

# ROMÂNIA REGIUNEA VEST CREȘTEREA COMPETITIVITĂȚII ȘI SPECIALIZAREA INTELIGENTĂ<sup>1</sup>

---

## *Evaluarea rezultatelor comerțului exterior*

**Martie 2013**

**Raport intermediar**

---

<sup>1</sup> Prezentul raport a fost întocmit de Guillermo Arenas și Daria Taglioni

## Cuprins

---

REZUMAT .....	1
1. INTRODUCERE .....	4
2. STABILIREA CADRULUI.....	7
3. PERFORMANȚA COMERȚULUI ȘI COMPETITIVITATEA: O PRIVIRE GENERALĂ.....	11
2.1. Caracteristicile principale ale sectorului de export .....	11
2.2. Performanțe comerciale recente.....	16
2.3. Cât de mult performanțele comerciale se explică prin compoziție în raport cu competitivitatea ?.....	17
3.4. Sursele de creștere a exporturilor .....	21
3.5. Rezumat .....	31
4. EXTINDEREA ȘI DIVERSIFICAREA PIETEII .....	33
4.4. Performanța pe piață: concentrare, structură și tendințe .....	33
4.5. Extinderea și diversificarea pieței - răspunsuri la nivel de firmă .....	37
4.3. Potențial și constrângeri privind diversificarea pieței .....	43
4.4. Rezumat .....	48
5. CREȘTEREA EXPORTURILOR PRIN EXTINDEREA ȘI MODERNIZAREA PRODUSELOR.....	50
5.1. Structură și tendințe în sectoarele de export și produse.....	50
5.2. Concentrarea produselor se datorează strategiilor câtorva exportatori dominanți? .....	61
5.3. Ce facilitează intrarea cu succes la export ? .....	65
5.4. Rezumat .....	5
Referințe.....	8

## Lista Figurilor

---

Figura 1. Exporturi ca % din PIB (2005 și 2009) .....	7
Figura 2. Importuri ca % din PIB (2005 și 2009).....	7
Figura 3. Exporturile în Regiunile din România (miliarde dolari americani) .....	8
Figura 4. Exporturile în județele din Regiunea Vest (miliarde dolari americani).....	8
Figura 5. Rata de creștere reală a valorii adăugate brute regionale.....	8
Figura 6. Contribuția Exporturilor la Cifra de Afaceri (2010) .....	8
Figura 7. Top 10 CAEN 2 sectoare în Regiunea Vest (prin ocuparea forței de muncă) .....	10
Figura 8. Densitatea Firmelor și Exportatorilor în 2010.....	11
Figura 9. Rata medie anuală de creștere a Numărului de Exportatori (2007-2011).....	11
Figura 10. Regiunea Vest: Exporturi pe sectoare.....	13
Figura 11. Structura regională a exporturilor pe sectoare (% exporturi regionale) .....	13
Figura 12. Procentul exporturilor pe tip de proprietate și Regiune.....	14
Figura 13. Regiunea Vest: Procentul exporturilor pe tip de proprietate și Sector .....	14
Figura 14. Dimensiunea medie a exportatorilor (milioane dolari americani exporturi).....	15
Figura 15 Dimensiunea medie a exportatorilor internaționali (milioane dolari americani exporturi).....	15
Figura 16. Descompunerea performanței exporturilor în Regiunea Vest în factori pull și push, .....	19
Figura 17. Contribuții la creșterea exporturilor (medie 2006-2011) .....	22
Figura 18. Structura geografică și organizațională încorporată a industriei de automobile .....	24
Figura 19: Complexitatea lanțului valoric în industria de confecții .....	26
Figura 20: Curba valorii adăugate în lanțul valoric în sectorul confecții.....	28
Figura 21: Un lanț valoric în sectorul agro-alimentar .....	29
Figura 22: Lanțul valoric Nutella .....	30
Figura 23. Concentrarea pieței (indice HH).....	33
Figura 24. Procentul exporturilor către UE27.....	33
Figura 25. Contribuția la creșterea exporturilor pe regiune (2005-2011) .....	37
Figura 26. Regiunea Vest: orientarea creșterii pe piață (2005-2011).....	37
Figura 27. Numărul mediu de destinații pe Regiune .....	39
Figura 28. Numărul mediu de destinații (Țară).....	39
Figura 29. Valoare medie a exporturilor pe destinație.....	39
Figura 30. Structura exporturilor în funcție de destinație .....	39
Figura 31. Intrarea medie pe piață (Numărul de firme) în funcție de destinație (2008-2011).....	42
Figura 32. Valoarea medie de export pentru fiecare intrare.....	42
Figura 33. Riscul exporturilor în Regiunea Vest .....	46
Figura 34. Cererea importurilor pentru regiunile selectate (2011) .....	47
Figura 35. Estimarea cererii importurilor - Regiuni Selectate.....	47
Figura 36. Indice Herfindahl-Hirschman privind Concentrația Produsului de Export.....	57
Figura 37. Cota total exporturi a primelor 10 produse de export .....	57
Figura 38. Cota primelor 10 produse exportate pe cector în Regiunea Vest .....	57
Figura 39. Procentul firmelor în funcție de numărul de produse exportate .....	62
Figura 40. Procentul totalității exporturilor în funcție de numărul produselor exportate.....	62

Figura 41. Indice concentrare pe firme în funcție de numărul de produse exportate (Regiuni).....	63
Figura 42. Indice concentrare pe firme în funcție de numărul de produse exportate (Sectoare în Regiunea Vest) .....	63
Figura 43. Numărul mediu al produselor noi pentru fiecare firmă (Regiuni) .....	64
Figura 44. Numărul mediu al produselor noi pentru fiecare firmă (Sectoare din Regiunea Vest) .....	64
Figura 45. Sofisticare Regiuni.....	67

## Lista Tabelelor

---

Tabel 1. Creștere TFP pe regiune, 2008-10 ( în puncte procentuale, ponderată de ocuparea forței de muncă) .....	9
Tabel 2. Exporturile în funcție de primele firme de top exportatoare .....	15
Tabel 3. Creșterea exporturilor (%) 2006-2011 .....	17
Tabel 4. Descompunerea creșterii exporturilor în factori de “pull “ și “push”: Vest vs regiuni comparabile .....	20
Tabel 5. Concentrarea Exporturilor pentru Principalele Sectoare de Export în Regiunea Vest (2011) .....	30
Tabel 6. Regiunea Vest: Primele zece destinații piețele de export Top în 2011.....	34
Tabel 7. Regiunea Vest: Contribuția la Creșterea Exporturilor a Destinațiilor Principale (% total creștere export).....	35
Tabel 8. Accesul pe piață al exportatorilor în Regiunea Vest și țările selectate .....	38
Tabel 9. Noi intrări pe piață, 2007-2011 .....	41
Tabel 10. Ratele de supraviețuire ale destinațiilor din EU și din afara EU (2007-2011).....	43
Tabel 11. Corelarea cererii de import în afar petrolului pe regiuni (2000-2011) .....	44
Tabel 12. Tarife cu care se confruntă exportatorii din Regiunea Vest de produse agroalimentare în piețele selectate.....	48
Tabel 13. Top 20 Produse Exportate în Regiunea Vest în 2011 .....	52
Tabel 14. Destinațiile de piață pentru primele 10 Exporturi din Regiunea Vest în 2011 .....	54
Tabel 15. Primele 20 de produse de export ale firmelor de pe piața internă .....	55
Tabel 16. Evoluția avantajelor comparative revelate în Regiunea Vest, 2005 și 2011 .....	58
Tabel 17. Defalcarea creșterii exportului pe sectoare, 2005-2011.....	59
Tabel 18. Orientarea creșterii a produselor auto de export.....	61
Tabel 19. Ratele de supraviețuire a intrărilor produselor pe regiune, 2008-2011 .....	65
Tabel 20. Impactul ISD asupra intrării la export .....	1
Tabel 21. Valori unitare ale exporturilor directe vs. exporturile prin intermediari.....	3

## Lista Casetelor

Caseta 1. Sectorul auto .....	24
Caseta 2. Lanțuri valorice internaționale în sectorul de confecții .....	25
Caseta 3. Lanțuri valorice internaționale în sectorul agro-alimentar .....	28
Caseta 4. Măsurarea riscului exporturilor .....	45

## REZUMAT

---

În termeni generali, performanța la export din Regiunea Vest este foarte pozitivă. În afară de a fi una dintre regiunile cu cea mai mare contribuție a exporturilor la PIB, Regiunea Vest este una dintre regiunile României cu un nivel ridicat de comerț. Dezvoltarea exporturilor a fost susținută, iar începând cu 2009 și - deși determinată de performanțele firmelor localizate în Arad și Timiș - fiecare din cele patru județe din regiune reprezintă un exportator net.

Cu toate acestea nu există loc pentru automulțumire. Performanța în domeniul exportului este, de asemenea, extrem de concentrată. Este dominată de sectorul auto și - într-o măsură mai mică - de sectorul de confecții/încălțăminte. Majoritatea exporturilor sunt generate de câteva firme cu capital străin integral sau parțial. Dimensiunea relativ mare a firmelor de export în ceea ce privește vânzările la export în comparație cu alte regiuni din România sugerează de asemenea că participarea la export poate fi sub potențial pentru restul producătorilor din regiune. În final, în linii generale, partea de Vest a României exportă produse cu un nivel de calificare relativ scăzut și mai puțin sofisticate.

Legăturile cu furnizorii și producătorii străini sunt extrem de importante. Există o relație extrem de pozitivă între prezența filialelor străine situate în amonte (care furnizează inputuri) și industriile de fabricație situate în aval și intrarea pe piețele de export. Acest rezultat este în concordanță cu alte cercetări care arată importanța intrărilor de calitate superioară pentru îmbunătățirea produselor și rolul furnizorilor multinaționali în cadrul acestui proces. Inputurile sofisticate necesită un proces de producție sofisticat, ceea ce explică de ce numai exportatorii străini (care tind să fie mai mari decât firmele naționale) și exportatorii naționali mai mari par a fi mai afectați de prezența ISD în industriile situate în amonte.

Cu toate acestea, aceleași dovezi econometrice sugerează că o concurență sporită din partea firmelor multinaționale în cadrul aceleiași industrii face mai greu pentru un producător intern să înceapă să exporte cu succes. O posibilă explicație pentru acest rezultat este faptul că firmele cu capital străin, care sunt extrem de dezvoltate în Regiunea Vest, îndepartează firmele locale mai mici și lasă foarte puțin spațiu în același sector industrial.

Companiile din Regiunea Vest nu pot fi acuzate că nu încearcă. Acestea experimentează mult atât din punct de vedere al noilor destinații de export cât și din punct de vedere al produselor. Cu toate acestea, doar unul din șase produse are succes pe piețele de export pentru mai mult de doi ani consecutivi.

În timp ce atragerea de producători străini rămâne o chestiune extrem de importantă pentru regiune ca un catalizator cheie de creștere, ar trebui identificate canalele pentru a diversifica și a sprijini exporturile firmelor de pe plan intern. Diversificarea în ceea ce privește piețele poate merge împreună cu diversificarea în ceea ce privește sectoarele/produsele și stimularea IMM-urilor. Există o cauzalitate circulară puternică în ceea ce privește concentrarea excesivă a exporturilor din Regiunea Vest. Câteva firme mari, care exportă o gamă de produse consolidate pentru câteva piețe, în special în contextul industriilor auto, textile și confecții, conduc aproape totalitatea exporturilor din regiune.

Prin urmare, orice strategie de diversificare va trebui să cuprindă trei etape. Aceasta ar trebui să vizeze în același timp crearea de condiții pentru mai multe firme, și în special firme naționale, pentru ca acestea să exporte cu succes; ar trebui să contribuie la creșterea gamei de produse exportate; și să încurajeze intrarea acestora pe piețe noi. Identificarea strategiilor pentru firmele care își desfășoară activitatea în afara lanțurilor valorice internaționale și identificarea piețelor de cerere în afara sectoarelor și țărilor tradiționale sunt de natură să ajute. Pe baza experiențelor din alte țări, inițiativele care trebuie luate în considerare includ:

1. *Inițiativele orientate către ofertă în vederea creșterii calității și a gradului de complexitate*, în special pentru firmele de pe piața internă ale căror exporturi rămân în mare parte axate pe produse cu performanțe tehnice relativ scăzute și grad de complexitate redus. Asistența în ceea ce privește strategia va fi furnizată în raportul complementar care se va axa pe strategiile de specializare inteligentă și studiile de caz sectoriale.
2. *Stimularea legăturii între furnizorii interni și comercianții cu ridicata/ en gros*. Acest lucru se poate dovedi extrem de util pentru firmele care nu au experiența activității de export întrucât le scutește de costurile și eforturile de care ar fi nevoie pentru a învăța despre piețele externe și procedurile de export și pentru a găsi clienți în străinătate. Acest lucru ar putea avea succes în special în sectoare cum ar fi produsele alimentare și băuturi, produsele chimice, materiale plastice și din lemn, precum și pentru producătorii interni din județele mai puțin dezvoltate din Regiunea Vest.
3. *Exploatarea mai multor oportunități în afara modelelor de export tradiționale*. Domeniul de aplicare în vederea diversificării geografice există în sectoare care în prezent sunt mai puțin evidente. Industria agro-alimentară și cu precădere sectorul de produse de origine animală și legume deține potențialul de a se extinde în țările învecinate, inclusiv Serbia, Croația, Moldova și Ucraina. Intrarea în unele destinații din afara UE precum Serbia, Moldova și Turcia este extrem de dinamică - chiar mai dinamică decât intrarea în majoritatea țărilor din UE, dar ratele de supraviețuire sunt mult mai reduse.
4. *Consolidarea serviciilor moderne de afaceri*. Discuțiile tematice de grup au sugerat că există un potențial mare de a exporta software și alte servicii. Datele nu sunt disponibile în vederea evaluării acestui potențial. Cu toate acestea un sector puternic de servicii reprezintă nu numai o sursă de diversificare a exporturilor, dar, de asemenea, o modalitate de consolidare a competitivității economiei naționale.
5. *Promovarea politicilor favorabile pieței produselor și afacerilor la nivel național*. Competitivitatea comercială depinde într-o măsură semnificativă de mediul de afaceri local în care firmele își desfășoară activitatea. Un cadru de reglementare care nu impune obligații inutile poate facilita integrarea pe Piața Unică Europeană și poate accelera creșterea și convergența la niveluri de venit mai ridicate. Reglementarea excesivă a afacerii poate avea ca rezultat resurse îndreptate spre respectarea reglementărilor mai degrabă decât crearea productivității, în același timp ca și

constrângerea în vederea alegerii tehnicilor de producție conducând la alocarea greșită a resurselor. În contextul UE acest lucru este deosebit de relevant, din moment ce îmbunătățirea mediului de reglementare și alinierea acestuia la standardele UE sunt esențiale pentru a profita pe deplin de beneficiile pieței unice. Datele recente arată că politicile privind piața produselor din România sunt mai restrictive din punct de vedere al concurenței decât în majoritatea țărilor similare. Acest lucru se reflectă în slaba clasare a României - locul 20 - între cele 22 țări din UE incluse într-un studiu OECD. Analizele recente arată că, dacă România și-ar fi îmbunătățit cadrul de reglementare la același nivel ca și Danemarca în 2010, creșterea anuală a productivității ar fi fost cu 14% mai mare față de perioada 1995-2010.

# 1. INTRODUCERE

---

Obiectivul acestui raport este acela de a prezenta o analiză a performanței recente a comerțului în Regiunea Vest. Această analiză se bazează pe cadrul general de analiză Diagnoza Competitivității Comerțului dezvoltată de Departamentul pentru Comerț Internațional al Băncii Mondiale (Reis și Farole, 2012). Acest cadru implică evaluarea performanțelor comerciale de-a lungul mai multor dimensiuni care contribuie la formarea unei imagini globale cu privire la gradul de sustenabilitate a sectorului de export din Regiunea Vest. Dimensiunea analizată cuprinde : i) nivelul, creșterea și performanța cotei de piață a exporturilor existente ("marja intensivă"); ii) diversificarea produselor și a piețelor ("marja extensivă"); iii) calitatea și complexitatea exporturilor ("marja de calitate"); și iv) modelele de intrare și de supraviețuire a exportatorilor.

Analiza prezentată în această notă combină trei abordări metodologice:

Evaluarea totalității performanțelor comerciale: această analiză utilizează ansamblul datelor comerciale tradiționale pentru a evalua performanța în termenii dimensiunilor menționate anterior. Analiza face uz de programele analitice care fac parte din Analiza Diagnostic a Competitivității Comerciale. Aceasta se bazează în principal pe datele furnizate de Institutul Național de Statistică (INS) cu privire la exporturile la nivel regional și județean, care prezintă coeficienți defalcați la nivel de 6 cifre din SA . Comparații cu performanța altor țări sunt efectuate folosind UN Comtrade (prin intermediul platformei WITS). Utilizează, de asemenea, alte surse privind datele comerciale de la FMI, UNCTAD (Conferința Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare), TIC și Banca Mondială.

Analizând performanțele comerciale printr-un obiectiv la nivel de firmă : Pe baza datelor detaliate de la nivelul firmei accesate prin Institutul Național de Statistică (INS) - inclusiv datele agregate de la operațiunile Vamale și sondajul anual asupra mediului de afaceri (SNA) care conțin date la nivel de firmă și la nivel de instalație ; această analiză examinează dinamica exporturilor la nivel de firmă, inclusiv modele de intrare, extinderea, diversificarea, modernizarea, și ieșirile din exporturi bazate pe caracteristicile firmei, cele ale sectoarelor și ale piețelor. Comparațiile cu performanțele altor țări sunt, de asemenea, efectuate prin utilizarea Bazei de Date privind Dinamica Exportatorului a Băncii Mondiale. Această bază de date oferă o imagine completă a caracteristicilor și dinamicii exportatorilor în 45 de țări dezvoltate și în curs de dezvoltare în perioada 2003-2009.

Coborând spre o perspectivă la nivel de sector: abordările analitice prezentate mai sus au fost în continuare asociate cu o analiză la nivel de sector. Perspectiva la nivel de sector oferă o imagine mai clară a asemănărilor și diferențelor în indicii de performanță și a factorilor determinanți ai competitivității în toate sectoarele. Abordarea la nivel de sector a fost utilizată în special pentru realizarea de interviuri și grupuri tematice<sup>2</sup> care au fost efectuate pentru a

---

<sup>2</sup> Cinci sesiuni de grupuri tematice au avut loc în Timișoara, Arad, Caraș-Severin și Hunedoara în perioada 26 noiembrie și 10 decembrie 2012. În plus, interviuri individuale au avut loc cu câteva firme



permite o mai bună înțelegere a contextului și pentru a identifica recomandări privind politicile specifice. Grupurile tematice au fost conduse de reprezentanți ai firmelor din șapte sectoare de activitate : automobile, textile, TIC, turism, sănătate, construcții și energie. Este important să subliniem că aceste sectoare au fost alese deoarece ele reprezintă sectoare importante ale economiei locale. Acestea su fost identificate de către autoritățile locale nu pentru că sunt considerate ca fiind sectoare "câștigătoare". Au fost mai degrabă alese pentru că prezintă potențial pentru viitorul Regiunii Vest și pentru că sunt reprezentative pentru tendințe mai ample.

De-a lungul documentului, performanța comercială în Regiunea Vest este evaluată în raport cu regiuni similare din România și țări similare din străinătate, în scopul de a le prezenta într-o perspectivă comparativă. În multe cazuri, comparațiile sunt făcute în raport cu următoarele regiuni din România: București-Ilfov, Nord-Est și Centru. 3

Restul prezentului document este structurat după cum urmează: Secțiunea 2 stabilește cadrul oferind o sinteză a Regiunii Vest și importanța sectorului de exporturi. Secțiunea 3 prezintă performanța recentă privind exportul în Regiunea Vest, caracterizează sectorul de export, și analizează creșterea comercială pentru a identifica și ilustra problemele cheie care trebuie să fie explorate. Aceasta este urmată de Secțiunile 4 și 5 cu o analiză mai detaliată a performanței comerciale și perspectivele de creștere economică care derivă din principalele surse potențiale de creștere a exporturilor : piețele și respectiv produsele.

Prezentul raport face parte dintr-o serie mai amplă de rapoarte care reprezintă baza pentru "Consolidarea Competitivității în Regiunea Vest România și Specializarea Inteligentă" alte subiecte acoperite de evaluare cuprind:

- Evaluarea Teritorială
- Evaluarea Geografiei Economice
- Evaluare Infrastructurii Logistice și de Transport

---

selecționate și companii mari în Regiunea Vest și București. Sesiunile de grupuri tematice au durat, în medie, 2,5 ore și au ridicat un set standard de probleme având la bază documentația analizei inițiale "Rezultate Comerciale". Numărul de participanți în cadrul fiecărei sesiuni a variat între 4 și 9.

<sup>3</sup> Exercițiul de evaluare comparativă din acest raport a fost influențat de disponibilitatea datelor la momentul la care a fost elaborat acest document. Datele privind exporturile la nivel regional în România au fost disponibile doar pentru perioada din 2005 până în 2011. În mod ideal, regiuni din România ar putea fi comparate cu alte regiuni similare din alte țări din UE. Cu toate acestea, ca urmare a noutății prezentei analize, nu există seturi de date prezentate în detaliu în alte țări pe care le-am putea compara cu Regiunea Vest. De asemenea, compararea rezultatelor la nivel de firmă la nivel național este condiționată de disponibilitatea datelor naționale în Baza de Date privind Dinamica Exportatorilor a Băncii Mondiale. În cele din urmă, alegerea regiunilor care urmează a fi comparate din România a fost efectuată de Agenția de Dezvoltare Regională Vest (ADR Vest).

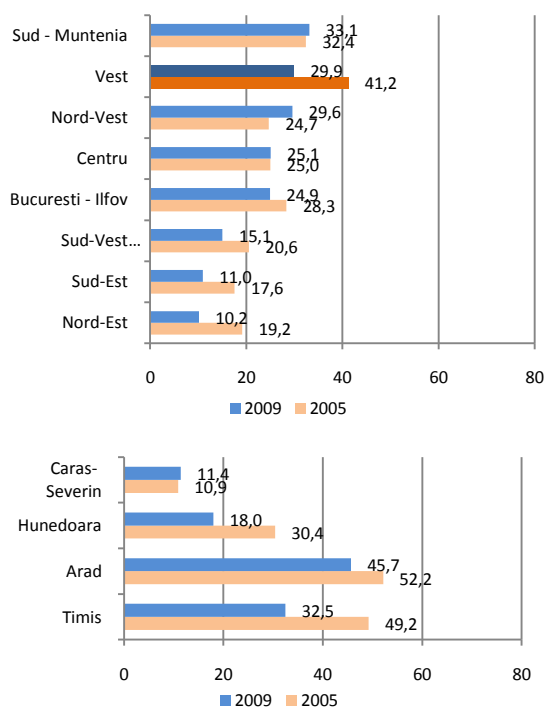
- Analiza Diagnostic a Competitivității
- Studii de caz nișă pesectoare și Specializare Inteligentă

Un set detaliat de recomandări privind politica de îmbunătățire a competitivității pe termen lung din Regiunea Vest România va fi finalizat doar după încheierea acestei serii de recomandari de politici publice în 2013.

