BRIC poate deschide oportunități fără precedent pentru România.

Totodată, având în vedere faptul că secolul prezent este considerat *secolul Chinei* și, în același timp, *al luptei pentru resurse*, România, prin poziția sa geostrategică și resursele naturale de care dispune, poate juca un rol cheie în planul relațiilor UE cu cea mai pregnantă economie emergentă a lumii.

Bibliografie

V. Cojanu (coordonator), D. Pîslaru, I. Pătru-Stupariu, C. Muraru-Ionel, E. Botezatu (2010), *Potențialul competitiv al creșterii economice: linii directoare pentru o nouă politică industrială în România*, Studii de strategie și politici SPOS 2010, Studiul nr. 4, Institutul European din România.

DG Trade (2012), bază de date privind statistica de comerț exterior, disponibilă la: http://ec.Europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/statistics/ [Accesată ultima dată în august 2012].

Eurostat (2012), Baza de date vizând comerțul cu bunuri, disponibilă on-line la: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database [Accesată ultima dată în august 2012].

J. Ghosh, P. Havlik, M. P. Ribeiro and W. Urban (2009), *Models of BRICs, Economic Development and Challenges for EU Competitiveness*, Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche (WIIW), Research Report 359, December 2009.

P. Havlik, O. Pindyuk and R. Stöllinger (2009), *Trade in Goods and Services between the EU and the BRICs*, Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche (WIIW), Research Report 357, November 2009.

P. Havlik et al. (2009), *EU and BRICs: Challenges and Opportunities for European Competitiveness and Cooperation*, Industrial Policy and Economic Reform Papers No. 13, Enterprise and Industry Directorate-General, European Commission.

E. Helpman (1984), "A Simple Theory of Trade with Multinational Corporations", in: *Journal of Political Economy* (92), pp. 451-471.

J. R. Markusen, A. Venables (1998), "Multinational Firms and the New Trade Theory", in: *Journal of International Economics*, 46(2), pp. 183-203.

J. R. Markusen, A. Venables (2000), "The Theory of Endowment, Intra-Industry, and Multinational Trade", in: *Journal of International Economics*, 52(2), pp. 209-234.

J. R. Markusen (2002), *Multinational Firms and the Theory of International Trade*, MIT Press, Cambridge, MA.

MECMA (2012a), *Sintezele privind comerțul internațional al României în perioada 2005-2011*, Centrul Român pentru Promovarea Comerțului și Investițiilor Străine Directe, disponibil la: http://www.dce.gov.ro/.

MECMA (2012b), *Strategia Națională de Export a României*, Sinteză, 20.02.2012.

I. M. Oehler-Șincai (2012), „Evoluții și perspective ale fluxurilor comerciale și investiționale dintre UE și țările BRIC. Studiu de caz: România și țările BRIC", lucrare elaborată în cadrul proiectului *Studii postdoctorale în economie: program de formare continuă a cercetătorilor de elită – SPODE, cofinanțat prin POSDRU 2007-2013, contract nr. 89/1.5/S/61755*.

I. M. Oehler-Șincai (coordonator), A. Ghibuțiu, S. Pencea și C. Lianu (2011), *Piețe potențiale extracomunitare pentru firmele românești: Brazilia, Rusia, India, China (BRIC)*, Editura Tribuna Economică, București.

J. O'Neill (2001), *Building Better Global Economic BRICs*, Goldman Sachs, Global Economics Paper No. 66, 30 noiembrie 2001, availeble at: http://www.goldmansachs.com/our-thinking/topics/brics/brics-reports-pdfs/build-better-brics.pdf.

J. J. Palacios (editor) (2008), *Multinational Corporations and the Emerging Network Economy in Asia and the Pacific*, Pacific Trade and Development Conference Series, Routledge.

S. Pencea și I. M. Oehler-Șincai (2011), *Main Trends of Trade and Investment Flows Between Romania and China in the Last Decade within the Framework of the EU-China Strategic Partnership*, articol pregătit pentru conferința internațională "The First Forum on China and Central and Eastern Europe", organizată de Institutul pentru Studii legate de Rusia, Europa Centrală și de Est și Asia Centrală (Institute of Russian, Central and Eastern Europe & Central Asian Studies – RCEECAS), din cadrul Academiei Chineze de Științe Sociale, 22-23 septembrie 2011, Beijing, China.

WTO/IDE/JETRO (2011), *Trade Patterns and Global Value Chains in East Asia: From Trade in Goods to Trade in Tasks*.

L. Xiaohui, S. Chang, P. Sinclair (2009), „Trade, FDI and Economic Growth in Asian Economies", in: *Applied Economics*, volume 41, issue 13, May 2009, pp. 1603-1612.

X. Zhu, R. Jia, Y. Zhang (2009), „Relațiile comerciale UE-China- Stadiu, caracteristici, perspective", în: Câmpeanu, V., Pencea, S. (coordonatori) (2009), *Piața Chinei – Provocări și oportunități pentru România și Uniunea Europeană*, Academia Română, IEM, București, pp. 136-142.

Surse Internet: colecții Wall Street Journal, Financial Times, Thomson Reuters, Bloomberg, The Economist, Economist Intelligence Unit, FinanzNachrichten, EUobserver, Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung.

CAPITOLUL III. POLITICA COMERCIALĂ COMUNITARĂ ȘI IMPACTUL ACESTEIA ASUPRA COMERȚULUI EXTERIOR AL ROMÂNIEI

3.1 Considerații generale

Articolul 9 al Tratatului de la Roma conține următoarea prevedere: „Comunitatea este fondată pe o uniune vamală care acoperă ansamblul schimburilor de mărfuri și care comportă interdicția aplicării, între statele membre, a taxelor vamale la import și export și a oricăror taxe cu efect echivalent, precum și adoptarea unui tarif vamal comun în relațiile cu țările terțe".

Articolul 110 din Tratatul de la Roma introduce o legătură între realizarea uniunii vamale și instituirea unei ***politici comerciale comune*** **(PCC).** Conform textului acestui articol, prin stabilirea unei uniuni vamale între ele, „statele membre înțeleg să contribuie, conform interesului comun, la eliminarea progresivă a restricțiilor din calea schimburilor internaționale și la reducerea barierelor vamale". În context, autorii Tratatului au avut în vedere faptul că uniunea vamală singură nu poate să asigure o desfășurare normală a schimburilor comerciale, atât intra-, cât și extra-comunitare, acestea putând fi influențate de multitudinea de obstacole netarifare rămase nereglementate. De precizat însă că, în timp ce pentru punerea în aplicare a unei PCC Tratatul de la Roma prevedea unele direcții foarte generale, pentru realizarea uniunii vamale erau prezentate obiective *detaliate* și termene precise. Ideea „conducătoare" a promotorilor actualei UE era că avantajele dobândite de către statele membre în primul stadiu al realizării uniunii vamale aveau să le determine să ***nu*** dea înapoi de la procesul în care s-au angajat și, chiar cu prețul unor renunțări, al unor compromisuri, să continue să avanseze.

În literatura economică occidentală s-a considerat că atât elaborarea cât și înfăptuirea politicii comerciale externe a UE au fost puternic determinate de faptul că această politică era parte integrantă a însuși procesului de integrare economică. „Nu trebuie uitat - remarca în acest sens reputatul specialist francez, Maurice Byé - că, dacă o politică comercială comună este primul pas al unei politici economice comune, ea nu poate fi decât un mijloc în vederea realizării unor acorduri largi"[40]. În acest sens, se consideră că PCC nu trebuie înțeleasă și nici abordată ca un scop în sine, ci ca unul dintre mijloacele și chiar unul dintre mijloacele cele mai importante de asigurare a unei dezvoltări accelerate și concertate a procesului de unificare economică și monetară în UE. De altfel, în concepția promotorilor acestei „construcții europene", realizarea PCC avea valoare de simbol, deoarece se considera că, odată înfăptuită, ea declanșează

[40] Maurice Byé, *Rélations économique internationales*, Ed. Dalloz, 1971, Paris, pag. 48, Troisièmé edition.

„reacții în lanț" de evoluții integraționiste și de „puncte de ireversibilitate". Ulterior, efectuarea unor pași importanți pe calea realizării PCC a presupus adoptarea și funcționarea unor reglementări de politică tarifară și netarifară aplicate în mod ***unitar*** de către toate țările membre ale actualei UE în relațiile cu țările terțe, care să țină cont nu numai de interesele unei țări sau alteia din cadrul UE, ci și de așa-numitele „interese comunitare". Evoluția în timp a demonstrat că „medierea" acestor interese a putut fi realizată în domeniul PCC astfel: pe de o parte, interesele Comunității au impus anumite proceduri de negociere obligatorii, necesare salvgardării interesului general al sistemului, iar, pe de altă parte, confruntarea în cadrul sistemului între interesul general și interesele naționale a dus la declanșarea unui proces, menit să conducă la realizarea de compromisuri[41].

După cum se menționează în cel mai apreciat „ghid" al construcției „casei comunitare"[42], „PCC a UE exprimă însăși dinamica unificării europene: ea rezultă atât din motive politice ce figurează în preambulul Tratatului de la Roma, cât și din logica integrării europene".

Realizarea obiectivelor generale definite de către Articolul 2 al Tratatului de la Roma „stabilirea unei piețe comune, apropierea progresivă a politicilor economice, dezvoltarea armonioasă a activităților economice...", presupunea elaborarea și punerea în funcțiune de activități comune în diverse domenii, printre care Articolul 3 prevedea: „stabilirea unei politici comerciale comune". În acest sens, PCC apărea, în primul rând, ca un instrument în serviciul altor obiective și ***nu*** ca un scop în sine. În al doilea rând, PCP, în viziunea arhitecților comunitari, urma să se încadreze în efortul mondial general de liberalizare a schimburilor comerciale între țările lumii, conform angajamentelor asumate în cadrul fostului GATT.

Tratatul de la Roma fundamenta PCC în cadrul Articolelor 110-115, ale căror prevederi au fost modificate ulterior prin Tratatul de la Maastricht.

Astfel, potrivit Articolului 113 din Tratatul de la Roma și modificării acestuia prin Articolul G paragraf 28 al Tratatului de la Maastricht: „politica comercială comună este fondată pe principii uniforme, în ceea ce privește: modificările tarifare, încheierea de acorduri comerciale cu țările terțe, uniformizarea măsurilor de liberalizare, politica de export, precum și măsurile de protecție comercială ce trebuie luate în caz de dumping și de subvenții"[43]. De asemenea, ambele tratate stipulează: „Comisia UE, pentru punerea în aplicare a PCC avansează propuneri Consiliului Ministerial", care decide începerea negocierilor de acorduri comerciale cu țări terțe, grupuri de țări sau organizații internaționale specializate.

[41] Cornel Albu (coordonator), *Evoluții în politica comercială a Uniunii Europene*, Studiu IEM, mai 2003, București.

[42] „Joly Communautaire" – Tome V- *Politique commerciale commune et mesure anti-dumping*, - Bruxelles, 1996, Introduction – page 1.

[43] Louis Cartou, *L`Union Européenne – Traité de Rome – Paris – Maastricht*, Ed. Précis Dalloz – Paris 1994.

Mecanismele PCC, așa cum au fost ele concepute prin Tratatul de la Roma, au suferit modificări importante odată cu adoptarea "Actului Unic European" în 1986 și a Tratatului de la Maastricht în 1992. De exemplu, noțiunea de uniune vamală în sensul de unificare tarifară este, după 1993 (intrarea în vigoare a prevederilor Actului Unic), depășită ca sferă de cuprindere și importanță. Astfel, prin Articolul 13 al Actului Unic, care se adaugă Articolului 8 al Tratatului de la Roma, piața internă unică este concepută ca un "spațiu fără frontiere în care libera circulație a mărfurilor este complet asigurată", spre deosebire de uniunea vamală care nu putea realiza acest lucru în condițiile existenței multitudinilor de obstacole netarifare[44]. În context, se apreciază că libera circulație a mărfurilor, care este una din cele patru mari libertăți legiferate prin Actul Unic, a necesitat o lărgire considerabilă a conceptului de "uniune vamală", conferindu-i acesteia o însemnătate nu numai tarifară sau bugetară, ci și "fundamental economică". Aplicarea în comerțul cu țările terțe a unei legislații vamale comunitare, omogene și obligatorii, prin adoptarea unui nou cod vamal comunitar a fost făcută necesară în special de obligația de a asigura loialitatea schimburilor și de a plasa ansamblul operatorilor în concurență identică . Crearea acestui spațiu fără frontiere interne a avut ca efect obligarea legiuitorului comunitar sau național să suprime orice dispoziție din legislația vamală cu incidență în termeni de formalități sau de control, asupra trecerii libere a unei frontiere intra-comunitare.

Așa cum s-a menționat, asupra politicii comerciale comune a UE și-au pus amprenta, de-a lungul timpului, evoluțiile pe planul integrării europene și din economia mondială, determinând o permanentă reajustare și adaptare a principiilor și liniilor directoare ale politicii comerciale la aceste evoluții. Un asemenea proces de reajustare a fost declanșat prin Comunicarea Comisiei Europene din 4 octombrie 2006 intitulată: "Europa globală: concurând în lume", prin care principiile călăuzitoare ale politicii comerciale a UE – centrate pe promovarea prosperității, justiției sociale și a dezvoltării durabile prin comerț liber bazat pe reguli – au fost redefinite și plasate în contextul Agendei de la Lisabona (2000).

Această strategie, adoptată de Comisia Europeană în octombrie 2006, era menită să integreze politica comercială în agenda UE vizând competitivitatea și reforma economică și urmărea să asigure deschiderea de noi piețe externe în favoarea companiilor din UE, precum și să garanteze condițiile de concurență loială pe aceste piețe. Totodată, prin această strategie, UE se angaja să-și mențină deschise propriile piețe, în baza argumentului că într-o economie tot mai globalizată, caracterizată prin rețele de producție globală, ea este nevoită să importe pentru a putea exporta și, ca atare, nu poate solicita deschiderea piețelor din partea celorlalți parteneri comerciali în timp ce se baricadează în spatele propriilor sale bariere comerciale[45] (Ghibuțiu *et al.*, 2009).

[44] Vezi și „L`Union douanière - Commentaire", în *Joly Communautaire,* juillet 1996, Luxemburg.
[45] Agnes Ghibuțiu – „Noi tendințe ale politicii comerciale comune a UE" – Capitol inclus în studiul IEM – *Evoluții și perspective ale schimburilor comerciale ale UE-27 în contextul crizei mondiale*, noiembrie 2009.

3.2 Tendințe în utilizarea instrumentelor de politică comercială[47]

După cum rezultă din Raportul elaborat și publicat de Secretariatul OMC, dar și din cel prezentat de Comisia Europeană, regimul comercial al UE a suferit puține modificări de la ultima evaluare a OMC din aprilie 2009.

Experții OMC apreciază că, în ciuda recesiunii economice puternice pe care au traversat-o țările membre ale UE în 2009 și a unei intensificări a protecționismului pe plan internațional, politica comercială promovată de UE a rămas, în liniile esențiale, neschimbată, pornind de la premisa că un comerț liberalizat este vital pentru redresarea și apoi relansarea creșterii economice în țările economice.

Poziția sa de primă putere comercială a lumii (circa 17% din comerțul mondial cu bunuri) impune pentru autoritățile UE o responsabilitate aparte în continuarea procesului de liberalizare a schimburilor și de promovare a principiilor și regulilor de bază ale OMC.

Totuși, consemnează experții OMC în examinarea recentă a evoluției PCC a UE, o serie de obstacole tarifare și netarifare în domenii sensibile (agricultură, textile și confecții, ș.a.) au fost menținute, distorsionând astfel comerțul internațional.

O concluzie importantă a unui studiu recent este că ***nu*** există dovezi privitoare la o schimbare majoră a politicii comerciale a UE de la izbucnirea crizei, adică în perioada 2008-2009 (Vandenbussche și Viegelahn, 2011). Rămâne însă de văzut dacă guvernele, inclusiv Comisia UE, vor putea continua să reziste în fața utilizării măsurilor protecționiste ca „politică de ruinare a vecinului" în perioada post-criză.

3.2.1 Instrumente de politică tarifară

Structura tarifului vamal comun a suferit modificări în perioada 2006-2011, ***numărul liniilor tarifare în 2011 fiind de 9.294***, mai puțin cu circa 400 față de 2008 și cu circa 550 față de 2006. Conform Raportului Comisiei Europene, această descreștere a numărului de linii tarifare din 2006 și până în prezent s-a datorat procesului de modernizare, în sensul simplificării nomenclaturii tarifare a UE.

Cu toate acestea, experții OMC consideră că această structură tarifară continuă să fie extrem de complexă. Vasta rețea de acorduri comerciale preferențiale ale UE, alături de sistemul său de preferințe unilaterale, sporește și mai mult complexitatea regimului său tarifar.

[47] Analiza acestor tendințe se bazează pe aprecierile Secretariatului OMC, publicate la 1 iunie 2011, în marginea Raportului prezentat de Uniunea Europeană cu prilejul examinării politicii sale comerciale în cadrul mecanismului OMC de evaluare periodică (din doi în doi ani) a politicilor comerciale promovate de țările dezvoltate membre [Vezi WTO (2011j) și WTO (2011k)].

Strategia menționată urmărea să amplifice contribuția politicii comerciale la creșterea economică și la crearea de noi locuri de muncă în UE, să contribuie la liberalizarea comerțului internațional și să complementeze alte obiective de politică externă ale politicii comerciale și, în special, obiectivele de dezvoltare și de bună vecinătate.

Reconsiderarea strategiei comerciale a UE a fost determinată și de nevoia adaptării instrumentelor sale de politică comercială la noile provocări asociate cu schimbările dinamice din peisajul economic mondial. Accelerarea integrării economice globale sub impactul creșterii susținute a comerțului internațional, al scăderii costului transporturilor și al progresului alert în planul noilor tehnologii din domeniul informației și comunicațiilor, au generat noi oportunități pentru creșterea și dezvoltarea economică la o scară fără precedent. În același timp, ritmul susținut și amploarea acestor schimbări economice în plan global, impunerea în arena mondială de noi puteri comerciale și economice (mai ales China și India), ca și schimbările majore în modelele de afaceri și în modalitățile de operare a firmelor au creat noi presiuni asupra resurselor globale și au introdus noi elemente, în termeni de concurență, pentru ramurile economice și pentru forța de muncă din UE.

La 9 noiembrie 2010, Comisia Europeană a elaborat și prezentat o nouă Comunicare, intitulată „Trade, Growth and World Affairs"[46], prin care orientările și instrumentele PCC sunt calate pe realizarea obiectivelor Strategiei „Europa 2020" (adoptată de Consiliul European la summitul din iunie 2010) și pe necesitatea ieșirii din criză și asigurării unei creșteri economice sustenabile pe plan european și mondial.

Această nouă strategie de evoluție a PCC, ca parte integrantă a implementării în următorii 10 ani a Strategiei „Europa 2020", se dorește să contribuie la realizarea unei creșteri economice puternice, sporirea consumului intern și a investițiilor productive, reducerea șomajului, menținerea unei inflații scăzute și creșterea competitivității UE pe plan mondial.

În paralel, noua strategie își propune să reducă în continuare barierele comerciale și să contribuie la finalizarea Rundei Doha, astfel încât, după cum se precizează, fiecare „cetățean european" să beneficieze de pe urma liberalizării în creștere a comerțului internațional.

[46] „Communication from the Commision to the European Parlament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committe of the Regions", 9 November 2010, http:trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2010november/tradeoc_146955.pdf.

Tariful vamal comun actual se bazează, în principal, pe linii tarifare cu taxe vamale *ad-valorem* aferente în regim MFN (în special pentru produsele ***neagricole***) și într-o mică măsură pe linii tarifare cu taxe *non-ad-valorem* (în special, pentru ***produsele agricole***). Taxele vamale *non-ad-valorem*, care au reprezentat în 2011 10,5% din totalul liniilor tarifare, sunt specifice, mixte sau variabile și au un nivel mult mai ridicat decât cele *ad-valorem*.

La nivelul anului 2011, 25% din totalul liniilor tarifare erau exceptate de la plata taxelor vamale, iar circa 9% au prevăzute taxe sub 2%.

Un aspect pozitiv al protecției tarifare este acela că, la nivelul anului 2011, "vârfurile" tarifare (ce au aferente taxe vamale de peste 15%) s-au redus la 19% din totalul liniilor tarifare față de 22,5% în 2008.

La polul opus, în condițiile crizei și post-crizei, numărul liniilor tarifare ce au prevăzute contingente tarifare s-a majorat la 4,9% din total în 2011 (3,4% în 2008).

Nivelul mediu al taxelor vamale percepute în ***regim MFN*** la importul UE s-a majorat la **6,4%** în **2011** (de la **5,2%** în **2009**), majorare datorată creșterii impunerii vamale la produse agricole. Astfel, gradul mediu de protecție tarifară la importul de produse agricole a sporit de la **13,5%** în **2009** la **15,0%** în **2011**, în timp ce în cazul produselor industriale acesta a scăzut ușor, de la **3,9%** în **2009** la **3,7%** în **2011 (Tabelul 3.1)**.

De menționat că, în cazul impunerii în ***regim non-ad-valorem,*** nivelul mediu al taxelor vamale este mult mai ridicat, respectiv de **24,7% în 2011** (calculat ca medie echivalent taxe *ad-valorem*). Conform aprecierii Secretariatului OMC, nivelul real al protecției tarifare a UE în cazul produselor agricole este de fapt mai ridicat decât cel estimat pe baza echivalentului ad-valorem, din cauza diferitelor simplificări în materie de calcul operate de experții Comisiei Europene. În consecință, nivelul avansat al protecției tarifare pe ansamblu este la rândul său, ***subevaluat.***

Tabelul 3.1: Uniunea Europeană – Evoluția gradului de protecție tarifară la import, în 2007, 2009 și 2011

Taxe vamale MFN (media simplă a taxelor vamale la import)	**Taxe vamale consolidate %**			**Taxe vamale aplicate %**		
	2007	**2009**	**2011**	**2007**	**2009**	**2011**
Toate produsele	**5,4**	**5,2**	**6,4**	**5,2**	**5,3**	**10,3**
Produse agricole (Cap. 01-24)	13,5	13,5	15,0	13,5	13,5	17,6
Produse industriale (Cap. 25-97)	3,9	3,9	3,7	4,0	4,0	3,8

Sursa: Tabel alcătuit de autor în baza: WTO (2008, p. 60); WTO (2010b, p. 60); WTO (2011j, p. 36).

Din datele prezentate la Secretariatul OMC, în Raportul de examinare a politicii comerciale a UE, publicat la 1 iunie 2011, nivelul mediu al taxelor vamale în regim MFN diferă de la o grupă de produse la alta, și de la un produs la altul, în funcție de gradul de autoaprovizionare existent (în cazul produselor agroalimentare), sau de necesitatea protejării subramurii industriale afectate de criză (cazul industriei textile). Astfel, în cazul ***produselor agroalimentare***, cele mai ridicate niveluri ale taxelor vamale percepute în regim MFN la import în 2011 se înregistrează la grupele: produse lactate (32,6%), tutun (25,8%), animale vii și produse animaliere (22,2%) și cereale (21,6%) (**Tabelul 3.2)**.

Tabelul 3.2: Uniunea Europeană – nivelul taxelor vamale percepute în regim MFN la principalele grupe de produse importate, în 2011

	Media simplă a taxelor vamale (%)	**Taxe vamale aplicate efectiv (%)**
TOTAL din care:	**6,4**	**10,3**
Total produse agroalimentare (Cap. tarifare 10-24)	15,0	17,6
Total produse neagricole, exclusiv petrol (Cap. tarifare 25-97)	3,7	3,8
Produse agroalimentare		
- Animale vii și produse animaliere	22,2	23,4
- Produse lactate	32,6	27,7
- Cereale	21,6	17,1
- Legume și fructe	15,0	15,1
- Cafea, cacao, zahăr	15,6	15,7
- Ulei, grăsimi și produse din acestea	7,3	17,0
- Băuturi și alcool	13,8	17,2
- Tutun	25,8	23,0
Produse neagricole (exclusiv produse petroliere)		
- Produse minerale, metale prețioase	2,5	3,0
- Metale	1,7	2,2
- Produse chimice	4,4	2,6
- Cauciuc, piele și articole din acestea	4,9	4,6
- Lemn, celuloză, hârtie	1,2	2,3
- Textile și îmbrăcăminte	8,0	3,1
- Echipament de transport	5,0	5,0
- Produse electrice și electronice	2,8	3,2
- Mașini și produse ne-electrice	1,7	1,4

Sursa: Secretariatul OMC (WTO, 2011j); date bazate pe statisticile antidumping, anti-subvenții și salvgardare ale Comisiei Europene.

În cazul ***produselor industriale,*** grupele de produse: textile, confecții, îmbrăcăminte au cel mai înalt grad de protecție tarifară, cu un nivel mediu al taxelor vamale de 8% în 2011, fiind urmate de grupa de "echipamente de transport", cu 5%.

3.2.2 Instrumente de politică netarifară

În prezent, în cadrul acestor instrumente un loc principal în protejarea pieței interne a UE îl ocupă ***măsurile antidumping.***

OMC reglementează utilizarea politicilor antidumping în baza Articolului VI al GATT și a Acordului antidumping, implementate în mod curent în UE prin Reglementarea Consiliului 1225/2009. **Legea antidumping a UE specifică 3 condiții** care trebuie întrunite înainte ca UE să poată recurge la protecția la import sub forma măsurilor antidumping impuse produselor importate: prezența dumpingului, existența unui prejudiciu și respectarea interesului comunitar.

Legislația UE privind procedurile antidumping nu a suferit schimbări în perioada crizei, dar ***numărul*** măsurilor notificate la Secretariatul OMC a crescut în 2009 față de anii precedenți, ca efect al crizei economice, după ce în 2007-2008 acest număr scăzuse față de 2006 (**Tabelul 3.3**). În 2010, investigațiile antidumping s-au redus ca număr, UE rămânând însă cel mai mare „utilizator" al acestor măsuri de apărare comercială de pe glob.

Tabelul 3.3: Uniunea Europeană: Evoluția pe țări a măsurilor antidumping inițiate în perioada 2006-2010

ȚĂRI	2006	2007	2008	2009	2010
Total număr de măsuri, din care:	**134**	**127**	**128**	**135**	**125**
China	40	44	48	54	54
Rusia	10	8	8	8	8
India	8	7	8	8	7
Thailanda	8	7	7	8	7
Ucraina	6	7	6	6	6
Taiwan (China)	6	6	6	6	5
Coreea de Sud	5	5	5	5	5
Indonezia	6	5	5	5	4
SUA	3	4	4	5	3
Malaezia	5	4	4	4	3
Belarus	5	3	3	3	3
Vietnam	6	5	4	4	2
Republica Africa de Sud	1	1	2	2	2

Brazilia	1	1	1	2	2
Kazahstan	0	1	2	2	2
Algeria	1	1	1	1	1
Moldova	1	1	1	1	1
Macao (China)	0	0	1	1	1
Croația	2	2	1	1	1
Israel	1	1	1	1	1
Filipine	2	2	1	1	1
Laos	1	1	1	1	1
Maroc	1	1	1	1	1
Egipt	0	0	1	1	1
Macedonia	0	0	1	1	1
Sri Lanka	1	1	1	1	1
Australia	1	1	1	0	0
Insulele Feroe	1	1	1	0	0
Pakistan	2	2	1	0	0
Norvegia	2	2	0	0	0
Arabia Saudită	1	1	1	1	0
România	**2**	**0**	**0**	**0**	**0**
Bulgaria	1	0	0	0	0

Sursa: Secretariatul OMC (WTO, 2011j); date bazate pe statisticile antidumping, antisubvenții și salvgardare ale Comisiei Europene).

În 2009, numărul măsurilor antidumping notificate la OMC a atins **135** față de 128 în 2008 și 127 în 2007.

Din totalul acestor măsuri, **40%** au avut drept țintă importurile din **China,** respectiv, 54 de investigații (48 în 2008), urmate (ca număr) de: Rusia – 8, India – 8, Tailanda – 8, Ucraina – 6, Taiwan (China) – 6[48].

În 2010**,** numărul măsurilor antidumping a scăzut la **125**, pe primul loc situându-se tot China, cu același număr de investigații – 54, urmată în ordine, pe următoarele 5 locuri, de aceleași țări ca în 2009, după cum urmează: Rusia – 8, India – 7, Tailanda – 7, Ucraina – 6, Taiwan (China) – 6.

La nivel de ***industrie*** a crescut gradul de acoperire de către investigațiile antidumping, măsurile întreprinse în cadrul acestei politici afectând aproape toate sectoarele: bunuri de consum, semifabricate și chiar materii prime.

În afara acestui principal instrument de protecție netarifară, UE menține în practică o serie de obstacole în calea importurilor, cum ar fi: măsuri de salvgardare (în cazul produselor textile), restricții și controale (în cazul unor

[48] European Union – „Trade Policy Review" – WT/TPR/S/248, pag. VIII, 2011.

produse siderurgice și textile), licențe de import (pentru anumite produse agricole), norme și standarde tehnice, fitosanitare și de mediu și chiar interdicții la import în cazul unor produse ce afectează sănătatea populației.

* *

*

În prezent, UE este confruntată cu numeroase provocări severe din cauza crizei **datoriilor suverane din zona euro, ce a urmat** celei mai grave recesiuni economice din ultimii 50 de ani, **în 2009**. Deși **summitul UE din 16 octombrie 2011, urmat de cel al zonei euro din 19 octombrie au convenit soluții comune de ieșire din criză**, în actualul context există pericolul ca acțiunile de politică **economică și financiară**, menite a susține activitatea **productivă și investițională și să salveze sistemul bancar, să încetinească ritmul de creștere economică** și să pună în pericol realizările de până acum de redresare a cererii interne.

Pe de altă parte, ***perspectivele unei noi crize financiare și economice globale*** exercită presiuni sporite asupra tuturor țărilor lumii în direcția creșterii protecției acordate firmelor naționale. De aceea, în perspectiva următorilor ani, la adresa politicii comerciale a UE se ridică numeroase provocări, care vor necesita reacții adecvate în plan politic. UE**,** ca mare putere comercială**,** are interese majore pentru a se opune presiunilor protecționiste în creștere pe plan intern și internațional și a promova în continuare liberalizarea comerțului, atât în plan multilateral, în cadrul OMC, prin exercitarea unor presiuni în direcția accelerării încheierii Rundei Doha, cât și în plan unilateral, prin intensificarea liberalizării în planul pieței sale interne[49].

Tocmai pentru a preveni creșterea tendințelor protecționiste în spațiul UE și a continua presiunile în direcția liberalizării comerțului, ***UE și-a reconsiderat încă din noiembrie 2010, orientările strategice în materie de politică comercială.*** Noua agendă de politică comercială promovată de UE se află în plin proces de implementare, fiind construită în jurul obiectivului central al îmbunătățirii competitivității UE în economia mondială. Mesajul cheie al noii strategii comerciale a UE este acela al respingerii protecționismului din interior și promovarea unei atitudini active îndreptate spre deschiderea piețelor externe. Cu toate acestea, succinta trecere în revistă de mai sus a evoluțiilor care au avut loc în planul politicii comerciale a UE după adoptarea noilor orientări strategice, și în special în contextul crizei financiare și economice curente, arată că au fost întreprinse, totuși, ***unele măsuri de politică comercială cu efect protecționist***. Deși a fost vorba mai curând de acțiuni singulare, decât de o abordare concertată cu orientare vădit protecționistă, aceste acțiuni constituie un semnal de alarmă

[49] Cornel Albu – „Evoluții recente în sfera politicilor comerciale în plan european" – capitol inclus în studiul *Tendințe în evoluția protecționismului comercial pe plan global. Factori cauzali, forme de manifestare și implicații*, IEM, București, noiembrie 2011.

că pericolul recrudescenței protecționismului în UE este cât se poate de real și, ca atare, nu poate fi ignorat.

După cum remarcă Raportul Secretariatului OMC asupra politicii comerciale a UE, publicat la 1 iunie 2011 la Geneva, UE, în calitatea sa de cel mai mare exportator și cel de-al doilea mare importator de bunuri din lume, este așteptată să atribuie și în continuare un rol cheie liberalizării comerțului și să acționeze în așa fel încât prin politica sa comercială să contribuie în mod substanțial la ieșirea din actuala recesiune economică globală. Printre altele, aceasta presupune ca UE:

1. să-și intensifice pașii către realizarea integrală a pieței sale interne, mai ales prin liberalizarea în continuare a pieței serviciilor, atât la nivel intra-UE, cât și în relațiile cu terții;

2. să-și liberalizeze în continuare regimul comercial în domeniul produselor agricole, prin simplificarea structurii tarifului său vamal și reducerea nivelurilor înalte ale taxelor vamale și ale stimulentelor acordate producției și comerțului cu produse agricole.

În opinia experților OMC, continuarea îmbunătățirii accesului companiilor străine pe piețele țărilor comunitare ar trebui să stea în centrul atenției politicii comerciale a UE. Astfel, reducerea taxelor vamale ar transmite restului lumii un semnal puternic în favoarea comerțului liber și ar contribui la îmbunătățirea bunăstării consumatorilor. Pe de altă parte, regulile de origine în cadrul acordurilor comerciale preferențiale ale UE ar putea fi în continuare simplificate, iar „pragurile" prevăzute pentru evaluarea lor ar putea fi coborâte, mai ales în favoarea țărilor în dezvoltare, asigurându-se ca acestea să fie pe deplin compatibile atât cu obiectivele UE vizând comerțul, cât și cu cele circumscrise dezvoltării. Deși, reformele recente au redus notabil distorsiunile din cadrul politicii agricole comune (PAC), există încă mult spațiu pentru reducerea în continuare a subvențiilor de export și a taxelor vamale la importurile de produse agricole – așa cum a propus, de altfel, UE în contextul Rundei Doha.

În fine, o provocare importantă cu care se confruntă UE este aceea de a se asigura că inițiativele sale în toate sferele politicii comerciale se susțin în mod reciproc și că resursele destinate încheierii noii generații de acorduri comerciale preferențiale nu afectează eforturile sale în plan multilateral.

3.3. Bilateralismul și regionalismul în lumina noilor orientări strategice

În paralel cu angajamentul ferm față de sistemul multilateral, UE a promovat în ultimii ani acțiuni ambițioase de liberalizare a comerțului, atât la nivel regional, cât și bilateral. În acest sens, UE și-a redefinit propriile acorduri comerciale regionale într-o manieră care să asigure că aceste acorduri sunt complementare în raport cu sistemul comercial multilateral și că pregătesc calea pentru liberalizarea multilaterală a comerțului în viitor.

În conformitate cu noua sa strategie, *Europa globală*, UE a trecut la lansarea concretă a noii generații de acorduri de comerț liber, compatibile cu regulile OMC, dar a căror sferă de cuprindere se extinde dincolo de acordurile existente, netezind terenul pentru viitoarele negocieri comerciale multilaterale. Noile acorduri sunt axate pe competitivitate, sunt mai cuprinzătoare și urmăresc o liberalizare mult mai accentuată, prin asumarea unor angajamente de liberalizare mult mai profunde, deopotrivă în sfera bunurilor și a serviciilor. În cadrul acestora, un accent deosebit este pus pe abordarea obstacolelor netarifare și a celor de natura reglementărilor (interne). Totodată, noile acorduri abordează o serie de domenii netradiționale ale politicii comerciale, precum drepturile de proprietate intelectuală, investițiile și achizițiile guvernamentale. În plus, aceste acorduri sunt destinate promovării dezvoltării durabile, motiv pentru care ele includ și standarde ridicate în materie de mediu și forță de muncă. Dincolo de acordurile comerciale care cad sub incidența strategiei *Europa globală*, acordurile bilaterale și regionale ale UE cu țările și regiunile mai puțin dezvoltate urmăresc să răspundă nevoilor specifice de dezvoltare, să susțină dezvoltarea lor durabilă și integrarea lor în sistemul comercial global (WTO. 2009b. p. 18).

În anii care au trecut de la adoptarea noii strategii comerciale, UE și-a extins și consolidat vastul păienjeniș de acorduri comerciale preferențiale, atât în relațiile sale cu țările dezvoltate, cât și cu țările în curs de dezvoltare, considerând că aceste acorduri fac parte dintr-o politică mai largă de promovare a multilateralismului[50]. Astfel, o proporție semnificativă a negocierilor UE se desfășoară cu grupările regionale și, respectiv, încurajează crearea acestora. Aceste demersuri includ: MERCOSUR; Consiliul de Cooperare a Golfului; ASEAN; Acordurile de parteneriat economic cu țările ACP (Grupul Africa-Caraibe-Pacific) și Zona de comerț liber euro-mediteraneană. De asemenea, UE a continuat să-și revizuiască politica comercială față de partenerii strategici ai Uniunii.

3.3.1 Parteneriatele strategice ale UE[51]

Prezenta analiză, structurată în două secțiuni, conturează, pe de o parte, relațiile bilaterale dintre UE și țările care se înscriu în categoria de parteneri strategici ai Uniunii și, pe de altă parte, punctează motivațiile pentru instituirea,

[50] Potrivit aprecierii OMC, până în prezent, acordurile comerciale preferențiale ale UE au avut drept rezultat liberalizarea comerțului cu produse neagricole și o liberalizare limitată a comerțului cu produse agricole, unele din aceste acorduri acoperind și serviciile. Unele din acordurile preferențiale ale UE (cu caracter reciproc) conțin atât aspecte bilaterale, cât și multilaterale, și de regulă liberalizarea este asimetrică, pentru a ține cont de nevoile specifice ale țării/regiunii. Ele acoperă, printre altele: armonizarea standardelor și a cerințelor tehnice; protecția dreptului de proprietate intelectuala; liberalizarea fluxurilor de investiții și de capital; cooperarea în domeniul politicii concurenței; achizițiile guvernamentale; instrumentele de apărare comercială și mecanisme de soluționare a diferendelor (WTO, 2009a, p. 20).

[51] Acest subcapitol are la bază idei și concluzii din lucrarea *Evoluții și perspective ale schimburilor comerciale și de ISD dintre UE și țările BRIC. Studiu de caz: România și țările BRIC*, elaborată în cadrul proiectului „Studii postdoctorale în economie: program de formare continuă a cercetătorilor de elită – SPODE".

la nivel comunitar, a unui Instrument de parteneriat pentru cooperarea cu țările terțe (IP)[52].

I. Definirea parteneriatelor strategice ale UE

UE și-a creat, în timp, relații strategice la două niveluri: cu regiuni și cu țări. Primul parteneriat strategic cu o regiune datează din 1999: este vorba despre parteneriatul UE cu America Latină. Ulterior, UE a dezvoltat relații de parteneriat strategic cu Asia, Africa etc.

La celălalt nivel, **zece țări** se încadrează în categoria de parteneri **strategici** ai UE. La parteneriatele tradiționale ale UE cu țări industrializate (SUA, Japonia și Canada), s-au adăugat în ultimii ani cele cu: China, Rusia, India, Africa de Sud, Brazilia, Mexic și Coreea de Sud.

În Comunicarea Comisiei Europene (CE) din **16 iunie 2004**, „Un parteneriat strategic UE-India"[53], CE propunea stabilirea unui **parteneriat strategic între UE și India**.

În Comunicare se subliniază că „UE și India beneficiază deja de o relație strânsă, bazată pe valori comune și respect reciproc. O nouă strategie ar trebui să fie ghidată de următoarele obiective: promovarea păcii, stabilității, democrației, drepturilor omului, respectarea legii și buna guvernanță…, cooperarea în lupta împotriva sărăciei, a inegalităților și excluderii sociale, cooperarea pentru dezvoltare durabilă, protecția mediului…, sporirea interacțiunii economice și întărirea ordinii economice internaționale" (CE, 2004, p. 3).

Documentul mai evidențiază că, „deoarece UE și India sunt considerate tot mai mult ca forțe care contribuie la stabilitatea globală, centrul de greutate al relațiilor lor se mută din sfera comerțului către probleme politice mai generale. Amândouă părțile susțin sistemul multilateral și deja cooperează eficient în cadrul Organizației Națiunilor Unite (ONU) și în alte foruri internaționale. Această latură a cooperării ar trebui întărită printr-o **alianță strategică** pentru promovarea unei abordări multilaterale eficace" (CE, 2004, p. 3).

În Comunicare se mai subliniază necesitatea: armonizării pozițiilor celor două părți la pregătirea, negocierea și implementarea convențiilor multilaterale (referitoare la securitate, comerț, mediu, dezvoltare și drepturile omului), îndeplinirii angajamentelor și obligațiilor internaționale și întăririi guvernanței globale (CE, 2004, p. 4).

La cel de-al cincilea summit bilateral **UE-India**, care s-a desfășurat la Haga în data de 8 noiembrie 2004, s-a aprobat în mod oficial ridicarea relației dintre cele două părți la rangul de **parteneriat strategic**, pentru ca în anul următor, pe 7 septembrie 2005, la cel de-al șaselea summit bilateral, să fie lansat Planul de acțiune comun pentru parteneriatul strategic dintre UE și India.

[52] Monica Oehler-Șincai, "Succinte comentarii privind parteneriatele strategice ale UE", Buletin „EUROINFO", nr. 1/2012, IEM, București, ianuarie 2012.
[53] COM(2004)430.

Ca parte integrantă a Strategiei „Europa globală", lansată de Comisia Europeană în 2006 și în urma studiilor de fezabilitate cu privire la oportunitatea adoptării unui Acord de liber schimb bilateral și a Raportului din 2006 al grupului de lucru la nivel înalt în domeniul comerțului, cele două părți au decis lansarea negocierilor pentru încheierea unui astfel de Acord. Decizia CE se fundamentează pe mai mulți factori: ritmurile ridicate de creștere economică a Indiei din ultima perioadă, mărimea pieței indiene și, totodată, gradul ridicat de protecție a acesteia. În perioada iunie 2007-decembrie 2011 au avut loc 12 runde de negocieri.

Trecând mai departe, la relațiile cu **Brazilia**, trebuie subliniat faptul că bazele parteneriatului strategic au fost puse prin Comunicarea Comisiei Europene (CE) din **30 mai 2007**, „Către un parteneriat strategic UE-Brazilia"[54].

În Comunicare se arată că, „în ultimii ani, Brazilia a devenit un actor internațional cu o pondere crescândă în economia mondială și, în același timp, un interlocutor important pentru UE. Cu toate acestea, dialogul UE-Brazilia nu a fost, până de curând, suficient fructificat, el desfășurându-se în principal prin intermediul dialogului UE-Mercosur. A sosit vremea ca Brazilia să fie privită ca partener strategic, dar și ca principal actor economic și lider regional sud-american" (CE, 2007a, p. 3).

Primul summit bilateral, care s-a desfășurat la Lisabona în iulie 2007, a constituit „un moment de cotitură" în relațiile UE cu Brazilia, la această reuniune la nivel înalt fiind lansat efectiv parteneriatul strategic dintre cele două părți.

În același an, în data de **14 mai 2007**, fusese semnat la Bruxelles Planul de acțiune comun pentru **parteneriatul strategic dintre Africa de Sud și UE**.

Comunicatul evidențiază că „interesele comune ale Africii de Sud și UE conferă o bază naturală pentru un parteneriat strategic care să intensifice în mod semnificativ cooperarea actuală prin transpunerea simplului dialog politic într-o cooperare politică activă pe probleme de interes reciproc, la nivel bilateral, regional, continental sau global" (CE, 2007b, p. 2).

În data de **15 iulie 2008** a urmat Comunicarea CE, „Către un parteneriat strategic **UE-Mexic**"[55]. Mexic fusese prima țară din America Latină cu care UE semnase un Acord de parteneriat (în 1997). Acordul de parteneriat economic, coordonare politică și cooperare (numit și Acord global) a intrat în vigoare în 2000. În același an a intrat în vigoare și zona de liber schimb dintre UE și Mexic.

Principalele obiective ale parteneriatului strategic dintre UE și Mexic rezidă în sporirea gradului de coordonare dintre UE și Mexic în probleme globale și stimularea dezvoltării relațiilor și inițiativelor bilaterale.

Această Comunicare este printre puținele documente oficiale în care CE își exprimă clar punctul de vedere referitor la statutul de partener strategic: acesta

[54] COM(2007)281.

[55] COM(2008)447.

„derivă din capacitatea țării partenere de a exercita o influență semnificativă asupra problemelor globale" (CE, 2008, p. 4). În Comunicat se mai reliefează că Mexicul este un jucător global, care face parte din G-8 + G-5[56] și, mai mult decât atât, legăturile istorice și culturale și valorile fundamentale comune apropie UE de Mexic. Totodată, documentul oficial mai accentuează faptul că toate țările membre ale G-5 sunt îndreptățite să fie parteneri strategici ai Uniunii. **China, parte din G-5, fusese menționată în declarații oficiale drept partener strategic încă din 2004**.

În ceea ce privește relațiile dintre **UE și Coreea de Sud**, bazele parteneriatului strategic dintre cele două părți au fost puse mai târziu, în 23 mai 2009, la cel de-al patrulea summit bilateral. Lansarea negocierilor pentru încheierea unui Acord de liber schimb[57] între cele două părți, în mai 2007, a constituit un argument solid pentru ridicarea partenerului sud-coreean la rangul de partener strategic. Au urmat în 10 mai 2010 semnarea unui nou Acord cadru, iar la reuniunea la nivel înalt din 6 octombrie 2010 de la Bruxelles, semnarea Acordului de liber schimb dintre UE și Coreea de Sud. La același summit din 6 octombrie 2010 a fost consfințit și noul statul al Coreei de Sud, **cel mai recent partener strategic al Uniunii**.

Contrar așteptărilor, caracterul strategic al parteneriatelor UE cu SUA, Japonia, Canada,[58] China și Rusia nu este „consfințit" sau „atestat" ca atare prin documente oficiale. Natura **strategică** a acestor parteneriate se confirmă din declarații ale înalților oficiali comunitari sau din documente oficiale care fac numai o referire indirectă la aceasta.

De pildă, dintr-un discurs din 2006 al fostului Comisar european pentru relații externe și politica europeană de vecinătate, Benita Ferrero-Waldner, intitulat „Noi perspective ale relațiilor **UE-Japonia**",[59] reiese faptul că „Japonia, o democrație consolidată în timp, este un **partener strategic natural** pentru Europa".

Un pas însemnat pe calea întăririi parteneriatului strategic cu Japonia a fost făcut la cel de-al 19-lea summit bilateral, din 28 aprilie 2010, de la Tokyo, când un grup comun la nivel înalt a fost însărcinat cu identificarea de opțiuni pentru reînnoirea relațiilor de cooperare dintre UE și Japonia. În acest sens, participanții la summit au decis lansarea procesului de negociere pentru încheierea unui Acord cuprinzător de liber schimb/Acord de parteneriat economic, care să abordeze aspecte cum ar fi: taxele vamale, barierele netarifare, serviciile,

[56] G-5: Africa de Sud, Brazilia, China, India, Mexic.

[57] După opt runde de negocieri, Acordul de comerț liber a fost inițiat în 15 octombrie 2009. În data de 16 septembrie 2010, Consiliul UE l-a aprobat, iar Acordul a fost oficial semnat la cel de-al cincilea summit bilateral, din 6 octombrie 2010. Acordul se aplică, provizoriu, de la 1 iulie 2011.

[58] Canada este singura țară dintre cele cinci care negociază în prezent cu UE un Acord de comerț liber.

[59] A se consulta discursul de la simpozionul comun UE-Japonia de la Bruxelles, din data de 6 aprilie 2006, http://www.eu-un.europa.eu/articles/fr/article_5894_fr.htm.

investițiile, drepturile de proprietate intelectuală, concurența și achizițiile publice. Totodată, s-a convenit asupra încheierii unui Acord care să acopere aspecte legate de cooperarea politică, globală și sectorială, având la bază valori și principii fundamentale, comune.

În ceea ce privește relațiile **UE cu Federația Rusă**, acestea se bazează pe complementaritatea celor două economii. În timp ce UE este atrasă de resursele naturale rusești (de care este încă puternic dependentă) și piața de desfacere rusă, Rusiei îi sunt necesare capitalul și tehnologiile europene și piața internă unică. Rusia este singurul partener strategic cu care UE se reunește la nivel înalt de două ori pe an. Mai mult decât atât, dintre toate evenimentele UE cu partenerii săi externi, reuniunile bilaterale UE-Rusia la toate nivelurile sunt cele mai frecvente și depășesc pragul de 40 pe an. Totuși, unii experți și chiar diplomați comunitari sunt de părere că rezultatele obținute până în prezent sunt modeste (EUObserver, 2011).

Dincolo de scepticismul unor experți, considerăm, însă, că summiturile bilaterale și inițiativele de la nivel înalt, din plan politic – precum: lansarea în 1997 a mesei rotunde a industriașilor din UE și Rusia, negocierile pentru încheierea noului Acord de Parteneriat și Cooperare[60], concretizarea celor patru Spații Economice Comune[61], implementarea Parteneriatului pentru Modernizare[62] – pot contribui la adâncirea relațiilor dintre UE și Rusia și impulsionarea schimburilor comerciale și investiționale dintre cele două părți.

Parteneriatul UE cu fiecare dintre aceste țări are trăsături specifice, în funcție de factori ca: profilurile economice și politice ale partenerilor, istoria relațiilor diplomatice bilaterale, dimensiunile schimburilor comerciale și investiționale, profunzimea interdependențelor economice etc. Această constatare explică lipsa unei definiții consacrate a termenului de partener sau parteneriat „strategic" al Uniunii. În contrast cu alianțele strategice din plan microeconomic, care pot fi definite cu ușurință, parteneriatele din sfera geopolitică se dovedesc mult mai greu de cuprins într-un tipar anume. Una din explicații rezidă în multitudinea (și complexitatea) obiectivelor pe care și le pot propune două țări de pe poziția de parteneri strategici și în faptul că unele obiective depășesc cadrul bilateral concret și abordează provocări globale (spre exemplu, schimbările climatice).

[60] În perioada 1 decembrie 1997-1 decembrie 2007, la baza relațiilor bilaterale s-a aflat Acordul de Parteneriat și Cooperare, cu sferă de acțiune în plan politic, economic și cultural. După expirarea Acordului în 2007, acesta a fost prelungit automat. În perioada iulie 2008-decembrie 2010, s-au desfășurat 12 runde de negocieri pentru noul Acord.

[61] În scopul intensificării cooperării bilaterale, UE și Rusia au decis în cadrul reuniunii din mai 2003 de la Sankt Petersburg crearea a patru Spații Comune: economic, cel al libertății, securității și justiției, cel al securității externe și cel al cercetării, educației și culturii. În cadrul summitului din mai 2005 de la Moscova, s-au stabilit și foile de parcurs pentru cele patru spații comune, Comisia Europeană întocmind anual un raport cu privire la cooperarea în aceste spații.

[62] Lansat la cel de-al 25-lea summit bilateral (din 31 mai-1 iunie 2010, de la Rostov pe Don).

Cadrul bilateral al relațiilor UE cu SUA

La scurt timp după încheierea Războiului Rece, cooperarea dintre UE și SUA a fost „legalizată" la sfârșitul anului 1990, prin adoptarea Declarației Transatlantice. Au urmat: adoptarea Noii Agende Transatlantice în 1995, Parteneriatul Economic Transatlantic în 1998 și Proiectul-cadru pentru promovarea integrării economice transatlantice și crearea Consiliului Economic Transatlantic în 2007.

Chiar și după terminarea „momentului unipolar american"[63], SUA continuă să fie o putere economică, politică și militară de prim rang. În 2010, SUA dețineau o cotă de aproape un sfert din PIB mondial, peste o zecime din comerțul internațional cu bunuri și servicii (în termeni nominali, valoric), circa 18% din stocul de investiții străine directe (ISD) receptate și aproape un sfert din stocul de ISD generate la nivel mondial.

În planul comerțului extracomunitar cu bunuri, în 2010, SUA au continuat să fie principala piață de export (aproape 18% din totalul valorii exporturilor către restul lumii) și a doua sursă de import pentru UE (cu o pondere de 11,3% în importurile provenind din țările din afara Uniunii).

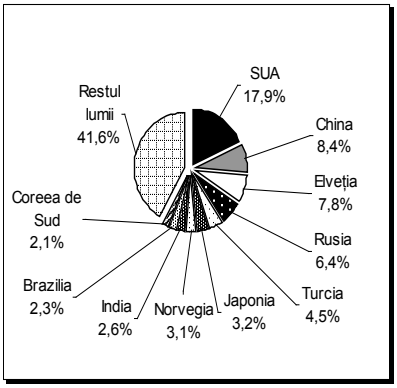
Valoarea exporturilor de bunuri ale UE către SUA s-a cifrat în 2010 la 242,1 miliarde euro, iar cea a **importurilor** la 169,5 miliarde euro, ceea ce a generat un excedent comercial comunitar în valoare de 73 miliarde euro – cel mai ridicat excedent al UE obținut în relație cu partenerii săi extracomunitari.

La **reuniunea la nivel înalt de la Lisabona, din noiembrie 2010**, s-a subliniat necesitatea promovării inovării și a eliminării barierelor din calea comerțului și a investițiilor bilaterale, în vederea stimulării creșterii economice și a generării de locuri de muncă. Un an mai târziu, cu ocazia **Consiliului Economic Transatlantic din 29 noiembrie 2011**, de la Washington, UE și SUA au făcut noi pași pe calea întăririi legăturilor lor economice printr-o serie de inițiative legate de simplificarea procedurilor vamale, sporirea cooperării în domenii precum noile tehnologii și materiile prime și constituirea unui grup de lucru la nivel înalt pe probleme referitoare la crearea de locuri de muncă și creșterea economică.

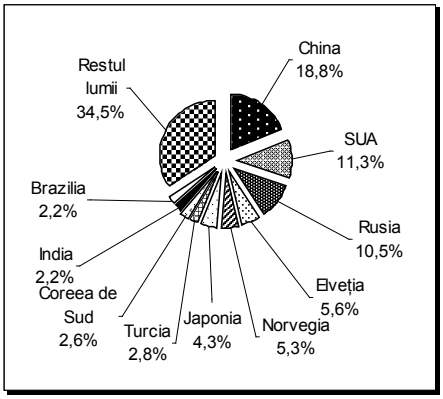
[63] Autori precum Charles Krauthammer consideră perioada dintre căderea *Cortinei de fier* și atentatele teroriste de la 11 septembrie 2001 drept „momentul unipolar american", după care lumea a devenit multipolară.

Graficul 3.1: Principalii parteneri comerciali extracomunitari ai UE la export și la import în 2010 (în procente)

Export



Import



Sursa: Grafic întocmit de autor în baza datelor Direcției Generale pentru Comerț a UE (DG Trade).

În pofida puternicei integrări economice dintre UE și SUA, experții internaționali apreciază că parteneriatul bilateral este slab, deoarece strategia Uniunii față de SUA nu este clar definită (Pawlak, 2011, p. 66).[64]

Totodată, au existat și persistă diferite tensiuni în relațiile bilaterale. Iată doar câteva exemple: eșecul ideii de constituire a unei noi piețe transatlantice (sau zone de liber schimb) între UE-15 și SUA în perioada 1998-2000, războiul din Irak, conflicte generate de subvenționarea celor două mari companii producătoare de aeronave, una americană, cealaltă europeană (Boeing și Airbus) și Protocolul de la Kyoto privind mediul.

Din cele prezentate anterior, rezultă că, prin parteneriatele strategice, fie „naturale", fie „construite", UE urmărește să creeze alianțe pentru atingerea obiectivelor sale de politică externă la nivel global.

II. Actualele Instrumente juridice comunitare cu incidență asupra relațiilor dintre UE și partenerii săi strategici

În prezent, nu există un singur instrument juridic comunitar care să includă în sfera sa de cuprindere relațiile UE cu toți partenerii săi strategici.

[64] Pawlak, Patryk (2011), *Conclusion: Transatlantic Integration and the Practice of Cooperation*, in: De Vasconcelos, Álvaro (editor), *The Agenda for the EU-US Strategic Partnership*, European Union Institute for Security Studies, Paris.

Regulamentul Consiliului UE 1934/2006, privind Instrumentul financiar pentru cooperare cu țările industrializate și alte țări și teritorii cu venituri ridicate (ITI) are incidență asupra relațiilor UE cu 17 țări și teritorii, printre care și **SUA, Canada, Japonia și Coreea de Sud**.[65] Instrumentul vizează întărirea relațiilor de cooperare dintre UE și țările desemnate, se aplică în perioada 1 ianuarie 2007-31 decembrie 2013 și are alocat un buget de 172 milioane euro.

Regulamentul 1905/2006 al Parlamentului și Consiliului UE stabilește un Instrument de finanțare a cooperării pentru dezvoltare (ICD), care înlocuiește gama de instrumente geografice și tematice create de-a lungul timpului și în funcție de necesități, în vederea îmbunătățirii ajutorului pentru dezvoltare. Acest Instrument include acțiuni legate direct de asistența oficială pentru dezvoltare și reducerea/eradicarea sărăciei în țările beneficiare. Sunt excluse țările care beneficiază de asistență pentru pre-aderare.

Țările și teritoriile beneficiare de asistență comunitară în cadrul ICD sunt cele trecute pe lista Comitetului de Asistență pentru Dezvoltare al Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) și sunt receptoare de asistență oficială pentru dezvoltare. Lista OCDE se actualizează din trei în trei ani, ținând cont de venitul național brut pe locuitor.

Pachetul financiar pentru punerea în aplicare a acestui Regulament în perioada 2007-2013 este de 16,9 miliarde de euro: 10,1 miliarde de euro în favoarea programelor geografice, 5,6 miliarde euro în favoarea programelor tematice, 1,2 miliarde euro în favoarea țărilor din Africa, zona Caraibelor și Pacific (ACP) semnatare ale protocolului privind zahărul.

Relațiile UE cu **R. P. Chineză, India, Mexic, Republica Africa de Sud și Brazilia** intră sub incidența acestui Instrument.

Un nou Instrument de parteneriat pentru cooperarea cu țările terțe

Parlamentul European și Consiliul UE, considerând că aceste instrumente limitează capacitatea Uniunii de a se angaja la nivel internațional în mod eficient, au propus în data de 7 decembrie 2011 un **Regulament de instituire a unui Instrument de parteneriat pentru cooperare cu țările terțe (IP)**.

Această decizie a fost motivată și de ascensiunea fără precedent a grupului economiilor în dezvoltare și emergente. Potrivit datelor din Raportul Fondului Monetar Internațional (FMI) din septembrie 2011, acest grup de țări cumula în 2010 circa 34% din PIB mondial[66], comparativ cu 24% în 1980. Începând

[65] Celelalte 13 țări și teritorii sunt: Arabia Saudită, Australia, Bahrain, Brunei, Emiratele Arabe Unite, Hong Kong-China, Kuweit, Macao, Noua Zeelandă, Oman, Qatar, Singapore și Taiwan-China.

[66] PIB exprimat în dolari, în prețuri curente.

din 2004, ponderea acestui grup de țări în PIB mondial s-a înscris pe o pantă ascendentă, experții FMI prognozând o cotă de circa 40% în PIB mondial în orizontul anilor 2015-2016.

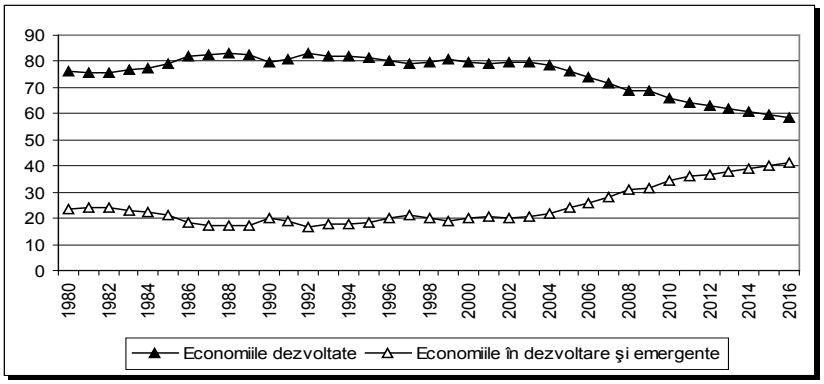
Mai mult decât atât, în rândul țărilor emergente, China, însă și Brazilia, India și Rusia au avut în ultimele decenii o evoluție economică spectaculoasă. Instituționalizarea grupului BRIC[67] în 2009 și lărgirea sa la numai doi ani de la înființare, prin invitarea Africii de Sud să se alăture grupării în aprilie 2011, sugerează că „mecanismul BRICS" funcționează. China, a doua economie a lumii, se conturează tot mai clar ca liant al grupului BRICS și, în același timp, ca exponentă a economiilor emergente în ansamblul lor.

Aceste țări îndeplinesc un rol tot mai important în economia și în schimburile comerciale și investiționale internaționale și, totodată, în cadrul organizațiilor multilaterale.

O altă justificare pentru decizia de a adopta un nou instrument de politică externă a Uniunii o reprezintă legăturile economice dintre UE și Rusia. Acestea au evoluat considerabil, subliniind importanța Rusiei ca partener strategic, dincolo de cooperarea pentru dezvoltare. Mai mult decât atât, Rusia aspiră la o relație de egalitate cu marii actori globali. Prin *Strategia 2020 – Concept de dezvoltare socio-economică pe termen lung a Federației Ruse*, aceasta dorește să devină inovativă, competitivă la nivel global și să se înscrie pe lista liderilor mondiali.

Graficul 3.2: Ponderile deținute în PIB mondial de două grupuri de economii:

în dezvoltare și emergente și dezvoltate (în procente)



Notă: 2011 – estimări, 2012-2016 prognoze.

Sursa: Întocmit de autor în baza datelor FMI (IMF, 2011).

[67] Jim O'Neill a lansat acronimul BRIC la sfârșitul anului 2001, în lucrarea *Building Better Global Economic BRICs*, Goldman Sachs, Global Economics Paper No. 66, 30 noiembrie 2001.

Ținând cont de toate acestea, IP propus ar deveni principalul instrument de cooperare dintre UE și Rusia, în afara celor din cadrul juridic bilateral.

IP este considerat a fi „inovația majoră" a pachetului de instrumente externe ale Uniunii pentru perioada 2014-2020 și, totodată, un instrument-cheie al politicii sale externe.

Noul Instrument vizează următoarele obiective specifice:

- punerea în aplicare a dimensiunii internaționale a Strategiei Europa 2020, prin susținerea strategiilor parteneriatelor de cooperare bilaterală, regională și interregională ale UE, prin promovarea dialogurilor politice și prin elaborarea de abordări și răspunsuri colective la provocările de interes global;

- îmbunătățirea accesului la piețe și dezvoltarea comerțului, investițiilor și oportunităților de afaceri pentru întreprinderile europene, în special pentru IMM, prin intermediul parteneriatelor economice și cooperării în domeniul afacerilor și al reglementării;

- sporirea recunoașterii generale și a vizibilității Uniunii și a rolului său pe scena internațională, prin intermediul diplomației publice, al cooperării în domeniul educației/academic și al activităților de informare, în vederea promovării valorilor și intereselor Uniunii.

Experții comunitari consideră că acest nou Instrument va fi util în implementarea politicii comerciale a UE și îndeosebi în dezvoltarea relațiilor Uniunii cu SUA, Japonia și țările BRIC. În documentul de dezbatere al Comisiei Europene din noiembrie 2010, „Comerț, creștere și afaceri internaționale. Politica comercială – componentă-cheie a Strategiei Europa 2020",[68] se evidențiază că noua politică comercială comunitară va acorda o atenție deosebită „SUA, Chinei, Rusiei, Japoniei, Indiei și Braziliei", datorită potențialului și dimensiunii economice a acestora și impactului lor asupra economiei mondiale.

Totodată, proiectul de Regulament evidențiază că sprijinirea IMM și înlesnirea accesului acestora la piețe va fi complementară cu obiectivele Programului pentru competitivitatea întreprinderilor și a IMM (program care se va derula în 2014-2020 și care are prevăzut un buget de 2,5 miliarde euro).

Așadar, **cooperarea cu partenerii strategici** va fi unul dintre cele patru domenii-cheie ale instrumentelor de finanțare externă ale UE, ca parte componentă a rubricii „Europa globală" din Cadrul financiar multianual 2014-

[68] A se consulta Comunicarea: European Commission (2010), *Trade, Growth and World Affairs. Trade Policy as a Core Component of the EU's 2020 Strategy*, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels, 9.11.2010, COM(2010) 612 final.

Tabelul 3.4: Ponderile țărilor BRIC și ale celorlalți parteneri strategici ai UE în PIB, export, import, stocuri de ISD la nivel mondial în 2000 și 2010 (în procente)

Țara	PIB		Export mondial bunuri		Import mondial bunuri		Export mondial servicii		Import mondial servicii		Stocuri de ISD receptate		Stocuri de ISD generate	
	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010
SUA	30,9	23,1	12,3	8,4	18,9	12,8	19,1	14,0	13,8	10,2	37,4	18,0	33,8	23,7
Japonia	14,5	8,7	7,5	5,1	5,7	4,5	4,8	3,8	8,1	4,4	0,7	1,1	3,5	4,1
Canada	2,3	2,5	4,3	2,5	3,7	2,6	2,6	1,8	2,9	2,6	2,9	2,9	3,0	3,0
China	*3,7*	*9,3*	*3,9*	*10,4*	*3,4*	*9,1*	*2,1*	*4,6*	*2,5*	*5,5*	*2,6*	*3,0*	*0,3*	*1,5*
Brazilia	*2,0*	*3,3*	*0,9*	*1,3*	*0,9*	*1,2*	*0,6*	*0,8*	*1,1*	*1,7*	*1,6*	*2,5*	*0,7*	*0,9*
India	*1,5*	*2,6*	*0,7*	*1,4*	*0,8*	*2,1*	*1,2*	*3,3*	*1,4*	*3,3*	*0,2*	*1,0*	*0,02*	*0,5*
Rusia	*0,8*	*2,4*	*1,7*	*2,6*	*0,7*	*1,6*	*0,7*	*1,2*	*1,2*	*2,0*	*0,4*	*2,2*	*0,3*	*2,1*
Coreea de Sud	1,7	1,6	2,7	3,1	2,4	2,8	2,0	2,2	2,3	2,6	0,6	0,7	0,3	0,7
Mexic	2,1	1,6	2,6	2,0	2,7	2,0	0,9	0,4	1,2	0,6	1,3	1,7	0,1	0,3
Africa de Sud	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4	0,6	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	0,4	0,4

Surse: International Monetary Fund (IMF) (2011), *World Economic Outlook Database*, World Trade Organization (WTO) (2011), *International Trade Statistics*, WTO (2001), *International Trade Statistics*, United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2011), *World Investment Report 2011*.

2020,[69] alături de extinderea Uniunii, politica de vecinătate și cooperarea pentru dezvoltare. Bugetul prevăzut pentru IP în perioada 2014-2020 se ridică la 1,13 miliarde euro.

3.4. Politica europeană de vecinătate - revizuită

Politica Europeană de Vecinătate (PEV), lansată în 2004 ca o componentă a politicii comerciale comune, reunește țările situate în imediata apropiere geografică a Uniunii Europene, țări cu care Uniunea încearcă să dezvolte relații de cooperare tot mai strânse.

Conceptul de PEV urmărește transformarea noțiunii de graniță într-un spațiu al cooperării și al legăturilor politice, economice și sociale care să evite crearea unei falii de genul Cortinei de Fier, dar participarea la PEV nu reprezintă, nici la modul teoretic, nici la cel practic, un „substitut pentru statutul de membru sau o etapă ce duce în mod necesar spre obținerea statutului de membru[70]*".*

PEV oferă multiple posibilități în materie de cooperare multilaterală, având drept obiectiv general sporirea și încurajarea dialogului pentru o vecinătate mai stabilă, mai sigură și mai democratică.

La data de 15 decembrie 2011, Comitetul Regiunilor din UE a adoptat un Raport privind Comunicarea Comisiei Europene referitoare la Revizuirea Politicii de Vecinătate a UE[71]. În cadrul acestui raport, experții comunitari subliniază importanța sprijinirii eforturilor de aprofundare a democrației și de realizare a unor reforme politice în țările partenere, precum și faptul că autorităților locale și regionale din UE le revine un rol incontestabil pentru sprijinirea progresului democratic din țările învecinate cu spațiul comunitar.

[69] A se consulta: *The Multiannual Financial Framework: The Proposals on External Action Instruments*, MEMO/11/878, Brussels, 7 December 2011. Valoarea totală a bugetului alocat pentru relațiile externe ale UE din perioada 2014-2020 se ridică la circa 96,25 miliarde euro (în prețuri curente). Acesta este distribuit după cum urmează: Instrumentul de asistență pentru pre-aderare (IPA) – 14,11 miliarde euro, Instrumentul pentru politica europeană de vecinătate (IPEV) – 18,18 miliarde euro, Instrumentul de finanțare a cooperării pentru dezvoltare (ICD) – 23,30 miliarde euro, **Instrumentul pentru parteneriat (IP) – 1,13 miliarde euro**, Instrumentul pentru stabilitate (IS) – 2,83 miliarde euro, Instrumentul european pentru democrație și drepturile omului (IEDDO) – 1,58 miliarde euro, Instrumentul de cooperare în domeniul securității nucleare (IN) – 631 milioane euro, Instrumentul pentru Groenlanda – 219 milioane euro și Fondul european pentru dezvoltare – 34,28 miliarde euro. Acest pachet va fi transmis spre adoptare Parlamentului European și Consiliului UE.

[70] Rezoluția Parlamentului European din 10 iulie 2008 cu privire la Documentul Strategic al Comisiei referitor la extindere 2007/227 1 (INI).

[71] Comisia Europeană – „Politica de vecinătate – Un răspuns nou în contextul schimbărilor din țările vecine", Bruxelles, 2011, COM(2011) 303 final.

Comunicarea Comisiei Europene privind noile obiective ale PEV

În Comunicarea Comisiei Europene se arată că, în partea de est și de sud a Uniunii Europene se află șaisprezece țări[72] „ale căror speranțe și al căror viitor influențează în mod direct și semnificativ" interesele comunitare. De asemenea, în documentul comunitar se arată că evenimentele internaționale recente[73] au condus la necesitatea revizuirii PEV, astfel încât UE să consolideze punerea în aplicare a politicii sale externe, iar cooperarea cu țările învecinate să poată fi extinsă, astfel încât să abordeze întregul spectru de probleme într-un mod mai integrat și mai eficient și să răspundă provocărilor istorice cu care se confruntă țările din vecinătatea spațiului comunitar.

Noi obiective ale PEV

- Creșterea flexibilității PEV pentru a oferi soluțiile potrivite cu evoluțiile rapide din țările partenere și nevoile de reformă din acestea – fie că aceste țări se confruntă cu o schimbare bruscă de regim, fie că sunt implicate într-un proces îndelungat de reformă și de consolidare a democrației.

- Îmbunătățirea coordonării dintre UE, statele membre ale acesteia și principalii parteneri internaționali, pentru a construi și consolida democrații sănătoase, pentru a înregistra în continuare o creștere economică durabilă și pentru a gestiona legăturile transfrontaliere.

- Elaborarea de inițiative regionale solide în domenii precum comerțul, energia, transporturile sau migrația și mobilitatea în vederea completării și intensificării cooperării bilaterale dintre UE și țările vecine.

- Implementarea de mecanisme și instrumentele adecvate pentru atingerea acestor obiective.

Evoluții viitoare ale PEV

Potrivit noii abordări comunitare, PEV va evolua în funcție de nevoile, capacitățile și obiectivele de reformă ale fiecărei țări partenere în Acord. Unii parteneri doresc să își continue eforturile de integrare, ceea ce va presupune un nivel mai mare de aliniere la politicile și normele UE și va deschide calea participării în condițiile optime la beneficiile pieței interne unice comunitare.

În acest context, trebuie menționat faptul că **UE nu urmărește să impună un model sau un tipar prestabilit pentru reforma politică, ci va insista ca**

[72] „Vecinătatea" europeană cuprinde Algeria, Armenia, Azerbaidjan, Belarus, Egipt, Georgia, Israel, Iordania, Liban, Libia, Republica Moldova, Maroc, teritoriile palestiniene ocupate, Siria, Tunisia și Ucraina.

[73] Răsturnarea regimurilor represive din Egipt și Tunisia, instaurate cu mulți ani în urmă, conflictul militar aflat în curs în Libia, recenta mișcare de protest din Siria, reprimată violent, continuarea represiunii din Belarus și conflictele prelungite care persistă în regiune, inclusiv în Orientul Mijlociu.

procesul de reformă al fiecărei țări partenere să reflecte un angajament clar față de valorile universale privind democrația. Inițiativa îi aparține țării partenere, iar sprijinul UE va fi adaptat corespunzător[74]**.**

Un sprijin mai puternic din partea UE, oferit țărilor incluse PEV, va fi supus anumitor condiții care vor include progresele înregistrate în ceea ce privește construirea și consolidarea democrației și în respectarea statului de drept. Cu cât o țară avansează mai mult și mai rapid pe calea reformelor interne, cu atât mai mult sprijin va primi din partea UE, se menționează în Comunicarea Comisiei Europene. Acest sprijin sporit va lua diferite forme, inclusiv creșterea finanțării pentru dezvoltare socială și economică, programe mai cuprinzătoare de dezvoltare instituțională, un acces mai larg pe piața internă a UE, creșterea finanțării oferite de Banca Europeană de Investiții în sprijinul programelor investiționale și o mai mare facilitare a mobilității forței de muncă. Aceste angajamente preferențiale se vor adapta la nevoile fiecărei țări și la contextul regional. Ele vor ține seama de faptul că reformele importante necesită costuri inițiale semnificative. Atunci când se vor stabili alocările financiare pe țări pentru anul 2013 și anii următori, se vor lua în considerare rezultatele obținute de parteneri în ceea ce privește suplimentarea reformelor în cursul perioadei 2010-2012 (pe baza rapoartelor anuale de evaluarea). Pentru țările în care nu s-au realizat reforme, UE va reconsidera sau chiar va reduce finanțarea.

De asemenea, potrivit PEV revizuite, UE își va menține orientarea politică de limitare a relațiilor cu guvernele care comit încălcări ale drepturilor omului și ale normelor democratice, inclusiv prin aplicarea unor sancțiuni specifice și a altor măsuri de constrângere. În cazul în care va lua astfel de măsuri, UE nu numai că își va menține, ci își va intensifica sprijinul acordat societății civile. În aplicarea acestei abordări, UE va continua dialogul cu guvernele, cu societatea civilă și cu alte părți interesate. În același timp și în conformitate cu principiul responsabilității reciproce, UE se va asigura că resursele sale financiare sunt folosite în sprijinul obiectivelor principale ale PEV.

Pentru a sprijini liderii politici care depun eforturi în vederea unor schimbări democratice în țara lor (în special partidele politice și organizațiile neguvernamentale sau sindicatele neînregistrate, precum și alți parteneri sociali), PEV revizuită prevede acordarea de sprijin pentru constituirea unui **Fond european pentru democrație**[75]. Scopul acestui fond va fi să confere mai multă influență și coerență eforturilor depuse de UE, de statele membre ale acesteia și de mai multe fundații politice europene de amploare care activează deja în acest domeniu.

Pentru a veni în sprijinul provocărilor economice complexe cu care se confruntă țările partenere în Acord, PEV prevede posibilitatea mobilizării

[74] Andreea Drăgoi, „Uniunea Europeană – revizuirea politicii europene de vecinătate" - Buletin „EUROINFO", nr. 1/2012, IEM, București, ianuarie 2012.

[75] Obiectivele și modalitățile financiare și manageriale ale acestui fond vor fi diferite față de cele ale celorlalte instrumente de sprijinire a democratizării, ele urmând a fi aplicate potrivit unui document adoptat la începutul anului 2012.

Instrumentului de Asistență Macrofinanciară, în special pentru statele care suferă un impact economic și social imediat al unor schimbări politice recente[76].

De asemenea, PEV revizuită prevede că, în cursul anului 2012, Comisia Europeană va propune un nou Regulament-Cadru menit să eficientizeze procesul decizional de alocare a asistenței macrofinanciare, să ofere un temei juridic mai transparent pentru acest instrument și să detalieze unele dintre criteriile acestuia.

În domeniul cooperării și schimburilor tehnologice cu vecinii săi, potrivit noii PEV, UE va continua să aplice principiul „mai mult pentru mai mult" („*more for more*"), în următoarele domenii:

- UE va propune partenerilor din cadrul PEV să colaboreze la crearea unui **spațiu comun al cunoștințelor și inovației**. Acesta ar reuni mai multe zone ale cooperării existente în prezent: dialogul politic, cooperarea în cercetare și inovare și creșterea oportunităților de mobilitate pentru studenți, cercetători și cadre universitare. În paralel, cooperarea în domeniul **învățământului superior** va fi extinsă prin intensificarea sprijinului pentru **mobilitatea studenților și cadrelor universitare** în contextul unor parteneriate între universități (în cadrul programului Erasmus Mundus) și printr-o cooperare mai strânsă pentru modernizarea universităților (prin programul Tempus).

- UE și partenerii din PEV își vor uni eforturile în domeniul combaterii efectelor **schimbărilor climatice**, intensificându-și cooperarea pentru a crea tehnologii cu emisii reduse de dioxid de carbon și a îmbunătăți rezistența (adaptarea) la impactul schimbărilor climatice, în vederea punerii în aplicare a Acordului de la Cancun și a evoluției către instaurarea unui regim climatic cuprinzător la nivel global.

- Cooperarea în domeniul **energiei** va fi intensificată, așa cum se prevede în reglementările[77] adoptate anterior la nivelul UE, printr-un dialog mai susținut pe teme de politică energetică vizând continuarea integrării piețelor, îmbunătățirea securității energetice pe baza unor cadre convergente de reglementare, inclusiv cu privire la normele de siguranță și de mediu, crearea de noi parteneriate pentru sursele regenerabile de energie și eficiența energetică, precum și siguranța nucleară.

Concluzii

Cooperarea UE cu țările partenere din PEV oferă mari oportunități de integrare și cooperare cu beneficii reciproce, de exemplu resurse umane

[76] În mai multe țări învecinate sărăcia este răspândită pe scară largă, speranța de viață este adesea scăzută, rata șomajului este mare în rândul tinerilor și participarea femeilor la viața politică și economică este redusă.

[77] În Comunicarea sa privind „O Europă eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor" COM(2011), Comisia Europeană a subliniat necesitatea unei cooperări strânse cu partenerii comerciali esențiali, inclusiv cu cei din PEV.

numeroase, piețe de dimensiuni considerabile cu potențial de dezvoltare și soluții reciproc avantajoase în domeniul securității energetice.

Cooperarea UE cu țările din proximitatea sa frontalieră reprezintă, în viziunea noii PEV, singura modalitate de a face față provocărilor și amenințărilor care transcend frontierele, precum: terorismul, migrația ilegală, poluarea râurilor și mărilor, permițând, totodată, găsirea de soluții optime pentru problemele legate de instabilitate și de conflict din regiune.

Prin viitoarele sale direcții de acțiune, PEV revizuită a UE va contribui în mod semnificativ la construirea unei relații privilegiate cu țările partenere, în scopul dezvoltării, la granițele UE, a unui spațiu de pace, securitate și prosperitate, având drept scop întărirea cooperării politice și integrarea economică.

*
**

Aderarea României la Uniunea Europeană de la 1 ianuarie 2007 și implicit alinierea la politica comercială comunitară au produs și vor produce și în viitor efecte notabile asupra comerțului exterior românesc.

Avantajele vamale create în urma instituirii zonei de comerț liber între România și UE, ca rezultat al Acordului de Asociere încheiat între cele două părți în februarie 1993, au fost multiplicate după 1 ianuarie 2007, odată cu intrarea în vigoare și aplicarea mecanismelor uniunii vamale.

Efectele teoretice cunoscute ale unei uniuni vamale, respectiv de creare (trade creation) și de reorientare (trade diversion) a schimburilor comerciale s-au materializat și în cazul României, ponderea UE în total schimburi majorându-se de la 68% în 2005 la 70% în 2007 și 72% în 2010, cu reducerea corespunzătoare a comerțului cu țările terțe UE.

În 2007, primul an de la aderare, comerțul exterior al României cu Uniunea Europeană a înregistrat o dinamică însemnată, crescând cu 33,4% față de 2006 și fiind aproape dublu ca valoare față de anul 2005. Dar, această creștere record a volumului schimbului reciproc de mărfuri a fost inegală: exporturile României pe piețele țărilor membre ale UE au sporit în 2007 față de 2006 cu circa 21%, în timp ce importurile României s-au majorat cu 42% în aceeași perioadă. În consecință, în primul an de la aderare, deficitul balanței comerciale a României cu UE, aproape s-a dublat față de 2006, depășind 15 miliarde euro.

Uniunea Europeană reprezintă, în continuare, o piață extrem de importantă pentru exportul României, dar, în același timp, vulnerabilă în condiții de recesiune economică, cum a fost cazul în 2009 și în acest an. Reducerea cererii interne și implicit a importurilor principalelor țări comunitare partenere au afectat exporturile României în sensul reducerii sau stagnării acestora.

Soluțiile vehiculate în prezent, de reorientare geografică a exporturilor către zone și țări extra-comunitare, necesită timp și o pregătire logistică corespunzătoare (deschiderea de birouri comerciale, misiuni ale oamenilor

de afaceri români pe pieţele potenţiale respective, participarea într-o măsură sporită la târgurile şi expoziţiile internaţionale, etc.).

Un început poate fi anul 2011, având în vedere că ritmul exporturilor României către terţe ţări UE a crescut cu 25% faţă de cel înregistrat cu ţările comunitare, care a fost de 20%.

O modalitate de sporire a prezenţei României pe pieţele ţărilor din afara UE ar putea fi tocmai noile orientări ale politicii comerciale comune prin acordurile încheiate cu multe din aceste ţări. Din nefericire, după aproape 6 ani de la aderare, gradul de valorificare a acordurilor comunitare de liber schimb este scăzut, simţindu-se nevoia dezvoltării unor sisteme naţionale de promovare şi susţinere a exporturilor către ţările terţe cu care UE a încheiat aceste acorduri.

Bibliografie

Cornel ALBU, *Evoluții în politica comercială a Uniunii Europene*, Studiu IEM, mai 2003;

Cornel ALBU - „Politica comercială comunitară", capitol inclus în studiul: *Tendințe în evoluția protecționismului comercial în plan global*, IEM, noiembrie 2011;

Louis CARTOU - „L`Union Europeenne – Traité de Rome – Paris - Maastricht", Ed. „Dalloz", 1994, Paris

Andreea DRĂGOI - „Uniunea Europeană – Politica Europeană de Vecinătate" – Buletin „EUROINFO", nr. 1/2012, IEM, ianuarie 2012

Iulia Monica OEHLER-ȘINCAI - Parteneriate strategice ale UE" - Buletin „EUROINFO", nr. 1/2012, IEM, ianuarie 2012

* * *

„JOLY COMMUNAUTAIRE" - Tome V – „Politique commerciale commune et mesure anti-dumping", Bruxelles, 1996

EUROPEAN COMMISSION - The Communication „Trade Grow and World Affairs" http:/ec.europa/doclib., November 2010, Brussels

WTO - *Trade Policy Review – Report by the Secretariat – European Union*, WT/TPR/S/248, I June 2011 – Geneva

WTO - *Trade Policy Review – Report by European Union*, WT/TPR/S/248, I June 2011 – Geneva

WTO - *Report to the TPRB from the Director-General on Trade-Related Developments*, Trade Policy Review Body, WT/TPR/OV/W/5,9 June 2011, Geneva

CAPITOLUL IV. TENDINȚE ÎNREGISTRATE ÎN COMERȚUL EXTERIOR AL ROMÂNIEI ÎN 2000-2011. EVALUAREA COMPETITIVITĂȚII EXPORTURILOR ROMÂNEȘTI. ROLUL ISD ÎN PROMOVAREA EXPORTURILOR

4.1. Tendințe înregistrate în comerțul exterior al României în 2000-2011

Reformele instituționale și economico-sociale realizate în cei 17 ani care au dus la aderarea României la Uniunea Europeană la 1 ianuarie 2007, precum și cei 5 ani de apartenență la Uniunea Europeană, sunt în măsură să evidențieze câteva aspecte legate de comerțul exterior al României ca stat european.

Considerăm că prezentul capitol are o semnificație deosebită pentru specialiștii în problematica comerțului exterior și a politicii comerciale, dar și pentru agenții economici români, deoarece va încerca să realizeze o radiografie a tuturor aspectelor caracteristice acestei problematici în perioada post-aderare la UE, a căror efecte se vor face resimțite și în viitor. Pentru atingerea acestui obiectiv, se va utiliza metodologia și modelul de analiză dezvoltat în cartea „*Comerțul intraeuropean. O nouă perspectivă asupra comerțului exterior al României*"[78].

Apreciem că România anilor '90, fiind o economie în tranziție, a fost marcată de modul dramatic în care s-a realizat schimbarea rolului statului în economie, în favoarea creșterii rolului sectorului privat. Această schimbare a fost însă în concordanță cu modul de abordare a economiei de piață, realități care au marcat comerțul exterior românesc de după anul 1989. O dată direcția economiei românești fiind definită ca având drept țintă „economia de piață", în anii care au urmat, întreprinderile de stat și agențiile acestuia rămase ca urmare a privatizării întârziate, au fost nevoite – din motive economice și legale - să-și adapteze modul de a face afaceri, inclusiv în ceea ce privește achizițiile de bunuri și servicii. Evoluția din acea perioadă a comerțului exterior românesc a fost influențată de existența a numeroase ezitări în ceea ce privește privatizarea sectorului de stat, cât și reticențe majore față de investițiile străine. Cu toate acestea, acolo unde s-a reușit însă privatizarea monopolurilor de stat, rolul statului s-a transformat într-un simplu regulator și ca urmare, s-au înregistrat evoluții pozitive. În ceea ce privește sectorul privat, abordarea neintervenționistă a statului față de concurență pentru o parte a acestui sector a fost justificată de considerații legate de piață, în timp ce în cealaltă parte, o politică pro-activă ar fi fost necesară pentru a asigura beneficiile liberalizării economice.

[78] Giurgiu, Adriana, *Comerțul intraeuropean. O nouă perspectivă asupra comerțului exterior al României,* Editura Economică, București, 2008.

4.1.1. Analiza generală a tendințelor înregistrate de comerțul exterior al României

Analiza generală a tendințelor înregistrate de comerțul exterior al României are întotdeauna la bază sistemul unitar de indicatori - *volumul comerțului exterior, volumul exportului, volumul importului, exportul pe locuitor* etc. – pe care îi regăsim de regulă, în anuarele statistice ale INS. Transformarea importurilor CIF în importuri FOB, pentru calculul soldului operațiunilor de comerț exterior din cadrul prezentului studiu, s-a realizat prin aplicarea unui coeficient de transformare CIF/FOB de 1,0834 până în anul 2011, pentru a asigura comparabilitatea datelor, cu toate că, de la 1 ianuarie 2012, coeficientul de transformare CIF/FOB comunicat de Institutul Național de Statistică din România este de 1,0430.

După cum relevă datele prezentate în **Anexa 4.1**, din anul 2000, România a continuat să se regăsească în situația de importator net. Exporturile României au fost destul de scăzute în perioada de preaderare la UE, înregistrând în anul 2000, numai aproximativ 11273 milioane euro (a se vedea **Anexa 4.1**). Analizând datele din **Anexa 4.1**, observăm că în ultimii 11 ani, am asistat la o creștere a valorii exporturilor de aproape 4 ori, iar a importurilor, de 3,86 ori.

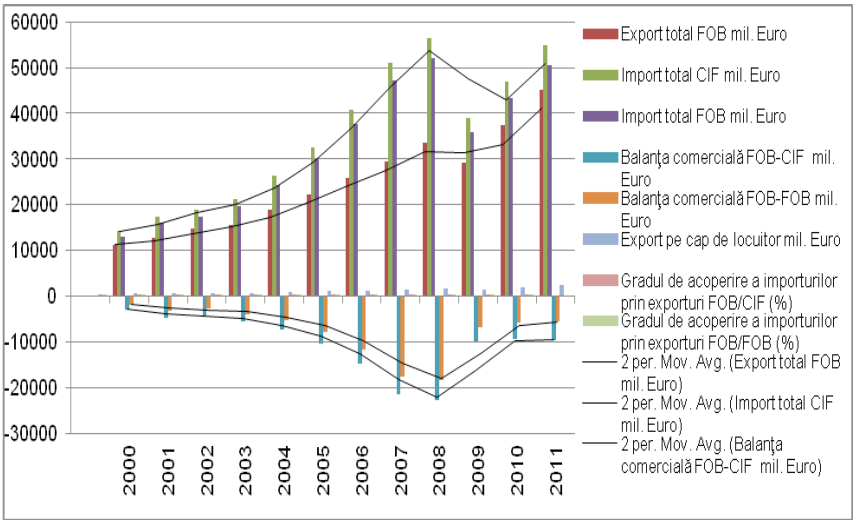
Tendința ascendentă a volumului schimburilor comerciale externe este clară, indiferent că este cazul exporturilor, importurilor sau al balanței comerciale, respectiv al deficitului acesteia.

Se observă o tendință ascendentă și a exportului pe locuitor, lucru datorat atât creșterii exporturilor totale pe toată perioada analizată, cât și scăderii populației României în aceeași perioadă. **Graficul 4.1** prezintă evoluția exporturilor și importurilor, respectiv a balanței comerciale, și nu face decât să confirme tendințele sesizate pe baza cifrelor din **Anexa 4.1**, respectiv o adâncire a deficitului comercial al României.

În condiții normale, un deficit al balanței comerciale nu implică neapărat un nivel scăzut de eficiență în economie, deoarece contează modul în care acest deficit este finanțat, în general considerându-se că există țări care au poziție de exportatori neți și țări care sunt în situația de importatori neți, diferența fiind acoperită prin împrumuturi externe. Câtă vreme însă împrumuturile externe nu au avut o destinație corectă și nu au fost utilizate în mod eficient, a fost afectată și atragerea de investiții străine directe (ISD), fiind important ca la nivel guvernamental să existe politici investiționale corecte astfel încât ele să acopere atât împrumuturile inițiale, cât și deficitul comercial. Din acest punct de vedere, se poate spune că România s-a confruntat permanent cu o insuficiență a resurselor financiare provenite din exterior[79].

[79] Finanțarea deficitului comercial al balanței comerciale se realizează și prin transferurile private curente, însă aceste transferuri depind de factori exogeni, iar utilizarea lor în consumul curent poate în fapt, să conducă la stimularea importurilor.

Graficul 4.1: Indicatorii comerțului exterior românesc în perioada 2000-2011



Sursa: Prelucrare proprie după datele din **Anexa 4.1**.

Dinamica comerțului exterior, exprimată prin liniile de tendință din **Graficul 4.1**, reflectă faptul că România se situează în cadrul țărilor cu o dinamică a exporturilor inferioară dinamicii înregistrate de importuri.

Din analiza celor două dinamici, se constată că în perioada 2000-2011, dinamica exporturilor depășește ușor dinamica importurilor, însă în majoritatea perioadei analizate, situația a fost inversă. Importurile au avut o creștere mai mare decât exporturile, iar faptul că a existat și o bază de pornire redusă, explică de fapt, existența unei subcapacități de export a economiei românești comparativ cu importurile. Superioritatea ratei de creștere a importurilor comparativ cu rata de creștere a exporturilor vine să demonstreze că politicile de liberalizare ale comerțului exterior au favorizat net importurile de mărfuri, în timp ce cantitatea de bunuri exportată a rămas la un nivel redus, chiar dacă tendința ultimilor doi ani (2010-2011) este de creștere.

Graficul 4.1 reflectă o stabilizare în creștere a dinamicii volumului tranzacțiilor realizate în perioada 2000-2011, rezultată din nivelul relativ constant al creșterii importurilor și exporturilor în această perioadă. Tendința de creștere este evidentă, fapt ce denotă, pe de o parte, că implicarea României sub aspectul volumului total al comerțului exterior în schimburile economice externe este tot mai intensă, și pe de altă parte, că dinamica exporturilor tinde să depășească dinamica importurilor. La prima vedere, această situație poate părea un factor extrem de favorabil României, în condițiile în care la nivel mondial, se promovează ideea liberului schimb și avantajele pe care acesta le poate determina. În fapt, volumul comerțului exterior românesc este dat într-o

pondere considerabilă de importuri, care produc efecte negative în situația balanței comerciale și implicit, generează deficitul de cont curent

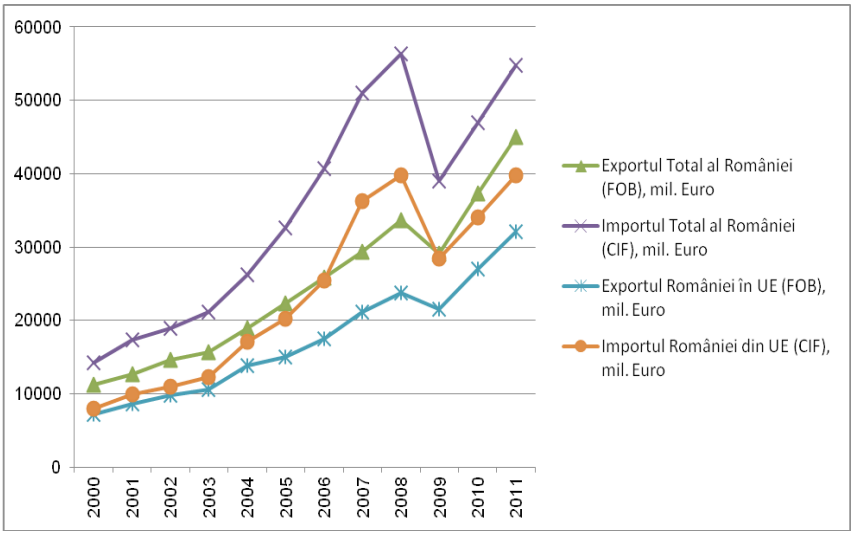
Din această perspectivă, este necesar să includem în considerațiile noastre și datele statistice referitoare la PIB în perioada supusă analizei. Statisticile oficiale ale INS ne arată că evoluția PIB este pozitivă la începutul perioadei de preaderare la UE. Cea mai mare rată de creștere economică s-a înregistrat în anul 2005, însă analiștii pun această creștere pe seama consumului intern, ceea ce este parțial adevărat, deoarece datele relative la comerțul exterior reflectă un nivel în creștere al deficitului balanței comerciale, ceea ce înseamnă că, în principal, consumul bunurilor din import a contribuit la creșterea economică a țării în acea perioadă.

În ceea ce privește orientarea geografică a schimburilor comerciale românești pe parteneri, datele din **Anexele 4.2, 4.3, 4.4 și 4.5** reflectă o creștere a ponderii țărilor din Europa și în special, a celor din UE, atât în importul, cât și în exportul României. Ponderea UE o considerăm cea mai relevantă pentru schimburile comerciale românești (a se vedea **Graficele 4.2 și 4.3**), deoarece pentru această regiune tendința de creștere este cea mai evidentă. Cu celelalte regiuni/zone, creșterea este mai lentă sau nu s-a înregistrat creștere, motiv pentru care nu vom detalia pe parteneri, ponderile fiind relativ mici și chiar nesemnificative în comerțul exterior al României.

Așadar, putem aprecia că tendința de intensificare a schimburilor comerciale cu Uniunea Europeană este clară, UE deținând ponderi mari în totalul importurilor și exporturilor României încă din 1990, motiv pentru care se poate spune că România desfășoară în mod preponderent schimburi economice cu țările Uniunii Europene. Considerăm că faptul că anul 1995[80] a reprezentat și anul în care România a depus în mod oficial cererea de aderare la Uniunea Europeană a determinat în mare măsură această pondere importantă a UE în comerțul nostru exterior anterior perioadei de preaderare, deoarece realizându-se consensul clasei politice cu privire la candidatura noastră la UE, s-au înregistrat efecte pozitive și asupra legislației și politicii aplicate ulterior, în domeniul comercial. Potrivit *Acordului de Asociere la UE*, România a redus gradual și asimetric taxele vamale la importul de produse industriale din UE, suprimându-le complet la l ianuarie 2002 (în timp ce UE a eliminat aceste taxe în relațiile comerciale cu România încă de la l ianuarie 1997), precum și restricțiile cantitative pentru traficul mărfurilor în scopul prelucrării (de exemplu, *lohn* în cazul exportului de produse textile și confecții, care a determinat considerabil creșterea ponderii acestei grupe în exporturile totale ale României în UE).

[80] Mai exact, data de 22 iunie 1995.

Graficul 4.2: Evoluția comerțului exterior românesc cu UE în perioada 2000-2011 (FOB/CIF), mil. Euro

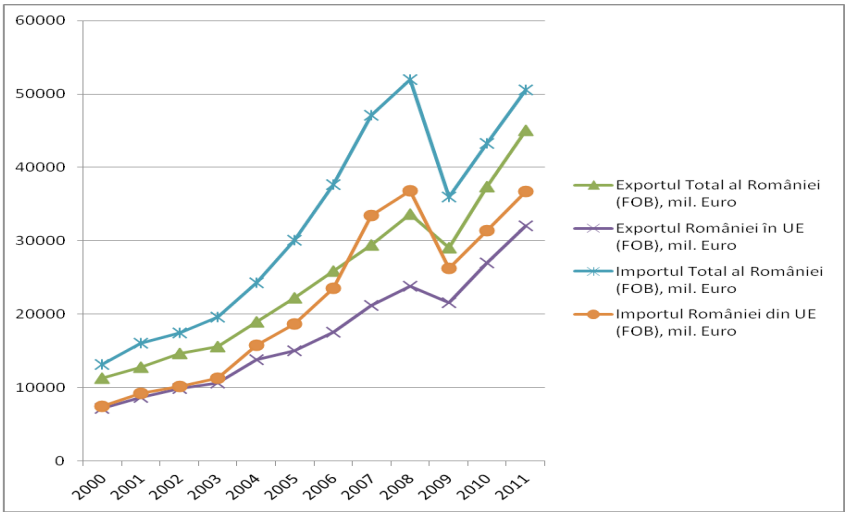


Sursa: Prelucrare proprie după datele din **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**.

Din anul 2002, s-a constituit o zonă de comerț liber între România și UE în materie de produse industriale. Comerțul cu produse agricole s-a liberalizat parțial, dată fiind sensibilitatea acestui sector în UE, prin încheierea unor convenții reciproce la o serie de produse agricole: scutiri și reduceri de taxe vamale, contingente tarifare și eliminarea reciprocă a subvențiilor la export la unele produse, liberalizarea completă având loc de la momentul aderării României la UE (anul 2007)[81].

[81] De altfel, România este considerată ca având potențialul de a dobândi avantaje competitive în comerțul cu produse agricole, cu condiția eliminării distorsiunilor externe.

Graficul 4.3: Evoluția comerțului exterior românesc cu UE în perioada 2000-2011 (FOB/FOB), mil. Euro



Sursa: Prelucrare proprie după datele din **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**.

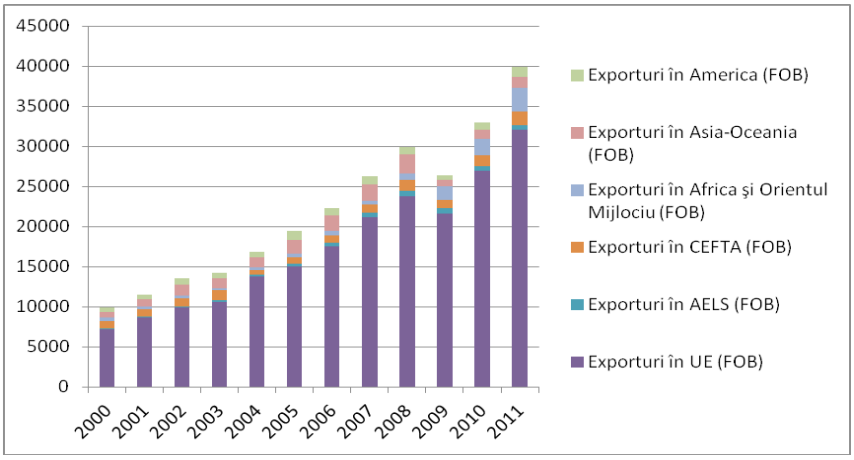
Tabelul 4.1: Ponderea exporturilor și importurilor României în comerțul cu UE, în perioada 1989-2011

Anul	Exporturi în UE - Pondere în totalul exporturilor (%)	Importuri din UE - Pondere în totalul importurilor (%)
1989	32,9	11,7
1990	33,9	8,3
1991	36,9	6,3
1992	35,2	13,8
1993	41,3	13,9
1994	48,2	21,8
1995	54,2	28,9
1997	56,5	41,3
1998	56,5	45,3
1999	64,5	48,2
2000	65,5	50,4
2001	63,8	52,3
2002	67,8	52,5
2003	67,2	57,7
2004	67,7	60,7

Anul	Exporturi în UE - Pondere în totalul exporturilor (%)	Importuri din UE - Pondere în totalul importurilor (%)
2005	67,6	62,2
2006	67,7	62,6
2007	71,9	71,1
2008	70,7	70,7
2009	74,3	73,1
2010	72,1	72,5
2011	71,1	72,6

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice[82]

Graficul 4.4: Ponderea exporturilor României pe regiuni/zone geografice, în perioada 2000-2011



Sursa: Prelucrare proprie după datele din **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**.

Cu celelalte regiuni/zone geografice (a se vedea **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**), ponderile sunt considerabil mai mici. Motivele acestei orientări a comerțului exterior românesc preponderent spre UE și în mică măsură spre celelalte regiuni/zone sunt următoarele:

- cu țările din Africa și Orientul Mijlociu (a se vedea **Graficul 4.4**), ponderea schimburilor comerciale a scăzut în perioada 2000-2003 din cauza tensiunilor și crizelor prelungite din Orientul Mijlociu; în plus, relațiile tradiționale cu această zonă nu au reușit să fie menținute în primii ani după 1989, ele fiind reconsiderate

[82] A se vedea *Anexa 29.*

pe alte baze după 2002 (a se vedea **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**), o dată ce România a devenit partener SUA la operațiunile militare din zonă, înregistrându-se astfel un reviriment considerabil al schimburilor comerciale cu țările din această regiune (spre exemplificare, exporturile noastre au crescut de la 335 milioane Euro în 2001, la 376 mil. Euro în 2004, tendință de creștere care s-a menținut pe perioada 2005-2011, pentru a atinge un maxim de exporturi de 2925 mil. Euro în anul 2011; importurile CIF în aceeași ani s-au ridicat de la 123 mil. Euro în 2003, la 631 milioane Euro în 2011) și un permanent excedent anual al balanței noastre comerciale pe această destinație. Așadar, această piață ar trebui să fie prioritară pentru România, deoarece se pare că produsele românești înregistrează cerere în respectiva regiune, fiind competitive pentru puterea de cumpărare a populației respective. Desigur însă că analiza structurii schimburilor românești pe această direcție este necesară pentru a putea constata dacă situația este conjuncturală sau nu;

- cu țările AELS, nivelul schimburilor comerciale, deși redus ca valoare, a înregistrat sold negativ al balanței comerciale românești până la momentul aderării la UE, iar din 2007, România înregistrează continuu un excedent al balanței comerciale cu această grupare integrațională (a se vedea **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**);

- cu țările din regiunea Asia-Oceania, deși comerțul a înregistrat un trend preponderent ascendent după 1990, exporturile României spre această regiune au scăzut din cauza unor limitări ale importurilor de către această zonă; cu toate acestea, putem constata o creștere a exporturilor acestei zone spre România începând cu anul 2001 (a se vedea **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**), an în care China a aderat la OMC; din punctul de vedere al soldului negativ al balanței comerciale a României – care de altfel înregistrează tendința similară cu cea a UE pe această relație – considerăm această regiune ca nefiind benefică pentru produsele noastre, deoarece este cea mai competitivă regiune economică la nivel mondial la ora actuală (de exemplu, exporturile românești, deși au trend ascendent, sunt la aprox. 50% din importurile din această regiune pe toată perioada 2000-2011);

- cu țările din regiunea Americii, deși comerțul a înregistrat un trend preponderent ascendent după 1990, exporturile României spre această regiune au înregistrat fluctuații ciclice începând cu anul 2000; cu toate acestea, putem constata o creștere a exporturilor acestei zone spre România începând cu anul 2000, an în care au demarat negocierile României cu Uniunea Europeană; din punctul de vedere însă al soldului negativ al balanței comerciale românești (a se vedea **Anexele 4.3, 4.4 și 4.5**) – care este invers față de cel al UE pe această relație – considerăm America de Nord – mai ales dacă ne referim la schimburile comerciale cu SUA - ca nefiind benefică pentru produsele românești. În schimb, considerăm America de Sud ca o piață cu un mare potențial pentru produsele din România, mai ales în prezent, ca membri UE și ca beneficiari ai acordurilor de liber schimb ale acesteia cu țările Americii Latine. Nu putem însă să nu remarcăm faptul că trendul pozitiv al schimburilor comerciale ale României cu regiunea Americii a început după aderarea la UE din 2007, chiar dacă s-a

înregistrat o scădere semnificativă o dată cu declanșarea crizei economico-financiare mondiale în anul 2008. Pentru perioada 2008-2011, tendința este de creștere a schimburilor comerciale dintre România și regiunea Americii, păstrându-se deficitul comercial, însă.

Astfel, ca o primă concluzie, putem aprecia că România și-a readaptat comerțul exterior după aderarea la UE în funcție de conjunctura existentă pe pieţele internaționale. Deși s-a reorientat din punct de vedere geografic, schimburile comerciale externe ale țării sunt departe de a înregistra eficiența dorită (a se vedea soldul balanţei comerciale), nivelul exporturilor fiind sub cel al importurilor cu majoritatea partenerilor comerciali. Acest lucru se poate explica prin faptul că, pe de o parte, reorientarea geografică nu a fost însoțită de schimbări de anvergură în structura bunurilor exportate sau în competitivitatea acestora, iar pe de altă parte, România s-a axat cu preponderență pe pieţele cu care avea încheiate acorduri de liber schimb anterior aderării, chiar dacă există potențial mai mare la export pe alte destinații, mai eficiente, care beneficiază și de suportul oferit prin acordurile bilaterale și preferențiale încheiate de UE.

4.1.2. România în clasamentul internațional privind facilitarea comerțului exterior

Indicele de facilitare a comerțului (*Enabling Trade Index* – ETI) a fost creat de către *World Economic Forum* (WEF), în colaborare cu specialiști de la alte instituții și organizații internaționale, printre care se regăsesc UNCTAD, OMC, Banca Mondială și IATA, în cadrul *Programului de Parteneriat Industrial pentru Sectorul de Logistică și Transporturi*.

Analiza având la bază acest indice se regăsește în *The Global Enabling Trade Report 2012*[83], unde România ocupă locuri situate în palierul mediu, în clasamentul celor 132 state luate în studiu.

ETI este un indice cuprinzător, care măsoară factorii, politicile și serviciile care facilitează fluxurile de mărfuri peste granițele naționale și spre destinațiile dorite.

Structura indicelui cuprinde patru domenii mari sau *subindici*: (1) accesul la piețe, (2) administrarea frontierelor, (3) infrastructura de transport și comunicații și (4) mediul de afaceri.

Primul *subindice* - *accesul la piețe* - măsoară limitele superioare până la care mediul politic și cultural al unei țări este favorabil exporturilor și importurilor. Mărfurile care părăsesc țara sau ajung aici devin subiectul de studiu al celui de-al doilea *subindice* - *administrarea frontierelor* - care evaluează măsura în care modul de administrare al frontierelor facilitează ieșirea sau intrarea lor. După această etapă, cel de-al treilea *subindice* - *infrastructura de transport și*

[83] World Economic Forum, *The Global Enabling Trade Report 2012 – Reducing Supply Chain Barriers*, Geneva, 2012.

comunicații - ia în calcul în ce măsură dispune țara de infrastructura de transport și (tele)comunicații necesară mișcării bunurilor pe teritoriul ei. În final, cel de al patrulea *subindice* - *mediul de afaceri* - se ocupă de cadrul reglementativ și de securitate, cu impact asupra comerțului țării respective.

Fiecare dintre acești patru *subindici* este compus la rândul său, dintr-un număr de *piloni* care definesc facilitarea comerțului, în total existând 9 *piloni*, după cum arată și **Tabelele 4.2 și 4.3**, relative la cazul concret al României.

Conform clasamentului celor 132 de state analizate după acest indice, ***primele 10 clasate*** sunt următoarele țări:

1.	Singapore, cu un scor de:	6,14;
2.	Hong-Kong	5,67;
3.	Danemarca	5,41;
4.	Elveția	5,39;
	Noua Zeelandă	5,39;
	Suedia	5,39;
5.	Finlanda	5,34;
6.	Olanda	5,32;
7.	Canada	5,22;
8.	Luxemburg	5,20.

România ocupă locul 69, cu scorul de 4,02. Trebuie remarcat că, în comparație cu anul 2010, România a regresat, de pe locul 54, pe 69, înrăutățindu-și scorul de la 4,18, la 4,02.

Detalierea indicelui ETI pentru România pe cei 9 piloni este prezentată în **Tabelul 4.2.**

Tabelul 4.2: **Cei 9 *piloni ETI* și locurile ocupate de România în clasamentul internațional, conform acestui indice**

Țara	**Pilonul 1** – Accesul la piața internă și externă		**Pilonul 2** - Eficiența administrării vămilor		**Pilonul 3** - Eficiența procedurilor de export-import	
	Locul	***Scorul***	***Locul***	***Scorul***	***Locul***	***Scorul***
România	67	3,9	53	4,4	65	4,7
Țara	**Pilonul 4**- Transparența administrației frontierelor		**Pilonul 5** - Disponibilitatea și calitatea infrastructurii de transport		**Pilonul 6** - Disponibilitatea și calitatea serviciilor de transport	
	Locul	***Scorul***	***Locul***	***Scorul***	***Locul***	***Scorul***
România	60	3,6	98	3,4	47	4,0
Țara	**Pilonul 7** - Disponibilitatea și utilizarea TIC		**Pilonul 8** - Reglementarea mediului de afaceri		**Pilonul 9** - Securitatea fizică	
	Locul	***Scorul***	***Locul***	***Scorul***	***Locul***	***Scorul***
România	54	4,2	100	3,4	72	4,8

Sursa: World Economic Forum, *The Global Enabling Trade Report 2012*, Geneva, 2012

Detalierea indicelui ETI pe cei 9 *piloni*, pentru România, este prezentată în **Tabelul 4.3**.

Din analiza acestora, rezultă că principalul punct slab al României este "calitatea drumurilor" (*pilonul V*), unde ocupă locul 127 (un loc inferior față de acum doi ani).

România ocupă locuri slabe, de asemenea, la: *pilonul I* - complexitatea tarifelor, cu toți indicatorii componenți (locul 105) și diferența de preferințe pe piețele de destinație (89); *pilonul III* - eficiența vămuirii (60) și taxele de export (95); *pilonul V* - calitatea infrastructurii portuare (119); *pilonul VIII* – eficiența guvernamentală (117) și disponibilitatea fondurilor comerciale (104).

Locuri mai bune ocupă la *pilonul I* – rata fiscală tarifară (poziția 3), la *pilonul II* – indicele procedurilor vamale (27), la *pilonul III* – documente de export (29) - și la *pilonul VI* - punctualitatea ajungerii la destinație a mărfurilor (29) și angajamentele GATS (Acordul General privind Comerțul cu Servicii) în sectorul transporturilor (23).

Tabelul 4.3: **Indicele de facilitare a comerțului (ETI), detaliat în cazul României**

Indicator, unități	Locul ocupat de România	Scorul României	Primele locuri în clasament	Scorul
Pilonul I: accesul la piața internă și externă	67	3,9	Singapore	6,2
- taxele fiscale tarifare, %	3	0.9	Hong Kong	0,0
- măsuri netarifare, indice 0-100 (cel mai bun)	41	70.3	Cambogia	4,7
- complexitatea tarifelor, indice 1-7 (cel mai bun)	105	3,0	Hong-Kong	7,0
o dispersia tarifară, deviația standard	57	8.8	Hong-Kong	0,0
o vârfurile tarifare, %	95	10,8	Mai multe economii (23)	0,0
o tarife specifice, %	102	10,6	Mai multe economii (49)	0,0
o tarife distincte, număr	104	1,592	Hong-Kong	1,0
- ponderea importurilor fără taxe vamale, %	39	64,6	Hong-Kong	100,0
- respectarea tarifelor, %	79	5,7	Chile	3,6
- diferența de preferințe pe piețele de destinație, indice 0-100 (cel mai bun)	89	9,7	Malawi	93,8
Pilonul II: eficiența administrării vămilor	53	4,4	Singapore	6,6
- dificultatea procedurilor vamale, 1-7 (cel mai bun)	114	3,3	Singapore	6,2
- indicele procedurilor vamale, 0-12 (cel mai bun)	27	9,4	Mai multe economii (2)	12
Pilonul III: eficiența procedurilor de import-export	65	4,7	Singapore	6,6
- eficiența vămuirii, 1-5 (cel mai bun)	60	2,7	Singapore	4,1

Indicator, unități	Locul ocupat de România	Scorul României	Primele locuri în clasament	Scorul
- timpul necesar derulării importurilor, zile	37	13	Singapore	4,0
- documentele de import, număr	37	6	Franța	2
- taxe de import, dolari SUA/ container	81	1.495	Malaezia	435
- timpul necesar derulării exporturilor, zile	36	12	Mai multe economii (4)	5
- documente de export, număr	29	5	Franța	2
- taxe de export, dolari SUA/ container	95	1.485	Malaezia	450
Pilonul IV: transparența administrației vamale	60	3,6	Noua Zeelandă	6,7
- plăți nereglementate la import și export, 1-7 (cel mai bun)	59	3,9	Noua Zeelandă	6,7
- indicele percepției de corupție, 0-10 (cel mai bun)	62	3,6	Noua Zeelandă	9,5
Pilonul V: disponibilitatea și calitatea infrastructurii de transport	98	3,4	Franța	6,3
- densitatea aeroporturilor, nr. per milioane persoane	53	0,7	Islanda	21,9
- indicele de conectivitate a diferitelor modalități de transport, 0-100 (cel mai bun)	72	65,8	SUA	100,0
- drumuri pavate, % din total	84	30,2	Mai multe economii (17)	100,0
- calitatea infrastructurii de transport aerian, 1-7 (cel mai bun)	105	3,6	Singapore	6,9
- calitatea infrastructurii feroviare, 1-7 (cel mai bun)	79	2,4	Elveția	6,8
- calitatea drumurilor, 1-7 (cel mai bun)	127	2,1	Franța	6,6
- calitatea infrastructurii portuare, 1-7 (cel mai bun)	119	2,8	Singapore	6,8
Pilonul VI: disponibilitatea și calitatea serviciilor de transport	47	4,0	Singapore	6,1

Indicator, unități	Locul ocupat de România	Scorul României	Primele locuri în clasament	Scorul
- indicele conectivității transportului naval de linie, 0-152,1 (cel mai bun)	51	21,4	China	152,1
- ușurința și accesibilitatea încărcării pe mijloacele de transport, 1-5 (cel mai bun)	53	3,0	Hong-Kong	4,2
- competența industriei logistice, 1-5 (cel mai bun)	64	2,8	Finlanda	4,1
- posibilitatea și ușurință urmăririi transporturilor, 1-5 (cel mai bun)	54	3,1	Finlanda	4,1
- punctualitatea ajungerii la destinație a mărfurilor, 1-5 (cel mai bun)	29	3,8	Singapore	4,4
- eficiența serviciilor poștale, 1-7 (cel mai bun)	67	4,7	Japonia	6,8
- angajamentele GATS în sectorul transporturilor, indice 0-1 (cel mai bun)	23	0,4	Jamaica	0,7
Pilonul VII: disponibilitatea și utilizarea tehnologiilor informatice și de comunicații (TIC)	54	4,2	Olanda	6,3
- extinderea utilizării internetului în mediul de afaceri, 1-7 (cel mai bun)	74	4,9	Suedia	6,5
- abonații la telefonia mobilă la 100 de persoane	49	114,7	Hong-Kong	195,6
- abonații la serviciul de internet în bandă largă la 100 de persoane	38	13,9	Olanda	38,1
- Indicele serviciilor guvernamentale online, 0-1 (cel mai bun)	59	0,5	Mai multe economii (3)	1,0
- persoane individuale care folosesc internetul	61	39,9	Islanda	95,0
Pilonul VIII: Reglementarea mediului de afaceri	100	3,4	Singapore	5,7
- drepturile de proprietate, 1-7 (cel mai bun)	83	3,6	Finlanda	6,4
- etică și corupție, 1-7 (cel mai bun)	88	2,9	Singapore	6,5
- influențe inoportune, 1-7 (cel mai bun)	93	2,8	Noua Zeelandă	6,1
- eficiența guvernamentală, 1-7 (cel mai bun)	117	2,8	Singapore	5,9

Indicator, unități	Locul ocupat de România	Scorul României	Primele locuri în clasament	Scorul
- concurența internă, 1-7 (cel mai bun)	96	3,9	Arabia Saudită	5,5
- eficiența pieței financiare, 1-7 (cel mai bun)	91	3,2	Qatar	5,4
- deschiderea la participarea străină, 1-7 (cel mai bun)	40	4,8	Luxemburg	5,9
- ușurința închirierii forței de muncă străine, 1-7 (cel mai bun)	33	4,6	Luxemburg	5,9
- prevalența proprietății străine, 1-7 (cel mai bun)	77	4,5	Albania	5,9
- impactul reglementărilor privind ISD, 1-7 (cel mai bun)	98	4,1	Luxemburg	5,9
- deschiderea pentru reglementările comerțului multilateral, indice 0-100 (cel mai bun)	7	84,5	Slovenia	93,1
- disponibilitatea fondurilor comerciale, indice 0-100 (cel mai bun)	104	3,2	Hong-Kong	5,6
Pilonul IX: securitatea fizică	72	4,8	Finlanda	6,5
- siguranța serviciilor poliției, 1-7 (cel mai bun)	83	3,7	Finlanda	6,7
- costurile crimei și violenței pentru mediul de afaceri, 1-7 (cel mai bun)	59	4,9	Arabia Saudită	6,5
- costurile terorismului pentru mediul de afaceri, 1-7 (cel mai bun)	61	5,7	Slovenia	6,8

Sursa: World Economic Forum, *The Global Enabling Trade Report 2012*, Geneva, 2012

La ceilalți indicatori care alcătuiesc *indicele ETI*, România ocupă poziții situate la mijlocul clasamentului, ceea ce ne conduce la concluzia necesității unor acțiuni de ameliorare la aproape toți acești factori, din partea instituțiilor publice și a mediului privat.

4.2. Evaluarea competitivității exporturilor românești

Contextul internațional al comerțului s-a schimbat dramatic în ultimii câțiva ani și probabil, va continua să o facă, sub impactul crizei mondiale, al liberalizării și al globalizării, care au determinat o delocalizare rapidă a producției și capitalului, o

mai mare mobilitate a factorilor de producție, o reorientare a fluxurilor comerciale în plan internațional, precum și o fragmentare și o specializare mai ridicată a activităților din cadrul lanțurilor valorice ale produselor și serviciilor. S-a extins totodată aria comerțului cu servicii, iar reținerea de valoare la nivelul economiei naționale devine tot mai dificil de realizat datorită proliferării lanțurilor valorice globale, generate de încercarea producătorilor de a-și minimiza costurile și de a-și maximiza profiturile. Competitivitatea internațională devine astfel, dinamică, iar avantajele competitive sunt tot mai volatile și mai puțin durabile. Cu toate acestea, competitivitatea este fundamentală pentru o dezvoltare durabilă, iar economiile contemporane se străduiesc să creeze și recreeze continuu avantaje competitive. Competitivitatea internațională este însă influențată de factori numeroși și interdependenți, motiv pentru care este important să se înțeleagă faptul că avantajele competitive nu pot proveni din protecționism, cote sau acces preferențial pe piață. Din contră, toate acestea determină stagnare, reducerea abilității antreprenoriale și o motivare scăzută a sectorului privat pentru calitate, inovare, eficiență și dezvoltare a produselor.

4.2.1. Evoluția indicatorilor specifici ai comerțului exterior al României, în perioada post-aderare la UE

În continuarea studiului nostru, vom identifica grupele de produse care dețin ponderi mari la importul și exportul României în perioada 2007-2011, realizând așa-numita analiză specifică necesară pentru a determina corelația cu efectele generate de instrumentele specifice *Politicii Comerciale Comune* asupra comerțului nostru exterior, dar și pentru a asigura exprimarea obiectivă a unor concluzii calitative legate de comerțul exterior.

Analiza specifică realizată în acest studiu se bazează pe metodologia și modelul de analiză dezvoltat în cartea „*Comerțul intraeuropean. O nouă perspectivă asupra comerțului exterior al României*"[84], pentru a evidenția evoluția comerțului exterior românesc în perioada post-aderare la UE, analiză care necesită utilizarea indicatorilor conturați în această carte, în vederea asigurării unei caracterizări mai riguroase a relațiilor economice ale României cu exteriorul. Acești indicatori sunt: *indicatori ai deschiderii internaționale a economiei; indicatori ai dinamicii schimburilor cu străinătatea; indicatori ai concentrării schimburilor economice externe, multiplicatorul comerțului; indicatori ai raportului de schimb și indicatori ai specializării.*

4.2.1.1. Deschiderea internațională a României

Deschiderea internațională a unei economii reflectă gradul de integrare a comerțului exterior al respectivei economii în economia mondială și ia în

[84] Giurgiu, Adriana, *Comerțul intraeuropean. O nouă perspectivă asupra comerțului exterior al României,* Editura Economică, București, 2008.

considerare mărimi ca exportul, importul și produsul intern brut al economiei analizate. Cu cât gradul de deschidere al unei economii este mai ridicat, cu atât țara respectivă este mai integrată în comerțul internațional și, în consecință, mai dependentă de piețele de desfacere externe.

Prin excepție, în cazul unor țări industrializate care dispun de o importantă piață internă (a se vedea, de pildă, cazul SUA sau al Federației Ruse), capabilă să absoarbă mare parte din producția autohtonă, gradul de deschidere al economiei nu este foarte ridicat. Nu este însă și cazul țărilor dezvoltate care au dimensiuni teritoriale reduse (a se vedea cazul țărilor UE), gradul de deschidere al acestora fiind foarte ridicat, ca urmare a insuficienței pieței interne în raport cu capacitatea de producție.

Tabelul 4.4 prezintă indicatorii deschiderii comerțului exterior al României, reflectând astfel implicarea României în schimburile comerciale externe în perioada analizată. Includerea între acești indicatori și a *Gradului de acoperire* s-a realizat deoarece acesta ne permite să reliefăm unele concluzii privind structura deschiderii, respectiv dacă deschiderea se realizează pe baza importurilor sau pe baza exporturilor (dacă gradul de acoperire este sub 100%, atunci este vorba despre o deschidere clară bazată pe importuri, fapt redat de altfel și de ceilalți indicatori).

Calcularea indicatorilor din **Tabelul 4.4** s-a efectuat astfel:

- *gradul (rata) de deschidere* sau *intensitatea comerțului*, prin raportarea comerțului exterior exprimat în euro, la PIB, (calculată ca raport al sumei exportului FOB și a importului CIF, la PIB, în valori nominale);

- *ponderea exporturilor (FOB) în PIB*, care indică partea din PIB destinată piețelor externe;

- *ponderea importurilor (CIF) în PIB* sau *rata de completare a resurselor interne prin importuri*;

- *ponderea soldului balanței comerciale (FOB-CIF*, exprimat în valori absolute) în PIB;

- *ponderea exporturilor în importurile totale (FOB/CIF)* sau *Gradul de acoperire*.

După cum se poate observa din datele calculate în **Tabelul 4.4**, *Gradul de deschidere* al României a avut o evoluție sinuoasă, anul 2011 fiind anul în care a atins valoarea record a perioadei analizate, de 79,86%. La obținerea acestui rezultat, o contribuție importantă au avut-o importurile (aproximativ 54,89% din deschiderea comerțului provine din importuri). Practic, tendința de deschidere a României la schimburile economice externe este evidentă, iar fluctuațiile înregistrate în această perioadă sunt nesemnificative pentru a spune că a existat o tendință de diminuare a deschiderii, mai ales că ele s-au datorat cu precădere crizei economico-financiare internaționale (a se vedea datele din **Tabelul 4.4**, pentru anul 2008 și 2009).

Tabelul 4.4: Deschiderea internațională a României, 2000-2011

Anul	Export total FOB	Import total CIF	PIB	Grad (Rata) de deschidere	Ponderea exporturilor în PIB	Ponderea importurilor în PIB	Ponderea soldului BC în PIB	Ponderea exporturilor în importuri sau *Gradul de acoperire*
	mil. Euro	mil. Euro	mil. Euro	%	%	%	%	%
2000	11273	14191	40200	63,34	28,04	35,30	7,26	79,44
2001	12722	17383	44800	67,20	28,40	38,80	10,40	73,19
2002	14675	18891	48400	69,35	30,32	39,03	8,71	77,68
2003	15614	21201	50300	73,19	31,04	42,15	11,11	73,65
2004	18935	26281	58900	76,77	32,15	44,62	12,47	72,05
2005	22255	32568	79200	69,22	28,10	41,12	13,02	68,33
2006	25850	40746	97100	68,59	26,62	41,96	15,34	63,44
2007	29402	50993	121200	66,33	24,26	42,07	17,81	57,66
2008	33628	56337	136800	65,76	24,58	41,18	16,60	59,69
2009	29084	38953	115900	58,70	25,09	33,61	8,52	74,66
2010	37368	46902	122000	69,07	30,63	38,44	7,81	79,67
2011	45041	54824	125050	79,86	36,02	43,84	7,82	82,16

Sursa: Calcule proprii pe baza seriilor de date prezentate. Datele statistice au fost colectate de la INS.

Efectul de deschidere se datorează în cea mai mare măsură relațiilor cu UE în perioada de preaderare și respectiv, apartenenței la UE, în perioada post-aderare. În plus, politica comercială de liberalizare comercială adoptată de România în anul 1990 a avut ca obiectiv tocmai deschiderea internațională a țării, iar situația ar fi fost chiar una pozitivă dacă nu ar fi existat dezechilibrele generate de balanța comercială, al cărei deficit, situat între 7% și 18% în perioada analizată, a afectat echilibrul intern. Pentru a suporta acest deficit al balanței comerciale, România a trebuit să apeleze la resurse externe de finanțare, iar ca urmare, perpetuarea acestui deficit va eroda tot mai mult venitul național, motiv în plus pentru ca importurile să fie reduse prin orice mijloace posibile, dacă creșterea considerabilă a exporturilor este imposibilă, deoarece aceasta implică produse competitive, adică o restructurare masivă a întregii economii naționale sau reindustrializarea acesteia.

Ponderea exporturilor în PIB a înregistrat și ea o tendință ascendentă în perioada post-aderare, valoarea maximă fiind atinsă în anul 2011, când ponderea a fost de 36,02% - cea mai mare din ultimii 11 ani, ceea ce ar putea influența semnificativ și în sens pozitiv situația prezentată anterior.

Pentru a avea imaginea completă cu privire la gradul de deschidere a economiei românești și pentru a-l putea aprecia corespunzător, vom realiza o prezentare comparativă a acestuia cu alte state din regiune, care au pornit pe calea integrării europene alături de România, însă cu o situație economică mai slabă, reușind să adere la UE înaintea acesteia (la 1 mai 2004); alături de acestea, vom prezenta și datele pentru Germania (al doilea exportator mondial, după China), pentru Uniunea Europeană în ansamblu, dar și pentru Bulgaria – statul cu care România este adesea asimilată la nivelul UE. **Tabelul 4.5** conține rezultatele acestei analize, la nivelul anilor 1995, 2000, 2005, 2010, 2011 și estimativ, pentru anul 2012.

Tabelul 4.5: Indicatorii deschiderii calculați comparativ pentru câteva economii (țări), inclusiv România, în anii 1995-2000-2005-2010-2011-2012[e]

Economia (Țara)	**Gradul de deschidere**					
Anul	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2011**	**2012[e]**
Ungaria	87,07	153,31	136,43	165,88	174,00	182,73
Bulgaria	99,15	113,68	127,59	117,16	127,00	130,15
Cehia	100,80	124,84	125,95	135,78	137,69	141,94
Germania	47,13	66,52	77,65	88,34	92,41	94,79
Polonia	50,01	60,43	75,03	86,34	87,54	87,38
România	**51,26**	**63,34**	**69,22**	**69,07**	**79,86**	**83,64**
UE	56,93	71,16	73,24	79,94	83,59	84,98
Economia (Țara)	**Ponderea exporturilor**					
Anul	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2011**	**2012[e]**

Economia (Țara)	**Gradul de deschidere**					
Anul	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2011**	**2012e**
Ungaria	43,37	74,73	67,66	87,42	90,94	96,10
Bulgaria	50,60	54,25	56,07	54,29	63,70	65,48
Cehia	48,80	60,98	64,36	66,44	71,37	73,94
Germania	23,77	33,27	41,48	46,27	49,19	50,25
Polonia	25,68	27,03	37,12	42,56	43,62	43,92
România	**22,29**	**28,04**	**28,10**	**30,63**	**36,02**	**39,72**
UE	29,17	35,62	36,99	40,03	42,76	43,78
Economia (Țara)	**Ponderea importurilor**					
Anul	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2011**	**2012e**
Ungaria	43,70	78,58	68,77	80,89	83,06	86,62
Bulgaria	48,55	59,44	71,53	57,47	63,30	64,67
Cehia	51,99	63,86	61,59	62,03	66,32	68,00
Germania	23,36	33,25	36,17	39,95	43,22	44,54
Polonia	24,32	33,40	37,91	43,16	43,92	43,46
România	**28,97**	**35,30**	**41,12**	**38,44**	**43,84**	**45,00**
UE	27,75	35,54	36,25	38,54	40,83	41,19
Economia (Țara)	**Ponderea soldului Balanței Comerciale (BC)**					
Anul	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2011**	**2012e**
Ungaria	0,33-	3,85-	1,12-	6,32+	7,21+	9,48+
Bulgaria	2,05+	5,19-	15,46-	2,08-	0,85+	0,82+
Cehia	3,19-	2,88-	2,77+	3,40+	4,21+	5,94+
Germania	0,41+	0,02+	5,31+	5,56+	5,11+	5,71+
Polonia	1,36+	6,37-	0,79-	1,85-	1,57-	0,46+
România	**6,67-**	**7,26-**	**13,02-**	**7,81-**	**7,82-**	**6,37-**
UE	1,42+	0,08+	0,74+	0,90+	1,04+	2,59+

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor furnizate de EUROSTAT („GDP and main components - volumes [nama_gdp_k]", disponibil on-line la adresa: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do, pagină web accesată în perioada 26.06.2012-07.10.2012) și Oficiile Naționale de Statistică.

Explicație: + = excedent; - = deficit; e = estimări

Notă: până în 2005, ne referim la datele statistice ale UE15; pentru anul 2005, datele se referă la UE25, iar pentru anii 2010-2012, datele se referă la UE27. Datele pentru anul 2012 sunt date estimate, extrapolate pe baza datelor statistice pentru primele 3 trimestre ale anului 2012.

Tabelul 4.5 reflectă în primul rând faptul că deschiderea internațională a Ungariei, Bulgariei și Cehiei este peste 100% începând cu anul 2000. Mai mult decât atât, ponderea exporturilor, chiar dacă este depășită de ponderea

importurilor în PIB, are un nivel de peste 50%, dovadă că aceste trei țări sunt deschise spre exterior datorită importurilor, dar și datorită exporturilor. Excepție notabilă face Cehia începând cu anul 2005, când ponderea exporturilor devine constant mai mare decât cea a importurilor, ceea ce ne arată că deschiderea internațională mare a acestui stat este determinată preponderent de exporturi. Exemplul cel mai pozitiv în sensul celor anterior enunțate este dat de situația Germaniei, care își confirmă astfel poziția de frunte în topul exportatorilor lumii în perioada 1995-2005 și respectiv, pe cea de al doilea mare exportator mondial (după China), începând cu anul 2008 și până în prezent.

Situație mult mai defavorabilă din punct de vedere al deschiderii înregistrează Uniunea Europeană (în ansamblu), Bulgaria, Polonia și România, care au ponderi ale deschiderii sub 100% și o rată de completare a resurselor interne prin importuri, relativ mare (excepție face UE). Se remarcă situația României, care în toată perioada analizată se situează sub media UE, în condițiile în care Bulgaria și Polonia (care înregistrau aceeași situație cu a României până în anul 2000), au reușit din anul 2005, să depășească media UE, astfel încât după anul 2005 și până în prezent, România este singura țară situată sub media UE din punctul de vedere al gradului de deschidere.

Tabelul 4.5 ne arată însă că ponderea în PIB a exporturilor bulgare este mai mare decât în situația României. Un stat puternic globalizat, Germania, are o pondere a deschiderii în PIB și o pondere a exporturilor mai mare decât ponderea importurilor, fapt care justifică existența unui excedent al balanței comerciale cu pondere suficient de mică în PIB pentru a nu afecta serios echilibrul general intern al țării.

Concluzia acestei analize denotă faptul că deschiderea României în perioada analizată nu este suficient de mare, iar ponderea mai mare a importurilor decât cea a exporturilor nu este deloc benefică pentru economia română, cu excepția cazului fericit în care România ar fi importat preponderent tehnologie productivă înalt-performantă, în scop investițional, ale cărei rezultate ar urma să se reflecte curând, în creșterea productivității și a competitivității produselor românești la export, prin efectul pozitiv generat de creșterea formării brute a capitalului fix într-o economie.

4.2.1.2. Dinamica schimburilor comerciale ale României cu străinătatea

Tendințele care se manifestă în domeniul comerțului exterior sunt determinate atât de fluctuații ale valorii (prețurilor) produselor exportate sau importate, cât și de fluctuații ale cantităților aferente acestora, care se reflectă în modificări ale volumului valoric și cantitativ al exportului și al importului și se exprimă cu ajutorul *indicatorilor dinamicii schimburilor cu străinătatea*, delimitați astfel: *indicii volumului valoric și cantitativ al exportului și importului, coeficienții de elasticitate* și *indicii raportului de schimb.* Influența modificării prețurilor la export sau import se poate elimina prin compararea *indicelui valoric al exportului,* respectiv *al importului,* cu *indicele valoric al produsului intern brut.*

Indicii valorii unitare a importurilor și *Indicii valorii unitare a exporturilor* sunt indici ai prețului mediu anual la exporturi și importuri, iar atunci când depășesc 100%, înseamnă că valoarea medie unitară a crescut. Dacă în cazul exportului este de preferat un *indice al valorii unitare* peste 100%, situația este inversă în cazul importului.

În **Tabelul 4.6** sunt redați indicii exporturilor și importurilor românești, calculați pe baza datelor exprimate în Euro[85].

Din **Tabelul 4.6** rezultă că, începând cu anul 2003, *indicii valorii unitare a exporturilor* au indicat o creștere a prețului mediu față de anul de referință (2000), deși în anii precedenți se înregistraseră scăderi. O scădere mai accentuată la importuri decât la exporturi semnifică faptul că dacă se menține cantitatea constantă în perioada curentă, fluctuațiile de preț la import în sensul scăderii le depășesc pe cele la export, concluzie care poate fi interpretată ca fiind favorabilă, în contextul acestei metodologii de calcul.

Creșterea *indicilor valorii unitare a exporturilor* după anul 2003 ar fi putut fi îmbucurătoare, dacă ea nu ar fi fost însoțită de o tendință similară a *indicilor valorii unitare a importurilor*, a căror creștere a depășit creșterea *indicilor valorii unitare a exporturilor.* Tendința este însă, similară cu cea înregistrată în UE.

[85] Baza de comparație utilizată este anul 2000.

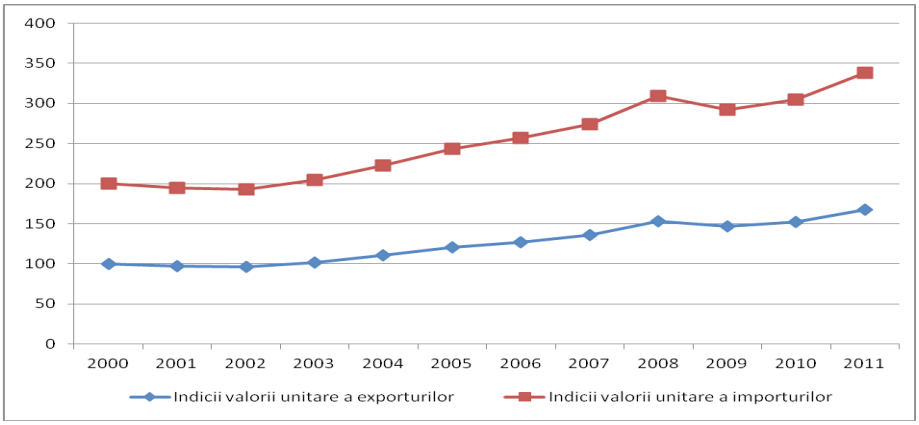
Tabelul 4.6: Indicii comerțului exterior românesc în perioada 2000-2011

	Anul	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Economia	**Indicii**												
România	Indicele valoric al exporturilor	100	109,88	133,85	169,96	226,55	267,49	312,83	390,05	475,90	389,76	477,03	603,89
	Indicele valoric al importurilor	100	119,20	136,82	183,87	250,21	309,95	391,55	537,90	641,25	414,46	475,45	583,71
	Indicele volumului exporturilor	100	113,09	138,54	166,89	204,59	221,85	246,12	287,04	310,85	265,82	312,67	360,81
	Indicele volumului importurilor	100	122,24	142,07	178,64	222,96	253,25	300,71	389,02	411,27	285,04	311,62	342,66
	Indicii valorii unitare a exporturilor	100	97,16	96,61	101,84	110,73	120,58	127,10	135,89	153,09	146,62	152,57	167,37
	Indicii valorii unitare a importurilor	100	97,51	96,31	102,92	112,22	122,39	130,21	138,27	155,92	145,41	152,57	170,35
UE	Indicele valoric al exporturilor	100	100,88	107,34	128,42	153,44	166,04	187,47	218,19	241,02	187,00	210,47	246,35
	Indicele valoric al importurilor	100	98,74	102,95	124,36	149,52	164,69	188,82	219,93	245,87	184,76	209,99	244,61
	Indicele volumului exporturilor	100	102,91	106,62	109,96	119,34	125,35	136,35	140,78	144,12	123,49	138,30	146,88
	Indicele volumului importurilor	100	101,48	104,45	109,75	119,15	126,17	137,04	143,98	145,07	124,46	136,96	141,66
	Indicii valorii unitare a exporturilor	100	98,02	100,68	116,80	128,57	132,46	137,50	154,98	167,23	151,43	152,18	167,72
	Indicii valorii unitare a importurilor	100	97,30	98,57	113,31	125,49	130,53	137,78	152,75	169,48	148,46	153,32	172,67

Sursa: Calcule proprii pe baza indicilor cu bază fixă, preluați din Anuarul de Comerț Exterior al României, 2006-2011 și din comunicatele de presă ale INS din perioada februarie 2011 – septembrie 2012.

În **Graficul 4.5** am reflectat tendințele celor doi indici în cazul României, conform datelor din **Tabelul 4.6.**

Graficul 4.5: **Evoluția Indicilor valorii unitare ai comerțului exterior românesc în perioada 2000-2011**



Sursa: Prelucrare proprie după datele din **Tabelul 4.6**.

Dinamica schimburilor cu străinătatea poate fi reprezentată cu ajutorul *coeficientului de elasticitate al exportului și al importului relativ la PIB* care este o mărime relativă calculată ca raport între ritmul de creștere al importurilor/exporturilor unei țări și ritmul de creștere al PIB sau ca raport între ritmul de creștere al importului/exportului și ritmul de creștere al importului mondial.[86]

În **Tabelul 4.7** prezentăm rezultatele pe care le-am obținut în urma calculelor realizate pentru comerțul exterior românesc și respectiv, pentru cel al UE.

[86] conform S. Begu, op.cit., p. 18.

Tabelul 4.7: Coeficientul de elasticitate al exportului și importului României și al UE – 1995-2011

Anul	Rata anuală de creștere a importurilor României	Rata anuală de creștere a importurilor UE	Rata anuală de creștere a exporturilor României	Rata anuală de creștere a exporturilor UE	Rata anuală de creștere a PIB al României	Rata anuală de creștere a PIB al UE	Coeficientul de elasticitate al importului României relativ la PIB	Coeficientul de elasticitate al importului UE relativ la PIB	Coeficientul de elasticitate al exportului României relativ la PIB	Coeficientul de elasticitate al exportului UE relativ la PIB
1995	145,38	121,63	130,70	122,04	103,93	102,73	1,40	1,18	1,26	1,19
1996	110,59	102,82	102,59	103,42	107,14	101,88	1,03	1,01	-0,96	1,02
1997	98,50	100,07	103,17	100,33	103,21	102,78	0,95	0,97	1,00	0,98
1998	103,58	106,73	95,72	105,25	95,14	102,99	1,09	1,04	1,01	1,02
1999	89,21	102,25	103,57	100,09	97,90	103,07	0,91	0,99	1,06	0,97
2000	123,40	105,23	122,75	103,08	99,62	103,94	1,24	1,01	1,23	0,99
2001	117,55	99,82	110,77	101,49	102,41	102,18	1,15	0,98	1,08	0,99
2002	114,04	104,99	120,91	106,97	105,68	101,34	1,08	1,04	1,14	1,06
2003	133,40	119,36	127,26	119,22	105,08	101,41	1,27	1,18	1,21	1,18
2004	135,41	119,98	131,39	119,84	105,24	102,54	1,29	1,17	1,25	1,17
2005	126,26	110,24	120,94	108,57	108,49	101,94	1,16	1,08	1,11	1,07
2006	126,43	114,32	120,32	113,31	104,15	103,31	1,21	1,11	1,16	1,10
2007	135,77	116,96	126,31	117,33	107,87	103,18	1,26	1,13	1,17	1,14
2008	120,85	111,91	124,54	110,53	106,32	100,27	1,14	1,12	1,17	1,10
2009	67,57	77,73	80,89	79,66	107,35	95,72	0,63	0,81	-0,75	0,83
2010	110,79	110,67	115,74	110,21	93,42	101,95	1,19	1,09	1,24	1,08
2011	126,71	115,79	125,47	116,00	98,12	101,53	1,29	1,14	1,28	1,14

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice.[87]

[87] Sursa datelor folosite pentru calculele pentru comerț exterior o reprezintă datele Eurostat, disponibile on-line la link http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database, site consultat în perioada iunie-septembrie 2012.

Coeficientul de elasticitate al importului este folosit în vederea caracterizării recesiunii dintr-o economie.[88] În cazul importului, dacă rezultatul este mai mare decât l, se poate desprinde concluzia că la o creștere cu 1% a PIB, ritmul de creștere al importurilor este mai mare decât 1, adică țara respectivă consumă mai multe bunuri din import, pe fondul intensificării activității pe plan intern. Aceasta este în fapt, situația României în anii 1995, 1996, 1998, 2000-2008, 2010-2011, după cum rezultă din **Tabelul 4.7.**

În ceea ce privește rezultatele *Coeficientului de elasticitate al importului* pentru anii 1997, 1999 și 2009, interpretarea corectă în cazul României este următoarea: cu cât se reduce procentual volumul importurilor unei țări, în condițiile în care PIB se reduce cu 1%. Aceste rezultate subunitare reflectă starea de recesiune economică în care, de cele mai multe ori, se înregistrează o diminuare a importului pe fondul reducerii volumului de activitate din cadrul economiei.

În cazul exportului, elasticitatea ridicată poate să arate că există o economie de piață competitivă, care oferă pe piața externă produse căutate, cu grad mare de desfacere. Este și cazul întregii perioade analizate pentru România, cu excepția anilor 1996-1997 și 2009, când valorile *Coeficientului de elasticitate al exportului* nu depășesc 1.

Un ritm de creștere mai mare a exporturilor (importurilor) relativ la PIB demonstrează faptul că economia/țara în cauză este implicată intens în circuitul mondial, și că, de fapt, modificarea mai accentuată a celor două componente ale comerțului exterior și implicit a comerțului exterior pe total, va antrena o modificare a PIB. În cazul exporturilor, situația devansării ritmului de creștere a PIB este una favorabilă, întrucât se poate desprinde concluzia că interdependențele dintre România și celelalte țări sunt din ce în ce mai accentuate, în cazul importului, concluzia este că se consumă mai multe bunuri din import. Practic, la o creștere cu 1% a PIB, importurile cresc cu mai mult.

Capacitatea de absorbție a pieței naționale pentru bunuri din import este relativ mare, raportată la modificarea PIB, care reprezintă de fapt, venitul național, sursa de acoperire a importului. Interpretarea în cazul *Coeficientului de elasticitate al importului* poate fi și următoarea: cu cât scad importurile la o scădere a PIB cu 1%, ceea ce înseamnă surprinderea impactului diminuării activității interne asupra importurilor.

Rezultatul coeficientului de elasticitate mai mare în cazul importului decât în cazul exportului nu este decât consecința directă a faptului că importurile, de fapt, au un ritm de creștere superior exporturilor, iar raportarea la ritmul de creștere al PIB duce la un rezultat mai mare. Este și cazul întregii perioade analizate pentru România, cu excepția anilor 1997, 1999, 2002 și respectiv, 2008-2010, în care *Coeficientul de elasticitate al importului* a fost mai mare decât *Coeficientului de elasticitate al exportului*, deși subunitar în anii 1997, 1999 și 2009.

[0] Conform T. Andrei, op.cit., p. 287.

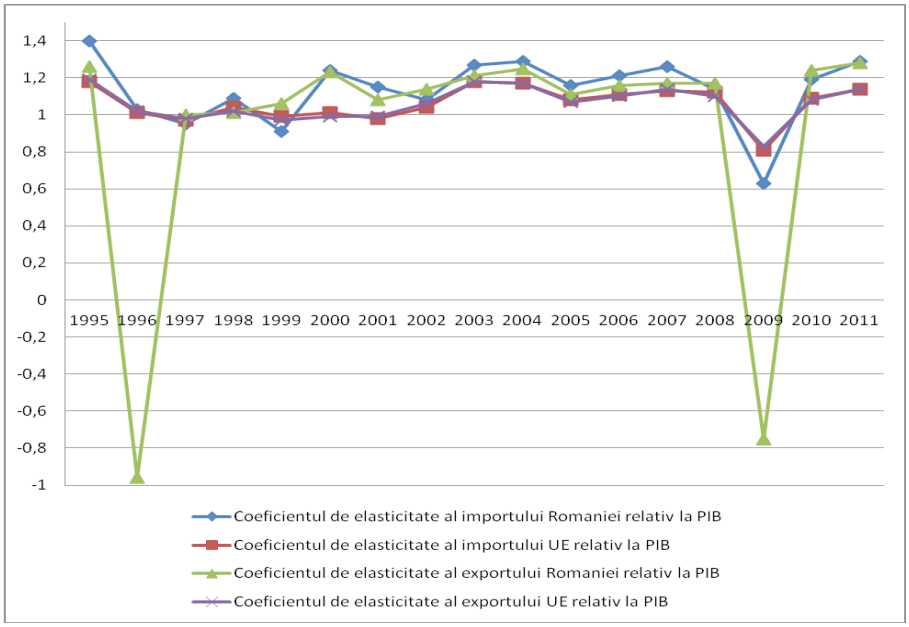
Rezultatul supraunitar în fiecare an (cu excepția anilor 1997, 1999 și 2009), dacă nu la amândouă, atunci cel puțin la una dintre componentele comerțului exterior, demonstrează de fapt că, pe ansamblu, comerțul exterior românesc reacționează destul de mult la o modificare a PIB cu 1%. Rezultatele negative denotă evoluții în sens invers, adică, la o creștere a PIB, exportul românesc a scăzut, fapt care reprezintă un semnal de alarmă. Acest fenomen s-a produs doar în anii 1996 și 2009 din toată perioada supusă analizei noastre, ceea ce poate fi un semn bun. Valoarea mare a coeficienților în anii 2010-2011, destul de contradictorie la prima vedere, se explică de altfel pe baza valorilor mari ale exporturilor și/sau mai ales ale importurilor și a dinamicii acestora, în timp ce PIB a avut o rată de creștere pozitivă față de 2009, când rata de creștere a fost negativă, pe fondul crizei economico-financiară internațională.

Cu ajutorul **Graficului 4.6** putem observa tendințele celor doi coeficienți pentru România și UE. Coeficientul negativ al exporturilor relativ la PIB în anii 1996 și 2009 denotă practic, capacitatea redusă a României de a exporta produse de calitate ridicată, în condiții de criză.

Pe baza rezultatelor obținute, coeficientul de elasticitate al exporturilor fiind, în cele mai multe cazuri, inferior coeficientului de elasticitate al importului, se poate spune că, deși exporturile și importurile cresc atunci când o cantitate mai mare de bunuri este produsă în economia României, există încă neajunsuri privind capacitatea economiei românești de a exporta aceste bunuri.

Rezultatul mare obținut în cazul coeficientului de elasticitate al importurilor în anii 1995, 2003, 2004 și 2011 se datorează dinamicii mari a importurilor în acești ani, după cum reiese din **Tabelul 4.7**. În acești ani a existat practic, o cerere mai mare pentru bunuri importate, cu toate că au crescut și exporturile de bunuri autohtone, chiar dacă în măsură mai mică. Coeficientul de elasticitate al importului înregistrează un nivel peste valoarea coeficientului de elasticitate al exportului, cu excepția anilor 1997, 1999, 2002, 2008-2010, când situația se inversează și se observă că exportul are un ritm de creștere relativ la PIB mai mare decât importul, fapt care denotă o implicare intensă a României în schimburile internaționale, respectiv, un semnal că țara a început să exporte produse cu grad mai mare de desfacere. Aspectul favorabil nu se regăsește însă și în anul 2011, când din nou, coeficientul de elasticitate al importului depășește coeficientul de elasticitate al exportului, chiar dacă numai într-o mică măsură (0,01%). Situația poate fi alarmantă, deoarece ritmul de creștere al importurilor în anul 2011 este semnificativ mai mare decât cel al exporturilor (+16%, față de +10%), în condițiile creșterii PIB cu aproape 5%.