## 2. STABILIREA CADRULUI

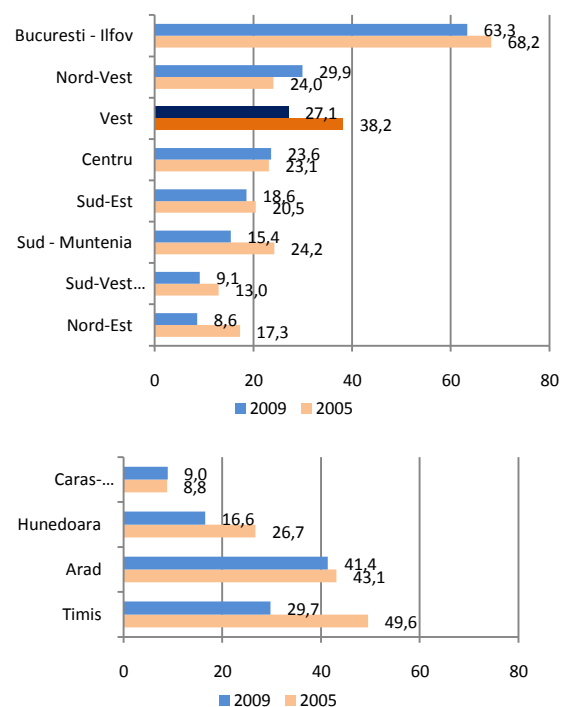
Cu exporturi în valoare de 19 miliarde Lei (sau 4,5 miliarde euro) și importuri în valoare de 17 miliarde Lei (sau 4,1 miliarde euro), Regiunea Vest este a doua regiune orientată spre export și a treia dintre regiunile orientate spre import. În 2009 exporturile au reprezentat 29,9% din PIB-ul regiunii, iar importurile 27,1% (Figura 1 și Figura 2). Cu toate acestea, regiunea care a cunoscut cea mai clară scădere a dependenței de comerț dintre regiunile din România: în 2005 ponderea PIB din exporturi a reprezentat 41,2% și cea din import 38,2. În regiune există o eterogenitate substanțială: Arad este în cea mai mare măsură orientat către export (45,7% și respectiv 41,4% din PIB), iar Caraș-Severin cel mai puțin deschis la comerț (11,4% și respectiv 9% din PIB).

**Figura 1. Exporturi ca % din PIB (2005 și 2009)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 2. Importuri ca % din PIB (2005 și 2009)**

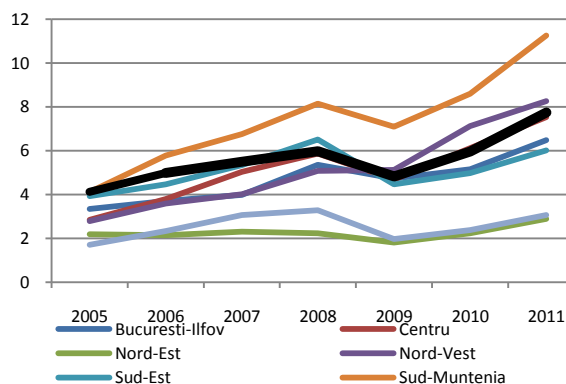


Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

În ansamblu, performanța exporturilor din Regiunea Vest sunt foarte pozitive: creșterea exporturilor este susținută (Figura 3), cu precădere din 2009 și este determinată de performanțele firmelor din Arad și Timiș (Figura 4) ) în timp ce creșterea exporturilor din Hunedoara și Caraș-Severin este în întârziere față de performanța celor două regiuni din vârf. Mai mult decât atât, regiunea, precum și fiecare dintre județele sale, reprezintă un exportator net. Acest lucru nu este valabil pentru regiunile cu care a fost comparată (București-Ilfov, Centru și Nord-Vest) care sunt, de asemenea, extrem de dinamice din punct de vedere al exporturilor. În Regiunea Vest, nu numai că Arad și Timiș au o densitate substanțial mai mare din punct de vedere al firmelor decât Hunedoara și Caraș-Severin, dar aceste firme sunt mult

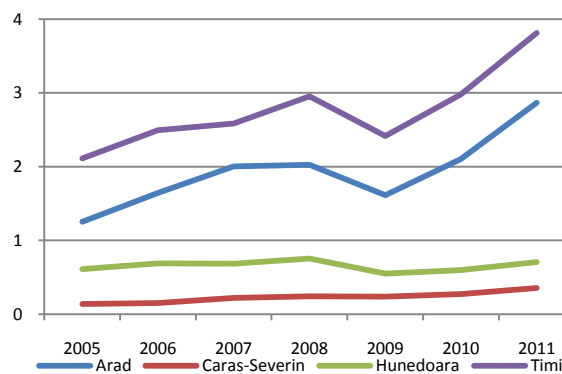
mai susceptibile de a exporta - probabilitatea unei firme din Arad (unde participarea la export este cea mai mare) să fie exportator este cu 67 la sută mai mare decât în Caraș-Severin și cu 50 la sută mai mare decât în Hunedoara. În medie, firmele din Arad și Timiș au exportat în jur de 40 la sută din producția lor în 2010, în timp ce, în medie, firmele din Caraș-Severin și Hunedoara au exportat doar jumătate din acel nivel de producție.

**Figura 3. Exporturile în Regiunile din România (miliarde dolari americani)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

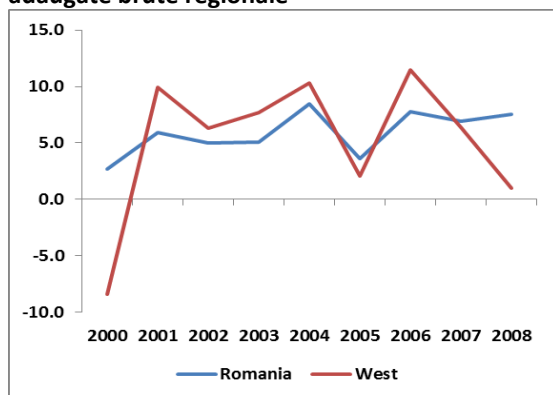
**Figura 4. Exporturile în județele din Regiunea Vest (miliarde dolari americani)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

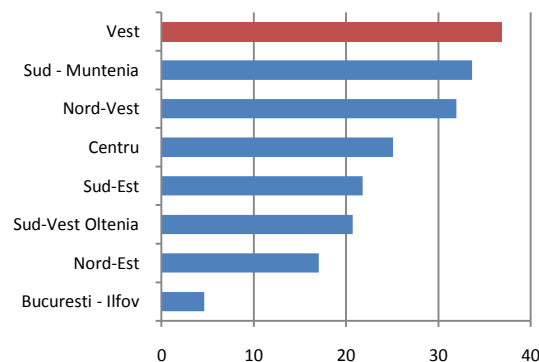
Acestea fiind spuse, nu există loc pentru automulțumire. Evoluția valorii adăugate brute (VAB) pentru regiune sugerează că, în partea de Vest, atât expansiunea economică cât și recesiunea sunt mai pronunțate decât pentru țară ca întreg (Figura 5). Exporturile, care reprezintă cea mai mare parte a producției în toate regiunile din România (Figura 6), pot reprezenta un canal important pentru uniformizarea acestui ciclu. Asigurarea stabilității cererii pentru exporturile din regiune, de exemplu prin intermediul exporturilor și diversificarea pieței de produse, este prin urmare importantă.

**Figura 5. Rata de creștere reală a valorii adăugate brute regionale**



Sursa: Eurostat

**Figura 6. Contribuția Exporturilor la Cifra de Afaceri (2010)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS și SBS

Exportatorii s-au dovedit de asemenea a fi mai productivi decât firmele non-exportatoare. Cercetările substanțiale cu privire la comerț și eterogeneitatea firmelor [Roberts

și Tybout (1997); Bernard și Jensen (2004); Bernard et. al. (2007)] demonstrează în mod clar că firmele cele mai productive tind să fie cele care participă pe piețele de export. Atât firmele exportatoare cât și firmele non-exportatoare au funcționat foarte bine în Regiunea Vest și prezintă cel mai înalt factor total al creșterii productivității (TFP) din România între 2008 și 2010 (Tabel 1).

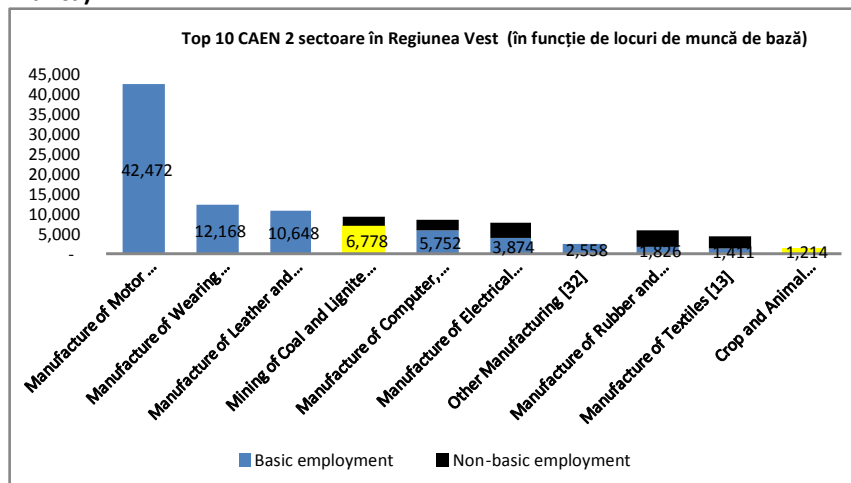
**Tabel 1. Creștere TFP pe regiune, 2008-10 ( în puncte procentuale, ponderată de ocuparea forței de muncă)**

	Non Exp	Exp	Dif (exp -Nexp)
Nord -Est	6.63	31.31	24.68
Sud -Est	4.68	27.44	22.76
Sud - Muntenia	0.61	32.31	31.71
Sud -Vest Oltenia	0.58	33.61	33.04
<b>Vest</b>	<b>8.51</b>	<b>34.37</b>	<b>25.86</b>
Nord -Vest	4.69	33.00	28.31
Centru	3.57	32.88	29.31
București -Ilfov	1.63	8.00	6.37
Romania	3.18	25.53	22.34

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor SBS

Sectoarele de producție orientate spre export sunt principalele motoare economice din Regiunea Vest. Sectoarele auto, de textile și încălțăminte reprezintă cei trei mari angajatori din Regiunea Vest și locurile de muncă din sectorul auto sunt mai numeroase decât totalul locurilor de muncă din următoarele zece sectoare de producție combinate. Performanța bună a exporturilor auto în Regiunea Vest se reflectă într-o performanță extrem de puternică în economia globală: între 2007 și 2010, sectorul a cunoscut o cifră de afaceri de 84% și o creștere de 35% a ocupării forței de muncă în Regiunea Vest, comparativ cu o creștere medie de 52% și respectiv 2% la nivel de țară. Este de remarcat faptul că 90% din producție în sectorul auto este reprezentat de exporturi.

**Figura 7. Top 10 CAEN 2 sectoare în Regiunea Vest (prin ocuparea forței de muncă)**



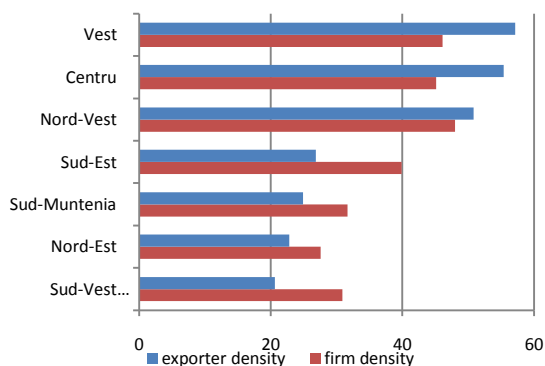
Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

### 3. PERFORMANȚA COMERȚULUI ȘI COMPETITIVITATEA: O PRIVIRE GENERALĂ

#### 3.1. Caracteristicile principale ale sectorului de export

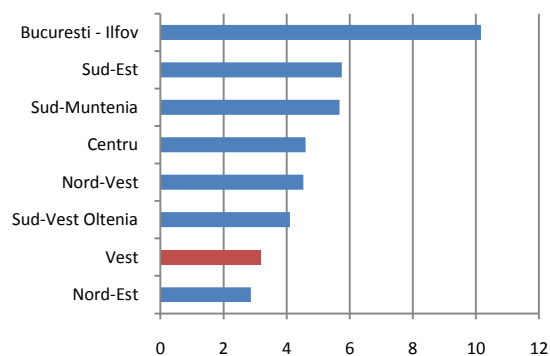
În afară faptului că reprezintă una dintre regiunile cu cea mai mare contribuție a exporturilor la PIB, Regiunea Vest este una dintre cele mai dense regiuni din România în privința exporturilor. În 2010, Regiunea Vest s-a clasat a patra din punct de vedere al exporturilor cu 1.041 firme exportatoare și cu cel mai mare procentaj de firme angajate în exportul în țară (2,2%)<sup>4</sup>. În plus, Regiunea Vest a înregistrat a doua cea mai mare densitate de exportatori și a treia cea mai mare densitate de firme din România cu 53 exportatori și 2.400 firme la 100.000 locuitori, ceea ce sugerează un nivel important al activității antreprenoriale în regiune. Cu toate acestea, Figura 8 arată că Regiunea Vest se află încă în urma regiunii București-Ilfov. Densitatea ei din punct de vedere al exportatorilor și firmelor este mai mică de șaizeci la sută față de densitatea celei din urmă 5. Mai mult decât atât, dinamica sectorului de export în Regiunea Vest arată o oarecare lipsă de dinamism în ultima vreme din moment ce rata la care regiunea a crescut din punct de vedere al numărului de exportatori este a doua cea mai mică din România (Figura 9).

**Figura 8. Densitatea Firmelor și Exportatorilor în 2010**  
(% din densitatea București-Ilfov)



Sursa: INS și Eurostat

**Figura 9. Rata medie anuală de creștere a Numărului de Exportatori (2007-2011)**



Sursa: INS

<sup>4</sup> În 2010 numărul exportatorilor și procentul firmelor exportatoare pe regiune au fost: București-Ilfov 2.097 (1,78%), Centru 1.294 (2,18%), Nord-Vest 1.279 (1,88%), Vest 1.014 (2,21%), Nord-Est 783 (1,47%), Sud-Muntenia 752 (1,40%), Sud-Est 689 (1,20%), și Sud-Vest Oltenia 428 (1,19%).

<sup>5</sup> București-Ilfov este regiunea care conduce în ceea ce privește atât firmele cât și densitatea exportatorilor cu 92 exportatori și 5.200 firme la 100.000 locuitori.

Patru caracteristici principale ale sectorului exporturilor din Regiunea Vest ajută la înțelegerea unora dintre rezultatele prezentate în acest raport: (i) poziția dominantă a sectorului auto, și într-o măsură mai mică poziția sectorului de confecții/încălțăminte, în ceea ce privește valoarea exporturilor; (ii) importanța firmelor cu capital străin pentru totalul exporturilor; (iii) dimensiunea relativ mare a firmelor exportatoare în ceea ce privește vânzările la export în raport cu alte regiuni din România; și (iv) concentrarea unei părți semnificative a exporturilor în câteva firme - dintre care majoritatea sunt firme cu capital străin - deținute și care au legătură cu sectorul auto.

Importanța sectorului auto este, probabil, caracteristica cea mai ușor de recunoscut din Regiunea Vest din moment ce acest sector a reprezentat 51,6% din valoarea totală a exporturilor în 2011. Această poziție dominantă pe parte de exporturi este asociată cu o performanță extrem de puternică a sectorului auto din economia globală: între 2007 și 2010, sectorul a cunoscut o cifră de afaceri de 84% și o creștere a ocupării forței de muncă de 35% în Regiunea Vest, comparativ cu creșterea medie de 52% și respectiv 2% a țării ca un întreg. În mod tradițional, sectoarele auto și de confecții/încălțăminte au reprezentat cea mai mare parte a exporturilor în Regiunea Vest, cu toate că ambele sectoare au cunoscut tendințe diferite: primul devine din ce în ce mai important din moment ce a plecat de la a reprezenta 41,8% la 51,6% din totalul exporturilor între 2005 și 2011 în timp ce importanța relativă a celui din urmă a scăzut de la 27% la 14% în privința totalului exporturilor în aceeași perioadă de timp (Figura 10). Sectorul TIC, un sector cu potențial care a determinat creșterea recentă a exporturilor în Regiunea Nord-Vest, și-a dublat importanța în Regiunea de Vest (de la 1,7% la 3,2%) în aceeași perioadă, dar rămâne un jucător marginal al celui din urmă sector.<sup>6</sup>

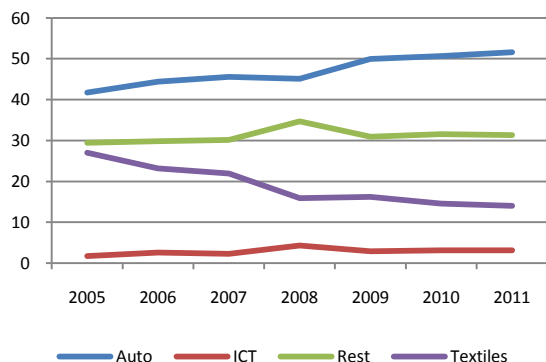
Figura 11 arată cum performanța impresionantă a exporturilor din Regiunea Vest în sectorul auto nu este reprodusă de sectorul auto în regiunile folosite pentru comparație cu posibila excepție a regiunilor Centru și Sud Muntenia - singura dintre regiunile supuse comparației în care sectorul auto reprezintă mai mult de 20% din totalitatea exporturilor. În Regiunea Nord Vest, sectorul TIC (în special echipamente electronice și de telecomunicații) reprezintă principalul sector de export și reprezintă aproximativ o treime din exporturi. Pe de altă parte, București-Ilfov are o bază de export mai diversificată, cu sectoarele auto, TIC și textile reprezentând doar 10% din totalul exporturilor. Sectorul și dinamica produselor în Regiunea Vest vor fi discutate mai în detaliu în Secțiunea 5.

---

<sup>6</sup> Alte sectoare importante de export în Regiunea Vest sunt Fabricarea produselor din cauciuc (7,4%), Fabricarea echipamentelor casnice (2,7%), Fabricarea de mobilier (2,5%) și Fabricarea de fier de bază și oțel și de feroaliaje (1,5%).

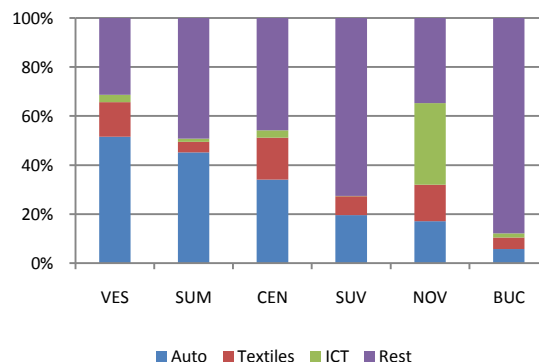


**Figura 10. Regiunea Vest: Exporturi pe sectoare (% total exporturi)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 11. Structura regională a exporturilor pe sectoare (% exporturi regionale)**

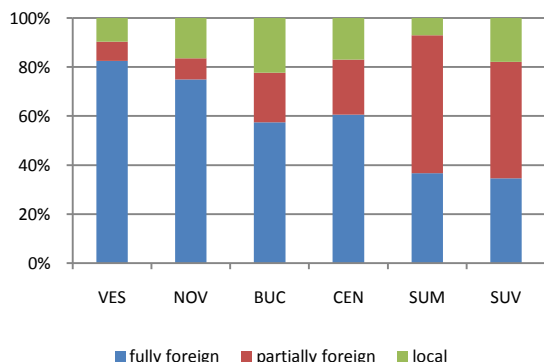


Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Proprietatea străină a firmelor exportatoare este o altă caracteristică importantă a sectorului de export în Regiunea Vest. Pentru România în ansamblu, ISD joacă un rol important din moment ce majoritatea exporturilor României provin de la firmele cu capital străin fie integral (47%), fie parțial (26,4%). Cu toate acestea, relevanța firmelor cu capital străin este deosebit de importantă în Regiunea Vest. 82,4% din exporturi sunt generate de firmele cu capital străin integral și suplimentar, 7,9% din exporturi provin de la firmele cu capital străin parțial. Aceste procente pentru firmele cu capital străin integral sunt cele mai mari din punct de vedere al regiunilor supuse comparației (Figura 12).

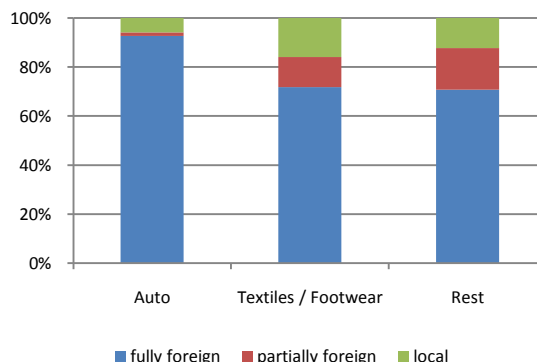
Gradul de dominare a firmelor cu capital străin integral în fluxurile de export din Regiunea Vest variază în sectoarele principale de export, de la 92,6% din exporturile din sectorul auto la 70,7% din exporturile din afara sectoarele auto și de confecții/încălțăminte (Figura 13). Merită de asemenea menționat faptul că, în special în sectorul auto, importanța firmelor cu capital străin integral în totalul exporturilor a crescut de-a lungul timpului în detrimentul firmelor cu capital străin parțial. Acest fapt este o problemă importantă deoarece sugerează oportunități reduse pentru parteneriate și societăți mixte între firmele străine și interne care ar putea genera repercursiuni asupra productivității și oportunități pentru transferul de tehnologie și competențe către economia locală.

**Figura 12. Procentul exporturilor pe tip de proprietate și Regiune**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 13. Regiunea Vest: Procentul exporturilor pe tip de proprietate și Sector**

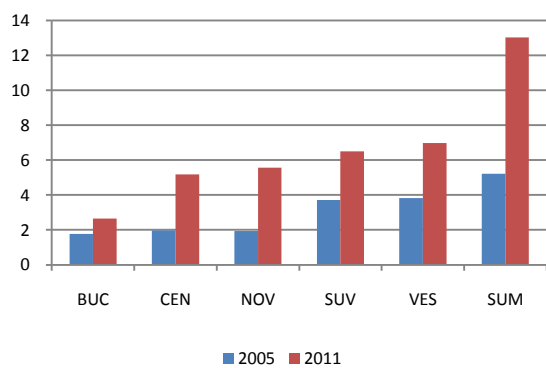


Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Cea de a treia caracteristică importantă a sectorului exporturilor în Regiunea Vest este dimensiunea relativ mare a firmelor sale. Aceasta este măsurată din punct de vedere al vânzărilor la export, dar firmele sunt mari, de asemenea, în conformitate cu alte criterii de măsurare a dimensiunii (numărul de angajați, active etc. - a se vedea raportul separat privind diagnosticarea firmelor din Regiunea Vest). În mod tradițional, exportatorii din Regiunea Vest au fost mai mari decât colegii lor din regiunile supuse comparației și decât media firmelor exportatoare din România cu excepția Regiunii Sud Muntenia. Mărimea medie a exportatorilor în Regiunea Vest a crescut de la 3,8 milioane dolari americani în 2005 la 7 milioane dolari americani în 2011 - dublându-și aproape mărimea medie în decurs de șase ani (Figura 14). În 2011, firma medie exportatoare din Regiunea Vest a avut vânzări care au fost de la 25% la 30% mai mari decât firmele concurente din regiunile Centru și Nord Vest și mai mult de două ori mărimea exportatorului mediu din Regiunea București-Ilfov.

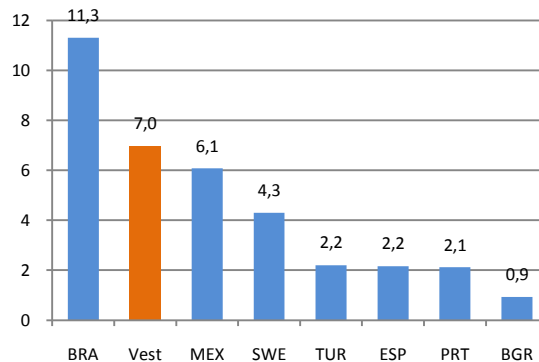
Figura 15 pune acest avantaj al dimensiunii într-o perspectivă internațională. Pentru țările pentru care sunt disponibile date comparabile, exportatorul mediu în Regiunea Vest este mai mic doar decât exportatorii din Brazilia (11,3 milioane dolari americani). Este în schimb mai mare decât media exportatorilor din Mexic (6,1 milioane dolari americani), Suedia (4,3 milioane dolari americani), Turcia (2,2 milioane dolari americani), Spania (2,2 milioane dolari americani), Portugalia (2,1 milioane dolari americani) și Bulgaria (0,9 milioane dolari americani).

**Figura 14. Dimensiunea medie a exportatorilor (milioane dolari americani exporturi)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 15 Dimensiunea medie a exportatorilor internaționali (milioane dolari americani exporturi)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Cea de a patra caracteristică importantă a sectorului exporturilor în Regiunea Vest este concentrarea exporturilor în câteva firme, toate dintre acestea cu capital străin integral și în legătură cu sectorul auto. Concentrarea exporturilor într-un număr mic de "superstaruri" de export nu este o descoperire surprinzătoare așa cum au menționat mai mulți autori. De exemplu, Maayer și Ottaviano (2007) au arătat că aceste firme sunt dominante în domeniul exporturilor, în timp ce Freund și Pierola (2012) au constatat că partea superioară de 1 la sută din firme reprezintă 53% din exporturi, în medie, pe un eșantion de 32 țări dezvoltate și în curs de dezvoltare. Ceea ce este remarcabil la Regiunea Vest este faptul că cinci firme în 2011 au reprezentat ceva mai mult de un sfert din totalul exporturilor (27,8%) în timp ce doar primii zece exportatori au reprezentat 38,3% din totalul exporturilor. Nivelurile mari de concentrare caracterizează, de asemenea, regiuni supuse comparației din România. Cu toate acestea, gradul înalt de concentrare a exporturilor reprezintă o dezvoltare mai recentă în Regiunile Nord-Vest și Centru și relativ de mai multă vreme în Regiunea Vest și regiunea București-Ilfov (Tabel 2).

**Tabel 2. Exporturile în funcție de primele firme de top exportatoare**

	București-Ilfov		Centru		Nord-Vest		Vest	
	2005	2011	2005	2011	2005	2011	2005	2011
Firmă de top	7.1	8.0	6.1	6.4	5.2	22.1	8.3	7.4
5 firme de top	24.3	27.0	17.3	24.7	17.9	40.3	27.0	27.8
10 firme de top	34.3	36.2	24.2	35.4	27.0	49.1	40.2	38.3

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

### 3.2. Performanțe comerciale recente

Exporturile în Regiunea Vest au crescut în medie cu rate de două cifre între 2005 și 2011 și totalul exporturilor aproape s-a dublat de la 4,1 la 7,7 miliarde de dolari americani în intervalul de șase ani acoperit de setul de date la nivel de firmă furnizat de INS. În ciuda acestor performanțe bune, totuși, creșterea exporturilor s-a situat sub nivelul pe țară per ansamblu și alte regiuni supuse comparației au înregistrat performanțe mult mai bune, de exemplu Regiunile Centru și Nord-Vest și și-au crescut nivelul exporturilor cu 2,5 și 3 în decursul aceleiași perioade.

Figura 3 prezintă evoluția exporturilor în Regiunea Vest și în regiunile supuse comparației între 2005 și 2011. Două evoluții merită subliniate. În primul rând, alte regiuni se află în faza de recuperare. Cu toate că Regiunea Vest a fost cea mai importantă regiune în ceea ce privește valoarea exporturilor în 2005, ea și-a pierdut începând din acel moment o importanță relativă în raport cu regiunile Sud Muntenia și Nord-Vest, ale căror exporturi au crescut cu coeficienți mai mari. Ca urmare, aceste două regiuni sunt cele mai mari din punct de vedere al exporturilor în 2011. În al doilea rând, dinamica exporturilor în Regiunea Centru se apropie de dinamica Regiunii Vest. Coeficienții de creștere sunt practic aceiași în cele două regiuni și există o mișcare de corelare foarte sincronizată. Acest lucru separă aceste două regiuni de București-Ilfov și Nord-Vest.

După ce au cunoscut o creștere satisfăcătoare a exporturilor până în 2008, exporturile din Regiunea Vest s-au realizat chiar mai bine în perioada de după criză. Tabel 3 arată că în ciuda faptului că a înregistrat o scădere accentuată de 19% din valoarea exporturilor în 2009, creșterea exporturilor s-a accelerat după 2009 și a înregistrat o creștere medie anuală (26,8%) care a dublat rata de creștere înregistrată în perioada de dinainte de criză (13,2%). Dinamica recentă a exporturilor în Regiunea Vest este mai mult decât un "efect de bumerang". În 2011 exporturile au crescut cu o rată de 30%, mai mare decât media pe țară (28,8%) și mult peste celelalte regiuni comparate cu excepția Sud Muntenia. Mai mult decât atât, exporturile din Regiunea Vest au crescut în mod substanțial mai rapid decât exporturile din majoritatea țărilor din estul Europei, printre care Republica Cehă (22,7%), Slovacia (22,6%), Polonia (19,8%) și Ungaria (17,5%).

**Tabel 3. Creșterea exporturilor (%) 2006-2011**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
BUCURESTI-ILFOV	11	7	35	-12	9	26
CENTRU	33	33	17	-20	30	23
NORD-VEST	29	12	27	1	39	16
SUD-MUNTENIA	40	17	21	-13	21	31
SUD-VEST-OLTENIA	37	31	7	-40	21	28
VEST	21	10	9	-19	24	30

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

### 3.3. Cât de mult se explică performanțele comerciale prin compoziție în raport cu competitivitatea?

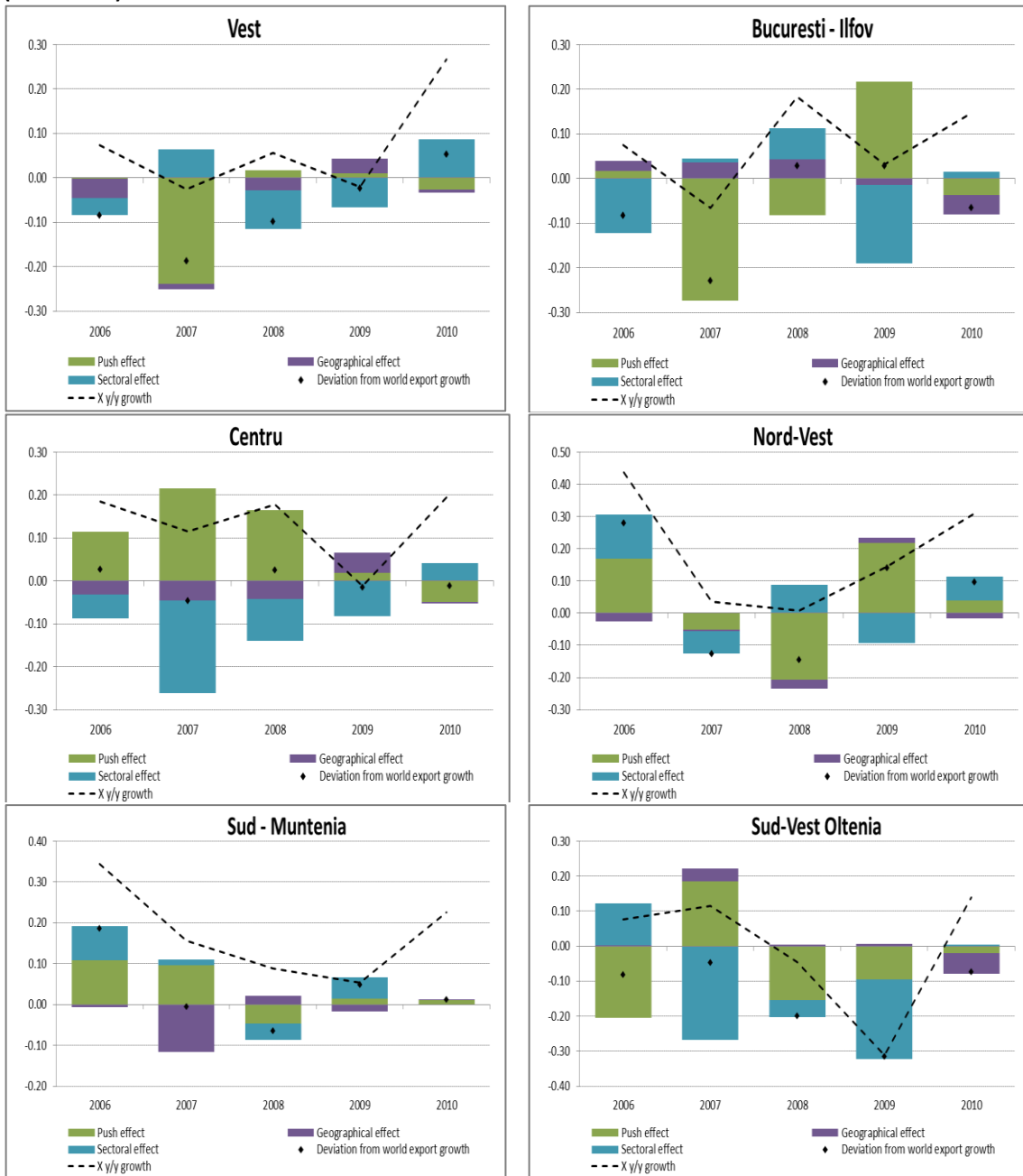
Presupunerea că o regiune este "mai competitivă" în ceea ce privește comerțul decât alta doar pentru că exporturile sale înregistrează o rată de creștere mai rapidă este o manieră prea simplistă de a privi lucrurile. Chiar și măsurile relative privind performanța, cum ar fi creșterea cotei de piață, ar putea fi expuse unei interpretări greșite. Acest lucru se datorează faptului potrivit căruia creșterea exporturilor se compune din două tipuri diferite de efecte: efectele "pull" (sau compoziționale) și efectele "push" (sau de performanță). Două regiuni pot avea de fapt un pachet de firme de export, care sunt la fel de competitive, dar performanța generală de export a unei regiuni ar putea fi mai mare decât cealaltă deoarece are o compoziție mai favorabilă (la acel moment) a exporturilor în ceea ce privește atât piețele geografice cât și sectoarele (anume, creșterea exporturilor este "trasă" de un mediu internațional favorabil pentru produsele sale principale de export sau destinații de piață). Ce spune despre competitivitatea exporturilor din partea de Vest a României în ultimii ani analiza efectelor de "pull" și "push" ?

Figura 16 trasează performanțele comerciale ale Regiunii Vest din 2006 până în 2010 și le compară cu alte regiuni comparabile din România. Reies câteva puncte importante. În primul rând, performanțele Regiunii Vest au scăzut în comparație cu rata globală de creștere a exporturilor din anii anteriori crizei (2006-2008), a înregistrat aceleași performanțe în 2009, și performanțe semnificativ mai bune în perioada de redresare ulterioară crizei (2010). În al doilea rând, efectele de "push" au fost marginale, cu excepția anului 2007 când au fost negative. Figura 16 în al treilea rând, efectele "pull" au jucat cel mai important rol în stimularea creșterii pozitive a exporturilor. În mod concret, partea de Vest a României s-a dezvoltat ca urmare a specializării sale sectoriale, ceea ce a contribuit la compensarea performanțelor negative atât înainte de (2007) cât și după criza mondială (2010).

O perspectivă similară se regăsește și pentru regiunea București-Ilfov. O evoluție pozitivă a fost determinată în principal de o performanță sectorială pozitivă. În schimb factorii push au fost negativi, cu excepția anului 2009. Prin comparație, România Nord-Vest a depășit creșterea medie la nivel mondial în 2006, 2009 și 2010, dar s-a depreciat în anii 2007 și 2008.

Aceștia au fost de asemenea anii în care efectele "push" au fost pozitive în regiunea Nord Vest: ele au jucat cel mai mare rol în stimularea creșterii exporturilor pe parcursul întregii perioade când efectele sectoriale "pull" erau de asemenea proeminente (cu excepția rolului de sancționare în anul de criză 2009). Efectele de push au fost de asemenea importante în regiunea Centru, compensând specializarea nefavorabilă în ceea ce privește piețele și în special în ceea ce privește sectoarele. În cazul regiunii Sud Muntenia, performanța puternică a efectelor de "push" în 2006 și 2007 care a permis regiunii să depășească rata globală de creștere, a devenit marginală după cum criza s-a apropiat și s-a menținut astfel până în 2010.

**Figura 16. Performanța exporturilor în Regiunea Vest reprezentată în factori pull și push, (2006-2010)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Tabel 4. Creșterea exporturilor reprezentată în factori de “pull “ și “push”: Vest vs regiuni comparabile (2006-2010)**

Regiune	Creștere export	Abaterea medie de la creșterea exporturilor la nivel mondial (13.4%)	Performanță (Creșterea exporturilor fără efecte compoziționale)	Efectul pull geografic (compozițional)	Efectul pull sectorial (compozițional)	Efectul push (“performanța”, anume creșterea cotei de piață fără efecte de compoziție)
Vest	10,6	-2,9	7,4	0,4	2,8	-6,1
București - Ilfov	9,5	-3,9	7,2	-0,8	3,1	-6,2
Centru	13,7	0,2	22,4	-0,9	-7,9	9,0
Nord - Vest	20,4	6,9	18,4	-0,6	2,5	5,0
Sud - Muntenia	17,0	3,6	18,0	-1,7	0,7	4,5
Sud-Vest Oltenia	-0,4	-13,8	4,1	-2,4	-2,1	-9,3

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Alte elemente de comparație cu regiuni similare (



**Tabel 4)** aruncă o lumină nouă asupra competitivității comerciale relative din partea de Vest a României. Acestea arată că performanța exporturilor sau "competitivitatea" (lipsită de efecte compoziționale) în perioada 2006-2010 este relativ puternică în ceea ce privește valorile absolute (7,4%), dar moderată în comparație cu performanța regiunilor comparabile cum ar fi regiunile Centru, Nord-Vest și Sud-Muntenia (22,4%, 18,4% și respectiv 18%). Performanța Regiunii Centru este deosebit de interesantă, deoarece aceasta este singura regiune din regiunile comparabile care înregistrează o diferență pozitivă între "performanța" ei și creșterea reală a exporturilor în această perioadă, sugerând faptul potrivit căruia creșterea exporturilor în regiune ar fi fost mai semnificativă cu o specializare sectorială și geografică mai favorabilă. Pe de altă parte, specializarea pozitivă a Regiunii Vest a lucrat în favoarea performanței exporturilor. Performanța negativă observată în anii 2007 și 2008 (Figura 16) a fost suficient de puternică pentru a conduce la o performanță generală negativă a factorilor push de-a lungul anilor 2006-2010. O performanță negativă similară a fost înregistrată de București-Ilfov. Între timp, regiunile Centru și Nord-Vest au beneficiat de efectele pozitive de push în aceeași perioadă de timp.

### 3.4. Sursele de creștere a exporturilor

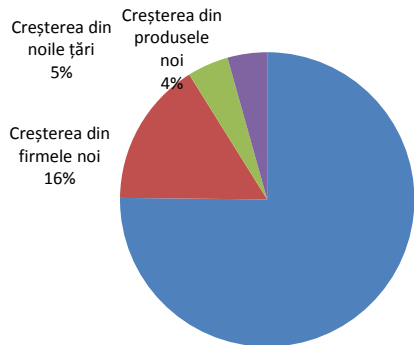
Pentru a obține o perspectivă suplimentară a dinamicii exporturilor în Regiunea Vest, vom analiza fluxurile de export de la nivelul firmelor de-a lungul așa-numitelor "marje comerciale."<sup>7</sup> După cum vom vedea în paragrafele următoare, cea mai mare creștere a exporturilor în regiune în ultimul deceniu a fost reprezentată de evoluțiile de la marja intensivă (Figura 17). Trei sferturi din creșterea exporturilor în perioada 2005-2011 au provenit de la faptul că firmele au ales strategii de export conservatoare, atât în ceea ce privește piețele deservite cât și produsele oferite pe fiecare piață - anume firmele care au crescut valoarea totală a exporturilor pe piețele unde deja activau, piețe pe care exportau deja. Pe de altă parte, creșterea prin piețele noi (5%), produsele noi (4%) și firmele noi (16%) a reprezentat cea mai mică contribuție combinată între regiunile comparabile cu excepția regiunii Sud-Muntenia. Deoarece contribuția la creșterea noilor produse este sub medie în România (5% în medie în toate regiunile comparabile), principala diferență în contribuția la creșterea exporturilor în Regiunea Vest se datorează unei performanțe slabe a exporturilor pe piețe și firme noi.

---

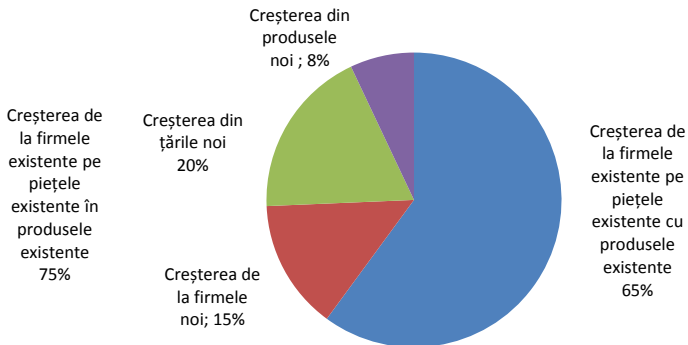
<sup>7</sup> Creșterea exporturilor poate proveni de la patru componente principale. În primul rând, exporturi sporite ale aceluiași produs, de către aceeași firmă pe aceleași piețe - acest lucru este cunoscut drept "marja intensivă" a schimburilor comerciale; în al doilea rând, exportatorii existenți pot introduce produse noi; în al treilea rând, firmele existente pot intra pe piețe noi; și în al patrulea rând pot exista firme care intră pe piețele de export pentru prima dată - acestea trei din urmă sunt cunoscute drept "marja extensivă" a schimburilor comerciale. Există o a treia cale de creștere, care face parte din marja intensivă dar dificil de izolat - aceasta este "marja de calitate", sau creșterea prețului obținut de către exportatori (în raport cu exportatorii din alte țări pentru același produs sau pentru aceeași piață).

**Figura 17. Contribuții la creșterea exporturilor (medie 2006-2011)**

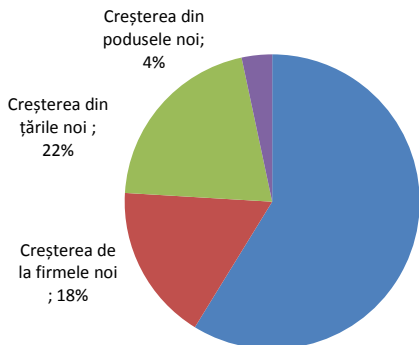
**Regiunea Vest**



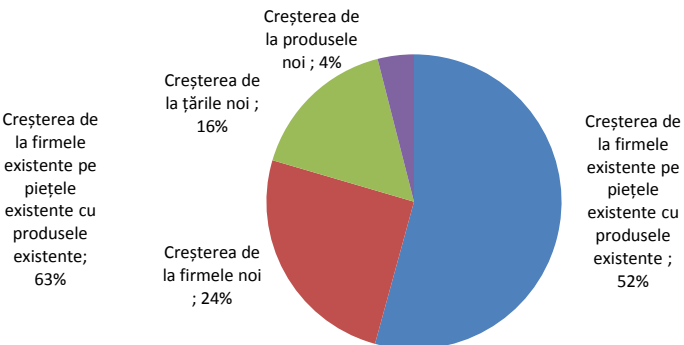
**Regiunea Nord-Vest**



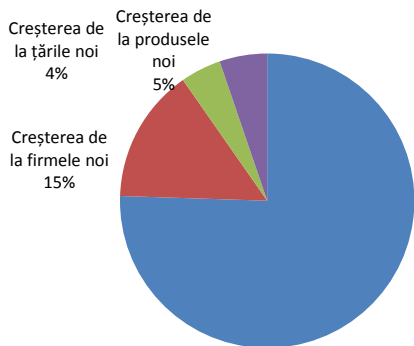
**București -Ilfov**



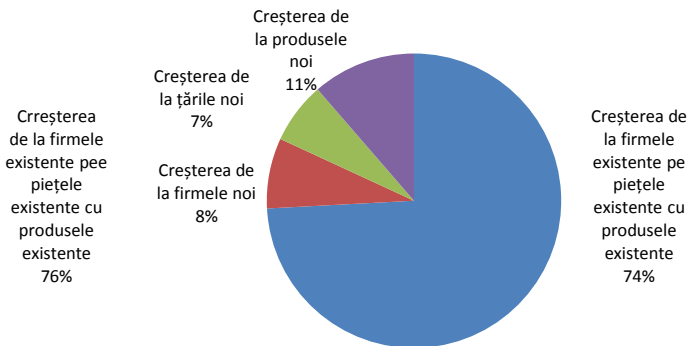
**Centru**



**Sud Muntenia**



**Sud Vest**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Așa cum vom argumenta în următoarele secțiuni, gradul ridicat de dependență al Regiunii Vest de marja intensivă (aceleași firme exportă aceleași produse pe aceleași piețe) și contribuția redusă a destinațiilor noi la creșterea exporturilor sunt influențate de amestecul exporturilor sectorului. Funcționarea sectorului auto (Caseta 1) explică parțial caracteristicile de export din Regiunea Vest care rezultă din descompunerea creșterii exporturilor în marja intensivă și marja extensivă.

La nivel de firmă, relațiile strânse stabilite între Producătorii de Echipament Original (OEM) și furnizorii de prim nivel, bazate pe un sistem de încredere și răspundere, înseamnă că este dificil pentru firmele noi să intre pe piața de piese și componente auto. Faptul că furnizorii de prim nivel ce desfășoară activități în Regiunea Vest sunt mari corporații multi-naționale (CMN) cu acoperire la nivel global și operațiuni în toate marile centre de asamblare auto din lume<sup>8</sup> ceea ce înseamnă că intrarea cu succes în acest domeniu este limitată la alte CMN care sunt capabile de a concura în acest mediu.

La nivel de produs, firmele aflate în vârf încearcă să angajeze furnizori de prim nivel în faza de proiectare cu scopul de a reduce divergențele și problemele care pot apărea în timpul procesului de fabricație. Deoarece proiectarea și dezvoltarea unui produs nou ar putea dura până la 5 ani în industria auto, iar timpul și resursele implicate în această relație sunt substanțiale, de obicei doar un singur furnizor de prim nivel devine responsabil pentru furnizarea unei anumite componente pentru o nouă linie auto. Deoarece aceste contracte pentru anumite piese angajează părțile pentru perioade lungi de timp, și pentru că furnizorii de prim nivel tind să localizeze fabricile cu activități similare în clustere geografice, cea mai mare parte a vânzărilor la export provine doar din câteva produse (a se vedea Secțiunea 4 pentru o discuție detaliată cu privire la dimensiunea produsului în cadrul exporturilor din partea de Vest a României.) În plus, unii furnizori de prim nivel se specializează în anumite sub-componente și/sau piese specifice (hamuri de sârmă, volane, tablouri de bord etc.) care limitează gama de produse din care vânzările la export s-ar putea materializa.