Graficul 4.6: Elasticitatea comerțului exterior al României și al UE în perioada 1995-2011



Sursa: Prelucrare proprie după datele din **Tabelul 4.7.**

Pentru anii în care coeficientul de elasticitate al importului relativ la PIB depășește coeficientul de elasticitate al exportului, putem observa și că dinamica importurilor din acești ani a fost mai mare comparativ cu dinamica exporturilor. T. Andrei[89] apreciază această stare de fapt ca un semn al recesiunii. În condițiile în care considerăm datele din tabelul nostru, de regulă o scădere a PIB cu 1% antrenează, de cele mai multe ori, o scădere a importurilor, care nu este de neglijat. Dacă luăm în considerare legătura cu exporturile, putem presupune că aceste rezultate se datorează în mare măsură, importului de materiale necesare obținerii de produse destinate exportului. Astfel, diminuarea considerabilă a activității interne determină o reducere considerabilă a importului, ceea ce nu poate fi considerat benefic.

Pe baza evoluțiilor relativ contradictorii ale celor doi coeficienți de elasticitate este destul de dificil să ne exprimăm asupra tendinței comerțului exterior românesc, din care cauză vom aprofunda analiza noastră prin calcularea și a altor indicatori, care să ne permită concluzii pertinente și obiective.

[89] T. Andrei, op.cit. 2003, p. 287.

4.2.1.3. Raportul de schimb și gradul de acoperire a comerțului exterior românesc

Evoluția comerțului unei țări cu o altă țară sau cu un grup de țări - favorabilă sau nefavorabilă - se poate exprima și prin *raportul de schimb*[90], cu ajutorul căruia se determină cantitatea de bunuri necesară a fi exportată de o țară, de la o perioadă la alta, pentru a putea importa aceeași cantitate de bunuri. *Indicele raportului de schimb* al unei țări se calculează astfel:

$$I_{TS} = \frac{\text{indicele prețurilor de export}}{\text{indicele prețurilor de import}} x100$$

Formula nr. 1

Pe baza acestui raport se poate aprecia dacă schimburile comerciale internaționale au fost avantajoase sau dimpotrivă.

Indicii raportului de schimb sunt indicatori statistici derivați care pornesc de la următoarele ipoteze:[91]

- exportul și importul comportă funcții economice diferite;
- exportul incumbă venituri/încasări, iar importul cheltuieli/plăți;
- exportul și importul sunt cuantificate prin volum (V), cantitate *(q)* și preț *(p),* între aceste măsuri existând relația:

$V = q \times p$, relație care există și la nivel de indici $I^v = I^q \times I^p$.

Indicii raportului de schimb se calculează ca un raport între indicii prețurilor sau ai valorii importurilor și exporturilor care au aceeași bază de raportare. În funcție de variabilele luate în calcul - volumul fizic al importurilor și al prețurilor -, există trei tipuri de indici: *indicele raportului de schimb brut, indicele raportului de schimb net, indicele încasărilor din raportul de schimb.*

Indicele raportului de schimb brut se calculează prin raportarea indicelui volumului fizic al exporturilor la indicele volumului fizic al importurilor. Calculul acestui indicator statistic reflectă transformările care s-au produs în structura mărfurilor care s-au exportat sau importat. Dacă indicele este mai mic decât 100%, atunci înseamnă că, pentru fiecare unitate de măsură folosită la import, trebuie să se efectueze o cantitate mai mică de export decât în perioada de bază, ceea ce înseamnă că rezultatul este unul favorabil. Dacă rezultatul obținut este mai mare decât 100%, înseamnă că, față de perioada de bază, fiecare unitate de măsură de marfă importată este plătită cu exporturi mai mari, evoluția fiind negativă în acest caz. Acest indicator ridică unele probleme datorate unităților de măsură diferite pentru mărfuri, iar relevanța acestui indicator poate fi incertă, deoarece se poate exporta un bun în volum mic, dar valoare mare (de exemplu, un diamant) sau se pot importa cantități mai mari din alt bun, dar de valoare

[90] A se vedea Bari, Ioan - *op.cit.*.
[91] Conform Begu, Stelian - *Statistică internațională,* Editura AII Beck, București, 1999, p. 19.

mică (de exemplu, produse agricole), astfel că, deși raportul de schimb brut ar fi nefavorabil, valoric s-ar putea ca situația să fie una pozitivă. De aceea, *indicele raportului de schimb net* se pretează mai bine scopului analizei noastre, motiv pentru care în scopul reliefării tendințelor comerțului exterior al României vom reda doar acest indicator.

Indicele raportului de schimb net reprezintă raportul dintre indicele prețului la export și indicele prețului la import, respectiv raportul dintre valoarea medie unitară a exportului și valoarea medie unitară a importului. În majoritatea statisticilor, în locul indicilor de preț, apar indicii valorii unitare medii, atât la export, cât și la import. Valorile unitare medii se calculează, după V. Ardelean,[92] ca raport dintre valoarea și cantitatea anuală. Indicii valorii unitare la nivel de poziție tarifară se calculează, după același autor, prin raportarea prețurilor medii unitare din anul curent, la prețurile medii unitare din anul precedent. La nivel agregat, indicii valorii unitare pe grupe de produse, pe total export și total import, înlocuiesc indicii de preț în expresia raportului de schimb net și se calculează astfel:

$$I_{v.u.} = \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_1 P_1 \frac{1}{i_u}}$$ *Formula nr. 2*

unde: Q_1 reprezintă cantitatea curentă, P_1- prețul curent,

i_{vu}- indicele valorii unitare medii pentru fiecare poziție.

În literatura de specialitate, *indicele raporturilor de schimb net* (*terms of trade index*, eng.) este considerat indicele care redă cel mai bine eficiența cu care o țară participă la schimburile internaționale, deoarece el măsoară costurile în cursul de revenire al importului în termeni ai exportului, evidențiind astfel efectul prețurilor. Indicele poate fi considerat un indicator al puterii de cumpărare externe care este dobândită de o națiune prin intermediul exporturilor. Dacă produsele importate sunt în medie mai scumpe decât cele exportate, condițiile raportului de schimb sunt defavorabile, deoarece pentru a-și procura bunurile din străinătate, respectiva țară trebuie să producă și să vândă mai multe bunuri și servicii. Un rezultat mai mare decât l (sau 100%) reprezintă un aspect favorabil al țării respective, deoarece arată o ieftinire a importului față de perioada de bază. Un rezultat mai mic decât l (sau 100%) reprezintă un aspect nefavorabil, deoarece arată o scumpire a importurilor. După J. Genereux[93], aceasta semnifică că țara respectivă trebuie să exporte (vândă) mai mult pentru a fi în măsură să importe (cumpere) aceeași cantitate de produse.

[92] Conform Ardelean, Valer –„Multiplicatorul exportului. Eseu asupra unui model keynesian cu aplicații la economia românească", *Oeconomica*, nr.1, anul XII, 91-98, 2003, p. 248.

[93] A se vedea J. Genereux – op.cit., 2000, p. 55.

Indicele venitului din raportul de schimb exprimă modificările intervenite în schimburile comerciale. Acesta este folosit la determinarea volumului importurilor care se obțin din venitul rezultat de pe urma exportului. *Indicele venitului din raportul de schimb* este dat de produsul dintre indicele volumului fizic al exportului și indicele raportului de schimb net.

Pentru exprimarea eficienței comerțului exterior al unei țări, mai există și alți indici, destul de cunoscuți în literatura de specialitate și aflați în legătură cu *indicii raportului de schimb* prezentați anterior, motiv pentru care îi vom aborda succint în continuare.

Indicele gradului de acoperire a importului prin export (IGA) este extrem de important, deoarece reflectă eficiența economiei naționale a unei țări obținută din activitatea de export și măsura în care mărimea exportului compensează importurile realizate. Se calculează ca raport între indicele valoric al exporturilor (*I*(X)*) și indicele valoric al importurilor, (*I*(M)*) sau după formula:

$$IGA = \frac{I^{v}(X)}{I^{v}(M)} = \frac{GA_{t_1}}{GA_{t_0}} \qquad \textit{Formula nr. 3}$$

Pentru a măsura *gradul de echilibru al schimburilor* se poate calcula *gradul de acoperire*, relativ fie la comerțul cu un anumit produs, fie la ansamblul balanței comerciale, potrivit relației:

$$G_A = \frac{\text{valoarea exporturilor (FOB)}}{\text{Valoarea importurilor (CIF)}} \times 100 \qquad \textit{Formula nr. 4}$$

Un rezultat mai mare decât l (sau 100%) reflectă o sporire a gradului de acoperire a importului prin exporturi față de perioada de bază. Un rezultat mai mic decât l (sau 100%) arată o deteriorare a balanței comerciale. Gradul de acoperire al comerțului exterior românesc l-am mai calculat în **Tabelul 4.4** din *subcapitolul 4.2.1.1.*

În analizele internaționale, se mai folosesc și următorii indicatori statistici: *foarfecele prețurilor* (FP), *indicele puterii de cumpărare a exportului* (IPCX) și *indicele factorial al raportului de schimb* (EFRS).[94] Când *indicele raportului de schimb net* este mai mic decât l sau 100%, atunci, pentru a reflecta într-un mod mai expresiv deteriorarea raportului de schimb net, se calculează *foarfeceIe prețurilor,* după cum urmează:

$$\boldsymbol{P} = (1 - IRSN)x100 \qquad \textit{Formula nr. 5}$$

[94] Conform S. Begu, op.cit., 1999, p. 21

Indicele puterii de cumpărare a exporturilor se obține ca produs dintre indicele raportului de schimb net și indicele cantitativ al exportului, după cum urmează:

$$IPCX = IRSN \cdot I^q(X) = \frac{I^p(X)}{I^p(M)} \cdot I^q(X) = \frac{I^V(X)}{I^p(M)}$$

Formula nr. 6

unde: IPCX reprezintă indicele puterii de cumpărare a exporturilor;

IRSN - indicele raportului de schimb net;

$I^q(X)$ - indicele cantitativ al exportului; $I^V(X)$ - indicele valoric al exporturilor.

$I^p(X)$, $I^p(M)$ - indicii prețurilor la export și la import;

În **Tabelul 4.8** redăm *Indicii raportului de schimb* și *Indicii puterii de cumpărare a exporturilor (IPCX)*, calculați pe baza datelor exprimate în Euro[95].

[95] Baza de comparație utilizată este anul 2000.

Tabelul 4.8: **Indicii raportului de schimb și Indicii puterii de cumpărare a exporturilor, calculați pentru comerțul exterior românesc în perioada 2000-2011**[96]

	Anul	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Economia	**Indicii**												
România	Indicii raportului de schimb	100	99,64	100,31	98,94	98,67	98,52	97,62	98,28	98,19	100,84	100,00	98,25
	Indicii puterii de cumpărare a exporturilor	100	112,68	138,98	165,13	201,88	218,56	240,25	282,09	305,22	268,05	312,66	354,51
UE	Indicii raportului de schimb	100	100,74	102,15	103,08	102,45	101,47	99,79	101,46	98,67	102,00	99,26	97,13
	Indicii puterii de cumpărare a exporturilor	100	103,67	108,91	113,34	122,27	127,20	136,07	142,84	142,21	125,96	137,27	142,66

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor preluate din Anuarul de Comerț Exterior al României, 2006-2011 și din comunicatele de presă ale INS din perioada februarie 2011 – septembrie 2012.

[96] Baza de comparație utilizată este anul 2000.

Raportul dintre *indicele valoric al exporturilor* și *indicele prețurilor importurilor* redă, de fapt, *indicele importurilor,* respectiv cantitatea care poate fi obținută prin import ca urmare a efectuării exporturilor.

Indicele factorial al raportului de schimb (IFRS) constă în produsul dintre indicele raportului de schimb net *(IRSN)* și indicele productivității muncii I^W:

$$IFRS = IRSN \times I^W \qquad \textit{Formula nr. 7}$$

Dacă indicele este mai mare decât 100%, atunci considerăm că evoluția este pozitivă, rezultatul datorându-se fie evoluției pozitive a ambilor termeni, fie numai unuia dintre ei, care are o dinamică suficient de mare, pentru ca rezultatul să fie unul favorabil.

În analiza factorială a raportului de schimb se mai utilizează și *cota parte a exportului în producția internă*, obținută ca raport între exporturi și producția internă în perioada curentă și în perioada de bază, precum și *cota parte a exportului din consumul intern*, obținută ca raport între exporturi și consumul intern, în cele două perioade - curentă și inițială.

În contextul indicatorilor care exprimă eficiența comerțului exterior prin compararea exportului cu importul, în **Tabelul 4.9** redăm *gradul de acoperire a exportului prin import*, pe baza datelor exprimate în Euro, în perioada 1989-2011, inclusiv pentru relația cu Uniunea Europeană, ca partener principal al României atât pentru importuri, cât și pentru exporturi.

Tabelul 4.9: Gradul de acoperire a exportului românesc prin import în perioada 1989-2011

Anul	Grad de acoperire pe relația globală - %	Grad de acoperire pe relația cu UE - %
1989	155,02	271,58
1990	57,45	88,51
1991	63,81	93,52
1992	53,67	59,34
1993	64,20	68,12
1994	72,67	95,31
1995	59,47	83,05
1996	56,43	81,95
1997	66,21	81,19
1998	62,51	78,78
1999	75,56	89,06
2000	86,35	89,61

Anul	Grad de acoperire pe relația globală - %	Grad de acoperire pe relația cu UE - %
2001	81,80	86,31
2002	82,20	89,40
2003	65,10	86,48
2004	58,02	80,93
2005	55,00	74,28
2006	50,58	68,66
2007	42,04	58,30
2008	40,53	59,65
2009	48,33	75,86
2010	56,05	79,29
2011	53,32	80,43

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor din **Anexa 4.6.**

Din datele calculate în **Tabelul 4.9** se observă că *gradul de acoperire a exportului prin import*, calculat ca raport dintre valoarea exporturilor FOB (în Euro) și valoarea importurilor CIF (în Euro), este mai mic decât 100% în toată perioada 1990-2011, rezultat care semnifică faptul că prin activitatea de export, România nu compensează importurile, situație reflectată de altfel în deficitul balanței comerciale.

Interesant este faptul că din anul 2000, *gradul de acoperire* pe relația globală înregistrează o tendință continuă de scădere, explicația constând în creșterea mare a importurilor, ca urmare a dinamicii prețurilor la produsele românești și a reducerii competitivității acestora pe plan intern, comparativ cu produsele străine. În plus, în acești ani a proliferat tot mai puternic politica de creditare pentru consumul populației și respectiv, cea ipotecară, fapt care a determinat o creștere a cererii pentru produsele electronice, electrocasnice, și respectiv, pentru materiale de construcții, produse care au fost preponderent aprovizionate din importuri. S-a manifestat astfel o atractivitate a importurilor, comparativ cu consumul din producția internă, fapt care a dus inevitabil, la o înrăutățire a *gradului de acoperire*. În ceea ce privește *gradul de acoperire* pe relația cu UE, acesta este mai mare în comparație cu *gradul de acoperire* pe relația globală.

Rezultă astfel că nu există îmbunătățiri în ansamblul relației dintre exporturi și importuri sau dacă există, acestea sunt nesemnificative pentru a genera o evoluție crescătoare. Totodată, din faptul că *gradul de acoperire* pe relația globală este subunitar, se desprinde concluzia că economia are un nivel superior al importurilor pentru un volum dat al exporturilor, situația datorându-se gradului înalt de dependență al economiei de importuri. Astfel, potențialul de export

al economiei este destul de limitat și chiar și în condițiile unei creșteri a PIB, deficitul comercial nu se va reduce, România continuând astfel, să rămână în mare măsură dependentă de importuri.

Îmbunătățirea relativă a *gradului de acoperire* pe relația României cu UE mai ales după aderare (anul 2007) este un factor pozitiv, cu toate că nu putem să extragem încă concluzii pe baza acestui indicator privind calitatea exporturilor sau impactul lui asupra economiei, chiar dacă unii economiști includ acest indicator în calculul eficienței comerțului exterior, studiile arătând că în țările în care indicatorul este supraunitar, comerțul este eficient, cu posibil impact pozitiv asupra creșterii și dezvoltării economice a acestora.

4.2.2. Indicatori ai concentrării schimburilor comerciale românești

Indicatorii concentrării schimburilor economice externe măsoară, pe de o parte, gradul de dependență față de anumiți parteneri comerciali și pe de altă parte, structura comerțului pe sectoare de activitate sau grupe de produs, fiind astfel reduși la calculul ponderii unor mărfuri sau grupe de mărfuri în totalitatea schimburilor comerciale externe. Sub acest ultim aspect, *indicii de concentrare* relevă informații complementare și utile în ceea ce privește posibilitatea afirmării existenței avantajului comparativ. Deși în esență au o interpretare similară, există variante diferite de calculare a *indicilor de concentrare*, în funcție de scopul utilizării lor: indici de concentrare pe categorii de marfă, indici de concentrare teritorială, indici de concentrare utilizați în politicile anti-trust sau indici utilizați în evaluarea repartizării veniturilor.

Cel mai cunoscut *indice de concentrare* este *coeficientul Gini* - un număr cuprins între 0 și 1, unde 0 corespunde unei uniformități perfecte, iar 1 corespunde concentrării perfecte. Dacă o țară prezintă pentru nomenclatorul său de produse exportate, un coeficient Gini care tinde spre 1, înseamnă că țara respectivă tinde să se specializeze pe anumite produse, pe care le exportă cu preponderență. Un aspect valabil pentru toți indicii de concentrare este acela că, structuri diferite ale exporturilor pot genera același indice de concentrare. Acest lucru se datorează caracterului informativ la nivel global ai indicilor de concentrare, fapt pentru care, comparațiile între țări determină necesitatea utilizării unor indici ai avantajului comparativ pentru a se forma o imagine completă la nivel detaliat.

Un indice de concentrare mult mai frecvent utilizat decât indicele Gini în domeniul comerțului exterior este *indicele Herfindahl-Hirschman*, care contribuie la identificarea situației de monopol pe o anumită piață. Într-o variantă a lui, pe care o vom utiliza în continuare, acest indice este utilizat și pentru măsurarea raportului de concentrare, sub denumirea de *coeficientul Hirschmann,* cunoscut în literatură și sub numele de *Michaely-Gini*. Acesta se obține prin determinarea ponderii comerțului unui produs sau a unei grupe de produse în comerțul total. Astfel, pentru export, indicatorul de concentrare se poate calcula folosind relația:

$$I_x = \sum \left(\frac{x_i}{X} \right)^2 \qquad \textit{Formula nr. 8}$$

unde: *i* - este numărul de produse sau al grupei de produse,

x_i - reprezintă exporturile produsului respectiv, iar *X* - reprezintă exportul total.

Gradul de concentrare a importurilor se calculează după un raționament similar.

Acest indicator poate lua valori între 0 și l sau 0% și 100%, iar conform calculelor realizate de UNCTAD, valorile normale medii ale acestui indicator sunt de 0,16 - în cazul țărilor slab dezvoltate, și respectiv, de 0,17 - pentru țările dezvoltate. Valorile mai mici reflectă o concentrare mai mică, adică un număr mai mare de produse corespund la ponderi mici în totalul comerțului, iar valori mai mari reflectă o concentrare mai mare, adică un număr mai mic de produse contribuie la ponderi mari în totalul comerțului, motiv pentru care, analiza concentrării activității este foarte importantă în activitatea de comerț exterior, întrucât rezultatele parțiale permit observarea grupelor cu ponderile cele mai semnificative la export sau la import.

Pentru a determina ponderea comerțului cu o grupă de produse în comerțul total al României, am calculat *coeficientul Hirschmann* (a se vedea **Tabelul 4.10**), cu precizarea că analiza realizată are la bază grupele de produse cuprinse în Nomenclatorul Combinat. Scopul este de a reliefa importanța grupelor în comerțul total al României, iar funcție de rezultate, se vor analiza în detaliu, grupele de produse mai relevante pentru analiza comerțului exterior românesc în perioada de referință pentru acest studiu.

Tabelul 4.10: **Coeficientul Hirschmann global, la importul și exportul românesc (în Euro)**

în perioada 1995-2011

	Exporturile României			Importurile României		
Anul	**Număr de produse***	**Indicele concentrării**	**Indicele diversificării**	**Număr de produse**	**Indicele concentrării**	**Indicele diversificării**
1995	238	0,124423	0,582027	250	0,090939	0,395623
1996	216	0,126597	0,604536	248	0,085779	0,380004

	Exporturile României			Importurile României		
Anul	**Număr de produse***	**Indicele concentrării**	**Indicele diversificării**	**Număr de produse**	**Indicele concentrării**	**Indicele diversificării**
1997	245	0,126066	0,576063	255	0,079779	0,394915
1998	240	0,132454	0,585586	250	0,062953	0,356888
1999	244	0,131718	0,581040	250	0,063591	0,365922
2000	242	0,129824	0,548698	250	0,069791	0,347194
2001	244	0,132659	0,539273	245	0,065550	0,350565
2002	245	0,136898	0,574745	245	0,065083	0,346749
2003	243	0,130815	0,545681	245	0,056443	0,344263
2004	249	0,119232	0,561578	246	0,060157	0,310935
2005	247	0,123960	0,504869	251	0,074134	0,288231
2006	242	0,114404	0,473932	252	0,074399	0,280274
2007	249	0,100487	0,442280	253	0,068728	0,259258
2008	247	0,096870	0,402204	254	0,069556	0,245476
2009	251	0,096196	0,434402	252	0,063427	0,262250
2010	250	0,094189	0,423262	252	0,065917	0,263138
2011	248	0,091425	0,423722	252	0,063461	0,261141

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

* Produse/grpe de produse cu o valoare de export/import de peste 100.000,00 Euro.

Se constată că treptat, preponderent după anul 2007, nivelul concentrării la import a scăzut, ceea ce înseamnă că un număr mai mare de grupe de produse corespund la ponderi mai mari în totalul importului. În cazul exportului, constatăm pe baza rezultatelor o evoluție relativ inversă până la nivelul anului 2003. De la o concentrare mai mică în anul 1995, respectiv specializare scăzută, s-a evoluat spre o concentrare mai mare, astfel că în anul 2002 coeficientul de concentrare a înregistrat cea mai mare valoare, ceea ce înseamnă că s-a evoluat spre o specializare ridicată. Din păcate, perioada 2003-2011 relevă o scădere continuă, cu mult sub nivelul anului 1995. Pe baza acestor rezultate, nu se pot extrage neapărat concluzii clare până nu vedem din care grupe anume exportăm și importăm în proporție mai mare. De aceea, vom reda în continuare, în **Tabelul 4.11**, rezultatele obținute în calcularea indicatorului de concentrare, adică ponderea deținută de fiecare grupă de produse în totalul importului. Ponderile mai mari sunt reliefate în tabel pentru a se observa exact care grupe de produse au contribuit mai mult la importul total al României.

Tabelul 4.11: **Ponderea grupelor în importul total al României în perioada 1996-2011**

Grupele NC \ Anul	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	0,69	1,37	1,04	1,38	1,26	0,65	0,58	1,76	1,16	1,14	1,81	1,65	1,23	1,48	2,03	1,73
II	5,96	6,84	7,25	1,97	1,50	1,46	1,51	1,91	2,11	2,09	2,16	1,56	2,81	2,07	1,34	1,32
III	0,22	0,62	0,32	0,42	0,28	0,19	0,30	0,48	0,30	0,27	0,22	0,37	0,26	0,20	0,18	0,18
IV	5,76	7,05	6,09	5,51	5,64	5,29	3,77	4,42	3,95	3,66	3,59	3,01	2,94	2,78	2,65	2,71
V	42,38	32,36	28,52	26,81	24,17	23,51	21,26	14,32	11,87	14,50	14,34	12,71	12,36	13,42	15,58	14,81
VI	6,69	6,61	7,84	7,92	9,07	8,65	8,35	8,70	9,25	8,26	7,83	8,42	7,96	7,93	7,48	7,64
VII	1,22	2,86	3,12	3,20	3,80	3,91	3,94	4,33	4,52	4,47	4,88	5,49	5,92	5,84	5,96	6,20
VIII	0,30	1,22	1,73	2,10	2,05	2,30	2,46	2,59	2,86	2,78	3,28	3,48	3,15	2,50	2,17	1,85
IX	0,57	0,52	0,46	0,38	0,54	0,45	0,46	0,50	0,64	0,64	0,71	0,83	0,85	0,91	0,98	0,95
X	0,63	1,45	1,46	1,90	2,29	2,40	2,26	2,63	2,50	2,23	2,22	2,35	2,36	2,12	1,98	1,89
XI	3,97	8,98	10,05	11,39	11,76	11,74	13,86	15,43	18,36	16,32	16,11	16,44	14,87	12,62	10,23	8,31
XII	0,73	0,66	0,73	0,93	1,03	1,08	1,39	1,67	1,80	1,70	1,63	1,64	1,49	1,24	1,11	1,02
XIII	1,18	0,89	0,96	0,97	1,11	1,26	1,27	1,38	1,46	1,38	1,48	1,63	1,68	1,74	1,88	1,81
XV	3,91	4,33	4,23	4,94	5,33	6,25	5,94	6,68	6,52	6,86	7,33	7,38	7,68	8,37	8,83	9,89
XVI	13,52	14,59	17,51	20,40	20,56	21,91	23,03	22,97	23,47	24,78	22,64	22,85	23,96	23,78	23,43	24,25
XVII	2,31	4,68	4,30	4,67	3,86	3,63	3,40	4,10	3,97	4,26	5,14	5,67	6,18	9,24	10,23	11,56
XVIII	2,25	1,14	1,78	2,27	2,78	2,09	2,31	2,29	2,46	2,70	2,61	2,45	2,23	1,82	1,74	1,74
XX	0,51	0,83	1,18	1,58	1,76	1,76	1,86	1,92	1,96	1,86	1,77	1,89	1,91	1,77	1,89	1,91
XXII	0,73	2,88	0,82	1,23	1,22	1,47	2,01	2,02	0,84	0,42	0,25	0,14	0,16	0,18	0,31	0,25

Sursa: Calcule proprii, cu 8 zecimale, pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

În anul 1996, se constată o concentrare mare la importuri, datorată în mare parte ponderii mari a grupei V (produse minerale) și a grupei XVI (mașini și aparate; echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul și imaginile). Dacă urmărim rezultatele, aceste grupe de produse au fost preponderente în import pe toată perioada analizată, adăugându-li-se grupa XI (materiale textile), care a contribuit la scăderea concentrării în ultimii ani raportat la anul 1996.

Ponderea primelor patru grupe, din care fac parte produsele industriei agro-alimentare, a scăzut în anul 2011 la 5,94% din totalul importurilor față de 12,63% la începutul perioadei, fapt pozitiv deoarece această pondere trebuie să fie cât mai mică date fiind condițiile climaterice din România, care-i permit – teoretic - să-și asigure necesarul de produse agro-alimentare de bază și chiar să obțină disponibilități pentru export.

Lipsa unor capacități însemnate de prelucrare a țițeiului se putea reflecta în importuri cu ponderi tot mari din grupa produselor minerale; totuși, rezultatele reflectă o scădere semnificativă a ponderii acestei grupe (grupa V). Produsele chimice (grupa VI) au ponderi relativ mari în totalul importului pe toată perioada analizată, iar masele plastice (grupa VII) reflectă o tendință permanent crescătoare ca pondere, devenind tot mai semnificative în structura importurilor noastre. Importurile în creștere din aceste grupe de produse nu reprezintă un factor pozitiv, întrucât denotă carențe ale industriei chimice și a maselor plastice, care nu este în măsură să asigure cererea internă, tot mai dinamică și mai diversificată.

Creștere înregistrează și ponderea importurilor de produse ale industriei lemnului (grupa IX) până în anul 2004, din această grupă importându-se, de fapt, produse din lemn neprelucrate; oricum, începând cu anul 2005, tendința este descrescătoare, ceea ce este un fapt benefic, dată fiind tradiția României în prelucrarea lemnului.

În cazul produselor textile (grupa XI), ponderea a fost în creștere până în anul 2007, după care a urmat o descreștere continuă, datorată în principal faptului că se produce preponderent în sistem *Lohn*. Cererea pieței de construcții imobiliare a determinat o variație ușoară, în sensul creșterii cererii pentru articolele din piatră, ipsos și ciment (grupa XIII). Ponderea metalelor importate (grupa XV) este și ea mare și crescătoare pe toată perioada, lucru care nu este tocmai îmbucurător pentru industria metalurgică românească.

O concluzie favorabilă bazată pe rezultatele din **Tabelul 4.12** se referă la creșterea ponderii de mașini și echipamente (grupa XVI), care poate reflecta o nevoie acută de înnoire tehnologică și importul de mașini și echipamente noi.

Tabelul 4.12: Ponderea grupelor în exportul total al României în perioada 1996-2011

Grupele NC \ Anul	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	3,26	4,23	3,30	3,56	2,14	1,91	2,36	1,14	1,37	1,22	1,15	1,04	1,21	1,06	0,88	0,82
II	1,53	1,13	1,17	1,05	2,63	4,63	1,97	2,15	2,95	1,14	1,59	1,27	1,10	1,09	1,24	1,58
III	0,13	0,15	1,24	0,75	1,01	0,84	1,47	0,84	0,64	0,20	0,22	0,07	0,17	0,34	0,28	0,22
IV	0,81	1,10	0,96	1,10	0,90	1,33	1,26	1,11	0,75	0,70	0,85	0,76	0,71	0,61	0,62	0,69
V	13,68	13,10	11,70	11,65	9,24	8,55	7,55	6,09	5,92	7,94	6,93	8,48	7,03	7,19	11,08	10,45
VI	6,30	9,68	7,05	7,98	9,16	8,55	6,60	4,05	3,87	5,00	4,41	3,48	3,72	4,07	4,47	4,06
VII	1,18	1,96	1,67	2,34	2,55	2,39	2,20	2,09	2,16	2,20	2,03	2,58	3,25	3,75	3,88	4,22
VIII	0,57	0,57	0,72	0,91	0,67	0,65	0,79	0,74	0,76	0,96	1,26	1,25	1,20	1,05	0,91	0,86
IX	2,53	3,54	3,61	3,64	3,26	3,66	4,02	4,62	5,84	5,44	4,65	4,50	4,54	4,40	3,76	3,58
X	0,48	0,39	0,38	0,54	1,08	0,71	0,76	0,55	0,56	0,78	0,92	0,90	0,86	0,81	0,58	0,52
XI	8,89	10,45	16,00	18,85	19,86	21,43	23,06	26,05	25,85	24,12	26,18	25,35	25,38	22,31	18,96	16,13
XII	1,91	1,67	3,27	5,07	5,42	6,25	6,47	7,32	8,04	7,60	8,63	8,43	8,15	6,53	5,79	5,36
XIII	1,64	2,02	2,03	1,80	1,91	1,86	1,79	1,89	1,88	1,55	1,52	1,45	1,36	1,12	0,93	0,76
XV	13,97	16,85	19,56	17,38	18,18	15,68	18,48	19,14	15,43	15,96	13,31	12,84	12,92	15,44	14,81	15,00
XVI	15,24	11,64	8,96	8,48	8,30	8,32	8,73	9,47	11,42	14,10	14,73	15,67	16,04	17,56	17,71	20,29
XVII	10,82	10,84	8,24	6,39	5,42	5,45	5,34	5,15	5,30	4,91	5,26	5,63	5,73	6,33	7,94	9,85
XVIII	0,43	0,27	0,24	0,25	0,26	0,28	0,29	0,45	0,39	0,40	0,53	0,46	0,47	0,53	0,60	0,69
XX	8,91	8,40	8,22	7,12	7,26	6,83	6,23	6,24	5,90	5,13	5,38	5,39	5,61	5,41	4,93	4,51
XXII	1,67	2,02	1,48	1,51	0,82	0,67	0,64	0,89	0,97	0,64	0,48	0,44	0,54	0,41	0,62	0,44

Sursa: Calcule proprii, cu 8 zecimale, pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

De interes este și studierea rezultatelor parțiale privind concentrarea la export, pentru o comparație cu tabelul anterior și pentru a vedea care sunt grupele din care România exportă cu preponderență. În **Tabelul 4.13** sunt redate ponderile la export, fiind evidențiate, în general, ponderile situate peste 2%, deoarece în jurul acestei ponderi se poate spune că există o oarecare influență a grupei în totalul exporturilor. Se observă că, spre deosebire de import, la export, concentrarea este mai mică, în sensul că mai multe grupe de produse au contribuit cu ponderi mai mari în totalul exportului.

La primele patru grupe, vom observa aceeași tendință ca la importuri, adică s-a înregistrat o scădere la 3,31% în anul 2011, față de 5,73% în anul 1996. Ponderea exporturilor în scădere demonstrează faptul că potențialul de export din agricultură nu este exploatat suficient și că nu au avut loc restructurări adecvate în acest sector și nici în industria alimentară.

La produsele minerale (grupa V), ponderea la export este în reviriment din anul 2005, chiar dacă nu la nivelul primilor ani ai perioadei analizate. De fapt, exportul de produse minerale s-a redus drastic și din cauza faptului că s-a importat mai puțin țiței pentru procesare, ceea ce a avut ca efect o diminuare a posibilităților de export pentru produsele din această grupă. În acest context, am putea fi motivați să apreciem că efectul privatizării Petrom se regăsește pozitiv la exporturile grupei.

Produsele chimice (grupa VI) au înregistrat o scădere treptată a ponderii în totalul exportului, cu mici tendințe crescătoare în anii 2005, 2008 și 2010. Produsele chimice se bazează pe exportul de produse de mare tonaj (cu grad de valorificare scăzut) și îngrășăminte, caracterizate prin procese de fabricație energointensive și poluante. Vânzările de îngrășăminte s-au redus în această perioadă din cauza unei lipse mari de restructurare și retehnologizare, exporturile românești nemaifiind competitive în plan mondial.

O creștere ușoară dar continuă a ponderii este înregistrată în grupa materialelor plastice (grupa VII), dar ea rămâne destul de mică pe toată perioada, explicația constând în lipsa diversificării produselor românești conform cu tendința pieței, fapt care determină și competitivitatea mai scăzută a acestora la export.

Semnificativă la export - din punct de vedere a ponderii deținute - rămâne grupa textile (XI). Materialele textile, conform literaturii de specialitate, le-am regăsit ca fiind considerate produse cu cea mai mică valoare adăugată pe angajat, datorită proliferării activității de lohn în industria românească de confecții și textile. Raportul de schimb în industria primară este unul dezavantajos atâta timp cât valorile unitare de import depășesc, pentru același produs, de două ori valorile unitare de export. Chiar dacă forța de muncă are un cost relativ scăzut, fapt care poate reprezenta un avantaj, acesta va fi greu de menținut pe termen mediu și chiar și pe termen scurt, dacă luăm în considerare deschiderea pieței UE pentru produsele asiatice.

România a exportat mulți ani în perioada tranziției, în pondere mare, produse siderurgice (grupa XV). La baza creșterii exportului au stat, fără îndoială, măsurile de liberalizare adoptate începând cu 2000, îndeosebi cele privind ridicarea restricțiilor de export. Cu toate acestea, se observă scăderi ciclice ale ponderii, care se pot explica pe baza reducerii subvențiilor acordate în domeniu, subvenții care au contribuit considerabil la prețurile scăzute practicate de România la exportul de produse din această grupă.

La grupa intensivă în tehnologie (conform clasificării Krause[97]), respectiv la grupa XVI (mașini și echipamente), ponderea este destul de mare, situație favorabilă în contextul clasificării acestei grupe în categoria de produse intensive în tehnologie. Și aici putem remarca importanța privatizării fabricilor românești de autoturisme, sector care s-a reorientat deja pozitiv pe piața mondială, vizând câștigarea de segmente pe piețele Africii și Americii de Sud, adică piețele pe care România nu a avut o concentrare mare a schimburilor comerciale, deși a înregistrat în ultimii ani creșteri ale exporturilor în aceste zone și chiar solduri pozitive ale balanței comerciale.

Vedem așadar, că în situația în care se abordează subiectul concentrării, analiza se extinde de la concentrare pe grupe de produse, la concentrare pe produse, pe zone geografice și chiar, pe parteneri. Prin urmare, calcularea concentrării geografice pe relația cu UE în ceea ce privește exporturile este necesară. Rezultatele globale obținute pentru valorile coeficientului Hirschmann pe relația cu UE sunt mai mari decât valorile coeficientului Hirschmann în cazul fluxurilor cu întreaga lume, după cum se poate observa din **Tabelul 4.13.**

Valorile mai mari pe relația cu UE față de relația cu toate țările lumii corespund situației de concentrare mai mare începând cu anul 1997, înregistrând valori considerabile din anul 2000, respectiv momentul demarării negocierilor de aderare a României la UE. O concentrare mai mare a importurilor, respectiv a exporturilor cu UE, înseamnă că are loc o intensificare a schimburilor comerciale cu UE și că de fapt, cu UE un număr mai mic de grupe de produse contribuie la import și la export, comparativ cu relația globală. Totodată, suntem de părere că un grad de concentrare mai mare față de relația globală presupune că, în principiu, România funcționa ca parte integrantă a UE – cel puțin din punct de vedere comercial - încă cu mulți ani înainte de momentul aderării (anul 2007).

[97] A se vedea clasificarea Krause în: I. Korhonen, M. Randveer, 2000. Dacă adaptăm clasificarea Krause la grupele din *Nomenclatorul Combinat*, atunci se consideră că **mărfuri intensive în resurse naturale** sunt grupele: T, II, III, IV, V, VIII, X; **mărfuri intensive în forță de muncă necalificată:** grupa XI, XII, XIII, grupa XX; **mărfuri intensive în tehnologie,** cu pondere mare a cheltuielilor cu cercetarea-dezvoltarea în valoarea adăugată sunt: gmpa VI, XV, XVI, XVII, din grupa XVIII, echipamente de telecomunicații, aparate de măsură și control aparate medicale și optice; **mărfuri intensive în capital uman:** grupa VII, grupa X, aparate TV și radio (din grupa XVI).

Tabelul 4.13: Coeficientul Hirschmann global și pe relația cu UE, la importul și exportul românesc în perioada 1996-2011

Anul	Import global	Import din UE	Export global	Export în UE
1996	0,244648	0,083532	0,108823	0,108220
1997	0,155049	0,170618	0,102981	0,114905
1998	0,147950	0,205183	0,106626	0,136201
1999	0,144024	0,232307	0,107619	0,123827
2000	0,135225	0,253978	0,110110	0,170523
2001	0,136825	0,273475	0,108875	0,232389
2002	0,135132	0,275591	0,119533	0,293691
2003	0,118528	0,332942	0,134020	0,319235
2004	0,124244	0,368487	0,126581	0,319227
2005	0,128417	0,319232	0,127391	0,416025
2006	0,119504	0,328885	0,131328	0,429036
2007	0,119045	0,342210	0,130384	0,407024
2008	0,119153	0,332930	0,133379	0,459736
2009	0,119796	0,421201	0,126402	0,451621
2010	0,109959	0,386635	0,112761	0,458357
2011	0,110196	0,391876	0,110797	0,531441

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

De fapt, toate țările din Europa Centrală și de Est au cunoscut o modificare a orientării geografice a comerțului, având loc practic, o deturnare de comerț, dinspre piețele tradiționale în timpul regimului comunist, și o creare de comerț cu țările Uniunii Europene, astfel încât potențialul pieței de desfacere pentru produsele acestor țări a devenit mai mare.

Din punctul României de vedere însă, această situație nu pare a fi una favorabilă pe termen mediu și lung, datorită avantajului comparativ redus și competitivității scăzute a produselor autohtone pe piețe dezvoltate cum este cea europeană și, din acest punct de vedere, este necesară o reorientare strategică urgentă a exporturilor românești – maximizând și potențialul oferit de acordurile de liber schimb încheiate de Uniunea Europeană – spre țările din Africa și Orientul Mijlociu și spre cele ale Americii Latine, spre care deschiderea României nu a fost atât de mare în trecut.

4.2.3. Indicatori ai specializării comerțului exterior românesc

Evoluția în timp a specializării comerțului este un fenomen care reflectă schimbări structurale în întregul sistem economic al unei țări și necesită timp, întrucât avantajele comparative în comerț nu se pot câștiga într-un timp scurt, mai ales că ele sunt structurale prin definiție.

O importanță majoră în studierea performanței comerțului este redată de profilul specializării, măsurat în mod uzual, cu ajutorul *avantajului comparativ*, deși specializarea unei țări într-un anumit sector se poate măsura cu diverși indicatori, astfel:

Indicatorul avantajului comparativ revelat (aparent)

Indicatorul avantajului comparativ aparent, propus de B. Balassa în 1965, se calculează astfel:

$$RCA = \frac{x_j^i \Big/ \sum_{j=1}^{N} x_j^i}{x_j^{W_i} \Big/ \sum_{j=1}^{N} x_j^{W_i}}$$

Formula nr. 9

unde: x^i_j - reprezintă exporturile din produsul *j* al țării i, iar

x^{Wi}_j - reprezintă exportul mondial agregat din produsul *j.*

Conform G. Drăgan, *indicatorul avantajelor comparate revelate sau al specializării internaționale* compară mărimea relativă a unui sector dintr-o anumită țară în totalul exporturilor realizate de acea țară, cu mărimea relativă a exporturilor unui sector anume dintr-o anumită zonă față de exporturile zonei respective.[98]

Conceptul de *avantaj comparativ aparent sau revelat* (*Revealed Comparativ Advantage*) este larg utilizat în practică pentru a determina sectoarele slabe sau puternice ale unei economii. Dacă RCA este mai mare decât l, țara pentru care se calculează indicatorul are un avantaj comparativ în produsul (sau sectorul) j, deoarece acest produs este mai important pentru exporturile țării de referință decât în plan mondial.

[98] A se vedea Drăgan, Gabriela - *Fundamentele comerțului internațional*, Editura ASE, București, 2004, Cap. 3, p. 26, ediție on-line.

Indicatorul avantajului comparativ reflectă măsura în care România și-a valorificat avantajele relative de cost. Pe baza acestui indicator, se pot trage concluzii privind capacitatea aparentă a României de a-și valorifica avantajele în comparație cu alte sectoare ale sale și cu cele ale UE, dar și privind ponderea principalelor grupe de produse în generarea deficitului comercial.

În cele ce urmează redăm rezultatele pe care le-am obținut privind avantajul comparativ al României, pentru grupele de produse din *Nomenclatorul Combinat*, perioada 1996-2011. Rezultatele obținute sunt favorabile dacă valoarea indicatorului este pozitivă, respectiv dacă grupa de produse sau produsul considerat este mai eficient comercializat comparativ cu comerțul pe total, și nefavorabile, dacă valoarea indicatorului este negativă, caz în care grupa sau produsul în cauză înregistrează dezavantaje comparative. În **Tabelul 4.14,** am marcat grupele de produse care înregistrează avantaje comparative, respectiv valori pozitive ale indicatorului.

Se observă din nou doar câteva grupe de produse la care rezultatele sunt pozitive pe toată perioada considerată. În principiu, rezultatele confirmă ceea ce am dedus de pe urma calculării concentrării, respectiv grupa de produse din lemn (IX), grupa textile (XI), grupa încălțăminte (XII), grupa metale (XV) – exceptând ultimul an, 2011, când are valoare negativă, și grupa de mărfuri și produse diverse, mobila în principal (XX) înregistrează valori pozitive ale avantajului comparativ. La celelalte grupe, chiar dacă se înregistrează și valori pozitive, acestea sunt mici și de cele mai multe ori, descrescătoare, până ajung negative. Dacă la grupa de produse din lemn, tendința este de creștere până în anul 2004, doar spre sfârșitul perioadei (2005-2011) observându-se valori în descreștere, la grupa XX (mobilă, în principal) trendul este continuu descrescător, o explicație posibilă fiind aceea că la exporturi, prețul mobilei depinde foarte mult de prețurile la materiile prime. Dacă acestea sunt în creștere, acest lucru se reflectă în derularea activității producătorilor interni, diminuând producția autohtonă de mobilă. În plus, producția autohtonă nu s-a adaptat corespunzător tendințelor înregistrate de cererea de pe piața internă și internațională, astfel încât, de exemplu, anii 2000-2010 au fost dominați de cerere preponderentă pentru mobilă din pal melaminat, iar industria autohtonă nu a dispus decât târziu și în insuficientă măsură de tehnologia necesară producerii cantității necesare din acest material, din care cauză acesta s-a importat masiv și a fost utilizat la satisfacerea cererii interne pentru astfel de mobilă, în timp ce exporturile au înregistrat reduceri ale avantajului comparativ și ale competitivității, România fiind specializată și recunoscută în plan extern mai ales pentru producția de mobilă din lemn masiv.

Tabelul 4.14: Evoluția avantajului comparativ aparent al României față de restul lumii în perioada 1996-2011

Grupele NC / Anul	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	1,69	1,10	1,16	0,92	0,35	1,04	1,49	-1,12	-0,07	-0,20	-1,05	-0,92	-0,44	-0,92	-1,78	-1,91
II	-2,28	-3,10	-2,83	-0,91	0,39	1,15	-0,04	-0,33	0,15	-1,05	-0,85	-0,59	-1,70	-1,34	-0,67	-0,44
III	-1,08	-2,57	1,42	0,52	1,35	1,64	1,74	0,31	0,66	-0,69	-0,42	-2,50	-0,97	0,29	0,09	-0,41
IV	-3,11	-3,19	-2,87	-2,04	-2,73	-2,44	-1,86	-2,47	-2,34	-2,37	-2,40	-2,09	-2,34	-2,55	-2,68	-2,87
V	-1,97	-1,82	-1,58	-1,14	-1,59	-1,92	-1,77	-1,71	-1,14	-1,05	-1,42	-0,85	-1,18	-1,32	-1,06	-1,14
VI	-0,51	0,03	-0,53	-0,17	-0,33	-0,51	-0,70	-1,59	-1,36	-0,92	-1,21	-1,46	-1,45	-1,38	-1,31	-1,71
VII	-0,47	-1,06	-1,23	-0,54	-0,86	-1,19	-1,17	-1,53	-1,19	-1,18	-1,63	-1,30	-1,23	-1,07	-1,18	-1,32
VIII	0,46	-1,63	-1,57	-1,14	-1,79	-2,28	-1,91	-2,27	-1,91	-1,63	-1,74	-1,65	-1,72	-1,66	-1,83	-1,92
IX	1,60	2,24	2,35	2,44	1,99	2,48	2,51	2,65	2,47	2,40	2,15	1,85	1,86	1,73	1,40	1,38
X	-0,79	-2,42	-2,19	-1,63	-1,32	-2,21	-1,84	-2,72	-2,12	-1,61	-1,63	-1,56	-1,79	-1,80	-2,35	-2,75
XI	0,68	-0,30	0,23	0,41	0,34	0,36	0,29	0,24	0,15	0,20	0,24	0,23	0,31	0,34	0,35	0,33
XII	0,89	0,80	1,61	1,79	1,81	1,99	1,67	1,60	1,59	1,60	1,85	1,79	1,89	1,86	1,87	1,90
XIII	0,02	0,66	0,61	0,55	0,37	0,06	0,07	-0,05	0,04	-0,14	-0,40	-0,47	-0,70	-1,06	-1,58	-2,09
XV	1,31	1,43	1,66	1,29	1,25	0,81	1,13	1,00	0,80	0,77	0,39	0,39	0,29	0,40	0,20	-0,06
XVI	-0,26	-0,84	-1,29	-1,19	-1,52	-1,86	-1,69	-1,76	-1,17	-1,00	-1,01	-0,81	-0,96	-0,88	-0,97	-1,00
XVII	1,68	0,68	0,48	0,19	0,10	0,09	0,21	-0,18	0,09	-0,11	-0,40	-0,34	-0,52	-0,98	-0,93	-0,97
XVIII	-2,68	-2,60	-3,08	-2,72	-3,41	-3,34	-3,15	-2,83	-2,57	-2,70	-2,61	-2,47	-2,53	-2,16	-2,10	-2,18
XX	3,47	2,80	2,21	1,57	1,50	1,43	1,23	1,18	1,10	0,99	1,09	1,02	1,05	1,09	0,84	0,64
XXII	0,70	-1,03	0,40	0,06	-0,86	-1,61	-1,92	-1,66	-0,09	0,25	0,48	1,18	1,24	0,71	0,43	0,18

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

Avantajul comparativ este pozitiv și crescător la grupa încălțăminte (grupa XII), însă avantajul comparativ al acestei grupe a fost dat de forța de muncă ieftină și calificată, care a atras ISD în România (preponderent din Italia) și care au adus cu ele tehnologii performante. Dezavantajul constă însă în faptul că investițiile acestora nu sunt durabile pe termen lung, deoarece la schimbări ale condițiilor pieței, investitorii își pot delocaliza ușor producția spre alte țări, determinând pierderi ale avantajului comparativ românesc la această grupă de produse. În plus, liniile tehnologice de fabricație nu ne aparțin (a se vedea tendința grupei XVI, intensivă în tehnologie).

Grupa metalelor (grupa XV) înregistrează și ea avantaje comparative, datorate în principal restructurărilor din domeniu, dar valorile sunt pe un trend descedent, înregistrând valoare negativă la nivelul anului 2011.

La grupa intensivă în tehnologie - grupa XVI -, faptul că România înregistrează un dezavantaj comparativ nu este surprinzător, deoarece, dacă indicatorul avantajului comparativ ar înregistra valori pozitive pentru această grupă, aceasta ar însemna un comerț mai avantajos pentru această grupă comparativ cu comerțul total. Această situație ar fi una pe care România ar trebui să o urmărească, deoarece grupele la care țara deține avantaje comparative sunt preponderent intensive în forță de muncă.

Sintetizând, evaluarea avantajului comparativ aparent relevă faptul că România este slab competitivă în ramurile tradiționale și neperformantă în industriile bazate pe tehnologie avansată, ceea ce argumentează o dată în plus, concluzia enunțată la analiza gradului de concentrare a comerțului exterior românesc.

În continuare se va efectua această analiză și pe relația României cu UE, rezultatele fiind prezentate în **Tabelul 4.15**, din care rezultă că în relație cu UE se menține parțial avantajul comparativ la grupele IX, XI, XII, XV și XX, cu toate că în ultimul an apar și valori negative (la grupa XV, chiar în ultimii doi ani).

La grupele I și II din *Nomenclatorul Combinat* (animale vii și produse vegetale) situația este interesantă spre sfârșitul perioadei analizate, când prima grupă înregistrează valori negative, iar a doua grupă, pozitive, fapt explicabil prin ridicarea barierelor în comerțul cu produse agricole cu Uniunea Europeană, cu impact nefavorabil asupra sectorului agricol românesc legat de creșterea animalelor, dar unul favorabil în comerțul cu cereale. Astfel, găsim interesant faptul că aderarea multora dintre principalele țări membre CEFTA la UE, în 2004, a dus la un excedent la produsele agricole față de 2002 și 2003, explicația putând consta doar în faptul că aderarea a determinat aceste state să-și restructureze economia și respectiv, importurile, ceea ce a putut duce la o creștere a exporturilor României spre aceste țări, afectate fiind și ele de altfel de calamitățile naturale cu care s-a confruntat România în anii de referință. La grupele III și IV, valorile negative pe toată perioada și în cazul comerțului cu lumea (exceptând anii 1998-2004 și 2009-2010), dar și în cazul comerțului cu UE demonstrează că România nu deține avantaje comparative la aceste grupe.

Tabelul 4.15: Avantajul comparativ al comerțului României pe relația cu Uniunea Europeană în perioada 1996-2011

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	0,57	0,32	0,24	0,44	0,24	0,44	0,88	-0,41	0,38	-0,03	-0,46	-0,74	0,14	-0,73	-1,37	-1,60
II	-1,61	-3,15	-2,99	-0,03	0,47	-0,06	0,25	0,10	0,73	-0,14	0,31	0,40	-0,41	-0,41	0,10	0,34
III	-0,87	-2,57	0,13	-1,96	-0,62	-3,22	-2,90	-3,30	-1,00	-3,34	-2,31	-5,12	-2,17	-0,05	-0,37	-1,15
IV	-1,92	-2,70	-2,31	-1,56	-2,13	-1,87	-1,71	-2,38	-1,88	-1,60	-1,34	-1,49	-1,66	-2,04	-2,25	-2,61
V	0,45	-0,41	0,72	0,79	-0,31	-0,38	-0,92	-0,42	-0,64	-0,84	0,07	1,52	1,10	0,78	0,31	0,20
VI	-1,17	-1,70	-1,94	-0,89	-1,21	-1,49	-1,65	-2,28	-2,30	-1,82	-2,25	-2,37	-2,23	-2,19	-1,38	-1,80
VII	-0,74	-1,31	-1,51	-0,85	-0,69	-0,98	-1,02	-1,20	-1,17	-1,09	-1,43	-1,34	-1,31	-1,31	-2,25	-2,63
VIII	0,74	-1,81	-1,66	-1,13	-1,84	-2,18	-2,03	-2,15	-1,81	-1,59	-1,64	-1,52	-1,53	-1,45	-0,20	-0,18
IX	0,88	1,61	1,19	1,15	0,83	1,21	1,38	1,99	2,02	1,90	1,78	1,56	1,73	1,02	-0,52	-0,69
X	0,43	-2,11	-2,48	-1,55	-1,40	-2,19	-2,21	-2,77	-2,26	-1,78	-1,50	-1,70	-1,80	-2,21	-2,94	-3,61
XI	4,73	2,50	2,85	2,10	2,36	2,55	2,61	2,55	2,24	2,31	2,45	2,45	2,68	2,79	0,44	0,47
XII	0,91	0,81	2,19	1,82	1,87	1,79	1,72	1,70	1,58	1,61	1,73	1,74	1,80	1,90	2,23	2,44
XIII	0,43	1,98	1,80	1,31	1,28	1,15	1,12	1,25	1,23	0,97	0,68	0,64	0,60	0,19	-1,35	-1,93
XV	1,96	2,01	1,99	2,02	2,50	2,21	3,00	2,85	2,47	2,48	2,01	1,58	1,42	1,33	-0,38	-0,71
XVI	-1,06	-2,17	-2,19	-1,28	-1,42	-1,47	-1,14	-0,86	-0,37	0,06	-0,07	0,04	0,05	0,19	-0,69	-0,72
XVII	-1,31	-1,97	-2,01	-1,09	-1,30	-1,02	-1,30	-1,31	-0,66	-0,88	-1,04	-0,84	-0,72	-0,73	-1,03	-1,08
XVIII	-1,34	-3,15	-3,02	-2,50	-2,82	-2,83	-2,72	-2,47	-2,22	-2,02	-1,83	-1,72	-1,86	-1,85	-1,71	-1,85
XX	5,82	6,02	4,71	2,70	2,57	2,44	2,32	2,34	2,18	2,01	2,23	2,14	2,11	1,96	1,06	0,96
XXII	-1,61	2,11	0,60	-1,72	-2,37	-3,66	-4,28	-3,00	-1,32	0,06	0,61	1,05	1,20	0,44	-0,37	-4,91

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat.*

La grupa V (produse minerale), situația pe relația cu UE este puternic contrastantă începând cu 2006 față de cea globală, deoarece în schimburile comerciale ale României cu UE s-au înregistrat sistematic valori pozitive în ultimii ani, fapt care reflectă restructurarea prin privatizare a sectorului, dar și faptul că apartenența la UE a investitorului principal în acest sector.

În ceea ce privește grupa produselor chimice (VI), este evident că pe relația cu Uniunea Europeană valorile sunt mai puțin favorabile decât pe cea globală, dovadă că restructurarea mult așteptată lasă de dorit, lipsa acesteia reflectându-se, de altfel, și în costul unitar al forței de muncă din industria chimică, care depășește costul mediu al muncii pe total industrie.

Grupa IX (produse din lemn, exclusiv mobilier) înregistrează valori descrescătoare ale avantajului comparativ începând din anul 2004, ceea ce înseamnă că pe relația cu UE nu a fost avantajos ca România să desfășoare schimburi în formă brută de produse din această grupă, fapt confirmat de altfel de valorile negative înregistrate în ultimii doi ani. Trebuie menționat aici că descreșterea a început o dată cu impunerea drastică a unor bariere comerciale de tip netarifar (contingente etc.) pentru exportul unor astfel de produse, fapt care nu este deloc negativ și ar putea fi transformat într-un avantaj, dacă tendința descrescătoare a acestei grupe s-ar fi regăsit într-o creștere a grupei XX (mobilă). Din păcate și aceasta din urmă a înregistrat tendințe descrescătoare spre anul 2011, chiar dacă încă valorile se mențin pozitive. Situația acestei grupe pe relația cu Uniunea Europeană este totuși bună**,** valorile fiind mai mari decât cele de pe relația globală, ceea ce înseamnă că mobila reprezintă unul dintre sectoarele care aduc câștig în relație cu țările din Uniunea Europeană.

La grupa XI, avantajul comparativ a înregistrat și la acest indicator valori mai mari, ceea ce înseamnă că pentru acest sector a fost mai avantajos comerțul cu UE decât comerțul global, însă tendința este clar descrescătoare spre anul 2011.

Grupa XII (încălțăminte) a înregistrat cel mai bun avantaj comparativ pe relația cu UE în perioada analizată, cu valori în creștere continuă din anul 2004 încoace. Așadar, situația acestei grupe, ca de altfel și a grupei anterioare, este explicabilă prin costul redus al forței de muncă din acest sector (industria ușoară) și de fapt, exportului în lohn – la grupa XI și ISD în creștere – la grupa XII. De remarcat este diferența de rezultate dintre o activitate de tip lohn și una indusă de ISD: în timp ce în primul caz tendința avantajului comparativ este de descreștere tot mai accentuată, în al doilea caz, situația se inversează, iar tendința este crescătoare.

Grupa XIII înregistrează avantaje comparative, descrescătoare din anul 2003 încoace, care ating chiar valori negative în anii 2010 și 2011. Această tendință este dată de creșterea sectorului construcțiilor din țara noastră, accelerând importurile. La această situație o contribuție importantă o deține proliferarea creditelor imobiliare din ultimii ani.

La grupa intensivă în tehnologie (XVI - Mașini și aparate; echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul și imaginile) se menține, de asemenea, trendul negativ, excepție făcând anii 2005 și 2007-2009, când s-au înregistrat valori pozitive, însă situația pe relația cu UE este mult mai bună față de cea de pe relația globală, cu toate creditele de consum acordate în această perioadă, ce au condus la o creștere a cererii de produse din această categorie, acoperită prin importuri din UE.

Relația cu Uniunea Europeană reflectă așadar, avantaje comparative sau dezavantaje comparative similare cu cele înregistrate pe relația globală, excepții înregistrându-se la grupele II, V, IX, XI și respectiv, la XXII.

Important de precizat aici este faptul că, dacă grupa de produse la care am identificat avantaj comparativ pe relația globală înregistrează pondere mare la export sau la import în și dinspre UE, dar și în exportul și importul total, acest fapt este un prim indiciu că se păstrează avantajul comparativ.

În continuare, sunt analizate grupele care înregistrează ponderi semnificative în comerțul exterior românesc pe relația cu UE, în totalul importurilor, respectiv a exporturilor, calculând astfel aceste ponderi în totalul grupei respective (rezultatele acestor calcule se regăsesc în **Anexa 4.8**) și coroborându-le cu datele din **Tabelul 4.15**, referitoare la avantajele comparative. Se poate observa că în principiu, la cel puțin una din componente (export sau import), ponderea este peste 50% în totalul exporturilor sau al importurilor din grupa respectivă de produse la grupele la care s-a găsit avantaj comparativ. Relevanța acestui calcul e importantă pentru a determina în ce măsură avantajul comparativ al României cu Uniunea Europeană este exploatat, respectiv ce pondere ocupă exportul sau importul cu UE pe grupe de produse, în totalul exportului și al importului românesc.

În completarea analizei sunt necesare și calcule referitoare la ponderile deținute de fiecare grupă la import și la export, în importul și exportul total cu UE, redate în **Anexa 4.9** pentru perioada 2006-2011. În tabele sunt evidențiate grupele la care se înregistrează evoluții ascendente la export, respectiv la import, sub aspectul ponderilor în totalul exporturilor în, respectiv al importurilor din UE.

Ponderi ridicate în exporturile românești către UE dețin următoarele categorii de produse: materiale textile și confecții (grupa XI); încălțăminte (grupa XII), mașini și echipamente (XVI); metale comune și articole din acestea (XV); mijloace și materiale de transport (XVII), mobilă (XX). În ceea ce privește importul din UE, ponderi mari dețin grupele: produse chimice (VI), materiale textile (XI), metale comune (XV) și mașini și echipamente (XVI). O parte din grupele de produse care înregistrează ponderi ridicate la export și/sau import sunt și grupe cu avantaje comparative (IX, XI, XII, XV, XX). Grupa XVI

intensivă în tehnologie înregistrează ponderi în creștere la export și la import, cu o pondere mai mare la import. Faptul că pe relația cu UE ponderea importurilor din grupa intensivă în tehnologie în totalul importurilor este mare reprezintă un semnal favorabil atunci când importurile respective deservesc producția pentru export.

În completarea studiului, considerăm important și indicatorul Michaely, propus de Michael Michaely[99] în 1967, și care are următoarea formulă de calcul:

$$M_j^i = (x_j^i / \sum_{j=i}^{N} x_j^i - m_j^i / \sum_{j=1}^{N} m_j^i) x 100 \quad \textit{Formula nr. 10}$$

unde: x_j - reprezintă exporturile din grupa sau produsul *j*;
m_j - importurile din grupa sau produsul *j*.

Acest indicator are avantajul că ia în considerare și importurile pentru produsul sau grupa de produse *j,* reflectând astfel situația deficitului comercial pe grupe de produse (valori negative) sau a excedentului comercial (valori pozitive), prin diferența dintre ponderile deținute la export și la import în cadrul exportului și importului total pe grupe de produse.

Prin urmare, situația deficitului comercial în cadrul unei grupe de produse se poate reda în modul cel mai elocvent, cu ajutorul *indicatorului Michaely*, calculat în **Tabelul 4.16**. Din acest tabel rezultă că grupele la care România nu înregistrează deficite ale balanței comerciale sunt grupele IX, XI, XII, XV și XX, rezultatele fiind în concordanță cu obținute din calculul celorlalți indicatori, întrucât aceste grupe au fost cele pe care le-am identificat ca fiind grupe cu potențial de evoluții pozitive aproape în toate cazurile.

[99] conform Review: Benjamin J. Cohen - *Economica*, New Series, Vol. 36, No. 141 (Feb., 1969), p. 102-103

Tabelul 4.16: Indicatorul Michaely aplicat asupra comerțului exterior românesc în perioada 1996-2011

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	2,60	2,90	2,30	2,20	0,90	1,30	1,80	-0,60	0,20	0,10	-0,70	-0,60	0,00	-0,40	-1,20	-0,90
II	-4,40	-5,70	-6,10	-0,90	1,10	3,20	0,50	0,20	0,80	-0,90	-0,60	-0,30	-1,70	-1,00	-0,10	0,30
III	-0,10	-0,50	0,90	0,30	0,70	0,70	1,20	0,40	0,30	-0,10	0,00	-0,30	-0,10	0,10	0,10	0,00
IV	-5,00	-5,90	-5,10	-4,40	-4,70	-4,00	-2,50	-3,30	-3,20	-3,00	-2,70	-2,20	-2,20	-2,20	-2,00	-2,00
V	-28,70	-19,30	-16,80	-15,20	-14,90	-15,00	-13,70	-8,20	-5,90	-6,60	-7,40	-4,20	-5,30	-6,20	-4,50	-3,50
VI	-0,40	3,10	-0,80	0,10	0,10	-0,10	-1,70	-4,60	-5,40	-3,30	-3,40	-4,90	-4,20	-3,90	-3,00	-3,60
VII	0,00	-0,90	-1,50	-0,90	-1,20	-1,50	-1,70	-2,20	-2,40	-2,30	-2,90	-2,90	-2,70	-2,10	-2,10	-2,00
VIII	0,30	-0,70	-1,00	-1,20	-1,40	-1,60	-1,70	-1,80	-2,10	-1,80	-2,00	-2,20	-1,90	-1,50	-1,30	-1,00
IX	2,00	3,00	3,10	3,30	2,70	3,20	3,60	4,10	5,20	4,80	3,90	3,70	3,70	3,50	2,80	2,60
X	-0,10	-1,10	-1,10	-1,40	-1,20	-1,70	-1,50	-2,10	-1,90	-1,50	-1,30	-1,40	-1,50	-1,30	-1,40	-1,40
XI	4,90	1,50	6,00	7,50	8,10	9,70	9,20	10,60	7,50	7,80	10,10	8,90	10,50	9,70	8,70	7,80
XII	1,20	1,00	2,50	4,10	4,40	5,20	5,10	5,70	6,20	5,90	7,00	6,80	6,70	5,30	4,70	4,30
XIII	0,5	1,10	1,10	0,80	0,80	0,60	0,50	0,50	0,40	0,20	0,00	-0,20	-0,30	-0,60	-0,90	-1,10
XV	10,10	12,50	15,30	12,40	12,80	9,40	12,50	12,50	8,90	9,10	6,00	5,50	5,20	7,10	6,00	5,10
XVI	1,70	-3,00	-8,60	-11,90	-12,30	-13,60	-14,30	-13,50	-12,10	-10,70	-7,90	-7,20	-7,90	-6,20	-5,70	-4,00
XVII	8,50	6,20	3,90	1,70	1,60	1,80	1,90	1,10	1,30	0,70	0,10	0,00	-0,50	-2,90	-2,30	-1,70
XVIII	-1,80	-0,90	-1,50	-2,00	-2,50	-1,80	-2,00	-1,80	-2,10	-2,30	-2,10	-2,00	-1,80	-1,30	-1,10	-1,00
XX	8,40	7,60	7,00	5,50	5,50	5,10	4,40	4,30	3,90	3,30	3,60	3,50	3,70	3,60	3,00	2,60
XXII	0,90	-0,90	0,70	0,30	-0,40	-0,80	-1,40	-1,10	0,10	0,20	0,20	0,30	0,40	0,20	0,30	0,20

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

Deficite comerciale permanente, respectiv valori negative pentru aproape fiecare an (excepție făcând anul 1996 la câteva dintre ele) la indicatorul Michaely se remarcă la grupa IV (alimente, băuturi, tutun), grupa V (produse minerale), grupa VII (materiale plastice, cauciuc și articole din acestea), grupa VIII (piei crude, piei tăbăcite, blănuri și produse din acestea), grupa X (hârtie), grupa XVI (mașini și echipamente) și respectiv, grupa XVIII (instrumente și aparate optice).

Din calcularea indicatorului Michaely pe relația cu UE (a se vedea **Tabelul 4.17**), se poate observa că, spre deosebire de comerțul său global, România a înregistrat excedent permanent la grupa XIII (Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și din materiale similare) și, respectiv, în ultimii 6 ani, la grupa V (produse minerale). Rezultatele grupelor V și XIII reflectă faptul că deficitul global înregistrat în aceste cazuri nu se datorează schimburilor comerciale cu Uniunea Europeană, în care exportăm mai mult decât importăm la aceste categorii de produse, ci relațiilor comerciale cu alte state, cum ar fi spre exemplu, Rusia pentru grupa V (deoarece comerțul exterior românesc pe relația cu Orientul Mijlociu – alt mare furnizor de astfel de produse al României - este excedentară). În ceea ce privește restul grupelor, situația este relativ similară cu relația globală, ceea ce era și de așteptat având în vedere ponderea comerțului exterior cu UE în totalul comerțului României.

Trebuie semnalat faptul că se observă o scădere considerabilă la grupa XV (metale) în ultimii ani analizați, dovedind că este imperios necesară restructurarea în domeniu[100] și că excedentele înregistrate la grupa XI sunt aproape egale cu cele pe relația globală, fapt care arată că activitatea de lohn din domeniul textilelor se desfășoară preponderent cu statele UE, fapt deloc pozitiv dacă avem în vedere concurența asiatică.

Deficitul comercial înregistrat la grupa XVI are o tendință descrescătoare în ultimii ani, cu excepția anului 2010, ceea ce înseamnă că există un potențial în această direcție ce ar trebui exploatat. Studiul detaliat al acestei grupe este necesar pentru a determina dacă se exportă realmente produse intensive în tehnologie din această grupă, deoarece România ar avea ea însăși nevoie de import de tehnologie în vederea realizării unei creșteri economice durabile.

[100] în acest domeniu, un rol important în redresarea ulterioară 1-a avut privatizarea Combinatului Sidex Galați.

Tabelul 4.17: **Indicatorul Michaely pentru comerțul exterior românesc pe relația cu UE în perioada 1996-2011**

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	1,80	1,80	0,70	0,60	0,40	0,60	0,80	-0,10	0,40	0,10	-0,30	-0,70	0,30	-0,50	-1,00	0,20
II	-7,50	-6,50	-7,60	0,00	0,50	0,20	0,40	0,30	1,00	0,00	0,40	0,40	-0,20	-0,10	0,40	0,40
III	-0,30	-0,70	0,30	-0,40	-0,10	-0,30	-0,40	-0,40	-0,20	-0,20	-0,20	-0,30	-0,20	0,00	0,00	0,00
IV	-6,70	-3,60	-3,20	-3,60	-3,60	-3,20	-2,00	-2,30	-2,10	-1,40	-1,20	-1,20	-1,30	-1,80	-1,70	0,10
V	8,50	2,70	6,20	3,70	-0,30	-0,50	-1,50	-0,20	-0,60	-0,80	0,50	4,20	1,70	2,00	1,30	0,60
VI	-7,20	-3,40	-5,80	-5,70	-5,60	-7,40	-6,60	-7,50	-8,70	-7,30	-7,40	-8,40	-7,50	-7,30	-4,60	0,80
VII	-1,10	-0,70	-1,60	-2,20	-1,30	-2,20	-2,00	-2,20	-2,90	-2,90	-3,70	-4,20	-4,40	-4,20	-5,70	0,30
VIII	0,30	-0,80	-1,40	-2,50	-2,70	-3,70	-3,30	-3,20	-3,60	-3,40	-3,90	-4,00	-3,60	-2,30	0,50	1,10
IX	1,50	2,50	1,50	1,30	1,10	1,40	1,60	2,20	3,40	2,80	2,40	2,20	2,50	2,10	-0,10	0,30
X	0,30	-0,50	-0,80	-1,40	-1,20	-2,00	-1,70	-1,90	-1,80	-1,60	-1,40	-1,70	-1,80	-2,00	-2,30	0,10
XI	12,00	15,80	28,00	28,80	27,20	32,50	32,70	32,40	31,80	30,50	31,60	31,00	31,20	24,00	11,20	7,00
XII	1,50	1,80	5,40	8,00	7,60	9,00	8,90	8,80	9,20	9,20	10,10	9,90	9,50	7,30	8,00	2,10
XIII	1,00	2,90	2,40	1,80	1,70	1,60	1,40	1,40	1,30	1,00	0,80	0,70	0,60	0,40	-1,20	0,20
XV	9,80	11,00	8,50	9,90	15,10	13,90	15,40	14,50	10,90	11,10	7,70	5,70	5,20	7,00	0,10	1,00
XVI	-9,20	-8,50	-13,20	-16,90	-13,20	-16,40	-9,00	-5,60	-3,00	2,50	1,40	2,20	3,10	6,30	-5,00	4,00
XVII	-5,20	-3,20	-4,30	-4,20	-4,30	-3,50	-3,40	-4,20	-2,70	-3,80	-4,90	-4,50	-3,70	-3,20	-4,80	1,20
XVIII	-0,70	-1,00	-1,50	-2,60	-2,30	-2,60	-2,30	-2,00	-2,10	-1,90	-1,60	-1,70	-1,80	-1,50	-1,10	0,20
XX	16,90	17,80	13,90	10,70	9,60	9,00	7,30	6,40	6,40	5,50	5,80	5,60	5,70	5,40	4,40	1,10
XXII	-2,30	0,50	0,10	-0,90	-1,00	-1,80	-2,40	-2,20	-0,50	0,10	0,20	0,20	0,20	0,10	-0,10	0,00

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat.*

Grupa XVI este alcătuită din două subgrupe: 84 - *boilere, mașini și dispozitive mecanice* - și subgrupa 85 - *mașini, aparate și echipamente electrice, aparate pentru înregistrarea și reproducerea sunetului*. Detalierea celor două subgrupe în perioada 1996-2011, este redată în **Tabelul 4.18**.

Tabelul 4.18: Indicatorul Michaely pentru comerțul exterior românesc pe relația globală cu produsele din grupa XVI, subgrupele 84 și 85, în perioada 1996-2011

Grupele/ subgrupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
XVI	-9,20	-8,50	-13,20	-16,90	-13,20	-16,40	-9,00	-5,60	-3,00	2,50	1,40	2,20	3,10	6,30	-5,00	-4,00
84	4,50	0,40	-5,00	-7,70	-8,80	-9,80	-9,20	-7,60	-6,50	-5,30	-6,00	-6,50	-7,40	-5,90	-5,60	-3,60
85	-2,70	-3,40	-3,60	-4,30	-3,50	-3,80	-5,10	-5,90	-5,50	-5,30	-1,90	-0,70	-0,50	-0,40	-0,20	-0,10

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7.**

Din tabel rezultă că atât exporturile, cât și importurile din cele două subgrupe înregistrează un trend crescător dar deficitar, iar din cadrul subgrupei 85 România exportă și importă în valoare mai mare și are sold aproape pozitiv în anul 2011.

Datele reflectă faptul că se exportă şi se importă mai mult din cadrul subgrupei 85, fapt pe care îl putem considera mai puțin favorabil deoarece detalierea mai mare pe produse relevă că subgrupa 84 este mai intensivă în tehnologie, deoarece cuprinde mai mult maşini şi echipamente, iar subgrupa 85, părți și accesorii și aparate de emisie pentru radiotelegrafie, radiodifuziune sau televiziune; în general, bunuri de folosință finală care, dacă sunt importate, nu pot contribui ulterior la exporturi. Aşadar, indiferent că este vorba despre subgrupa 84 sau despre subgrupa 85, se înregistrează deficite, deoarece în toate cazurile importurile depăşesc exporturile.

Dacă la grupele IX şi XI, am obținut avantaj comparativ (a se revedea **Tabelul 4.14**), acest rezultat ar fi fost de dorit şi pentru grupa XVI, intensivă în tehnologie. Grupa XVI - intensivă în tehnologie - prezintă o importanță majoră, deoarece importurile, respectiv exporturile din această grupă ar putea contribui la o creştere economică pe termen lung a economiei românești și la o echilibrare a balanței comerciale.