În cele din urmă, la nivelul pieței, deoarece asamblarea finală este de asemenea organizată într-un mod foarte distinctiv care are drept rezultat un model geografic de fabrici de asamblare foarte specializate - de exemplu Volkswagen Passat este doar asamblat într-o fabrică din Emden, Germania și Audi TT într-o singură fabrică din Győr, Ungaria - și produsele furnizorilor de prim nivel sunt de obicei proiectate și construite pentru o linie specifică după cum s-a explicat deja, aria geografică a exporturilor de piese și componente auto este inerent limitată.

---

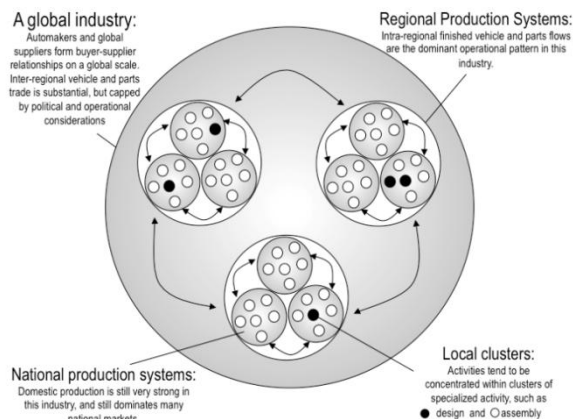
<sup>8</sup> Nouă din primii zece exportatori care domină sectorul auto în Regiunea Vest aparțin listei primilor furnizori auto de top de prim nivel la nivel mondial

### Caseta 1. Sectorul auto

Comerțul intraregional de vehicule și piese este modelul operațional dominant din industrie. Structura geografică și organizațională a industriei este imbricată (Figura 18). Există o dimensiune globală importantă care coexistă cu sistemul de producție regional, sistemele de producție naționale și clustere de activități specializate. În plus, producția internă este încă foarte puternică și domină multe dintre piețele naționale.

Există multe motive pentru tendința industriei de a fi concentrată din punct de vedere geografic. Costurile ridicate de transport fac ca și transportul intercontinental să fie foarte scump în special în activitățile situate în aval, cum ar fi automobilele complete sau subsistemele. În plus, necesitatea unei cooperări strânse între asamblori și furnizorii de prim nivel și cea între furnizorii de prim nivel și de al doilea nivel creează stimulente pentru colocalizare în cadrul sistemelor regionale de producție. Operațiunile cum ar fi producția în timp util, colaborarea în vederea proiectării și susținerea platformelor de vehicule produse la nivel global trebuie să fie organizate pentru a beneficia de clusterul geografic. În cele din urmă, presiunea politică poate, de asemenea, locații apropiate de piețele finale (Van Bisenbroek și Sturgeon, 2011). Costurile ridicate și vizibilitatea produselor auto pot crea riscul unei revolte politice în cazul în care vehiculele importate reprezintă o cotă prea mare din totalul vânzărilor auto.

**Figura 18. Structura geografică și organizațională încorporată a industriei de automobile**



Sursă: Van Bisenbroek și Sturgeon, 2011

Creșterea exporturilor în sectorul de confecții/încălțăminte, al doilea cel mai important sector din regiunea Vest, este chiar mai concentrată decât sectorul auto. Aproape întreaga creștere a exporturilor (90%) se datorează marjei intensive. Sectorul de confecții/încălțăminte este de asemenea dominat de producția fragmentată pe plan internațional la nivel global (Caseta 2) care determină o dinamică similară cu cea din sectorul auto în ceea ce privește încrederea în aceleași firme, piețe și produse. Focus grupurile sugerează că firmele din partea de vest a României reprezintă în cea mai mare parte furnizori de mărci străine. Acestea nu au reușit, în cea mai mare parte, să realizeze tranziția la propria proiectare și la fabricarea propriei mărci.

#### **Caseta 2. Lanțuri valorice internaționale în sectorul de confecții**

Industria de confecții este un lanț de mărfuri determinat de cumpărător marcat de asimetrii de putere între furnizori și cumpărătorii la nivel mondial ai produselor de îmbrăcăminte finite (Gereffi și Memedovic, 2003).

Figura 19 prezintă o reprezentare sintetică a gamei largi de materii prime utilizate, tehnologiile implementate, produsele fabricate și intermediarii implicați.

Comaniile care dezvoltă și vând produse de marcă dețin un control considerabil asupra modului în care, când și unde are loc procesul de fabricație, și cât de mult profit se obține în fiecare etapă, în principal controlând în ce fel activitățile cu valoare adăugată sunt distribuite de-a lungul lanțului valoric. Spre deosebire de lanțurile conduse de producător, în care valoarea adăugată și profiturile sunt generate la o scară mai mare, volum și progrese tehnologice, în industria de îmbrăcăminte/confecții bazată pe cumpărător și lanțul valoric al textilelor valoarea adăugată și profitul provin de la combinații de cercetări cu valoare ridicată, proiectare, vânzări, marketing și servicii financiare și care permit comercianților, designer-ilor și comercianților să acționeze ca brokeri strategici în conectarea fabricilor din străinătate și comercianții cu produse de nișă pe piețele lor de consum principale (Gereffi și Memedovic, 2003). Figura 20 prezintă curba de valoare adăugată în lanțul valoric al industriei de confecții. Se pot identifica 6 activități distincte cu valoare adăugată : (1) cercetarea și dezvoltarea de noi produse (C&D), (2) design, (3) cumpărare, (4) producție, (5) logistică (distribuție), (6) marketing și branding și (7) servicii.

- C&D: Această funcție cu valoare adăugată include companii care se angajează în C&D, precum și în activități legate de îmbunătățirea produsului fizic sau a procesului și cercetarea cu privire la piață și consumator.
- Design: Această etapă include oamenii și companiile care oferă servicii de design estetic pentru produse și componente de-a lungul lanțului valoric. Activitățile de design și stil sunt folosite pentru a atrage atenția, pentru a îmbunătăți performanța produselor, reducerea costurilor de producție, și pentru a da produsului un avantaj competitiv puternic pe piața țintă.
- Achiziționare/Aprovizionare (Intrare): Această etapă se referă la procesele de intrare implicate în achiziționarea și transportul produselor textile. Acest lucru include transportul fizic al produselor, precum și gestionarea sau furnizarea de tehnologie și echipamente pentru coordonarea lanțului de coordonare. Logistica poate implica o coordonare internă sau din străinătate.
- Producție/Asamblare/Tăiere, Fabricare, Ajustare (CMT): Producătorii din sectorul de confecții

taie și cos material țesut sau tricotat direct din fire. Clasificarea de tăiere-și-coasere include o gamă diversificată de unități care fac linii complete de îmbrăcăminte de serie și personalizată. Producătorii de confecții pot fi contractanți, care efectuează operațiuni de tăiere și coasere pe materialele deținute de alții, sau intermediari și croitori care produc articole de îmbrăcăminte personalizate pentru clienți individuali. Firmele pot achiziționa produse textile de la un alt sediu sau pot realiza componentele textile la nivel intern.

- Distribuția (leșire): După ce produsele de îmbrăcăminte sunt fabricate, sunt distribuite și vândute prin intermediul unei rețele de comercianți cu ridicata, agenți, firme de logistică, și alte companii responsabile pentru activitățile de valoare adăugată în afara producției
- Marketing și vânzări: Această funcție include toate activitățile și companiile cu stabilirea prețurilor, vânzarea și distribuirea unui produs, inclusiv activități precum branding sau de publicitate. Aceste companii în mod frecvent nu asociază nicio modificare fizică a produsului. Produsele de îmbrăcăminte sunt comercializate și vândute consumatorilor (prin intermediul canalelor de vânzare cu amănuntul), instituțiilor sau guvernului.
- Servicii: Acestea includ orice tip de activitate pe care o firmă sau industrie o oferă furnizorilor săi, cumpărătorilor, sau angajaților, de obicei ca o modalitate de a se distinge de concurența de pe piață (spre exemplu oferirea de consultanță cu privire la activitățile la nivel internațional în industria de îmbrăcăminte sau cu privire la tendințele în modă).

**Figura 19: Complexitatea lanțului valoric în industria de confecții**

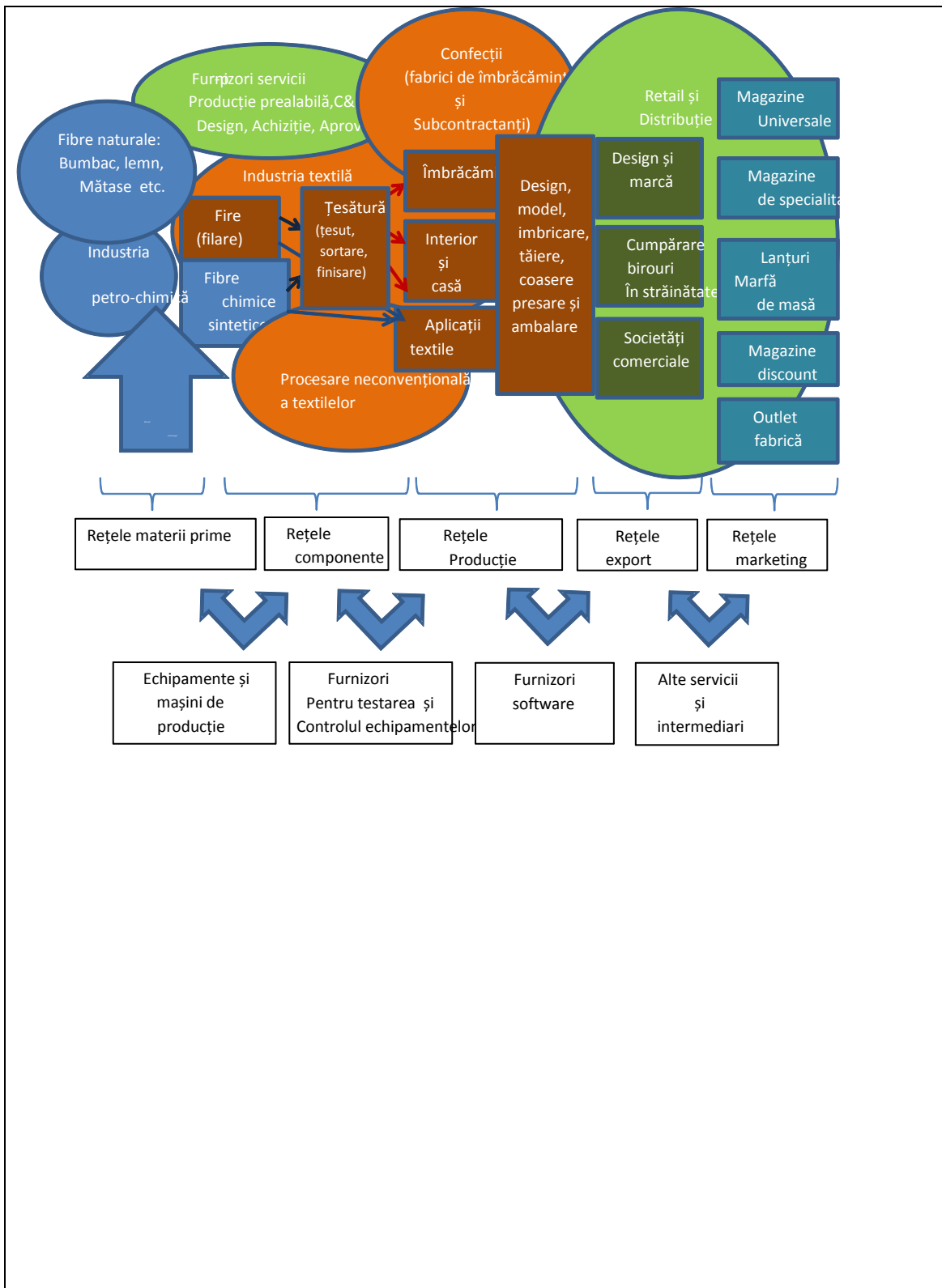
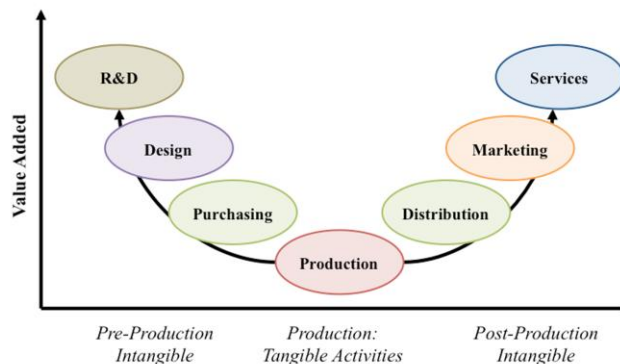


Figura 20: Curba valorii adăugate în lanțul valoric în sectorul confecții



Sursa: Fernandez-Stark, Frederick și Gereffi (2011)

### Caseta 3. Lanțuri valorice internaționale în sectorul agro-alimentar

Industria alimentară, fiind un sector bazat pe resurse, este caracterizată prin posibilități reduse de procurare a resurselor. Ca atare, este dominată de țările care investesc în cercetarea de bază și aplicată (spre exemplu Elveția, Franța, Statele Unite). Cele mai multe inovații și valoarea adăugată sunt generate de furnizori prin crearea de utilaje noi, semințe noi, substanțe chimice și fertilizatori noi, și mai recent, prin aplicarea TIC în domeniul agriculturii. De asemenea, este tot mai importantă încurajarea respectării standardelor internaționale sanitare și de calitate precum și respectarea proprietății intelectuale. Un lanț valoric tipic în domeniul agro-alimentar este descris în Figura 21. Este destul de complex și are o scară globală ascendentă, după cum arată lanțul valoric al Nutella (

Figura 22).

Cele mai importante inputuri pentru industrie sunt semințele, îngrășămintele, produsele agrochimice (erbicide, fungicide și pesticide), echipamentele agricole și echipamentele de irigare. Logistica și transportul îndeplinesc funcții de sprijin cheie, și din cauza naturii fragile și perisabile a unor produse, este necesar un grad ridicat de coordonare între diferiți actori de-a lungul lanțului. Acest lucru asigură că aceste produse perisabile ajung la destinație în stare bună. În cazul fructelor și legumelor proaspete, păstrarea la rece este folosită de-a lungul lanțului pentru păstrarea proapețimii, și atât transportul aerian și maritim sunt elemente cheie pentru a asigura livrarea la timp.

Producția este împărțită între producția pentru consum în stare proaspătă și pentru prelucrare. Țările în curs de dezvoltare și-au exploatat avantajele comparative cu privire la climă, teren, și muncă pentru a excela în segmentul de producție al lanțului. Ambalarea și depozitarea sunt de obicei realizate de exportatorii mari care consolidează produsul, ambalajul, magazinul și exporturile. Prima activitate din cadrul segmentului de ambalare este clasificarea. Produsele inacceptabile, de calitate inferioară, vor fi



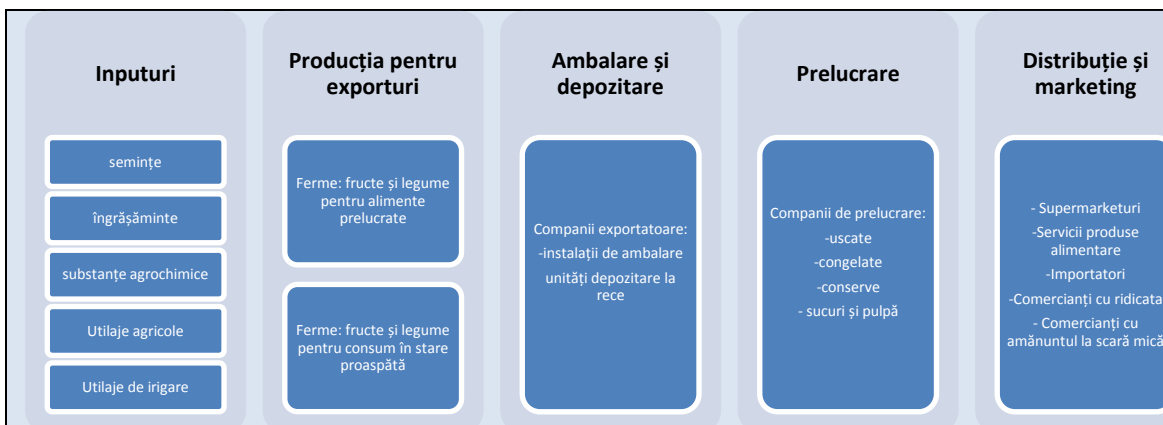
redirecționate către fabricile de prelucrare sau către piața internă.

Producătorii-exportatorii constau de obicei din câteva mari companii multinaționale plus un număr mare de firme de pe piața internă de mărime medie. Firmele puternice de pe piața internă din unele țări în curs de dezvoltare, precum Kenya și Chile, s-au extins în străinătate și s-au extins pe verticală de-a lungul lanțului valoric (Fernandez-Stark et al. 2011). Producătorii-exportatorii se consolidează adesea pe verticală, prin (i) integrarea inversă a exportatorilor în producție și dominația sporită a fermelor de mari dimensiuni ; (ii) furnizare contractată de la producătorii din afară prin care fermierul poate primi inputuri, credit, asistență tehnică și vânzări garantate de la exportatori ; și (iii) furnizare necontractată de la producătorii independenți (Jaffee și Masakure 2005). Fermele mari sunt cele mai utilizate pentru produsele cu cerințe stricte privind calitatea și identificarea, deoarece coordonarea și controlul sunt centralizate în management. Acești mari producători au de obicei acces mai mare la capitalul financiar necesar pentru a face investițiile necesare pentru a respecta aceste cerințe riguroase. Aceste firme pot efectua și alte funcții importante de înaltă valoare cum ar fi dezvoltarea și inovarea produselor (Humphrey 2005).

Oportunitățile pentru micii producători sunt uneori limitate la piețele interne sau regionale sau țările în curs de dezvoltare, în care standardele nu sunt la fel de stricte și conformitatea este mai puțin scumpă. Spre exemplu, o mare parte a ofertei de citrice a Marocului merge către Federația Rusă, unde standardele sunt inferioare celor de pe alte piețe europene, în timp ce Iordania exportă o parte semnificativă din legumele sale către țări din Zona de Comerț liber Panarabă, unde calitatea inferioară nu limitează accesul pe piață. În țările cheie din Europa și America de Nord, există piețe de nișă imigrante, cum ar fi cea pentru cartofii dulci, și industria serviciilor alimentare pe baza costurilor acordându-se o mai mică atenție la monitorizarea reziduurilor de pesticide și alte cerințe privind calitatea (Jaffee și Masakure 2005).

În privința cererii, marile lanțuri de supermarketuri sunt actorii principali de pe piețele cheie, deținând controlul cotelor de piață în Europa și din ce în ce mai mult în Statele Unite. Acești cumpărători, cum ar fi Sainsbury's, Marks & Spencer și Wal-Mart, caută competitivitate sporită și coerență de la lanțurile lor de aprovizionare la nivel mondial. După cum menționează Gereffi și Lee (2009), acestea exercită o influență semnificativă asupra întregului lanț valoric și dictează modul în care fructele și legumele sunt produse, recoltate, transportate, prelucrate și depozitate. În plus, guvernele din țările dezvoltate au creat standarde, care vizează de obicei siguranța alimentară. Rezultatul a fost un sistem complex de mai multe standarde la nivel național, regional și internațional. Aceste standarde private includ de asemenea coduri de conduită pe care atât producătorii mari și mici din întreaga lume sunt obligați să le adopte în scopul de a menține accesul pe piețe (Dolan 2004).

**Figura 21: Un lanț valoric în sectorul agro-alimentar**



**Figura 22: Lanțul valoric Nutella**



Sursa: OECD (2012)

Sursa: Adaptare după Staritz, C. & J. Reis. (2013) și Banca Mondială (2013)

Preponderența lanțurilor valorice internaționale din sectorul auto explică de asemenea de ce acest sector este dominat în mare măsură de marile firme cu capital străin în Regiunea Vest. Așa cum arată Tabel 5, firmele cu capital străin cu mai mult de 250 angajați au reprezentat mai puțin de 40% din exportatorii din sectorul auto, dar au reprezentat 90,5% din totalul exporturilor în 2011.

**Tabel 5. Concentrarea Exporturilor pentru Principalele Sectoare de Export în Regiunea Vest (2011)**

Număr exportatori
-------------------

	Auto			Textile			Restul		
	mare	mediu	mic	mare	mediu	mic	mare	mediu	mic
integral	60	23	18	64	23	9	99	75	104
local	23	8	2	30	11	10	78	73	141
parțial	9	12	5	14	5	1	52	27	38
<b>% din exportatori din sector</b>									
	Auto			Textile			Restul		
	mare	mediu	mic	mare	mediu	mic	mare	mediu	mic
Integral	37.5	14.4	11.3	38.3	13.8	5.4	14.4	10.9	15.1
Local	14.4	5.0	1.3	18.0	6.6	6.0	11.4	10.6	20.5
Parțial	5.6	7.5	3.1	8.4	3.0	0.6	7.6	3.9	5.5
<b>% din exporturile în cadrul sectorului</b>									
	Auto			Textile			Restul		
	mare	mediu	mic	mare	mediu	mic	mare	mediu	mic
Integral	90.5	1.2	0.9	59.9	8.6	3.3	55.3	5.4	9.9
local	5.7	0.2	0	14.6	0.8	0.6	4.5	2.2	5.5
Parțial	0.8	0.5	0.2	10.1	2.1	0	14.5	1.6	0.9

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

### 3.5. Rezumat

Acest capitol stabilește cadrul pentru sectorul de exporturi din Regiunea Vest. În rezumat, apar următoarele aspecte:

- **Regiune cu activitate intensivă în ceea ce privește exporturile, cu o puternică creștere a exporturilor.** Exporturile din Regiunea Vest au crescut în medie cu rate de două cifre între 2005 și 2011 și totalul exporturilor aproape s-a dublat de la 4,1 miliarde dolari americani la 7,7 miliarde dolari americani în decursul a șase ani. Dinamica recentă a exporturilor din Regiunea Vest reprezintă mai mult decât un "efect de bumerang". Exporturile au crescut constant după colapsul comercial din 2008 la dublul valorilor dinainte de criză. În 2011 acestea au crescut cu o rată de 30% peste cele trei regiuni comparabile și în mod substanțial mai rapid decât exporturile din majoritatea țărilor din Europa de Est, inclusiv Republica Cehă, Slovacia, Polonia și Ungaria.
- **O regiune cu o densitate foarte ridicată a exportatorilor.** Cu 1.041 firme exportatoare, în 2011, Regiunea Vest s-a clasat pe locul al patrulea din România în ceea ce privește numărul de exportatori. Regiunea Vest a avut cea mai mare densitate de exportatori în raport cu totalitatea firmelor și a doua cea mai mare densitate de exportatori în raport cu numărul de locuitori ai regiunii. Aceste cifre sugerează un nivel important de activitate antreprenorială orientată spre exterior în regiune.
- **Modelul de creștere bazat pe export al regiunii foarte vulnerabilă în raport cu dezvoltările exogene.** Exporturile din partea de Vest a României se bazează pe câțiva exportatori mari cu capital străin în principal din sectorul auto și industria de confecții/încălțăminte. În 2011, cinci firme cu capital străin au reprezentat puțin mai mult de un sfert din totalul exporturilor (27,8%), în timp ce doar primii zece exportatori (cu capital străin integral) au reprezentat 38,3% din exporturi. 82,4% din

exporturi sunt generate de firmele cu capital străin integral și suplimentar 7,9% din exporturi provin de la firme cu capital străin parțial. Mai mult decât atât, creșterea exporturilor în perioada 2005-2011 a depins foarte mult de marja intensivă, anume 75% din creșterea exporturilor a provenit de la exportatorii care activează pe piețele pe care le-au deservit deja și fără nici o inovație în ceea ce privește gama de produse. Acest lucru face ca regiunea să fie extrem de vulnerabilă la dezvoltările exogene. De exemplu, totalul exporturilor din regiune a înregistrat o scădere de 19,4% în perioada de colaps comercial 2008-2009, cu exporturi în unele țări în scădere cu mai mult de o treime. Concentrarea activității de export este compensată cu o performanță economică extrem de fluctuantă. Evoluția valorii adăugate brute pentru regiune sugerează că, în partea de Vest, atât expansiunea economică cât și perioadele de declin sunt mai pronunțate în raport cu România în ansamblu.

- **Diversificarea piețelor poate merge mână în mână cu diversificarea sectoarelor/produselor și stimularea IMM-urilor.** Există o cauzalitate circulară puternică în ceea ce privește concentrarea excesivă a exporturilor din Regiunea Vest. Câteva firme mari, care exportă o gamă de produse consolidate pentru câteva piețe, în special în contextul industriilor auto, textile și de confecții, conduc aproape în totalitate exporturile din regiune. Prin urmare, orice strategie de diversificare va trebuie să cuprindă trei etape. Aceasta ar trebui să vizeze în același timp crearea de condiții pentru mai multe firme, și în special firme de pe piața internă, în vederea exportării cu succes; să contribuie la creșterea gamei de produse exportate; și să încurajeze intrarea acestora pe piețe noi. Identificarea strategiilor pentru firmele care își desfășoară activitatea în afara contextului lanțurilor valorice internaționale și identificarea piețelor de cerere în afara sectoarelor și țărilor tradiționale este de natură să ajute.

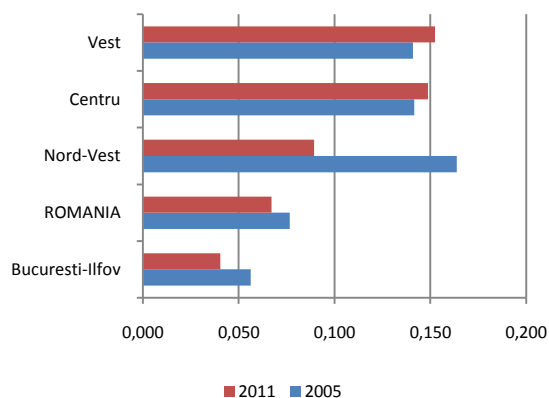
## 4. EXTINDEREA ȘI DIVERSIFICAREA PIEȚEI

### 4.4. Performanța pe piață: concentrare, structură și tendințe

Regiunea Vest este cea mai concentrată în ceea ce privește piețele de export în raport cu regiunile comparabile. Aceasta prezintă un nivel de concentrare care este semnificativ superior celui al țării per ansamblu (Figura 23). Concentrarea pieței de export măsurată prin Indicele Herfindahl-Hirschman a crescut ușor între 2005 și 2011, urmând o tendință opusă regiunilor Nord-Vest și București-Ilfov. Regiunea Centru este cealaltă regiune, în raport cu cele comparabile, în care concentrarea pieței exporturilor a crescut în această perioadă.

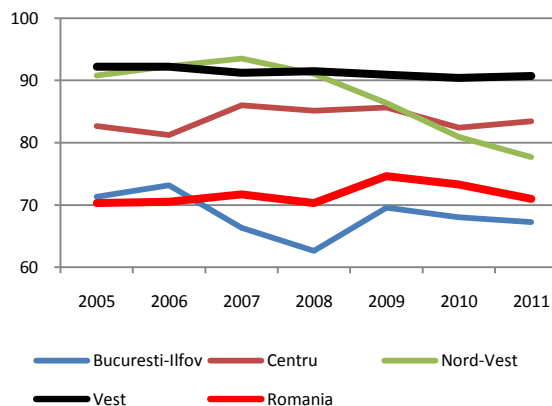
Concentrarea mare a exporturilor înregistrată de Regiunea Vest este în principal datorată dependenței sale față de UE ca piață de destinație. Importanța UE pentru exporturile din Regiunea Vest este cea mai mare dintre regiunile comparabile și s-a menținut peste 90% din totalul exporturilor în toată această perioadă. Merită totuși menționat faptul că singura regiune care a reușit să efectueze o mișcare semnificativă către diversificarea pieței (Nord Vest) a făcut-o prin reducerea dependenței de UE ca piață de destinație (Figura 24).

Figura 23. Concentrarea pieței (indice HH)



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

Figura 24. Procentul exporturilor către UE27



Sursa: INS

Sectorul de export în integrarea Regiunii Vest în Uniunea Europeană se reflectă mai departe în faptul că primele zece destinații de piață aparțin UE (Tabel 6). Exporturile în UE sunt de asemenea concentrate, doar Germania și Italia reprezentând aproximativ jumătate din totalul exporturilor. Împreună au reprezentat 50,6% din totalul exporturilor în 2011 (până la 46,1% în 2005). Cu toate acestea, dinamica fluxurilor de export în aceste două țări este foarte diferită: în scădere pentru Italia și în creștere pentru Germania. Mai precis, Italia a reprezentat principala destinație de export în 2005 dar a pierdut treptat din importanța ca principală piață de export, în timp ce Germania a câștigat importanță și a depășit Italia ca cea mai importantă destinație de export în 2008. Exporturile către Germania au crescut de două ori mai rapid decât în Italia până în ultimul an al datelor disponibile în timp ce exporturile către aceasta din

urmă se mențin sub nivelurile de dinaintea crizei mondiale. Acest lucru indică faptul că reorientarea exporturilor din Italia către Germania nu este una tranzitorie determinată de criză, ci un fenomen care poate avea mai mult caracteristici structurale. Vom vedea în cadrul Secțiunii 4 că aceste tendințe se reflectă într-o trecere a specializării la nivelul sectorului de la materialele textile (exportate în principal în Italia) la automobile (exportate în principal în Germania).

Un alt grup de țări care include Franța, Regatul Unit și Austria, reprezintă piețele tradiționale de export pentru care creșterea exporturilor s-a încetinit sau, în cazul Austriei și Regatului Unit, aceasta a scăzut în termeni absoluți în ultimii șase ani.

**Tabel 6. Regiunea Vest: Primele zece destinații piețele de export Top în 2011**

	Valoare (milioane USD)		% exporturi		Rata medie anuală de creștere			
	2005	2011	005	011	005-11	005-08	008-09	009-11
Germania	782	2,577	9.0	3.3	2.0	5.9	7.7	3.7
Italia	1,116	1,340	7.1	7.3	.1	.0	29.0	4.3
Ungaria	220	478	.3	.2	3.8	6.4	37.8	1.6
Franța	437	457	0.6	.9	.8	.1	19.4	3.8
Republica Cehă	27	349	.7	.5	3.3	5.2	4.8	3.3
Slovacia	26	338	.6	.4	3.8	9.8	41.3	1.4
Regatul Unit	340	250	.2	.2	5.0	8.8	36.6	3.6
Austria	472	204	1.5	.6	13.0	21.5	27.8	1.4
Belgia	53	180	.3	.3	2.8	5.5	36.7	5.5
Spania	77	165	.9	.1	3.5	4.4	1.8	2.9
<i>Primele10</i>	<i>3,549</i>	<i>6,339</i>	<i>6.1</i>	<i>1.9</i>	<i>0.1</i>	<i>1.7</i>	<i>20.6</i>	<i>7.2</i>
<b>Total Exporturi</b>	<b>4,121</b>	<b>7,744</b>	<b>00.0</b>	<b>00.0</b>	<b>1.1</b>	<b>3.2</b>	<b>19.4</b>	<b>6.8</b>

Sursa: INS

Dinamica de creștere a exporturilor arată unde se îndreaptă exporturile din Regiunea Vest. Germania, urmată la distanță de Republica Cehă și Slovacia generează creșterea exporturilor în Regiunea Vest. Tabel 7 arată că jumătate din creșterea totală a exporturilor între 2005 și 2011 a fost reprezentată de exporturile către Germania. Creșterea exporturilor către Republica Cehă și Slovacia a reprezentat 8,9% și respectiv 8,6%. În cele din urmă, Ungaria a crescut la 7,1% în aceeași perioadă de timp. Cele patru țări din Europa centrală de pe listă

(Germania, Slovacia, Republica Cehă și Ungaria) au reprezentat 74,2% din creșterea exporturilor între 2005 și 2011. Cea de a cincea țară cu cea mai mare creștere a exporturilor (6,2%) a fost Italia. Cu toate acestea marea parte a contribuției Italiei la creșterea exporturilor a fost în perioada de dinainte de criză, iar contribuția aparent ridicată după 2009 reprezintă doar un efect de bumerang din moment ce exporturile către această țară sunt încă cu 7% mai mici decât în 2008.

Vom arăta în secțiunea următoare că importanța tot mai mare a sectorului auto din Regiunea Vest se situează în spatele acestui transfer între principalele surse de creștere a exporturilor. Cu toate acestea, este util să oferim aici o evaluare preliminară. Vom folosi evoluția generală a exporturilor în perioada colapsului comercial pentru a ilustra posibila legătură între concentrarea pieței și specializarea în creșterea exporturilor din Regiunea Vest asupra lanțurilor valorice, cu OEM, în special din Germania și care implică Republica Cehă și Slovacia. Republica Cehă și Slovacia<sup>9</sup> reprezintă singurele două țări care nu s-au aflat în primele 10 destinații în 2005. De atunci, exportul către acestea a crescut la rate anuale impresionante: 53,3% și respectiv 53,8%. În cazul Republicii Cehe, exporturile au crescut cu 14,8% chiar în perioada de colaps comercial 2008-2009, o realizare remarcabilă având în vedere că totalul exporturilor din Regiunea Vest a cunoscut un declin de 19,4% în acel an cu exporturi către unele țări în scădere cu mai mult de o treime. Mai mult decât atât, exporturile către Germania au fost printre cele mai puțin afectate de criza din 2008-2009 și au scăzut doar cu 7,7%<sup>10</sup>.

**Tabel 7. Regiunea Vest: Contribuția la Creșterea Exporturilor a Destinațiilor Principale (% total creștere export)**

	2005-2011	2005-08	2008-09	2009-2011
Germania	49,6	42,1	10,3	38,8
Republica Cehă	8,9	7,8	-2,2	5,2
Slovacia	8,6	8,1	6,2	8,0
Ungaria	7,1	12,1	14,4	6,9
Italia	6,2	17,7	36,1	10,7
Franța	0,6	0,1	7,3	3,6
<b>Total Creștere Export</b>	<b>11,1</b>	<b>13,2</b>	<b>-19,4</b>	<b>26,8</b>

Sursa: Calculele autorului bazate pe datele INS

Alte regiuni își diversifică sursele de creștere a exporturilor și/sau aleg să se bazeze pe un set diferit de țări la fel de mult ca Regiunea Vest? Figura 25 oferă răspunsul la aceste întrebări. În primul rând, Regiunea Vest prezintă cea mai mare dependență de creștere a exporturilor de Germania. Nu numai că importanța Germaniei este mai ridicată în privința creșterii exporturilor în raport cu regiunile comparabile, ci reprezintă de asemenea singura

<sup>9</sup> În 2005 Republica Cehă și Slovacia s-au situat pe locurile 16 și respectiv 17 ca cele mai importante destinații pentru Regiunea Vest.

<sup>10</sup> Doar exporturile către Republica Cehă și Spania, care au crescut cu 14,8% și respective 11,8% au fost mai puțin afectate de criza din 2008-2009.

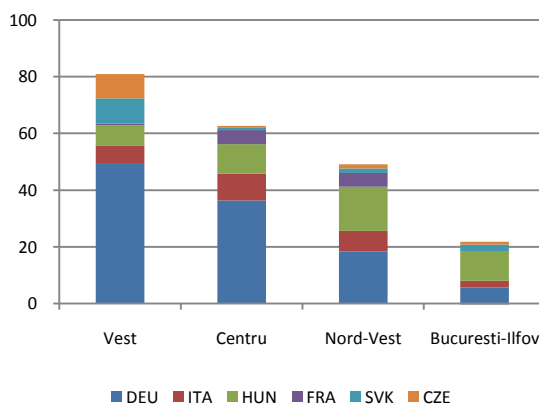
destinație cu cea mai mare contribuție. În al doilea rând, Slovacia și Republica Cehă fiind în același timp o sursă importantă și emergentă de creștere a exporturilor în Regiunea Vest, rămân destinații de export marginalizate pentru toate regiunile comparabile. În termeni generali, am putea spune că modelul de diversificare a pieței urmat de Regiunea Vest este unic în România și mai puțin echilibrat decât cel urmat de regiunile Nord-Vest și București-Ilfov.

Există dovezi că acest model unic de diversificare a pieței a servit cu brio Regiunea Vest până în momentul de față. Figura 26 prezintă primele 10 piețe de export din Regiunea Vest în 2011. Axa-X prezintă creșterea importurilor pe piața de destinație între 2005 și 2011 iar axa-Y prezintă creșterea exporturilor în Regiunea Vest către această destinație în aceeași perioadă de timp. Mărimea bulelor reprezintă cât de importantă este piața de destinație pentru portofoliul regiunii în 2011. În cazul în care o piață se situează deasupra liniei de 45 grade, exporturile din Regiunea Vest sunt în creștere într-un ritm mai rapid decât importurile din acea țară din restul lumii, ceea ce indică faptul că Regiunea Vest câștigă cotă de piață pe aceste piețe. Acest grafic arată că Regiunea Vest câștigă cotă de piață în majoritatea celor mai importante recente destinații de export ale sale (Germania, Slovacia, Republica Cehă, și Ungaria) și pierde cotă de piață pe piețele tradiționale precum Italia, Franța, Austria și Regatul Unit. Mai mult decât atât, orientarea ascendentă a principalelor piețe de export ale Regiunii Vest indică faptul potrivit căruia creșterea exporturilor este orientată spre țări în care importurile înregistrează o creștere mai rapidă și că regiunea funcționează bine pe aceste piețe cu creștere rapidă.

În linii generale, această orientare arată că Regiunea Vest devine tot mai dependentă de câteva țări care înregistrează totuși o creștere rapidă și în care Regiunea Vest câștigă cotă de piață în mod energic. Cu toate că această strategie pare să fi funcționat până acum, este important să se ia în considerare care ar putea fi potențialele capcane care rezultă ținând cont de un set mic de țări, în cazul în care creșterea importurilor s-ar încetini brusc pe viitor.

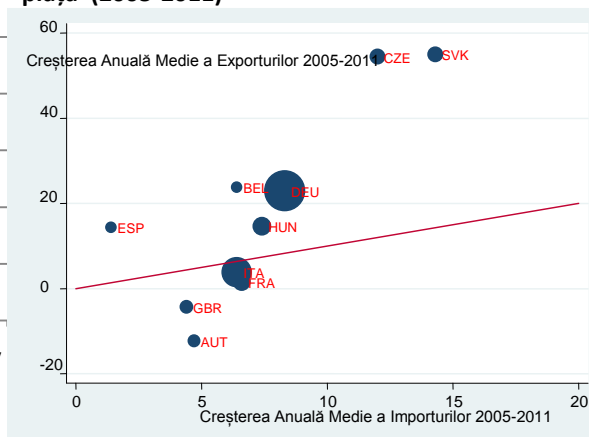


**Figura 25. Contribuția la creșterea exporturilor pe regiune (2005-2011)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 26. Regiunea Vest: orientarea creșterii pe piață (2005-2011)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

#### 4.5. Extinderea și diversificarea pieței - răspunsuri la nivel de firmă

Secțiunea anterioară a arătat că creșterea exporturilor în Regiunea Vest este în mare măsură dependentă de UE și se bazează din ce în ce mai mult pe câteva țări. În această secțiune analizăm datele la nivel de firmă pentru a clarifica aceste rezultate globale și pentru a înțelege mai bine dacă aceste rezultate sunt rezultatul unor strategii corespunzătoare fiind urmărite de un set larg de exportatori, sau, în schimb, pot fi conduse de sectoare specifice sau tipuri de firme.

Tabel 8 arată că aproape jumătate din exportatorii din Regiunea Vest acționează astfel doar pe o piață; în schimb, doar 8% din exportatori merg pe mai mult de 10 piețe (deși aceste firme alcătuiesc jumătate din valoarea exporturilor). Acest model nu este neobișnuit. Date similare, disponibile pentru țări diferite precum Turcia, Chile și Africa de Sud arată că în fiecare țară, exporturile agregate sunt determinate de câțiva exportatori de vârf care furnizează mai multe piețe externe. Evident, cu cât o firmă deservește mai multe piețe, cu atât crește numărul și complexitatea costurilor fixe și a barierelor comerciale cu care se confruntă aceasta. Acest lucru explică de ce doar câteva firme sunt capabile să acopere multe piețe în același timp, și sugerează că strategia de promovare a exporturilor bazată pe diversificarea pieței la nivel de firmă ar trebui în primul rând să vizeze reducerea costurilor de intrare fixe și barierele bilaterale comerciale cu partenerii comerciali, astfel încât tot mai multe firme să își poată permite să fie prezente pe mai multe piețe în același timp.

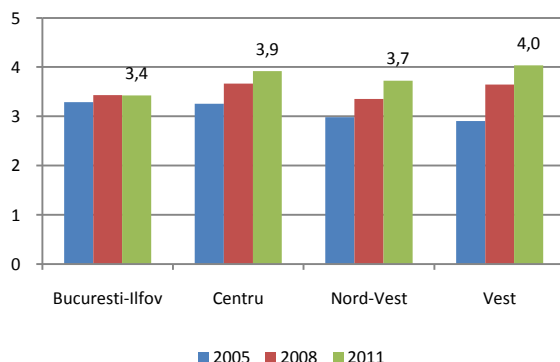
**Tabel 8. Accesul pe piață al exportatorilor în Regiunea Vest și țările selectate**

Număr destinații	Regiunea Vest		Turcia		Chile		Africa de Sud	
	Număr exportatori (% total)	Valoarea exporturilor (% total)	Număr exportatori (% total)	Valoarea exporturilor (% total)	Număr exportatori (% total)	Valoarea exporturilor (% total)	Număr exportatori (% total)	Valoarea exporturilor (% total)
1	47	11	45	7	54	2	48	4
2 to 5	35	18	36	15	31	8	37	11
6 to 10	10	16	10	10	8	10	9	13
> 10	8	55	9	69	8	80	7	72
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Sursa: INS pentru Regiunea Vest, Baza de Date Dinamica exportatorilor pentru Turcia, Chile și Africa de Sud.

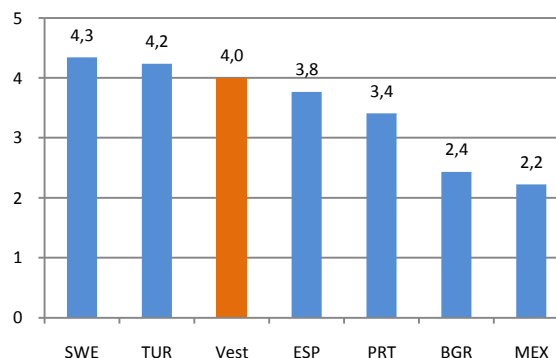
Numărul mediu de destinații atinse de exportatori în Regiunea Vest a crescut de la 2,9 la 4 între 2005 și 2011. Figura 27 arată că în timp ce exportatorii din Regiunea Vest au atins, în medie, cel mai mic număr de destinații în 2005 (2,9), comparativ cu regiunile comparabile, perspectiva este complet diferită în 2011. Exportatorii din Regiunea Vest s-au apropiat și au depășit regiunile comparabile: au atins cel mai mare număr de destinații (4) în raport cu regiunea Centru (3,9), Nord-Vest (3,7) și București-Ilfov (3,4). Cu toate acestea, diferențele sunt mici în termeni absoluți. Raza de acțiune medie a exportatorilor regionali se situează bine în cazul unei comparații internaționale: Exportatorii din Regiunea Vest ajung în mai multe destinații în medie decât exportatorii din Spania (3,8), Portugalia (3,4), Bulgaria (2,4) și Mexic (2,2) și doar câteva destinații mai puține decât exportatorii din Suedia (4,3) și Turcia (4,2). Cu toate acestea numărul mediu de destinații atinse în Regiunea Vest a rămas același (2) în această perioadă de timp confirmând că extinderea pieței este aproape în exclusivitate determinată de cei mai mari exportatori, anume aceia care pot face față costurilor comerciale asociate cu deservirea mai multor destinații. Luată împreună, aceste rezultate sugerează că în ultimii șase ani Regiunea Vest a generat mulți exportatori noi, iar mulți dintre aceștia au ales să-și concentreze exporturile către maxim două locații în străinătate și cei mai mari exportatori au reușit să ajungă pe un număr tot mai mare de piețe.

**Figura 27. Numărul mediu de destinații pe Regiune**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

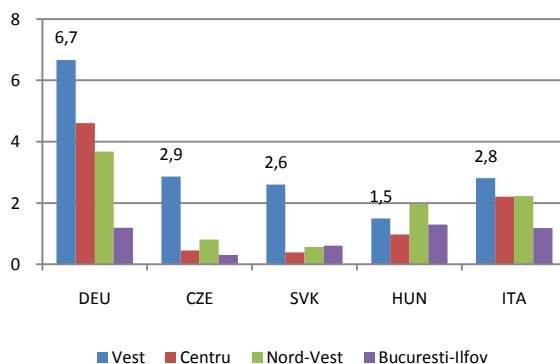
**Figura 28. Numărul mediu de destinații (Țară)**



Sursa: Baza de date privind dinamica exportatorilor și datele INS

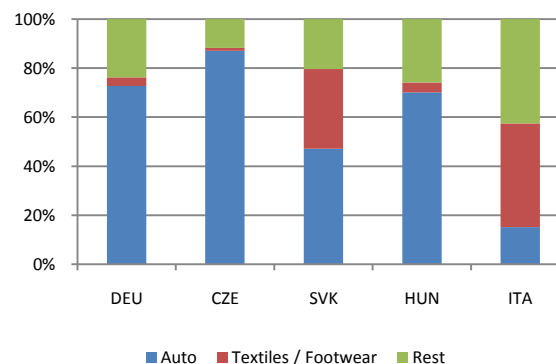
Dacă raza de acțiune a exportatorului mediu din Regiunea Vest este cea mai mare dintre regiunile comparabile și chiar tarifele în raport cu alte țări, ce ar putea conduce la concentrarea pieței de export? Vom susține că, în cazul Regiunii Vest, numărul mediu de destinații atins de exportatori este mai puțin important pentru a explica concentrarea mare de pe piață decât mărimea medie a exportatorilor către câteva locații speciale. Concret, exporturile de către firmele mari care livrează valori relativ mari de export în țări ca Germania, Republica Cehă și Slovacia explică parțial concentrarea mare pe piață a exporturilor din Regiunea Vest. Valoarea medie exportată de firmele din Regiunea Vest către Germania (6,7 milioane dolari americani), Slovacia (2,6 milioane dolari americani) și Republica Cehă (2,9 milioane dolari americani) este de 0,5, 3,5 și 4,6 ori mai mare, respectiv, decât regiunea cu a doua mare expunere la export în aceste locații (Figura 29). Figura 30 oferă o dovadă în plus că aceste valori de export neobișnuit de mari sunt parțial determinate de exporturile din domeniul auto și textile/confecții, două sectoare care sunt dominate de ISD în Regiunea Vest (Figura 13).