În continuare, din baza datelor statistice oferite de Centrul de Comerț Internațional (*International Trade Center*, eng.) - de unde am preluat date

privind câteva din produsele acestei grupe, considerate ca fiind semnificative în redarea profilului la importuri și la exporturi - privind primele 40 de produse în topul exporturilor românești, conform clasificării SITC, între care am găsit și produse care fac parte din grupa XVI, am considerat numai produsele care s-au regăsit în topul celor 40 cel puțin doi ani în intervalul 2005-2010 și le-am redat în **Tabelul 4.19**.

Tabelul 4.19: Produse exportate din grupa XVI, conform HS 4 - digit classification, aflate în topul primelor 40 produse în perioada 2005-2010, exprimate în mil. Euro

Anul / Cod Subgrupe ale grupei XVI	2005	2006	2007	2008	2009	2010
8537	45*	80*	131	178	226	365
8528	92*	77*	48*	253	364	376
8536	121*	147	252	310	273	400
8482	197	225	319	430	374	486
8414	203	272	465	434	318	493
8525	73*	41*	22*	450	982	1706
8544	1147	1543	1648	1912	1584	1947
8517	68*	73*	163	668	1247	2117

Sursa: ITC - *International Trade Center*, 2012, site: http://legacy.intracen.org/appli1/TradeCom/TP_EP_CI.aspx?RP=642&YR=2009, consultat în perioada iulie-septembrie 2012.

* Nu este în top.

Detalierea subgrupelor reflectă faptul că produsele aflate în cadrul primelor 40 de produse exportate de România din grupa XVI sunt: receptoare de televiziune (inclusiv monitoare video) (8528), aparate pentru comutarea, tăierea, protecția circuitelor electrice sub 1000 V (8536), fire, cabluri și alți conductori electrici (8544), aparate electrice pentru telefonie (8517), aparate de emisie pentru radiotelefonie (8525), pompe cu aer cu vacuumetrice, compresoare de aer sau gaze (8414), rulmenți cu bile, cu găleți, cu role sau cu role-ace (8482), iar în valoare mai mică se exportă tablouri, panouri, console, pupitre, cabinete, alte suporturi (8537).

Valori considerabile înregistrează produsul 8517, care de altfel, a și rămas în topul celor 40 de produse pe toată perioada considerată, fiind notabilă investiția Nokia de la Jucu care se pare că a avut un rol important în evoluția exporturilor grupei XVI, acestea dublându-se de la un an la altul începând cu 2008 (orientativ, conform datelor INS din 2012, valoarea exporturilor acestei grupe în 2011 a fost de 2169 mil. Euro). Exporturile de fire, cabluri și conductori electrici pot fi considerate

produse care necesită o anumită prelucrare, însă valoarea lor adăugată nu este mare, știut fiind faptul că industria automobilelor utilizează pe scară largă țările cu forță de muncă ieftină și calificată pentru furnizarea acestor produse; ca atare, putem considera că România se încadrează – din păcate – în această categorie.

La importuri, aceeași detaliere a grupei intensive în tehnologie prezintă în perioada 2005-2010, următoarea situație:

Tabelul 4.20: Produse importate din grupa XVI, conform HS 4 - digit classification, aflate în topul primelor 40 produse în perioada 2005-2010, exprimate în mil. Euro

Anul / Cod Subgrupe ale grupei XVI	2005	2006	2007	2008	2009	2010
8479	168*	216*	345	350	226	234
8528	159*	185*	498	438	236	256
8471	530	599	569	576	345	412
8414	272	346	459	442	300	441
8542	221*	326	322	383	343	531
8536	371	530	536	530	445	561
8544	438	641	773	800	654	857
8517	210*	277	850	1282	1415	2035

Sursa: ITC - *International Trade Center*, 2012, site: http://legacy.intracen.org/appli1/TradeCom/TP_EP_CI.aspx?RP=642&YR=2009, consultat în perioada iulie-septembrie 2012.; * Nu este inclusă în top.

În cazul importurilor, am regăsit astfel mai multe produse din grupa XVI ca situându-se în topul celor 40 de produse importate de România, fapt care semnifică o diversificare mai mare a importurilor situate în top, din cadrul acestei grupe. Structura pe produse semnificative este redată la importuri de bunuri de folosință finală, cum sunt produsele 8471 (mașini de prelucrare a datelor și părți ale acestora) și 8479 (mașini, dispozitive mecanice care funcționează individual). De asemenea, România importă aparate de emisie pentru radiotelefonie, radiodifuziune sau televiziune, în general, bunuri de folosință finală care nu contribuie la exporturi. Un semnal pozitiv l-ar putea constitui însă creșterea importurilor din produsul 8479 (mașini, dispozitive mecanice care funcționează individual) sau din celelalte produse, bazate pe electricitate, deoarece acestea ar putea contribui în măsură mare la performanță și la exporturi intensive în tehnologie. Cu toate acestea, se dovedește că, odată cu proliferarea creditelor pentru consum, schimburile comerciale cu produse din această grupă s-au intensificat pe fondul nevoii crescânde a

românilor pentru aparatură electrocasnică sau telefonie mobilă.

Din structura exporturilor reiese că exporturile constau în produse cu valoare adăugată relativ mică, motiv pentru care nu există încă certitudinea privind destinația importurilor prezentate anterior. Se desprinde concluzia că avantajul comparativ obținut la grupa textile și lemn se poate datora și importurilor de echipamente sau mașini destinate acestor sectoare.

Indicatorul Lafay

Avantajele care rezultă de pe urma comerțului pot fi redate și cu ajutorul indicatorului propus de G. Lafay, în 1997:

$$LFI_j^i = 100 \cdot \left[\frac{x_j^i - m_j^i}{x_j^i + m_j^i} - \frac{\sum_{j=1}^{N} (x_j^i - m_j^i)}{\sum_{j=1}^{N} (x_j^i + m_j^i)} \right] \cdot \frac{x_j^i + m_j^i}{\sum_{j=1}^{N} (x_j^i + m_j^i)} \qquad \textit{Formula nr. 11}$$

unde: x_j - reprezintă exporturile din grupa sau produsul *j*;

m_j - importurile din grupa sau produsul *j*.

Indicatorul Lafay permite controlul asupra distorsiunilor induse de „fragmentare internațională a producției" și de fluctuațiile macroeconomice, iar din această perspectivă este superior indicatorului avantajului comparativ propus de Balassa. Indicatorul Lafay calculează diferența dintre balanța comercială normalizată pe produs și balanța comercială globală, luând în calcul contribuția fiecărui produs (sau grupe de produse) din perspectiva importanței lor în comerț.

Conform indicatorului Lafay, avantajul comparativ al unei țări *i* în producerea unui bun *j* se măsoară prin devierea balanței normalizate a comerțului pentru produsul *j* de la balanța comercială normalizată, multiplicată cu ponderea comerțului (importuri plus exporturi) a produsului *j* în totalul comerțului. Astfel, se poate aprecia că acesta este, probabil, motivul pentru care indicatorul Lafay este mai des întâlnit în analizele efectuate în comerțul internațional decât indicatorul Michaely, chiar dacă acesta din urmă a apărut – cronologic – primul.

Chiar dacă cei doi indicatori se aseamănă, vom calcula indicatorul Lafay pentru comerțul exterior al României în perioada 1996-2011 pe relația globală și pe relația cu UE, atât pentru a observa dacă există similaritate între rezultatele obținute în acest caz și rezultatele obținute în cazul indicatorului Michaely, cât și pentru a aprofunda cât mai mult posibil analiza noastră cu privire la evoluția și tendințele comerțului exterior românesc în contextul integrării europene.

Tabelul 4.21: Evoluția indicatorului Lafay pentru comerțul exterior românesc în relația globală și în relația cu UE, în perioada 1996-2011

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
I	1,25	1,38	1,11	1,08	0,44	0,61	0,87	-0,30	0,10	0,04	-0,32	-0,30	-0,01	-0,20	-0,56	-0,44	
UE	0,88	0,82	0,32	0,31	0,21	0,29	0,38	-0,04	0,22	0,04	-0,17	-0,35	0,13	-0,23	-0,47	-0,33	
II	-2,16	-2,76	-2,97	-0,46	0,56	1,54	0,22	0,12	0,42	-0,46	-0,28	-0,14	-0,84	-0,47	-0,05	0,12	
UE	-3,74	-3,04	-3,66	0,01	0,26	0,08	0,19	0,15	0,51	-0,01	0,19	0,18	-0,12	-0,07	0,22	0,40	
III	-0,04	-0,23	0,45	0,17	0,36	0,32	0,57	0,18	0,17	-0,04	0,00	-0,15	-0,04	0,07	0,05	0,02	
UE	-0,16	-0,34	0,13	-0,21	-0,05	-0,15	-0,18	-0,20	-0,08	-0,12	-0,09	-0,17	-0,09	0,01	0,00	-0,02	
IV	-2,42	-2,88	-2,51	-2,19	-2,33	-1,92	-1,23	-1,61	-1,58	-1,46	-1,34	-1,11	-1,09	-1,05	-0,98	-0,96	
UE	-3,36	-1,69	-1,53	-1,80	-1,78	-1,59	-0,98	-1,15	-1,04	-0,71	-0,59	-0,59	-0,65	-0,88	-0,84	-0,74	
V	-14,01	-9,32	-8,23	-7,54	-7,33	-7,26	-6,71	-3,99	-2,94	-3,24	-3,62	-2,08	-2,60	-3,03	-2,17	-1,65	
UE	4,22	1,27	3,01	1,83	-0,12	-0,26	-0,74	-0,10	-0,28	-0,39	0,23	2,09	0,84	0,99	0,65	0,63	
VI	-0,19	1,48	-0,39	0,03	0,05	-0,05	-0,85	-2,25	-2,66	-1,61	-1,67	-2,43	-2,07	-1,88	-1,45	-1,70	
UE	-3,62	-1,60	-2,77	-2,85	-2,76	-3,65	-3,25	-3,70	-4,33	-3,65	-3,66	-4,21	-3,75	-3,60	-2,24	-1,98	
VII	-0,02	-0,43	-0,71	-0,43	-0,61	-0,74	-0,86	-1,08	-1,17	-1,12	-1,39	-1,43	-1,30	-1,02	-1,00	-0,94	
UE	-0,54	-0,33	-0,79	-1,12	-0,62	-1,08	-0,98	-1,07	-1,46	-1,42	-1,83	-2,10	-2,18	-2,06	-2,78	-2,49	
VIII	0,13	-0,32	-0,50	-0,59	-0,68	-0,80	-0,82	-0,89	-1,04	-0,90	-0,99	-1,10	-0,95	-0,71	-0,61	-0,47	
UE	0,16	-0,38	-0,68	-1,23	-1,33	-1,83	-1,63	-1,59	-1,79	-1,71	-1,96	-2,01	-1,77	-1,11	0,25	0,46	
IX	0,96	1,46	1,54	1,62	1,33	1,56	1,74	2,00	2,57	2,37	1,93	1,81	1,80	1,70	1,34	1,25	
UE	0,73	1,19	0,70	0,66	0,55	0,72	0,80	1,11	1,72	1,41	1,19	1,11	1,27	1,02	-0,05	-0,01	
X	-0,07	-0,51	-0,53	-0,68	-0,59	-0,82	-0,73	-1,01	-0,96	-0,72	-0,63	-0,71	-0,73	-0,64	-0,67	-0,65	
UE	0,16	-0,26	-0,37	-0,70	-0,61	-0,98	-0,82	-0,92	-0,92	-0,79	-0,72	-0,86	-0,92	-0,99	-1,14	-0,98	
XI	2,40	0,71	2,91	3,71	3,98	4,70	4,50	5,15	3,70	3,85	4,91	4,39	5,13	4,72	4,21	3,71	
UE	5,98	7,39	13,48	14,39	13,50	16,10	16,19	15,98	15,82	15,19	15,73	15,44	15,53	11,86	5,49	5,07	
XII	0,58	0,49	1,24	2,06	2,15	2,50	2,48	2,74	3,08	2,91	3,41	3,34	3,25	2,58	2,26	2,06	

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
UE	0,76	0,85	2,62	3,98	3,74	4,48	4,39	4,34	4,61	4,58	5,00	4,92	4,73	3,59	3,89	3,52
XIII	0,22	0,55	0,52	0,41	0,40	0,29	0,26	0,25	0,21	0,08	0,02	-0,09	-0,16	-0,30	-0,46	-0,50
UE	0,49	1,36	1,14	0,92	0,82	0,77	0,69	0,68	0,64	0,49	0,38	0,34	0,32	0,18	-0,56	-0,54
XV	4,91	6,06	7,50	6,19	6,31	4,57	6,14	6,04	4,40	4,49	2,92	2,69	2,56	3,44	2,88	2,43
UE	4,87	5,12	4,12	4,96	7,47	6,86	7,63	7,14	5,44	5,56	3,82	2,84	2,57	3,44	0,06	-0,09
XVI	0,84	-1,43	-4,19	-5,93	-6,03	-6,59	-7,00	-6,54	-5,95	-5,27	-3,86	-3,54	-3,87	-3,03	-2,76	-1,88
UE	-4,58	-3,97	-6,36	-8,44	-6,53	-8,10	-4,47	-2,76	-1,47	1,22	0,70	1,12	1,53	3,10	-2,44	-0,37
XVII	4,16	2,98	1,93	0,85	0,76	0,89	0,95	0,51	0,66	0,32	0,06	-0,02	-0,22	-1,42	-1,10	-0,81
UE	-2,62	-1,48	-2,06	-2,10	-2,12	-1,74	-1,70	-2,07	-1,33	-1,91	-2,44	-2,25	-1,85	-1,59	-2,37	-1,42
XVIII	-0,89	-0,42	-0,76	-1,00	-1,24	-0,88	-0,99	-0,89	-1,02	-1,13	-1,01	-0,98	-0,86	-0,63	-0,55	-0,50
UE	-0,33	-0,45	-0,73	-1,31	-1,13	-1,29	-1,13	-0,98	-1,03	-0,96	-0,81	-0,83	-0,87	-0,76	-0,54	-0,41
XX	4,10	3,66	3,45	2,75	2,70	2,46	2,14	2,10	1,95	1,61	1,76	1,72	1,81	1,77	1,47	1,24
UE	8,42	8,32	6,72	5,34	4,74	4,46	3,59	3,18	3,20	2,76	2,87	2,81	2,81	2,68	2,15	1,88
XXII	0,46	-0,41	0,32	0,14	-0,20	-0,39	-0,67	-0,54	0,06	0,11	0,11	0,15	0,19	0,11	0,15	0,09
UE	-1,17	0,23	0,05	-0,47	-0,51	-0,90	-1,19	-1,06	-0,23	0,04	0,10	0,09	0,10	0,05	-0,06	-0,04

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7**, *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat*.

Pe baza rezultatelor redate în **Tabelul 4.21**, se poate constata din nou că specializarea României este incontestabil redată de grupele IX, XI, XII, XV, XX. Rezultatele sunt însă de valoare mai mică decât în cazul indicatorului Michaely, datorită modului de calcul.

Tot din tabel se mai poate observa că valorile indicatorului Lafay la grupa IX (Lemn) sunt mai mici –chiar negative în ultimii doi ani - pe relația cu UE decât pe relația globală, în timp ce la celelalte grupe – XI, XII, XX, situația este inversă. Excepție face grupa XV (Metale), unde în intervalul 1996-1999, valorile pe relația cu UE sunt mai mici decât cele pe relația globală, pentru ca din anul 2010, acestea să scadă mult sub nivelul celor pe relația globală, ajungând negative în anul 2011.

Indicatorul comerțului intra-ramură Grubel-Lloyd

Un indicator important necesar pentru reliefarea diversificării schimburilor unei țări este *indicatorul Grubel-Lloyd*, care se calculează astfel:

$$I_{GL} = 1 - \left| (x_j - m_j)(x_j + m_j) \right| \qquad \textit{Formula nr. 12}$$

unde: x_j - reprezintă exporturile din produsul sau grupa de produse *j,*
m_j - importurile din produsul sau grupa de produse *j.*

Comerțul intra-ramură este definit drept comerț de produse aparținând aceleiași ramuri industriale, rațiunea principală a acestuia constând în lărgirea gamei sortimentale a produselor oferite pe piața internă. Schimburile intra-ramură au fost promovate de noile teorii ale comerțului internațional și derivă din gusturile consumatorilor, care percep produsele străine, ca având caracteristici care lipsesc produselor indigene.[101] Astfel, acesta este un comerț bazat pe varietate și, deci, pe cerere de diferență.

Interpretarea indicatorului Grubel-Lloyd este următoarea: dacă la aceeași grupă de produse obținem un indicator favorabil apropiat de l, aceasta poate să însemne, de exemplu, că dacă grupa de produse cuprinde produse ce aparțin aceluiași proces de producție, se importă componente care vor fi încorporate în produsele exportate. Conform lui C. Zaman[102], în cazul unei țări ca România, o valoare mare a indicatorului poate semnifica o specializare scăzută a activităților economice în contextul internațional al schimburilor comerciale internaționale,

[101] Conform Ghe. Ciobanu, *op.cit*., 2004, p. 20.
[102] Zaman, Constantin, *Ajustări structurale ale comerțului internațional al României*, Colecția de Studii Cerope, lucrare nr.16, oct., 1999.

și aceasta cu atât mai mult cu cât, în cadrul grupelor mari din Nomenclatorul Combinat sunt incluse și materii prime, și produse finite. De exemplu, la grupa textile sunt incluse și fibre sintetice sau artificiale, bumbac și fibre naturale, dar și articole de îmbrăcăminte. Nu este greu de intuit că, de fapt, avantajul comparativ al grupei este obținut pe baza importului de materii prime, încadrarea în aceeași grupă și a materiilor prime, și a produselor finite este justificată de faptul că produsele presupun același proces de producție. Din aceste motive, calcularea indicatorului Grubel-Lloyd este recomandabil a fi realizată în cadrul grupei mari, deoarece intrările și ieșirile la nivelul întregii grupe sunt cele care redau situația pe ansamblu, de care depinde, de fapt, eficiența comerțului exterior (a se vedea **Tabelul 4.22**).

L. Voinea[103] consideră că grupele de produse cele mai performante sunt cele care au tendință de creștere atât la avantajul comparativ, cât și la indicatorul Grubel-Lloyd, deoarece, dacă la o grupă de produse se înregistrează avantaj comparativ, este foarte bine ca, în condițiile în care există comerț încrucișat în cadrul aceleiași grupe (și de regulă există), atunci exporturile să acopere într-o măsură cât mai mare importurile, respectiv indicatorul Grubel-Lloyd să aibă valori cât mai mari.

În **Tabelul 4.22** sunt evidențiate grupele la care România a înregistrat avantaje comparative atunci când s-a calculat indicatorul avantajului comparativ revelat (a se vedea calculele din tabelele aferente acestui indicator) și la care se vor urmări valorile obținute la indicatorul comerțului intra-ramură.

[103] A se vedea Voinea L., „Escaping Periphery through Trade: A Tale about Romania's Convergence to the EU", IES Proceedings, noiembrie 2002.

Tabelul 4.22: Evoluția indicatorului Grubel-Lloyd pentru comerțul exterior românesc în relația globală și în relația cu UE, în perioada 1996-2011

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	0,45	0,63	0,59	0,62	0,87	0,65	0,50	1,38	1,03	1,08	1,37	1,34	1,16	1,32	1,54	1,54
UE	0,74	0,91	0,92	0,79	0,90	0,82	0,66	1,16	0,83	1,01	1,20	1,32	0,94	1,29	1,47	1,48
II	1,68	1,79	1,78	1,37	0,85	0,62	1,01	1,12	0,94	1,39	1,30	1,23	1,55	1,45	1,23	1,14
UE	1,64	1,73	1,77	1,01	0,81	1,02	0,90	0,96	0,68	1,06	0,87	0,82	1,18	1,16	0,96	0,89
III	1,38	1,71	0,51	0,78	0,52	0,48	0,43	0,89	0,74	1,27	1,15	1,75	1,34	0,90	0,97	1,13
UE	1,38	1,64	0,96	1,73	1,25	1,87	1,83	1,86	1,42	1,90	1,76	1,98	1,73	1,02	1,14	1,36
IV	1,81	1,80	1,79	1,71	1,78	1,70	1,60	1,70	1,73	1,74	1,70	1,67	1,70	1,73	1,72	1,72
UE	1,71	1,66	1,66	1,63	1,71	1,64	1,60	1,73	1,68	1,61	1,52	1,58	1,62	1,68	1,68	1,69
V	1,62	1,56	1,53	1,45	1,55	1,59	1,58	1,54	1,43	1,39	1,48	1,32	1,41	1,44	1,35	1,35
UE	0,79	1,12	0,76	0,64	1,13	1,15	1,36	1,17	1,28	1,36	0,97	0,41	0,56	0,69	0,89	0,94
VI	1,18	0,99	1,20	1,07	1,13	1,18	1,26	1,51	1,50	1,35	1,42	1,51	1,49	1,46	1,42	1,50
UE	1,50	1,47	1,58	1,40	1,46	1,54	1,59	1,72	1,77	1,67	1,75	1,79	1,75	1,71	1,47	1,52
VII	1,17	1,35	1,43	1,23	1,32	1,40	1,41	1,49	1,45	1,44	1,53	1,46	1,42	1,37	1,38	1,40
UE	1,33	1,37	1,47	1,38	1,28	1,38	1,39	1,44	1,48	1,45	1,55	1,54	1,51	1,48	1,68	1,69
VIII	0,83	1,51	1,53	1,46	1,60	1,67	1,61	1,66	1,65	1,57	1,56	1,56	1,56	1,54	1,56	1,54
UE	0,67	1,49	1,51	1,49	1,64	1,71	1,68	1,69	1,67	1,61	1,61	1,59	1,58	1,53	1,07	1,06
IX	0,47	0,35	0,29	0,22	0,36	0,30	0,27	0,27	0,24	0,26	0,34	0,38	0,40	0,45	0,55	0,59
UE	0,61	0,56	0,62	0,50	0,67	0,54	0,49	0,35	0,28	0,31	0,35	0,40	0,37	0,61	1,19	1,22
X	1,28	1,69	1,67	1,61	1,47	1,65	1,60	1,74	1,69	1,57	1,53	1,54	1,58	1,57	1,67	1,70
UE	0,80	1,56	1,69	1,63	1,52	1,71	1,71	1,80	1,76	1,66	1,57	1,64	1,65	1,71	1,80	1,82
XI	0,76	1,10	0,91	0,82	0,87	0,87	0,89	0,91	0,94	0,92	0,91	0,91	0,89	0,88	0,88	0,90
UE	0,02	0,37	0,25	0,24	0,25	0,22	0,21	0,24	0,24	0,22	0,21	0,20	0,18	0,19	0,84	0,85
XII	0,69	0,73	0,46	0,35	0,40	0,39	0,45	0,49	0,44	0,44	0,41	0,40	0,40	0,42	0,44	0,46
UE	0,60	0,76	0,37	0,30	0,35	0,38	0,40	0,41	0,39	0,38	0,37	0,35	0,35	0,35	0,32	0,34
XIII	0,99	0,77	0,78	0,77	0,86	0,98	0,97	1,02	0,98	1,06	1,14	1,18	1,25	1,37	1,49	1,58
UE	0,80	0,47	0,45	0,44	0,51	0,56	0,57	0,54	0,50	0,59	0,71	0,72	0,75	0,92	1,46	1,55

Grupele NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
XV	0,55	0,54	0,45	0,50	0,55	0,72	0,60	0,66	0,69	0,70	0,86	0,85	0,89	0,86	0,93	1,02
UE	0,27	0,47	0,41	0,25	0,22	0,28	0,16	0,19	0,20	0,20	0,30	0,39	0,45	0,51	1,14	1,22
XVI	1,10	1,29	1,45	1,47	1,53	1,58	1,56	1,55	1,44	1,38	1,35	1,31	1,34	1,31	1,32	1,31
UE	1,46	1,57	1,63	1,54	1,53	1,54	1,43	1,33	1,17	0,97	1,03	0,98	0,98	0,92	1,25	1,23
XVII	0,45	0,77	0,82	0,92	0,96	0,97	0,92	1,06	0,96	1,04	1,14	1,13	1,19	1,34	1,31	1,30
UE	1,54	1,53	1,59	1,48	1,49	1,40	1,48	1,47	1,28	1,37	1,42	1,36	1,30	1,29	1,37	1,33
XVIII	1,75	1,72	1,82	1,83	1,86	1,83	1,83	1,76	1,77	1,79	1,74	1,74	1,73	1,65	1,62	1,60
UE	1,56	1,73	1,77	1,83	1,82	1,82	1,80	1,75	1,76	1,72	1,66	1,65	1,67	1,63	1,56	1,54
XX	0,15	0,25	0,32	0,41	0,48	0,53	0,57	0,61	0,59	0,63	0,62	0,62	0,63	0,63	0,72	0,80
UE	0,01	0,05	0,08	0,14	0,21	0,24	0,26	0,27	0,25	0,28	0,25	0,26	0,28	0,34	0,62	0,70
XXII	0,75	1,34	0,85	0,97	1,32	1,51	1,61	1,53	1,04	0,90	0,83	0,57	0,57	0,75	0,85	0,94
UE	1,64	0,44	0,80	1,68	1,75	1,90	1,94	1,83	1,53	0,97	0,74	0,56	0,52	0,82	1,91	1,92

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor statistice din **Anexa 4.7**, *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat*.

La grupele textile (XI) și încălțăminte (XII) se constată că pe relația globală comerțul intra-industrial este mai accentuat[104] decât pe relația cu Uniunea Europeană. Același lucru se întâmplă și la grupa XX. Totodată, se mai poate spune că atât pe relația globală, cât și pe relația cu Uniunea Europeană, comerțul intra-industrial există din moment ce valorile indicatorului sunt diferite de zero, unele chiar semnificativ diferite de zero.

Se observă că aproape la toate grupele valorile depășesc 0.5, cel puțin în una din cele două relații (relația globală și relația UE), fapt care înseamnă că s-a urmărit o acoperire a importurilor grupei cu exporturile aceleiași grupe.

Integrarea României în UE are un rol destul de mare asupra valorilor coeficientului Grubel-Lloyd deoarece liberalizarea comerțului s-a reflectat pozitiv asupra producătorilor interni și, implicit, asupra capacității acestora la exporturi, în aproape toate cazurile liberalizarea importurilor determinând o acoperire mai mare a acestora de către exporturi începând cu anul 2009.

În general, tot din tabel se poate observa că nu au fost afectate grupele la care s-a înregistrat avantaj comparativ, și anume: grupele IX, XI, XV, XX, în ceea ce privește indicatorul comerțului intra-ramură, în cadrul fluxurilor comerciale cu Uniunea Europeană. La aceste grupe, oscilațiile valorice sunt destul de mici și subunitare, ele înregistrând creșteri doar pentru anii 2010-2011, când ajung chiar la valori supraunitare, ceea ce este un fapt pozitiv.

A se remarca faptul că, acolo unde România a înregistrat avantaj comparativ, indicatorul Grubel-Lloyd ne arată că exporturile nu au acoperit importurile decât cu o singură excepție, și anume, la grupa XVI, pe relația globală. În același timp, acolo unde nu s-a înregistrat avantaj comparativ, importurile au fost totuși acoperite prin exporturi, fapt pozitiv (a se vedea spre exemplificare, tot grupa XVI, pe relația cu UE). Această concluzie poate fi considerată ca fiind una de interes major în ceea ce privește perspectivele pe termen lung ale comerțului nostru exterior, deoarece faptul că nu s-au înregistrat și nu se înregistrează avantaje comparative la unele grupe poate să însemne că nici nu avem șanse să redresăm situația din acest punct de vedere. Analizând și indicatorul Grubel-Lloyd și corelând valorile obținute la avantajul comparativ, rezultă o concluzie mult mai optimistă: există grupe fără avantaj comparativ sau care înregistrează chiar valori negative ale acestuia (și uneori, în descreștere), dar care înregistrează valori relativ în creștere ale indicatorului intra-ramură, acoperindu-se astfel importurile prin exporturi.

Evidențierea unor astfel de concluzii este importantă, dacă se are în vedere faptul că aceste grupe de produse sunt intensive în tehnologie, iar exportul lor poate să reprezinte o soluție pentru redresarea economică a României, cu condiția

[104] Comerț intra-industrial accentuat înseamnă o acoperire mai bună a importurilor prin exporturi în cadrul aceleiași grupe.

ca aceasta să devină mai puțin dependentă de importuri pentru a putea exporta produse intensive în tehnologie. O perspectivă optimistă o conferă asamblarea - chiar dacă în măsură mai mică - în țară a produselor intensive în tehnologie pe bază de piese și componente străine. Ideal ar fi totuși să se reușească asamblarea în țară, dar pe bază de piese și componente produse în țară, fapt rezultat de altfel din detalierea grupei XVI, de unde reiese că România exportă unele piese și componente, motiv suficient pentru a se orienta din ce în ce mai mult pe o dezvoltare a stagiilor de producție în țară, în scopul obținerii unei valori adăugate cât mai mari. Exemplul elocvent îl reprezintă industria de automobile românești, unde, după achiziționarea Dacia Pitești de către Renault, în 1999, cel puțin 10 furnizori străini (investitori) de subansambluri și piese componente renumiți au pătruns pe piața națională, contribuind astfel la integrarea pe verticală a acestei industrii.

4.3. Rolul ISD în promovarea exporturilor

Fluxul de ISD (investiții străine directe) ca participație la capitalul întreprinderilor din România s-a ridicat în anul 2010, la valoarea de 4067 milioane euro și s-a concretizat în investiții de tip *greenfield, fuziuni și achiziții*, precum și în investiții pentru dezvoltarea firmelor.[105]

Investițiile de tip *greenfield* au înregistrat nivelul cel mai redus în anul 2010, cu o valoare de numai 46 milioane euro, echivalentul a 1,1% din participațiile la capital în întreprinderile ISD, aproape similar investițiilor din categoria *fuziuni și achiziții* (F&A), care au înregistrat o valoare de 93 milioane euro (2,3% din participații); ponderea predominantă în fluxul participațiilor la capital în 2010 fiind reprezentată de dezvoltările de firme, cu o valoare de 3928 milioane euro, echivalentul a 96,6% din participații.[106]

Investițiile de tip *greenfield* s-au orientat preponderent spre industria prelucrătoare (13,9% din soldul ISD), comerț (10,2%), intermedieri financiare și asigurări (6,8%), construcții și tranzacții imobiliare (5,5%).[107]

Ponderea cea mai mare a ISD de tip *greenfield* s-a concentrat, urmând tendința fluxurilor de ISD în ansamblul lor, în regiunea București-Ilfov (30% din soldul ISD), urmată de regiunea Centru cu 5,3% și regiunile Vest și Sud Muntenia, cu

[105] După BNR, INS, *Investițiile Străine Directe în România în anul 2010*, ISSN 2247-5095 (versiune *online*), București, 2011, p. 12, disponibil on-line la adresa: http://www.bnr.ro/DocumentInformation.aspx?idDocument=12144&idInfoClass=9403 (site accesat în perioada mai-septembrie 2012).

[106] *După BNR, INS, Investițiile Străine Directe în România în anul 2010, ISSN 2247-5095 (versiune online), București, 2011, p. 12, disponibil on-line la adresa: http://www.bnr.ro/DocumentInformation.aspx?idDocument=12144&idInfoClass=9403 (site accesat în perioada mai-septembrie 2012)..*

[107] *Ibidem*

3,9%, respectiv 3,2%.[108]

Din punctul de vedere al ISD de tip *greenfield,* ordinea țărilor de proveniență ale acestora diferă într-o oarecare măsură de cea a soldului total al ISD. Astfel, cele mai mari ISD de tip *greenfield* realizate în România provin din Germania (8,5% din soldul ISD), urmate de cele din Olanda (8,4%), Austria (5,6%) și Italia (4,2%).[109]

Veniturile nete obținute de către investitorii străini direcți în România, în anul 2010, au însumat 491 milioane euro, ceea ce reprezintă o scădere cu 203 milioane euro față de anul precedent. Veniturile din participații la capital, determinate ca diferență dintre profiturile nete obținute de întreprinderile ISD, în valoare de 4222 milioane euro, și pierderile înregistrate de acestea, în valoare de 4495 milioane euro, au înregistrat o pierdere de 273 milioane euro în anul 2010, iar dacă din acestea se deduc și dividendele repartizate investitorilor străini direcți (în valoare de l 970 milioane euro), conform metodologiei internaționale de determinare a profitului reinvestit, rezultă că la nivelul anului 2010 s-a înregistrat o pierdere netă de 2243 milioane euro în totalul ISD înregistrate în România. [110]

Pe de altă parte, veniturile nete din dobânzi ale investitorilor străini direcți la creditele acordate întreprinderilor lor din România, atât în mod direct, cât și prin intermediul altor companii nerezidente din cadrul grupului, s-au ridicat la valoarea de 764 milioane euro[111].

În ceea ce privește activitatea de export-import a întreprinderilor ISD, aceasta putem aprecia că a avut un impact pozitiv asupra comerțului exterior al României, ponderea activității acestora în exporturile românești fiind de 72,4%, în timp ce ponderea lor în importuri a fost de 62,5%[112] (a se vedea **Tabelul 4.23**).

În ceea ce privește soldul balanței comerciale agregate a întreprinderilor ISD (a se vedea *Tabelul nr. 23*) pe diferitele ramuri economice, se constată că *industria* și *agricultura, silvicultura și pescuitul* sunt principalele ramuri cu excedent comercial.

În cazul industriei, excedentul este determinat de către industria prelucrătoare - singura cu excedent comercial (1513 milioane euro, prețuri FOB) -, rezultat datorat în special subramurilor *mijloace de transport* (excedent l491 milioane euro), *metalurgie* (excedent l022 milioane euro), *fabricare produse din lemn inclusiv mobilă* (excedent 794 milioane euro), *textile, confecții și pielărie* (excedent 713 milioane euro) și *mașini, utilaje și echipamente* (excedent 422 milioane euro).[113]

[108] *Ibidem*
[109] *Ibidem*
[110] *Ibidem*
[111] *Ibidem*
[112] *Ibidem*, p. 13
[113] *Ibidem*, p. 14

Tabelul 4.23: Exporturile și importurile întreprinderilor ISD din România, în anul 2010

	Exporturi (FOB) ale întreprinderilor ISD		Importuri (CIF) ale întreprinderilor ISD		SOLD Exporturi (FOB) - Importuri (FOB) ale întreprinderilor ISD
	valoare (milioane euro)	pondere în total exporturi** (%)	valoare (milioane euro)	pondere în total importuri** (%)	valoare (milioane euro)
TOTAL	**25950**	**72,4**	**28181**	**62,5**	**-4581**
Industrie, din care:	22887	63,8	19923	44,2	1302
Industria extractivă	582	1,6	696	1,6	-172
Industria prelucrătoare din care:	21934	61,2	18849	41,8	1513
- alimente, băuturi și tutun	314	0,9	978	2,2	-746
- ciment, sticlă, ceramică	139	0,4	265	0,6	-148
- fabricare produse din lemn, inclusiv mobilă	1223	3,4	396	0,9	794
- fabricarea calculatoarelor, altor produse electronice, optice și electrice	3652	10,2	3426	7,6	-60
- mașini, utilaje și echipamente	1020	2,9	546	1,2	428
- metalurgie	2725	7,6	1572	3,5	1022
- mijloace de transport	6713	18,7	4820	10,7	1491
- prelucrare țiței, produse chimice, cauciuc și mase plastice	2947	8,2	4414	9,8	-1835
- textile, confecții și pielărie	2983	8,3	2095	4,6	713
- alte ramuri ale industriei prelucrătoare	218	0,6	337	0,7	-147

	Exporturi (FOB) ale întreprinderilor ISD		**Importuri (CIF) ale întreprinderilor ISD**		**SOLD Exporturi (FOB) - Importuri (FOB) ale întreprinderilor ISD**
	valoare (milioane euro)	**pondere în total exporturi** (%)**	**valoare (milioane euro)**	**pondere în total importuri** (%)**	**valoare (milioane euro)**
Energie electrică, gaze și apă	371	1,0	378	0,8	-39
Activități profesionale, științifice, tehnice și administrative și servicii suport	47	0,1	218	0,5	-189
Agricultură, silvicultură și pescuit	334	0,9	91	0,2	235
Comerț	2495	7,0	7138	15,8	-5238
Construcții și tranzacții imobiliare	48	0,2	145	0,3	-109
Hoteluri și restaurante	3	0,0	13	0,0	-11
Tehnologia informației și comunicații	39	0,1	467	1,1	-467
Intermedieri financiare și asigurări	66	0,2	71	0,2	-11
Transporturi	28	0,1	100	0,2	-80
Alte activități	3	0,0	15	0,0	-13

*) nu sunt incluse exporturile și importurile aferente activităților diviziunilor CAEN: 84 —Administrație publică, 97/98 - Activități ale gospodăriilor populației și 99 - Activități extrateritoriale

Notă: Exporturile și importurile sunt agregate după activitatea de bază a firmelor, conform CAEN Re v. 2. [114]

Sursa: BNR, INS, *Investițiile Străine Directe în România în anul 2010*, ISSN 2247-5095 (versiune *online*), București, 2011, p. 13, disponibil on-line la adresa: http://www.bnr.ro/DocumentInformation.aspx?idDocument=12144&idInfoClass=9403 (site accesat în perioada mai-septembrie 2012)

[114] *Ibidem*, p. 13

În cazul *agriculturii, silviculturii și pescuitului*, după cum se poate observa din **Tabelul 4.23**, această ramură a înregistrat un nivel relativ redus de ISD (2% din soldul ISD la 31 decembrie 2010). Cu toate acestea, ea constituie cea de a doua ramură a economiei în care întreprinderile ISD au înregistrat excedent comercial agregat (235 milioane euro), întreprinderile ISD consemnând deficit comercial agregat în toate celelalte ramuri ale economiei. [115]

Comerțul pare să fie principala cauză a deficitului comercial al soldului balanței comerciale agregate a întreprinderilor ISD (a se vedea **Tabelul 4.23**) pe diferitele ramuri economice, înregistrând un deficit de 5238 milioane euro, care coroborat cu excedentul *industriei prelucrătoare*, conduce la concluzia că întreprinderile ISD sunt preponderent axate pe prelucrarea materiilor prime și pe asamblarea componentelor și/sau subansamblurilor provenite din importuri, pe care le reexportă sub forma produselor finite. Dacă luăm însă în considerare valorile importurilor şi exporturilor *comerțului*, pe de o parte, și ale industriei prelucrătoare, pe de altă parte, rezultă că majoritatea bunurilor importate de către întreprinderile ISD sunt destinate consumului final intern.

Ca atare, se poate concluziona că ISD au un rol redus în promovarea exporturilor României în perioada analizată, chiar de promovare a importurilor. Principala subramură stimulată este cea a *mijloacelor de transport*, urmată de *metalurgie.* Produsele românești provenind din *agricultură, silvicultură și pescuit* sunt promovate în cea mai mică măsură la exporturi de către întreprinderile ISD, însă mizăm pe o tendință de creștere în următorii ani, ca urmare a creșterii preferințelor consumatorilor din țările dezvoltate pentru produse *bio*, la care România are încă potențial de dezvoltare neutilizat. Ponderea mică a exporturilor de produse românești provenind din *agricultură, silvicultură și pescuit* se poate explica însă și prin prețul unitar scăzut al acestor produse, comparativ cu cele din subramura *mijloacelor de transport*. O analiză exhaustivă ar fi indicată, pentru a se determina valoarea adăugată a exporturilor la aceste categorii de produse, ceea ce în final, ar putea conduce spre rezultate mai favorabile subramurii *agricultură, silvicultură și pescuit*.

[115] *Ibidem*

ANEXE

Anexa 4.1: Indicatori generali ai activității de comerț exterior a României în perioada 2000-2011

(în milioane EURO)

Anul	Export total FOB	Import total CIF	Import total FOB	Balanța comercială	Balanța comercială	Export pe locuitor	Gradul de acoperire a importurilor prin exporturi	
				FOB-CIF	FOB-FOB			
	mil. Euro	*mil. Euro*	*mil. Euro*	*mil. Euro*	*mil. Euro*	*mil. Euro*	*FOB/ CIF (%)*	*FOB/ FOB (%)*
2000	11273	14191	13099	-2918	-1826	502	79,44	86,06
2001	12722	17383	16045	-4661	-3323	568	73,19	79,29
2002	14675	18891	17437	-4216	-2762	679	77,68	84,16
2003	15614	21201	19569	-5587	-3955	723	73,65	79,79
2004	18935	26281	24258	-7346	-5323	877	72,05	78,06
2005	22255	32568	30061	-10313	-7806	1030	68,33	74,03
2006	25850	40746	37609	-14895	-11759	1197	63,44	68,73
2007	29402	50993	47067	-21591	-17665	1361	57,66	62,47
2008	33628	56337	52000	-22709	-18372	1557	59,69	64,67
2009	29084	38953	35955	-9869	-6870	1412	74,66	80,89
2010	37368	46902	43291	-9534	-5923	1814	79,67	86,32
2011	45041	54824	50603	-9783	-5562	2298	82,16	89,01

Sursa: calcule proprii conform datelor CNS, a Anuarelor statistice ale INSSE 2000-2011 și după Rapoartele BNR 2000-2011. Pentru anii 2000, 2001, sursa datelor este: Buletin Statistic de Comerț Exterior, nr. l, 2002, p. 22 și p. 32 (date în USD). Pentru perioada 2002-2011, am folosit *Buletin Statistic de Comerț Exterior* (date în Euro) al INS. Pentru perioada 2010-2011, am utilizat datele publicate de INS în comunicatele de presă din 2010-2012 și *Anuarul de Comerț Exterior* 2010, 2011.

Anexa 4.2: Topul primilor 10 parteneri comerciali ai României (pentru export - țări de destinație și pentru import - țări de origine pentru importuri extracomunitare și respectiv, țări de expediție pentru importuri intracomunitare) în perioada 2008-2011

ANUL

2008

Top	Tara	Export (mil. Euro)
1	Germania	5534,52
2	Italia	5218,78
3	Franța	2490,60
4	Turcia	2204,55
5	Ungaria	1726,40
6	Bulgaria	1397,02
7	Marea Britanie	1104,59
8	Olanda	979,92
9	Ucraina	825,14
10	Austria	777,68

Top	Tara	Import (mil. Euro)
1	Germania	9408,94
2	Italia	6620,11
3	Ungaria	4294,54
4	Federația Rusă	3336,49
5	Franța	3210,37
6	Austria	2823,17
7	Turcia	2775,38
8	Kazahstan	2567,30
9	China	2413,95
10	Olanda	2134,20

2009

Top	Tara	Export (mil. Euro)
1	Germania	5441,90
2	Italia	4461,15
3	Franța	2377,57
4	Turcia	1449,92
5	Ungaria	1266,33
6	Bulgaria	1106,16
7	Marea Britanie	969,78
8	Olanda	952,47
9	Spania	867,58
10	Austria	683,91

Top	Tara	Import (mil. Euro)
1	Germania	6741,45
2	Italia	4551,01
3	Ungaria	3249,51
4	Franța	2401,42
5	China	1902,09
6	Austria	1855,29
7	Olanda	1504,54
8	Federația Rusă	1501,66
9	Turcia	1460,19
10	Polonia	1384,25

2010

Top	Tara	Export (mil. Euro)
1	Germania	6764,52
2	Italia	5165,39
3	Franța	3102,24
4	Turcia	2611,10
5	Ungaria	1774,51
6	Marea Britanie	1355,53
7	Bulgaria	1339,17
8	Spania	1129,03
9	Olanda	1026,34
10	Polonia	982,26

Top	Tara	Import (mil. Euro)
1	Germania	7855,91
2	Italia	5433,62
3	Ungaria	4050,80
4	Franța	2779,54
5	China	2554,65
6	Federația Rusă	2044,82
7	Austria	1918,36
8	Polonia	1745,83
9	Turcia	1726,02
10	Olanda	1662,67

2011

Top	Tara	Export (mil. Euro)
1	Germania	8389,76
2	Italia	5782,65
3	Franța	3371,48
4	Turcia	2781,58
5	Ungaria	2516,12
6	Bulgaria	1631,30
7	Marea Britanie	1446,81
8	Olanda	1406,71
9	Spania	1094,79
10	Polonia	1070,53

Top	Tara	Import (mil. Euro)
1	Germania	9371,18
2	Italia	6226,59
3	Ungaria	4778,91
4	Franța	3161,27
5	China	2529,71
6	Kazahstan	2277,66
7	Austria	2183,56
8	Polonia	2171,72
9	Federația Rusa	2092,48
10	Turcia	1902,59

Sursa: date colectate de la CRPCIS, 2012

Anexa 4.3: Evoluția exportului (FOB) României pe zone geografice și grupe de țări, în perioada 2000-2011 (milioane euro)

Anul	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Regiunea/ Țara:												
Total, din care:	**11273**	**12722**	**14675**	**15614**	**18935**	**22255**	**25850**	**29402**	**33628**	**29084**	**37368**	**45041**
Europa, din care:	9572	10824	12098	13353	16605	18934	22431	25901	29410	25942	33202	39452
-UE	**7195**	**8623**	**9864**	**10571**	**13807**	**15043**	**17500**	**21139**	**23765**	**21600**	**26953**	**32031**
-AELS	111	143	195	195	195	291	425	529	626	655	576	645
-CEFTA	920	901	969	1246	515	780	924	1060	1368	1056	1344	1643
Africa și Orientul Mijlociu	412	335	301	295	376	488	544	505	843	1667	2102	2925
Asia – Oceania	744	953	1447	1272	1263	1698	1967	2057	2341	851	1139	1378
America	545	586	804	671	671	1109	886	930	1012	598	899	1269

Notă: Cele 4 zone: Europa, Africa și Orientul Mijlociu, Asia-Oceania și America sunt în conformitate cu gruparea țărilor realizată de către INS. 2. Prin UE, a se înțelege UE 15 pentru perioada 2000-2003, UE 25 pentru perioada 2004-2006, și respectiv, UE 27 (adică UE 26 + România) pentru 2007-2011. Prin CEFTA, a se înțelege: pentru 2000-2001 - Cehia, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia si Bulgaria; pentru 2002-2003 - Cehia, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia, Bulgaria si Croația; pentru 2004-2005 - Bulgaria și Croația; pentru 2006 Bulgaria, Croația și Macedonia; pentru 2007-2011 - Croația, Macedonia, Albania, Bosnia-Hertțegovina, Moldova, Serbia, Muntenegru și Kosovo. Până în anul 2006 inclusiv repartizarea pe tari a schimburilor internaționale s-a realizat pe baza principiului "tara de destinație" (la export) și "țara de origine" (la import). Începând cu 1.01.2007, conform metodologiei Institutului Național de Statistică (INS) adaptată normelor UE, repartizarea pe țări a schimburilor internaționale se realizează diferențiat astfel: pentru comerțul INTRA-UE, pe baza principiului „țară de destinație" (la expedieri) și „țară de expediție" (la introduceri); pentru comerțul EXTRA-UE, pe baza principiului "țară de destinație" (la export) și "țară de origine" (la import, cu excepția cazului în care țara de origine este un stat membru al UE, caz în care se ia în considerare "țara de expediție").

Sursa: Autoritatea Națională a Vămilor și Institutul Național de Statistică, procurate prin Centrul Român pentru Promovarea Comerțului și Investițiilor Străine (CRPCIS)

Anexa 4.4: Evoluția importului (CIF) României pe zone geografice și grupe de țări, în perioada 2000-2011 (milioane euro)

Anul	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Regiunea/ Țara:												
Total, din care:	**14235**	**17383**	**18881**	**21201**	**26281**	**32568**	**40746**	**50993**	**56337**	**38953**	**46902**	**54824**
Europa, din care:	11481	14196	15576	17965	21587	26056	32704	43936	46854	34045	40901	48308
-UE	**8046**	**9975**	**11032**	**12223**	**17065**	**20251**	**25487**	**36261**	**39838**	**28472**	**33992**	**39826**
-AELS	198	225	216	240	330	416	536	458	512	450	532	539
-CEFTA	1265	1683	1835	2228	318	378	456	547	622	415	513	495
Africa și Orientul Mijlociu	84	136	151	123	148	179	232	266	285	532	543	631
Asia – Oceania	1468	1646	2126	2063	3111	4585	5880	5330	7487	3308	4367	4334
America	811	1019	946	963	1358	1668	1856	1432	1710	1066	1090	1549

Notă: Cele 4 zone: Europa, Africa si Orientul Mijlociu, Asia-Oceania si America sunt in conformitate cu gruparea tarilor realizata de către INS. 2. Prin UE, a se înțelege UE 15 pentru perioada 2000-2003, UE 25 pentru perioada 2004-2006, și respectiv, UE 27 (adică UE 26 + România) pentru 2007-2011. Prin CEFTA, a se înțelege: pentru 2000-2001 - Cehia, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia si Bulgaria; pentru 2002-2003 - Cehia, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia, Bulgaria si Croația; pentru 2004-2005 - Bulgaria și Croația; pentru 2006 Bulgaria, Croația si Macedonia; pentru 2007-2011 - Croația, Macedonia, Albania, Bosnia-Herțegovina, Moldova, Serbia, Muntenegru si Kosovo. Pana in anul 2006 inclusiv repartizarea pe tari a schimburilor internaționale s-a realizat pe baza principiului "tara de destinație" (la export) si "tara de origine" (la import). Începând cu 1.01.2007, conform metodologiei Institutului Național de Statistică (INS) adaptată normelor UE, repartizarea pe țări a schimburilor internaționale se realizează diferențiat astfel: pentru comerțul INTRA-UE, pe baza principiului „țară de destinație" (la expedieri) și „țară de expediție" (la introduceri); pentru comerțul EXTRA-UE, pe baza principiului "țară de destinație" (la export) și "țară de origine" (la import, cu excepția cazului în care țara de origine este un stat membru al UE, caz în care se ia în considerare "țara de expediție").

Sursa: Autoritatea Națională a Vămilor și Institutul Național de Statistică, procurate prin Centrul Român pentru Promovarea Comerțului și Investițiilor Străine (CRPCIS)

Anexa 4.5: Evoluția importului (FOB) României pe zone geografice și grupe de țări, în perioada 2000-2011 (milioane euro)

Anul	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Regiunea/ Țara:												
Total, din care:	**13140**	**16045**	**17427**	**19569**	**24258**	**30061**	**37609**	**47067**	**52000**	**35955**	**43291**	**50603**
EUROPA din care:	10597	13103	14377	16582	19925	24050	30187	40554	43247	31425	37753	44590
-UE	**7426**	**9207**	**10183**	**11282**	**15751**	**18692**	**23525**	**33470**	**36771**	**26280**	**31375**	**36760**
-AELS	183	207	199	221	304	384	495	423	473	416	491	497
-CEFTA	1168	1553	1694	2057	293	349	421	505	574	383	474	457
Africa și Orientul Mijlociu	78	126	139	114	136	165	214	245	263	491	501	582
Asia – Oceania	1355	1519	1962	1904	2871	4232	5427	4920	6910	3054	4031	4000
America	749	941	873	889	1254	1539	1713	1322	1578	984	1006	1430

Notă: Cele 4 zone: Europa, Africa si Orientul Mijlociu, Asia-Oceania si America sunt in conformitate cu gruparea tarilor realizata de către INS. 2. Prin UE, a se înțelege UE 15 pentru perioada 2000-2003, UE 25 pentru perioada 2004-2006, și respectiv, UE 27 (adică UE 26 + România) pentru 2007-2011. Prin CEFTA, a se înțelege: pentru 2000-2001 - Cehia, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia si Bulgaria; pentru 2002-2003 - Cehia, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia, Bulgaria si Croația; pentru 2004-2005 - Bulgaria si Croația; pentru 2006 Bulgaria, Croația si Macedonia; pentru 2007-2011 - Croația, Macedonia, Albania, Bosnia-Herțegovina, Moldova, Serbia, Muntenegru si Kosovo. Pana in anul 2006 inclusiv repartizarea pe tari a schimburilor internaționale s-a realizat pe baza principiului "tara de destinație" (la export) si "tara de origine" (la import). Începând cu 1.01.2007, conform metodologiei Institutului Național de Statistică (INS) adaptată normelor UE, repartizarea pe țări a schimburilor internaționale se realizează diferențiat astfel: pentru comerțul INTRA-UE, pe baza principiului „țară de destinație" (la expedieri) și „țară de expediție" (la introduceri); pentru comerțul EXTRA-UE, pe baza principiului "țară de destinație" (la export) și "țară de origine" (la import, cu excepția cazului în care țara de origine este un stat membru al UE, caz în care se ia în considerare "țara de expediție").

Sursa: Autoritatea Națională a Vămilor și Institutul Național de Statistică, procurate prin Centrul Român pentru Promovarea Comerțului și Investițiilor Străine (CRPCIS)

Anexa 4.6: Evoluția comerțului exterior al României pe relația cu UE, în perioada 1980-2011

Anul	Export total		Export în UE			Import din UE				Import total	
	Mil. USD – prețuri FOB	Mil. Euro – prețuri FOB	Mil. USD – prețuri FOB	Mil. Euro – prețuri FOB	% din total exporturi românești	Mil. USD – prețuri CIF	Mil. Euro – prețuri CIF	Mil. Euro – prețuri FOB	% din total importuri românești	Mil. USD – prețuri CIF	Mil. Euro – prețuri CIF
1980	7.290	10.972	1130	1701	15,5	1067	1606	1741	11,7	9.123	13730
1981	11180	20910	961	1798	8,6	911	1704	1847	8,3	10978	20532
1986	10154	13158	1929	2500	19	530	1000	1084	6,3	8408	15873
1988	9763	12302	2782	3506	28,5	1143	1443	1564	13,8	8280	10454
1989	10487	14172	3450	4663	32,9	1271	1717	1861	13,9	9142	12354
1990	5775	5727	1958	1540	33,9	2173	1740	1886	21,8	9969	9887
1991	4265	3714	1574	1370	36,9	1682	1465	1588	28,9	5820	5068
1992	4363	3359	1536	1182	35,2	2585	1992	2159	41,3	6259	4824
1993	4892	4187	2020	1729	41,3	2954	2538	2751	45,3	6522	5603
1994	6151	5166	2965	2497	48,2	3427	2620	2840	48,2	7109	5994
1995	7910	6112	4287	3351	54,2	5180	4035	4374	50,4	10278	7949
1996	8084	6453	4567	3368	56,5	5981	4110	4455	52,3	11435	9129
1997	8431	7469	4764	4199	56,5	5922	5172	5606	52,5	11280	9993
1998	8302	7400	5355	4793	64,5	6831	6084	6595	57,7	11838	10518
1999	8487	7977	5559	5219	65,5	6408	5860	6352	60,7	10557	9927
2000	10367	11273	6614	7175	63,8	7376	8007	8680	56,5	13055	14191
2001	11385	12722	7719	8588	67,8	8927	9950	10786	57,4	15552	17383

Anul	Export total		Export în UE			Import din UE				Import total	
	Mil. USD – prețuri FOB	Mil. Euro – prețuri FOB	Mil. USD – prețuri FOB	Mil. Euro – prețuri FOB	% din total exporturi românești	Mil. USD – prețuri CIF	Mil. Euro – prețuri CIF	Mil. Euro – prețuri FOB	% din total importuri românești	Mil. USD – prețuri CIF	Mil. Euro – prețuri CIF
2002	13868	14675	9325	9864	67,2	10449	11033	11960	58,5	17853	18891
2003	17661	15614	11956	10571	67,7	13850	12223	13250	57,7	23983	21201
2004	23515	18935	17142	13804	72,9	21182	17056	18489	64,9	32638	26281
2005	27730	22255	18754	15043	67,6	25167	20251	18692	62,2	40463	32568
2006	32336	25850	21882	17500	67,7	31974	25487	23525	62,6	51106	40746
2007	40265	29402	29005	21139	71,9	49834	36261	33470	71,1	69946	50993
2008	49539	33628	34919	23765	70,7	57439	39838	36771	70,7	82965	56337
2009	50230	29084		21600	74,3		28472	26280	73,1	60177	38953
2010	58136	37368		26953	72,1		33992	31375	72,5	66667	46902
2011	72943	45041		32031	71,1		39826	36760	72,6	84472	54824

Sursa: calcule proprii pe baza datelor statistice naționale și internaționale, astfel: pentru perioada 1991-1999, am lucrat pe baza datelor în USD din Anuarul Statistic al României, 2000 (CD-ROM) (cap. 16, p. 11). Pentru anii 2000, 2001, sursa datelor este: Buletin Statistic de Comerț Exterior, nr. l, 2002, p. 22 și p. 32 (date în USD). Pentru perioada 2002-2004, am folosit Buletin Statistic de Comerț Exterior nr. 12, 2004, p. 26 și p. 46 (date în Euro). Pentru perioada 1980-2002, am utilizat datele statistice în Euro publicate în External and Intra-European Union Trade - Statistical Yearbook - Data 1958-2005, Ediția 2006, publicat de Comisia Europeană, coroborate cu datele în USD din Anuarul Statistic al României, 2000 (CD-ROM) (cap. 16, p. 11). Pentru perioada 2005-2011, am utilizat datele publicate de INS în comunicatele de presă din ianuarie 2007 – septembrie 2012. De asemenea, am utilizat pentru confruntare datele publicate de INS în Anuarul de Comerț Exterior, edițiile 2003-2011.

Notă explicativă: datele astfel calculate se referă la: UE9 – pentru anul 1980, UE10 – pentru anul 1981, UE12 - pentru anii 1986-1990, UE15 - pentru anii 1991-2003, UE25 - pentru anii 2004-2006 și UE27 - pentru anii 2007-2011

Anexa 4.7: Comerțul exterior (Importuri CIF și Exporturi FOB) global al României, pe secțiuni și principalele capitole și subcapitole, conform Nomenclatorului Combinat/Sistemul armonizat (NC/SA)

A. Exportul global al României, pe secțiuni și capitole, conform Nomenclatorului Combinat / Sistemul armonizat (NC/SA)

Anul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Secțiunea și capitolul																						
Cod NC	**EXPORT Total FOB, din care:**	**3714**	**3359**	**4187**	**5166**	**6112**	**6453**	**7469**	**7400**	**7977**	**11273**	**12722**	**14675**	**15613,8**	**18934,7**	**22255,1**	**25850,5**	**29401,8**	**33724,57**	**29084,24**	**37367,8**	**45040,81**
I.	Animale vii și produse animale	121	142	138	184	131	123	176	84	109	138	146	153	189	201	196,1	211,0	251,3	277,98	325,76	433,55	582,63
II.	Produse vegetale	57	38	49	54	161	299	147	159	235	129	202	186	171	207	276,1	407,2	437,6	1198,29	1124,97	1638,86	2071,78
III.	Grăsimi și uleiuri animale sau vegetale	5	5	52	39	62	54	110	62	51	22	28	10	27	64	62,4	56,8	67,7	105,54	88,04	164,17	242,41
IV.	Produse alimentare, băuturi și tutun	30	37	40	57	55	86	94	82	60	79	108	112	111	116	138,8	179,0	360,2	583,39	703,66	889,53	1096,7
V.	**Produse minerale**	**508**	**440**	**490**	**602**	**565**	**552**	**564**	**451**	**472**	**895**	**881**	**1245**	**1098**	**1361**	2464,9	2701,5	2290,9	3142,03	1784,01	2059,23	2589,2
VI.	Produse chimice	234	325	295	412	560	552	493	300	309	564	561	511	581	771,2	994,9	1049,0	1126,0	1427,75	1070,39	1660,68	2183,17

Anul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
Secțiunea și capitolul																						
VII.	Materiale plastice, cauciuc și articole din acestea	44	66	70	121	156	154	164	155	172	248	258	379	508	710	864,2	1090,6	1461,4	1711,43	1435,98	1892,48	2495,54
VIII.	Piei crude, piei tăbăcite, blănuri și produse din acestea	21	19	30	47	41	42	59	55	61	108	160	183	188	199	201,9	223,5	233,2	231,52	189,24	231,22	281,32
IX.	Produse din lemn, exclusiv mobilier	94	119	151	188	199	236	300	342	466	613	592	661	709	833	836,3	925,2	986,6	949,49	918,88	1224,5	1450,18
X.	Pastă de lemn, hârtie, carton și articole din acestea	18	13	16	28	66	46	57	41	45	88	117	132	134	153	129,6	133,9	177,3	162,07	164,75	233,08	273,72
XI	**Materiale textile și articole din acestea**	**330**	**351**	**670**	**974**	**1214**	**1383**	**1722**	**1928**	**2062**	**2719**	**3330**	**3720**	**3963**	**4224**	4218,6	4168,9	3919,3	3543,79	2899,56	3148	3596,11
XII	**Încălțăminte, pălării, umbrele și articole similare**	**71**	**56**	**137**	**262**	**331**	**403**	**483**	**542**	**641**	**857**	**1098**	**1237**	**1272**	**1237**	1289,5	1384,3	1354,3	1238,6	1024,41	1170,1	1355,79
XIII	Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și din materiale similare	61	68	85	93	117	120	134	140	150	175	193	213	213	212	207,7	195,3	235,2	215,78	179,42	225,73	251,22
XV	**Metale comune și articole din acestea**	**519**	**566**	**819**	**898**	**1111**	**1012**	**1380**	**1416**	**1231**	**1799**	**1693**	**1884**	**2017**	**2923**	3296,4	3877,1	4801,2	4940,35	2921,69	4460,76	5487,49

Anul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
Secțiunea și capitolul																						
XVI	**Mașini și aparate; echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul și imaginile**	**566**	**391**	**375**	**438**	**507**	**537**	**652**	**701**	**911**	**1590**	**1874**	**2299**	**2505**	**3324**	3940,9	5245,3	6523,1	8060,98	7670,94	10134,98	12139,66
XVII	**Mijloace și materiale de transport**	**402**	**364**	**345**	**330**	**331**	**352**	**399**	**381**	**423**	**554**	**669**	**826**	**894**	**1198**	1767,2	2545,1	3503,8	4139,01	4882,46	5811,35	6513,35
XVIII	Instrumente și aparate optice, fotografice, cinematografice, medico-chirurgicale și similare; ceasuri; instrumente muzicale; parți și accesorii ale acestora	16	9	10	13	16	18	22	33	31	45	67	68	73	101	134,3	177,6	230,8	313,61	350,98	434,51	536,63
XX	**Mărfuri și produse diverse**	**331**	**282**	**344**	**368**	**444**	**441**	**465**	**462**	**471**	**578**	**684**	**791**	**876**	**1024**	1097,7	1165,4	1360,7	1389,01	1251,82	1421,4	1648,57
XXII	Produse necuprinse în alte secțiuni din NC	62	68	62	78	50	43	48	66	77	72	61	65	85	77	137,5	113,7	81,4	93,94	97,28	133,65	245,32

Sursa: date proprii prelucrate și calculate după INSSE, ANV și DGCE. Datele pentru anii 2006-2011 sunt date publicate de INSSE în Buletinul Statistic de Comerț Internațional.

B. Exportul global al României, pe secțiuni și principalele capitole și subcapitole, conform Nomenclatorului Combinat / Sistemul armonizat (NC/ SA)

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Cod NC	**EXPORT Total FOB, din care:**	**3490**	**3359**	**4178**	**5186**	**6117**	**6453**	**7469**	**7400**	**7977**	**11273**	**12722**	**14675**	**15613,8**	**18934,7**	**22255,1**	**25850,5**	**29401,8**	**33724,6**	**29084,2**	**37367,8**	**45040,8**
I.	**Animale vii și produse animale**	**121**	**142**	**138**	**184**	**131**	**123**	**176**	**84**	**109**	**138**	**146**	**153**	**189**	**201**	**196,05**	**211,0**	**251,3**	**278**	**325,8**	**433,6**	**582,6**
01	Animale vii	51	58	48	73	67	58	70	48	78	107	112	114	136	141	142	153,3	180,5	177	173,3	195,6	233,5
02	Carne și organe comestibile	52	64	79	98	48	48	83	15	6	3	6	8	13	18	34	15,9	26,9	46,4	81,8	137,8	234,8
04	Lapte și produse lactate; ouă; miere	6	10	6	6	8	10	16	9	12	17	19	22	33	32	17	32,5	33,1	44,6	59,6	79,9	84,9
II.	**Produse vegetale**	**57**	**38**	**49**	**54**	**161**	**299**	**147**	**159**	**235**	**129**	**202**	**186**	**171**	**207**	**276,05**	**407,2**	**437,6**	**1198,3**	**1125**	**1638,9**	**2071,8**
08	Fructe comestibile	23	14	17	17	19	21	25	20	20	23	29	26	31	38	39,1	39,5	38,5	83,7	93,8	143,3	139,2
10	Cereale	10	3	3	6	109	229	80	77	89	36	75	81	18	43	123	145,0	150,7	1114,3	1030,8	1495,3	1932,3
III.	**Grăsimi și uleiuri animale sau vegetale**	**5**	**5**	**52**	**39**	**62**	**54**	**110**	**62**	**51**	**22**	**28**	**10**	**27**	**64**	**62,36**	**56,8**	**67,7**	**105,5**	**88**	**164,2**	**242,4**

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
IV.	**Produse alimentare, băuturi și tutun**	**30**	**37**	**40**	**57**	**55**	**86**	**94**	**82**	**60**	**79**	**108**	**112**	**111**	**116**	**138,79**	**179,0**	**360,2**	**583,4**	**703,7**	**889,5**	**1096,7**
16	Preparate din carne și pește	10	12	11	12	8	4	3	2	5	12	16	12	11	13	19,7	22,5	27,7	40,1	37,2	53,7	68,3
22	Băuturi alcoolice și nealcoolice; oțeturi	13	13	14	21	24	45	52	41	24	23	27	31	28	29	27	37,2	55,3	69,7	57,2	88,9	89,8
V.	**Produse minerale**	**508**	**440**	**490**	**602**	**565**	**552**	**564**	**451**	**472**	**895**	**881**	**1245**	**1098**	**1361**	**2464,89**	**2701,5**	**2290,9**	**3142**	**1784**	**2059,2**	**2589,2**
25	Sare; sulf, pământuri și pietre; ipsos, var și ciment	68	62	63	61	72	76	102	90	64	60	56	53	46	44	46,8	50,5	31,6	32,8	20,9	33,9	56,6
27	Combustibili și uleiuri minerale; materii bituminoase; ceruri minerale	437	378	416	517	486	476	457	349	390	809	794	1160	1023	1282	1367,9	2597,1	2233,1	2794,1	1593,9	1840,8	2359,3
VI.	**Produse chimice**	**234**	**325**	**295**	**412**	**560**	**552**	**493**	**300**	**309**	**564**	**561**	**511**	**581**	**771,20**	**994,95**	**1049,0**	**1126,0**	**1427,7**	**1070,4**	**1660,7**	**2183,2**
28	Produse chimice anorganice	49	68	52	62	90	99	112	91	90	154	162	90	121	162	197,3	213,6	184,0	232,2	122,6	138,7	205
29	Produse chimice organice	40	65	74	147	185	132	172	119	92	185	144	160	146	238	273	321,2	262,3	369	462,6	785,8	912,4
31	Îngrășăminte	118	163	144	176	259	284	157	43	79	160	187	154	201	211	325	327,0	377,6	555,8	234,9	410	634,5
VII.	**Materiale plastice, cauciuc și articole din acestea**	**44**	**66**	**70**	**121**	**156**	**154**	**164**	**155**	**172**	**248**	**258**	**379**	**508**	**710**	**864,24**	**1090,6**	**1461,4**	**1427,7**	**1070,4**	**1660,7**	**2183,2**

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
39	Materiale plastice și articole din materiale plastice	37	53	49	94	109	101	119	109	118	182	177	219	250	381	487	606,1	724,6	816,9	569,9	721,6	936
40	Cauciuc și articole din cauciuc	7	13	21	27	47	53	45	46	54	66	81	160	258	329	449,3	484,5	736,8	894,6	866,1	1170,9	1559,5
VIII.	**Piei crude, piei tăbăcite, blănuri și produse din acestea**	**21**	**19**	**30**	**47**	**41**	**42**	**59**	**55**	**61**	**108**	**160**	**183**	**188**	**199**	**201,90**	**223,5**	**233,2**	**231,5**	**189,2**	**231,2**	**281,3**
41	Piei brute și piei tăbăcite	2	4	11	23	12	12	21	15	22	50	60	66	71	71	71,7	70,2	84,8	84,3	66,7	85,6	106,6
42	Obiecte din piele	14	13	15	19	23	25	33	36	37	55	92	107	112	122	129,2	146,8	145,9	147,2	122,6	145,6	174,7
IX.	**Produse din lemn, exclusiv mobilier**	**94**	**119**	**151**	**188**	**199**	**236**	**300**	**342**	**466**	**613**	**592**	**661**	**709**	**833**	**836,27**	**925,2**	**986,6**	**949,5**	**918,9**	**1224,5**	**1450,2**
44	Lemn, cărbune de lemn și articole din lemn	82	107	141	179	191	228	293	336	461	607	587	656	705	830	834	922,6	986,0	948,9	918,2	1224	1449,9
46	Produse din împletituri de fibre vegetale sau de nuiele	12	12	10	8	8	8	7	6	5	5	4	4	3	3	2,1	2,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,3
X.	**Pastă de lemn, hârtie, carton și articole din acestea**	**18**	**13**	**16**	**28**	**66**	**46**	**57**	**41**	**45**	**88**	**117**	**132**	**134**	**153**	**129,60**	**133,9**	**177,3**	**162,1**	**164,8**	**233,1**	**273,7**
48	Hârtie și carton; articole din hârtie și carton	17	12	15	26	62	43	53	39	37	65	90	111	108	122	114	108,9	145,3	133,6	133,2	194,8	222

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
XI	**Materiale textile și articole din acestea**	**330**	**351**	**670**	**974**	**1214**	**1383**	**1722**	**1928**	**2062**	**2719**	**3330**	**3720**	**3963**	**4224**	**4218,60**	**4168,9**	**3919,3**	**3543,8**	**2899,6**	**3148**	**3596,1**
54	Filamente sintetice sau artificiale	13	21	26	27	37	33	38	29	25	34	36	33	35	50	68	72,0	77,1	74,8	68,4	101,2	114,5
55	Fibre sintetice sau artificiale discontinue	26	50	57	56	67	50	62	47	34	51	67	76	75	84	119	134,5	165,4	161,2	162,6	201,3	239,6
61	Articole și accesorii de îmbrăcăminte, tricotate sau croșetate	67	65	116	147	174	202	275	363	427	593	749	842	906	964	947	906,1	827,8	742,1	652,9	701,9	754,3
62	Articole și accesorii de îmbrăcăminte, altele decât tricotate sau croșetate	165	161	418	679	862	1024	1254	1377	1474	1905	2309	2546	2653	2793	2683	2574,4	2332,6	2046,4	1553,7	1601,1	1854
XII	**Încălțăminte, pălării, umbrele și articole similare**	**71**	**56**	**137**	**262**	**331**	**403**	**483**	**542**	**641**	**857**	**1098**	**1237**	**1272**	**1237**	**1289,53**	**1384,3**	**1354,3**	**1238,6**	**1024,4**	**1170,1**	**1355,8**
64	Încălțăminte și părți ale acesteia	70	53	132	258	327	399	479	537	637	852	1091	1229	1262	1220	1262	1361,8	1330,0	1216,9	1001,2	1140,3	1331
XIII	**Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și din materiale similare**	**61**	**68**	**85**	**93**	**117**	**120**	**134**	**140**	**150**	**175**	**193**	**213**	**213**	**212**	**207,73**	**195,3**	**235,2**	**215,8**	**179,4**	**225,7**	**251,2**
69	Produse ceramice	17	17	24	28	34	40	45	51	60	70	77	83	86	93	91	87,5	86,8	85,1	79,9	94,8	115,4
70	Sticlă și articole din sticlă	42	47	53	62	80	77	84	84	80	97	104	115	111	102	97	85,2	125,9	108,1	72,6	95	96,2
XV	**Metale comune și articole din acestea**	**519**	**566**	**819**	**898**	**1111**	**1012**	**1380**	**1416**	**1231**	**1799**	**1693**	**1884**	**2017**	**2923**	**3296,41**	**3877,1**	**4801,2**	**4940,4**	**2921,7**	**4460,8**	**5487,5**
72	Fontă, fier și oțel	283	337	577	607	705	569	813	776	625	939	814	1022	1239	1821	1865	1897,4	2389,8	2457,7	1316,6	2165,8	2531,7
73	Produse din fontă, fier și otel	117	106	124	121	187	236	279	333	271	307	399	420	389	576	784	917,0	1097,1	1261,9	807	1125,2	1432,8
76	Aluminiu și articole din aluminiu	104	105	90	133	179	158	224	220	239	378	314	305	267	364	560	643,1	666,6	637,6	412,9	604,4	777,8

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL EXPORT FOB, în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
XVI	**Mașini și aparate; echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul și imaginile**	**566**	**391**	**375**	**438**	**507**	**537**	**652**	**701**	**911**	**1590**	**1874**	**2299**	**2505**	**3324**	**3940,95**	**5245,3**	**6523,1**	**8061**	**7670,9**	**10135**	**12139,7**
84	Cazane, turbine, motoare, aparate și dispozitive mecanice, părți ale acestora	492	334	286	284	310	337	429	385	524	690	765	788	869	1286	1543	2206,1	2892,8	3225,4	2637,5	3194,2	3984,2
85	Mașini, aparate și echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul și imagini de televiziune	74	57	89	154	197	200	223	316	387	900	1109	1511	1636	2038	2398	3039,2	3630,3	4835,6	5033,4	6940,8	8155,5
XVII	**Mijloace și materiale de transport**	**402**	**364**	**345**	**330**	**331**	**352**	**399**	**381**	**423**	**554**	**669**	**826**	**894**	**1198**	**1767,24**	**2545,1**	**3503,8**	**4139**	**4882,5**	**5811,4**	**6513,4**
86	Vehicule și echipamente pentru căile ferate și de comunicații	136	94	73	39	25	56	77	74	52	84	87	107	126	153	159,7	164,2	311,3	360,7	259,1	111,8	75,3
87	Automobile, tractoare și alte vehicule terestre	174	182	218	162	184	157	205	145	134	201	275	377	439	637	1397	1629,0	2423,8	2831	3552,8	4675,1	5434,1
89	Vapoare, nave și structuri plutitoare	78	82	42	107	115	130	100	146	218	248	251	330	282	328	563	629,6	725,5	856,4	1009,9	920,8	938,9
XVIII	**Instrumente și aparate optice, fotografice, cinematografice, medico-chirurgicale și similare; ceasuri; instrumente muzicale; părți și accesorii ale acestora**	**16**	**9**	**10**	**13**	**16**	**18**	**22**	**33**	**31**	**45**	**67**	**68**	**73**	**101**	**134,35**	**177,6**	**230,8**	**313,6**	**351**	**434,5**	**536,6**
XX	**Mărfuri și produse diverse**	**331**	**282**	**344**	**368**	**444**	**441**	**465**	**462**	**471**	**578**	**684**	**791**	**876**	**1024**	**1097,70**	**1165,4**	**1360,7**	**1389**	**1251,8**	**1421,4**	**1648,6**
94	Mobila; aparate de iluminat și alte articole similare; construcții prefabricate	327	277	331	343	411	404	420	421	429	514	594	696	754	901	992	1067,7	1224,6	1242,2	1121,2	1282,2	1483,3
XXII	**Produse necuprinse în alte secțiuni din NC**	**62**	**68**	**62**	**78**	**50**	**43**	**48**	**66**	**77**	**72**	**61**	**65**	**85**	**77**	**137,46**	**113,7**	**81,4**	**93,9**	**97,3**	**133,6**	**245,3**

Sursa: date proprii prelucrate și calculate după INSSE, ANV și DGCE. Datele pentru anii 2006-2011 sunt date publicate de INSSE în Buletinul Statistic de Comerț Internațional.