**Figura 29. Valoare medie a exporturilor pe destinație**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 30. Structura exporturilor în funcție de destinație**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

## Intrarea și ieșirea de pe piață

Modelul intrărilor și ieșirilor firmelor de pe piața exporturilor poate clarifica anumite probleme importante cu privire la lipsa de diversificare a pieței prezentată de Regiunea Vest: este această lipsă de diversificare cauzată de nivelurile scăzute de experimentare a exportatorilor în ceea ce privește destinațiile? Exportatorii vizează în cea mai mare parte aceleași piețe tradiționale în interiorul UE și se arată mai puțin interesați de locațiile non-tradiționale? Rezultatele din Tabel 9 oferă trei perspective-cheie cu privire la intrarea pe piața exporturilor în regiune. În primul rând, deși numărul intrărilor pe piață este semnificativ mai scăzut decât în regiunile comparabile 11, în special este scăzut în raport cu regiunea București-Ilfov, odată ce numărul de intrări este ajustat în funcție de numărul de exportatori din regiune, nivelul de experimentare este în linii mari similar în toate regiunile. În al doilea rând, exportatorii din Regiunea Vest par a prefera țările din interiorul UE ca destinație nouă de export. Acest lucru nu este valabil pentru regiunea București-Ilfov. Mai puțin de 37,6% din intrările de export ale Regiunii Vest sunt către destinații în afara UE. Acest lucru se compară cu 51,6% în București-Ilfov și 42,1% în Regiunea Centru. Spre deosebire, în Regiunea Nord Vest noile intrări de export sunt chiar mai orientate către UE27 (64,7%). În al treilea rând, după criza de la nivel mondial, toate regiunile par să-și fi reorientat strategiile de export către UE. Aceste rezultate sugerează că experimentarea în ceea ce privește intrarea pe piață nu reprezintă o problemă în Regiunea Vest din moment ce exportatorii par a încerca la fel de mult ca și cei din alte regiuni să intre pe piețele străine. Întrările pe piață, însă, sunt în mare parte orientate spre destinații din UE și această caracteristică diferențiază Regiunea Vest de regiunile mult mai diversificate cum ar fi regiunea București-Ilfov.

---

<sup>11</sup> Intrările pe piață sunt definite ca momentele în care o firmă intră pe o piață pe care nu a exportat în anul precedent.

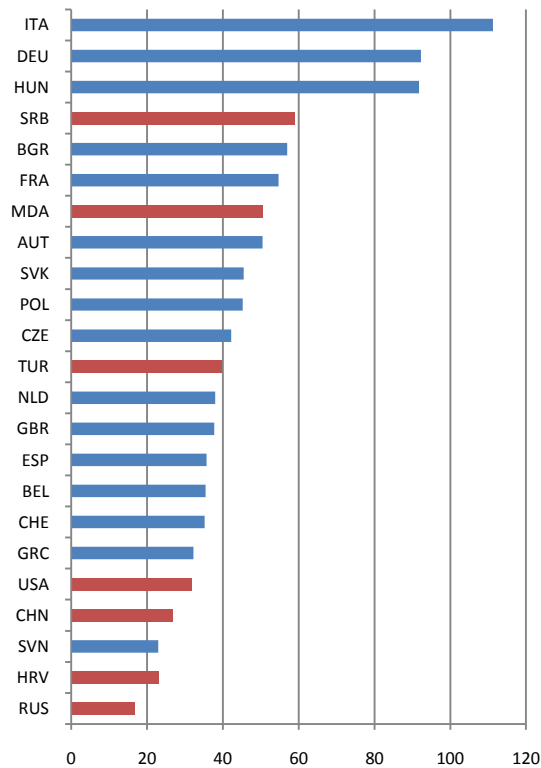
**Tabel 9. Noi intrări pe piață, 2007-2011**

	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Noi intrări pe piață</b>					
București-Ilfov	6,059	3,296	2,903	3,057	3,257
Centru	4,621	2,255	1,766	1,642	1,780
Nord-Vest	4,193	2,059	1,760	1,628	1,705
Vest	3,021	1,717	1,410	1,353	1,508
<b>Noi intrări pe piață / # firme exportatoare</b>					
București-Ilfov	1.7	1.7	1.7	1.7	1.5
Centru	1.5	1.3	1.4	1.4	1.4
Nord-Vest	1.4	1.3	1.4	1.5	1.4
Vest	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5
<b>Cota noilor intrări pe piață EU27</b>					
București-Ilfov	42.9	43.8	50.9	48.9	48.4
Centru	56.0	56.6	60.3	59.5	57.9
Nord-Vest	58.1	61.1	64.1	66.1	64.7
Vest	53.0	53.2	62.0	61.4	62.4
<b>Cota noilor intrări pe piață în afara EU27</b>					
București-Ilfov	57.1	56.2	49.1	51.1	51.6
Centru	44.0	43.4	39.7	40.5	42.1
Nord-Vest	41.9	38.9	35.9	33.9	35.3
Vest	47.0	46.8	38.0	38.6	37.6

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

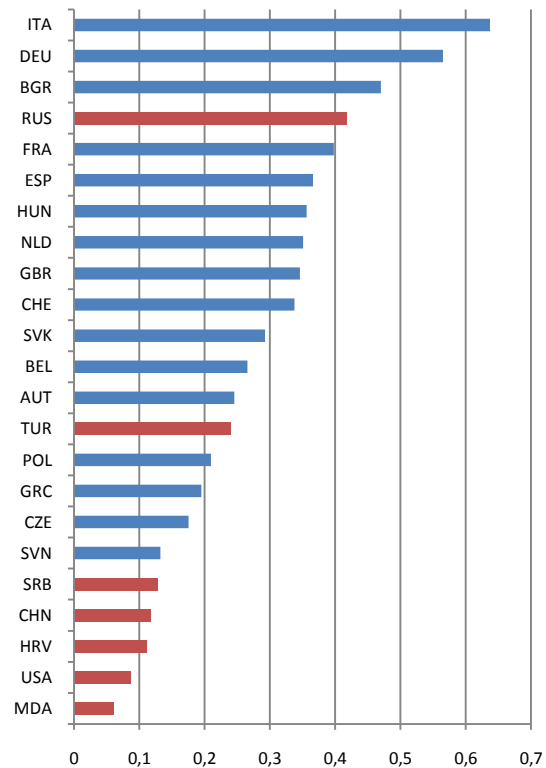
În ciuda preferinței lor pentru vizarea intrării pe piețele UE, exportatorii din Regiunea Vest caută de asemenea în mod activ să pătrundă în anumite destinații din afara UE. Deși Italia, Germania și Ungaria sunt în mod clar destinațiile preferate de către noii exportatori din Regiunea Vest, destinațiile din afara UE precum Serbia, Moldova și Turcia atrag un număr relativ mare de firme exportatoare în fiecare an (Figura 31). În mod surprinzător, între 2008 și 2011, numărul mediu al firmelor care au intrat pe piețele din Serbia (59) și Moldova (51) este mai mare decât numărul firmelor care au încercat să intre în Slovacia (46) și Republica Cehă (42). Cu toate acestea, cu excepția Rusiei, valoarea medie a intrărilor în destinații din afara UE este semnificativ mai mică decât valoarea intrărilor în UE (Figura 32). De exemplu, valoarea medie a exporturilor pentru fiecare participant în Germania a fost de 565.600\$, ceea ce este de 2,4, 4,4 și 9,3 mai mare decât valoarea medie de intrare în Turcia (240.500 dolari americani), Serbia (128.500 dolari americani) și respectiv Moldova (60.600 dolari americani). Faptul că diferențele între valorile de intrare medii și mediane sunt semnificativ mai mari sugerează că diferențele cu privire la mărimea valorii de intrare sunt parțial determinate de intrările firmelor mari (anume, firmele mari care se decid să intre pe piețele UE cu valori de export mari).

**Figura 31. Intrarea medie pe piață (Numărul de firme) în funcție de destinație (2008-2011)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

**Figura 32. Valoarea medie de export pentru fiecare intrare (2008-2011)**



Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Dificultățile în susținerea fluxurilor de export ar putea fi, de asemenea, responsabile pentru lipsa de diversificare chiar dacă ratele de intrare au fost similare atât pentru destinațiile UE cât și cele din afara UE. Tabel 10 arată rata de supraviețuire a fluxurilor de export către destinații din UE și din afara UE. Fiecare coloană reprezintă un grup de firme care au început să exporte către o anumită destinație într-un anumit an. Rezultatul cheie care reiese din acest tabel este acela că este mai dificil să se susțină exporturi în afara UE: probabilitatea ca o relație de export în interiorul UE să supraviețuiască timp de un an este de 53% dar acest procent scade la 39% în cazul în care relația este stabilită într-o piață de destinație din afara UE.

**Tabel 10. Ratele de supraviețuire ale destinațiilor din EU și din afara EU (2007-2011)**

an	Export către EU-27			
	2008	2009	2010	2011
2008	100			
2009	50.7	100		
2010	33.5	53.4	100	
2011	27.6	42.1	57.8	100

an	Exporturi în afara EU-27			
	2008	2009	2010	2011
2008	100			
2009	37.1	100		
2010	24.3	39.3	100	
2011	17.1	23.4	41.6	100

Sursa: Calculele autorului pe baza datelor INS

Ca un rezumat, experimentarea în ceea ce privește intrarea pe piață nu constituie o problemă în Regiunea Vest din moment ce exportatorii încearcă la fel de mult ca cei din alte regiuni să intre pe piețe din străinătate. Cu toate acestea, intrările pe piață sunt în mare parte orientate către destinații din UE și această caracteristică distinge Regiunea Vest de regiunile mai diversificate, cum ar fi București-Ilfov. În ciuda acestei preferințe pentru piețele de export din UE, intrările pe unele destinații din afara UE precum Serbia, Moldova și Turcia sunt foarte dinamice - chiar mai dinamice decât intrarea în majoritatea țărilor din UE: dimensiunea relativ mică a intrărilor de export în destinațiile din afara UE comparativ cu intrările în țările din UE, și faptul că este mai dificil de a susține activitățile de export în afara UE. Politicile care vizează sprijinirea exporturilor către piețele non-tradiționale din apropiere, cum ar fi Serbia, Republica Moldova și Turcia ar putea ajuta în acest sens.

#### **4.3. Potențial și constrângeri privind diversificarea pieței**

Diversificarea piețelor este utilă din două motive principale. În primul rând, diversificarea poate reduce riscul de volatilitate a cererii, printr-o abordare de portofoliu. Acest lucru presupune bineînțeles că cererea nu este strâns corelată cu piețele de destinație. Tabel 11 arată faptul potrivit căruia corelarea cererii de import este mare între UE-27 și alte destinații europene, din moment ce există o corelare puternică a cererii pe majoritatea piețelor. Acest lucru sugerează că diversificarea ulterioară față de UE către alte destinații din Europa, către Rusia sau Turcia poate să aibă doar beneficii limitate în ceea ce privește reducerea riscului. În mod interesant, chiar diversificarea față de destinații ca de exemplu Asia și Orientul Mijlociu și Africa de Nord nu ar ajuta în mod necesar. Într-adevăr, corelarea tot mai mare a cererii de import cu destinațiile reflectă la nivel global tendința spre economia globală tot mai integrată.

**Tabel 11. Corelarea cererii de import în afara petrolului pe regiuni (2000-2011)**

	EU-27	Turcia	SEE6 +	RUS-UKR-MDA	Asia de Sud	Orientul Mijlociu și Africa de Nord
<b>EU-27</b>	1.000					
<b>Turcia</b>	0.980	1.000				
<b>SEE6 +</b>	0.978	0.928	1.000			
<b>RUS-UKR-MDA</b>	0.967	0.976	0.939	1.000		
<b>Asia de Sud</b>	0.918	0.969	0.851	0.955	1.000	
<b>Orientul Mijlociu și Africa de Nord</b>	0.831	0.881	0.792	0.887	0.933	1.000

Sursa: calculele autorului folosind datele UN-COMTRADE

Corelarea tot mai mare a cererii cu privire la destinații sugerează prin urmare că diversificarea poate fi o strategie mai puțin eficientă în vederea reducerii riscului decât a fost în trecut. Într-adevăr, o evaluare a gradului de risc al structurii pieței de export din Regiunea Vest (a se vedea Caseta 4 pentru o descriere a metodologiei) indică faptul că riscul (măsurat prin volatilitatea importurilor partenerului) a crescut în raport cu totalitatea țărilor (Figura 33). În mod critic, multe dintre țările care se situează cel mai departe de linia de regresie și prezintă o volatilitate a importurilor deosebit de mare sunt locații din apropiere în care Regiunea Vest este puțin prezentă, inclusiv Moldova și Bosnia și Herțegovina.



#### Caseta 4. Măsurarea riscului exporturilor

Volatilitatea totală  $a$  a unei țări (variația) cu privire la creșterea importurilor la momentul  $t$  poate fi exprimată după cum urmează:

$$Var(x_{at}) = Var\left[\sum_{i=1}^N s_{ait} x_{ai}\right] = \sum_{i=1}^N s_{ait}^2 Var(x_{ai}) + \sum_{i=1}^N \sum_{\substack{j=1 \\ j \neq i}}^N s_{ait} s_{ajt} Cov(x_{ai}, x_{aj}) \quad (1)$$

unde indicii  $a$ ,  $i$  și  $t$  indică țara, produsul de import și momentul.  $X$  indică creșterea de la an la an a importurilor produsului  $i$  în țara  $a$ .  $s$  reprezintă cota de import a produselor  $i$  în țara  $a$  la momentul  $t$ . volatilitatea totală reprezintă suma de variație a creșterii importurilor de produse  $i$  în țara  $a$  în perioada care ne interesează, ponderată cu cotele de import ce variază în timp  $s$  (primul termen) și covariația creșterii importurilor produsului  $i$  cu orice alt produs de import  $j$  în țara  $a$  în perioada care ne interesează, ponderată cu cotele de import ce variază respective  $s$  (al doilea termen). Volatilitatea totală a creșterii importurilor la momentul  $t$  este prin urmare o funcție a trei determinanți : (i) variația creșterii importurilor fiecărui produs  $i$ , (ii) covariația creșterii importurilor fiecărui produs  $i$  cu fiecare produs  $j$  în țara  $a$ , și (iii) structura țării  $a$  a cererii de import, determinată de  $s$ .

Conform lui di Giovanni și Levchenko (2009), putem rescrie ecuația (1) după cum urmează:

$$Var(x_{at}) = \sum_{i=1}^N s_{ait}^2 Var(x_{ai}) + \sum_{i=1}^N s_{ait} (1 - s_{ait}) \rho_{ai, (1-i)} Cov(x_{ai}, x_{a(1-i)}) \quad (2)$$

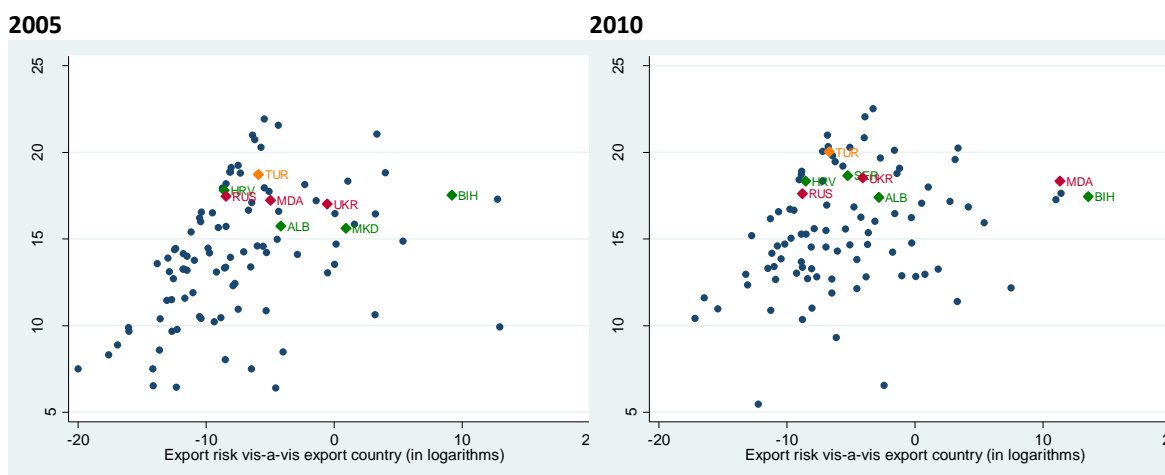
Unde indicele  $1-i$  indică suma tuturor produselor de import în țara  $a$  cu excepția produsului  $i$ .  $\rho_{ai, (1-i)}$  reprezintă coeficientul de corelație a creșterii de la an la an a produsului de import  $i$  cu creșterea de la an la an a tuturor celorlalte produse de import  $1-i$  în țara  $a$ . folosind expresia (2) este mai ușor să calculăm volatilitatea totală fără nicio pierdere de generalitate. Calculăm ecuația (2) pentru toate destinațiile de export ale Regiunii Vest în perioada 2005-2010. Sectoarele  $i$  sunt definite la nivel de 2 cifre HS 1988/92.

Într-o altă etapă calculăm riscul de export al unei țări  $b$  la momentul  $t$  după cum urmează:

$$risk_{bt} = \sum_{a=1}^N w_{bt,a} Var(x_{at}) \quad (3)$$

unde  $w$  reprezintă cota de export din țara  $b$  în țara  $a$  la momentul  $t$ .

**Figura 33. Riscul exporturilor în Regiunea Vest**

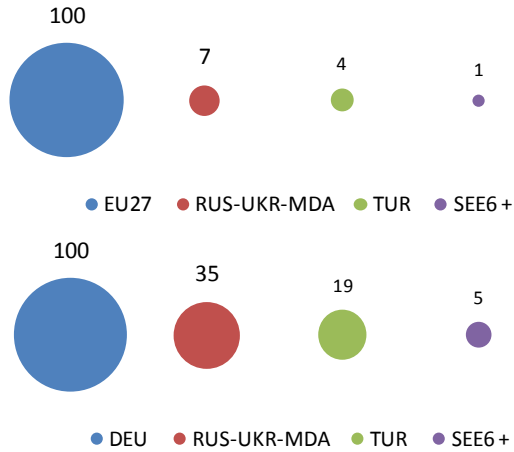


Sursa: Calculele autorului folosind datele INS și COMTRADE

Sursa: Calculele autorului folosind datele INS și COMTRADE

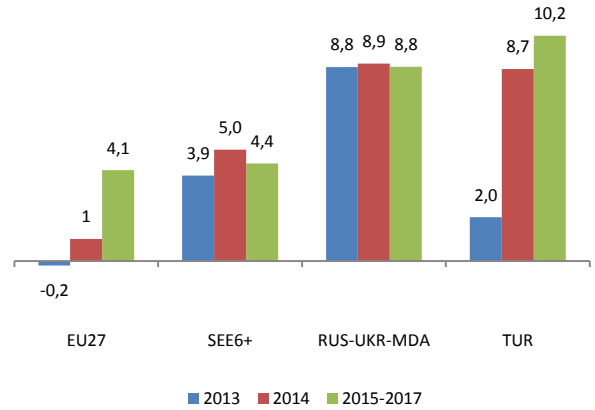
Al doilea beneficiu potențial de diversificare este acela că poate permite Regiunii Vest să obțină un avantaj mai mare din "efectele de pull" a piețelor în dezvoltare. Dovezile prezentate aici și anterior în această notă indică faptul că exportatorii din Regiunea Vest au primit în general un efect "de tragere" pozitiv în urma compoziției lor geografice pe parcursul jumătății ultimului deceniu. Întrebarea este cât de multă valoare și domeniu de aplicare există în îndepărtarea de UE. Primul punct pe care trebuie să ne axăm este dimensiunea relativă a oportunităților de piață. Figura 34 arată dimensiunea relativă a destinațiilor potențiale spre care Regiunea Vest și-ar putea extinde exporturile. În 2011, totalul importurilor din Rusia-Ucraina-Moldova au fost de 440 miliarde dolari americani, 241 miliarde dolari americani din Turcia și 69 miliarde dolari americani de la țările ESE6+. În același an importurile din UE s-au ridicat la 6 trilioane dolari americani și 1,3 trilioane dolari americani doar din Germania. Piața din UE ca un întreg este aproape de 14 ori mai mare decât piața Rusia-Ucraina-Moldova și de douăzeci de ori mai mare decât Turcia. Acest lucru înseamnă că, chiar și în cazul unei creșteri moderate în UE, de exemplu mai puțin de 1% în fiecare an, potențialul suplimentar al pieței generat în UE va fi similar potențialului combinat al celorlalte trei regiuni prezentate (60 miliarde dolari americani față de 63 miliarde dolari americani). Al doilea punct este că "tragerea" cererii de import va fi mai mică în anumite regiuni. Figura 35 sugerează faptul potrivit căruia creșterea importurilor din țările ESE6+ se va apropia de UE și va fi mai mică decât celelalte destinații. Prin contrast, se estimează că blocul Turcia și Rusia-Ucraina-Moldova va experimenta o creștere puternică a importurilor în următorii ani.

**Figura 34. Cererea importurilor pentru regiunile selectate (2011)**



Sursa: UN-COMTRADE

**Figura 35. Estimarea cererii importurilor - Regiuni Selectate**



Sursa: IMF Perspective economice globale, Octombrie 2012

În ciuda dimensiunii mai mici și a unei creșteri mai lente pentru unele locații, există oportunități semnificative pentru anumite sectoare din regiunile noi. Oportunitățile semnificative ar putea proveni din exporturile din sectorul de animale și legume către ESE6+ care nu sunt de neglijat la peste 20 milioane dolari americani pe an ci reprezintă mai puțin de 1% din importuri de la acel bloc specific - în mod special în Croația care reprezintă aproximativ o treime din importuri către acea zonă. În afară de Croația, piața exporturilor de legume și produse de origine animală valorează mai mult de 500 milioane dolari americani în Serbia (639 milioane dolari americani) și Bosnia și Herțegovina (885 milioane dolari americani) și ar putea reprezenta o destinație importantă pentru acest sector. Tabel 12 arată că ratele de tarifare pentru principalele produse agricole exportate de Regiunea Vest sunt de asemenea semnificativ mai mici în cele două țări din ESE6+ pentru care sunt disponibile date (Croația și Bosnia și Herțegovina) decât media la nivel mondial și mai mici decât în Moldova și Ucraina.

**Tabel 12. Tarife cu care se confruntă exportatorii din Regiunea Vest de produse agroalimentare în piețele selectate**

	Global	Bosnia și Herțegovina	Croația	Moldova	Ucraina	Rusia
Alte fructe cu coajă, proaspete sau uscate, în coajă sau decojite (SA 802)	17,9	0	0	10	-	-
Grâu (SA 1001)	15,3	2,5	-	10	6,7	-
Corn (SA 1005)	9,3	0	0	10	0	5
Semințe de rapiță sau rapiță sălbatică, sfărâmate sau nu (SA 1205)	3,0	0	-	0	0	-
Semințe de floarea soarelui, chiar sfărâmate (SA 1206)	5,3	0	0	10	6,7	5
Zahăr din trestie sau din sfeclă și zaharoză chimic pură (SA 1701)	28,2	10	9	30	50	-
Vin din struguri proaspeți, inclusive vinuri îmbogățite cu alcool (SA 2204)	23,1	-	-	-	-	20

Sursa: TRAINS (prin WITS)

#### 4.4. Rezumat

Această secțiune trece în revistă principalele caracteristici ale orientării către piața de export a Regiunii Vest. În rezumat, apar următoarele aspecte:

- **UE rămâne de departe cea mai importantă piață de destinație și importanța ei nu s-a diminuat în timp.** UE absoarbe 90% din exporturile din Regiunea Vest. Cu toate acestea, există un transfer în piețele de destinație în cadrul UE. În timp ce în mod tradițional, principala piață de export a fost Italia, în ultima vreme cea mai mare parte a exporturilor este direcționată către Germania, Republica Cehă, Slovacia și Ungaria, care a reprezentat de asemenea aproximativ 60% din creșterea exporturilor în perioada 2009-2011. Italia nu este singura țară de o importanță în scădere în ceea ce privește exporturile din Regiunea Vest. Ponderea exporturilor către Franța, Austria și Regatul Unit este de asemenea în scădere. Vom arăta în cadrul Secțiunii 4 că reorientarea geografică a exporturilor din Regiunea Vest este asociată cu un transfer în ceea ce privește specializarea, de la textile la automobile și la participarea exportatorilor din Regiunea Vest în lanțurile valorice internaționale.
- **Specializarea în creștere în exporturile către Germania, Republica Cehă, Slovacia și Ungaria a servit cu succes Regiunea Vest până acum.** Capacitatea de import a acestor destinații se dezvoltă într-un ritm mai alert decât media mondială și Regiunea Vest

câștigă rapid cota de piață în acestea - ceea ce sugerează că regiunea rămâne competitivă.

- **Lipsa de diversificare poate crește vulnerabilitatea regiunii la șocurile externe, dar diversificarea poate fi o strategie mai puțin eficientă în vederea reducerii riscului decât a fost în trecut.** Dacă principalele destinații de export ale părții de Vest a României cunosc o încetinire cu privire la creșterea importurilor, impactul economic asupra economiei regiunii poate fi considerabil. Diversificarea poate reduce riscul de volatilitate a cererii în două moduri: printr-o abordare de portofoliu și permițând Regiunii Vest de a profita mai mult de "efectele pull" ale piețelor de import dinamice. Scăderea diversificării printr-o abordare de portofoliu presupune că cererea nu este în strânsă corelație pe piețele de destinație. Cu toate acestea, raportul constată faptul potrivit căruia corelarea cererii de import este ridicată între UE-27 și celelalte destinații europene, din moment ce există o corelație puternică a cererii pe majoritatea piețelor din regiunea Europei. Acest lucru sugerează faptul că diversificarea ulterioară departe de UE către alte destinații din Europa, către Rusia sau către Turcia poate avea doar beneficii limitate în ceea ce privește reducerea riscului. Al doilea beneficiu potențial de diversificare este acela că poate permite Regiunii Vest să obțină un avantaj mai mare din "efectele de pull" ale piețelor în dezvoltare. Dovezile prezentate aici și anterior în această notă indică faptul că exportatorii din Regiunea Vest au primit în general un efect "de tragere" pozitiv în urma compoziției lor geografice pe parcursul jumătății ultimului deceniu. Cu toate acestea, în general există o valoare și un domeniu de aplicare limitate în îndepărtarea de UE. Piața în UE ca un întreg este aproape de 14 ori mai mare decât piața Rusia-Ucraina-Moldova combinate și de douăzeci mai mare decât Turcia. Acest lucru înseamnă că, chiar și la creșterea modestă în UE, potențialul de piață suplimentar generat în UE va fi similar celorlalte trei regiuni potențiale combinate prezentate.
- **Este dificil pentru Regiunea Vest să diversifice piețele de destinație pe termen scurt.** Dependența sa de lanțurile valorice internaționale din sectorul auto și sectorul de confecții/încălțăminte face dificilă diversificarea în ceea ce privește destinațiile de piață. Structura ierarhică a sectorului de automobile și natura determinată de cumpărător a lanțurilor valorice în sectorul de textile sugerează că deciziile strategice cu privire la exporturile din Regiunea Vest din România în aceste sectoare sunt realizate la sediile din străinătate ale OEM în sectorul de automobile și de mărcile internaționale situate în aval și lanțurile de retail din sectorul de confecții/încălțăminte.
- **Cu toate acestea, domeniul de aplicare pentru diversificarea geografică există în sectoarele mai puțin importante în prezent.** Industria agro-alimentară, și în special sectorul cu produse animale și de legume, prezintă potențialul de a se extinde în țările învecinate, inclusiv Serbia, Moldova și Ucraina. Discuțiile cu focus grupurile sugerează de asemenea că există potențial de a exporta servicii de software. Din păcate, datele disponibile nu acoperă exporturile de servicii, astfel încât nu am putut susține cu

documente potențialul din acest sector cu cifre sustenabile și nici să identificăm care piețe ar putea fi vizate ca fiind o prioritate.

- **Datele la nivel de firmă sugerează în continuare că experimentarea în ceea ce privește intrarea pe piață nu constituie o problemă în Regiunea Vest.** Exportatorii par să încerce la fel de mult ca cei din celelalte regiuni să intre pe piețele străine. Cu toate acestea, intrările pe piață sunt cu precădere orientate către destinații din UE și această caracteristică deosebește Regiunea Vest de regiunile mai diversificate precum București-Ilfov. În ciuda acestei preferințe pentru piețele de export în interiorul UE, pătrunderea pe anumite destinații din afara UE precum Serbia, Moldova și Turcia este extrem de dinamică - chiar mai dinamică decât intrarea în majoritatea țărilor UE. Cu toate acestea, două aspecte sunt împotriva creșterii diversificării pieței în afara UE: dimensiunea relativ redusă a intrărilor de export în destinațiile din afara UE în raport cu intrările în țările UE, și faptul că este mai dificilă sprijinirea activităților de export în afara UE.

## 5. CREȘTEREA EXPORTURILOR PRIN EXTINDEREA ȘI MODERNIZAREA PRODUSELOR

---

### 5.1. Structură și tendințe în sectoarele de export și produse

Cele mai de importante unsprezece produse de export din Regiunea Vest sunt legate de industria de mașini și confirmă poziția dominantă a sectorului în totalul exporturilor (Tabel 13). Primele trei produse de export, anume seturi electrice cu aprindere (14%), volane (7,3%) și anvelope pneumatice (7%) au reprezentat împreună 28,3% din exporturi în 2011 și sunt foarte importante în explicarea nivelului de concentrare a sectorului exporturilor din Regiunea Vest. Este de remarcat faptul că, cu excepția unui singur produs (piese pentru autovehicule) această listă a celor mai importante unsprezece produse de export a crescut cu rate de două cifre în medie în perioada 2005-2011.

O analiză mai detaliată a Tabelului 13 va dezvălui un grup de produse care joacă un rol important în Regiunea Vest și la prima vedere nu ar fi asociat cu industria auto: conductoare electrice (cod SA 854449 și SA 85441), panouri de comandă numerică (AS 853710), dispozitive optice, aparate și instrumente (cod SA 901380) și instrumente de măsurare și verificare (cod SA 903180). Aceste produse pot fi clasificate în mod tradițional ca parte a sectorului de electronice, dar sunt în mare parte fabricate de mari companii multinaționale din sectorul auto din Regiunea Vest și formează de fapt o parte a sistemelor moderne electrice și de calculator pentru autovehicule. Aceste produse au fost printre cele mai dinamice în ultimii șase ani (unele chiar înregistrând rate de creștere de trei cifre) și au ajuns de la a reprezenta mai puțin de 3% din exporturi în 2005 la 8,6% în 2011. Creșterea relativ rapidă a acestui grup de produse (unele nu erau nici măcar exportate acum șase ani) poate semnala evoluția sectorului auto de

la produsele cu o mai mică intensitate a forței de muncă cum ar fi cablajele către produse electronice mai sofisticate cu o valoare adăugată mai mare.

Doar șapte din produsele enumerate în Tabelul 13 nu sunt legate de sectorul auto. Contrar tendințelor produselor din industria de automobile prezentate mai sus, majoritatea produselor care nu fac parte din categoria de mașini au cunoscut fie o rată de creștere de o cifră fie o scădere a valorii absolute între 2005 și 2011. Trei dintre aceste produse aparțin sectorului de încălțăminte - încălțăminte cu talpă exterioară de cauciuc (cod SA 640399 & SA 640391) și fețe de încălțăminte și părțile lor (SA 640610) - și fie au pierdut sau s-au străduit să-și mențină cota din totalul exporturilor în această perioadă, sugerând că exporturile din acest sector nu cresc suficient de rapid pentru a ține pasul cu exporturile auto extrem de dinamice. Restul produselor din această listă provin din industrii diferite și includ dispozitive de făcut cafea (SA 851671), cuptoare industriale (SA 841790), mobilier din lemn (SA 940360), printre altele.

**Tabel 13. Top 20 Produse Exportate în Regiunea Vest în 2011**

SA 6 cod	Denumire produs	% exporturi		Rata anuală medie de creștere			
		2005	2011	2005-11	2005-08	2008-09	2009-11
854430	Seturi de fișe pentru bujiile de aprindere și alte seturi de fișe de tipul celor utilizate	14.8	14.0	10.1	18.1	-31.6	25.6
870894	Volanți, coloane și cutii de direcție	0.7	7.3	63.7	82.1	1.7	76.9
401110	Anvelope pneumatice noi, din cauciuc	5.9	7.0	14.5	15.9	-2.2	21.4
870899	Piese autovehicule	3.7	2.8	6.1	19.2	7.0	-11.4
870829	Piese și accesorii de caroserii pentru autovehicule	1.1	2.5	27.1	42.5	-23.9	38.5
854449	Conductoare electrice, pentru o tensiune maximă de	0.1	2.4	111.0	303.3	-28.8	37.4
940190	Componente scaune altele decât cele folosite la poziția 9402	1.5	2.0	16.7	26.2	-35.3	39.3
854441	Conductoare electrice, pentru o tensiune maximă de	1.4	1.8	16.3	-14.9	-50.0	183.4
853710	Tablouri, panouri, inclusive panouri de comandă numerică	0.4	1.7	42.0	42.9	75.1	26.5
901380	Dispozitive optice, aparate și instrumente,	0.0	1.4	313.5	-29.3	81.8	8,728.5
903180	Instrumente, aparate de măsurare și control	0.0	1.3	146.9	388.0	85.3	2.5
640610	Fețe de încălțăminte și părțile lor (excl. ștaifuri)	2.3	1.3	1.5	-2.7	-25.6	26.1
640399	Încălțăminte de cauciuc... tălpi, fețe din piele,	1.5	1.3	8.7	30.9	-54.3	26.8
841790	Furnale și cuptoare industrial sau de laborator, inclusiv incineratoare	0.0	1.3	1,307.1	16,927.1	-7.4	30.3
640391	Încălțăminte cu tălpi din cauciuc și fețe din piele	1.2	1.2	10.9	12.4	-38.0	45.2
841850	Vitrine și teighele frigorifice	1.2	1.2	11.0	21.6	-38.7	30.4
851671	Aparate pentru prepararea cafelei și ceaiului,	2.2	1.1	-0.5	-15.5	-40.6	64.9
940360	Mobilier lemn	2.3	1.0	-2.8	-1.9	-27.6	11.0
870821	Centuri de siguranță pentru autovehicule	2.4	1.0	-3.7	8.0	-23.4	-9.1
851220	Aparate de iluminat sau de semnalizare vizuală	0.0	1.0	99.2	205.2	14.6	38.5
	<i>Top 20 produse</i>	<i>42.5</i>	<i>54.6</i>	<i>15.8</i>	<i>20.8</i>	<i>-19.1</i>	<i>30.1</i>
	<b>Total Exporturi</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>11.1</b>	<b>13.2</b>	<b>-19.4</b>	<b>26.8</b>

Sursa: INS



Tabel 14 oferă dovezi pentru afirmația făcută în secțiunea anterioară conform căreia concentrarea ridicată a pieței de export din Regiunea Vest are o dimensiune sectorială. Tabel 13 prezintă primele trei destinații de piață pentru aceleași prime produse prezentate în tabelul 13 (toate aparținând sectorului auto) și care reprezintă 42,8% din totalul exporturilor în 2011. După cum se poate vedea în tabelul de mai jos, primele trei destinații pentru aceste produse reprezintă mai mult de trei sferturi din exporturi, cu excepția anvelopelor pneumatice (40,4%), pieselor de autovehicule (56,4%) și componente și accesorii pentru caroseriile autovehiculelor (70,6%). De asemenea, este de remarcat faptul că Germania reprezintă cea mai importantă destinație pentru șapte dintre aceste produse iar a doua cea mai importantă destinație pentru celelalte trei, iar importanța sa ca destinație de export variază de la un minim de 19,6% din exporturile componentelor pentru autovehicule la un maxim de 93,5% în ceea ce privește dispozitivele și instrumentele optice. Ungaria, Slovacia și Republica Cehă sunt de asemenea o prezență constantă printre primele 3 destinații pentru aceste produse și aproape rezumă lista la trei produse: componente autovehicule, anvelope pneumatice și dispozitive și instrumente optice.

**Tabel 14. Destinațiile de piață pentru primele 10 Exporturi din Regiunea Vest în 2011**

SA6 cod	Denumire produs	Primele 3 destinații			Total
854430	Seturi de fișe pentru bujiile de aprindere și alte seturi de fișe de tipul celor utilizate	DE [47.3%]	CZ [19.2%]	GB [9.8%]	76.3
870894	Volanți, coloane și cutii de direcție	DE [70.1%]	ES [5.5%]	SK [4.5%]	80.1
401110	Anvelope pneumatice noi, din cauciuc	DE [25.4%]	NL [7.7%]	FR [7.3%]	40.4
870899	Piese autovehicule	SE [19.9%]	DE [19.6%]	FR [17.0%]	56.4
870829	Piese și accesorii de caroserii pentru autovehicule	SK [27.9%]	DE [26.5%]	ES [16.3%]	70.6
854449	Conductoare electrice, pentru o tensiune maximă de	HU [57.9%]	DE [32.8%]	MD [2.9%]	93.6
940190	Componente scaune altele decât cele folosite la poziția 9402	DE [61.9%]	CZ [19.4%]	HU [6.2%]	87.4
854441	Conductoare electrice, pentru o tensiune maximă de	DE [34.2%]	HU [29.0%]	CZ [16.5%]	79.7
853710	Tablouri, panouri, inclusive panouri de comandă numerică	DE [80.9%]	CZ [6.2%]	BE [4.6%]	91.7
901380	Dispozitive optice, aparate și instrumente	DE [93.5%]	US [5.6%]	CN [0.7%]	99.8

Sursa: INS

Firmele de pe piața internă au o combinație diferită de produse decât restul exportatorilor. Tabel 15 prezintă cele mai importante douăzeci de produse exportate de firmele de pe piața internă din Regiunea Vest și o comparație rapidă cu Tabelul 13 arată lipsa evidentă de produse auto printre principalele produse exportate de firmele de pe piața internă cu excepția a două produse (panouri de comandă numerică și echipament de iluminat și semnalizare vizuală). Cu toate acestea, faptul că niciunul din primele cinci produse de export din Regiunea Vest nu apare în această listă pentru firmele locale sugerează că nucleul sectorului auto este dominat de firmele cu capital străin. Majoritatea produselor din Tabelul 15 aparțin industriilor agro-alimentare sau de încălțăminte cu anumite produse reprezentate de dispozitive electrice de asemenea în combinație. Trebuie reținut totuși faptul că valoarea de export pentru majoritatea acestor produse a crescut semnificativ în ultimii ani și valoarea acestor douăzeci de produse ca un tot unitar a crescut aproape de patru ori între 2009 și 2011.

**Tabel 15. Primele 20 de produse de export ale firmelor de pe piața internă**

Cod AS6	Denumire produs	2005	2008	2009	2010	2011	% exp. 2011
853710	Tablouri, panouri, inclusive panouri de comandă numerică	2.7	0.1	0.2	70.3	79.6	10.6
851220	Aparate de iluminat sau de semnalizare vizuală	0.0	0.2	0.4	28.0	37.6	5.0
120600	Semințe floarea soarelui		7.5	8.8	16.7	25.3	3.4
100590	Porumb (excl. semințe)		0.4	0.8	14.4	25.0	3.3
300490	Alte medicament constituite din produse amestecate sau neamestecate	0.0	0.3	0.1	5.4	24.6	3.3
120500	Semințe de rapiță sau de rapiță sălbatică		2.1	2.4	7.4	22.6	3.0
640610	Fețe de încălțăminte și părțile lor (excl. ștaifuri)	5.9	9.5	14.0	18.1	19.2	2.6
854390	Mașini și aparate electrice care au o funcție proprie				10.8	19.1	2.5
940360	Mobilier de lemn	27.7	16.1	14.5	14.5	16.9	2.3
10410	Ovine vii		9.3	10.1	12.5	13.4	1.8
440792	Lemn (fag) tăiat sau despicat longitudinal	3.0	9.0	7.6	9.7	13.3	1.8
640510	Încălțăminte din piele natural sau reconstituită	13.5	11.7	8.9	13.8	13.0	1.7
80232	Nuci fără coajă, proaspete sau uscate	11.4	7.7	7.8	10.1	12.8	1.7
640319	Încălțăminte sport, cu cauciuc, material plastic, piele	3.2	0.0	10.1	14.4	12.5	1.7
10290	Bovine vii, altele decât din rasa pură	10.3	7.2	6.7	9.5	11.5	1.5
640340	Încălțăminte cu bombeu din metal, fețe din piele		0.0	0.0	3.2	10.2	1.4
401091	Bandă rulantă de transmisie din cauciuc vulcanizat				0.3	10.0	1.3
841410	Pompe de vidare		0.0	0.0	4.8	8.3	1.1
711210	Deșeuri și resturi de aur, inclusiv	2.8	6.0	6.1	5.8	8.2	1.1
640399	Încălțăminte de cauciuc... tălpi, fețe din piele,	0.1	2.9	3.3	4.1	6.7	0.9
	<i>Top 20 produse interne</i>	<i>80.5</i>	<i>90.1</i>	<i>101.8</i>	<i>273.9</i>	<i>390.0</i>	<i>51.9</i>

Sursa: INS

## Concentrarea produsului

Coșul de export al Regiunii Vest este relativ concentrat în ceea ce privește produsele. În raport cu regiunile București-Ilfov și Centru, Regiunea Vest a fost de două ori mai concentrată în urmă cu o jumătate de deceniu și rămâne la fel și în 2011 (Figura 36). Concentrarea de produs în Regiunea Vest a crescut ușor în ultimii șase ani și, dintre cele patru regiuni importante din România, doar Regiunea Nord Vest a fost mai concentrată în 2011. Aceasta din urmă a cunoscut o creștere remarcabilă a concentrației de produs ca urmare a exporturilor de o firmă aflată în fruntea sectorului TIC care a dus la triplarea indicelui de concentrație între 2005 și 2011. Ca urmare, în 2011, Regiunea Nord Vest (IHH=0,076) a fost de două ori la fel de concentrată în ceea ce privește produsele ca și Regiunea Vest (IHH= 0,035) și de cinci ori mai concentrată decât Regiunea Centru (IHH=0,014).

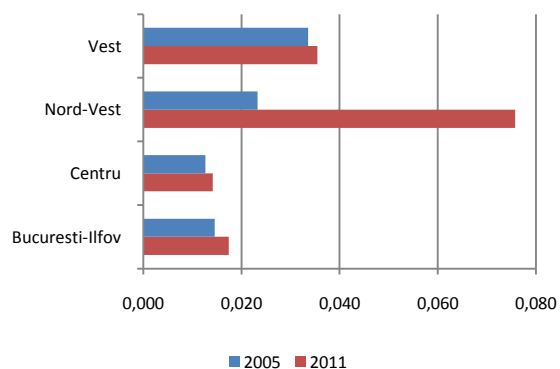
Figura 37 aduce o clarificare suplimentară cu privire la problema concentrației produsului de export prin reprezentarea grafică a cotei din totalul exporturilor înregistrate de primele zece produse de export în fiecare regiune. Două perspective cheie apar. În primul rând, importanța relativă a celor zece produse de top din Regiunea Vest s-a schimbat foarte puțin între 2005 (40,6%) și 2011 (42,8%). De fapt, doar Regiunea Nord Vest a crescut în mod drastic cota exporturilor din primele sale zece produse de top în această perioadă (de la 37,4% la 49%), un rezultat ce reflectă tendința Indicelui Herfindahl-Hirschman discutat în paragraful anterior. În al doilea rând, diferențele în această măsură a concentrației sunt în principal determinate de importanța primelor zece produse de export din moment ce ponderea celorlalte zece produse de top este similară între regiuni. În 2011, procentul cumulativ al exporturilor reprezentat de primele 3 produse de export a fost de 35,4% în Regiunea Nord Vest, 28,3% în Regiunea Vest, 15,3% în Regiunea Centru și 15,1% în București-Ilfov. În contrast, contribuția celorlalte din cele zece produse de top la totalul exporturilor a fost foarte similară între regiuni. 12

În cele din urmă, așa cum am arătat în alte secțiuni ale acestui raport, aceste tendințe privind concentrația au de asemenea un fond sectorial distinct în Regiunea Vest. Figura 38 prezintă aceeași concentrație metrică discutată în paragraful anterior, defalcată pe sectoare pentru Regiunea Vest. După cum este demonstrat în mod clar, dominația primelor trei produse de export este semnificativ mai mare în sectorul auto (46,4%) decât în sectorul de textile/încălțăminte (26,9%) și restul din sectorul de export (27,4%).

---

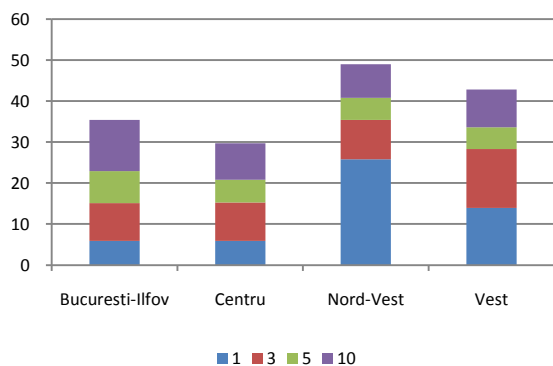
<sup>12</sup> Contribuția produselor 4 și 5 și a produselor 6-10 la totalul exporturilor pe regiune a fost : 7,8% și 12,5% (București-Ilfov), 5,5% și 9% (Centru), 5,4% și 8,2% (Nord-Vest), și 5,3% și 9,2% (Vest).