C. Importul global al României, pe secţiuni şi principalele capitole, conform Nomenclatorului Combinat / Sistemul armonizat (NC/ SA)

Anul		TOTAL IMPORT CIF, în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Secţiunea şi capitolul																						
Cod NC	**IMPORT Total CIF, din care:**	**5068**	**4824**	**5603**	**5994**	**7949**	**9129**	**9993**	**10518**	**9927**	**14191**	**17383**	**18891**	**21201**	**26281**	**32568,5**	**40745,8**	**50992,6**	**57240,31**	**38953,18**	**46901,74**	**54823,6**
I.	Animale vii şi produse animale	35	66	58	83	100	59	58	185	115	162	314	312	261	389	662,29	706,6	868,8	1191,3	1115,73	984,47	959,87
II.	Produse vegetale	302	330	406	118	119	133	151	201	209	296	375	294	596	543	436,63	538,3	1030,3	1259,34	1002,87	1141,13	1321,85
III.	Grăsimi şi uleiuri animale sau vegetale	11	30	18	25	22	17	30	50	30	38	38	70	55	52	58,63	73,8	143,7	227,09	160,41	217,19	245,58
IV.	Produse alimentare, băuturi şi tutun	292	340	341	330	448	483	377	465	392	519	624	569	623	730	864,36	1106,1	1284,1	1669,24	1544,27	1583,88	1900,26
V.	**Produse minerale**	**2148**	**1561**	**1598**	**1607**	**1921**	**2146**	**2125**	**1506**	**1178**	**2058**	**2493**	**2401**	**2621**	**3527**	5072,86	6032,9	6142,2	7849,97	3882,88	5178,41	6656,97
VI.	Produse chimice	**339**	**319**	**439**	**475**	**721**	**790**	**834**	**915**	**918**	**1172**	**1361**	**1591**	**1687**	**2084**	2435,72	3111,1	3868,6	4726,83	4299,59	4666,42	5451,52
VII.	Materiale plastice, cauciuc şi articole din acestea	**62**	**138**	**175**	**192**	**302**	**357**	**394**	**455**	**449**	**634**	**848**	**1037**	**1256**	**1535**	1941,27	2525,6	3074,1	3312,88	2542,26	3264,15	3961,47
VIII.	Piei crude, piei tăbăcite, blănuri şi produse din acestea	15	59	97	126	163	210	246	272	284	394	571	657	667	658	705,98	753,6	759,9	693,38	559,04	643,01	714,02
IX.	Produse din lemn, exclusiv mobilier	29	25	26	23	43	41	46	53	64	91	123	157	180	239	320,72	385,7	576,2	599,2	375,98	396,32	380,3

Anul		TOTAL IMPORT CIF, în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
Secțiunea și capitolul																						
X.	Pastă de lemn, hârtie, carton și articole din acestea	32	70	82	114	182	219	226	277	248	317	386	443	500	558	644,50	768,3	864,0	966,54	897,63	964,66	1023,39
XI	**Materiale textile și articole din acestea**	**201**	**433**	**563**	**683**	**935**	**1072**	**1385**	**1623**	**1823**	**2316**	**2800**	**3105**	**3153**	**3317**	3332,20	3385,1	3613,2	3475,56	2736,65	3042,44	3513,12
XII	**Încălțăminte, pălării, umbrele și articole similare**	37	32	41	56	82	99	139	176	179	241	284	309	316	325	359,90	413,7	511,8	551,7	443,12	518,54	637,16
XIII	Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și din materiale similare	60	43	54	58	88	115	127	145	145	196	258	307	357	456	612,73	736,9	940,2	1076,29	633,91	665,84	745,05
XV	**Metale comune și articole din acestea**	**198**	**209**	**237**	**296**	**424**	**571**	**594**	**703**	**647**	**973**	**1274**	**1394**	**1629**	**2199**	2876,31	4030,4	5654,1	6501,18	3793,74	5126,17	6186,45
XVI	**Mașini și aparate; echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul și imaginile**	**685**	**704**	**981**	**1223**	**1634**	**2000**	**2301**	**2416**	**2330**	**3517**	**3936**	**4317**	**5079**	**6250**	7629,59	9881,3	12691,1	13715,14	10539,43	13343,74	14967,65
XVII	**Mijloace și materiale de transport**	**117**	**226**	**241**	**280**	**307**	**331**	**340**	**431**	**394**	**605**	**894**	**1072**	**1311**	**2429**	3330,23	4710,7	7028,5	7131,17	2889,61	3496,86	4244,51

Anul		TOTAL IMPORT CIF, în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Secțiunea și capitolul																						
XVIII	Instrumente și aparate optice, fotografice, cinematografice, medico-chirurgicale și similare; ceasuri; instrumente muzicale; parți și accesorii ale acestora	114	55	100	136	221	191	231	241	244	383	453	463	472	478	565,09	707,1	815,1	942,75	651,85	789,82	883,68
XX	**Mărfuri și produse diverse**	26	40	66	95	140	161	186	202	195	264	308	357	404	466	616,97	777,2	1013,5	1231,49	792,29	767,04	875,8
XXII	Produse necuprinse în alte secțiuni din NC	37	139	46	74	97	134	201	212	83	59	43	26	34	46,15	102,53	101,5	113,1	119,28	91,92	111,63	154,95

Sursa: date proprii prelucrate și calculate după INSSE, ANV și DGCE. Datele pentru anii 2006-2011 sunt date publicate de INS în Buletinul Statistic de Comerț Internațional.

D. Importul global al României, pe secțiuni și principalele capitole și subcapitole, conform Nomenclatorului Combinat / Sistemul armonizat (NC/ SA)

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL IMPORTURI CIF în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Cod NC	IMPORT Total CIF, din care:	4740	4819	5569	5994	7949	9129	9991	10528	9927	14235	17383	18881	21201,4	26281	32.568,5	40745,8	50992,6	57240,3	38953,2	46901,7	54823,6
I.	**Animate vii și produse animate**	**35**	**66**	**58**	**83**	**100**	**59**	**58**	**185**	**115**	**162**	**314**	**312**	**261**	**389**	**662,29**	**706,6**	**868,8**	**1191,3**	**1115,7**	**984,5**	**959,9**
01	Animale vii	2	3	3	2	9	7	3	7	5	24	64	44	20	24	35	37,5	46,3	102,4	116,9	95,7	101,2
02	Carne și organe comestibile	8	29	29	49	54	12	19	104	57	83	186	201	165	276	503	519,5	553,9	832,2	744	620	554,2
04	Lapte și produse lactate; ouă; miere; produse comestibile de origine animală	21	29	22	19	18	21	17	38	25	29	33	31	30	31	40	52,4	152,1	212	216,5	225,4	255,3
II.	**Produse vegetale**	**302**	**330**	**406**	**118**	**119**	**133**	**151**	**201**	**209**	**296**	**375**	**294**	**596**	**543**	**436,63**	**538,3**	**1030,3**	**1259,3**	**1002,9**	**1141,1**	**1321,8**
08	Fructe comestibile	29	29	27	27	44	37	42	43	58	65	62	75	79	94	136	164,8	245,1	599,8	490,2	541,7	593,6
10	Cereale	166	186	323	42	8	13	37	24	32	63	129	32	307	221	49	42,9	267,3	659	511,6	597,7	726,8
III.	**Grăsimi și uleiuri animale sau vegetale**	**11**	**30**	**18**	**25**	**22**	**17**	**30**	**50**	**30**	**38**	**38**	**70**	**55**	**52**	**58,63**	**73,8**	**143,7**	**227,1**	**160,4**	**217,2**	**245,6**
IV.	**Produse alimentare, băuturi și tutun**	**292**	**340**	**341**	**330**	**448**	**483**	**377**	**465**	**392**	**519**	**624**	**569**	**623**	**730**	**864,36**	**1106,1**	**1284,1**	**1669,2**	**1544,3**	**1583,9**	**1900,3**
16	Preparate din came și pește	9	7	4	7	23	8	18	48	15	20	19	13	13	16	21	30,3	52,1	69,1	59,4	61,4	68,7
22	Băuturi alcoolice și nealcoolice; oțeturi	47	64	49	28	29	24	12	15	15	18	23	26	34	47	58	101,7	154,8	209	139,4	143,8	209,8
V.	**Produse minerale**	**2148**	**1561**	**1598**	**1607**	**1921**	**2146**	**2125**	**1506**	**1178**	**2058**	**2493**	**2401**	**2621**	**3527**	**5072,86**	**6032,9**	**6142,2**	**7850**	**3882,9**	**5178,4**	**6657**

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL IMPORTURI CIF în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
25	Sare; sulf; pământuri și pietre; ipsos; var și ciment	64	56	59	52	52	60	50	50	46	59	60	61	63	73	82	82,0	128,7	219,5	90,4	118,1	140,5
27	Combustibili și uleiuri minerale; materii bituminoase; ceruri minerale	1879	1431	1436	1416	1697	1908	1878	1276	990	1720	2195	2103	2312	3114	4548	5517,3	5522,5	7087,7	3634	4710,9	6172,1
VI.	**Produse chimice**	**339**	**319**	**439**	**475**	**721**	**790**	**834**	**915**	**918**	**1172**	**1361**	**1591**	**1687**	**2084**	**2435,72**	**3111,1**	**3868,6**	**4726,8**	**4299,6**	**4666,4**	**5451,5**
28	Produse chimice anorganice	54	37	40	43	50	74	92	95	81	127	94	83	120	137	118	144,4	263,8	324,3	188,4	156,8	203
29	Produse chimice organice	89	108	119	119	179	147	148	123	115	163	169	210	206	253	292	351,8	491,5	2367,1	2417	2684,5	3078,8
31	Îngrășăminte	x[1]	2	4	6	7	7	9	14	10	9	18	13	24	27	53	58,5	91,1	155,1	102,1	140,7	261,1
VII.	**Materiale plastice, cauciuc și articole din acestea**	**62**	**138**	**175**	**192**	**302**	**357**	**394**	**455**	**449**	**634**	**848**	**1037**	**1256**	**1535**	**1941,27**	**2525,6**	**3074,1**	**4726,8**	**4299,6**	**4666,4**	**5451,5**
39	Materiale plastice și articole din materiale plastice	29	62	90	123	211	245	288	348	363	511	663	787	938	1151	1468	1903,6	2262,1	2457,4	1862,9	2302	2639,1
40	Cauciuc și articole din cauciuc	33	76	85	69	91	112	106	107	86	123	185	250	318	384	473	622,0	812,0	855,5	679,4	962,1	1322,4
VIII.	**Piei crude, piei tăbăcite, blănuri și produse din acestea**	**15**	**59**	**97**	**126**	**163**	**210**	**246**	**272**	**284**	**394**	**571**	**657**	**667**	**658**	**705,98**	**753,6**	**759,9**	**693,4**	**559**	**643**	**714**
41	Piei brute și piei tăbăcite	11	52	86	117	153	195	231	253	272	377	541	614	619	601	633	659,4	638,6	552,5	442,7	483,7	542,3
42	Obiecte din piele	2	3	7	6	7	8	9	11	8	13	22	33	37	46	60	76,8	107,6	140,9	116,3	159,3	171,7
IX.	**Produse din lemn, exclusiv mobilier**	**29**	**25**	**26**	**23**	**43**	**41**	**46**	**53**	**64**	**91**	**123**	**157**	**180**	**239**	**320,72**	**385,7**	**576,2**	**599,2**	**376**	**396,3**	**380,3**
44	Lemn, cărbune de lemn și articole din lemn	27	24	24	21	41	38	44	50	62	88	119	153	176	234	314	378,6	567,8	588,7	368,3	387,9	372,3
46	Produse din împletituri de fibre vegetale sau de nuiele	1	x[2]	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.9	1,5	2,9	4,3	2,9	3,3	3

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL IMPORTURI CIF în milioane EURO																				
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
X.	**Pastă de lemn, hârtie, carton și articole din acestea**	**32**	**70**	**82**	**114**	**182**	**219**	**226**	**277**	**248**	**317**	**386**	**443**	**500**	**558**	**644,50**	**768,3**	**864,0**	**966,5**	**897,6**	**964,7**	**1023,4**
48	Hârtie și carton; articole din hârtie și carton	14	40	51	81	134	164	174	224	200	263	330	377	434	484	551	638,9	728,5	811,8	757,2	832,6	929,8
XI.	**Materiale textile și articole din acestea**	**201**	**433**	**563**	**683**	**935**	**1072**	**1385**	**1623**	**1823**	**2316**	**2800**	**3105**	**3153**	**3317**	**3332,20**	**3385,1**	**3613,2**	**3475,6**	**2736,6**	**3042,4**	**3513,1**
54	Filamente sintetice sau artificiale	7	58	88	122	159	167	209	262	298	363	434	464	437	458	451	446,2	479,9	411,5	366,8	430,5	504
55	Fibre sintetice sau artificiale discontinue	10	100	126	140	183	215	283	328	369	473	530	561	530	509	475	464,0	427,4	378,2	289,3	339,8	378,7
61	Articole și accesorii de îmbrăcăminte, tricotate sau crosetate	26	33	39	41	55	42	43	62	111	145	175	192	205	212	233	246,8	308,5	366,5	313	318,3	350,4
62	Articole și accesorii de îmbrăcăminte, altele decât tricotate sau crosetate	14	29	42	50	62	93	132	159	142	180	228	257	267	264	290	295,7	367,5	458,2	340,4	346,6	413,9
XII.	**Încălțăminte, pălării, umbrele și articole similare**	**37**	**32**	**41**	**56**	**82**	**99**	**139**	**176**	**179**	**241**	**284**	**309**	**316**	**325**	**359,90**	**413,7**	**511,8**	**551,7**	**443,1**	**518,5**	**637,2**
64	Încălțăminte și părți ale acesteia	36	32	39	54	77	96	136	171	174	236	277	301	308	313	345	392,2	480,7	517,2	416,6	486,3	604,8
XIII.	**Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și din materiale similare**	**60**	**43**	**54**	**58**	**88**	**115**	**127**	**145**	**145**	**196**	**258**	**307**	**357**	**456**	**612,73**	**736,9**	**940,2**	**1076,3**	**633,9**	**665,8**	**745**
69	Produse ceramice	43	21	25	26	36	45	49	47	44	66	93	110	129	172	247	274,5	359,1	425,6	207	216,2	224,7
70	Sticlă și articole din sticlă	9	12	13	16	22	31	35	45	51	66	86	103	120	150	201	257,1	310,3	335,4	233,8	245,8	305,2

Anul / Secţiunea şi capitolul		TOTAL IMPORTURI CIF în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
XV.	**Metale comune şi articole din acestea**	**198**	**209**	**237**	**296**	**424**	**571**	**594**	**703**	**647**	**973**	**1274**	**1394**	**1629**	**2199**	**2876,31**	**4030,4**	**5654,1**	**6501,2**	**3793,7**	**5126,2**	**6186,5**
72	Fontă, fier şi oţel	63	82	110	130	190	248	241	277	209	386	470	505	570	851	1095	1464,2	2229,1	2753,6	1229,2	1841,9	2423,3
73	Produse din fontă, fier şi oţel	75	50	50	73	93	137	176	209	214	252	350	426	518	675	919	1289,7	1746,7	1987,2	1345,5	1596,4	1794,7
76	Aluminiu şi articole din aluminiu	4	7	14	18	39	56	60	78	79	108	130	135	161	221	275	382,0	494,1	529,7	349,8	496,7	568,3
XVI.	**Maşini şi aparate; echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul şi imaginile**	**685**	**704**	**981**	**1223**	**1634**	**2000**	**2301**	**2416**	**2330**	**3517**	**3936**	**4317**	**5079**	**6250**	**7629,59**	**9881,3**	**12691,1**	**13715,1**	**10539,4**	**13343,7**	**14967,6**
84	Cazane, turbine, motoare, aparate şi dispozitive mecanice, părţi ale acestora	455	458	662	787	1101	1372	1497	1346	1300	1622	2094	2250	2748	3326	4079	5469,4	7072,6	7316,5	4769,5	5577,5	6517,3
85	Maşini, aparate şi echipamente electrice; aparate de înregistrat sau de reprodus sunetul şi imagini de televiziune	230	246	319	436	533	628	804	1070	1030	1895	1842	2067	2331	2924	3551	4411,9	5618,5	6398,6	5769,9	7766,3	8450,3
XVII.	**Mijloace şi materiale de transport**	**117**	**226**	**241**	**280**	**307**	**331**	**340**	**431**	**394**	**605**	**894**	**1072**	**1311**	**2429**	**3330,23**	**4710,7**	**7028,5**	**7131,2**	**2889,6**	**3496,9**	**4244,5**
86	Vehicule şi echipamente pentru căile ferate şi de comunicaţii	6	6	55	18	35	12	33	32	26	57	43	84	184	150	109	144,3	217,2	239,1	147,7	75,3	70,1

Anul / Secțiunea și capitolul		TOTAL IMPORTURI CIF în milioane EURO																				
		1991	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
87	Automobile, tractoare și alte vehicule terestre	98	117	118	107	248	286	258	377	312	492	823	958	1091	2142	3109	4398,1	6681,2	6695,8	2613,4	3203,2	3950,3
89	Vapoare, nave și structuri plutitoare	5	1	1	1	2	3	2	3	18	18	7	18	14	16	25	21,4	23,2	53,9	14,1	86,9	13,7
XVIII.	**Instrumente și aparate optice, fotografice, cinematografice, medico-chirurgicale și similare; ceasuri; instrumente muzicale; părți și accesorii ale acestora**	**114**	**55**	**100**	**136**	**221**	**191**	**231**	**241**	**244**	**383**	**453**	**463**	**472**	**478**	**565,09**	**707,1**	**815,1**	**942,7**	**651,9**	**789,8**	**883,7**
XX.	**Mărfuri și produse diverse**	**26**	**40**	**66**	**95**	**140**	**161**	**186**	**202**	**195**	**264**	**308**	**357**	**404**	**466**	**616,97**	**777,2**	**1013,5**	**1231,5**	**792,3**	**767**	**875,8**
94	Mobilă; aparate de iluminat și alte articole similare; construcții prefabricate	1	8	14	27	55	64	75	85	86	126	143	171	192	234	350	486,3	642,3	788	467,7	452,4	513,8
XXII.	**Produse necuprinse în alte secțiuni din NC**	**37**	**139**	**46**	**74**	**97**	**134**	**201**	**212**	**83**	**59**	**43**	**26**	**34**	**46,15**	**102,53**	**101,5**	**113,1**	**119,3**	**91,9**	**111,6**	**155**

Sursa: date proprii prelucrate și calculate după INSSE, ANV și DGCE. Datele pentru anii 2006-2011 sunt date publicate de INS în Buletinul Statistic de Comerț Internațional.

Anexa 4.8: Ponderea fiecărei grupe de produse importate/exportate din UE în importul/exportul total al României din grupa respectivă în relația globală

A. Ponderea fiecărei grupe de produse exportate în UE în exportul total al României din grupa respectivă în relația globală, în perioada 1996-2011

Anul	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Cod NC																
I	43,80	28,87	19,57	22,28	33,59	37,40	30,11	55,95	57,80	55,07	69,86	61,44	64,02	70,65	69,37	69,59
II	56,14	71,05	63,27	66,67	24,84	13,71	33,33	33,96	42,55	47,29	49,01	50,00	63,16	71,01	78,97	75,93
III	73,25	67,23	23,08	5,13	14,52	1,85	1,82	3,23	13,73	4,55	10,71	4,00	14,81	40,63	36,88	30,69
IV	66,67	59,46	60,00	49,12	56,36	45,35	39,36	32,93	48,33	46,84	53,70	43,75	46,85	65,52	62,68	61,17
V	59,06	30,23	37,76	27,57	20,71	27,54	15,60	21,29	10,81	6,93	24,29	43,13	24,50	35,49	19,64	18,32
VI	23,50	19,69	21,69	28,40	26,43	25,36	26,57	32,00	24,92	26,06	22,46	25,24	27,88	34,75	64,32	65,16
VII	38,64	43,94	44,29	40,50	57,05	57,14	59,15	65,81	58,14	59,68	62,02	55,94	54,33	60,99	33,32	33,15
VIII	38,10	68,42	73,33	72,34	78,05	76,19	72,88	85,45	88,52	83,33	82,50	87,43	89,89	95,98	78,75	86,17
IX	36,17	32,77	23,84	25,53	32,16	29,66	30,67	37,72	45,28	39,48	42,57	42,81	47,11	52,70	21,64	21,81
X	66,67	46,15	31,25	39,29	37,88	36,96	31,58	36,59	37,78	37,50	49,57	41,67	47,01	47,06	47,84	47,71
XI	50,30	61,54	80,00	84,80	85,17	88,14	88,44	90,15	91,46	90,62	91,05	91,29	91,07	85,65	85,98	86,13
XII	49,30	60,71	81,02	91,22	92,75	93,30	96,69	97,97	96,26	97,55	97,72	96,93	96,62	98,22	84,84	84,10
XIII	59,02	61,76	60,00	67,74	66,67	64,17	64,93	67,14	64,00	65,14	65,28	63,38	66,20	76,42	81,84	81,28
XV	30,25	27,92	21,86	32,07	50,77	53,26	50,51	53,46	51,34	49,25	46,01	38,11	36,29	45,43	44,35	43,99
XVI	14,66	22,25	30,13	43,15	51,28	59,40	55,67	69,04	69,59	74,03	73,91	69,12	75,01	85,53	79,65	80,69
XVII	8,21	11,26	12,75	18,79	29,91	37,78	27,07	43,83	55,08	51,26	56,50	59,81	71,70	79,97	68,75	69,84
XVIII	25,00	44,44	60,00	53,85	62,50	66,67	68,18	63,64	64,52	68,89	65,67	76,47	76,71	81,19	74,43	74,59
XX	70,09	75,89	72,09	78,26	79,95	77,32	74,84	76,41	81,53	80,62	83,04	81,04	79,34	87,70	91,01	91,42
XXII	16,13	10,29	4,84	7,69	14,00	9,30	8,33	21,21	16,88	55,56	55,74	43,08	36,47	38,96	0,97	0,99

Sursa: calcule proprii pe baza datelor din **Anexa 4.7**, *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat*

B. Ponderea fiecărei grupe de produse importate din UE în importul total al României din grupa respectivă în relația globală, în perioada 1996-2011

Anul Cod NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	88,57	51,52	39,66	32,53	36,00	54,24	44,83	35,14	39,13	48,15	48,41	58,33	41,00	65,81	57,03	58,52
II	47,68	53,03	58,62	31,36	22,69	32,33	26,49	24,88	24,88	23,31	20,27	22,11	25,84	37,75	46,30	46,08
III	81,82	76,67	61,11	52,00	68,18	82,35	70,00	54,00	56,67	52,63	57,89	55,71	47,27	51,92	50,79	49,81
IV	41,10	32,06	34,02	37,58	40,63	37,27	39,26	37,85	39,54	29,87	29,65	32,51	35,15	54,25	53,60	53,62
V	9,17	10,89	7,07	4,85	7,86	9,65	8,75	8,90	7,64	6,41	8,10	5,75	3,97	7,29	7,57	7,83
VI	48,67	55,17	54,67	57,26	55,89	60,00	60,07	63,17	64,92	64,08	64,51	67,63	65,86	75,53	73,41	70,35
VII	54,84	45,65	49,71	57,29	52,32	55,18	56,35	57,58	63,25	62,15	65,09	67,79	68,07	81,17	79,20	78,56
VIII	26,67	64,41	70,10	79,37	90,18	90,95	90,65	94,12	95,42	95,18	95,45	94,82	94,75	94,22	91,97	92,97
IX	51,72	60,00	61,54	69,57	74,42	63,41	65,22	50,94	54,69	48,35	43,90	44,59	41,67	80,33	82,83	81,73
X	25,00	30,00	32,93	42,11	43,96	46,58	47,79	48,01	51,21	51,42	54,66	56,88	59,80	77,24	86,31	85,91
XI	1,00	11,32	13,68	16,40	15,61	14,09	13,21	14,42	14,10	13,39	13,04	12,27	11,32	11,43	78,28	78,41
XII	40,54	65,63	60,98	75,00	79,27	87,88	83,45	78,98	84,36	81,74	85,21	81,55	82,28	80,62	73,88	74,93
XIII	40,00	30,23	27,78	31,03	30,68	26,09	27,56	24,14	22,07	24,49	27,13	24,76	23,53	30,48	75,38	74,96
XV	12,63	22,97	19,41	14,19	16,75	15,41	10,27	11,38	10,82	9,87	10,83	12,55	13,14	20,65	67,54	66,75
XVI	32,55	44,89	51,07	52,41	51,71	53,10	39,77	39,53	37,98	31,76	37,22	35,44	35,42	39,10	68,62	68,42
XVII	95,73	58,41	71,78	62,50	95,11	92,75	91,47	85,15	80,71	98,02	98,10	97,95	91,38	71,31	78,60	75,62
XVIII	12,28	47,27	47,00	55,88	47,06	63,87	59,31	61,00	59,02	49,35	47,02	52,27	59,11	76,36	63,26	61,98
XX	3,85	15,00	15,15	23,16	30,00	28,57	28,49	27,72	28,21	29,17	26,95	26,61	27,72	39,48	73,55	73,94
XXII	40,54	1,44	4,35	41,89	51,55	59,70	64,18	70,28	50,60	64,41	46,51	42,31	32,35	45,50	27,31	26,33

Sursa: calcule proprii pe baza datelor din **Anexa 4.7**, *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat*

Anexa 4.9: Structura comerțului exterior al României pe relația cu UE

Ponderea grupelor de produse în exportul României către UE în perioada 1996-2011 (exprimat în %)

Anul Cod NC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I	4,08	3,46	1,58	1,65	1,22	1,14	1,27	0,99	1,21	1,06	1,18	0,99	1,12	1,03	0,88	0,85
II	2,50	2,26	1,79	1,44	1,12	1,28	1,15	1,14	1,91	0,87	1,15	0,98	1,02	1,07	1,28	1,80
III	0,36	0,39	0,68	0,06	0,24	0,02	0,04	0,05	0,12	0,01	0,04	0,05	0,16	0,19	0,14	0,10
IV	1,54	1,85	1,36	1,11	0,85	0,97	0,89	2,57	0,55	0,51	0,67	0,73	0,68	0,55	0,60	0,64
V	23,25	11,24	10,72	6,64	3,24	3,78	2,08	2,02	0,97	0,86	2,46	5,98	3,15	3,50	4,88	3,12
VI	4,25	5,43	3,67	4,69	4,10	3,49	3,11	1,99	1,49	2,04	1,46	1,89	1,84	1,94	1,77	3,97
VII	1,29	2,46	1,78	1,97	2,48	2,19	2,30	2,13	1,91	2,07	1,86	2,25	2,95	3,13	3,64	2,10
VIII	0,61	1,97	1,78	1,36	8,90	0,80	1,01	0,99	1,07	1,75	1,52	1,61	1,54	1,38	1,28	3,62
IX	2,63	3,34	2,07	1,91	1,77	1,74	2,19	2,72	4,04	3,38	2,93	3,12	3,41	3,18	2,93	1,17
X	0,93	0,48	0,30	0,44	0,69	0,41	0,47	0,31	0,33	0,45	0,68	0,61	0,67	0,52	0,52	0,37
XI	12,71	18,27	31,05	33,04	28,71	30,33	36,04	36,39	36,12	34,31	35,14	33,03	32,69	29,07	26,41	20,85
XII	2,68	2,90	6,44	9,54	8,52	9,37	11,04	11,13	11,82	11,64	12,43	11,46	10,89	8,80	8,42	8,72
XIII	2,81	3,57	2,93	2,52	2,17	1,92	2,05	1,98	1,84	1,58	1,46	1,43	1,37	1,17	1,04	0,92
XV	12,17	13,35	10,36	11,52	15,66	13,42	16,50	15,77	12,09	12,35	9,05	7,57	7,36	9,62	8,96	9,90
XVI	6,46	7,40	6,52	7,56	7,22	7,93	8,62	10,17	12,13	16,18	16,10	15,96	17,95	20,59	21,81	24,58
XVII	7,59	3,50	7,54	7,50	7,75	3,37	7,57	3,50	4,45	3,94	4,38	5,18	5,88	6,94	8,32	10,32
XVIII	0,00	0,00	0,36	0,29	0,28	0,29	0,35	0,44	0,38	0,44	0,61	0,51	0,51	0,60	0,62	0,77
XX	18,03	18,10	14,36	11,50	9,86	8,49	8,26	7,41	7,36	6,50	6,60	6,38	6,59	6,50	6,40	6,19
XXII	0,00	0,00	0,20	0,24	0,20	0,11	0,11	0,30	0,26	0,56	0,39	0,28	0,28	0,22	0,09	0,01

Sursa: calcule proprii pe baza datelor din *Anuarul Statistic al României 1997-2011* și *Eurostat*

Bibliografie

I. CĂRȚI, ARTICOLE, LUCRĂRI DE SPECIALITATE

1. Ardelean, Valer, *Multiplicatorul exportului. Eseu asupra unui model keynesian cu aplicații la economia românească*, Oeconomica, nr.1, anul XII, 91-98, 2003

2. Bal, Ana; Gavrilă, Ilie, *Liberalizarea schimburilor economice externe: avantaje și riscuri pentru România*, Editura Economica, București, 2003

3. Balassa, Bela, *Exports and Economic Growth: further Evidence,* Journal of Development Economics Vol. 5, No. 2, 1978, p. 181-189

4. Balassa, Bela, *Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage,* The Manchester School of Economic and Social Sciences, Vol. 32, No. 2, 1965, p. 99-123

5. Baldwin, Richard, *Measurable Dynamic Gains from Trade*, Journal of Political Economy No. 100, 1992

6. Baldwin, Richard; Joseph, Francois; Portes, Richard, *The Costs and Benefits of Eastern Enlargement: The Impact of the EU and Central Europe*, Economic Policy: A European Forum No. 24, 1997

7. Bari, Ioan, *Globalizarea economiei*, Editura Economică, București, 2005

8. Bari, Ioan, *Probleme globale contemporane*, Editura Economică, București, 2003

9. Begu, Stelian, *Statistică internațională,* Editura AII Beck, București, 1999

10. Berinde, Mihai, *Piața unică europeană și negocierile de aderare la UE*, Editura „Centrul Tehnic-Editorial al Armatei", București; 2003

11. Berinde, Mihai, *Regionalism și multilateralism în comerțul internațional,* Editura Universității din Oradea, 2004

12. Berinde, Mihai, *Valorificarea prevederilor Acordului European de asociere a României la Uniunea Europeană*, Editura Percomex, București, 1993

13. Berinde, Mihai; Giurgiu, Adriana, *Aderarea României la Uniunea Europeană,* Editura Universității din Oradea, 2005

14. Bhagwati, J.N.; Panagariya, A.; Srinivasan, T.N., *Lectures on International Trade*, second edition, MIT Press, 1998

15. Botez, Octavian Gh., *Comerțul exterior al României în secolul XX: comerț internațional și politici comerciale,* Editura Fundației România de Mâine,

București, 2000

16. Botez, Octavian Gh.; Militaru, Mădălina, *Comerțul internațional și comerțul exterior al României,* Editura Fundației România de Mâine, București, 2004

17. Burnete, Sorin, *Comerț internațional – teorii, modele, politici*, Editura Economică, București, 1999

18. Butnaru, Ion, *E necesară o strategie națională de export*, în: Economistul, v. 14, nr. 1553, p.1-7

19. Byé, Maurice; Destanne de Bernis G., *Relations économiques internationales*, I Echanges internationaux, Trécis Dalloz, Paris, 1977

20. Carțaș, Maria, *Industria constructoare de mașini în perspectiva integrării în Uniunea Europeană – reformă și restructurare*, studiu editat de Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2001

21. Ciobanu, Gh.; Popescu, Gh., Sisteme de comerț exterior, Presa Universitară Clujeană, 2000

22. Ciupagea, Constantin (coordonator), *Evaluarea costurilor și beneficiilor aderării României la UE,* Institutul European din România, 2004

23. Ciupagea, Constantin, *I-O based methodologies to assess trade models (O metodologie de evaluare a modelelor de comert exterior pe baza tabelelor intrare-iesire)*, București, Caietele INCE/10, 1993

24. Cociuban, Aristide, *Racordarea economiei României la Piața Unică Europeană*, Editura Apimondia, București, 2002

25. Cojanu, Valentin, *Comerțul internațional și dezvoltarea economică în România*, IRLI, București, 1997

26. Cristache, S. E., Metode statistice de calcul și analiză a eficienței economice în comerț, Editura ASE, București, 2003

27. Davis, Donald R.; Weinstein, David E., *Market Access, Economic Geography and Comparative Advantage: An Empirical Assessment,* Journal of International Economics, No. 59(1), 2003, p. 1-24

28. Dăianu, Daniel; Vrânceanu, Radu, *România și Uniunea Europeană*, Editura Polirom, 2002

29. De Melo, G., Grether, J., *Commerce international, Theories et applications*, De Boeck Universite Paris, Bruxelles, 2000

30. Dobrescu, Emilian, *Macromodels of the Romanian Transition Economy*, Expert Publishing House, Bucharest, 1996

31. Drăgan, Gabriela, *Fundamentele comerțului internațional*, Editura ASE,

București, 2004

32. Eaton, J.; Grossman, Gene, *Optimal Trade and Industrial Policy under Oligopoly*, în Quarterly Journal of Economics, No. 101, 1986, p. 383-406

33. Feenstra, R.C.; Hanson, G., *Global Production Sharing and Rising Inequality: A Survey of Trade and Wages*, în Choi E.K. and J. Harrigan (eds.) Handbook of International Trade, Blackwell: Malden, MA, 2005, p. 146-185

34. Feenstra, Robert C., *Advanced International Trade: Theory and Evidence,* Princeton: Princeton University Press, 2004

35. Feenstra, Robert C., *Integration of Trade and Disintegration of Production in the Global Economy*, Journal of Economic Perspectives 12, 4: 31-50, 1998

36. Folcuț, Ovidiu, *Comerț internațional – avantaje comparative și competitive*, Editura Universul Juridic, București, 2005

37. Francois, J.; Nelson, D., *A Geometry of Specialization*, Economic Journal, iulie 2002

38. Francois, J.; Rojas-Romagosa, H., *Equity, Welfare, and the Setting of Trade Policy in General Equilibrium,* World Bank discussion paper, 2005

39. Francois, J.; Wooton, I., *Market Structure and Market Access,* CEPR discussion paper 2006

40. Gionea, John, *International Trade and Investment*, Mcgraw-Hill, UK, 2002

41. Giurgiu Adriana, Berinde, Mihai, *The EU's global role in Trade and Competitiveness*, Analele Universității din Oradea – Secțiunea Științe Economice – Tom XV, 2006

42. Giurgiu, Adriana, *Comerțul intraeuropean. O nouă perspectivă asupra comerțului exterior al României,* Editura Economică, București, 2008

43. Giurgiu, Adriana, *Romania's Trade Challenges as New EU Member State – the Impact of China onto the Romanian External Trade*, Analele Universității din Oradea – Secțiunea Științe Economice – Tom XVI, 2007

44. Giurgiu, Adriana, *Trade Effects of EU Membership: Study Case onto the Romanian External Trade*, Analele Universității din Oradea – Secțiunea Științe Economice – Tom XVI, 2007

45. Giurgiu, Adriana; Berinde, Mihai, *The Costs of Non-Integration into the European Union for the Romanian Economy*, Analele Universității din Oradea – Secțiunea Științe Economice – Tom XV, 2006

46. Heckscher, E., *Foreign Trade and Income Distribution*, trad., AEA, vol.3,

1950

47. Hinkelmann, Edward G., *Dictionar [de] comert exterior*, Editura Teora, București, 2001

48. Howorth, Jolyon, *The International Impact of European Integration. Key Events, Players and Trends*, Foreign and Commonwealth Office, Londra, martie 2007

49. Inotai, Andras, *Structural transformation of Central and Eastern European Countries and Hungary between 1989 and 1998. A comparative analysis based on exports to the German market*, Research Paper Institute for World Economy Budapest, 1999

50. Ionescu, Alexandru, *Factorii externi în dezvoltarea comerțului exterior al României: teza de doctorat,* ASE, București, 2003

51. Jivan, Alexandru, *Baze ale teoriilor economice*, Editura Nero-G, Timișoara, 2002.

52. Johns, R.A, International Trade Theories and the Evolving International Economiy, Frances Pintner Problester, London, 1985

53. Kaminski, Bartlomiej, "*How Accession to the European Union has affected external trade and foreign direct investment in Central European Economies*", document de fundamentare pentru Întâlnirea Anuală a IMF/World Bank din Praga, septembrie 2000

54. Kaminski, Bartlomiej, *The Role of FDI and Trade Policies in Poland's Accession to the EU*, World Bank, 1997

55. Kaminski, Bartlomiej; Francis, Nj, *Romania's Integration into European Markets: Implications for Sustainability of the Current Export Boom*, World Bank Policy Research Working Paper 3451, noiembrie 2004

56. Kindleberger, C.P., *International Economics*, Richard D. Irwin Homewood, Illinois, 1973

57. Krugman, P., Obstfeld, M., *International Economics: Theory and Policy*, 9th Edition, New York, 2011.

58. Krugman, Paul, *Competitiveness: A Dangerous Obsession*, Foreign Affairs (March/April), 28-44, 1994

59. Krugman, Paul, *Import Protection as Export Promotion; International Competition in the Presence of Oligopoly and Economics of Scale*, în H. Kierzkowski (ed.), Monopolistic Competition and International Trade Oxford: Clarendon Press , 180-93, 1984

60. Krugman, Paul, *Strategic Trade Policy and the New International*

Economics, Cambridge MA: MIT Press, 1986

61. Manoilescu, Mihail, *Forțele naționale productive și comerțul exterior. Teoria protecționismului și a schimbului internațional*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1986

62. Marin, Dinu; Socol, C.; Niculescu, A., *Economia României. O viziune asupra tranziției postcomuniste,* Editura Economica, București, 2005

63. Markusen, J. R., *Trade versus Investment Liberalization*, National Bureau of Economic Research Inc. - NBER Working Papers 6231, 1997

64. Markusen, J. R.; Melvin, J. R.; Kaempfer, W. H.; Maskus, K. E., *International Trade: Theory and Evidence*, New York: McGraw-Hill; 1995

65. Matei, Ion, *Finanțarea și creditarea comerțului exterior al României: teza de doctorat* - ASE, București, 2005

66. Mazilu, Dumitru, *Exportul și importul de bunuri din și în teritoriul vamal al României. Reguli și proceduri în materie de licențe de export și import,* în: Revista de drept comercial, v. 14, nr. 4, aprilie 2004, p. 179-191

67. Mereuță, C.; Ciupagea, C., *Industria prelucrătoare din România 1990-1998. Diagnostic structural. Politici alternative. Orizont 2005.*, Editura Libripress, București, 2000

68. Munteanu, Costea; Vâlsan, Călin, *Investiții internaționale,* Editura Oscar Print, București, 1995

69. Munteanu, Costea; Vâlsan, Călin, *Politica investițiilor internaționale de capital,* Colecția Syntesis, Atelier Poligrafic ASE, București, 1992

70. Munteanu, Irena, *Contribuția finanțării și creditării internaționale la dezvoltarea Comerțului exterior al României: teza de doctorat,* ASE, București, 2005

71. Pop Silaghi, Monica Ioana, *România în tranziție. Comerțul exterior și creșterea economică*, Editura Economică, București, 2006

72. Popa, Ioan, *Tranzacții de comerț exterior*, Editura Economică, București, 2002

73. Popescu, Gheorghe, *Modele de comerț internațional*, Editura Corvin, Deva, 2001

74. Porter, Michael E., *Competition in Global Industries*, Boston, Mass., Harvard Business School, Press, 1986

75. Porter, Michael E., *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan Press LTD, 1990

76. Pralea, Spiridon, *Politici și reglementări în comerțul internațional*,

Editura Fundației Academice „Gh. Zane" Iași, 1999

77. Rujan, Ovidiu, *Teorii și modele privind relațiile economice internaționale*, Editura All, București, 1994

78. Sută, Nicolae, *Comerț internațional și politici comerciale contemporane: vol. 2: Teorii și doctrine privind comerțul internațional*, Editura Economică, București, 2003

79. Sută, Nicolae, coord.; Drăgan, Gabriela, *Comerțul exterior și politica comercială a României în perioada de tranziție la economia de piață: strategii de dezvoltare.* Editura Economică, București, 2002

80. Sută, Nicolae, coord.; Drăgan, Gabriela, *Istoria Comerțului exterior și a politicii comerciale românești*, Editura Economică, București, 1998

81. Syropolous, C., *On Tariff Preferences and Delegation Decisions in Customs Unions: A Heckscher-Ohlin Approach*, în Economic Journal, vol 112, iulie 2002, p. 625-648

82. Teulon, Frederic, *Comerțul internațional*, Editura Institutul European, Iași, 1997

83. Vaas, Andreea; Zaman, Gheorghe; Lianu, Costin, *Competitivitatea Comerțului exterior al României în perspectiva comparativă,* în: Ziarul financiar, v. 14, nr. 1744, noiembrie 2004, p. I-IV

84. Vasiliu, Cristinel, coord.; Felea, Mihai, coord., *Comerțul românesc în fața provocărilor secolului XXI*, Editura ASE, Bucureşti, 2003

85. Voican, Răzvan, *Foamea de importuri a costat 24 miliarde de dolari în 2003. Exporturile n-au putut plăti decât 74 la sută din factură,* în: Ziarul financiar, v. 6, nr. 1302, februarie 2004

86. Voiculescu, Dan, *Comerțul exterior al României la sfârșitul secolului XX*, în: Jurnalul, București, 1999

87. Voiculescu, Dan; Mereuță, Cezar (coordonatori), *Analiza de competitivitate a economiei românești. Orizont 2000-2005-2010. Soluții strategice alternative,* Editura Academiei Române, București, 1998

88. Voinea L., *Escaping Periphery through Trade: A Tale about Romania's Convergence to the EU*, IES Proceedings, noiembrie 2002

89. Woolcock, S., *European Trade Policy*, in Wallace, H., Wallace, W. (ed.) "Policy-Making in the European Union", 4th edition, Oxford: Oxford University Press, p. 373-400, 2000

90. Zaman Gh., Georgescu G., *Romania external debt sustainability under crisis circumstances*, Romanian Journal of Economics, nr.1 (39), 2010, p 5-38

91. Zaman Gh., Georgescu G., *Sovereign Risk and Debt Sustainability - Warning Levels for Romania*, Non-Linear Modelling in Economics – Beyond

Standards Economics (Albu L. (editor), Editura Expert, 2011, pp.234-270

92. Zaman Gh., Georgescu G., *Structural Fund Absorbtion: A New Challenge for Romania ?*, Romanian Journal of Economics, nr.1, 2009, p. 136-154

93. Zaman, Constantin, *Ajustări structurale ale comerțului internațional al României*, Colecția de Studii Cerope, lucrare nr.16, oct., 1999

94. *** *Evaluarea costurilor și beneficiilor aderării României la UE - studii de impact II*, nr. 11, Institutul European din România, 2005

95. *** *The Integration of Selected Economies in Transition into the International Trading System*, UNCTAD/ITCD/TSB3, 15 aprilie 1998

96. *** Review: Benjamin J. Cohen - *Economica*, New Series, Vol. 36, No. 141 (Feb., 1969), p. 102-103

97. *** World Economic Forum, *The Global Enabling Trade Report 2012 – Reducing Supply Chain Barriers*, Geneva, 2012

II. REVISTE DE SPECIALITATE ȘI RAPOARTE OFICIALE

1. *** Institutul de Economie Mondială, *România și noile țări membre sub impactul integrării europene și al globalizării*, Academia Română, Institutul Național de Cercetări Economice, București, 2005

2. *** Institutul de Economie Mondială*, Contextul european și global de dezvoltare a României pre și post aderare,* Academia Română, Institutul Național de Cercetări Economice, București, 2006

3. *** OECD Economic Survey, 2005-2010

4. *** Rapoarte anuale BCR, 1993-2010

5. *** Strategia Națională de Export 2005-2009

6. *** Strategia Națională Post-Aderare 2007-2013

7. *** UNCTAD, „Multilateralism and Regionalism - The new Interface", editată de Mina Mashayekhi și Taisuke Ito, New York și Geneva, 2005

8. *** World Development Indicators, Banca Mondială, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 http://web.worldbank.org/

9. *** World Economic Outlook, Fondul Monetar Internațional, mai 1997

10. *** World Investment Report, UNCTAD, 2001, 2005

11. *** WTO, "International trade statistics 2006", December 2006, Geneva, Switzerland, ISBN 978-92-870-3355-0

III. DOCUMENTE INTERNAȚIONALE și ACTE NORMATIVE DE DREPT COMUN ȘI COMERCIAL, INTERNE și INTERNAȚIONALE

1. Parteneriatul de aderare România – Uniunea Europeana din 2001

2. Planul Național de Aderare a României la Uniunea Europeana din 2002

3. Raport asupra candidaturii României la UE și asupra stadiului negocierilor de aderare

4. Raport asupra strategiei de pregătire a aderării țărilor asociate din Europa centrala și de Est- adoptat de Consiliul european de la Essen

5. Raportul Comisiei Europene - „Consolidarea și extinderea strategiei de la Lisabona – Stockholm, 23-24 martie 2001

6. Raportul periodic al Comisiei Europene privind progresul realizat de România in procesul de aderare din 2004

IV. ALTE SURSE : SITE-URI INTERNET ȘI BAZE DE DATE

1. Departamentul pentru Comerț Exterior din cadrul Ministerului Economiei și Comerțului - www.dce.gov.ro

2. Direcția Generală pentru Comerț Exterior a Comisiei Europene - http://ec.europa.eu/trade/index_en.htm

3. EUObserver - http://www.euobserver.com

4. EURISC - http://www.geo-strategies.com/România/

5. Euro Info Center RO 828 - http://www.euroinfo.ccivl.ro/

6. Institutul European din România - http://www.ier.ro/

7. ITC - *International Trade Center*, 2012 - http://www.intracen.org/country/romania/

8. The Goldman Sachs 2006 Annual Report - http://www2.goldmansachs.com

9. UNCTAD - http://unstats.un.org/ *United Nations Operational Rates of Exchange*

10. Uniunea Europeană online - http://europa.eu.int/

11. World Economic Outlook Database, FMI, http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2006/02/data/

V. REVISTE, RAPOARTE ȘI STATISTICI (COLECȚII DIN DIFERIȚI ANI):

1. *** BNR, INS, *Investițiile Străine Directe în România în anul 2010*, ISSN 2247-5095 (versiune *online*), București, 2011, p. 12, disponibil on-line la adresa: http://www.bnr.ro/DocumentInformation.aspx?idDocument=12144&idInfoClass=9403 (site accesat în perioada mai-septembrie 2012)

2. *** Colecția "*Journal of Economics and Business*"

3. *** Colecția Revista „*The Economist*"

4. *** Comisia Națională pentru Statistică, *Anuarul de Comerț Exterior al României*: 1994, 1995, 1998, 2000

5. *** Comisia Națională pentru Statistică, *Anuarul Statistic al României*: 1997; 2000

6. *** *Eurosta*t, disponibil on-line la link http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database, site consultat în perioada iunie-septembrie 2012

7. *** EUROSTAT, *External and intra-European Union trade – Monthly Statistical books,* seriile lunare ale anilor 1995-2011

8. *** *External and intra-EU trade - Statistical yearbook - Data 1958-2005,* publicat de EUROSTAT în 2006.

9. *** Institutul Național de Statistică din România – INS - Anuarul Statistic al României: 2003 – 2011

10. *** Institutul Național de Statistică din România – INS - Anuarul de Comerț Exterior al României: 2004-2011

11. *** UNCTAD, *Development and Globalization: Facts and Figures*

12. *** UNCTAD, *Handbook of Statistics*

13. *** UNCTAD, *World Investments Report*, 2009, 2010, 2011

14. *** WTO Annual Report

15. *** WTO, *International Trade Statistics*

16. *** WTO, *World Trade Report*

CAPITOLUL V. ANALIZA COMPARATIVĂ A CELOR MAI BUNE PRACTICI DE SUSȚINERE ȘI PROMOVARE A EXPORTULUI. ROLUL INSTITUȚIILOR NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

Este general acceptat că susținerea, promovarea și dezvoltarea exportului reprezintă o activitate de sine stătătoare care a căpătat o recunoaștere ca atare, atât la nivel național cât și internațional. Centrul International de Comerț (ITC - *International Trade Centre*), Geneva, consideră spre exemplu, că dezvoltarea exportului este o profesie complexă, care implică atât cunoștințe de comerț exterior și politică comercială cât și următoarele tipuri distincte de practici și cunoștințe:

- promovare și branding;
- analiza și evaluarea competitivității în comerț;
- capacitatea de a dezvolta strategii de dezvoltare a exportului la nivel sectorial, intersectorial și regional.

Dar, pe lângă aspectele de resurse umane competente, esențială este capacitatea instituțională de a transforma astfel de practici și cunoștințe în servicii de calitate și specializate, pentru a răspunde nevoilor firmelor exportatoare. Națiunile mari exportatoare se remarcă prin lanțuri valorice cât mai consistente la nivelul sectoarelor exportatoare, dar și printr-o rețea remarcabilă de furnizori de servicii publice sau private pentru a susține firmele naționale să fie competitive internațional sau să se internaționalizeze.

Înainte de a aborda problemele de capacitate instituțională și celelalte aspecte de bune practici, trebuie clarificată aria de intervenție cu măsuri de susținere sub două aspecte, respectiv cine sunt clienții exportatori și care este aria de întindere a activității de export.

1. Clienții exportatori

Prin firmele exportatoare există în momentul de față (vezi ITC *Executive Forum Network*) o accepțiune răspândită conform căreia beneficiarii unei strategii naționale de export și ai unor servicii de dezvoltare a exportului ar trebui să includă următoarele categorii de firme:

- firme potențial exportatoare, adică acele firme care nu au făcut export și nu au nici aspirația sau dorința de a se angaja în operațiuni de export, acest domeniu transfrontalier fiind neatractiv sau chiar de neatins;

➢ firme aspirante, care deși nu au făcut comerț aspiră să o facă, acest lucru devenind un obiectiv managerial;

➢ firme exportatoare, care fac export. La rândul lor, acestea prezintă o mare diversitate, existând aici firme transnaționale sau înalt specializate care deja consideră întreaga lume o piață, firme mari sau IMM-uri angajate sporadic în export sau firme care sub aspect competitiv, fac un export cu caracter conjunctural sau insuficient consolidat.

La rândul său, Australian Trade Commission (Austrade), organizația promoțională a Australiei, clasifică similar primele două grupuri, dar le numește diferit, respectiv *non-intender* și *intender*, dar separă pe cei care fac export în subcategorii precum:

- exportator accidental ("accidental exporter");
- exportator global din start ("born global exporter");
- exportator care desfășoară cu regularitate această activitate ("regular exporter").

Detalierea clasificării exportatorilor, după cum vom vedea, este un semn de maturitate a celor care se preocupă de dezvoltarea exportului întrucât permite adaptarea serviciilor cât mai fidel pe nevoile fiecărui grup. Opinăm, conform schemei de mai jos, că există totuși patru mari categorii de exportatori, cu mențiunea ca exportatorii din ultimele două categorii pot fi subdivizați atunci când cei preocupați de susținerea comerțului doresc o adaptare mai mare a măsurilor de susținere.

Tabelul 5.1: Clasificarea exportatorilor

Categorii de exportatori	**Descrierea grupului**
- Potențial, fără intenție de export	Neinteresat de export din motive de percepție exagerată a riscului, neînțelegerii operațiunilor de export sau condițiilor de acces pe piață sau costuri ridicate.
- Aspirant, cu intenție de export	Nu face export, dar intenționează să își asume provocările de a o face.
- Exportator nou	A înregistrat primele operațiuni de export dar nu și-a consolidat încă poziția pe piețe externe.
- Exportator experimentat sau dezvoltat	Are comenzi cu regularitate pe piețele externe și o poziție relativ consolidată. De remarcat că în această categorie se înscriu o varietate largă de exportatori sub aspectul sustenabilității exportului, putând exista exportatori care exportă cu regularitate dar fără a avea avantaje sustenabile sau lanț valoric consolidat și un grad ridicat de dependență față de un singur importator.

2. Activitatea de export

Exportul, așa cum îl vom trata în această lucrare, reprezintă livrări transfrontaliere, intrând în sfera tranzacțiilor internaționale. Dacă la exportul de produse materiale, mărfuri, acest lucru este ușor de stabilit, mai dificilă este evaluarea exportului de servicii. Conform OMC există patru mari categorii de modalități de export servicii, astfel:

- Modalitatea nr. 1: Serviciul trece granița spre consumatorul extern (de ex: serviciu IT, de consultanță);

- Modalitatea nr. 2: consumatorul trece granița pentru consum în țara în care se produce serviciul (turism);

- Modalitatea nr. 3: prezența comercială a ofertantului de servicii (o firmă de reprezentare) trece granița și se în înființează în țara consumatorului extern;

- Modalitatea nr. 4: persoana ofertantă trece granița pentru a livra serviciul (educațional, medical, etc.).

Rezultă că, atunci când vorbim de export, avem în vedere o varietate extrem de mare de ipostaze pe care cei specializați în susținerea, promovarea și dezvoltarea lor, trebuie să le aibă în vedere. În România, de exemplu, turismul, cultura, consultanța sau alte activități de ofertare în țară sau în străinătate de servicii nu sunt suficient percepute ca export, ceea ce are drept consecință lipsa unor măsuri active de susținere a acestora, în ciuda potențialului lor de creștere și de valorificare a creativității și a industriilor creative.

O mențiune specială este legată de noțiunea de export în UE.

Deși statisticile comunitare vorbesc de export ca despre furnizări ale țărilor UE, în cadrul pieței unice, noțiunea de export intra-comunitar este unanim acceptată de țările membre atunci când evaluează schimburile internaționale, justificând ca lucrarea de față să le trateze într-o manieră similară. În plus, organismele promoționale ale țărilor membre ale UE, după cum vom vedea pe parcursul lucrării, vizează intervenții de susținere atât în țări importatoare UE cât și non-UE.

Rolul organizațiilor naționale de promovare a exportului

În susținerea exporturilor un rol esențial, dar nu unic, îl au organismele promoționale naționale care în unele țări se numesc de promovare a comerțului, (TPO, Trade Promotional Organization) în altele de promovare a exportului,(EPA, sau Export promotion Agencies, iar în altele de promovare a comerțului și investițiilor (Trade & Invest). Problema eficienței acestor instituții și a rolului lor în dezvoltarea comerțului este una de actualitate și permanent dezbătută. Daniel Lederman, Marcelo Olarreaga și Lucy Payton, în lucrarea Export Promotion Agencies Revisited,Policy Research Working paper 5125, World Bank Research Group, 2009, au elaborat un studiu asupra acestor organizații în 116 țări.

Conform autorilor, studiul s-a bazat pe chestionare la care au răspuns 88 din organizațiile naționale. Din acest studiu rezultă câteva aspecte relevante, în **Caseta 5.1.**

Caseta 5.1: Studiul grupului de lucru al Băncii Mondiale, Lederman, Olarreaga și Payton despre Agențiile de promovare a exportului

1. Structural, 10% din agențiile de acest gen sunt privatizate integral, iar 5% sunt entități public-private, 62% sunt unități semi-autonome, guvernamentale subordonate ministerelor de comerț sau care se ocupă de comerț exterior, președintelui sau primului ministru. Restul de 23% sunt subunități integrate în ministere. Cea mai mare majoritate a acestor agenții au un Consiliu de Administrație care este organizat în parteneriat cu mediile de afaceri. 80% din agenții se declară fie ca singurele agenții de promovare a exportului în țara lor, fie drept cea mai mare și cea mai importantă, deși există și agenții private cu impact semnificativ care există în paralel. În restul de 20% din cazuri există agenții private puternice aparținând de regulă unei federații sau prin asociații umbrelă a structurilor asociative ale mediului de afaceri.
2. Sub aspectul responsabilităților și competențelor se remarcă faptul că majoritatea agențiilor de promovare a exportului din țările cu venituri ridicate (țări membre ale OCDE, țări din Orientul Mijlociu), declară promovarea exportului ca principală prioritate (80% din respondenți), în timp ce pentru țările în curs de dezvoltare africane sau din America Latină numai pentru 50% din respondenți consideră promovarea exportului ca prioritate top.
3. Sub aspectul obiectivelor strategice interesant de remarcat că aproximativ 60% din agenții urmăresc creșterea exportului agregat fără o abordare selectivă, sectorială, 18% vizează exporturile tradiționale iar 20% vizează sectoare strategice selectate.
4. Sub aspectul bugetului, agențiile din lume cheltuiesc în medie o sumă echivalentă cu 0,11% din totalul exportului național anual. La peste 52% din agenții, finanțarea de la buget este mai mult de 75% de la bugetul public, în timp ce numai 2% din agenții obțin mai mult de 75% din buget din fonduri private. Numai 3% din agenții au peste 75% din buget din servicii vândute pe piață și 2% din agenții obține peste 75% din buget din asistența externă nerambursabilă (donatori externi). Două treimi din agenții nu au o finanțare privată și jumătate din ele nu generează resurse din vânzarea de servicii. Chiar și cele care generează venituri din vânzări, le au modeste, sub 10% din buget.

5. Agențiile sunt orientate spre client pentru următoarele tipuri principale de activități:

a) branding de țară;
b) servicii suport de export;
c) marketing și promovare;
d) cercetare de piață;
e) publicații.

O mare parte din cheltuieli sunt legate de marketing, promovare, cercetare de piață și publicații. La nivelul țărilor OCED, serviciile de promovare sunt mai mici dat fiind și nivelul mai mare de diversificare a serviciilor și către alte tipuri de nevoi (match making) sau branding de țară.

Astfel, circa 40% din bugetul acestora este legat de cheltuieli cu birourile în exterior unde lucrează cu preponderență angajați locali. Dar nu numai agențiile din țările OCED au birouri în exterior ci și majoritatea restului agențiilor.

În majoritatea cazurilor, principalii clienți sunt IMM-urile, în special cele cu export realizat deja. Există însă și clienți firme mari.

Studiul continuă cu un model de analiză și evaluare a impactului activității agențiilor asupra exporturilor naționale, model asupra căruia nu vom insista. Principala concluzie a studiului este că, în general, agențiile produc efecte pozitive asupra exporturilor naționale. O creștere cu 10% a bugetului unei agenții poate genera în medie exporturi suplimentare naționale între 0,6 și 1% din totalul exportului. Agențiile s-au dovedit mai eficiente în abordarea a două constrângeri dificile pentru exporturi, respectiv:

- Facilitarea accesului pe piață acolo unde este mai greu, adică acolo unde există bariere de ordin tarifar sau netarifar iar regimul de import are elemente de discriminare pentru exportatorii naționali.
- Acces la informații și oportunități de afaceri și de export pentru înlăturarea asimetriei informative în cazul unui portofoliu eterogen de export în care exportatorii naționali sunt confruntați cu lipsa de informații sau informații asimetrice comparative cu concurența.

Studiul de mai sus a fost inițiat într-un moment în care existau serioase dubii privind eficiența agențiilor promoționale. În studii anterioare (Hogan, Keesing și Singer 1991), se atrăgea atenția asupra ineficienței acestor organizații, mai ales în țările în curs de dezvoltare, ca urmare a incapacității manageriale, a lipsei fondurilor, birocrației, lipsei orientării spre clienți și intervenției inadecvate a politicilor guvernamentale care imprimau instabilitate instituțională.

Concluziile unor astfel de studii vor fi totdeauna relative. Metodologia prin care se ajunge la astfel de concluzii pe bază de chestionare și interviuri cu organizații naționale, va avea totdeauna un grad de subiectivism ce trebuie luat în calcul iar metoda folosită de evaluare, analiza regresivă și comparativă a datelor naționale poate pierde inevitabil peisajul instituțional și de politici publice paralele sau simultane care pot concura la dezvoltarea exportului. De fapt, agențiile respective acționează într-un cadru național sau chiar regional național instituțional unic a cărui cuantificare comparativă este extrem de dificilă.

De asemenea, măsurarea impactului organizațiilor asupra exportului se bazează pe date naționale și metode de evaluare mai mult sau mai puțin armonizate. În fapt, puține organizații au sisteme de indicatori și metodologii eficiente de măsurare a impactului instrumentelor de intervenție și chiar în cazul celor avansate în acest sens, o măsurare completă, riguroasă a efectelor și externalităților pozitive este greu de realizat. Adesea se consideră că dacă exporturile au o evoluție ascendentă, acesta este un indiciu și al faptului că sistemul național de susținere are contribuția sa.

Pe lângă evaluarea comparativă, evaluarea centrată pe o singură organizație poate oferi aspecte relevante privind preocupările de susținere a exportului. Redăm mai jos o evaluare a Pro-Chile, organizație de promovare chiliană, bazată pe studii USAID, combinate cu observații și discuții în ITC Executive Forum, în perioada 2004-2010. În opinia noastră, principalul avantaj al acestei formule organizaționale, considerate un model de succes, este abordarea integrată a dezvoltării exportului și accentul pus pe capacitate instituțională și profesionalism.

Caseta 5.2: Studiu privind Pro-Chile, agenția promoțională a statului Chile

Pornind de la misiunea de a sprijini dezvoltarea exportului, Pro-Chile dispune de patru divizii generale, respectiv: a) internațională, răspunzătoare de rețeaua externă; b) marketing, care vizează evenimente promoționale internaționale; c) informații și IT, pentru managementul informațiilor către client; d) sectorială, care se ocupă de match-making cerere–ofertă pe tipuri de produse și servicii din 7 sectoare și branding sectorial.

Printre practicile evaluate pozitiv de experți internaționali se numără următoarele:

Parteneriatul public-privat cu mediile de afaceri, cu structurile asociative, fiind creat în acest sens un Consiliu Pro-Chile, care se întâlnește lunar și ia decizii privind folosirea instrumentelor de susținere, dar și privind orientările strategice de export ale țării.

Dispune de propria sa rețea externă care este formată din cetățeni chilieni cu posibilitatea angajării de localnici. Cei angajați în exterior dispun de pregătire superioară în comerț exterior, și au obligația să stea o perioadă de timp în sediul central înainte de a ocupa poziții în străinătate. Consilierul comercial care acționează în exterior are obligația anuală să revină în țară la analiza și evaluarea activității, training și contacte organizate cu clienții exportatori iar pe principalele piețe țintă, respectiv SUA și UE, aceste deplasări în țară sunt chiar mai frecvente;

Pro-Chile angajează resurse substanțiale pentru cercetarea pieței cu instrumente consacrate, oferite de cele mai reputate organizații de cercetare a piețelor internaționale din lume sau de pe piețele țintă, pe baza contractuală;

Deși este autoritatea națională promoțională a exportului, ea cooperează și are rol coordonator al activităților altor organizații care se ocupă de dezvoltarea exportului, precum Chilean Agency of Training and Employment, the Chilean Customs Office, the Institute of Agropecuarian Development, and the Foreign Investment Committee.

Dispune de spații electronice virtuale (portaluri) diferite pentru grupe țintă diferite. Astfel, unul se adresează exteriorului, audienței internaționale și unul se adresează numai clienților exportatori. Mai mult, acestea sunt mijloace interactive, iar cel intern oferă cunoștințe și servicii de instruire a exportatorilor;

Se aplică strategia mediatizării cazurilor de succes în mass media atât de către Pro-Chile cât și de către asociații;

Dispun de programe de internaționalizare finanțate 90% de la buget (export readiness), bine focalizate sectorial (vin, produse agroalimentare, produse industriale) care vizează în special creșterea abilităților firmelor de a dezvolta strategii de export;

Rețeaua externă este angajată în elaborarea de studii de piață la cererea structurilor asociative ale mediilor de afaceri și ajută exportatorii în selectarea piețelor unde doresc să exporte;

Finanțează competiția anuală a exportatorilor pe baza căreia câștigătorii beneficiază de finanțări pentru marketing și participare la evenimente promoționale externe. Criteriile de participare la acțiuni promoționale cu finanțare de la buget sunt permanent revizuite astfel încât să beneficieze de aceste firme cu mare potențial pe piețe și firme noi.

Cooperează în selecția firmelor care beneficiază de program cu organizațiile din domeniul infrastructurii calității și organizațiile de finanțare a dezvoltării, centrate pe susținerea IMM-urilor.

Este actorul cheie în brandingul de țară și coordonatorul strategiei naționale de branding care are două direcții principale: a) branding general (country image, "Imagen Pais") și b) branding sectorial ("Enfoque Sectoral"). Toate structurile asociative, organizațiile promoționale și exportatorii din programele de export trebuie să combine sinteza vizuală a brandului de țară (a) cu sinteza vizuală a brandului sectorial (b) care se dezvoltă. Participarea la târguri și expoziții internaționale, este instrumentul principal al brandului de țară. Este acceptat și brandingul compozit multisectorial sau regional.

Subvenționează match-making-ul precum și sistemul de video-conferințe pentru discuții de afaceri, unul dintre cele mai bine puse la punct din lume.

În evaluarea performanțelor acțiunilor subvenționate, în special târguri și misiuni externe, în care match-makingul este obligatoriu, managerii de produs în direcția specializată sectorial, sunt cei care fac evaluări ex-ante și măsoară satisfacția clienților ex-post.

De asemenea, Pro-Chile este un inovator și un experimentator de succes al noilor idei, cum ar fi, spre exemplu accentul pus pe sisteme integrate de training, folosirea spațiului electronic, serviciile de cercetare a pieței sau strategia națională de branding. Cele mai apreciate acțiuni externe de către mediile de afaceri sunt cele care le aduc contacte utile care pot conduce angajamente de export, în special participarea la târguri și expoziții internaționale, participarea la misiuni individuale sau colective de match making sau video-conferințe cu cumpărători potențiali. Deși acțiunile de branding sectorial nu au reușit să aducă un consens în rândul firmelor din sector asupra mesajelor de comunicat, există o acceptare generală a importanței pentru exportatori a unor astfel de programe. Obligativitatea utilizării unui logo sectorial este însă pusă la îndoială de unele firme. Experții Pro-Chile au, de asemenea, anumite îngrijorări privind modul în care reușesc să păstreze o capacitate instituțională și o viziune pe termen lung, dincolo de ciclurile electorale și influenței schimbărilor la nivel politic, ades considerate amenințări împotriva bugetului și stabilității instituției.

Astfel de studii au stat la baza preocupărilor factorilor de decizie la nivel național pentru stabilirea celor mai bune practici. La rândul său, ITC Geneva, recunoscut ca fiind depozitarul celor mai bune practici în domeniul dezvoltării sustenabile a exportului, a încercat sistematic și aprofundat să găsească modele funcționale și eficiente. În acest fel, ITC prin canale proprii de comunicare, precum Forumul Executiv (rețea mondială de experți naționali interesați în dezvoltarea exportului și strategiei naționale de export), a reușit în perioada 1990-2010, să stimuleze aplicarea de noi practici de funcționare a acestor organizații, practici care să remedieze criticile anterioare, pe baza faptelor evaluate de experți până în anul 1990. Printre constrângerile principale ale instituțiilor publice de

susținere a exportului sunt evidențiate următoarele:

- încadrarea cu personal și nivelul de pregătire al acestuia, atât sub aspectul stăpânirii domeniului comerțului exterior și piețelor externe, cât și al experienței și cunoașterii particularităților sectoarelor, cu potențial de export;
- lipsa unor stimulente pentru asigurarea performanței;
- lipsa fondurilor;
- mediu de afaceri neprietenos;

În **Caseta 5.3** de mai jos, evidențiem o serie de preocupări ITC Geneva, privind sistemele naționale de susținere a exportului și modul în care acestea, lucrând în parteneriat public-privat, pot deveni eficiente.

Caseta 5.3: Centrul Internațional de Comerț (ITC, International Trade Center, Geneva)

Consultările organizate anual începând cu 1999 de către ITC Geneva prin "Forumul Executiv ITC au scos în evidență aspecte esențiale ale activității de susținere a exportului. Forumul Executiv Mondial a fost conceput și organizat de către ITC sau CIC, conform denumirii franceze, începând cu anul 1999, ca **o rețea mondială de comunicare și schimb de opinii între autorități și asociații și firme preocupate de dezvoltarea comerțului, a exportului și a competitivității**. Activitatea de comunicare, schimb de opinii și fixare a celor mai bune practici mondiale se face în cadrul rețelei în mod permanent iar anual se organizează întâlniri sub formula «Forum Executiv» în care se dezbat teme importante legate de creșterea rolului comerțului, a exporturilor prin competitivitate, în dezvoltarea economică.

Forumul a impus ca nouă paradigmă a susținerii exportului noțiunea de dezvoltare sustenabilă a acestuia în detrimentul noțiunii perimate de promovare a exportului, ca obiectiv esențial al organismelor naționale de susținere. ITC pledează permanent pentru intervenția efectivă a instituțiilor de susținere a exportului și a organizației specializate în acest sens, în absența căreia IMM-urile au de suferit sub aspectul capacităților de export și tot mai puțini dintre aceștia vor face export. În această situație, exportatorii vor întâmpina mai multe dificultăți în urcarea pe scara lanțurilor valorice în detrimentul unor verigi dominante în prezent mai aproape de consumatorii finali, cum ar fi distribuitorii, iar puterea lor de decizie va fi diminuată, făcându-i fie să renunțe la investiții, fie să dea faliment.

Forumul Executiv pune accentul pe **rolul major al formelor instituționale, legiferate de funcționarea parteneriatelor de promovare a exportului, sub forma unor consilii de export sau competitivitate**, în economia modernă, precum și pe faptul că **promovarea și dezvoltarea exporturilor, a comerțului, cu mijloace și instrumente moderne, devine un tip de profesie distinctă și necesară**. De asemenea, Forumul pledează pentru necesitatea, pentru toate economiile naționale moderne, de a **elabora, monitoriza și actualiza periodic strategii naționale de export (SNE), precum și necesitatea de a evalua corect, cu indicatori cât mai fideli, atât impactul strategiilor** și măsurilor de susținere a exporturilor cât și al asistenței tehnice nerambursabile externe îndreptate în această direcție.

Forumul Executiv și CIC-Geneva au preluat în cursul activității și provocarea de a elabora o metodologie de elaborare a strategiei naționale de export care să indice, alături de cele mai bune practici internaționale în materie, și pașii obligatorii de lucru precum și o platformă tehnologică de realizare care să permită o largă consultare cu mediile de afaceri beneficiare a viitoarei strategii. Aceste lucruri sunt încorporate în așa-numitul ITC Template, un program soft interactiv pentru elaborarea strategiei.

Văzute în acest context, consultările răspund necesității de a perfecționa metodologia prin colaborare cu experți mondiali, așa cum a fost permanent perfecționat Template-ul de-a lungul timpului. Din testarea metodologiei în diverse țări, inclusiv țări dezvoltate, a reieșit că punctul nevralgic al Template-ului constă în lipsa oricăror indicii, instrucțiuni sau bune practici privind managementul SNE după ce strategia a fost elaborată și andosată politic. S-a constatat că multe țări nu dispun de un management corect al acesteia după elaborare, adică de tehnici de implementare, monitorizare, măsurare impact și ajustare a strategiei, după ce aceasta a fost elaborată, ceea ce poate conduce la eșuarea sa. De remarcat că la dezbateri și consultări au participat atât experți din țările dezvoltate, țări noi industrializate, țări cu economii în tranziție, sau în curs de dezvoltare, fiind un for de dezbateri reprezentativ la nivel global.

Și ITC Geneva apreciază ca funcții cheie ale instituțiilor promoționale, următoarele:

- sprijin pentru exportatorii potențiali;
- marketing, promovare și match-making;
- brandul de țară ca o sinteză a brandurilor compozite sectoriale sau regionale;
- informații, cercetări de piață și publicații.

Sisteme de promovare a exportului în țări membre ale Uniunii Europene la nivel Comunitar

Exportatorii din cadrul UE beneficiază de două mari modalități de susținere. Prima provine din instrumentele generate la nivel UE pentru internaționalizarea IMM-urilor. Un principiu fundamental adoptat în legislația comunitară este acela de susținere și încurajare a IMM-urilor, de a beneficia de existența și dezvoltarea piețelor din afara UE, în special prin măsuri active de sprijin pe aceste piețe și training (Legea IMM-urilor, Small Business Act, principiul 10).

A doua derivă din politica comercială comună și Strategia Global Europe care vizează măsuri și instrumente active de susținere pentru accesul pe piață din perspectiva acordurilor comerciale cu țările terțe.

Redăm mai jos principalele instrumente de acțiune la nivel comunitar :

1. dezvoltarea echipelor de lucru pentru acces pe piețe și a grupurilor de lucru pe produse (*Market Access Teams*, pentru 30 de piețe mari non-UE și *Working groups*);

2. dezvoltarea de centre de sprijin, nu numai pentru IMM-uri europene cu pronunțat caracter de cooperare și transfer tehnologic pe piețe țintă mari (Centrul European de Afaceri și Tehnologic New Dehli India);

3. dezvoltarea de centre de sprijin cu accent pe match-making și numai pentru IMM-uri pe piețe țintă mari (Centrul de Sprijin al IMM-urilor Europene - Beijing China);

4. dezvoltarea de centre de sprijin regionale pentru IMM-urile europene (Centrul de Afaceri ASEAN –Europa de la Bangkok);

5. dezvoltarea de centre de sprijin pentru protecția drepturilor de proprietate intelectuală (Export Helpdesk www.exporthelp.europa.eu);

6. dezvoltarea Rețelei Europene de match-making *European Enterprise Network*, care identifică parteneri comerciali pentru firme din țările UE;

7. programe de training si de misiuni economice organizate de Serviciul Extern al UE (*EU Gateway si Executive Training Program*);

8. dezvoltarea dialogului bilateral (Bilateral SME dialogues China, Russia);

9. cooperarea multilaterală (Euro-Mediterranean industrial cooperation, Eastern Partnership);

10. instrumente financiare: Invest in-MED, East-Invest, AI – Invest;

11. grupul de lucru „Credite de export ".

Principalele organisme prin care se derulează aceste instrumente sunt coordonate de către Comisia Europeană prin două direcții generale, respectiv DG Comerț și DG Enterprise, cu contribuția altor organisme europene.

Acest gen de instrumente au o intervenție limitată în domeniul promovării și al susținerii active a exportatorilor naționali, așa cum sunt ele practicate la nivel de organisme promoționale naționale. Mai mult, organismele promoționale naționale și-au păstrat independența și capacitatea de acțiune, cu condiția să se înscrie regulilor comunitare privind ajutorul de stat. În plus, după cum vom vedea, intervenția comunitară vizează exclusiv țările non UE, pe când cea națională vizează și exporturile intra-comunitare. Totuși, se remarcă existența unor suprapuneri între intervențiile naționale și cele comunitare și, până în prezent, nu s-a făcut o evaluare temeinică a tipurilor și eficienței serviciilor de sprijin.

Nivel național

Nivelul național de intervenție în promovarea exporturilor este recunoscut ca fiind atribut național complementar și independent de intervenția comunitară, dacă se face cu respectarea regulilor acquis-ului comunitar în materie de ajutor de stat. În cele ce urmează, vom descrie succint trăsături importante ale *peisajului instituțional* și de intervenție al statelor membre, pentru susținerea exportatorilor naționali, fără a intra într-o descriere exhaustivă a acestora. Am încercat să unim aceste practici în grupe cu anumite similitudini, cu precizarea că această împărțire are gradul ei de relativitate:

I. Țări cu un pronunțat caracter regional de intervenție

Germania este modelul cel mai pronunțat regional, în care fiecare land are propria lui agenție de promovare economică pentru așa numita economie externă (Aussenwirtshaft) care se ocupă de internaționalizarea firmelor germane sub aspectul exporturilor și investițiilor dar și de atragerea de investiții în Germania. Similar acționează și Belgia, care are trei agenții regionale, precum și alte țări.

II. Țări cu nivel național puternic dar cu dimensiune regională consistentă

Franța, Italia, Marea Britanie sau Spania, intră în această categorie întrucât dispun de o agenție promoțională națională puternică cu ramificații regionale consistente. În paralel însă, guvernele locale pot crea și dezvolta agenții promoționale alternative pentru regiunile lor ca în cazul Scoției, Cataloniei s.a.m.d..

III. Țări cu nivel național preponderent, active în teritoriu dar, datorită dimensiunii lor mai mici nu au sisteme regionale de sine stătătoare de amplitudinea celor mari.

În această situație se află Olanda, Cehia, Danemarca, Malta și alte țări mici ca întindere teritorială.

IV. Țări cu nivel național fragmentat de intervenție și cu dimensiune regională inexistentă sau accidentală

România se află în această categorie, prezența în teritoriu a organismului promoțional specializat, (CRPCIS), fiind extrem de inconsistentă. Spre deosebire de România, Polonia, care se afla în urmă cu 15 ani într-o situație similară, a trecut spectaculos, într-un timp istoric scurt, spre situația descrisă în categoria a doua de țări.

Dintre instrumentele frecvent utilizate cu finanțare bugetară existente la nivelul țărilor membre UE, evidențiem următoarele:

- participarea la evenimente promoționale, târguri, expoziții și misiuni pe piețe țintă (toate țările);
- formarea de specialiști în domeniul comerțului exterior prin cursuri cu o durată limitată (Belgia, Austria);
- formarea gratuită pentru tinerii absolvenți (Belgia, Austria);
- acoperirea parțială a costurilor pentru realizarea de broșuri și prospecte (toate țările);
- acțiuni de prospectare a unei piețe noi din afara UE (majoritatea);
- asistența pentru deschiderea unui birou individual în străinătate într-o țară din afara UE (Grecia);
- realizarea de portale pentru un sistem integrat de informații comerciale și de export (majoritatea);
- editarea unor publicații periodice și materiale promoționale pentru acțiuni promoționale (toate);
- programe de sprijinire a exporturilor IMM-urilor, inclusiv cele de co-finanțare pentru accesarea fondurilor comunitare (toate) ;
- garantarea și asigurarea creditelor de export (majoritatea);
- servicii de consultanță în domeniul finanțării exportului (Franța);
- realizarea de studii de piață și acțiuni de match making (majoritatea);
- finanțarea unor cheltuieli pentru reprezentanți străini, potențiali importatori, invitați să participe la manifestările promoționale organizate cu prilejul târgurilor internaționale care au loc în țară (Grecia);
- servicii de consultanță gratuite pentru realizarea unui diagnostic pentru export (Franța);
- finanțarea realizării unor broșuri în limba țării de destinație (Franța);

- acordarea de ajutoare financiare pentru recrutarea personalului care se ocupă de export - între 30% și 50% din cheltuielile salariatului cu sarcini în promovarea exportului, în primul an de activitate (Franța);
- implantări în străinătate, modelul francez (garantarea cheltuielilor de funcționare a biroului local sau filialei comerciale în baza procedurii COFACE – asigurare – prospectare); asigurarea riscului economic în cazul investițiilor IMM-urilor în străinătate, cu excepția țărilor din Spațiul Economic European. Se garantează 50% din investiție, pe o perioadă de 7 ani, rata anuală a primei fiind de 0,5% din valoarea garantată;
- sprijinirea anumitor IMM-uri în Finlanda; nu beneficiază de sprijin financiar IMM-urile al căror capital social este deținut în proporție mai mare de 25% de către societăți mari;
- susținerea noilor firme cu potențial de export (Modelul englez *passport to export*, practicat și de Polonia, Austria);
- angajarea de personal autohton în rețeaua externă de promovare (marea majoritate);
- sprijin de marketing – campanii de presă pe piața vizată, comunicate de presă profesionale, expedierea materialelor la ambasada din țara de destinație, distribuția către mass-media indicată de specialiștii ambasadei (Marea Britanie);
- finanțări preferențiale ale cheltuielilor pentru realizarea de studii de prefezabilitate și fezabilitate legate de obținerea de comenzi din țări nemembre UE (Italia);
- finanțări preferențiale pentru programe de constituire de unități de lungă durată în străinătate în țări nemembre UE (Italia) ;
- finanțare preferențială a cheltuielilor de participare la licitații internaționale în țări nemembre UE;
- studii de fezabilitate pentru crearea de unități promoționale /comerciale/ productive în străinătate de către grupuri de firme, filiale sau clustere (Italia);
- studii de fezabilitate pentru realizarea de proiecte în comun de către universități, parcuri tehnico-științifice și firme, pentru modernizare de produse, inovații tehnologice, implementarea unor brevete, crearea de societăți mixte sau de firme noi;
- stimularea și promovarea importului și re-exportului și a centrelor logistice (Olanda);
- stimularea firmelor și institutelor de cercetări să implementeze rezultatele cercetării și să le dezvolte în cooperare cu parteneri externi din următoarele țări țintă (Olanda);

- cofinanțarea costurilor cu promovarea proiectelor de ramură, inițiate de minimum 5 antreprenori reprezentând ramuri strategice (Polonia);
- cofinanțarea și promovarea de centre promoționale permanente pe piețele din afara UE;
- branding de țară, sectorial sau regional (majoritatea țărilor);
- cooperarea „comerț exterior - învățământ universitar" prin facilitarea participării studenților la stagii de pregătire în cadrul firmelor sau instituțiilor de învățământ superior din străinătate (Austria);
- platforma B2B – prin dezvoltarea și crearea de noi bănci de date destinate firmelor austriece și a potențialilor parteneri din străinătate (Austria).

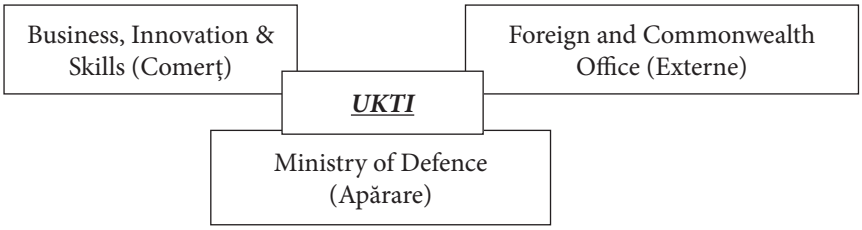
Una din cele mai performante instituții de promovare a exporturilor din țările UE o reprezintă UKTI din Anglia. Redăm în caseta următoare câteva *bune practici* sesizate la această organizație în cadrul unei vizite de documentare din anul 2010.

Caseta 5.4: Bune practici la UKTI Anglia

1. Tratarea unitară a promovării comerțului, în special a exporturilor și a investițiilor atât prin rețeaua externă cât și în țară, în scopul evitării paralelismelor pentru activități cu grad ridicat de similitudini. Rețeaua externă și cea internă au sarcini specifice precise, defalcate pe comerț și investiții. Ponderea activității de promovare a investițiilor este de 33% din totalul activităților rețelelor de sprijin, restul fiind comerț. În 33 de țări există sarcini specifice numai pentru atragere de investiții. Sarcinile privesc atât atragerea de investiții în țară cât și în străinătate.

2. Modul de organizare virtual și simbiotic, UKTI fiind în fapt o organizație virtuală. Dintre cei circa 2400 de angajați, majoritatea (peste 75%) sunt externi, fiind angajați pe baze contractuale din mediul privat, iar restul sunt angajați a 3 ministere (comerț BIS, externe FCO și apărare MoD) care lucrează ca membri ai UKTI, conform schemei de mai jos.

Dintre ministerele din schema de mai sus, două sunt considerate părinții organizației, respectiv BIS, cel principal, și FCO. Conducerea unitară a organizației se asigura la nivel de ministru de stat de stat pentru comerț, investiții și mediul de afaceri care raportează asupra activității UKTI atât la acest minister (BIS) cât și la ministerul de externe (FCO). Rolul coordonator principal îl are Ministerul pentru Comerț (Business,



Innovation & Skills) dar ministrul coordonator are răspundere comună (joint minister) atât față de BIS cât și față de FCO și MoD, pentru activitatea UKTI.

Imediat subordonat ministrului este directorul executiv, CEO pentru UKTI. Acesta este președintele Consiliului Director sau Executiv (CD) pentru UKTI, dar ocupă simultan și o poziție în cele două consilii de conducere ale ministerelor considerate părinții UKTI, respectiv BIS și FCO.

Consiliul executiv al UKTI cuprinde persoane cheie de conducere din organizație, cu experiență solidă în domeniul promovării internaționale.

Bugetul instituției este format din contribuțiile ministerelor de mai sus pentru operațiunile din exterior. Pentru activitatea în Anglia, inclusiv în regiuni, există un buget separat („ring fenced").

Resursele bugetare sunt rezultat al strategiei pentru comerț, export și investiții.

UKTI cuprinde cca. 1350 de angajați care lucrează în 99 de țări dintre care:

- 1100 au sarcini de promovare comună comerț și investiții
- 200 au sarcini numai de investiții
- 50 au sarcini de promovare industria de tehnică militară și securitate.

3. Abordare strategică coerentă și orientare spre nevoile a cât mai mulți clienți exportatori și sectoare strategice.

UKTI elaborează periodic, ciclic, o Strategie Națională de Competitivitate în comerțul internațional și investiții, elaborată în parteneriat cu mediile de afaceri la fiecare patru ani. Viziunea și misiunea principală a UKTI este aceea de a servi un număr cât mai mare de clienți, firme exportatoare inovative, creative, cu produse și servicii de valoare adăugată ridicată, atât din categoria celor potențiali (nu fac export și nu știu cum să facă export), aspiranți (nu fac export dar au căpătat abilități necesare), dezvoltați (fac export cu un anumit nivel de competențe care poate fi îmbunătățit). In centrul strategiei se află marketingul activ al punctelor tari ale mediului de afaceri local, cu precădere din următoarele domenii:

- Inovare, cercetare
- Industrii creative, inclusiv design
- Servicii financiare
- IT&C
- Industriile legate de știința vieții, inclusiv medicină
- Industriile protecției mediului și ale emisiilor scăzute de dioxid de carbon
- Energie.

Pe lângă marketingul acestor ramuri, se are în vedere marketingul afacerilor din regiunile de dezvoltare ale Angliei.

Strategia are obiective și ținte strategice precise și un sistem atent de monitorizare a planului de măsuri adiacent, pe baza unui tabel cu scoruri ponderate.

Pentru a-și îndeplini această misiune, UKTI a procedat la:

- Dialog direct cu toate societățile comerciale britanice pe baza datelor furnizate de Company House (Registrul Comerțului) și atragerea lor la instrumente de asistență și consiliere prin sisteme informatice moderne (portal de comerț și CRM - Customer Relationship Management) după consultarea lor prealabilă directă, prin sisteme informatice, asupra nevoilor lor
- Instrumente diversificate de intervenție pentru un număr cât mai mare de firme
- Asistența sau grantul bugetar este mic (de exemplu numai 15-20% din suprafața de expunere la un stand și nu alte forme de susținere) dar pentru mai multe evenimente promoționale externe și un număr cât mai mare de firme (peste 4.500 de firme asistate anual)
- Limitarea la maximum 3 ani a unei forme de asistență pentru orice firmă, după care aceasta nu mai poate accesa niciodată instrumentul respectiv în forma de organizare existentă

4. Servicii diversificate pentru toate categoriile de exportatori

Există servicii de asistență pentru nevoile considerate principale de firme, precum:

- *Passport to export* pe o perioada de 12 luni, serviciu de consultanță în țară pentru creșterea capacității de export
- *Passport to R&D*, pe o perioadă de 12 luni, servicii de consultanță pentru creșterea capacității de cercetare-dezvoltare la nivel de firmă
- Servicii de susținere a vizitelor pe piețe ale firmelor (asistență deplasări externe sau *Market visit support*)
- Participare la evenimente promoționale internaționale (târguri, expoziții, misiuni, conferințe)

- Informații de comerț (portal), servicii de comunicare
- Acțiuni de susținere organizate în țară (evenimente interne de promovare a ofertei de export)
- Studii de piață pentru firme, cu finanțare parțială (50%) de la buget
- Consultanță contra cost subvenționat, pentru contacte de afaceri și introducere pe piață
- Alertare specială pe oportunități de piață prin portal, pentru firme dispuse să plătească servicii suplimentare

Managementul relației cu clienții (CRM) și portalul

Prin sistemul informatic CRM se interacționează cu toate firmele înregistrate în Marea Britanie, fiind înregistrate 500 000 de interacțiuni pe an pentru un număr de 120.000 de firme înregistrate în Marea Britanie. Instrumentul CRM este integrat în arhitectura portalului și prezintă avantaje imense pentru UKTI pentru că:

- Se interacționează direct cu firmele, fără implicarea structurilor asociative întrucât acestea nu cuprind toate firmele dintr-un domeniu de export
- Se pot cunoaște nevoile exprimate de acestea pentru îmbunătățirea serviciilor
- Se mediatizează servicii
- Se măsoară impactul intervenției

Portalul de comerț este un sistem informatic în plină expansiune, bine apreciat de mediile de afaceri. Are o arhitectură similară cu cel românesc prezentând și unele aspecte mai avansate precum:

- Prin procedura de înregistrare se poate avea acces la rapoarte suplimentare sau alerte de oportunități contra cost
- Sunt angajați jurnaliști care să relateze cazuri de succes pe pieţele externe
- Sunt introduse cuvinte cheie (export advice) prin care portalul este imediat scos în evidență de motoarele de căutare mondiale, precum Google
- Sunt folosite canalele electronice de media socială (bloguri, YouTube s.a.) unde se postează mesaje, imagini care să permită o comunicare mai bună prin portal a activității UKTI.

5. Modul de monitorizare și măsurare a impactului

Pentru o liră investită de la buget, intervenția UKTI are ca țintă să aducă 15 lire beneficii în termeni de generare de noi afaceri, creșterea productivității și sporirea numărului de angajați la firme.

Măsurarea impactului pe instrumente se face centralizat, printr-un

program informatic tip CRM extrem de minuțios, detaliat, cu aplicarea metodei scorurilor ponderate (*balanced score card*). Fiecărui tip de activitate, de intervenție și fiecărui salariat din rețeaua de deservire a firmelor, fie externă sau internă, îi sunt fixate ținte cantitative sau calitative (număr de firme asistate, nivel de satisfacție pentru servicii, venituri generate ș.a.m.d.). Sunt fixate trei benzi (nivele de atingere a țintelor): roșu (sub așteptări), galben (la nivel acceptabil) și verde (la nivel bun, satisfăcător) în funcție de care se iau decizii asupra fiecărui loc de muncă.

Pentru credibilitate și eficiență, activitatea de monitorizare este externalizată către firme de consultanță specializate în măsurare impact.

6. Prezența în teritoriu, în regiunile de dezvoltare

UKTI asigură o prezență activă în teritoriu, la nivelul regiunilor de dezvoltare unde funcționează un director de comerț internațional (International Trade Director - ITA) care își desfășoară activitatea în același sediu cu cel al Agenției de Dezvoltare Regională (Regional Development Agency - RDA). Directorul ITA conduce o rețea de sprijin, de consilieri promovare comerț și investiții care aparține UKTI în calitate de consultanți externi. Alegerea consultanților și executarea obiectivelor regionale sunt externalizate către membrii din rețeaua Business Link și alte agenții private promoționale, cu strânse legături cu mediile de afaceri locale. Ca și în exterior, majoritatea salariaților sunt angajați temporari cu mandate precise pe perioade de 2-3 ani, cu posibiltatea de reînnoire, activitățile propriu-zise fiind externalizate.

Nu tot ceea ce este sector strategic la nivel național este automat preluat la nivel regional. Anumite regiuni pot opta pentru prioritizări diferite și chiar introducerea unor sectoare strategice diferite de cele de la nivelul național.

7. Industria de tehnică militară și securitate

Structurile de promovare din MoD englez au fost transferate la UKTI în anul 2007. Este partea cea mai recentă a UKTI. S-a pornit de la faptul că și aceste industrii trebuie promovate unitar folosind infrastructura națională promoțională a UKTI, bine apreciată de mediile de afaceri. Dacă BIS și FCO sunt considerați părinții UKTI, MoD este considerat un partener de cooperare prin care se cedează spre UKTI capacitatea de a oferi servicii promoționale către firmele de profil. Există în acest sens acordul comun BIS MoD.

8. Parteneriatul cu mediile de afaceri

Prin sistemele informatice și externalizarea masivă de activități, UKTI interacționează direct cu firmele și folosește sectorul privat pentru a-și

spori competențele în furnizarea de servicii promoționale. Mediile de afaceri au un dialog structurat, consultativ cu structurile asociative ale mediilor de afaceri la nivelul Consiliului director UKTI, precum și prin grupurile sectoriale consultative prin care directorii sectoriali UKTI se consultă cu toate structurile asociative ale mediilor de afaceri dintr-un domeniu de activitate.

În legătură cu aspectele de mai sus, experții britanici au dezvoltat numeroase detalii tehnice privind modul efectiv de lucru și și-au exprimat disponibilitatea de a clarifica și aspecte ulterioare.

În concluzie, UKTI dispune de unul dintre cele mai avansate sisteme promoționale de comerț internațional, integrat, coordonat și consistent. Practic, bugetul UKTI nu a suferit ca urmare a crizei, ci a fost extins ca modalitate de răspuns strategic. Numeroase aspecte ale acestui model pot fi asimilate în experiența românească, fiind practic comune cu alte sisteme performante similare din lume.

Concluzionând, putem spune că țările performante la export dispun de instituții puternice, integrate, de promovare, susținere și dezvoltare a exportului precum și de un complex de instrumente de susținere. Bunele practici evidențiază următoarele aspecte esențiale ale sistemelor de susținere a exportului:

- instituții puternice centrale și regionale de susținere care funcționează în rețea și coordonează rețele de susținere;
- unificarea într-o instituție unică de coordonare a rețelei externe de susținere cu cele interne;
- finanțare consistentă de la bugetul central și de la cele locale, regionale destinată instrumentelor de susținere;
- evaluarea, măsurarea impactului și planificarea strategică permanentă a instrumentelor de susținere care nu se rezumă numai la organizarea de evenimente în exterior ci și programe de branding, de consultanță și de training sau studii de piață;
- parteneriat funcțional cu mediile de afaceri atât prin structurile lor asociative cât și în mod direct, cu firmele exportatoare;
- adaptarea permanentă a instrumentelor de susținere;
- externalizarea către expertiza privată de execuție a unor servicii și instrumente de susținere dar cu monitorizarea prin sectorul public;
- capacitatea și eficiența instituțională.

Dincolo de aceste aspecte esențiale, se mai pot evidenția și următoarele:

- studiile și evaluările captează o serie de bune practici ce pot fi considerate tendințe pozitive, asimilabile în practica națională. Între acestea putem evidenția coordonarea unitară a proiectelor, programelor și rețelelor de sprijin printr-o singură instituție, de regulă integrată în ministerul economiei și comerțului (UKTI, UBIFRANE, ICE);

- managementul unitar al strategiei de export elaborat prin consultare cu mediile de afaceri în parteneriat public-privat și existența în acest sens a unei structuri de dialog structurat, eventual sub forma unor consilii de export, comerț sau competitivitate;

- principala sursă de finanțare, deși precară în multe țări, mai ales în cele în curs de dezvoltare, este finanțarea publică, de la buget;

- existența unor paralelisme în competențele de susținere a exportului între diverse instituții sau chiar proliferarea unor organisme promoționale paralele la nivel național, sunt considerate a avea efecte negative asupra performanțelor exporturilor și eficienței utilizării resurselor alocate susținerii și face ineficiente mecanismele de susținere;

- alocarea pe instrumente de susținere a resurselor naționale, între diverse instrumente, rămâne o sarcină dificilă, neexistând în prezent studii comparabile la nivel mondial, care să dovedească că o anumită structură a repartizării fondurilor, favorizează mai mult sau mai puțin exporturile. Astfel de evaluări rămân o sarcină națională importantă;

- existența unui organism național de susținere consistent și eficient, permite ca politica comercială a țărilor care beneficiază de o astfel de structură să fie mai bine orientată spre susținerea exporturilor naționale;

- prezența în cadrul organismului național de susținere a exportului, a unui consiliu administrativ, format din reprezentanți a sectorului privat combinată cu o finanțare substanțială de la buget a acestuia, sunt ingredientele importante, dar nu singurele care fac o astfel de structură eficientă sub aspectul performanțelor exportului;

- combinarea forței unei organizații puternice de susținere capabilă să coordoneze o rețea națională de sprijin cu eforturi constante ale instituțiilor publice abilitate să îmbunătățească mediul de afaceri național și sistemul educațional este o soluție câștigătoare. Un mediu de afaceri distorsionat și impredictibil sau un sistem educațional rupt de realitățile pieței nu permite exportatorilor să își sporească capacitatea concurențială, să investească și reduc forța instrumentelor de susținere a exportului, oricât de bine ar fi acestea calibrate;

- susținerea individuală a exportatorilor, care implică efectuarea de servicii de afaceri specifice pentru companii individuale trebuie combinată, într-un raport optim ținând de specificul național, cu susținerea colectivă a grupurilor de exportatori, care implică servicii în beneficiul unui grup mai larg de companii (misiuni economice, târguri internaționale);

- susținerea exportatorilor pe sectoare, sau pe grupe de exportatori (potențiali, aspiranți, dezvoltați) trebuie combinată, într-un raport cât mai adecvat specificului comunității naționale de exportatori, cu intervenția neutră pentru toți (acces la informații, finanțare, educație, oportunități de export);

- respectarea regulilor acquisul comunitar și a ajutorului de minimis este obligatoriu ca urmare a apartenenței la UE;

- nivelul național de intervenție trebuie combinat cu cel regional și cu cel comunitar;

- reprezentativitatea structurilor asociative ale mediilor de afaceri precum și capacitatea acestora de a servi membrii lor este un factor important de succes al parteneriatului. Parteneriatul cu mediile de afaceri nu trebuie să fie singura cale de dialog cu exportatorii, organizațiile puternice promoționale instituind dialog permanent tip CRM sau pe canale media, cu toți clienții exportatori sau Strategiei Naționale de Export;

- managementul resurselor umane este esențial atât pentru dezvoltarea abilităților manageriale, ale firmelor exportatoare, cât și abilităților profesionale ale personalului care se ocupă de promovarea și dezvoltarea exportului din rețelele de sprijin naționale;

- sub aspectul pregătirii profesionale în dezvoltarea exportului existent grupelor de experți naționali specializați pe probleme de export sectoriale sau intersectoriale este un factor critic de succes în dezvoltarea exportului;

- în abordarea piețelor țintă, existența grupelor de experți specializați în susținere și posibilitatea angajării în rețeaua externă de consultanți autohtoni este practica omniprezentă;

- continua diversificare și eficientizare a instrumentelor de susținere este importantă și se impune combinarea instrumentelor de susținere și promovare individuală sau de grup a firmelor cu forme de branding sectorial sau regional.

Încercând să comparăm succint România cu privire la aceste bune practici redăm mai jos modul în care aceasta se raportează la unele dintre acestea:

- ***Finanțare prioritară de la bugetul național a programelor de susținere***

Deși există un sistem național de susținere și promovare a exportului OUG 120, sumele bugetate sunt cu mult mai mici iar instrumentele de intervenție mai puține.

- ***Externalizare de activități spre mediul de afaceri***

Majoritatea țărilor externalizează spre firme de consultanță derularea de programe sau angajează personal local autohton pentru rețeaua internă sau externă. În România această practică este limitată numai la administrarea portalului și la executarea de servicii promoționale în cadrul evenimentelor promoționale cu finanțare de la bugetul de stat.

- ***Diversificarea instrumentelor și mecanismelor de susținere***

În practica europeană s-a pus accent pe noi instrumente de susținere (*passport to export*, evaluare eficientă cu metode complexe, management baza de date și CRM, susținere re-export și centre logistice, platforme de *match making*, dezvoltarea de centre regionale de promovare, *susținerea* de venture capital s.a.). Un început de diversificare se încearcă prin proiecte de dezvoltare a exportului cu finanțare europeană (RIPPLE, TARG, RECEN cu fonduri structurale și fonduri de coeziune).

- ***Utilizarea de programe și proiecte prin fonduri structurale***

Polonia excelează în elaborarea de proiecte cu finanțare UE, inclusiv pentru dezvoltarea rețelelor de sprijin din interior și exterior. Direcția Dezvoltare Export are aprobate 3 proiecte menționate mai sus și are în curs de elaborare un set de alte proiecte.

Bibliografie

Cadot, O., Fernandes, A. M., Gourdon, J., Mattoo, A. (2011), *Are Export Support Programs Effective? Evidence from Tunisia*.

Frankel J. and Romer D. (1999), „Does trade cause growth?", American Economic Review 89(3), 379-399.

Gourdon J., Marchat J. M., Sharma S. and Vishwanath T. (2011), Can Matching Grants Promote Exports? Evidence from Tunisia's FAMEX Program; in Cadot, O., Fernandes, A., Gourdon, J. and A. Mattoo (eds.), *Where to Spend the Next Million? Applying Impact Evaluation to Trade Assistance*; The World Bank and CEPR, pp. 81- 106.

Greenaway D. and Kneller R. (2005), „Firm Heterogeneity, Exporting andForeign Direct Investment: a survey", Research Paper Series Globalization, Productivity and Technology, Nottingham University.

Hausmann, R. and D. Rodrik (2003), „Economic Development as Self-Discovery", *Journal of Development Economics* 72(2), 603-633.

Heckman, J., Ichimura, H., and P. Todd (1997), „Matching as an Econometric Evaluation Estimator: Evidence from Evaluating a Job Training Programme"; Review of Economic Studies 64, 605-654.

Heckman J. (1979), „Sample Selection Bias as a Specification Error", Econometrica 47(1), 153-161.

Heinrich, C., Maffioli, A., and G. Vazquez (2010), A Primer for Applying Propensity-Score Matching; Impact Evaluation Guidelines Technical Notes No. IDB-TN-169, Intern-American Development Bank.

Helleiner, Gerald K. (2002), Non-traditional Export Promotion in Africa: Experience and Issues, Palgrave MacMillan.

Hirano, K. and G. Imbens (2004), „The Propensity Score with Continuous Treatments"; in A. Gelman and X. Meng (2004), *Applied Bayesian Modeling and Causal Inference from Incomplete-Data Perspectives: An Essential Journey with Donald Rubin's Statistical Family*; New York, NY: Wiley, pp. 73-84.

Hogan P. (1991), „Some Institutional Aspects of Export Promotion in Developing Countries", in Paul Hogan, Donald Keesing, and Andrew Singer eds., *The Role of Support Services In Expanding Manufactured Exports in Developing Countries*, EconomicDevelopment Institute, World Bank.

Imbens, G. (2000), „The Role of the Propensity Score in Estimating Dose-Response Functions", Biometrika 83, 706-710.

Jurdon, J., Marchat, J., Sharma, S. and T. Vishwanath (2011), Best practice in export promotion USAID.

Keesing, D. B. (1983), „Linking Up to Distant Markets: South to North Exports of Manufactured Consumer Goods,"American Economic Review, American Economic Association, vol. 73(2), pages 338-42, May.

Lederman, D., Olarreaga, M., and L. Payton (2010), „Export Promotion Agencies Revisited"; Journal of Development Economics 91, 257-265.

Lederman D., Olarreaga M., Payton L. (2010), „Export promotion agencies: Do they work?", in: Journal of Development Economics, Volume 91, Issue 2, March 2010, Pages 257-265.

Lederman D., Olarreaga M., Payton L. (2009), Export Promotion Agencies Revisited, November 1, 2009, World Bank Policy Research Working Paper No. 5125.

Lederman D., Rodriguez-Clare, Xu D. Y (2010), Entrepreneurship and the Extensive Margin in Export Growth: A Microeconomic Accounting of Costa Rica's Export Growth during 1997-2007, The World Bank, Policy Research Working Paper 5376.

Rose A. K. (2005), „The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion", NBER Working Papers 11111, National Bureau of Economic Research, Inc.

Rose A. K. (2007), „The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion," The World Economy, Wiley Blackwell, vol. 30(1), pages 22-38, 01.

Simeon D., Freund C., and Pham C. S. (2009), „Trading on time", Review of Economics and Statistics.

Wilkinson T. J. & Lance Eliot Brouthers (2000), „Trade Shows, Trade Missions and State Governments: Increasing FDI and High-Tech Exports", Journal of International Business Studies, Palgrave Macmillan, vol. 31(4), pages 725-734, December.

Surse Internet: Enterprise Europe Network, www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu, Market Access database Homepage, madb.europa.eu, EUROPA – EEAS – the European External Action www.eeas.europa.eu/

CAPITOLUL VI. PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE ALE EXPORTULUI ROMÂNESC

Globalizarea, liberalizarea și regionalizarea comerțului internațional au condus la fragmentarea activităților legate de schimburile comerciale internaționale și apariția lanțurilor valorice internaționale centrate sau nu pe regiuni care adâncesc cooperarea dincolo de simpla uniune vamală. Exportatorii se vor confrunta cu schimbări radicale în modul de a face afaceri internaționale, pe măsură ce vor câștiga teren noi modele de afaceri bazate pe networking, capacitate crescândă de asociere sau cooperare în rețea, externalizare și delocalizare. Noul mediu internațional de afaceri va favoriza organizațiile inovative sub toate aspectele, cele capabile să interacționeze în rețea și să se conecteze rapid la consumatori, la piețe și la informații și cunoștințe. Avantajele competitive devin din ce în ce mai volatile, iar identitatea competitivă a regiunilor și națiunilor se redefinește rapid sub presiunea mobilității crescânde a factorilor. Lanțurile valorice ale firmelor vor fi mai flexibile, mai puțin liniare și cu un grad mai sporit de internaționalizare a opțiunilor, atât de aprovizionare (sourcing), cât și de externalizare (outsourcing). Aceste lucruri vor cere noi abilități manageriale, inclusiv de organizare a rețelelor capabile să eficientizeze lanțurile valorice și să facă față unor forțe concurențiale în care activele intangibile devin tot mai prezente.

Efectele progreselor rapide în tehnologia informației și comunicațiilor și apariția unei noi economii bazată pe cunoaștere și comunicare instantanee sunt încă relativ puțin cunoscute. Vor apărea noi servicii și produse centrate sau facilitate de tehnologia informației și comunicare. Comunicarea va crește puterea consumatorilor de a se informa și reacționa pe piață, sporindu-le puterea de decizie. Responsabilitatea socială corporatistă, reputația pe piață, gradul de asociere pozitivă a organizațiilor și persoanelor și managementul calității vor deveni active cheie. Continuarea procesului de liberalizare are loc concomitent cu introducerea de noi reguli și constrângeri de sustenabilitate în producția și comerțul mondial, pe măsură ce comunitatea internațională este din ce în ce mai conștientă de resursele limitate ale planetei și întreprinde măsuri de dezvoltare cât mai durabilă. Funcționarea piețelor internaționale va fi diferită și vor apărea noi piețe legate de resurse regenerabile, agricultura organică, industrii creative, comunicare și cunoaștere.

Schimbările importante din structura comerțului mondial (apariția unor noi puteri comerciale și importanța crescândă a piețelor non-UE, dezvoltarea de noi "coridoare" logistice, energetice și de transport), conduc la redirecționarea unei părți a exporturilor către noi destinații și capacitatea de creare și dezvoltarea de centre logistice și activități de montaj și procesare, ceea ce va permite unor regiuni să capteze fluxuri comerciale în detrimentul altora.

În acest context internațional, constrângerile la nivelul competitivității

firmelor, în special în cazul IMM-urilor dar nu numai, sunt mai greu de identificat și de depășit. În plus, nu numai firmele dar și grupările teritoriale de firme sunt în competiție, fapt care conduce la amplificarea concurenței nu numai între țări, dar și regiuni sau sectoare productive naționale, făcând tot mai dificilă capacitatea unui răspuns strategic adecvat.

România se află în rândul țărilor cu grad mediu spre scăzut al orientării spre export, ca procent din PIB. De asemenea, intensitatea tehnologică a exportului este relativ mică la scara UE, iar baza exportatorilor este redusă la nivel de IMM-uri, exportul fiind concentrat la un număr mic de firme mari în proporție de circa 50%. Media întreprinzătorilor români la 1000 de locuitori este la jumătate din cea pe ansamblul UE, iar numărul firmelor exportatoare a scăzut în perioada crizei din 2008-2009. România ocupă un loc codaș în lume în ceea ce privește gradul de sofisticare și inovare în afaceri (locul 102) sau în ceea ce privește disponibilitatea celor mai noi tehnologii (locul 115).

Contribuția clusterelor și aglomerărilor de exportatori sau a firmelor inovative este relativ mică la scara europeană și chiar mondială. La scara mondială, gradul de dezvoltare a clusterelor situează România pe locul 116.

Exportul românesc este regionalizat și concentrat pe țări mari din UE sau țări din regiunea Sud-Est europeană, Orientul Mijlociu și țări CSI. Aici se înregistrează și principalele creșteri la export.

Ținând cont de indicele de similaritate a portofoliului de export, România concurează cu țări precum Bulgaria, țări nord-africane (Tunisia, Egipt), Italia, Ucraina sau Turcia, plasându-se după studii ITC pe o poziție medie, spre slabă ca performanțe comparativ cu aceste țări.

În evaluările UE privind competitivitatea țărilor membre, România se înscrie în grupa nr. 4, cu competitivitatea cea mai scăzută, atât la indicatorul PIB/loc, cât și în ceea ce privește intensitatea tehnologică, ceea ce scoate în evidență decalajul substanțial de competitivitate pe care România încă îl are în economia comunitară.

Alte vulnerabilități cu influență directă asupra exportului sunt legate de infrastructură, inclusiv cea portuară. Locul ocupat de România în lume la indicatorul dezvoltării infrastructurii portuare este 128, iar la al celei rutiere 139. România nu stă bine nici la colaborarea între universități și mediile de afaceri, locul 115 în lume, ceea ce practic reduce substanțial bazele dezvoltării clusterelor de export și ale inovării.

Pe lângă abordarea acestor vulnerabilități, strategia de export ar trebui să-și propună să capitalizeze, acolo unde România are puncte tari, respectiv rata de școlarizare în învățământ (loc 23), simplificarea procedurilor de afaceri (loc 40), calitatea educației în științele exacte (loc 45) sau gradul de penetrare a conexiunii la Internet în bandă largă (locul 42).

Din punctul de vedere strict al politicilor și instrumentelor pro-export, de stimulare și promovare a exportului (*sistemul național de susținere și promovare*

a exportului), România are performanțe notabile sub aspectul instituțional, de abordare integratoare și de funcționare a parteneriatului public privat. Astfel, România dispune de un pachet legislativ, relativ unitar (OUG 120) și de un cadru transparent și instituționalizat de co-decizie a sectorului privat în realizarea instrumentelor de promovare prin Consiliul de Export. Totuși, comparativ cu țările avansate care dispun de instrumente de susținere și promovare (Finlanda, Anglia, Olanda, Germania), România se situează la un nivel scăzut sub următoarele aspecte:

- volum mic de resurse bugetare acordate instrumentelor și sectorului public în activități de promovare și susținere;
- paralelisme și necoordonare în activitățile de susținere și promovare ale sectorului public, inclusiv în cele de branding și identitate competitivă;
- lipsa unor instrumente de sprijin moderne (sistem integrat de baze de date, planificarea strategică a liniilor de export, pașaport de export, modernizarea rețelelor externă și internă de susținere din partea sectorului public, branding de țară s.a.);
- neracordarea nivelului național de sprijin la export cu cel regional, acesta din urmă fiind extrem de fragmentat și total necoordonat între județele care aparțin unei regiuni de dezvoltare;
- înțelegere greșită a scopului strategic al activităților pro-export, care nu reprezintă o simplă promovare a ofertei rigide existente, ci activități concentrate de dezvoltare a exportului, atât în exterior, cât și în interior. Numai prin promovarea ofertei existente România nu va urca în ierarhia exportatorilor.

În capitolul anterior am putut observa că, practic, nu există țară în lume care să nu pună accent pe susținerea exporturilor naționale, iar cele mai avansate dezvoltă servicii cât mai integrate pentru a satisface nevoile de asistență, de consultanță, de susținere pentru firme. Contextul actual cere schimbări radicale în modul de implicare în comerțul internațional, cât și în export, atât la nivelul companiilor, al grupurilor de firme, precum și în maniera în care instituțiile de sprijin susțin firmele pentru a aplica cele mai bune soluții de creare și menținere a unor avantaje competitive durabile. Instituțiile publice de sprijin, remodelate în parteneriate public-public și public-privat, devin din ce în ce mai preocupate de a oferi servicii în rețea pentru firme și de a integra rețelele din țară și cele externe spre obiective precise de branding și internaționalizare a firmelor și grupările de firme localizate în teritoriul național.

Cele mai bune practici indică atât diversificarea acestor soluții, cât și eficientizarea lor și aplicarea lor pe grupe țintă de clienți exportatori cât mai bine definite.

Devine din ce în ce mai evident că principala provocare este creșterea capacității țărilor, regiunilor de dezvoltare sustenabilă a exporturilor pe toate palierele unde acest lucru este posibil (național, regional, sectorial, public, privat sau mixt, public privat). Exportul cu valoare adăugată ridicată, în

cazul economiilor mici sau mijlocii și deschise, este măsura cea mai sigură a competitivității. De aceea, capacitatea României de a dezvolta durabil exporturile este provocarea fundamentală pentru competitivitatea țării.

Dezvoltarea capacităților și capabilităților de a face export durabil sau, altfel spus, stimularea capacității firmelor de a adăuga, capta, crea sau reține valoare pe lanțul valoric național trebuie să fie în centrul preocupărilor tuturor celor care pot contribui la promovarea exporturilor. Dacă privim atent bunele practici internaționale în materie de promovare a exportului, vom observa că această provocare centrală poate fi demontată în mai multe considerente strategice sau, altfel spus, provocări specifice fără de care nu putem vorbi de o dezvoltare sustenabilă a exportului.

6.1. Principiile strategice de dezvoltare sustenabilă a exportului

Aceasta este o provocare ce ține de cadrul general al activității de export. Dezvoltarea exportului la nivel național sau regional se poate face accidental dar, în acest caz, sustenabilitatea este îndoielnică. Comunitățile de afaceri la nivel regional sau național au dezvoltat în ultimele decenii programe sau seturi de politici de susținere și promovare a exporturilor elaborate la nivel național.

În multe situații acestea erau cu relevanță sau realism scăzut, încercând să pună laolaltă deziderate generale formulate fie la nivel guvernamental, fie la nivel de asociații de afaceri. Adesea coexistă strategii naționale paralele în domeniu sau un ansamblu de strategii sectoriale vizând exportul, independente sau necoordonate între ele. Practicile internaționale curente au pus în evidență carențele unor astfel de abordări, precum lipsa de coordonare, incoerența sau concentrarea excesivă a strategiilor spre aspectele de facilitare a accesului pe piețele externe a exportatorilor, neglijând constrângerile de competitivitate din interior. Multe astfel de strategii nu se monitorizau sau evaluau corect, contribuind astfel la percepția generală că strategiile sunt documente cu valoare practică scăzută.

Ținând cont de aceste neîmpliniri, noile abordări și practici au condus la formularea următoarelor principii de urmat pentru găsirea celor mai bune soluții de dezvoltare a exportului.

Parteneriatul public-privat (PPP) și activitatea în rețea (networking)

Găsirea celor mai bune soluții de dezvoltare a exportului nu este un exercițiu simplu, întrucât clienții interesați în astfel de soluții (firme exportatoare, asociații de afaceri, instituții publice, bănci, alte organizații private sau cu caracter regulator) nu reușesc să comunice și să-și armonizeze interesele, adesea extrem de diferite. Menținerea actorilor interesați (stake holder) pe poziții non cooperante conduce ades la minimizarea avantajelor tuturor.

Un proces de prioritizare și acțiune strategică pentru dezvoltarea exportului a impus treptat, începând cu țările avansate economic și cultural, care sunt mai pregătite pentru dialog și consens, crearea unei platforme consistente de dialog structurat, permanent între diferitele entități interesate în procesul de elaborare a unei strategii. Platforma presupune cicluri consultative bazate pe chestionare, evaluări și comentarii venite de la întreprinderi, asociații din sectorul privat, instituții de sprijinire a comerțului, furnizori de servicii pentru afaceri, organizații din sectorul public și mediul universitar. Principiul PPP, acceptat și aplicat corect, devine astfel o forță competitivă subtilă și ades insesizabilă pentru cei nefamiliarizați cu ce se ascunde în spatele performanțelor IMM-urilor din țările cu mari tradiții în export din punct de vedere promoțional și al susținerii.

Într-un astfel de parteneriat, care poate aduna laolaltă majoritatea *stake holderilor*, procesele de comunicare și prioritizare devin un cerc virtuos în care, pe de o parte, sectorul privat reușește să se responsabilizeze pentru stabilirea în comun a priorităților strategice din cadrul fiecărui sector, chiar dacă în cadrul acestuia funcționează mai multe structuri asociative ades concurente. Similar, în sectorul public, diversele interese ministeriale sau instituționale se armonizează, atât în stabilirea priorităților în cadrul sectorului împreună cu structurile asociative sau comunitatea de exportatori din sector, cât și, mai ales, între sectoare, adică acolo unde sarcina prioritizării revine în mare măsură sectorului public.

În cele din urmă, o astfel de strategie va fi acceptată mai mult dacă reprezintă un efort colectiv, care să armonizeze interesele private cu cele ale sectorului public și dovedește că s-a găsit un echilibru între diferite inițiative și prioritizări, printr-o permanentă consultare la niveluri macro, mediu și micro economice.

Având în vedere rolul extrem de important al PPP în acest gen de proces strategic, în opinia noastră o bună practică este crearea în România, înainte de elaborarea unei strategii, a unei forme instituționalizate de PPP, sub forma unui *Consiliu de Export* (CE), legal constituit, cu membri deopotrivă din sectorul privat și din sectorul public, care să aibă un mandat legal clar stipulat de a asigura managementul SNE. Numai un astfel de organism poate oferi un grad suficient de încredere între entitățile interesate și certitudine că:

- Procesul de elaborare a SNE este dus la sfârșit pe baza unei metodologii de lucru cu cicluri consultative și seturi de analize și evaluări, dar și de angajamente ferme în planul de acțiune;
- Se asigură *andosarea*, inclusiv politică, a documentului elaborat;
- Se asigură restul de faze ale managementului procesului strategic, precum implementarea și monitorizarea aplicării, măsurarea impactului, reajustarea și reluarea ciclului strategic.

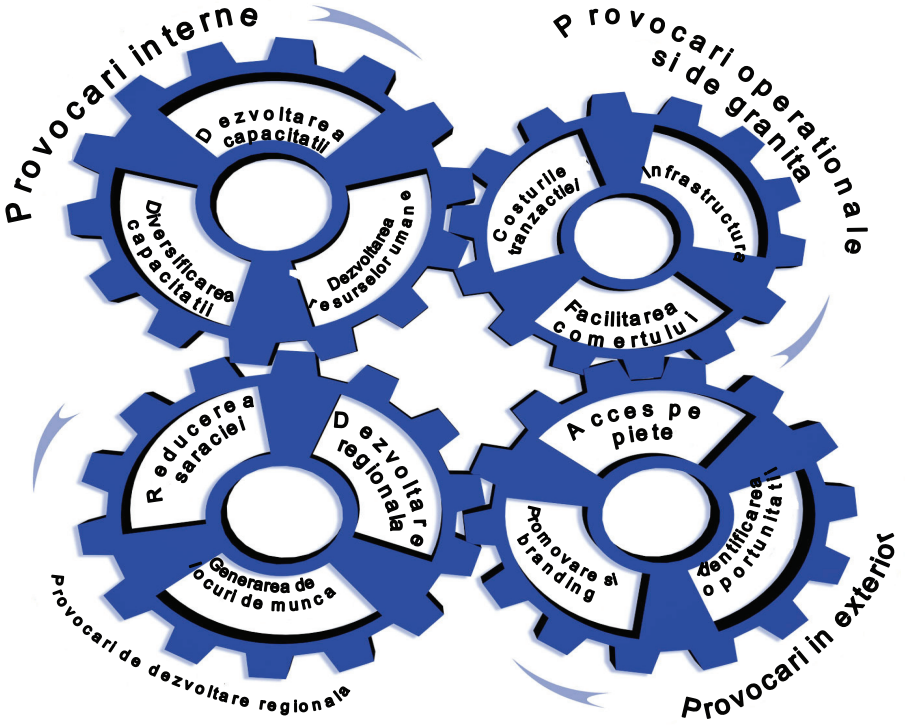
Deși crearea în România a CE reprezintă un succes indiscutabil al afirmării principiului PPP, vom analiza în subcapitolul următor și limitele acestui parteneriat, care, în opinia noastră, deși este o soluție instituțională recunoscută

internațional și chiar dată drept model de către ITC Geneva, aceasta are în viitor provocări legate de capacitate instituțională și reprezentativitate, în special regională.

Extinderea scopului strategic dincolo de abordarea tradițională a promovării exportului

Un alt motiv pentru care strategiile de export la nivel agregat, sectorial, regional sau național nu sunt relevante este legat de focalizarea lor excesivă numai pe problematica externă, a accesului pe piețe și promovare. Dacă privim atent pe ce a mizat România anterior primelor SNE-uri și crearea Consiliului de Export, vom vedea o concentrare excesivă a eforturilor pe promovare externă, ceea ce este valabil pentru numeroase alte țări, așa cum am văzut anterior. Fără a neglija importanța stimulării și susținerii exportatorilor pentru a accesa piețele externe, constrângerile competitivității externe sunt, în mare măsură, prezente în condițiile interne de realizare a producției de export, în relativă rigiditate a acestei oferte față de cererea externă, în aspecte legate de certificarea internă a unor sisteme de calitate, în aspecte operaționale sau de facilitare a comerțului ș.a.m.d.. Noul model strategic, la nivelul celor mai bune practici mondiale, identificate de ITC Geneva, cuprinde patru angrenaje sau provocări interdependente, de care depind performanțele exportului, conform schemei de mai jos, care reprezintă o adaptare la condițiile României a modelului ITC al „roților dințate" (*four gears approach*):

Graficul 6.1: Schema provocărilor cu care se confruntă exportatorii în funcție de teritorialitate și elementul transfrontalier



Cele patru provocări sunt concepute ca angrenaje ale unei „cutii de viteze". Asperitățile, disfuncțiile sau lipsa unui răspuns la o provocare sau constrângere din calea competitivității afectează până la urmă timpii de parcurs pe drumul critic spre dezvoltarea sustenabilă a exportului. Problemele se adresează deci diverselor niveluri, unde constrângerile asupra competitivității pot acționa:

1. Provocări din interior: axându-se pe dezvoltarea și diversificarea capacității de producție și de ofertare la export, creșterea productivității, dezvoltarea resurselor umane, calitate, dezvoltarea tehnologiei, competențe de management și marketing pentru export și competențe în cadrul rețelei de sprijinire a comerțului pentru a ajuta întreprinderile în chestiuni legate de partea de ofertă;

2. Provocări operaționale, de graniță sau angrenajul "Border": axându-se pe dezvoltarea unui mediu de afaceri, care este competitiv internațional, pe reducerea costurilor tranzacțiilor comerciale, pe eficientizarea procedurilor și documentațiilor oficiale, pe facilitarea comerțului și dezvoltarea infrastructurii;

3. Provocări pe partea de cerere externă, de exterior, axându-se pe identificarea oportunităților comerciale externe, furnizarea de sprijin pentru acces pe piețele externe, promovarea imaginii țării și a sectoarelor sale, branding, promovarea investițiilor străine directe orientate spre export și transferul de tehnologie/know-how;

4. Provocări de dezvoltare, axate pe contribuția exporturilor la dezvoltarea regională, generarea de locuri de muncă, reducerea sărăciei și protecția mediului.

Intensitatea susținerii pentru diverse grupe de exportatori

Există numeroase dezbateri privind sensul și intensitatea intervenției în economie a sectorului public. În susținerea exportatorilor, a existat anterior convingerea că susținerea „campionilor" este soluția corectă. În prezent, în practica internațională curentă de susținere se acceptă ideea unor inițiative de susținere comune, neutre, pentru întreaga economie, concomitent cu o susținere specială a unor anumite grupuri de exportatori sau exportatori individuali. Practica majorității țărilor vizează, în prezent, definirea unor sectoare unde focalizarea strategică și a resurselor să fie mai accentuată.

De aceea, prioritizarea între sectoare și subsectoare strategice, alături de susținerea neutră pentru toți este o altă paradigmă a proceselor moderne strategice de dezvoltare a exportului.

Putem concluziona că România are în față următoarele provocări esențiale, sub aspectul noilor principii și bunelor practici:

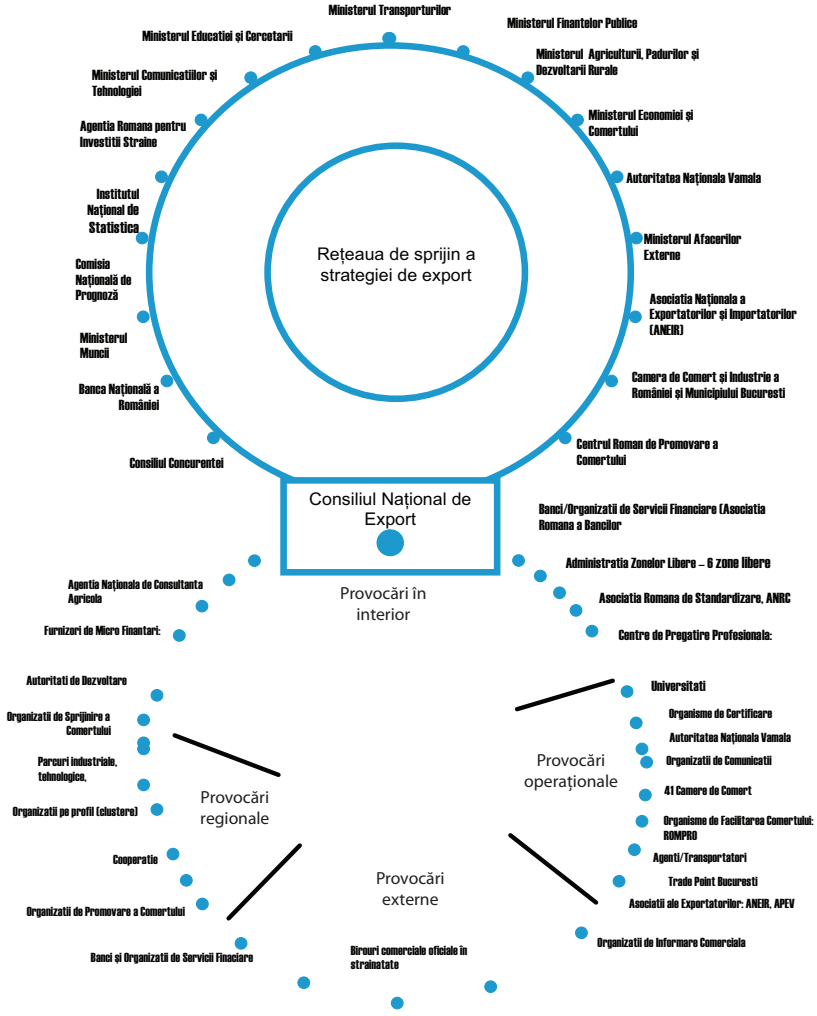
1. Să păstreze, să întărească și să perfecționeze prin creșterea reprezentativității, parteneriatul constituit legal, prin crearea și funcționarea cu întâlniri lunare, fără întrerupere de la constituirea Consiliului de Export;

2. Să mențină pe termen lung și ciclic la orice strategie de export principiul extinderii scopului strategic pentru a include și restul problemelor legate de competitivitatea firmelor, nu numai cele legate de promovare externă și acces pe piețe, ceea ce corespunde noilor provocări legate de competitivitatea firmelor moderne;

3. Să mențină și să perfecționeze prioritizarea și stimularea selectivă, combinată cu susținerea neutră.

Realizarea în practică a acestor noi abordări și principii în modul de a gândi și aplica o strategie presupune parcurgerea unor etape esențiale în procesul de management al strategiei, etape care ne conduc la alte provocări pentru România în drumul anevoios spre dezvoltare sustenabilă.

Graficul 6.2: Reprezentarea parteneriatului public-privat și a lucrului în rețea în cazul SNE 2005-2009



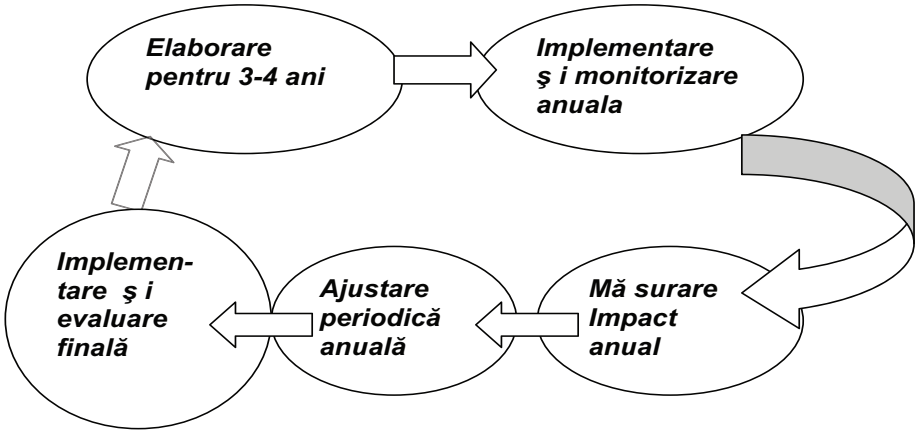
Capacitatea de a asigura managementul strategiilor naționale de export

Conform principiilor formulate anterior, SNE privește pe exportatori drept ”clienți” ai strategiei, dar și ca entități angajate cu resurse în aplicarea ei. Fixând o viziune comună asupra modului de a fi performant în comerțul internațional, încerci să transmiți un set de valori tuturor „clienților”. Comunicarea acestor valori și polarizarea exportatorilor spre setul comun de valori este probabil prima funcție a strategiei, întrucât numai o astfel de polarizare poate determina decizii corecte, în spiritul viziunii strategice, la nivel de firme, asociații sau sector public. Să luăm un exemplu: să presupunem că strategia fixează, ca viziune comună, atingerea excelenței la export la anumite produse agro-alimentare, inclusiv

organice. Atingerea unei astfel de viziuni este realizabilă numai dacă firmele și asociațiile consimt asupra ei și, implicit, fac investiții în acest sens În caz contrar, orice inițiativă strategică a sectorului public de susținere și promovare a acestei excelențe va fi cel puțin insuficientă și nu-și va atinge scopul strategic propus.

O strategie relevantă și efectivă presupune un proces permanent de monitorizare a implementării, măsurare a impactului, evaluare, ajustare și reformulare periodică a documentului. Reluarea periodică a ciclului strategic, la fiecare 3-4 ani, este de, asemenea, necesară. Toate aceste activități se înscriu în managementul strategiei de export și, conform principiului evidențiat anterior, nu pot fi desfășurate decât în parteneriat public-privat, presupunând măsuri și inițiative de implementare comune. Etapele unui astfel de proces sunt reprezentate în graficul următor.

Graficul 6.3: Managementul strategiei de export



Întrucât construcția instituțională sub forma parteneriatului public-privat este o paradigmă sau o condiție esențială a reușitei în managementul acestui proces, capacitatea instituțională este o provocare importantă pentru un export sustenabil. Există mai multe forme în care capacitatea instituțională este realizată astfel :

- o instituție publică sau un colectiv de reprezentanți ai sectorului public asigură managementul procesului într-o consultare ad-hoc cu sectorul privat;

- o instituție sau o rețea public-privată, formalizată sau nu, își asumă în mod egal responsabilități pe tot parcursul procesului de management.

În cazul în care astfel de instituții sunt formalizate, componența și atribuțiile, modul de lucru și zonele de autoritate pot diferi de la o comunitate la alta:

- o instituție sau un grup de întreprinzători privați, care își asigură responsabilitatea managementului unei astfel de strategii, recurgând la consultări

și implicare după caz, a unor instituții publice care pot și doresc să susțină acest demers.

Trebuie să menționăm că soluția înființării unui CE ca instituție a PPP cu atribuții strategice similare este o practică internațională curentă, chiar dacă instituția în cauză are altă denumire (de exemplu, Consiliul de competitivitate sau de comerț).

În alte țări, în cazul inexistenței unei astfel de forme instituționalizate, responsabilitatea managementului SNE este preluată de o instituție cheie în promovarea comerțului, fie minister sau de autoritatea promoțională.

Existența unei structuri prealabile unui proces strategic, structură responsabilă pentru coordonarea și gestionarea acestor procese este intens dezbătută pe plan internațional, după cum se poate vedea în caseta de mai jos.

Caseta 6.1: Structura urmează sau precede o strategie?

Prin structură înțelegem, în contextul dat al proceselor strategice, un mod de organizare intern pentru o organizație care conduce astfel de procese. Structura este ușor de constituit în cazul unor astfel de procese la nivel de firmă. Astfel, după ce strategia a fost elaborată și formulată și obiectivele fixate, se trece la faza constituirii structurii de implementare a strategiei în interiorul organizației, existând un cadru managerial pre-existent capabil să dispună:

- diviziunea muncii într-o organizație ;
- distribuția autorităților și responsabilităților;
- sistemul de monitorizare și evaluare a rezultatelor.

Cu toate acestea, din perspectiva strategiilor în rețea inter-organizațională pe care le tratăm, nu se dispune de un cadru managerial prealabil, fapt care impune ca un cadru managerial să fie prealabil fixat pentru a stabili structura managerială. În cazul României, Consiliul de Export a fixat legal, în prealabil, acest cadru.

Acest raport în timp, „structura după strategie", poate fi deci valabil pentru strategii la nivel micro, de firme care sunt deja entități bine conturate și ierarhizate. Raportul ideal se poate însă modifica în cazul strategiilor de mare complexitate, în parteneriat între diverse organisme și instituții la nivel național, unde nu există structuri prealabile decât la nivelul entităților participante și nicidecum una integratoare pentru aria de responsabilități a strategiei. Pentru acestea, în opinia noastră, este nevoie, în prealabil, de o instituție care să preia rolul managementului strategic și care să fie echidistantă de toate organizațiile care au reprezentanți în proces, organizații care, de altfel au propriile lor strategii de dezvoltare. Aceasta este rațiunea unei structuri instituționale prealabile care să preia responsabilitățile de management.

Având în vedere specificul acestui gen de strategii în parteneriat public-privat, soluția convenirii unei structuri prealabile sau cel puțin concomitent cu începerea procesului strategic este cea viabilă, întrucât asigură continuitatea unui proces strategic altfel greu stăpânit. Chiar dacă structura prealabil convenită, se poate dovedi mai puțin capabilă să încorporeze ceea ce analizele procesului strategic scot în evidență, totuși, această soluție este de preferat. Să ne imaginăm că în România nu s-ar fi constituit, în prealabil, un Consiliu de Export. Inexistența unei astfel de structuri ar fi condus, cel mai probabil, la dezagregarea diverselor abordări și inițiative strategice ale entităților interesate spre scenariul fragmentării inițiale a viziunilor, considerentelor strategice și, mai ales, a inițiativelor de urmărit în vederea implementării.

În același timp, este la fel de adevărat că o astfel de strategie, odată elaborată poate conduce la :

- modificări în structura organizației în PPP, care a inițiat-o sub aspectul membrilor sau atribuțiilor, sub presiunea obiectivelor și inițiativelor pe care strategia le-a elaborat;
- crearea unei structuri operaționale de management strategic care să nu fie identificată cu structura instituțională a celor care au inițiat procesul, dacă părți ale acestei structuri anterioare nu sunt direct implicate în procesul de management.

În concluzie, este nevoie de o structură instituțională care inițiază procesul, după care urmează procesul strategic, inclusiv și o structură distinctă de implementare.

România a optat încă din anul 2003, pentru crearea unui CE anterior începerii procesului strategic.

În **Caseta 6.2** redăm istoricul acestui proces în România.

Caseta 6.2: Crearea și funcționarea Consiliului de Export în România

- **octombrie 2002**: prin efectul legii (OUG nr.120/2002) privind crearea sistemului de susținere și promovare a exportului cu finanțare, de la bugetul de stat, se formează un comitet interministerial de monitorizare a sistemului de susținere, format exclusiv din reprezentanți ai sectorului public. Acest comitet, care a funcționat aproape 2 ani este precursorul CE.
- **pe parcursul anului 2003** s-au formulat critici legate de incapacitatea sectorului public de a se consulta și a decide eficient asupra modalităților de susținere a exportatorilor și de a prioritiza sau armoniza diverse interese. Mai mult, s-a constatat caracterul fragmentar și nearmonizat al planurilor și răspunsurilor strategice care să fundamenteze

decizii de angajare a resurselor pentru susținerea exportatorilor. Ideea creării unui parteneriat public-privat sub forma unui CE câștigă teren și un proiect de modificare a legislației este supus dezbaterii parlamentare.

- **în decembrie 2003**: Parlamentul României a adoptat modificări la Ordonanța de Urgență 120/2001 (referitoare la sistemul de susținere a exportului) astfel:

  - Monitorizarea sistemului de susținere a exportului a fost scoasă din atribuțiile comitetului interguvernamental, care a fost desființat;

  - Locul acestuia a fost luat de Consiliul de Export, organism ce urma să fie creat în baza unui parteneriat public privat.

- **ianuarie - februarie 2004**: Departamentul de Comerț Exterior din cadrul Guvernului României, prin Direcția Generală Promovare Export declanșează consultări cu structurile asociative ale mediilor de afaceri cu activități de export pentru conceperea atribuțiilor legale ale CE;
- **martie 2004**: Reprezentanții sectorului public și celui privat decid asupra structurii CE, asupra atribuțiilor legale, conducerii și regulamentului de funcționare;
- **1 aprilie 2004**: Este adoptată de către Primul ministru HG nr. 486/1.04.2004 privind crearea CE, instituție fără personalitate juridică, cu secretariat pe lângă DGPE din cadrul Departamentului de Comerț Exterior cu un mandat clar de a elabora și a asigura managementul SNE;
- **8 Mai 2004**: CE mandatează comisia de strategie, competitivitate, marketing și branding să înceapă elaborarea SNE la nivelul celor mai bune practici mondiale. Este preluată metodologia de lucru documentată și elaborată de CIC Geneva;
- **20 Mai 2004**: Se formează echipa nucleu pentru elaborarea SNE;
- **septembrie 2004**: Echipa nucleu prezintă CE documentul „Pledoarie pentru SNE";
- **octombrie 2004** CE adoptă documentul și decide organizarea simpozionului național „Pledoarie pentru SNE";
- **20 noiembrie 2004** în cadrul simpozionului național desfășurat la sediul CCIR, comunitatea exportatorilor prezentă în sală cade de acord asupra necesității elaborării SNE în PPP sub egida CE și se alcătuiesc 23 de grupe de lucru care încep procesul elaborării documentului;
- **decembrie 2004 - iulie 2005** Grupele de lucru lucrează, sub îndrumarea coordonatorului național al proiectului, la elaborarea strategiilor sectoriale și intersectoriale de export;
- **august 2005**: Coordonatorul SNE redactează SNE pe baza documentelor realizate de grupele de lucru și îl supune atenției CE care decide andosarea documentului și a planului de măsuri;

- **septembrie 2005**: Documentul SNE este lansat spre dezbatere publică finală în prezența Președintelui și Primului ministru;
- **septembrie 2005 - noiembrie 2005**: documentul se reajustează ca urmare a procesului de dezbatere publică în Parlament, mediile universitare, institute de cercetări etc.;
- **22 decembrie 2005**: SNE este adoptat în ședința de guvern (HG 1828) și începe perioada de implementare;
- **decembrie 2006**: CE face o primă monitorizare a implementării documentului;
- **aprilie 2007**: Procesul strategic de creare a unei instituții în PPP care să asigure managementul SNE capătă o recunoaștere internațională în cadrul Conferinței Comitetului Consultativ Mixt al CIC/OMC/UNCTAD;
- **2005 - 2009**: are loc implementarea primei SNE și se monitorizează anual impactul acesteia;
- **martie 2009**: CE mandatează coordonatorul național să reia în cursul anului 2009 procesul de elaborare a unei noi strategii de export prevăzută inițial pentru perioada 2010-2014;
- **martie 2009 - decembrie 2009**: Grupele de lucru se formează și lucrează din nou, sub îndrumarea coordonatorului național al proiectului, la elaborarea strategiilor sectoriale și intersectoriale de export;
- **decembrie 2009**: Coordonatorul SNE redactează SNE 2010-2014, pe baza documentelor realizate de grupele de lucru și îl supune atenției CE care decide andosarea documentului și a planului de măsuri;
- **ianuarie 2010**: Documentul SNE este lansat spre dezbatere publică finală dar, se decide, drept consecință a efectelor crizei economice și a instabilității guvernamentale, ca SNE să fie reajustată urmare a procesului de dezbatere publică din Parlament, mediile universitare, institute de cercetări și amânat pentru a fi adoptat în ședință de guvern;
- **februarie 2010**: Numărul angajaților din Departamentul de Comerț exterior din Ministerul Economiei și direcția generală responsabilă de export și de CE se reduce drastic cu efecte imediate asupra grupelor de lucru. Dispare personalul care organiza grupele sectoriale ale SNE, cele intersectoriale sau regionale și cei care măsurau impactul SNE pe baza metodologiei ITC Geneva. Întreg procesul suferă un șoc instituțional sever. Se renunță la coordonarea strategiilor regionale și la proiectul de extindere a SNE și CE la nivel regional;
- **martie 2010**: CE decide ca noua SNE 2010-2014 să fie adoptată și implementată, cel puțin la nivelul sectorului privat și al unor instrumente publice care țin de atribuțiile consiliului, iar procesul minim de ajustare anuală a SNE (fără pretenția de respectare a practicilor anterioare) să fie făcut de micul colectiv răspunzător de export din MECMA;

- **2011 - 2012**: CE insistă pentru adoptarea documentului SNE, devenit ulterior, ca urmare a trecerii timpului, SNE 2012-2016, în ședința de guvern, dar instabilitatea guvernamentală nu permite acest lucru, deși CE se întâlnește în continuare lunar, păstrând o agendă minimală, ades operațională.

Așa cum rezultă din această casetă, reușita asigurării managementului SNE 2005-2009 și, ulterior, a depins în mare parte de existența Consiliului de Export, legal constituit, pentru acest scop. HG privind constituirea CE precum și atribuțiile și regulamentul de funcționare al acestuia se pot analiza în **Caseta 6.3**. Declinul înregistrat în capacitatea CE și a MECMA de a impune aprobarea unei noi SNE, precum și reducerile de personal din perioada 2008-2012, peste nivelul celor la nivel general sector public (peste 50%) au marcat un regres notabil al parteneriatului, dar nu sfârșitul procesului. În mod paradoxal, în ciuda importanței acestui parteneriat și a dezvoltării exporturilor în perioada de criză, România a evoluat atipic, slăbind rolul acestor structuri.

Caseta 6.3: Atribuțiile și structura Consiliului de Export din România

Prin lege, Consiliul de Export are următoarele competențe:

- Armonizarea strategiilor sectoriale, intersectoriale și regionale din cadrul Strategiei Naționale de Export, având ca scop stabilirea priorităților care să conducă la o creștere a exporturilor;
- Identificarea resurselor financiare publice și private care să permită implementarea programelor și măsurilor prevăzute în Strategia Națională de Export;
- Propunerea de programe care să asigure creșterea competitivității ofertei de export;
- Inițierea de acțiuni care să conducă la creșterea și diversificarea exportului de bunuri și servicii cu valoare adăugată mare;
- Analizarea problemelor curente ale activității de comerț exterior și propunerea de măsuri pentru îmbunătățirea acesteia;
- Propunerea de modificări ale cadrului legislativ care să ducă la eliminarea barierelor de export și să genereze creșterea volumului de export;
- Sprijinirea activității de servicii și asistență specializată acordată exportatorilor;
- Monitorizarea progresului, rezultatelor și impactului implementării măsurilor, instrumentelor și mecanismelor de sprijinire

și promovare a exportului cu finanțare de la bugetul de stat, incluse în Strategia Națională de Export;

- Publicarea acțiunilor, programelor și măsurilor pentru creșterea exportului.

În cadrul Direcției Generale Promovare Export din Ministerul Economiei și Comerțului, a fost stabilit un Secretariat.

Au fost create patru grupe de lucru:

1. Comisia pentru strategie, competitivitate, marketing și branding;
2. Comisia pentru monitorizarea instrumentelor de promovare a exportului;
3. Comisia pentru legislație și măsuri de apărare comercială și training;
4. Comisia pentru probleme curente.

Regulamentul de funcționare și atribuțiile, componența, reprezintă o soluție instituțională perfectibilă sub aspectul funcționalității și reprezentativității celor interesați în dezvoltarea exportului. Există astfel preocupări de asigurare a unei mai mari reprezentativități, precum și de fluidizare a dezbaterilor și mecanismului de luare a deciziilor, de reorganizare a activității pe cele 4 comisii.

Se poate concluziona că, în cazul României, toate părțile care au fost interesate în competitivitatea exportului din sectorul public și privat au fost implicate de la început în procesul de concepție și creare în prealabil a unei instituții în PPP, special construită pentru managementul SNE și, apoi, în managementul procesului strategic. Chiar dacă această abordare a condus la prelungirea în timp a procesului, din perspectiva istorică acest lucru este un avantaj, întrucât procesul strategic este un proces ciclic reluat o dată la 3-5 ani și care are nevoie de forța unui PPP instituționalizat.

6.2. Înțelegerea și anticiparea evoluțiilor piețelor externe, a cererii și ofertei, precum și a condițiilor de acces pe piețe

Atât la nivel de firme, cât și de structuri asociative ale mediilor de afaceri sau organizații publice cu rol de cercetarea piețelor, aceasta este o provocare extrem de importantă întrucât sunt puține firme românești care au capacitatea și deschiderea necesară pentru acest lucru. Pe de altă parte, volatilitatea mediului extern și mobilitatea factorilor o impune dacă dorim să vorbim de sustenabilitate în export. Dacă la nivelul firmelor acest lucru poate conduce la decizii strategice greșite și pierderea avantajelor la export, miza devine mult mai mare când este vorba de politici și strategii regionale, sectoriale sau naționale de competitivitate externă.

În prezent, România nu dispune nici în sectorul public și nici în cel privat de expertiza necesară pentru a elabora studii comparative de piață pentru diverse produse pe zone geografice, sau de evaluare a competitivității la export a României cu țări al căror comerț exterior are un indice ridicat de similaritate iar organizația național promoțională CRPCIS, nu dispune de resurse bugetare pentru a efectua aceste evaluări pe baza datelor comparative puse la dispoziție de firme sau organizații de consultanță specializate în acest sens.

De asemenea, deși există date empirice care indică faptul că performanțele la export depind din ce în ce mai mult de funcționarea lanțurilor valorice internaționale și accelerarea fragmentării producției la nivel internațional; nu există în prezent analize centrate pe România privind modul în care competitivitatea la export depinde de importurile de completare de produse intermediare și de delocalizările de producție decise de marile firme internaționale care controlează lanțurile mondiale. Din observații preliminare rezultă că deciziile de acest gen contribuie esențial la performanțele exportului și se iau ades fără o legătură directă cu ceea ce strategiile de export naționale se preocupă să promoveze.

Cu alte cuvinte, provocarea importantă pentru strategii la export este să încerce să identifice zona de intervenție eficientă la nivel de sectoare de export pentru a evita concentrarea excesivă a deciziilor asupra resurselor de către organizațiile care domină lanțurile valorice globale.

Accesul pe piețe din perspectiva apartenenței la UE

Ca efect al apartenenței la UE, România este parte a strategiei comunitare de acces pe piețe, strategie denumită „Global Europe". Strategia *Europa Globală: concurând în lume* are obiective și inițiative prin care politica comercială contribuie la creșterea economică și creșterea numărului de locuri de muncă în UE. Într-o economie globală, economiile puternice sunt economiile competitive, iar economiile competitive au la bază un comerț puternic, liber și sustenabil, conform strategiei UE. Însă 90% din creșterea PIB global are loc în afara UE, deci accesul pe piețele din afara UE este vital pentru uniune. Acest lucru indică o competitivitate a UE la export fragilă și îngrijorătoare în ceea ce privește valoarea adăugată, importul de completare pentru export fiind relativ mare în multe țări ale UE (13% în medie UE). Toată atenția UE se îndreaptă pe piețe mari țintă, precum piața chineză care a profitat din plin de condițiile actuale de acces pe piețe. Se pare însă că UE încă nu a găsit soluțiile cele mai bune de acces pe marile piețe non-UE.

Din perspectiva accesului pe piață și al Strategiei "Global Europe" provocările sunt multiple. UE merge simultan pe trei mai fronturi în materie de negocieri comerciale: multilateral, chiar dacă este blocat în prezent, plurilateral și bilateral.

1. Sub aspect **multilateral** negocierile OMC sunt în impas de mult timp și nu se întrevede vreo deblocare la orizont. Măsurile protecționiste se înmulțesc, ceea ce a determinat UE să mizeze pe promovarea de negocieri de acorduri bilaterale de liber schimb (FTA, *free trade agreement*).

2. Deși negocierea și ratificarea de acorduri comerciale **bilaterale** cu țări din afara UE ar trebuie să continue într-un ritm cât mai accelerat, evoluțiile sunt mult mai lente. FTA va rămâne însă pârghia esențială de acțiune. Cea mai mare realizare a UE până în prezent este semnarea acordului cu Coreea de Sud, dar în prezent nu există o evaluare a impactului acestui acord. UE a semnat deja acorduri de liber schimb cu Peru și Columbia. Se încearcă semnarea în acest an a unui acord cu Singapore. Tratativele cu India și Malaezia stagnează și există preocupări de avansare a negocierilor cu Canada și Japonia. Cu Rusia, orizontul e îndepărtat, deși intrarea în OMC amplifică șansele unor negocieri bilaterale, iar cu China nu există încă nici măcar un orizont de așteptare. În zona estică ordinea șanselor de acord ar fi Georgia, Moldova, Armenia și Ucraina, conform evaluărilor recente ale Comisiei Europene. UE încearcă să nu abandoneze eforturile pentru un FTA cu SUA. Aici marea problemă este cea a standardelor, părțile păstrând poziții încă ireductibile asupra unei armonizări a acestora. Astfel, realizările sunt limitate și, chiar dacă negocierile vor avansa, ele vor viza mai mult țări cu putere mică sau medie în comerțul internațional. În acest context, posibilele câștiguri pentru industriile europene și pentru UE ca atare rămân discutabile la nivelul mediilor de afaceri. Monitorizarea și întărirea acordurilor de liber schimb existente rămân o sarcină importantă, pe care Comisia va trebuie să și-o asume.

3. Plurilateralismul este considerat că va avansa în viitor și este susținut mai ales în zona acordurilor de tip SETA (*Sector trade agreement*). Cel mai agreat de instituțiile UE este cel pentru piața emergentă a energiilor regenerabile. Negocieri plurilaterale vor continua și în sfera serviciilor ISA (*internațional service agreement*). Opțiunea plurilaterală sectorială SEPA (*sector environment protection agreement*), a unor membri ai OMC, este viabilă însă numai dacă se va forma o masă critică de membri semnificativi ai OMC dornici să avanseze, ceea ce creează o provocare importantă pentru UE. Un astfel de acord are multe constrângeri, în special în zona legitimității aplicării clauzei națiunii celei mai favorizate.

Totuși, liberalizarea este în continuare răspunsul strategic al Comisiei, în ciuda unor critici formulate de mediile de afaceri. Acestea constată că UE a crescut în ultimii ani numai prin comerț. Cu toate acestea, tot mai multe voci sunt favorabile unei regândiri a politicii UE. Întrucât multe țări din lume, cum sunt India, Mercosur și altele, se mișcă în sens opus liberalizării, mediile de afaceri comunitare presează pentru noi soluții. Acestea consideră că există mari provocări, precum:

- Asimetria liberalizării accesului la achiziții publice, unde UE nu beneficiază de ceea ce oferă;
- Nerespectarea drepturilor de proprietate intelectuală.

Creșterea protecționismului și limitarea exportului de materii prime pe plan mondial au condus deja la sporirea prețului materiilor prime, ducând la declinul competitivității industriale, ceea ce conduce la concluzia că exportul de servicii este o alternativă principală. Din această perspectivă, China spre exemplu, ca și alte țări țintă, este considerată o oportunitate și o amenințare deopotrivă, numai că oportunitatea trece prin capacitatea de a acționa atât pentru îmbunătățirea accesului pe piață printr-un acord bilateral UE - China de protejare și promovarea a investițiilor și drepturilor de proprietate intelectuală (IPR), cât și prin capacitatea de a dezvolta inițiative de promovare a exportului. În cazul Rusiei, spre exemplu, după intrarea sa în OMC, este necesar și un acord FTA cu această țară pentru a susține exporturile țărilor comunitare.

6.3. Constrângeri actuale ale instrumentelor clasice de politică comercială ale UE

Mediile de afaceri europene (vezi dezbaterile din cadrul *Business Europe*) pun sub semnul întrebării eficiența politicii comerciale a UE, în ciuda faptului că demersurile sunt considerate utile pentru facilitarea accesului pe piețe. În inițiativele de liberalizare sunt câștiguri, dar pot fi și pierderi, iar efectele unei liberalizări complete a comerțului internațional nu trebuie supraestimate (după unii numai 0,5% creștere a PIB mondial în timp ce liberalizarea parțială în Runda Doha ar duce numai la 0,1% creștere PIB mondial). Politica UE de acces pe piețe este un instrument important de susținere a accesului pe piață, care însă nu poate rezolva toate constrângerile legate de export și internaționalizare. Adesea, instrumentele comerciale ale Comisiei sunt percepute ca o sabie cu două tăișuri pentru firmele mari din UE, care sunt implantate în alte țări, pentru că posibile câștiguri apărute ca urmare a negocierilor de acces pe piețe al produselor lor finite pot fi anulate de bariere la import pentru materii prime care pot submina strategiile de sourcing ale firmelor. Multe firme sunt competitive în prezent datorită delocalizărilor în țări non-UE și, ades negocierile UE în plan bilateral le pun în dilemă datorită unor interese conflictuale sub aspectul contractelor de achiziții publice, a subvențiilor guvernamentale sau al taxelor vamale de import, care fac ca filialele delocalizate să-și construiască planul de afaceri pornind de la mediul și regimul comercial existent în țara unde activează.

În consecință, asistăm la un fenomen nou în strategiile firmelor din țările UE, respectiv dezvoltarea de opțiuni strategice duale, atât pentru varianta unui comerț mai protecționist, cât și pentru varianta liberalizării acestuia, ultima alternativă fiind însă discutabilă date fiind progresele minore din ultimii ani.

De asemenea, există indicii că varianta blocurilor comerciale regionale câștigă teren și s-ar putea să trăim în viitor într-o lume a cluburilor și regimurilor de comerț regionale. Printre pieţele noi, cea a energiei verzi este una extrem de dinamică. Pe piața energiilor verzi barierele netarifare (NTB) și clauzele de componente locale (*local content*) sunt extinse și se proliferează.

O altă provocare este legată de accesul pe piața achizițiilor publice în țări federale, precum India, care este diferit de la un stat al federației la altul. Astfel, realizarea unor analize exhaustive pentru toate tipurile de bariere aplicate de guvernele locale este dificilă. Pe de altă parte, nici UE nu este pe deplin deschisă cu piața serviciilor publice și există bariere chiar și pe piața unică europeană între statele membre.

Totuși, rezultatele acestor negocieri nu au fost considerate de mulți participanți ca fiind vitale în derularea afacerilor lor și nici pentru depășirea de către UE a decalajelor de competitivitate. După cum remarcă experții în strategii de internaționalizare, nivelul a ceea ce numim azi globalizare, reprezintă internaționalizarea a numai 21% din economia mondială, ceea ce demonstrează că nu putem vorbi de o globalizare totală ci, mai degrabă de o cincime a vieții economice care se desfășoară la scară globală. Puține IMM-uri din UE și din alte țări participă la acest proces. Dincolo de liberalizare, abilitățile care cresc competitivitatea fac diferența. În plus, la nivelul UE încearcă să prindă contur o strategie care să vizeze și alte aspecte de susținere a firmelor.

Un pilon esențial al noii abordări este Comitetul Consultativ pentru Accesul pe Piețe (MAAC), care este un parteneriat format din statele membre, Comisia Europeană și mediul de afaceri prin structurile asociative ale acestuia la nivel comunitar, creat în 1998. În cadrul acestui Comitet, care se reunește lunar la Bruxelles, statele membre au posibilitatea să pună în discuție barierele în calea comerțului identificate de către exportatorii comunitari pe pieţele non-UE și să-și coordoneze acțiunile pentru înlăturarea lor dar nu numai atât. Un rol major în cadrul acestui Comitet îl au asociațiile de profil la nivel comunitar, care ajută la identificarea barierelor în calea comerțului specifice fiecărui sector sau țări țintă, colaborează cu statele membre și instituțiile comunitare și negociază cu asociațiile de profil din țările non-UE pentru soluționarea problemelor apărute.

Comisia Europeană și statele membre au creat în cadrul Comitetului MAAC următoarele noi instrumente de sprijin:

- Baza de date de acces pe piețe (MADB, *Market Accesss data Base*), un instrument operațional integrat în strategia de acces pe piețe, în folosul firmelor comunitare, acționând pe trei canale: instituțiile UE, statele membre și companiile europene. Accesul la MADB este gratuit (țărilor membre UE și în curs de aderare), iar baza este interactivă și ușor de utilizat; Baza de date MADB (market Access Data Base) a Comisiei Europene furnizează informațiile de bază privind condițiile de export și investiții în terțe țări;

- Registrul de plângeri pentru soluționarea, prin Comisia Europeană a reclamațiilor primite de la companii privind barierele netarifare în țările non-europene, prin instrumente specifice OMC sau consultări bilaterale cu autoritățile țării respective. Asigură respectarea efectivă a angajamentelor asumate de țările partenere în cadrul juridic reglementat internațional;
- echipele pe țări (*market acces teams*),
- grupurile de lucru pe produse (*market acces working groups*) sunt instrumente eficiente și verificate de sprijin pentru exportatorii UE și în ultimii ani parteneriatul între Comisie, state membre și structuri asociative europene ale mediilor de afaceri s-a consolidat.

Ca urmare a coordonării eforturilor, pe baza noilor instrumente de lucru, procesul de monitorizare și prioritizare a barierelor (*key barrier process*) este din ce în ce mai eficient, fiind identificate și documentate circa 200 de bariere în peste 30 de țări, acționându-se printr-un set comun de inițiative ale Comisiei Europene, statelor membre și structurilor asociative ale mediilor de afaceri pentru înlăturarea lor.

Aceste structuri încearcă soluționarea problemelor semnalate de statele membre și transmite un feedback constant acestora privind măsurile întreprinse și stadiul de rezolvare al barierelor identificate pe piețele diferitor țări non-UE. Pe lângă acestea, Comisia a luat inițiativa creării unor centre regionale de susținere a exportatorilor în India și China și a dezvoltat programe de susținere focalizate pe piețele Coreei de Sud sau Japoniei.

Comisia lasă însă la inițiativa țărilor membre să aibă propriile lor scheme de susținere, multe dintre ele fiind orientate, atât pentru susținerea exporturilor în UE, cât și în afara UE.

6.4. Cunoașterea, anticiparea și stimularea capacităților și capabilităților de ofertare la export

În România a fost consacrat aspectul abordării sectoriale a cunoașterii și stimularea capacității de export. Astfel, s-au efectuat două exerciții de cunoaștere și anticipare a capacităților și capabilităților de ofertare la export în anii 2004 și 2011, pentru mai multe sectoare exportatoare, exercițiu premergător elaborării primelor SNE în parteneriat cu mediile de afaceri, respectiv SNE 2005-2009 și 2012-2016. În evaluarea performanțelor și constrângerilor existente la nivelul firmelor exportatoare, de o importanță deosebită l-a avut setul metodelor de analiză care formează împreună un cadru analitic indispensabil fazei de elaborare. Din acest set au făcut parte:

- Stabilirea contextului în care industria își desfășoară activitatea;
- Definirea scopului strategic și evaluarea constrângerilor;
- Benchmarking și analiza SWOT de sector;

- Segmentarea clienților;
- Analiza performanțelor la export și evidențierea piețelor importante și a piețelor țintă;
- Evaluarea principalilor competitori;
- Analizarea și evaluarea nivelului curent al răspunsului strategic;
- Analiza lanțului valoric (LV).

Pe parcursul elaborării a două strategii naționale de export cu pronunțat caracter sectorial, putem evidenția două mari tipuri de constrângeri și provocări:

a) Constrângeri ce țin de capacitatea instituțională de a duce la bun sfârșit astfel de analize sectoriale, constrângeri care au condus la dificultăți în colectarea de date, dar și în formarea grupurilor de analiză. Atât structurile asociative ale mediului de afaceri cât și sectorul public care și-au asumat responsabilitatea unui astfel de exercițiu au avut personal redus, fără continuitate în urmărirea procesului strategic. De asemenea, cu unele excepții de sectoare cu capacitate instituțională mai ridicată, nu s-a reușit o consultare mai largă a firmelor din sector și nu s-a reușit ca grupele de lucru să se constituie în veritabile consilii pe produs, pentru a repeta și rafina astfel de analize sectoriale;

b) Constrângeri sectoriale de competitivitate ale ofertei de export, așa cum au fost ele evidențiate în analizele sectoriale.

În ciuda constrângerilor legate de capacitatea instituțională de a elabora răspunsuri strategice sectoriale la nivelul celor mai bune practici internaționale, cele două exerciții strategice au evidențiat mai multe provocări importante la nivelul sectoarelor cu potențial de export. Cea mai importantă provocare evidențiată de setul de analize sectoriale se referă la lanțuri naționale înguste și în mare parte puțin eficiente, care conduc la pierderea de avantaje competitive importante și o rigiditate structurală a ofertei de export, datorată, printre altele de :

- Management defectuos privind lanțul de furnizori și deficiente ale furnizorilor de materii prime, atât din punctul de vedere al capacității, cât și al calității;
- costurile în creștere a forței de muncă și creșterea mobilității acesteia pe piața unică;
- lipsa capacității de control în zona de distribuție a rețelelor externe internaționale;
- grad scăzut de dezvoltare al proceselor de producție, în special cele de tehnologie înaltă sau inovative;
- gradul scăzut de utilizare și integrare a designului în lanțul valoric;
- abilitățile manageriale relativ scăzute raportate la noile modele de afaceri internaționale;

➢ inovarea, cercetarea, dezvoltarea și utilizarea tehnologiilor moderne la un nivel relativ scăzut.

În megasectorul mijloacelor de transport și echipamente industriale, de exemplu, este vizibilă, mai mult decât în alte domenii, o tendință de polarizare a fabricanților, pe de-o parte mari corporații cu game lărgite de produse, iar pe de altă parte IMM-uri cu produse de nișă, export direct sau subfurnizori ai marilor corporații, deci exportatori indirecți. O provocare pentru exportul românesc, în aceste domenii, este modalitatea în care subfurnizorii IMM-uri pot ține pasul cu competiția regională pentru a se menține pe lanțurile valorice ale fabricanților finali, aflați la rândul lor într-o competiție intensă inclusiv pe costuri de producție. Presiunea continuă a reducerii costurilor presupune regionalizarea parțială a resurselor globale dacă prețul petrolului va continua să crească. Sectorul dispune de forță de muncă calificată și cu grad înalt de stabilitate, o dezvoltare corespunzătoare pe orizontală și existența unor nuclee de cercetare-dezvoltare-inovare dezvoltate, a unor universități de învățământ superior, cu dispersie regională, precum și a unor spații industriale multifuncționale, care pot constitui baza unor dezvoltări ulterioare prin divizare și separare.

De asemenea, o mare provocare pentru România sub aspectul ofertei de export este potențialul, încă nevalorificat, al energiilor regenerabile, domeniu pe care îl includem aici în special sub aspectul produselor și tehnologiilor noi care vor intra în anii viitori în noul portofoliu de export al României, în pofida extremei sale eterogenități.

Un alt element important al viitorului exportului românesc este asigurarea condițiilor necesare pentru menținerea și dezvoltarea investițiilor străine în sectoarele industriale care va permite integrarea pe verticală, intensitate tehnologică mai ridicată și o valoare adăugată ridicată produselor de export cu grad ridicat de participare a furnizorilor locali. În acest context se impune:

- susținerea și dezvoltarea clusterelor industriale ca rețele de furnizori și creșterea capacității lor de a coopera în rețea;
- stimularea creării de clustere în alte domenii legate de mijloace de transport precum construcții de nave și aeronave;
- promovare externă și susținerea abilităților din sectorul industrial român, dezvoltarea unei strategii de branding coerente pentru acest sector;
- amplificarea poziției competitive prin îmbunătățirea eficienței logisticii;
- accesarea fondurilor locale sau europene alocate dezvoltării.

Un alt sector important este cel al comunicațiilor și tehnologiei informațiilor. Acest sector a identificat o serie de provocări care, în parte sunt acceptate și de alte sectoare industriale, cum sunt cel auto, mobilă ș.a.:

- adaptarea învățământului superior la cerințele pieței muncii, prin adăugarea cursurilor de management, marketing, vânzări, comunicare - elemente ce cresc foarte mult capacitatea firmelor din sector de acces și dezvoltare pe piețe externe, în identificarea și valorificarea de noi oportunități de afaceri în străinătate;

- politică coerentă a statului în ceea ce privește clusterele;

- sprijinul statului în realizarea unui program de educare a firmelor pentru susținerea de cursuri specifice zonei de export (abilități, cunoștințe necesare, structuri de susținere în România, analiza lanțului valoric, elaborarea de strategii de export, branding etc.)

- susținerea Guvernului pentru proiecte IT, finanțate cu fonduri UE, în sensul acordării de prioritate acestora; mai multe proiecte interne vor genera creșterea cererii interne, maturizarea pieței și dezvoltarea mai rapidă pentru accesul pe piețe externe;

- realizarea de programe coerente de instruire și consultanță pentru sector în vederea stimulării proceselor inovative și creșterii competenței la export;

- continuarea strategiei de branding sectorial "Romania IT, creative talent, technical excellence", strategie abandonată urmare unor constrângeri instituționale și bugetare.

6.5. Capacitatea de a identifica constrângeri și provocări la problemele intersectoriale

Provocările intersectoriale sunt probleme care au un specific distinct, sunt generale mai multor sectoare și sunt esențiale exportului. Ele se referă în primul rând la calitate și tot ce reprezintă infrastructura ei, la finanțarea exportului, la acces la informații, la instruire și educare, la facilitarea comerțului sau cercetare, dezvoltare și inovare.

Certificări și standarde de excelență

Companiile românești au făcut pași importanți în ultimii 5 ani în ceea ce privește alinierea la standardele înalte de calitate și la infrastructura calității și a cadrului juridic, în sensul că sunt armonizate cu legislația UE. Sistemul național este funcțional și cele mai multe companii au primit certificarea, în special standarde ISO. Dar, așa cum se vede în setul de analize sectoriale , mai sunt încă multe de făcut în ceea ce privește standardele legate de sectorul sau în standardele de CSR sau în creșterea calității activității organismelor de certificare.

O serie de provocări importante sunt evidențiate în acest sens, precum:

- dezvoltarea instituțională a organismului de standardizare național, ca structură capabilă să dezvolte activități de standardizare și servicii de sprijinire la

nivelul cerințelor europene și internaționale și practicii din domeniu;

➢ creșterea capacității laboratoarelor de testare pentru atingerea unor standarde similare celor din UE, în vederea măsurării caracteristicilor sau performanțelor materialelor și produselor exportate. Dezvoltarea de noi domenii de acreditare în funcție de cerințele pieței (gestionarea sistemelor de sănătate și de siguranță la locul de muncă, securitatea sistemelor de gestionare a informațiilor etc.);

➢ asistarea companiilor pentru a putea face față cerințelor crescânde ale pieței (pentru implementarea sistemelor de management și dezvoltarea propriilor capacități de testare etc.), prioritate preluată din strategia anterioară, care a introdus schema de ajutor de stat pentru companiile care doresc să obțină certificare și testare;

➢ promovarea culturii de calitate de către structurile non-guvernamentale, asociațiile profesionale și organismele/organizațiile din infrastructura calității, va fi o prioritate a sectorului privat la fel ca promovarea companiilor care au TQM și Model de excelență prin organizarea Forumului Național de Calitate „Prin calitate spre UE" .

Finanțarea exportului

Criza financiară are în momentul de față efecte complexe asupra exportatorilor sub următoarele forme care au afectat negativ:

- scăderea cererii în țările unde ne vindeam produsele (în principal UE);
- volatilitatea cursului de schimb;
- problema lichidităților;
- probleme cu disponibilitatea creditării, inclusiv finanțare externă redusă;
- restrângerea voluntară a consumului privat;
- mărirea prețurilor la utilități.

Activitatea Eximbank

Instrumentele financiar-bancare prin care EximBank poate contribui la dezvoltarea sustenabilă a exportului sunt, în principal, următoarele:

1. finanțare: pre-finanțare, co-finanțare, finanțare pentru realizarea producției de export de mărfuri generale, realizarea de obiective complexe și produse cu ciclu lung de fabricație, precum și pentru creșterea competitivității IMM (inclusiv credite pentru achitarea restanțelor fiscale, produs adaptat actualului context al crizei economice și financiare);
2. garanții: pentru participări la licitații internaționale, restituirea avansului, bună execuție, garanții pentru exportul de mărfuri generale, realizarea de

obiective complexe și produse cu ciclu lung de fabricație destinate exportului, garanții de internaționalizare a afacerilor, garanții pentru creditele de export (inclusiv garanții pentru finanțarea TVA-ului de recuperat aferent exporturilor efectuate), alte tipuri de garanții solicitate în cadrul contractelor internaționale, garanții la creditele contractate de IMM pentru dezvoltarea și creșterea competitivității;

3. produse de finanțare și garantare combinate sub formă de plafoane multiprodus, adaptate necesităților/constrângerilor contractuale ale exportatorilor români, corelat cu eficientizarea procesului de analiză/ acordare a produsului solicitat;
4. asigurări: pentru acoperirea riscului comercial sau politic al exportatorilor români, pe termen scurt, mediu sau lung;
5. asigurarea cursului de schimb valutar pentru protejarea încasărilor din exporturile efectuate împotriva riscului valutar, respectiv de apreciere a monedei naționale;
6. stabilizarea ratei de dobândă a creditelor de export pe termen mediu și lung;
7. informații comerciale despre partenerii de afaceri ai exportatorilor români.

Provocările etapei următoare au în vedere atât creșterea vizibilității și atractivității produselor financiare Eximbank în rândul exportatorilor, cât și alte măsuri care vizează îmbunătățirea accesului IMM-urilor la finanțare bancară prin băncile comerciale sau nonbancară, prin utilizarea fondurilor de risc și a soluțiilor de internaționalizarea IMM-urilor prin instrumente financiare de susținere. Alte provocări majore vizează:

- creșterea resurselor bugetare pentru finanțarea promovării exporturilor și activităților care dezvoltă exporturi;
- acces mai ușor la credite pentru export;
- dialog structural și o comunicare și cooperare mai bună între bănci, companii de asigurări și exportatori;
- capacitate crescută de management al riscului.

Finanțarea prin fonduri de risc cu sprijin de la bugetul public

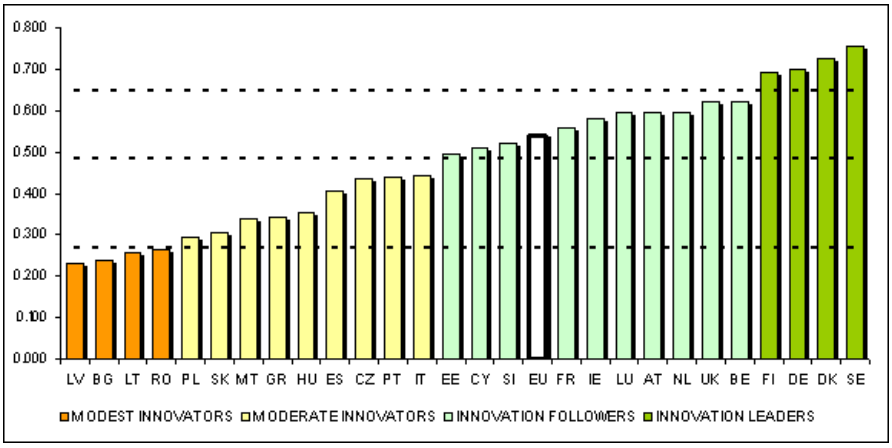
Un instrument intens dezbătut în cadrul procesului de elaborare a SNE a fost acela al susținerii internaționalizării exportatorilor români cu capital de risc cu finanțarea de la bugetul de stat pe piețe din afara UE. Practicile europene indică existența unui astfel de instrument în majoritatea țărilor membre ale UE pentru a susține internaționalizarea firmelor naționale. Practic, o firmă autohtonă care dorește să-și deschidă o filială în străinătate, în special cu caracter productiv, rod al unor procese inovative, poate beneficia printr-o agenție guvernamentală de intervenție, de o „injecție" de capital de risc de până la 33% din capitalul

investit privat (injecție cu fond de risc de la bugetul public), injecție temporară de 2-4 ani, după care capitalul de risc al fondului public este răscumpărat de investitorul privat. Astfel, sectorul public finanțează parțial și temporar primii pași ai unei delocalizări productive în străinătate, permițând firmei naționale să urce pe lanțul valoric cât mai aproape de consumatorul final. Deși intens cerută de mediile de afaceri exportatoare din România, inițiativa nu a găsit audiența necesară pentru o nouă construcție instituțională, fapt care a determinat firme autohtone să caute soluții de finanțare apelând la alte agenții specializate din țări membre ale UE.

Cercetarea și dezvoltarea, inovarea și transferul tehnologic în favoarea exportatorilor

Pentru a evalua performanțele de inovare realizate de statele UE, la inițiativa Comisiei Europene, a fost dezvoltat instrumentul denumit *Tablou de bord european al inovării* („*European Innovation Scoreboard (EIS)*" - în limba engleză), care permite analiza comparativă a performanțelor activităților de inovare ale țărilor membre ale UE.

Graficul 6.4: Clasificarea țărilor membre ale UE în funcție de performanțele din sfera inovării (*lideri, urmăritori, inovatori moderați și inovatori modești*)

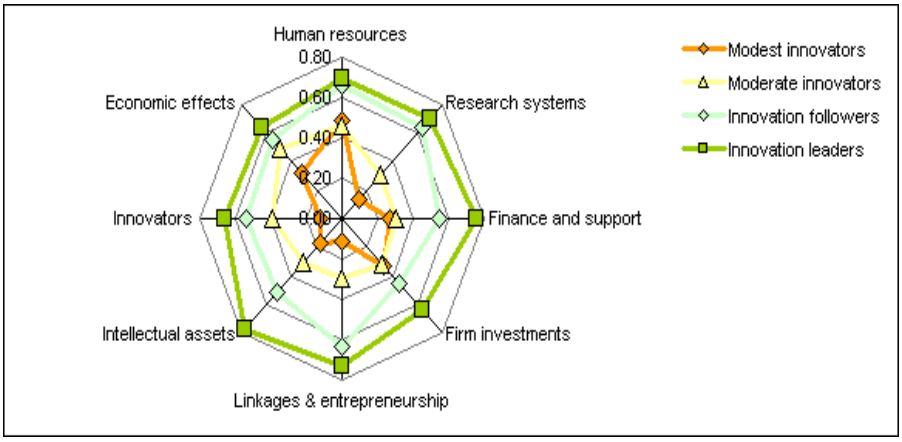


Sursa: Innovation Union Scoreboard.

Din graficul anterior se poate observa că România se află în plutonul ultim al inovatorilor modești, ceea ce impune măsuri active și eficiente de depășire a actualei situații.

Din totalul de indicatori ai inovării, România, ca inovator modest, se înscrie cu performanțe mai bune la capitolul resurse umane, investiții la nivel de firme și efecte economice ale inovării, dar are performanțe modeste sub aspectul atractivității sistemului de cercetare, capacității de cooperare în rețea pentru inovare și al numărului de firme inovative.

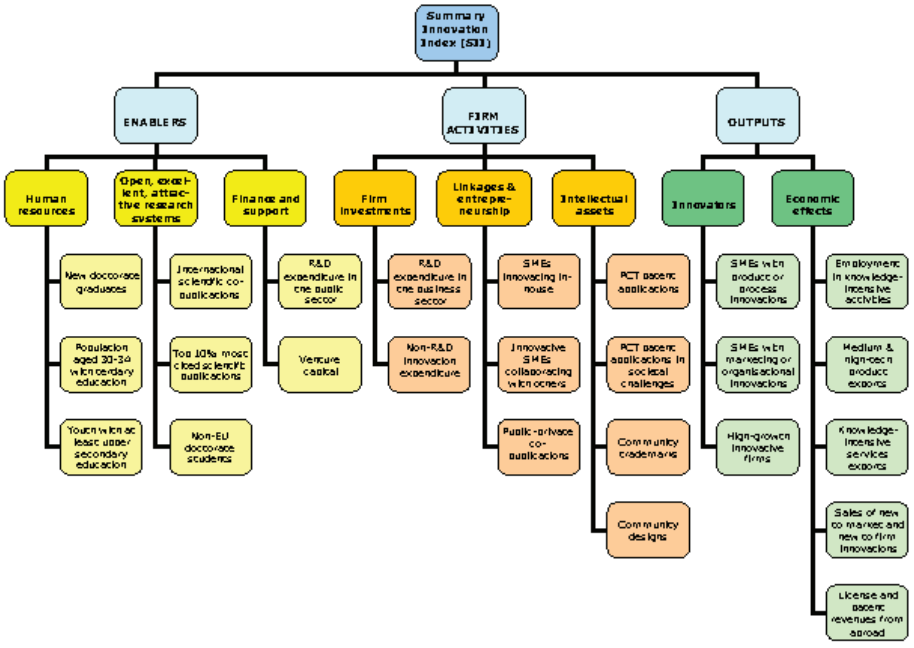
Graficul 6.5: Dimensiunile performanței din domeniul inovării



Sursa: Innovation Union Scoreboard.

Schema următoare prezintă totalitatea factorilor care sunt măsurați și creează sistemul de indicatori pe baza căruia se realizează tabelul de scoruri al Comisiei Europene ca bază de calcul al gradului de inovare al țărilor membre ale UE.

Graficul 6.6: Cadrul general al tabloului de bord al inovării în UE



Sursa: Innovation Union Scoreboard

Analizând schema precedentă, vom observa că măsurile de intervenție și de susținere pot fi avute în vedere la nivelul tuturor acestor indicatori. În fapt, țările avansate în inovare, precum Suedia, Finlanda, Danemarca, Germania, Norvegia sau Elveția, dispun concomitent de o cultură a inovării și de un sistem național de susținere a inovării. Atingerea țintelor strategiei „Europa 2020", cel puțin conform angajamentelor României, mai ales angajamentele privind inițiativele „Agenda Digitală Europeană" și „Uniunea Inovării" sunt elemente de bază pentru creșterea capacității de inovare. Măsurile de intervenție avute în vedere sub aspectul zonei de susținere se pot împărți în măsuri:

- de ordin intern, de facilitare și promovare a infrastructurii interne a inovării sau de politică industrială (finanțare, C&D, protecția proprietății intelectuale, dezvoltarea clusterelor, infrastructura clusterelor, training, educație, inclusiv la nivel managerial, dezvoltarea de rețele interne de sprijin);

- de ordin promoțional extern, de susținere a internaționalizării, prin sistemul național de instrumente de susținere a investițiilor și a exportului.

România are nevoie de un cadru coerent și stabil care să poată aduce îmbunătățiri substanțiale ale zonei de inovare pentru ameliorarea situației îngrijorătoare referitoare la aspecte esențiale ale acestei zone, precum: capacitatea de inovare, calitatea instituțiilor ce realizează cercetare științifică, alocări financiare pentru cercetare-dezvoltare la nivel de companie; gradul de colaborare industrie-universități în cercetare-dezvoltare; achiziții guvernamentale de produse avansate tehnologic; existența în țară și disponibilitatea oamenilor de știință și a specialiștilor (de exemplu, în inginerie); utilizarea brevetelor de inovare în toate sectoarele economiei și în special în cele prioritare la export, deoarece este absolut necesară și urgent implementabilă evidențierea drepturilor de proprietate industrială în cadrul oricărui lanț valoric în care există și activități de cercetare-dezvoltare, furnizori de servicii de design sau furnizori externi.

6.6. Capacitatea de a crea și utiliza eficient instrumente și servicii adecvate, accesibile și integrate pentru comunitatea de exportatori

În perioada 2005-2009 s-au făcut pași importanți pentru formarea unei veritabile rețele de furnizare de servicii (RFS) pentru exportatori, inițiativă care răspundea unui obiectiv strategic important de creștere a capacității serviciilor suport să ajute firmele în performanțele lor la export. Pe de altă parte, elaborarea și redactarea portalului românesc de comerț exterior, un alt obiectiv al SNE a fost realizat, acest portal fiind în prezent operațional, din anul 2009. Pe lângă rolul lor de susținere prin servicii, precum oportunitățile de afaceri sau informații de comerț, portalul și-a propus să funcționeze ca interfață unică - care oferă informații despre rețea și serviciile sale. Acest lucru a reușit numai parțial, întrucât s-au menținut paralelisme sub aspectul coordonării rețelei. În plus, organizarea unui Forum Național al tuturor componentelor rețelei pentru a ridica nivelul de conștientizare al importanței rețelei naționale în furnizarea serviciilor și importanța coordonării RFS, nu a avut loc iar capacitatea instituționala a

MECMA și CRPCIS de a dezvolta o astfel de inițiativă a scăzut considerabil. Provocările etapei următoare sunt legate de creșterea rolului organizației naționale de promovare a exportului în coordonarea rețelei, precum și:

- extinderea rețelei de consultanță în dezvoltarea afacerilor prin conexiuni internaționale cum ar fi crearea unei echipe de consultanți în România care să fie certificată de ITC, printr-un parteneriat instituțional între CCIR și ITC și certificând diplomele de competență pentru: experții comerciali, consilierii comerciali, asociații comerciale, în următoarele domenii: tehnici de comerț internațional, tehnici și instrumente de finanțare internațională, contractare internațională, negociere internațională, marketing internațional, analiză integrată a diagnosticelor, managementul exporturilor, organizare și tehnică comercială, comerțul electronic, rețele internaționale de furnizare-vânzare, servicii de sprijin specializate pentru promovarea exporturilor;

- dezvoltarea de cunoștințe și aptitudini care să acopere cerințele de competență ce țintesc la îmbunătățirea competitivității (folosirea uneltelor de management al afacerilor, capacitatea de a dezvolta strategii clar axate pe priorități, noțiuni fundamentale de evaluare a performanței exporturilor, colectarea și procesarea de informații de evaluare, pregătirea studiului diagnosticului, tehnici de colectare și analiza feed-back, satisfacția clientului etc.);

- creșterea capacității instituționale și administrative pentru a face față cerințelor pieței unice comunitare, prin:

- sincronizarea,

- coordonarea,

- conlucrarea în rețeaua de livrare a serviciilor de sprijinire a exportului,

- IEM, IMI, alte institute care realizează cercetare fundamentală și aplicativă în domenii de interes pentru susținerea exporturilor românești,

- CRPCIS, CNP, INS,

- OSIM, prin oferirea de informații legate de protecția proprietății industriale.

Capacitatea de a acționa regional

Pentru toate regiunile României, este necesară creșterea capacității de a acționa regional și de a elabora, preferabil în parteneriat public-privat, strategii regionale de competitivitate, cu participarea structurilor asociative ale mediului de afaceri și autorităților locale pentru creșterea competitivității regiunii în comerțul internațional. Următoarele argumente sunt relevante în acest sens:

1. regiunile intră în competiție directă pentru înzestrare cu factori competitivi și promovarea propriei identități economice;

2. România are o strategie națională de export care trebuie să fie mai bine concretizată și adaptată regional;
3. planul de dezvoltare regională nu este suficient focalizat pe problemele și constrângerile exportatorilor;
4. exportul este un motor esențial al dezvoltării regionale în contextul globalizării și integrării, context în care crește inclusiv competiția între regiuni;
5. coordonarea și prioritizarea obiectivelor și resurselor la nivel regional prin efort strategic este o practică avansată la nivel internațional și în U.E. și o precondiție pentru sporirea capacității de absorbție a fondurilor structurale U.E. pe proiecte care să servească firmelor exportatoare.

România are 8 regiuni de dezvoltare economică. Fiecare regiune are structuri asociative formate în ultimii ani la nivel regional, atât în sectorul privat, cât și în cel public. Principala instituție cu putere de decizie este Consiliul de Dezvoltare Regională (CDR), format din președinții Consiliilor Județene (CJ), persoane care ocupă aceste funcții ca urmare a alegerilor la nivel local. Intre regiuni există semnificative disparități economice. Putem distinge următoarele grupuri de regiuni:

1. Regiuni mai sărace:

- Regiunea de dezvoltare nr. 1 - Nord-Est, care cuprinde 8 județe, concentrează 17% din populație (3,7 milioane locuitori). Cu toate că regiunea este printre cele mai sărace din punctul de vedere al dezvoltării.

- Regiunea nr. 4 - Sud-Vest, cu 5 județe, este printre cele mai puțin dezvoltate, cu un PIB/loc. de 3606 Euro. Este mai mică sub aspectul populației, (2,3 milioane locuitori). Are un teren agricol fertil și este principala sursă de energie hidro a țării.

2. Regiuni cu dezvoltare medie:

- Regiunea de dezvoltare nr. 2 - Sud- Est, adunând 6 județe, este de asemenea, la scara națională, o regiune mai puțin dezvoltată, cu un PIB/loc. de 3651 Euro. Are o populație de 2.85 milioane locuitori și este singura regiune cu acces la Marea Neagră. Dispune de elemente de biodiversitate unice, prin cursul inferior al Dunării și Delta Dunării și are industrii dezvoltate precum construcția de nave, transportul fluvial și maritim, siderurgie, prelucrarea țițeiului sa.

- Regiunea de dezvoltare nr. 3 - Sud, cuprinzând 7 județe, este o regiune cu dezvoltare medie și o populație de 3,3 milioane locuitori. Este o regiune care înconjoară regiunea de dezvoltare nr. 8, București-Ilfov, cea mai dezvoltată regiune a României. Prezența acestei regiuni 8 , cu capitala, în interiorul regiunii 3 creează între cele două regiuni legături organice. Regiunea 3 are tradiții în petrochimie, utilaje industriale, construcții de automobile, agricultură și turism.

- Regiunea nr. 6 - Nord-Vest, cuprinde 6 județe și are un nivel de dezvoltare mediu, cu un PIB/loc. de 3975 Euro. Are o populație de 2,8 milioane locuitori și este pe locul 2 după municipiul București sub aspectul densității de IMM/loc. Este o zonă cu resurse umane bine calificate și cu industrii performante precum construcțiile de mașini, componente auto, IT, prelucrare lemn.

- Regiunea nr. 7 - Centru cuprinde 6 județe și are un nivel de dezvoltare mediu cu PIB/loc. 4590 Euro, clasându-se pe locul trei după regiunile 8 și 5. Are concentrația cea mai ridicată de minorități etnice (35% din populație) și un sector industrial diversificat.

3. Regiuni mai dezvoltate

- Regiunea nr. 5 - Vest, cuprinde numai 4 județe dar are cel mai mare PIB/loc. după regiunea 8 (4929 Euro) fiind a doua regiune ca dezvoltare economico-socială după regiunea 8 București. Județele Timișoara și Arad sunt cele mai dezvoltate în regiune, având o industrie dezvoltată.

- Regiunea nr. 8 - București – Ilfov, este formată numai din capitală și cordonul format de zona Ilfov. Este cea mai dezvoltată regiune a țării cu un PIB/loc. de 8875 Euro și cu cea mai mare piață de consum, dat fiind veniturile relativ ridicate ale populației comparativ ce celelalte zone. Are o populație de 2,2 milioane locuitori, are nivelul cel mai ridicat de diversificare a activităților economice.

Sub aspectul capacităților manageriale există diferențe între regiuni. Intensitatea antreprenorială este cea mai ridicată în regiunile 8 și 5 iar regiunile 8, 5 și 6 au cea mai mare densitate de firme pe teritoriu. Aceste disparități sunt evidente și sub aspectul dezvoltării exportului. Cele mai dezvoltate regiuni sunt și cele mai contactate la export și la comerț internațional.

Privind disparitățile economice putem concluziona următoarele:

- România se situează sub nivelul mediu comunitar privind aspectul dezvoltării regionale, iar decalajul de competitivitate la nivel național se regăsește și la nivel regional, ceea ce va face România eligibilă pentru fonduri structurale pe o lungă perioadă de timp;

- gradul de internaționalizare a firmelor românești, din perspectiva regională, este modest;

- există disparități semnificative între regiuni sub aspectul performanțelor economice și la export dar și inegalități între diversele regiuni și județele unei regiuni.

Având în vedere cele de mai sus, principala provocare strategică pentru România este să înceapă sau să continue elaborarea de strategii regionale de competitivitate și export. Elaborarea strategiilor regionale este o etapă ce poate interveni :

- în paralel cu procesul de elaborare a SNE și a strategiilor sectoriale;

- independent de acest proces, dacă nu există un SNE și o anumită regiune dorește să se afirme printr-un astfel de proces;

- ulterior, în procesul de ajustare a SNE.

În România în anul 2004 s-a optat pentru a treia variantă din următoarele motive:

- procesul SNE s-a declanșat într-o perioadă în care structurile asociative regionale nu au simțit nevoia unei abordări regionale;

- era mai întâi nevoie de o abordare regională și o consolidare a Consiliului de Export la nivel național pentru ca apoi acesta să poată interacționa la nivel local, județean sau regional.

Una din reușitele implementării SNE a fost tocmai consolidarea rolului CE și crearea rețelei de sprijin a strategiei la nivel național. Ulterior, a crescut rolul autorităților locale de a fi parte la acest proces, Consiliul de Export încurajând în cursul anilor 2006 și 2007 crearea de consilii de export la nivel județean, consilii de export constituite după modelul celui național, dar ca structuri informale ale PPP la nivel local. Aceste consilii, create deja în 20 de județe pe lângă camerele de comerț județene, urmare repetatelor vizite și dezbateri în teritoriu ale coordonatorului SNE au propagat strategia și au raliat și conectat mai mult comunitățile de export locale la viziunea strategică, obiective și planul de măsuri. Mai mult, la prima evaluare a SNE și revizie a planului de măsuri, o serie de inițiative locale au fost incluse în document.

În aceste condiții, necesitatea unei abordări la nivel regional a fost tot mai conștientizată. Primele două regiuni care au cuplat la această idee au fost regiunea 3 Sud și regiunea 5 Vest în special prin :

- Asociația Camerelor de Comerț și Industrie (ACCI) din județele regiunii de dezvoltare Vest;
- Asociația Camerelor de Comerț și Industrie din Regiunea Muntenia;
- Agențiile de dezvoltare regională din cele două regiuni;
- Direcția Generală Promovare Export din cadrul administrației centrale și Consiliul de Export.

Etapele importante ale unui astfel de demers sunt :

- prima întâlnire cu factorii de conducere și oficialitățile pentru prezentarea conceptului și necesității elaborării unei astfel de strategii în parteneriat public-privat aliniată la metodologia de lucru în care s-a elaborat și Strategia Națională de Export;
- prima întâlnire la nivel de experți din mediul asociativ privat și public, familiarizarea cu metodologia de lucru și formarea grupei care va începe elaborarea documentului;
- constituirea echipei nucleu și fixarea unei foi de parcurs și termenul final la

care se vor elabora strategiile;

- etapa realizării cadrului analitic al strategiei;
- etapa focalizării strategice;
- constituirea unei structuri instituționale capabile să gestioneze procesul sub forma unui parteneriat public-privat.

Practica internațională evidențiază faptul că intervenția autorităților regionale în promovarea economiei și susținerea competitivității regionale este necesară și eficientă numai dacă se face în strânsă cooperare cu mediile de afaceri, cu sectorul privat și asociațiile acestuia. Efortul comun public-privat sub forma unor parteneriate locale este evidențiat ca extrem de important în promovarea și crearea avantajelor competitive ale unor ramuri în context regional. Intervenția publică arbitrară, în desconsiderarea legilor pieței este ineficientă și conduce la risipă de fonduri îndreptate spre obiective promoționale greșite. Datele arată că a crescut densitatea firmelor și au apărut grupări economice regionale în special acolo unde a existat un mecanism eficient de conectare a piețelor și firmelor cu factorii de decizie, politicieni și cu mediile universitare și de cercetare într-un document strategic coerent, care include:

- redactarea documentului ;
- andosarea lui;
- alinierea și includerea lui la documentul SNE.

Regiunile sus menționate au trecut la elaborarea unor strategii regionale de export care au fost finalizate în perioada 2007-2009 și actualizate în perioada redactării documentului SNE 2012-2016. Analizând succint ceea ce s-a întreprins până în prezent rezultă următoarele:

- dezvoltarea de strategii regionale de export integrate în corpusul unui SNE național a trecut de la faza de intenții la un proces inițiat, asumat dar neîncheiat încă.

- principala provocare la nivel regional este legată de incapacitatea creării unui organism în parteneriat public – privat, sub forma unui consiliu de export, care să asigure managementul strategiei.

Managementul Strategiei Naționale de Export, dezvoltarea sustenabilă a exportului și sfera politicului

După cum reiese din cele prezentate, capacitatea de a dezvolta sustenabil exporturile depinde de consolidarea cadrului managerial de intervenție pe baza unor procese strategice cu caracter ciclic, care să permită folosirea corectă a instrumentelor de susținere și evitarea unei abordări de gen "laissez faire", care se dovedește a fi ineficientă.

Dezvoltarea sustenabilă a exportului presupune, deci, existența unor

documente strategice elaborate de grupe de experți în parteneriat public-privat care vizează angajarea de resurse multianuale. Fără andosarea politică a documentului elaborat de echipele de lucru, scopurile strategice pot fi cu greu atinse.

Încă din fazele timpurii ale construcției instituționale, necesare pentru managementul strategiei și elaborarea documentului, sfera politicului are un rol esențial în susținerea unui astfel de demers. De aceea, este nevoie de un proces de convingere a politicienilor asupra beneficiilor unui parteneriat public-privat, care să țintească managementul unor astfel de strategii. În opinia noastră, andosarea construcției instituționale a parteneriatului public-privat (în cazul României sub forma Consiliului de Export) a fost decisivă, din următoarele motive:

- instituția trebuia legiferată, acest lucru nefiind posibil decât prin promovarea prin parlament a proiectului de lege;

- odată creată și funcțională, instituția împiedică, prin forța parteneriatului public-privat, orice revenire la forme anterioare discreționare și necoordonate de dezvoltare a exportului și poate bloca intențiile de a modifica sau schimba discreționar și prea des strategia din rațiuni de imagine în funcție de ciclurile electorale sau ale vieții politice;

- odată creată, instituția, care asigură managementul strategiei, poate garanta că documentul elaborat nu rămâne la nivelul de document de „sertar" și susține monitorizarea implementării, măsurarea impactului, ajustarea și reluarea ciclului strategic.

De asemenea, după construcția instituțională, sfera politică poate acționa benefic astfel:

- în fazele de pregătire a documentului prin încurajarea echipelor de lucru dar și prin asumarea unei responsabilități în ceea ce ține de sfera politică, în special a partidelor din arcul guvernamental dar și din opoziție, în angajarea de resurse bugetare sau în asumarea unor inițiative legislative;

- în faza finală prin dezbateri finale asupra strategiei și de andosare a documentului prin act legislativ (în cazul României prin HG).

De menționat că în cazul României atât SNE cât și Consiliul de Export au trecut proba recunoașterii în condițiile ciclului electoral, atât procesul strategic cât și instituția Consiliului de Export fiind activități demarate în 2003-2004, preluate și finalizate în guvernarea 2005-2008, ceea ce demonstrează viabilitatea acestor demersuri. Totuși, începând cu anul 2009, după reluarea procesului

strategic, instabilitatea politică din România și scăderea capacității instituționale și recunoașterii instituționale la nivelul Consiliului de Export, au afectat negativ procesul de andosare politică a noii strategii.

Lipsa resurselor, inclusiv a celor umane, insuficienta lor pregătire la nivelul instituțiilor publice cu competențe în domeniul dezvoltării exporturilor, în special MECMA și CRPCIS, lipsa unui cadru coerent de dezvoltare a capacității instituționale, situează România departe de bunele practici și a devenit, în special începând cu 2009, un factor critic care trebuie remediat.

Bibliografie

Kaplan RS si Norton DP, *The Balanced Score Card*, Harvard Business School Press, Boston 1994;

Kaplan RS si Norton DP, *Strategy maps*, Harvard Business School Press, Boston 2004;

David Korten, *Lumea post-corporatistă, Viața de după capitalism*, Antet XX Press, Filipestii de Târg, Prahova, 2003;

Costin Lianu,"Pledoarie pentru crearea unui Consiliu de Export și a unei legislații de promovare a exporturilor", *Economistu*l, 29 ianuarie 2003;

Costin Lianu, "Rolul investițiilor străine directe în obținerea avantajului competitiv", în lucrarea colectivă *Convergențe economice în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, decembrie 2002, pag. 515-521;

Costin Lianu "Aglomerările teritoriale de firme specializate și înalt competitive: Învățăminte pentru România", *Economistul;*

Costin Lianu "Cluster-ul sau ciorchinele de firme, o șansă pentru România", *Adevarul Economic* nr. 13 din 2-8 aprilie 2003;

Costin Lianu "Establishing an Export Council in Romania: Constraints and solutions" Comunicare publicată ITC Geneva, 26-26 ianuarie 2005 (7 pagini) și prezentată la Forumul Executiv Montreux Elveția în octombrie 2004;

Costin Lianu « Mit vereinten Kraeften - Strategie fuer eine bessere Exportwirtschaft » Ost-West Contact », aprile 2006, Muenster, Germania;

Costin Lianu "Strategia dezvoltării exportului, un proces amplu de stimulare a schimbării modului de a face comerț internațional", *Economistul*, București, 17.04.2007;

European Commission, *Innovation Union Scoreboard 2011*, Brussels, 2012.

Lipsey și Christal "Positive economics", Londra, ediția 1998;

Mancur Olsen, *Creșterea și declinul națiunilor*, Editura Humanitas, București 1999;

Michael Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press New York 1990;

J.Stiglitz, *Globalizarea, speranțe și deziluzii*, Editura economică, București 2003;

Ignacio Ramonet, *Geopolitica Haosului*, Editura Doina, București, 1998, pp. 117-122;

Statistics of EU regions 2006;

Susan Strange, *Retragerea statului*, Editura Trei, București, 2002;

Hans – Peter Martin, Harald Schumann, *Capcana globalizării*, Editura Economică, București, pp. 77-199;

Linda Weiss, *Mitul statului fără putere*, Editura Trei, București, 2003;

x x x « Efectele aderării la Uniunea Europeană », lucrare colectiva OECD, Editura Economică, București, 2000;

x x x « Liberalizarea schimburilor economice externe », Avantaje și riscuri pentru România, lucrare colectivă, coordonator Nita Dobrota, Editura Economică, București, 2003;

x x x "Annual Competitiveness Report", editura Forfas, Irlanda 2003, p. 2, vezi homepage www.forfas.ie.

x x x Hotărârea de Guvern nr. 1828 din 22.12.2005 publicată în București în M.O. nr. 65/24 ianuarie 2006 privind Strategia Națională de Export 2005-2009;

x x x Hotarârea Nr. 486/ 1.04.2004 privind înființarea Consiliului de Export;

Lianu Costin, *Managementul strategiilor de export la nivel national, sectorial si regional*, Editura economica, Bucuresti, 2008, 159 pagini;

Lianu Costin, *Strategii de branding*, Editura Economica, Bucuresti, 2010, 176 pag;

x x x Cartea Albă a IMM-urilor din România White Book Ediția a 4-a 2010, București, iulie 2006;

x x x Measuring the Impact of National Export Strategy, ITC Geneva, Montreux, Septembrie 2004, acesibilă electronic www.intracen.org.

x x x "Avantajele competitive ale industriilor procesatoare din România" ASPES, București, Martie 2007, cap. 5.

x x x Export Strategy Design, Guidelines for Strategy Makers, ITC Geneva, www.intracen.org.

THE EXPORT PERFORMANCE OF COUNTRIES WITHIN GLOBAL VALUE CHAINS (GVCs)

OECD Science, Technology and Industry Working Paper 2012/2, By Andrea Beltramello, Koen De Backer and Laurent Moussiegt (OECD)

CAPITOLUL VII. CĂI DE DEZVOLTARE SUSTENABILĂ A EXPORTULUI. ROLUL STRATEGIEI NAȚIONALE DE EXPORT

Între competitivitatea unei țări și performanțele sale la export există o strânsă legătură. Măsura competitivității naționale este dată de abilitatea de a vinde în condițiile cele mai avantajoase pe pieţele externe sau, altfel spus, de a avea avantaje competitive cât mai durabile și cote de piață cât mai consistente pe piețe, generând prin acestea venituri și bunăstare pentru colectivitate.

Cadrul analitic al Strategiei Naționale de Export indică faptul ca România are atuuri importante de competitivitate, în special sub aspectul resurselor umane și de ordin natural, geografic, dar care sunt insuficient valorificate, iar în ceea ce privește stabilitatea și competitivitatea mediului de afaceri, infrastructura fizică și de afaceri, eficiența instituțională și de afaceri sau spiritul antreprenorial, există încă rămâneri în urmă. Exportul românesc este încă dominat de subcontractare și de produse puțin inovative care își bazează avantajul comparativ preponderent pe forța de muncă mai ieftină, deși au avut loc modificări pozitive în structura exportului, în sensul creșterii ponderii produselor cu grad ridicat de manufacturare și cu intensitate tehnologică medie.

Se poate constata că punctele slabe ale exportului, din analiza SWOT, sunt localizate în capacitatea redusă de ofertare la export conform cerințelor pieței, ceea ce conduce la o rigiditate structurală a ofertei de export cu valoare adăugată mare și o captivitate a sa față de lanțurile productive dominante din țările din prima linie a ierarhiei exportatorilor (țările mari exportatoare), care au tendința să externalizeze în România numai funcția de producție în detrimentul funcției de marketing. Firmele românești nu valorifică suficient activele intangibile și nu construiesc branduri puternice și au abilități manageriale reduse, legate de strategiile de acces pe piețe, pentru a fi cât mai aproape de consumatorul final. România dispune de un număr redus de manageri performanți la export, iar abilitățile manageriale sunt relativ scăzute în ceea ce privește strategiile de export.

Capacitatea redusă de asociere a producătorilor în clustere sau de creare de lanțuri valorice locale, poli de competitivitate sau rețele de export, îi opresc pe aceștia să creeze și să dezvolte avantaje competitive durabile.

În plus, incapacitatea instituțiilor pieței sau a sectorului public de a oferi servicii suport integrate pentru exportatori privează mediul de afaceri de șansa de a depăși mai repede constrângerile actuale.

Concluzia generală a analizei SWOT, dar și a celei privind lanțul valoric național, este că România are cele mai importante avantaje, dar și dezavantaje, în domeniul pregătirii și educării sau recalificării resurselor umane. Resursa umană e factorul critic de succes primordial pentru opțiunea strategică de viitor. Este nevoie de schimbarea radicală a modului în care România se înscrie în ierarhia exportatorilor mondiali.

Viziune

Pornind de la performanțele actuale ale exportului, precum și de la provocările existente la nivel internațional, considerăm că declarația de viziune pentru România trebuie să se refere la **un export competitiv, diversificat și sustenabil, bazat pe valoare adăugată ridicată și înaltă specializare în comerțul internațional.**

Obiective ale SNE 2012-2016

Pornind de la această viziune, obiectivul general cel mai important este asigurarea unei creșteri durabile a economiei naționale, prin competitivitate internațională bazată pe calitate, inovație și dezvoltare sustenabilă a exportului. Creșterea capacității firmelor de a crea, adăuga, capta și reține valoare în lanțul valoric național este condiția esențială a succesului. Numai astfel va depăși România faza de susținere a unei oferte rigide și cu valoare adăugată scăzută și să inițieze măsuri curajoase de dezvoltare a exportului și, prin aceasta, de echilibrare a balanței comerciale.

Pornind de la viziune și obiectivul general, în care accentul se pune pe dezvoltarea exportului, SNE 2012-2016 vizează, ca obiective strategice la orizontul anului 2020, următoarele:

- creșterea contribuției exporturilor în PIB la 50%;
- un portofoliu de export mai bine diversificat atât ca produse cât și ca parteneri comerciali;
- un echilibru dinamic mai favorabil al balanței comerciale precum și a balanței serviciilor;
- creșterea valorii adăugate a produselor la export.

Obiectivele strategice generale nu pot fi realizate fără următoarele inițiative strategice specifice:

- management integrat și creșterea capacității instituționale de susținere a dezvoltării exportului la nivel național și regional, restructurarea și adaptarea sistemului național de susținere și promovare a exportului la noile realități;
- managementul eficient al Strategiei Naționale de Export și crearea de noi instrumente de susținere (pașaport de export, fond de risc, centre de promovare regionale, rețea internă și externă de incubatoare de export);
- modernizarea rețelei de sprijin externi și a celei interne;
- creșterea volumului de resurse pentru instrumentele de sprijin atât la nivel de sector public cât și privat, concomitent cu dezvoltarea unui sistem modern de management externalizat pe fiecare program de susținere care să permită instrumente de analiză strategică și de evaluare a impactului real al programelor asupra activității de export;

- promovarea prin programe speciale de susținere a identității competitive și de branding la nivel de sectoare, clustere , regiuni și zone geografice;

- antrenarea regiunilor de dezvoltare în managementul integrat al programelor și instrumentelor de susținere;

- susținere cu precădere a exportului inovativ și a clusterelor inovative de export;

- creșterea competențelor la nivelul firmelor exportatoare și al expertizei la nivelul serviciilor suport.

Obiectivele generale de mai sus se pot materializa din patru mari perspective strategice, (regională, sectorială, client-exportator și instituțională) din care decurg o serie de inițiative strategice de dezvoltare a exportului specifice fiecărei perspective. Perspectivele strategice sunt practic unghiuri sau dimensiuni prin care strategia devine relevantă și eficientă.

Perspectiva dezvoltării regionale

Din această perspectivă, obiectivele SNE sunt îndreptate spre dezvoltarea sustenabilă a exportului la nivel regional, astfel :

- dezvoltarea și susținerea clusterelor de export inovative, cu accent în dezvoltarea serviciilor de care au nevoie clusterele de acest tip;

- atragerea investitorilor străini cu orientare spre export, cu accent pe activitățile de marketing teritorial pe care această activitate le presupune;

- creșterea competitivității regiunilor de dezvoltare și susținerea acestora în dezvoltarea unor strategii de competitivitate aliniate la cea națională și a unor structuri regionale în parteneriat public-privat, sub forma unor consilii regionale de export.

Perspectiva sectorială exportatoare

România are o abordare sectorială a competitivității la export, pornind de la premise că de la un sector la altul, pot fi provocări și soluții de intervenție diferite. Obiectivele strategice vizează concentrarea pe un număr limitat de sectoare menționate în **Caseta 7.1**. Criteriile de selecție sunt, de asemenea, menționate în cele ce urmează.

Caseta 7.1: Criterii de selecție a sectoarelor prioritare pentru export

	Sectoare	**Criterii de selecție**
1	Mijloace de transport și componente, construcții de mașini echipamente și tehnologii cu focalizare pe energii regenerabile și protecția mediului	Evoluția cererii și concurența dintre producători pentru reducerea costurilor; Dotare cu forță de muncă calificată, cu experiență, și cu un sistem educațional tehnic bun; Interesul investitorilor strategici; Existența industriilor suport.
2	Tehnologia informației și telecomunicațiilor	Tendințele pieței și dezvoltarea outsourcing-ului; Grad relativ ridicat de dotare cu forță de muncă bine calificată; Abilități de limbi străine; Forța de muncă creativă și inovativă.
3	Produse electronice și electrotehnice	Forța de muncă calificată, industrii suport de localizări de ISD și noi specializări la nivel comunitar.
4	Produse agro-alimentare cu focalizare pe agricultura bio și organică	Evoluția cererii; Dotarea cu: calitatea solului, condiții climatice bune, biodiversitate; Existența unor concentrări teritoriale de producători.
5	Mobilă cu focalizare pe design original	Cerere pe piață; Tradiție și capacitate de producție și livrare; Buna dotare cu resurse naturale și forța de muncă, inclusiv designeri.
6	Confecții, încălțăminte bazată pe design original	Dotare cu forță de muncă, inclusiv designeri creativi; Evoluția cererii.
7	Servicii profesionale și industrii creative design, audio-vizual, publicitate, reclama, C&D, jocuri și divertisment	Tendințele pieței și creșterea importanței fluxurilor Vest-Est; Dotarea cu factori precum creativitatea resurselor umane și existența unei școli naționale de design; Reușitele cineaștilor români.
8	Mase plastice și produse farmaceutice	Tendințele pieții și dotarea cu factori precum forța de muncă calificată și industrii suport.
9	Cooperație, meșteșuguri cu focalizare design și turism rural, inclusiv ca vector promoțional	Valori culturale și tradiționale unice; Crește grupul de consumatori interesați; Creativitatea forței de muncă în domeniul artizanal; Existența unor preocupări de design pornind de la tradițiile artizanale și de meșteșuguri; Existența centrelor teritoriale de artizanat.

	Sectoare	Criterii de selecție
10	Servicii logistice și activități re-export prin import, procesare, asamblare și distribuție externă, design și audio-vizual	Creșterea importanței coridoarelor logistice Est-Vest Strategia macro-regiunii Dunării.

Conform casetei, dezvoltarea exportului se va axa pe:

- domeniile cu tradiție de export (îmbrăcăminte, încălțăminte, mobilier, vinuri și alte produse alimentare, arte și meserii) ;
- domeniile cu tradiție și transfer tehnologic sau delocalizări favorabile ale ISD precum construcții de mașini, mijloace de transport și componente, electronică, electrotehnică, tehnică militară; In acest domeniu, un subsector dinamic cu mare potențial de export va fi acela al tehnologiilor, echipamentelor și proceselor integrate, care vizează energiile regenerabile. In această grupă includem și subsectoare dinamice, precum cel al construcțiilor de nave, al produselor și componentelor în domeniul aero-spațial;
- tehnologia informației și comunicațiilor, ca vector central al noii economii care contribuie decisiv și la lanțurile productive naționale din toate domeniile de export, dar care exportă și o mare parte din producție ;
- Servicii și produse ale industriilor creative sau care au ca driver creativitatea individuală a românilor ;
- Logistica și re-export.

Activitățile de promovare și susținere a exportului vor viza în special :

- dezvoltarea lanțurilor valorice sectoriale și cooperarea la nivel regional pentru crearea de sinergii între lanțurile valorice sectoriale;
- facilitare, logistică și transformarea României în cel mai mare coridor logistic Est-Vest al UE;
- dezvoltarea capacității de ofertare și depășirea rigidității ofertei de export.

1. Perspectiva clienților-exportatori

Din această perspectivă, centrată pe categorii de exportatori și aspectul capacității de a face export, se vor avea în vedere:

- pachete de servicii de susținere pe segmente de exportatori;
- dezvoltarea infrastructurii calității;
- finanțarea exportului la cele mai bune standarde;
- informații de comerț cât mai accesibile și de calitate cât mai bună;

- dezvoltarea cercetării, inovării și a transferului tehnologic;
- dezvoltare de abilități și competențe.

2. Perspectiva instituțională

Din această perspectivă centrată pe capacitatea instituțională se vor avea în vedere :

- dezvoltarea rețelei de sprijin a strategiei;
- dezvoltarea rețelei de livrare de servicii către exportatori.

După ce am scos în evidență câteva obiective generale ale SNE, vom reda mai jos câteva inițiative notabile avute în vedere pentru orizontul anului 2016, pe fiecare dintre perspectivele evidențiate.

Perspectiva dezvoltării

Din această perspectivă sunt importante priorități precum:

- susținerea la export a producătorilor care sunt asociați și exportă folosind indicațiile geografice și denumirile de origine și crearea de branduri regionale de export;
- managementul strategiilor de branding la nivel regional;
- dezvoltarea de centre promoționale și expoziționale interne cu grad înalt de internaționalizare și specializare la nivelul regiunilor de dezvoltare, capabile să promoveze oferta de export românească la nivelul de impact al expozițiilor internaționale;
- dezvoltarea structurilor regionale în parteneriat public-privat capabile să asigure managementul strategiilor regionale de export (Consilii de export regionale) a unor centre de promovare la nivel regional;
- dezvoltarea potențialului de export al regiunilor și a capacității acestora de ofertare pe piețele externe;
- stimularea și facilitarea creării de clustere active, inovative, orientate spre export, la nivelul celor mai bune practici internaționale în sectoarele strategice ale SNE precum industria construcțiilor de mașini, textile, IT, mobilier, produse alimentare, turism, agricultură ecologică și altele;
- stimularea creării de structuri manageriale capabile să asigure capacitatea de a lucra în rețea, cooperare, furnizarea colectivă de servicii de calitate;
- stimularea implementării de strategii de branding al clusterelor constituite;
- stimularea autorităților locale de a învăța și de a folosi modele de marketing teritorial și de bune practici și tehnici de introducere pe piață atunci când acestea își promovează oferta economică regională atât mediului de afaceri intern, cât și străin, precum și potențialilor investitori;

- crearea unor centre teritoriale de informare și susținere pentru investitori, care să dispună de resurse specializate în ceea ce privește oportunitățile și atractivitățile mediului de afaceri local.

Perspectiva competitivității sectoriale

Această perspectivă reprezintă un factor cheie al noii strategii de export cu priorități precum:

- Dezvoltarea exporturilor bazate pe design , inovație și active intangibile;
- Promovarea activă a brandurilor sectoriale pentru sectoarele exportatoare;
- Prezența echilibrată a tuturor sectoarelor exportatoare în forme de susținere cu finanțare de la buget;
- Dezvoltarea culturii de afaceri din România în managementul calității și infrastructurii calității specifice sectorului;
- Dezvoltarea și alinierea exportatorilor la standarde de certificare avansate cerute de piețele externe.

Strategia are în vedere dezvoltarea următoarelor categorii de servicii pentru exportatori :

- servicii de dezvoltare a capacității, în general legate de modernizarea ofertei de export curente (calitate, design, brand), îmbunătățind avantajele competitive actuale ale exportatorilor;
- servicii de diversificare a capacității, pentru a ajuta exportatorii români să-și dezvolte noi produse inovative și, prin acestea, să ocupe noi segmente de piață.

Trebuie menționat că, din perspectiva competitivității sectoriale, este de datoria firmelor și a structurilor lor asociative promoționale să identifice cele mai bune opțiuni strategice pe baza analizelor lanțului valoric, conform casetei următoare.

Caseta 7.2: Stabilirea opțiunilor strategice legate de lanțul valoric LV

După efectuarea analizei amănunțite a lanțului valoric şi identificarea factorilor critici de succes, pornind de la aceştia şi de la legăturile din lanț unde ei acționează, se vor putea stabili opțiuni strategice, priorități şi inițiative strategice. Există mai multe feluri de opțiuni strategice care pot fi luate, astfel:

1. Opțiunea creşterii valorii prin mai bună coordonare, comunicare şi cooperare

În cadrul unei astfel de opțiuni se formulează soluțiile care să permită înlăturarea disfuncționalităților în lanțul național existent, îmbunătățirea legăturilor cu lanțul național productiv sau crearea de sinergii cu alte lanțuri valorice. De exemplu, în cazul României, se pot lua următoarele decizii sectoriale în ceea ce privește produsele textile:

- susținerea unor centre de transfer tehnologic care să permită documentare și informare privind echipamente și tehnologii;
- crearea unor centre de coordonare în domeniul logisticii de aprovizionare cu materii prime (sourcing);
- coordonarea mai multor exportatori în domeniul logisticii de transport.

2. Opțiunea reținerii unei valori mai mari pe lanțul valoric național

În cadrul unei astfel de opțiuni sunt formulate inițiative care să permită procurarea de materii prime din surse indigene, naționale, delocalizări de producție în țară sau angajarea în țară de personal specializat, inclusiv ca urmare a unor investiții străine în sector. Astfel de inițiative pot fi:

- atragerea de investitori în sector pentru a dezvolta capacități de producție pentru echipamente sau materii prime;
- crearea de alianțe de producători care să investească în amonte, pe lanțul valoric;
- dezvoltarea calificărilor pentru specializările cerute de investitori precum utilizarea tehnologiei IT , design;
- atragerea designerilor în procesele pe lanțul valoric autohton.

3. Opțiunea întăririi și extinderii lanțului valoric național al produsului ;

În cadrul acestei opțiuni vor fi promovate intervenții de modernizare tehnologică și branding la nivel de firmă, de certificare a calității care să permită dezvoltarea de produse noi. Astfel de intervenții pot fi:

- informare și seminarizare la nivel de sector privind standardele de calitate și modurile de certificare existente;
- atragerea designerilor sau investiții în cercetare;

4. Opțiunea creării de noi valori și noi lanțuri valorice în sector;

În cadrul unei astfel de opțiuni se formulează soluțiile care să permită extinderea producției și crearea de noi lanțuri de producție. Spre exemplu, în cazul românesc, pentru produse textile se pot lua următoarele decizii la nivel de sector:

- susținerea extinderii capacității de producție a unor produse cerute de piață;
- crearea unei linii de producție de export produse non-tradiționale (îmbrăcăminte profesională, textile pentru industria auto ș.a.)

5. Opțiunea redistribuirii valorii și maximizării contribuției sectorului la dezvoltare

În cadrul unei astfel de opțiuni sunt formulate inițiative care să permită aspecte de redistribuire a valorii de la oraș la sat, în zone defavorizate sau cu un șomaj crescut. Astfel de inițiative pot fi:

- alianță pentru creșterea veniturilor forței de muncă , sau
- dezvoltarea unei strategii locale de atragere a investițiilor și delocalizare de producție, sau
- stimularea activităților productive la nivel rural.

Dezvoltarea de capacități de re-export și logistice

Dunărea este văzută de către toți experții ca un coridor comercial potențial de mare importanță, pentru a oferi în Europa o soluție ecologică și eficientă de transport. Axa prioritară de transport care străbate Europa de la nord la sud și leagă Marea Nordului de Marea Neagră, pe cale fluvială, de la Rotterdam la Constanța, este fundamentală pentru România, în contextul actual al diminuării resurselor energetice și al efortului global de reducere a emisiilor de carbon în atmosferă. Pentru România, ea presupune construirea coridorului logistic pe parcursul românesc al Dunării, ca parte a axei prioritare europene de transport Rin - Main - Dunăre **și dezvoltarea portului Constanța ca poartă de acces majoră în Uniunea Europeană prin proiectul „Platforma Porții Estice Europene" (*East European Gateway Platform*)**. Caracterul prioritar și de interes strategic național al acestui proiect nu rezidă însă numai în rațiuni de protecție a mediului. Se modifică spectaculos ponderea țărilor asiatice în producția și comerțul mondial, iar fluxurile economice est-vest se intensifică. Vechiul model al dominanței nord-vestului european în domeniile logistic și re-export se modifică în sensul că, sub presiunea volumului în creștere a schimburilor est – vest și al necesității reducerii costurilor în condiții de presiune concurențială ridicată, operatorii economici caută tot mai mult soluții de distribuție în Estul Europei. Aproximativ 72% din centrele de distribuție și re-export din Europa sunt localizate în nord-vestul Europei, pe o rază de 100 km în jurul porturilor Rotterdam, Anvers și Hamburg, ceea ce aduce beneficii foarte mari pentru locuitorii zonei. Peste 50% din acest total sunt localizate în Olanda, fapt pentru care această țară aproape își dublează cifra de export (45% re-export din total export). Această situație se va modifica însă. *Logistica urmează mereu fluxurile comerciale. Centrele logistice estice vor beneficia de aceste evoluții, dar nu în mod automat. Oportunitățile logistice din România, a căror valorificare este extrem de avantajată geografic,, nu sunt singura variantă. Bulgaria și alte țări din sud-estul european pot valorifica deopotrivă șansele schimbării.*

Crearea unui centru care să permită delocalizarea și asamblarea de produse în România prin folosirea portului Constanța, ca poartă de intrare este esențială

pentru România, este extrem de oportună în contextul geostrategic actual. Un obiectiv major al întregii strategii de export este transformarea României într-o rețea densă de centre de distribuție, asamblare și re-export pentru Europa Centrală și de Est, având în vedere mutațiile recent intervenite în comerțul internațional, în special dezvoltarea fluxurilor comerciale Est-Vest și creșterea în consecință a canalelor de distribuție care vor traversa regiunea bazinului Dunării spre Marea Neagră.

Proiectul *European Gateway* constă dintr-o serie de inițiative care constituie elemente de bază pentru a îmbunătăți prin export si re-export poziția competitivă din România ca important centru de producție, asamblare, comerț și logistică din Europa Centrala si de Est și chiar mai larg de atât, regiunea Mării Negre. Realizarea proiectului, care înseamnă valorificare rapidă a *șansei istorice* de dezvoltare are 4 direcții:

- Comerț și logistică;
- Infrastructura Hard;
- Logistică eficientă;
- Educație și formare.

Inițiativele cheie în anii viitori sunt următoarele:

- **Măsuri fiscale**

Obiectivul de a stabili România ca o locație extrem de atractivă pentru activitățile de asamblare și personalizare a produsului, servind Europa Centrală și de Est (ECE) și piețele Mării Negre necesită punerea în aplicare a unui număr de măsuri, în fruntea cărora se află amânarea la plată a TVA-ului pentru companiile AEO (Operatori Economici Autorizați). Lipsa sistemului de amânare la plată a TVA, așa cum este folosit în multe alte țări europene, conduce la costuri suplimentare semnificative pentru companii și nu încurajează investitorii să vină în România.

- **Strategia inter-modală a României**

O strategie inter-modală este o importantă piatră de temelie pentru dezvoltarea unui sistem logistic complet, eficient și eficace în România și, ca atare, este un ingredient important în proiectul de ansamblu *European Gateway*. A fost elaborată o strategie cu un obiectiv global pentru anul 2020 prin care s-a realizat că sistemul de transport românesc inter-modal (cu și fără trafic) este reprezentat in proporție de 40% de circulația mărfurilor în cauză. Sunt elaborate criterii de proiectare pentru terminalele intermodale și un plan de acțiune practic ca instrumente pentru partenerii publici și privați pentru a asigura o cât mai rapidă și eficientă dezvoltare a transportului inter-modal în și prin România.

- **Dezvoltarea Portului Constanța**

Portul Constanța trebuie să-și dezvolte eficacitatea și eficiența, în scopul de

a menține și dezvolta poziția sa competitivă. Toate activitățile portuare sunt prognozate să crească, iar cea mai mare creștere se așteaptă în sectorul container, în special cu punerea în aplicare a proiectului *European Gateway*. Proiectul a elaborat cele mai adecvate și eficiente modernizări a instalațiilor de containere în port. Modernizarea totală a zonei portuare de sud presupune dezvoltarea unui parc logistic, pentru care cererea este stringentă. Un astfel de parc logistic a fost elaborat ca parte a întregului proiect, ceea ce duce la o dezvoltare eficientă integrată axată pe transportul containerizat.

- **Centrele inter-modale de pe Dunăre**

Proiectul analizează potențialul de terminale inter-modale de-a lungul secțiunii române a Dunării, ca locație preferată și cum și când să se dezvolte acestea. Un succes inter-modal de dezvoltare a transportului de-a lungul Dunării necesită punerea în aplicare a noilor terminale intermodale. Prezența lor este o condiție prealabilă pentru dezvoltarea transportului intermodal. Critică pentru acest lucru este dezvoltarea cât mai rapidă a unui nou terminal în zona de sud a Bucureștiului și a unui terminal în partea de sud-vest a României.

Promovarea exportului și Branding-ul

Promovarea exporturilor este un obiectiv central al strategiei. Se vor avea în vedere următoarele:

- lărgirea bazei de companii românești de export care beneficiază de sprijinul statului prin scheme de promovare a exportului, prin introducerea de noi criterii de selecție a companiilor participante la aceste scheme, acordând prioritate pentru noi societăți în măsură să exporte servicii inovatoare, sub marcă proprie;
- creșterea capacității rețelei externe de a veni în sprijinul companiilor exportatoare. În acest sens, strategia susține ca obiectiv important angajarea de către BPCE, de personal local pe piețe țintă importante precum Rusia, China, India, țări europene, conform celor mai bune practici mondiale. Acest personal va putea să asigure furnizarea de informații și oportunități de afaceri dar și de consultanță pentru contracte de afaceri în cadrul unor evenimente promoționale pe piața externă;
- transformarea portalului românesc de comerț exterior în punct nodal de convergență și referință al tuturor planurilor de susținere a firmelor, prin informații și oportunități de piață, evenimente, știri, poartă de acces la consultanță, training sau informare, finanțări și orice formă de susținere pentru internaționalizare și export;
- susținerea **branding-ului exporturilor** ca vector esențial al noului brand de țară printr-o valorificare mai bună a efectului țării de origine în comportamentul consumatorilor, dezvoltarea de branduri compozite sectoriale sau cu caracter regional;

- sprijinirea implantărilor de firme românești în exterior si a internaționalizării acestora prin crearea de centre permanente de susținere și promovare a ofertei de export în exterior.

Accesul pe piețe

Obiectivele principale ale SNE în domeniu sunt:

- Formularea și documentarea punctului de vedere național și a priorităților naționale de acces pe piețe;
- Elaborarea pe baza informațiilor furnizate de mediul privat din România a unor broșuri privind barierele din fiecare stat non-UE cu care acesta se confruntă;
- Implicarea mai activă a patronatelor și a firmelor românești în identificarea barierelor în calea comerțului în statele terțe;
- Implicarea mult mai activă a structurilor asociative din România în grupele de lucru.

Promovarea priorităților naționale la nivelul instituțiilor Uniunii Europene.

- Prezența constantă și activă a României în cadrul Comitetului Consultativ de Acces pe Piețe (MAAC);
- Informarea firmelor cu privire la barierele întâmpinate de celelalte state membre pe piețele non-UE;
- Informarea firmelor cu privire la desfășurarea activităților grupelor de lucru;
- Implicarea mai activă a BPCE în echipele de lucru ale Comisiei din statele terțe;
- Monitorizarea cazurilor sesizate din partea firmelor referitoare la bariere tehnice ce împiedică accesul pe diverse piețe externe;
- Utilizarea fondurilor europene de susținere, în special în cadrul programului *EU Gateway*.

Perspectiva clientului

Această perspectivă vizează în special modalități de susținere la nivel de firmă pentru:

- Creșterea capacității exportatorilor români de a adăuga, reține și capta valoare. Dezvoltarea de servicii și produse inovative, dar și a unei culturi a inovației în ceea ce privește organizarea și managementul în rețea;
- Creșterea abilităților manageriale;
- Validarea dorințelor și așteptărilor exportatorilor prin sondaje la nivelul comunităților de oameni de afaceri;

- Transformarea designului de la nivel de competență individuală într-o mișcare națională pe cunoaștere, parteneriat și alianțe între producători, designeri profesioniști și universități;

- Program de susținere a IMM-urilor exportatoare prin rețeaua EEN (*Enterprise Europe Network*) cu conectarea structurilor asociative și autorităților la nivelul regiunilor de dezvoltare;

- Realizarea de programe și campanii de promovare a brandurilor/ mărcilor românești pentru sectoarele, regiunile de dezvoltare și operatorii economici cu potențial de export;

- Conștientizarea importanței protejării brand-urilor și a drepturilor de proprietate intelectuală pe noi piețe;

- Stimularea participării la târguri specializate în calitate de vizitatori, susținerea în elaborarea unor strategii de export și training în acest sens (programul „passport to export");

- Crearea centrelor regionale de promovare a exportului, pentru internaționalizarea exportatorilor aspiranți și dezvoltarea unui Institut de Export;

- Creșterea capacității de absorbție de fonduri europene spre beneficiul exportului și al exportatorilor.

Dezvoltarea serviciilor de sprijin pentru managementul calității prin:

- dotarea laboratoarelor de control al calității din industrii procesatoare ale produselor agro-alimentare;

- crearea unui sistem național și regional de certificare pentru produse ecologice;

- Realizarea unui program național de aliniere la standardele UE de mediu al producătorilor din toate sectoarele producătoare care se numără între cele prioritare ale SNE.

- implementarea și certificarea sistemelor de management al calității în toate întreprinderile exportatoare sau cu potențial de export, prin cofinanțare public-privat; implementarea standardului ISO/TS 16949 în întreprinderile din industria auto.

- extinderea implementării și certificării altor tipuri de sisteme de management al mediului, HACCP (al securității produselor alimentare), OHSAS (al sănătății și securității ocupaționale), SSO (al securității informației, al responsabilității sociale, etc.) – pe baza cerințelor standardelor internaționale aplicabile.

- dezvoltarea certificărilor voluntare de produse – mai ales în industria vinului și cea a produselor alimentare – pe baza standardelor de produs aplicabile.

- înființarea website-ului QUALITY ROMANIA dedicat exclusiv clienților externi reali și potențiali (deci inițial exclusiv în engleză) sintetizând

date actualizate continuu cu privire la organizațiile și produsele/ serviciile certificate, precum și la toate organismele de certificare și inspecție acționând în România, promovându-se astfel și produsele competitive pentru export.

- înființarea unei rețele de laboratoare de testări și organisme de inspecție și certificare care să realizeze periodic testări comparative de produse (inclusiv românești) distribuite pe piețele românești.

Cercetarea și dezvoltarea, inovarea și transferul tehnologic în favoarea exportatorilor

Așa cum precizam și în capitolul anterior, România are serioase decalaje în ceea ce privește capacitatea inovativă. Inițiativele care vizează numai promovarea exporturilor de produse și servicii inovative nu poate fi decât o parte a acțiunilor concertate în acest sens.

Susținerea prin instrumente de ordin promoțional extern, pe componenta internaționalizării firmelor românești presupune folosirea unor instrumente pre-existente.

Cele 7 instrumente de susținere și promovare a exportului cu finanțare de la bugetul de stat sunt: participarea la târguri și expoziții internaționale, la misiuni economice și acțiuni de promovare a exporturilor în străinătate, realizarea de studii de piață și pe produse, de acțiuni de publicitate și reclamă cu caracter general, realizarea și administrarea Portalului de Comerț Exterior al României, realizarea de acțiuni de promovare a exporturilor de către Birourile de Promovare Comercial-Economică ale MECMA în exterior, realizarea de acțiuni de promovare a exporturilor la târgurile și expozițiile internaționale organizate în România. Pe lângă aceste instrumente dispunem de rețeaua externă de sprijin prin BPCE-uri.

Cum putem susține inovația din prisma instrumentelor pe care le gestionăm? La această întrebare putem să răspundem în felul următor:

A. La nivelul firmelor deja existente

- crearea unei baze de date privind firmele inovative pe baza criteriilor Comisiei Europene;
- prioritate pentru promovare externă a firmelor inovative și a sectoarelor high tech și medium tech la târguri și misiuni și prin posibilitățile rețelei externe;
- promovarea firmelor inovative prin portal la rubrica *oferta de export*;
- catalog sau material promoțional privind firmele inovative;
- susținere la export a clusterelor inovative;
- branding pentru sectoare și clustere cu mare potențial inovativ-creativ și cu intensitate tehnologică ridicată;

- coordonarea rețelei externe de sprijin spre obiectivele susținerii firmelor inovative.

B. La nivelul start-up și firmelor cu potențial

- training, informații și studii de piață, de comerț exterior;
- centre de afaceri pentru export la nivel teritorial, în România și centre promoționale permanente externe unde să fie expuse cu predilecție astfel de firme;
- atragerea și stimularea de investiții, în special domeniul high tech, firme inovative și creative;
- coordonarea rețelelor de sprijin internă și externă pentru promovarea externă a inovării prin noul instrument „ passport to export".

C. La nivelul clusterelor

- Stabilirea potențialului de export al clusterelor existente;
- Susținerea clusterelor inovative prin branding și promovare externă, inclusiv în programul promoțional;
- Dezvoltarea abilităților de a introduce și susține inovarea**.**

Mai există și inițiative de luat în considerare în cadrul proiectelor multianuale și în regândirea instrumentelor de susținere, precum:

- sprijin pentru întreprinderi referitor la achiziția, transferul și adaptarea de tehnologii avansate;
- sprijin pentru crearea și dezvoltarea de firme inovatoare, mai ales în domeniile high-tech - cadrul legislativ adecvat, inclusiv prevederi fiscale și financiare, dezvoltarea de infrastructuri și zone adecvate (incubatoare, parcuri tehnologice);
- stimularea investițiilor publice și private în firmele inovatoare (crearea unui Venture Capital Fund, bazat pe surse publice și private de fonduri);
- încurajarea unei mai mari participări a întreprinderilor la programele finanțate public de cercetare, dezvoltare și inovare (proiecte individuale sau interconectate ale întreprinderilor; proiecte de cercetare colaborativă, bazată pe cooperare tehnologică între companii, instituții de cercetare și dezvoltare și universități);
- sprijin direct pentru întreprinderi pentru dezvoltarea de capacități de cercetare „in-house": angajarea de personal specializat, crearea de departamente de cercetare și dezvoltare, dezvoltarea de laboratoare specializate;
- crearea unui program de specializare eficientă (smart specialization) și a unor programe complementare de training în acest scop și utilizarea inteligentă a fondurilor structurale în această direcție.

Aspectele cu o **importanță deosebită** la nivel național sunt:

- Încurajarea inițiativelor din aria „open innovation";

- Dezvoltarea componentei locale a cercetării, dezvoltării și, mai ales, a inovării legate de industria auto locală;
- Coagularea unui sistem de inovare legat de industria auto, axat pe centrele de competență din universitățile tehnice;
- Susținerea amplasării în România de filiale ale centrelor de cercetare ale constructorilor sau ale componentiștilor internaționali, ca posibile focare de modernizare a CDI locale și ale învățământului tehnic superior;
- Proiecte regionale finanțate din fonduri europene în domeniul inovării;

De asemenea, se vor avea în vedere :

- Includerea în lanțul național valoric a exportului de produse și servicii inovative, care sunt competitive pe termen cât mai lung, cât mai durabile și cu valoarea adăugată cât mai mare posibilă, inclusiv cele bazate pe tehnologii noi sau parte a industriilor creative;
- Realizarea de lanțuri naționale valorice mai eficiente și creșterea competitivității companiilor românești care adoptă soluții IT avansate;
- Dezvoltarea infrastructurii IT și creșterea accesului la Internet pentru o comunicare mai eficientă, ca o componentă esențială a facilitării schimburilor comerciale și reducerii costurilor de tranzacționare;
- Realizarea de imagini (branduri) ale sectoarelor, regiunilor și a firmelor individuale, a identității României la export printr-o mai bună utilizare a structurii sociale pentru aducerea la cunoștință a ofertei de export a României în special în țările BRIC și în alte țări cu potențial ridicat de creștere economică și asigurarea unui acces mai bun pe aceste piețe din afara UE, cu produse și servicii cât mai competitive, cu valoare adăugată ridicată;

Creșterea competenței la nivel național

Strategia țintește și inițiative cu un impact direct și important în cadrul comunității de afaceri, prin:

- Extinderea rețelei de consultanță în dezvoltarea afacerilor.
- Dezvoltarea de cunoștințe și aptitudini care să acopere cerințele de competență ce țintesc la îmbunătățirea competitivității.
- Stimularea și finanțarea creării unor centre de afaceri de export care să permită firmelor să obțină competențele necesare pentru penetrarea piețelor externe cu antrenarea universităților (Programul *Business to School Export Multiplier*).
- Crearea în România a unui Centru de Promovare a Exporturilor, sub forma unui parteneriat patronat de Consiliul de Export, care să asigure programe specializate de training pentru exportatori.

Finanțarea comerțului

Rămân ca obiective următoarele: creșterea resurselor bugetare pentru finanțarea promovării exporturilor și activităților care dezvoltă exporturi; Acces mai ușor la credite pentru export; Dialog structural și o comunicare și cooperare mai bună între bănci, companii de asigurări și exportatori; Capacitate crescută de management al riscului; Întărirea PPP pentru facilitarea accesului la credite și instrumente financiare noi în producția de mobilă pentru export, IT, textile, încălțăminte; Scheme de micro-finanțare rurală; Ofertă de credite bancare specializată în conformitate cu nevoile și posibilitățile micilor producători de vinuri, ferme organice, artizanat, turism rural;

De asemenea, este necesară concentrarea atenției strategiei pe inițiative, precum:

- evitarea de către BNR a unei politici care să conducă la fluctuații mari ale cursului de schimb ce poate afecta exportul si asigurarea unei predictibilității si stabilității evoluției cursului monedei naționale , conform celor mai bune practici la nivel de bănci centrale din lume ;

- continuarea dialogului și a parteneriatului între asociațiile de exportatori și băncile comerciale pentru a găsi cele mai bune soluții de creditare, în special a IMM- urilor exportatoare;

- crearea a unui fond de risc, prin intermediul căruia să se asigure finanțarea dezvoltării și internaționalizării IMM-urilor românești, pe o cale mult mai puțin împovărătoare decât aceea a creditării bancare clasice, capabil să stimuleze cu aport de capital de risc pentru pătrunderea exportatorilor români pe piețe țintă non UE, un instrument din ce în ce mai solicitat de mediile de afaceri. Rolul unui fond de risc este, printre altele, acela de a contribui la dezvoltarea și diversificarea actualului sistem financiar existent în țară, prin încurajarea și consolidarea altor instituții de finanțare, aflate în afara sectorului bancar.

Informațiile și analiza strategică a comerțului includ :

- dezvoltarea, prin accesare de fonduri structurale, a unui Sistem Informatizat Integrat pentru Susținerea Exportului Românesc (SIISER), care vizează integrarea tuturor informațiilor și punctelor de sprijin, care pot contribui la susținerea exportului românesc și a exportatorilor individuali.

- dezvoltarea, prin accesare de fonduri structurale, a unui *Termometru de Acumulare a Resurselor Globale (TARG)*, care vizează un ansamblu de instrumente de măsurare a impactului măsurilor și inițiativelor strategice care vizează susținerea exportului.

- dezvoltarea prin accesare de fonduri structurale, a unui sistem de instrumente, care să vizeze planificarea promovării exporturilor (Resurse Integrate pentru Planificarea Promovării Liniilor de Export – RIPPLE).

Perspectiva instituțională

Din punct de vedere instituțional, România are asigurat prin Consiliul de Export un parteneriat și un dialog stabil, structurat între organizațiile publice și structurile asociative

private, care pot contribui la susținerea exportatorilor. Perspectiva instituțională a strategiei trebuie consolidată. O propunere concretă de consolidare a instituțiilor responsabile de susținerea exportului o redăm în caseta de mai jos:

Caseta 7.3: O perspectivă instituțională de susținere a exportului

Activitatea actuală de comerț exterior și de susținere a exportului și investițiilor străine se desfășoară în Direcții Generale specializate și CRPCIS care, deși sunt entități cu activități complementare, nu dispun la intern și nici pe plan internațional de o identitate unică, ceea ce creează confuzii. Aceste confuzii sunt întreținute de faptul că nu există în prezent un Departament de Comerț Exterior, care să fie identificat ca atare în interior și exterior. De asemenea, structura actuală creează paralelisme și suprapuneri în domenii importante precum:

- informații de comerț și cu caracter economic;
- evenimente promoționale externe;
- monitorizarea și coordonarea rețelelor de sprijin;
- Studii și analize de piață, sinteze.

Criza economică și financiară internațională a amplificat eforturile la nivelul tuturor statelor de eficientizare a structurilor publice de susținere a mediului de afaceri și de abordare integrată și coordonare unitară a acestei activități, sub următoarele principii sau paradigme:

- creșterea capacității instituționale de a coordona într-o singură instituție principalele pârghii de intervenție respectiv, rețeaua externă, rețeaua internă, instrumentele și mecanismele de susținere;
- reducerea costurilor prin eliminarea paralelismelor și disfuncționalităților;
- externalizarea de activități de management de proiect ce decurg din strategia națională de competitivitate la export;
- Desfășurarea activității pe proiecte multianuale recunoscute ca atare în Strategia Națională de Export și a celor regionale de export;
- Combinarea formelor de consultanță gratuite cu cele plătite de mediile de afaceri.

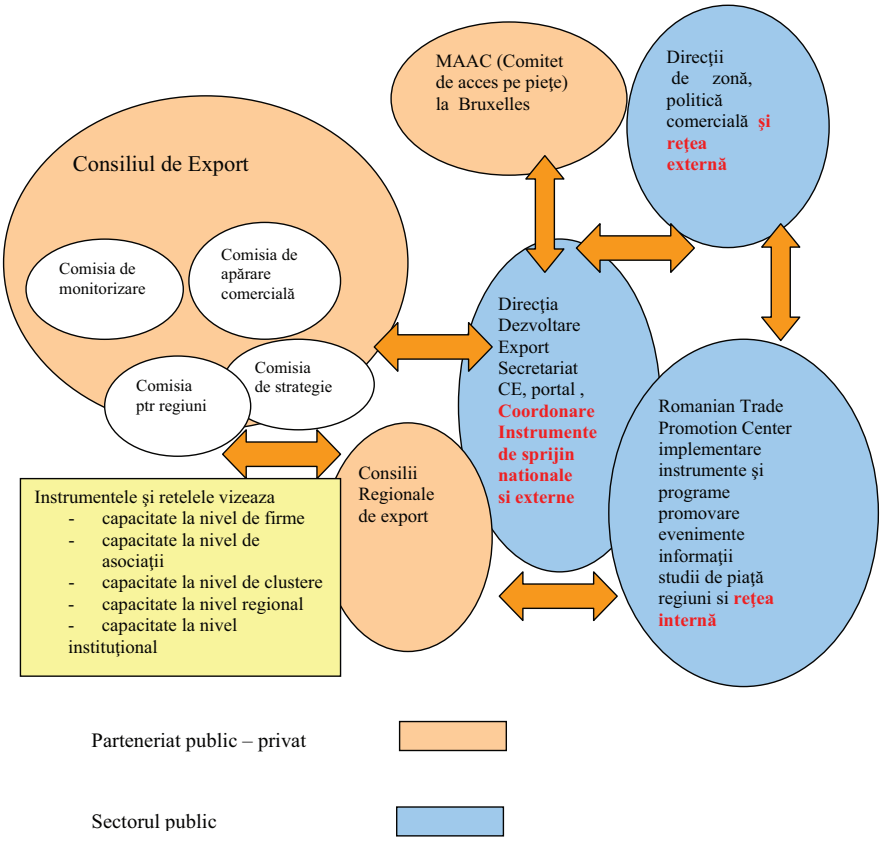
În România există mai multe preocupări în acest sens din partea unor experți și consultanți, grupul GEA lansând, în decembrie 2010, ideea unei agenții specializate pentru internaționalizare și comerț exterior. Menționăm în context că sintagma agenție specializată poate crea confuzii. De exemplu, UKTI, organismul englez de susținere a exportului și investițiilor, care este o structură ministerială, este identificat cu o agenție specializată deși ea este o structură virtuală sub comandă unică în Ministerul Economiei, dar care are persoane detașate și din alte ministere, precum MAE și Ministerul Apărării.

In concluzie, bunele practici sugerează că următoarele sunt mai importante decât modul în care este organizată din punct de vedere juridic o entitate integrată:

- părţile organizaţiei să fie precis descrise ca atribuţii şi funcţionare pe cele 3 mari zone de intervenţie astfel încât serviciile oferite mediilor de afaceri să fie vizibile şi eficiente.
- un instrument, o problemă sau un proiect să aibă un singur coordonator direct responsabil şi ţinut responsabil.
- întreaga organizaţie să răspundă unei viziuni unice, izvorâtă dintr-o strategie împărtăşită şi acceptată de mediile de afaceri şi să fie vizibilă ca entitate unică în interior şi exterior.

1. <u>Descrierea situaţiei actuale</u>

Sistemul naţional de susţinere şi promovare a exportului şi de participare a României în comerţul internaţional este în prezent organizat fragmentat între MECMA şi CRPCIS, dar cu o implicare consistentă a structurilor asociative ale mediului de afaceri, conform modelului următor.



Sistemul actual are ingredientele necesare unei structuri unice funcționale în parteneriat public privat, fiind hașurate diferit zone în PPP față de entitățile publice, dar nu are în prezent o viziune unitară și nu este vizibil ca o organizație unică în mediile de afaceri.

2. <u>Propuneri de reorganizare</u>

Propunerile de reorganizare trebuie să vizeze principiile și paradigmele enunțate mai sus, confirmate de bunele practici internaționale.

Crearea unui Departament de Comerț Exterior și Investiții, cu un brand național și internațional unic (Romanian Trade & Invest), poate fi realizată printr-o regândire organică a direcțiilor de comerț exterior și a CRPCIS, într-o viziune managerială centrată pe satisfacerea prin servicii și instrumente de susținere a grupelor țintă interne (exportatori) și externe (firme partenere pentru comerț și investiții).

Aceasta nu înseamnă desființarea unei entități sau alteia din cele existente, ci contopirea lor într-una singură, fie în minister, fie ca autoritate subordonată guvernului. Important este să fie o entitate unică. Varianta contopirii în minister prezintă avantajul eliminării unor servicii funcționale (personal, financiar, achiziții, juridic), care pot fi preluate de minister. De asemenea, apartenența noii organizații de MECMA este importantă pentru că:

- asigură interacțiunea cea mai bună cu mediile de afaceri;
- asigură conectarea instrumentelor, proiectelor, programelor și rețelei cu restul de instrumente și programe ale ministerului care vizează în general aspectele de competitivitate ale firmelor.

De asemenea, noua structură nu va viza numai concentrarea spre export, ci și pe cea spre investiții străine din următoarele considerente:

- investițiile în general și cele străine în special au o contribuție semnificativă la performanțele exportului.
- investițiile străine, ca și exportul, sunt activități în care esențial este elementul de internaționalizare și de dezvoltare a schimburilor internaționale.

Din perspectiva instituțională

Pentru a fi coordonate corect este necesară intensificarea activității CE, care trebuie să fie întărită în continuare prin:

- flexibilizarea cadrului de funcționare al CE;
- conectarea mai strânsă a exportului pe problematica susținerii firmelor inovative și extinderea capacității CE de a susține firmele inovative prin modificarea corespunzătoare a structurii acestuia;
- Creșterea reprezentativității regionale la nivelul CE și înființarea de Consilii de Export Regionale;

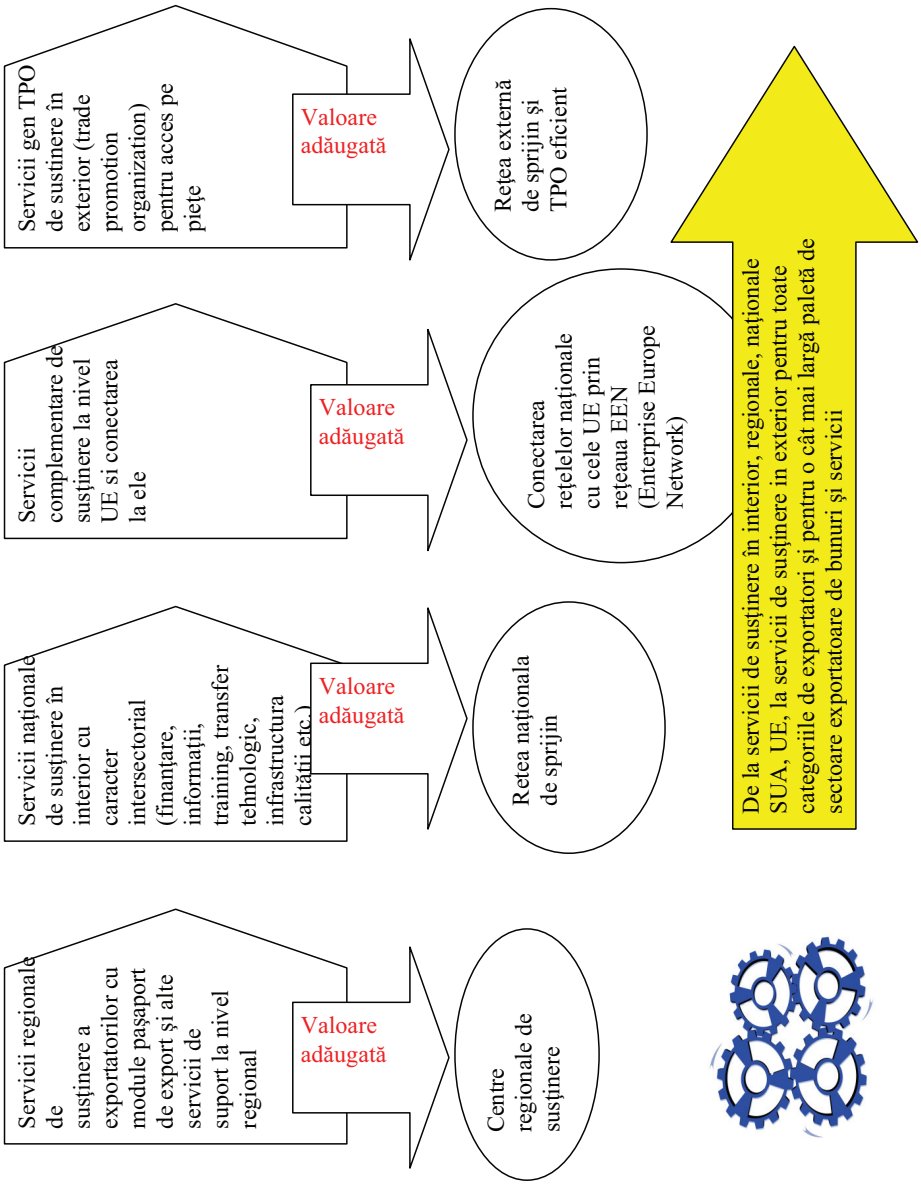
- Creșterea implicării sectorului public și privat în susținerea activității CE;

- Dezvoltarea serviciilor de sprijin a comerțului, eficiente și de înaltă calitate, puse la dispoziția mediului de afaceri, atât de către sectorul public, cât și de structurile asociative ale mediului de afaceri sau de companii private;

- Promovarea de parteneriate, alianțe și platforme de cooperare între companii, organizații din sectorul public la nivel regional și național;

- Din perspectiva instituțională, așa cum am evidențiat în capitolul 5, exportatorii din țările cu mare potențial de export dispun de un ansamblu de servicii de suport integrate, publice, private sau mixte care susțin firmele să aibă performanțe pe pieţele externe. Este esențial ca România să dezvolte, instituțional, un astfel de sistem național de sprijin care, schematic, ar trebui să asigure un lanț valoric de servicii de sprijin care să susțină lanțurile valorice naționale de export.

Schema 7.1: Lanțul valoric al serviciilor integrate de susținere a unui export sustenabil



BIBLIOGRAFIE

HG 1828/22.12.2005 privind SNE 2005-2009

www.portaldecomert.ro, proiect SNE 2012-2016

Dezbaterile Consiliului de Export privind elaborarea SNE 2012-2016 si dezbateri la nivelul grupelor de lucru.

Lianu Costin, „Establishing an Export Council in Romania, Constraints and Solutions" ITC Executive Forum, "Techniques for Managing National Export Strategy", 26 January 2005 in 2005 Consultative Cycle ITC Geneva;

Lianu Costin, "Impact measurement of national Export Strategy through a Balanced Score Card Methodology", in the collection of articles on Integration Efficiency, Economy - Romania of Tomorrow Foundation, Bucharest 2008

Lianu Costin, „Human resources, critical succes factor in the National Export Strategy" Conferinta USH Investitia in oameni, calea iesirii din criza (The annual scientific conference Spiru Haret 2010)

Lianu Costin, "National Export Strategy 2010—2014, a realistic alternative for the attenuation of the crisis effects", Annals of Spiru Harret University, Economic Series, Volume 1(10), Issue 4, pp. 141-151, Bucharest, Romania de maine Foundation, 2010

Lianu Costin, *Avantajele competitive ale industriilor procesatoare din Romania*, ASPES, Bucuresti, Martie 2007, cap. 5.

Lianu Costin, Iulia Monica Oehler-Sincai "Noua Strategie Nationala de Export", saptamanalul *Tribuna Economica,* nr. 27/ 8 iulie 2009, Bucuresti.

Lianu Costin, Iulia Monica Oehler-Sincai "Strategia Nationala de Export 2010-2014", saptamanalul *Tribuna Economica,* nr.38/23 septembrie 2009, Bucuresti.

Lianu Costin, *Managementul strategiilor de export la nivel national, sectoria si regional*, Editura Economică, București, 2008, 159 pagini.

Lianu Costin, *Strategii de branding*, Editura Economica, Bucuresti, 2010, 176 pag.

Oehler-Sincai I. M. (coordonator), Agnes Ghibutiu, Costin Lianu, Nela Miru, Mihai Bratu, *Evolutii recente ale fluxurilor comerciale si investitionale dintre UE si tarile BRIC, implicatii pentru Romania*, Editura Academiei Romane noiembrie 2010.

CONCLUZII

Tendințe în evoluția comerțului internațional

- În ultimele două decenii, comerțul internațional a fost o componentă deosebit de dinamică a activității economice în plan mondial, evoluând în ritmuri susținute. Expansiunea fluxurilor comerciale internaționale a fost un factor major al creșterii economice pe plan global. Totodată, creșterea mult mai rapidă a comerțului în raport cu producția mondială a determinat o accentuare a interdependențelor dintre națiuni.
- Accelerarea creșterii comerțului internațional în deceniile recente trebuie pusă în legătură cu accentuarea fenomenelor de globalizare, în special cu procesul de integrare crescândă a țărilor în dezvoltare/emergente în economia mondială și expansiunea rețelelor globale de producție, cele două fenomene fiind intercorelate. Printre ***factorii*** care au susținut aceste evoluții se numără: progresele rapide din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor, reducerea costului transporturilor; liberalizarea fluxurilor comerciale și de capital, creșterea dramatică a ofertei de forță de muncă în plan global și, nu în ultimul rând, extinderea dinamică a rețelelor producției globale.
- Criza financiară și economică globală din 2008-2009 a marcat puternic economia mondială și a lăsat urme adânci asupra dinamicii schimburilor comerciale internaționale. Deși comerțul internațional s-a relansat relativ rapid în 2010 după declinul istoric din 2009 – cel mai grav din perioada postbelică –, ***procesul de redresare rămâne încă nefinalizat și inegal sub aspect regional***, iar tendința de deschidere a țărilor în fața comerțului s-a oprit, cel puțin temporar. Toate prognozele elaborate pe plan internațional converg spre aprecierea că în următorii ani, comerțul internațional va spori mai lent decât în trecut, ritmurile sale de creștere urmând să fie inferioare mediei (de 6%) înregistrate în perioada 1990-2008.
- Criza globală și relansarea inegală a comerțului internațional au accentuat și mai mult mutațiile structurale din economia mondială și comerțul internațional, în miezul cărora se află ***deplasarea centrului de greutate economică și comercială*** dinspre Vest spre Est și dinspre Nord spre Sud, adică dinspre țările dezvoltate înspre un număr de țări în dezvoltare/emergente – în special China și India.
- În contextul acestor schimbări, economiile în dezvoltare/emergente și-au majorat contribuția la PIB mondial și au devenit principalele surse generatoare de creștere economică pe plan mondial. Ponderea lor în comerțul internațional

a crescut semnificativ, iar comerțul și investițiile Sud-Sud au devenit o nouă forță redutabilă în economia mondială. Datorită succeselor remarcabile la export și creșterii veniturilor lor, țările în dezvoltare/emergente au devenit jucători tot mai importanți și în sistemul financiar internațional. Aceste economii au reușit să acumuleze uriașe cantități de rezerve valutare, să creeze fonduri suverane de investiții, să mobilizeze capitaluri de pe piețele financiare internaționale, să atragă un volum crescând de ISD și să investească, totodată, o parte din activele lor financiare în străinătate. Drept urmare, în prezent, ***aceste țări modelează într-o măsură crescândă situația macroeconomică în plan global și perspectivele acesteia***. Ele exercită un impact major asupra competitivității, influențează venitul global, ocuparea forței de muncă și evoluția prețurilor produselor de bază. Pe scurt, ele afectează perspectivele de dezvoltare economică în restul lumii.

- Schimbările din economia mondială au modificat ierarhia țărilor lumii prin prisma aportului la crearea PIB mondial, au inversat centrele creșterii economice, au afectat localizarea industriei prelucrătoare, precum și orientarea geografică și structura comerțului internațional. Rapiditatea acestor schimbări este fără precedent, iar implicațiile sunt multiple, atât pentru procesele de producție și schimburile comerciale tradiționale, cât și pentru structurile sociale.

- În planul ***comerțului internațional***, aceste modificări se reflectă în:

- impunerea țărilor în dezvoltare/emergente ca ***principala forță motrice a creșterii comerțului internațional*** (ritmul de creștere a exporturilor lor fiind de două ori mai mare decât cel al economiilor avansate) și majorarea ponderii lor în comerțul mondial cu bunuri (la 45% – cel mai înalt nivel din 1948);
- creșterea spectaculoasă a comerțului ***Sud-Sud***, datorită importanței crescânde a sistemului producției globale pentru relațiile comerciale din regiunile în dezvoltare;
- creșterea ponderii produselor prelucrate în comerțul țărilor în dezvoltare/ emergente ca urmare a ***transferului capacităților de producție din sfera industriei*** dinspre țările avansate înspre aceste țări și transformarea lor în producători de o gamă largă de produse prelucrate, tot mai sofisticate și cu conținut ridicat de valoare adăugată;
- sporirea relevanței țărilor în dezvoltare/emergente ca ***piețe de export*** pentru țările dezvoltate și, totodată, ca ***surse de import***;
- accentuarea ***caracterului intraregional*** al fluxurilor comerciale internaționale (concentrarea în marile regiuni geografice) sub impactul rețelelor producției globale și al proliferării acordurilor comerciale preferențiale;

- O proporție mare și în creștere a comerțului internațional ***nu este comerț propriu-zis,*** ci se derulează în cadrul rețelelor de firme care aparțin corporațiilor

transnaționale (CTN), sau care sunt asociate acestora prin intermediul unor aranjamente contractuale. Orientarea spre export a economiilor în dezvoltare/emergente, coroborată cu expansiunea rețelelor producției globale au indus o schimbare majoră în ***structura*** comerțului internațional: ***creșterea vertiginoasă a comerțului cu produse intermediare*** (reprezentând circa 60% din totalul comerțului mondial cu bunuri). Amplificarea comerțului cu bunuri intermediare este o expresie a întrepătrunderii tot mai accentuate dintre fluxurile comerciale și cele investiționale (ISD) și a rolului crescând al acestora din urmă în comerțul mondial.

- În prezent, în economia mondială acționează **două tendințe majore**, dar contradictorii.

(1) Pe de o parte, globalizarea economică, indusă de rețelele producției globale gestionate de CTN, continuă în ritm susținut. Această tendință promovează ***convergența economică și integrarea*** în plan mondial. Lanțurile globale ale valorii gestionate de CTN constituie coloana vertebrală a economiei mondiale și, totodată, sistemul său central nervos, întrucât de comerțul desfășurat prin aceste rețele depind segmente întregi ale industriilor naționale de pe întregul glob.

(2) Pe de altă parte, cea de-a doua tendință – de ***divergență*** – este legată de reacțiile de răspuns ale țărilor lumii, în termeni de politici economice, la criza financiară și economică mondială din 2008-2009. Asociată cu această tendință este ***pericolul escaladării protecționismului comercia***l, cu toate consecințele dezintegrării. O asemenea evoluție ar avea urmări grave pentru economia mondială și, în special, pentru țările cele mai vulnerabile și mai dependente de comerț. Datele disponibile atestă creșterea numărului și a incidenței măsurilor comerciale restrictive introduse de guverne lumii – și în special de G-20 –, atât în anii de criză, cât și ulterior. Mai mult, are loc o renaștere a retoricii protecționiste, inclusiv în favoarea politicilor de substituire a importurilor, ceea ce ***accentuează tensiunile comerciale în plan regional și global***. Valul recent de restricții comerciale nu mai este destinat combaterii efectelor temporare ale crizei, ci reprezintă mai curând încercări de stimulare a redresării economice prin politici industriale cu acțiune pe termen lung.

- Intervențiile guvernamentale de mare anvergură operate pe piețele de mărfuri și capitaluri, alături de amplificarea tensiunilor comerciale pe plan internațional, se adaugă riscurilor și incertitudinilor curente din economia mondială, cu potențialul de a frâna creșterea economică și expansiunea comerțului internațional în următorul deceniu. ***Procesul de liberalizare a piețelor este în impas,*** țările membre ale OMC dovedindu-se în continuare incapabile să încheie Runda Doha (inaugurată în 2001), deși cu prilejul Conferinței ministeriale a OMC din 15-17 decembrie 2011 s-au angajat să o finalizeze cu succes în cel mai scurt timp posibil. Pachetul de înțelegeri convenit până acum ar asigura economiei mondiale un stimulent economic

în valoare de sute de miliarde de dolari anual, garantând liberalizarea comerțului în următorul deceniu. Dar și mai grav este că blocajul actual al Rundei Doha împiedică îmbunătățirea regulilor comerciale multilaterale și ajustarea lor la realitățile economice ale secolului al XXI-lea. Aceasta afectează credibilitatea OMC ca pivot al sistemului comercial multilateral, încurajează proliferarea acordurilor comerciale preferențiale și, nu în ultimul rând, deschide calea unor măsuri de politică comercială unilaterale, discreționare și discriminatorii.

Schimburile comerciale extracomunitare și locul României

- Pe parcursul ultimilor zece ani, în plan global, am asistat la un proces fără precedent: mutarea treptată a centrului de greutate dinspre țările dezvoltate către economiile emergente, manifestată prin sporirea într-un ritm susținut a ponderilor acestor economii în PIB mondial, în fluxurile comerciale și investiționale internaționale. Acest proces s-a intensificat pe parcursul „celei mai profunde crize financiare și economice mondiale din perioada postbelică". Până în prezent, s-au conturat mai multe economii emergente, cu un puternic impact asupra economiei mondiale, cel mai frecvent aduse în prim-plan de experții internaționali fiind țările BRIC (Brazilia, Rusia, India, China).
- UE, ca entitate, s-a adaptat rapid tendințelor din economia mondială și, drept urmare, la parteneriatele strategice tradiționale ale UE cu țări industrializate (SUA, Japonia și Canada), s-au adăugat în anii recenți cele cu: China, Rusia, India, Republica Africa de Sud, Brazilia, Mexic și Coreea de Sud.
- În sfera comerțului, schimburile intracomunitare continuă să aibă ponderi mult mai ridicate decât cele extracomunitare în comerțul total al UE. Cu toate acestea, rolul jucat de piețele extracomunitare în comerțul UE este în creștere, ponderile exporturilor și importurilor extracomunitare în totalul fluxurilor corespunzătoare ale UE majorându-se pe parcursul perioadei 2000-2011 (de la 32% la aproape 36% și, respectiv, de la circa 37% la aproape 39%).
- Exporturile UE către restul lumii sunt dominate de grupa de produse prelucrate (cu o pondere de circa 80% în total în 2011, dar înscriindu-se pe o pantă descendentă în ultimii ani). Trei grupe ale nomenclatorului combinat au cumulat în 2011 peste jumătate din totalul exporturilor UE către restul lumii: *Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile*, *Mijloace de transport* și *Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe*.
- Pe latura importurilor, produsele prelucrate au deținut în 2011 o cotă de aproximativ 56% din importurile extracomunitare ale UE, tendința generală a ultimilor ani fiind aceea de diminuare a acestui procentaj. Declinul ponderii produselor prelucrate în totalul importurilor extracomunitare, însoțit de o creștere a cotei grupei de produse de bază se înscriu în tendința generală

remarcată în planul comerțului internațional, de sporire a importanței produselor de bază, pe fondul intensificării „goanei după resurse". Două grupe de produse din nomenclatorul combinat domină importurile UE de pe piețele extracomunitare: *Produse minerale* și *Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile*, acestea cumulând la nivelul anului 2011 peste jumătate din importurile extracomunitare ale UE.

- În 2011, UE a înregistrat solduri pozitive ale balanțelor comerciale pentru 14 grupe de produse și solduri negative pentru 7 grupe ale nomenclatorului combinat, ceea ce a generat, pe ansamblul schimburilor comerciale, un deficit în valoare de circa 160 miliarde euro. Cele mai ridicate excedente au fost înregistrate la grupele: *Mijloace de transport* (134 miliarde euro), *Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe* (87 miliarde euro) și *Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* (circa 75 miliarde euro), iar cele mai mari deficite la grupele: *Produse minerale* (aproape 414 miliarde euro), *Textile și articole din acestea* (54 miliarde euro) și *Produse vegetale* (23 miliarde euro). Excluzând grupa de produse minerale, pe ansamblul celorlalte grupe de produse, UE a obținut un excedent remarcabil.

- La nivelul anului 2011, *principalii parteneri comerciali ai UE în sfera comerțului cu bunuri (ținând cont de ambele fluxuri cumulate, export+import)*, au fost: SUA, urmate la mică distanță de China, Federația Rusă, Elveția, Norvegia, Turcia, care a devansat Japonia, India și Brazilia, care a depășit Coreea de Sud. Comparând aceste ponderi cu cele din 2000, se remarcă majorarea puternică a cotelor Chinei și Rusiei, creșterea modestă în cazul Braziliei și Indiei, în paralel cu scăderea accentuată a procentajelor deținute de partenerii tradiționali, SUA și Japonia. În 2011, Rusia a devansat SUA și a ocupat locul secund, după China, în ierarhia principalelor surse de import ale Uniunii.

- În 2011, UE a înregistrat *excedente notabile* în relație cu SUA, Elveția, Turcia, Emiratele Arabe Unite, Hong Kong-China, Australia, dar și cu alte țări, precum Mexic și Egipt. UE a continuat să marcheze un excedent nesemnificativ în relație cu India și un deficit moderat cu Brazilia, în timp ce soldurile negative ale balanțelor în relație cu China și Rusia au fost remarcabile, marcând o *diminuare accentuată* în primul caz și o *majorare notabilă* în cel de-al doilea caz. *Soldurile negative ale balanțelor comerciale în relație cu China și Rusia au rămas cele mai ridicate în planul relațiilor UE cu partenerii săi extracomunitari.* Aceste deficite au fost urmate de cele înregistrate în relație cu Norvegia, Japonia și Kazakhstan. Se remarcă, totodată, diminuarea deficitului balanței comerciale în relație cu Coreea de Sud.

- Pe grupuri de țări, ponderile grupului BRIC în fluxurile comerciale extracomunitare s-au majorat treptat, acestea fiind cu mult mai ridicate decât procentajele deținute de alte grupuri de țări, precum NAFTA și CSI.

- În ceea ce privește structura schimburilor comerciale dintre UE și principalii

săi zece parteneri comerciali, am reliefat că acestea sunt dominate de produsele prelucrate, excepție făcând importurile din Rusia, Norvegia și Brazilia, unde predomină grupa produselor de bază. Ponderile deținute de grupa produselor prelucrate în exporturile UE către opt din cele zece țări menționate (toate în afara Elveției și Norvegiei) depășesc media extracomunitară. La import, cu excepția fluxurilor din Rusia, Norvegia și Brazilia, produsele prelucrate dețin ponderi mai ridicate în importurile extracomunitare decât media pe ansamblul partenerilor din afara UE.

- La nivelul grupelor din nomenclatorul combinat, se remarcă o concentrare puternică a schimburilor comerciale dintre UE și principalii săi parteneri pe câteva grupe: *16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile*, *6 Produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe*, *17 Mijloace de transport, 15 Metale comune și articole din acestea* (la importurile din Rusia și Norvegia), *11 Materii textile și articole din acestea* (la importurile din China, Turcia și India), *4 Produse alimentare, băuturi, tutun* (la importurile din Brazilia), *5 Produse minerale* (la importurile din Rusia, Norvegia, India, Brazilia), *14 Perle, pietre prețioase și semiprețioase* (la exportul în India).
- Cel mai ridicat grad de concentrare se înregistrează în planul importurilor din Rusia (*5 Produse minerale*, aproape 80% din total), Norvegia (*5 Produse minerale* peste 65% din total), Japonia (*16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* aproape 47% din total) și China (*16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* aproape 47% din total). La export, gradul de concentrare este mai redus decât în cazul importurilor, evidențiindu-se ponderile ridicate ale grupei *16 Mașini, aparate și echipamente electrice, aparate de înregistrat sau reprodus sunetul sau imaginile* în exporturile extracomunitare în țările BRIC și Coreea de Sud.
- În pofida majorării treptate a ponderilor pieței extracomunitare în comerțul UE ca entitate și deopotrivă cele două grupuri de țări analizate, UE-15 și NSM sunt încă mult mai dependente de Piața internă decât de cea externă. În 2011, gradul de dependență de Piața internă a fost mai mare la export (aproape 63% în cazul UE-15 și 77% în cazul NSM) decât la import (60% și, respectiv, 70%). În același timp, gradele de dependență de piața externă, deși în creștere, rămân cu mult inferioare gradelor de dependență de cea internă.
- Analiza datelor statistice relevă totodată că, *la export*, Slovacia, Republica Cehă, Luxemburg, Polonia, Olanda, Ungaria, Portugalia, Belgia, *România* și Slovenia au fost în 2011 cele mai puternic dependente de Piața internă în rândul celor 27 de state membre ale UE – toate cu un grad de dependență mai mare decât 70%. *Pe latura importurilor*, Luxemburg, Letonia, Austria, Cehia, Malta, Portugalia, *România*, Slovacia și Danemarca au fost în 2011 țările membre ale UE cele mai dependente de Piața internă – toate cu un grad de dependență de peste 70%. Așadar, *România se află printre țările UE cu un grad ridicat de dependență de Piața internă*. Acest grad de dependență

a scăzut cu doar 1,1 puncte procentuale la export, în schimb s-a majorat la import cu peste șapte puncte procentuale în perioada 2000-2011.

- Calculele noastre, bazate pe datele statistice furnizate de Eurostat, au arătat că ponderile NSM în fluxurile comerciale extracomunitare se mențin în continuare la niveluri scăzute. În 2011, contribuția cumulativă a NSM la exporturile extracomunitare a fost de 7,9%, în timp ce participarea acestui grup de țări la importurile din afara UE s-a situat la 9,5%. În pofida faptului că procentajele deținute de NSM în schimburile extracomunitare au fost modeste, contribuția acestora la deficitul comercial comunitar a fost remarcabilă: circa 40 miliarde euro, față de deficitul UE în ansamblul său de 160 miliarde euro (deci aproximativ un sfert din total).
- Ponderile grupului NSM în exporturile totale ale UE către SUA, Japonia, Coreea de Sud, India, Brazilia și China se mențin cu mult sub media obținută de acesta pe ansamblul exporturilor extracomunitare, în timp ce aceste țări participă mai activ la exporturile către Rusia (21,6% din total în 2011), Turcia (14,6% în 2011) și Norvegia (10,8% în 2011). Pe latura importurilor, participarea NSM ca grup depășește ușor media deținută de acesta pe ansamblul importurilor din țări din afara Uniunii în relație cu: Turcia (13,7% în 2011), Rusia (26% în 2011) și Coreea de Sud (aproape 27% în același an).
- La nivel extracomunitar, în 2011, *în rândul destinațiilor principale ale exporturilor României*, Turcia a ocupat locul 1, Rusia al doilea, Ucraina al treilea, în timp ce *la import*, China a reprezentat principala sursă a importurilor românești din afara UE, Kazakhstan a doua, iar Rusia a treia.
- Ponderile ocupate de țări precum BRIC, SUA, Elveția, Japonia în schimburile comerciale ale României sunt cu mult inferioare mediilor comunitare. În schimb, cotele altor țări precum Turcia, Ucraina, Serbia (deopotrivă la export și la import) sau Kazakhstan (la import) sunt cu mult superioare mediilor UE.
- În 2011, atât valoarea exporturilor, cât și cea a importurilor României din țări extracomunitare au continuat să crească în ritmuri susținute (de 24,9% și, respectiv, 16,2%). Valoarea exporturilor extracomunitare a fost de 13 miliarde euro, iar cea a importurilor corespunzătoare de aproape 15 miliarde euro, ceea ce a determinat diminuarea deficitului balanței comerciale a României cu țările din afara UE în 2011 până la nivelul de aproximativ 2 miliarde euro (scădere cu 20,3% comparativ cu 2010). Ținând cont de ambele fluxuri comerciale, export plus import, Turcia, Rusia și China, în această ordine, au rămas în 2011 principalii parteneri comerciali ai României din afara UE. Cele mai ridicate deficite comerciale au fost înregistrate de România în relație cu Kazakhstan (majorare până la 2,15 miliarde euro), China și Rusia (diminuare până la nivelurile de 2,14 miliarde euro și, respectiv, 1,07 miliarde euro).
- România continuă să păstreze avantaje competitive în ceea ce privește costul resurselor umane, iar apartenența la UE amplifică oportunitățile economice și

de export. Cu toate acestea, firmele românești, multe insuficient capitalizate, au intrat într-o competiție „inegală" cu alte companii puternice nu numai din UE, ci și din afara UE, care beneficiază de sprijin guvernamental masiv.

Politica comercială comunitară – evoluții și orientări actuale

- Două din obiectivele principale ale Comunității Economice Europene au fost: dezvoltarea pieței comune, ulterior numită piața unică și realizarea uniunii vamale între membrii Uniunii. Piața unică implică libera circulație a mărfurilor, capitalului, persoanelor și serviciilor în interiorul Uniunii, iar uniunea vamală presupune aplicarea unui tarif vamal extern comun pentru toate mărfurile care intra în teritoriul vamal al Uniunii. În prezent, din totalitatea mărfurilor care circula în Uniunea Europeană mai mult de 80% sunt acoperite de legislația armonizată a Uniunii Europene.
- Uniunea vamală a premers pieței unice, iar din uniunea vamală a izvorât politica comercială comună, ca germene al Uniunii prin cedarea atributelor de suveranitate ale statelor în favoarea unui organism supranațional, Comisia Europeană.
- Politica comercială este un proces de negociere de tipul "give and take". Adică o politică de contrapartidă, care merge de la deschideri sectoriale ale piețelor (în dublu sens) până la reduceri de bariere tarifare și netarifare pentru grupe generice de mărfuri.
- Politica comercială a UE se bazează pe **două tipuri de legislație**:

a. legislația primară, cuprinde tratatele și alte acorduri cu statut similar, prin care UE încheie și aplică politica comercială comună, acoperind toate aspectele legate de comerțul cu mărfuri, servicii și aspectele comerciale ale drepturilor de proprietate intelectuală;

b. legislația secundară, cuprinde regulamentele cu aplicare generală care sunt obligatorii și direct aplicabile statelor membre; directivele, care solicită transpunerea în legislația și practicile naționale ale membrilor; deciziile care sunt obligatorii pentru entitatea căreia i se adresează și, cu forță mai mică, recomandări și opinii, bazate pe tratate, dar fără forță obligatorie;

- Obiectivele politicii comerciale a Uniunii Europene, legate direct de promovarea intereselor europene pe piețe deschise, prin abolirea progresivă sau reducerea obstacolelor din calea comerțului internațional și instituirea unui cadru clar și transparent de reglementare, sunt promovate la nivel multilateral, regional, bilateral și unilateral.

- la nivel **multilateral** cadrul de bază al opțiunilor politicii de liberalizare îl reprezintă OMC;

- nivelul **regional** cuprinde acordurile de forma preferințelor tarifare sau

cu țările mediteraneene, care cuprind și elemente de vecinătate;

- **nivelul bilateral** include pe lângă expansiunea comerțului și criteriile de transparență a reglementărilor (așa numitul OMC+);

- măsurile cu caracter **unilateral** sunt derivate din interese de dezvoltare sau stabilitate politica în consonanță cu prioritățile politice ale Uniunii (aici pot fi incluse și Acordurile de stabilitate și asociere ale UE cu statele din Balcanii de vest) și, mai nou, Politica de vecinătate. În ultimii ani, în plan unilateral, UE a dezvoltat Parteneriate strategice cu principalele țări emergente: India, Brazilia, Republica Africa de Sud, Rusia, Mexic.

- În interiorul pieței unice, politica comercială acoperă o vastă arie de interese vizând îmbunătățirea cadrului de libertate a mișcării bunurilor și serviciilor. Măsurile de reglementare vizează un spectru larg de probleme, incluzând: taxarea indirectă, recunoașterea mutuală, standardizarea, armonizarea regulilor care guvernează practicile comerciale, controlul traficului aerian și pe cale ferată, procedurile de eliminare a dublei impozitări, achizițiile publice, patentul european, întărirea apărării drepturilor de proprietate intelectuală și guvernanță corporativă;
- Izvorul actual al politicii comerciale comune stă în preocuparea pentru apărarea și dezvoltarea IMM-urilor, inovația și competitivitatea întreprinderilor (producătoare de mărfuri sau furnizoare de servicii);
- Tratatul UE interzice restricțiile asupra libertății de stabilire a agenților, filialelor sau sucursalelor în interiorul său. Această libertate se extinde și companiilor sau firmelor de origine externă comunității, deja stabilite într-un stat membru, cu condiția ca acestea să aibă sediul înregistrat, administrația centrală sau principalul loc de desfășurare a activității într-un stat membru.
- Politica comercială a UE, dar și a altor țări, tinde să fie focalizată în viitor tot mai mult pe obiectivul eliminării barierelor netarifare din calea comerțului. În condițiile în care taxele vamale la numeroase produse au fost practic eliminate în relațiile comerciale dintre marile economii, potențialul liberalizării comerțului sub aspect tarifar este aproape epuizat. În prezent, în cercurile de specialiști se apreciază că efectele politicilor comerciale erau mult mai directe atunci când taxele vamale au fost suprimate de tehnocrații din domeniu. În schimb, astăzi construirea unui sistem comercial mai solid și mai deschis, care să răspundă cerințelor secolului al XXI-lea, reprezintă nu numai o provocare tehnică, ci mai ales o provocare politică.
- În 2006, Comisia Europeană a adoptat o nouă abordare în ceea ce privește prioritățile politicii comerciale. Reconsiderarea acesteia s-a înscris în eforturile de adaptare a economiei UE la cerințele globalizării crescânde a economiei mondiale, motiv pentru care noua strategie a UE în domeniul comerțului este intitulată: „Europa globală – concurând în lume". Strategia menționată urmărea să amplifice contribuția politicii comerciale la creșterea economică (motiv pentru care a fost plasată în contextul Agendei de la

Lisabona), să contribuie la liberalizarea crescândă a comerțului internațional și să complementeze alte obiective de politică externă ale politicii comerciale, în special legate de buna vecinătate;

- Deși în cadrul noilor inițiative de politică comercială, prioritatea declarată a UE este menținerea angajamentelor sale față de OMC și sistemul comercial multilateral, un accent mult mai pronunțat este pus pe bilateralism/ regionalism, în condițiile în care rezultatele obținute în cadrul Rundei Doha s-au dovedit dezamăgitoare. Comisia Europeană a pus în aplicare o adevărată ofensivă pentru încheierea de acorduri bilaterale și regionale de comerț liber cu parteneri cheie ai UE (îndeosebi din Asia, dar și din alte zone ale lumii), care se fundamentează pe regulile și disciplinele multilaterale ale OMC, dar care tratează subiecte mult mai dificile, care nu pot fi încă abordate în OMC. Prin noile acorduri comerciale bilaterale/regionale, UE urmărește să obțină mai multe concesii decât ar putea obține la nivel global, respectiv: reduceri mai substanțiale ale taxelor vamale, abordarea barierelor comerciale netarifare și includerea unor subiecte care nu sunt încă apte pentru o abordare multilaterală;
- În prezent, există riscul real ca presiunile protecționiste să gripeze comerțul ca forță motrice a relansării economice. Climatul economic internațional deosebit de dificil exercită presiuni reale asupra guvernelor în direcția inițierii de măsuri menite a proteja economiile lor, ceea ce se reflectă în preocupările curente vizând ridicarea de bariere tarifare și netarifare, promovarea subvențiilor de export neloiale, introducerea de cerințe privind conținutul local în pachetele de stimulare. În acest moment este dificil de cuantificat cât de importante sunt aceste măsuri de politică comercială sub aspect economic, întrucât se manifestă un decalaj între retorică și realitate;
- După șase ani de la aderarea României la UE, gradul de valorificare a acordurilor comunitare de liber schimb este scăzut, simțindu-se nevoia dezvoltării unor sisteme naționale de promovare și susținere a exporturilor către țările cu care UE a încheiat aceste acorduri.

Tendințe în evoluția comerțului exterior al României. Competitivitatea exporturilor și rolul ISD

- România și-a concentrat comerțul exterior după aderarea la UE, în funcție de apartenența la piața unică comunitară, ponderea țărilor UE în exportul și importul României crescând sensibil, în detrimentul țărilor terțe.
- Coeficientul de elasticitate al exporturilor este în cele mai multe cazuri, inferior coeficientului de elasticitate al importului, motiv pentru care se poate spune că, deși exporturile și importurile cresc atunci când o cantitate mai mare de bunuri este produsă în economia României, există încă neajunsuri

privind capacitatea economiei românești de a exporta aceste bunuri.

- Rezultatul coeficientului de elasticitate mai mare în cazul importului decât în cazul exportului nu este decât consecința directă a faptului că importurile, în fapt, au un ritm de creștere superior exporturilor, iar raportarea la ritmul de creștere al PIB duce la un rezultat mai mare. Este cazul întregii perioade analizate pentru România, cu excepția anilor 1997, 1999, 2002 și respectiv, 2008-2010, în care *coeficientul de elasticitate al importului* a fost mai mare decât *coeficientului de elasticitate al exportului*, deși subunitar în anii 1997, 1999 și 2009.
- Rezultatul supraunitar în fiecare an (cu excepția anilor 1997, 1999 și 2009), dacă nu la amândouă, atunci cel puțin la una dintre componentele comerțului exterior, demonstrează de fapt că, pe ansamblu, comerțul exterior românesc reacționează destul de mult la o modificare a PIB cu 1%. Rezultatele negative denotă evoluții în sens invers, adică, la o creștere a PIB, exportul românesc a scăzut, fapt care reprezintă un semnal de alarmă. Acest fenomen s-a produs în doar în anii 1996 și 2009 din toată perioada supusă analizei noastre, ceea ce poate fi un semn bun. Valoarea mare a coeficienților în anii 2010-2011, destul de contradictorie la prima vedere, se explică de altfel pe baza valorilor mari ale exporturilor și/sau mai ales ale importurilor și a dinamicii acestora, în timp ce PIB a avut o rată de creștere pozitivă față de 2009, când rata de creștere a fost negativă, pe fondul crizei economico-financiară internațională.
- Capacitatea de absorbție a pieței naționale pentru bunuri din import este relativ mare, raportată la modificarea PIB, care reprezintă de fapt, venitul național, sursa de acoperire a importului, ceea ce reflectă o pondere mare a economiei subterane în economia României.
- *Gradul de acoperire al exportului prin import*, calculat ca raport dintre valoarea exporturilor FOB (în Euro) și valoarea importurilor CIF (în Euro), este mai mic decât 100% în toată perioada 1990-2011, rezultat care semnifică faptul că prin activitatea de export, România nu compensează importurile, situație reflectată de altfel, în deficitul balanței comerciale. Rezultă astfel că nu există îmbunătățiri în ansamblul relației dintre exporturi și importuri sau dacă există, acestea sunt nesemnificative pentru a genera o evoluție crescătoare. Totodată, din faptul că *gradul de acoperire* pe relația globală este subunitar, se desprinde concluzia că economia României are un nivel superior al importurilor pentru un volum dat al exporturilor, situația datorându-se gradului înalt de dependență al economiei românești de importuri. Astfel, potențialul de export al economiei este destul de limitat și chiar și în condițiile unei creșteri a PIB, deficitul comercial nu se va reduce, România continuând să rămână dependentă de importuri, în măsură ridicată.
- Îmbunătățirea relativă a *gradului de acoperire* pe relația României cu UE mai ales după aderare (anul 2007) reprezintă un factor pozitiv, cu toate că nu putem să extragem încă concluzii pe baza acestui indicator privind calitatea exporturilor sau impactul lui asupra economiei, chiar dacă unii economiști

includ acest indicator în calculul eficienței comerțului exterior. Studiile arată că în țările în care indicatorul este supraunitar, comerțul este eficient, cu posibil impact pozitiv asupra creșterii și dezvoltării economice a acestora.

- Având în vedere avantajul comparativ redus și competitivitatea scăzută a produselor autohtone pe piețe țărilor dezvoltate, cum este cea a UE și este necesară o reorientare urgentă și strategică a exporturilor noastre – maximizând și potențialul oferit de acordurile de liber schimb încheiate de Uniunea Europeană – spre țările din Africa și Orientul Mijlociu și spre cele ale Americii Latine, spre care deschiderea noastră nu a fost atât de mare în trecut.
- Analiza avantajului comparativ aparent arată că România este slab competitivă în ramurile tradiționale și neperformantă în industriile bazate pe înalta tehnologie. Relația cu Uniunea Europeană reflectă întocmai această situație, înregistrându-se avantaje comparative sau dezavantaje comparative similare cu cele înregistrate pe relația globală. Desigur, discrepanțele în valorile obținute reies din ponderile exporturilor spre, respectiv ale importurilor dinspre UE din fiecare grupă de produse, în totalul exporturilor și importurilor. Grav este faptul că în ultimii ani, avantajul nostru comparativ pe relația cu UE s-a redus continuu la aproape toate grupele de produse cu excepția grupei XII (Încălțăminte), astfel încât la nivelul anului 2011 doar la 5 grupe mai avem avantaj comparativ în raporturile noastre comerciale cu UE, mai exact – pe lângă excepția deja precizată – la grupele II (Produse vegetale), V (Produse minerale), XI (Materiale textile și articole din acestea) și XX (Mobilă), iar valorile acestora, pe lângă că sunt în descreștere, sunt deja și subunitare.
- Din calcularea indicatorului Michaely pe relația cu UE se poate observa că spre deosebire de comerțul nostru global, România a înregistrat excedent permanent la grupa XIII (Articole din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și din materiale similare) și respectiv, în ultimii 6 ani, la grupa V (produse minerale). Rezultatele grupelor V și XIII reflectă faptul că deficitul global înregistrat în aceste cazuri nu se datorează schimburilor comerciale cu Uniunea Europeană, în care exportăm mai mult decât importăm la aceste categorii de produse, ci relațiilor comerciale cu alte state, cum ar fi spre exemplu, Rusia pentru grupa V (deoarece comerțul exterior românesc pe relația cu Orientul Mijlociu – alt mare furnizor de astfel de produse pentru România - este excedentară). În ceea ce privește restul grupelor, situația este relativ similară cu relația globală, ceea ce era și de așteptat având în vedere ponderea comerțului exterior cu UE în totalul comerțului României.
- De semnalat faptul că se observă o scădere considerabilă la grupa XV (metale) în ultimii ani analizați, dovedind că este imperios necesară restructurarea în

domeniu[116] și că excedentele înregistrate la grupa XI sunt aproape egale cu cele pe relația globală, fapt care indică că activitatea de lohn din domeniul textilelor se desfășoară preponderent cu statele UE, ceea ce nu este de loc un fapt pozitiv, dacă ne gândim la concurența asiatică.

- Dintre produsele aparținând grupei intensivă în tehnologie se constată că se exportă mai mult produse care presupun utilizarea intensivă a forței de muncă, precum părți și subansambluri pentru mașini. Importurile grupei intensive în tehnologie sunt, pe de o parte, bunuri de folosință finală care nu au vreun impact pentru producția și exporturile românești, iar pe de altă parte, mașini și echipamente care sunt folosite în sectoare puțin intensive în tehnologie, cum este sectorul textilelor, metalelor, maselor plastice sau al lemnului. Acest fapt explică lipsa avantajului comparativ la această grupă, importurile de mașini și echipamente destul de costisitoare fiind cauza înregistrării unui deficit comercial mare la această grupă.
- A se remarca faptul că acolo unde România a înregistrat avantaj comparativ, indicatorul Grubel-Lloyd ne arată că exporturile nu au acoperit importurile decât cu o singură excepție și anume, la grupa XVI, pe relația globală. În același timp, acolo unde nu s-a înregistrat avantaj comparativ, importurile au fost totuși acoperite prin exporturi, fapt pozitiv (a se vedea spre exemplificare, tot grupa XVI, pe relația cu UE). Această concluzie poate fi considerată ca fiind una de interes major în ceea ce privește perspectivele pe termen lung ale comerțului nostru exterior, deoarece faptul că nu am înregistrat și nu înregistrăm avantaje comparative la unele grupe ar fi putut să însemne că nici nu avem șanse să redresăm situația din acest punct de vedere. Dacă însă am analizat și indicatorul Grubel-Lloyd și am făcut conexiune cu valorile obținute la avantajul comparativ, am ajuns la o concluzie mult mai optimistă și anume, că există grupe fără avantaj comparativ sau care înregistrează chiar valori negative ale acestuia (și uneori, în descreștere), dar cu toate acestea, ele înregistrează valori relativ în creștere ale indicatorului intra-ramură, acoperindu-se astfel importurile prin exporturi.
- Evidențierea acestor concluzii este importantă, având în vedere faptul că aceste grupe de produse sunt intensive în tehnologie, iar exportul de astfel de produse ar putea să reprezinte o soluție pentru redresare. Redresarea se poate realiza în contextul în care vom fi mai puțin dependenți de importuri pentru a exporta produse intensive în tehnologie. Un factor și mai optimist ar fi că asamblarea în țară a produselor intensive în tehnologie pe bază de piese și componente străine a început, chiar dacă în măsură mică, să fie înlocuită cu asamblarea în țară, dar pe bază de piese și componente produse în țară,

[116] În acest domeniu, un rol important în redresarea ulterioară 1-a avut privatizarea Combinatului Sidex Galați.

fapt rezultat de altfel din detalierea grupei XVI, de unde a reieșit că exportăm unele piese și componente, motiv pentru care va trebui să ne orientăm din ce în ce mai mult pe o dezvoltare a stagiilor de producție în țară, în scopul obținerii unei valori adăugate mari. Exemplul cel mai concludent îl reprezintă industria de automobile românești, în care, după achiziționarea Dacia Pitești de către Renault, în 1999, mai mult de 10 furnizori străini (investitori) de subansambluri și piese componente renumiți au intrat în țară, fapt care a contribuit la integrarea pe verticală a industriei.

- Din punctul de vedere al eficienței comerțului exterior românesc, România pare a fi competitivă în principal în sectoare care folosesc forța de muncă mai ieftină, schimburile comerciale fiind orientate preponderent către statele membre ale Uniunii Europene. Dacă judecăm din punct de vedere teoretic, acest tip de comerț este un comerț de tip HOS, adică România exportă produse intensive în factorul abundent de care dispune.
- Perspectivele nu sunt prea optimiste, dacă ne referim la diferența de salarii care determină o migrare din ce în ce mai mare a populației spre țările mai dezvoltate ale Uniunii Europene, fiind foarte posibil ca avantajele comparative să dispară datorită faptului că pe de o parte și forța de muncă, la fel ca orice altă resursă, are limite, iar pe de altă parte, datorită scăderii ratei natalității. Aceasta va avea ca și consecință directă, pierderea de către România a avantajului comparativ în produsele intensive în muncă și astfel, a competitivității datorată costului scăzut al forței de muncă.
- Pentru ieșirea din criză, este nevoie de o trecere de la o creștere bazată pe forță de muncă ieftină, la o creștere bazată pe produse complexe, care să se bazeze pe știință și tehnologie[117]. Teoriile creșterii consideră ca surse importante de creștere economică, cercetarea-dezvoltarea, investițiile în educație și formarea profesională. Acești factori pot susține implicit un comerț cu produse intensive în tehnologie, pe care le promovează inclusiv Uniunea Europeană, ca un obiectiv strategic al acesteia stipulat inclusiv în prevederile Agendei Lisabona. Dacă avem în vedere statisticile, ponderea sub 1% a cheltuielilor cu cercetarea-dezvoltarea în PIB este mult prea redusă pentru a se putea reflecta în exporturi intensive în tehnologie. În plus, ramurile cu o contribuție însemnată în producția industrială și export înregistrează o activitate de cercetare redusă (de exemplu, textile, confecții, pielărie, încălțăminte).
- Deschiderea economică a României se bazează astfel pe factori cantitativi și nu calitativi, fiind preponderente avantajele comparative la sectoarele

[117] Exemplul cel mai concludent în acest sens este cel al țărilor asiatice, care în perioada 1980-1992 au cunoscut o scădere accentuată a ponderii produselor intensive în muncă și o creștere a ponderii produselor intensive în tehnologie.

intensive în forță de muncă, care au un aport redus la valoarea adăugată brută.

- Viitorul comerțului exterior românesc depinde de capacitatea României de a-și exploata punctele forte, mai ales la nivelul resurselor umane, resurselor naturale, produselor tradiționale și specificului cultural, coroborate cu o mai bună coordonare între companii, asociații de afaceri și organizații private și sectorul public, ca singurul mod în care se poate exploata oportunitățile, depăși slăbiciunile și amenințările și respectiv, capitaliza tot mai mult de pe urma avantajelor ce decurg din statutul României de membru al Uniunii Europene.

Căi și perspective de dezvoltare sustenabilă a exportului României

- Creșterea volumului exportului este un obiectiv fundamental al oricărei economii naționale care dorește să se angajeze pe calea dezvoltării sustenabile.
- Majorarea exporturilor naționale nu este un lucru care se produce accidental, ci presupune managementul unei strategii naționale elaborate și implementate în parteneriat public-privat, cu mediile de afaceri, strategie corelată cu celelalte obiective strategice naționale. Fără o astfel de înțelegere, sectorul public singur nu va putea impune din afara mediului de afaceri un mod de acțiune eficient, iar sectorul privat nu va putea, de unul singur, să depășească toate constrângerile care pot bara drumul spre piețele externe.
- În ultimii ani, România s-a depărtat de bunele practici în ceea ce privește susținerea și promovarea exporturilor prin reducerile masive de personal în MECMA și CRPCIS, instituții cheie în dezvoltarea exporturilor. În plus, pregătirea și stabilitatea personalului existent nu au fost priorități guvernamentale, iar conducerea CRPCIS a fost permanent schimbată, la intervale scurte de timp, slăbindu-i capacitatea instituțională.
- România nu are prea mult timp la dispoziție pentru a dezvolta o cultura managerială și de susținere a exporturilor la nivelul economiilor avansate și înalt competitive iar criza economică a demonstrat că firmele, care au avut în spate rețele naționale de sprijin, integrate pentru tot lanțul de decizii pentru a avea succes pe piețe, au și rezistat sau chiar s-au întărit. În dezvoltarea acestor structuri de sprijin, România a făcut pași semnificativi înainte, dar se află numai la început de drum. Creșterea capacității instituționale, atât la nivelul structurilor asociative ale mediului de afaceri, cât și la nivelul public pentru a servi mai bine și susține pe exportatori și exporturile prin instrumente și mecanisme eficiente este probabil cea mai mare provocare în succesul extern al „Made in Romania".
- Pe lângă creșterea capacității instituționale de a oferi servicii exportatorilor, dezvoltarea abilităților manageriale de a elabora și aplica strategii eficiente de

export este, de asemenea un factor de succes important. Între constrângerile percepute de firme și cele reale, impuse de modul de funcționare a pieței moderne, există un ecart important, ceea ce presupune un proces de re-educare managerială. Tot pe planul resurselor umane, dezvoltarea competențelor tehnice, a formelor de învățământ dual și vocațional pe tot parcursul vieții este soluția sigură pentru menținerea în competiția internațională sub aspectul pregătirii resurselor umane.

- Un alt atu forte al României, pe lângă forța de muncă, este poziționarea geografică. România este foarte bine poziționată să se dezvolte într-un ansamblu major și centru de servicii de valori adăugate din Europa și regiunea Mării Negre. Folosind cifrele din experiența internațională, sunt calculate beneficiile comerciale pentru economia românească și pentru întreprinderile românești. Aceste beneficii se referă la: creșterea veniturilor statului, dezvoltarea exportului si re-exportului și crearea de noi locuri de muncă. Cifrele din experiență internațională arată că, România poate majora volumul activității economice cu peste 10%, prin punerea în aplicare a proiectului de dezvoltare a unei rețele de centre logistice, de procesare și de re-export.
- România va trebui să acorde în viitor mai multă atenție înțelegerii modului de realizare a avantajelor competitive în comerțul internațional cu bunuri și servicii, în contextul apariției și dezvoltării lanțurilor valorice globale și a proceselor rapide de delocalizare și fragmentare pe cât mai multe activități a tranzacțiilor internaționale. Specializarea europeana intra-ramura în realizarea de produse intermediare sau chiar finite, pe lanțurile productive din țările UE, este o șansă a dezvoltării sustenabile a exporturilor.
- Alte atuuri importante pentru România sunt legate de avantajele pedoclimatice și ale potențialului agricol și bio-diversității pentru creșterea exporturilor de produse agro-alimentare. Valorificarea indicațiilor geografice, a produselor tradiționale și folosirea sinergiilor între lanțurile valorice sectoriale la nivel local între produse agro-alimentare, turism, cultură, produse artizanale poate asigura dezvoltare sustenabila a exportului.
- Creativitatea individuală este un alt atu important. Transformare acesteia în produse inovative la export sau în industrii creative competitive internațional, presupune însă un efort susținut de corelare a SNE cu obiectivele unei strategii de promovare a inovării.
- România va trebui să mizeze în viitor, pe lângă sectoarele tradiționale de export sau de cele prelucrătoare impuse de noile tendințe de specializare intra-europene, pe sectoarele ce le configurează: noile tendințe în consum, agenda internațională și strategiile UE respective, IT&C și energiile verzi,

regenerabile. Evoluția comerțului internațional cu produse și servicii IT&C, considerate de mulți ca o adevărată revoluție a ceea ce înainte nu se putea comercializa (non tradable revolution), precum și a tranzacțiilor cu produse regenerabile, impune sensibilizarea managerilor români cu avantajele acestor piețe.

- Creșterea capacității asociative la nivel de firme si dezvoltarea de clustere inovative este o altă șansă ce trebuie valorificată. Dezvoltarea de produse inovative presupune colaborare intre firme pe lanțurile valorice și dezvoltarea de servicii în rețea, în care cruciale sunt cele de CDI, sourcing și marketing.