**Figura 36. Indice Herfindahl-Hirschman privind Concentrația Produsului de Export**



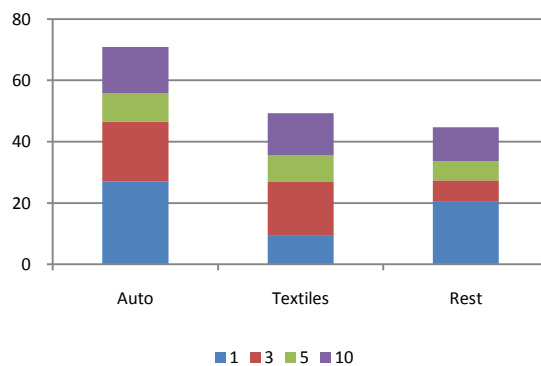
Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

**Figura 37. Cota total exporturi a primelor 10 produse de export**



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

**Figura 38. Cota primelor 10 produse exportate pe cector în Regiunea Vest**



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

### Specializare

Schimbarea modestă în ceea ce privește concentrarea exportului în Regiunea Vest contrazice schimbarea structurală semnificativă în coșul de export la un nivel de sector de la aderarea României la UE. În special, în 2005 sectoarele de textile și confecții au reprezentat 27% din exporturi. Au scăzut în mod substanțial de atunci, pentru a ajunge la 14% în 2011. Ele au fost înlocuite de sectorul de automobile, care a crescut rapid și și-a mărit cota din totalul exporturilor de la 41,8% la 51,6% în aceeași perioadă. Analiza ACR (analiza cauzei rădăcină) în ceea ce privește exporturile din Regiunea Vest în 2011 arată că regiunea este într-adevăr

relativ specializată în ceea ce privește exporturile. Deloc surprinzător, exporturile din Regiunea Vest din România sunt mai specializate decât cele din țară în ansamblu datorită extinderii mici a teritoriului. Uitându-ne la lista top-20 sectoarele SA-2 cifre din punct de vedere al ACR (

Tabel 16), reiese că exporturile din regiune rămân concentrate în calificare relativ scăzută, complexitate redusă a produselor precum încălțăminte, textile, cauciuc, lemn și industriile agricole sau alte produse de bază. Produsele Mid-tech se clasează doar pe locurile 14 și 15, cu mașinile electrice (SA 85) și vehiculele (SA 87).

O analiză separată arată că cele patru județe ale Regiunii Vest au un avantaj comparativ comun în unele produse primare, cum ar fi animalele vii, arbori și alte plante, legume și fructe comestibile. Exporturile din Arad, Hunedoara și Timiș sunt de asemenea puternice în sectoarele SA 82-85 care acoperă instrumente și articole din metale comune, reactoare nucleare, cazane, aparate și dispozitive mecanice și mașini și echipamente electrice.

Tabel 16. Evoluția avantajelor comparative revelate în Regiunea Vest, 2005 și 2011

SA2	Sector SA - 2 cifre	% total exporturi		ACR	
		2005	2011	2005	2011
64	Încălțăminte, ghetreși articole similar; părți ale acestor articole	9.8	6.6	13.6	9.9
40	Cauciuc și articole din cauciuc.	6.4	9.3	6.2	7.1
59	Țesături impregnate, îmbrăcate, acoperite sau stratificate;	0.0	0.7	0.2	6.2
94	Mobilier; articole de pat, saltea, support saltea	4.7	5.4	3.6	5.0
67	Pene și puf prelucrate; flori artificiale ; articole din păr uman	0.0	0.1	0.9	4.4
1	Animale vii	0.3	0.5	2.4	3.9
41	Piei brute (altele decât pieile cu blană)	0.3	0.6	1.1	3.6
61	Îmbrăcăminte și accesorii îmbrăcăminte, tricotate sau croșetate	9.4	3.5	7.6	3.1
5	Produse de origine animală.	0.1	0.1	1.0	2.6
58	Țesături special; șesături cu smocuri; dantele; tapiserii	0.2	0.1	1.9	2.5
65	Obiecte de acoperit capul și părți ale acestora	0.2	0.1	3.8	2.5
44	Lemn și articole din lemn; cărbune de lemn.	2.1	1.7	2.0	2.3
85	Mașini, aparate și instrumente electrice și părți ale acestora ; aparate de înregistrat	33.9	28.9	2.4	2.3
87	Vehicule	8.9	16.3	1.0	2.3
69	Produse din ceramică.	0.6	0.5	1.9	2.2
62	Îmbrăcăminte și accesorii de îmbrăcăminte, altele decât cele tricotate sau croșetate	6.3	2.4	4.3	2.1
42	Articole din piele; articole de curelărie sau de șelărie; articole de voiaj	0.8	0.7	2.2	1.8
57	Covoare și alte acoperitoare de podea din material textile.	0.0	0.1	0.0	1.6

76	Aluminiu și articole din aluminiu.	0.2	1.4	0.2	1.5
83	Diverse articole din metal de bază .	0.5	0.5	1.2	1.4

Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

### Orientarea Creșterii

În secțiunile anterioare am arătat că exporturile de produse auto și a industriilor conexe domină structura exporturilor din Regiunea Vest și faptul că sectorul auto a fost mai dinamic decât sectorul de confecții/încălțăminte în ultimii șase ani. Cu toate acestea, nu am stabilit cât de important este sectorul auto pentru creșterea exporturilor în Regiunea Vest. Tabel 17 arată că sectorul auto a fost responsabil pentru 62,5% din creșterea totală a exporturilor între 2005 și 2011 și, în mod surprinzător, contribuțiile sectorului de confecții/încălțăminte au fost negative de-a lungul aceleiași perioade. Deși sectorul de confecții/încălțăminte a reprezentat 10% din creșterea exporturilor după 2009, acesta este doar un "efect de bumerang" și exporturile din acest sector se mențin sub valoarea realizată în 2008.

**Tabel 17. Defalcarea creșterii exportului pe sectoare, 2005-2011**

	2005-2011	2005-2008	2008-2009	2009-2011
Auto	62,8	52,4	24,9	54,3
Restul	38,0	56,4	60,6	35,3
Textile / Încălțăminte	-0,8	-8,9	14,4	10,3
<b>Total creștere export</b>	<b>11.1</b>	<b>13.2</b>	<b>-19.4</b>	<b>26,8</b>

Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

Tabel 18 prezintă primele 20 de produse de export ale Regiunii Vest în 2011, rata de creștere anuală a exporturilor pentru aceste produse ale regiunii, și rata de creștere a totalității importurilor în aceeași perioadă. După cum se poate vedea comparând ultimele două coloane, produsele principale de export ale Regiunii Vest fac o treabă remarcabilă pe piețele internaționale : marea majoritate a acestora câștigă cotă de piață la nivel mondial - doar șase produse nu au reușit acest lucru (evidențiate cu culoarea gri). Mai mult decât atât, în timp ce numai două din cele treisprezece produse din sectorul auto nu au reușit să câștige cotă de piață la nivel mondial, mai mult de jumătate din produsele care nu fac parte din sectorul auto în această listă (patru din șapte) au pierdut din cota de piață în aceeași perioadă de timp sugerând că performanța bună pe piețele internaționale ale produselor de export care fac parte din sectorul auto nu este ușor de reprodus în alte sectoare.





**Tabel 18. Orientarea creșterii a produselor auto de export**

HS6	Denumire produs	Rata de creștere în Regiunea Vest	Rata de creștere la nivel mondial
854430	Seturi de fișe pentru bujiile de aprindere și alte seturi de fișe de tipul celor utilizate	10.1	8.6
870894	Volanți, coloane și cutii de direcție	63.7	17.2
401110	Anvelope pneumatice noi, din cauciuc	14.5	12.0
870899	Piese autovehicule	6.1	0.7
870829	Piese și accesorii de caroserii pentru autovehicule	27.1	5.3
854449	Conductoare electrice, pentru o tensiune maximă	111	-39.1
940190	Componente scaune altele decât cele folosite la poziția 9402	16.7	5.3
854441	Conductoare electrice, pentru o tensiune maximă	16.3	19.5
853710	Tablouri, panouri, inclusive panouri de comandă numerică	42	12.8
901380	Dispozitive optice, aparate și instrumente	313.5	7.0
903180	Instrumente, aparate de măsurare și control	146.9	6.3
640610	Fețe de încălțăminte și părțile lor (excl. ștaifuri)	1.5	4.4
640399	Încălțăminte de cauciuc... tălpi, fețe din piele,	8.7	2.3
841790	Furnale și cuptoare industrial sau de laborator, inclusiv incineratoare	1,307.10	6.9
640391	Încălțăminte cu tălpi din cauciuc și fețe din piele	10.9	11.5
841850	Vitrine și teighele frigorifice	11	7.8
851671	Aparate pentru prepararea cafelei și ceaiului,	-0.5	13.1
940360	Mobilier lemn	-2.8	1.7
870821	Centuri de siguranță pentru autovehicule	-3.7	3.9
851220	Aparate de iluminat sau de semnalizare vizuală	99.2	11.3

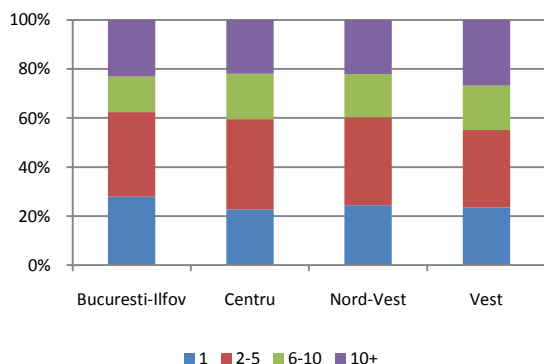
Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

## 5.2. Concentrarea produselor se datorează strategiilor câtorva exportatori dominanți?

Imaginea totală prezentată în secțiunea 4.1 prezintă un coș de export în mod clar concentrat. În această secțiune privim datele de la nivelul firmelor pentru a înțelege mai bine gradul în care aceste rezultate sunt rezultatul unor strategii corespunzătoare fiind urmărite de un grup larg de exportatori sau, în schimb, poate fi determinată de anumite sectoare sau tipuri de firme.

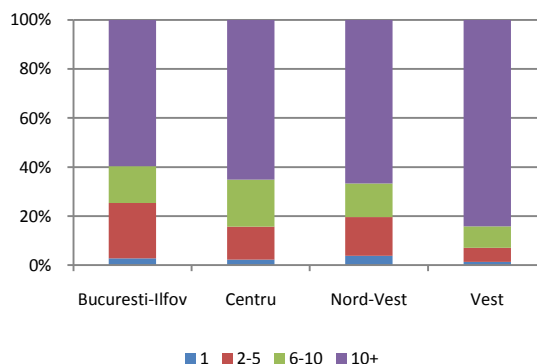
Așa cum teoria ar prezice, fluxurile de export în Regiunea Vest sunt dominate de exportatorii mai multor produse cu firmele care export mai mult de zece produse reprezentând 84,2% din totalul exporturilor în 2011. Figura 40 arată că importanța acestor exportatori ai mai multor produse (anume aceia care exportă mai mult de zece produse) este mai mare în Regiunea Vest (84,2%) decât în oricare din regiunile comparabile: Nord-Vest (66,7%), Centru (65,1%) și București-Ilfov (59,7%). Deoarece procentul exportatorilor cu mai mult de zece produse la export este foarte similar între regiuni (Figura 39), această dominanță a celui mai mare grup de exportatori ai mai multor produse sugerează că diferențele între regiuni sunt datorate în mod clar dimensiunii relativ mari a exportatorilor de top din Regiunea Vest.

**Figura 39. Procentul firmelor în funcție de numărul de produse exportate**



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

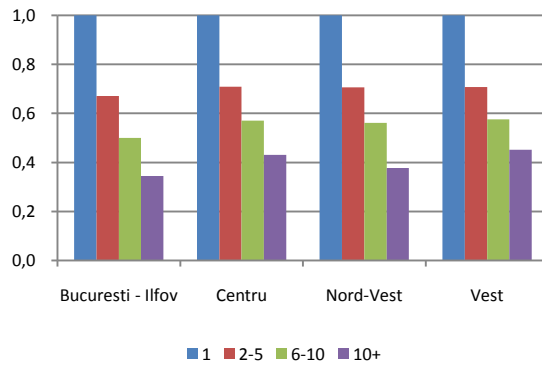
**Figura 40. Procentul totalității exporturilor în funcție de numărul produselor exportate**



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

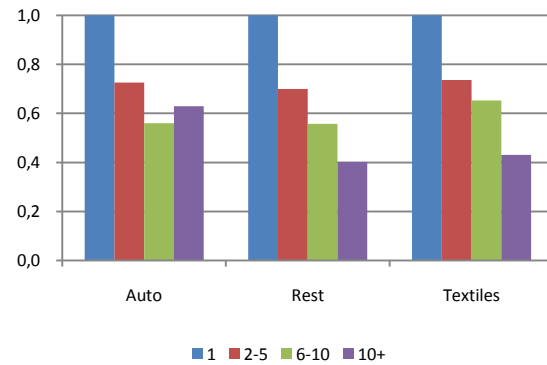
Prin urmare de ce Regiunea Vest este una dintre cele mai concentrate dacă acești exportatori ai mai multor produse reprezintă o cotă așa mare din totalul exporturilor? Figura 41 arată concentrarea medie (măsurată prin indicele HH) în funcție de firmele grupate în funcție de numărul de produse exportate. Rezultatele din Figura 41 sugerează că firmele care exportă mai mult de zece produse din Regiunea Vest sunt cel mai puțin diversificate în ceea ce privește produsele între toate regiunile în timp ce Figura 42 arată că în cadrul Regiunii Vest exportatorii din sectorul auto cu mai mult de zece produse de export au nivele (și dacă altceva mai puțin) similare de concentrare decât exportatorii care exportă doar între 6 și 10 produse. Luate împreună, aceste două rezultate sugerează că exportatorii de mai multe produse din Regiunea Vest - și în special din sectorul auto - nu sunt atât de diversificați în ciuda faptului că exportă un număr semnificativ de produse. Dovezile sugerează că în cazul acestor exportatori nediversificați ai mai multor produse, cea mai mare parte firme cu capital străin din sectorul auto, care exportă mai mult de 10 produse nu garantează o concentrare mai mică a produselor deoarece exporturile lor sunt în mare măsură concentrate în primele trei sau cinci produse și cota exporturilor reprezentată pentru cel de-al 10-lea sau 20-lea produs este relativ mică.

**Figura 41. Indice concentrare pe firme în funcție de numărul de produse exportate (Regiuni)**



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

**Figura 42. Indice concentrare pe firme în funcție de numărul de produse exportate (Sectoare în Regiunea Vest)**



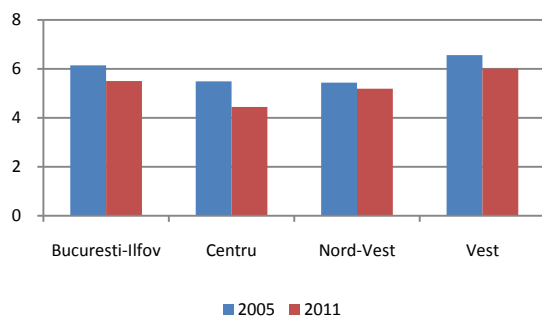
Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

### Intrarea și ieșirea produsului

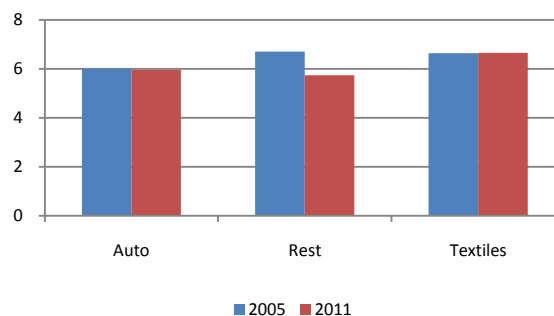
Lipsa de dinamism în ceea ce privește adăugarea de noi produse la coșul de export regional ar putea de asemenea să afecteze nivelul de concentrare în Regiunea Vest, astfel încât o analiză a modelelor de intrare și ieșire a produsului ar putea clarifica în mod suplimentar acest aspect. Regiunea Vest înregistrează cea mai bună performanță în ceea ce privește intrarea produsului.

Figura 43 prezintă numărul mediu de produse noi introduse în medie de firme în toate regiunile comparabile. Două aspecte cheie apar. În primul rând, cu toate că diferențele între regiuni nu sunt foarte semnificative, firmele din Regiunea Vest sunt într-adevăr cele mai dinamice în ceea ce privește adăugarea de noi produse de export. În al doilea rând, numărul mediu de intrări ale produsului este destul de mare în toate regiunile. Cu toate că aceste medii sunt probabil generate de firmele mari și majoritatea firmelor nu introduc un număr așa mare de produse în fiecare an, acesta este încă un rezultat impresionant. Figura 44 arată că firmele în sectorul auto, care a priori s-ar considera că nu este atât de dinamic, încearcă să exporte același număr de produse noi în fiecare an ca și firmele din sectorul textile/încălțăminte și restul economiei.

**Figura 43. Numărul mediu al produselor noi pentru fiecare firmă (Regiuni)**



**Figura 44. Numărul mediu al produselor noi pentru fiecare firmă (Sectoare din Regiunea Vest)**



Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

Dificultățile în menținerea acestor noi produse de export ar putea fi de asemenea responsabile pentru lipsa de diversificare din Regiunea Vest chiar dacă această regiune se laudă cu cea mai mare rată de intrare a produselor în raport cu regiunile comparabile. Tabel 19 arată că rata de supraviețuire a noilor produse cu fiecare coloană reprezentând un grup de intrare (anume, toate produsele noi care au fost exportate pentru prima dată într-un an dat) și fiecare rând reprezentând procentajul de linii de produse din acel grup care se menține până în anul indicat. Rezultatul cheie care reiese din acest tabel este acela că intrarea produsului este într-adevăr o acțiune foarte riscantă în toate regiunile cu doar o treime din noile produse de export care supraviețuiesc în cel de -al doilea an și aproximativ cincizeci în cel de-al treilea an. În cele din urmă, ratele de supraviețuire sunt foarte similare între regiuni, putem respinge ipoteza potrivit căreia firmele exportatoare din Regiunea Vest sunt mai puțin capabile să mențină noile produse de export decât alte regiuni din România.

**Tabel 19. Ratele de supraviețuire a intrărilor produselor pe regiune, 2008-2011**

<b>Regiunea București – Ilfov</b>				
an	2008	2009	2010	2011
2008	100			
2009	32	100		
2010	18	36	100	
2011	13	23	30	100
<b>Regiunea Centru</b>				
an	2008	2009	2010	2011
2008	100			
2009	32	100		
2010	21	36	100	
2011	16	24	35	100
<b>Regiunea Nord Vest</b>				
an	2008	2009	2010	2011
2008	100			
2009	34	100		
2010	21	39	100	
2011	16	25	39	100
<b>Regiunea Vest</b>				
an	2008	2009	2010	2011
2008	100			
2009	35	100		
2010	22	35	100	
2011	16	24	37	100

Sursa: Calculele autorului folosind datele INS

### **5.3. Ce facilitează intrarea cu succes la export ?**

În această secțiune vom prezenta unele dovezi cu privire la factorii care facilitează intrarea cu succes la export în România. Trei aspecte cheie apar în această privință: calitatea și complexitatea exporturilor, legăturile în amonte și în aval ale exportatorilor cu firme din străinătate, și prezența comercianților cu ridicata ca intermediari de comerț exterior în anumite sectoare specific, precum și o ofertă locală de servicii de calitate.

### Calitatea și complexitatea exporturilor

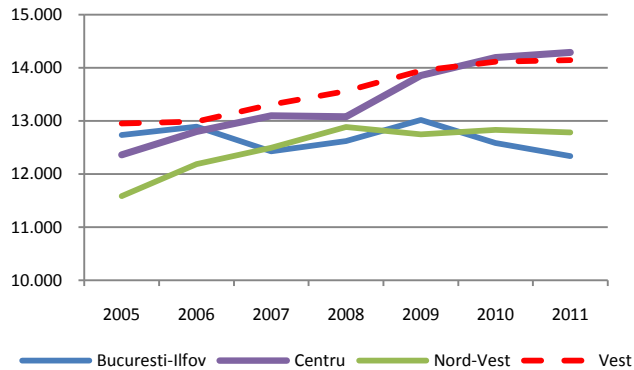
Succesul exporturilor se bazează pe doi piloni: productivitate și calitate. În timp ce orice deficiențe în productivitate cu privire la concurența pe plan internațional pot fi compensate prin salarii mici, chiar deficiențe minime cu privire la calitate pot face ca un produs să nu poată fi vândut pe piețele mondiale (Sutton 2012). Acest punct de vedere este confirmat de constatările lui Iacovone și Javorcik (2012) care susțin că actualizarea calității ar avea loc înainte ca produsele să fie introduse pe piețele de export de către producătorii mexicani.

În ciuda acestui prag minim de calitate necesar pentru a intra pe piețele de export, există încă mari diferențe în ceea ce privește calitatea exporturilor între țări. Unul dintre faptele recente stilizate de dezvoltare este constatarea potrivit căreia țările care promovează exporturile unor produse mai "sofisticate" se dezvoltă mai rapid (Hausmann, Hwang and Rodrik 2006). Dacă "devii ceea ce exporti" este într-adevăr adevărat, introducerea de metode care să faciliteze modernizarea exporturilor devine o problemă cheie cu privire la politică. În cazul în care exportul necesită cu adevărat atingerea unor praguri minime de calitate, atunci factorii care afectează calitatea produsului ar trebui să faciliteze întrarea exportului.

Valorile unitare ale exporturilor românești au fost în mod constant în creștere în timp. Acest lucru este valabil atât pentru exportatorii români cât și cu capital străin. Regiunea Vest nu pare a fi foarte diferită de tendința națională în această privință. Creșterea în valorile unitare este măsurată în raport cu valorile unitare ale produselor exportate de membrii UE (alții decât România) către restul lumii.

Evoluția de sofisticare în România a fost mai mult decât satisfăcătoare în ultimul deceniu după cum țara a reușit să închidă golul cu țări precum Polonia sau Slovacia dar rămâne mai puțin sofisticată decât alte regiuni comparabile precum Ungaria și Republica Cehă. Regiunea Vest a avut de asemenea rezultate bune în ceea ce privește sofisticarea exporturilor în ultimii cinci ani - în special când este comparată cu regiunile fruntașe în ceea ce privește exportul din România. Figura 45 prezintă evoluția sofisticării exporturilor din 2005 în 2011 și sugerează că Regiunea Vest rămâne una dintre cele mai sofisticate regiuni de export din România alături de regiunea Centru. În plus, creșterea sofisticării exporturilor a fost constantă chiar și în fața crizei 2009 - spre deosebire de regiunile Nord Vest și București-Ilfov.

Figura 45. Sofisticare Regiuni



Sursa: Calculele autorului bazate pe datele INS

### Legăturile cu furnizorii multinaționali și cu cumpărătorii

Dacă exportul impune atingerea unui prag minim de calitate, atunci factorii care afectează calitatea produselor ar trebui să faciliteze intrarea la export. Acest punct de vedere este susținut de rezultatele analizei noastre econometrice care sugerează că prezența furnizorilor multinaționali de inputuri intermediare precum și interacțiunile firmelor locale cu clienți multinaționali care funcționează în România reprezintă un element important care facilitează intrarea la export de către firmele din România (Tabel 20). Rezultatele noastre sugerează o relație pozitivă puternică între prezența filialelor străine situate în amonte (furnizarea de inputuri) și industriile de fabricare situate în aval și intrarea pe piețele de export. Acest rezultat este în concordanță cu alte cercetări care arată importanța inputurilor de înaltă calitate pentru modernizarea produsului și rolul furnizorilor multinaționali în cadrul procesului. De asemenea este în concordanță cu opinia că a deveni furnizor pentru o firmă multinațională este cel mai bun teren de antrenament în vederea obținerii calității la nivel internațional și standardele de productivitate. Cu toate acestea, aceleași dovezi econometrice sugerează faptul potrivit căruia o concurență sporită de la firmele multinaționale în aceeași industrie face și mai dificil pentru un producător intern să înceapă să exporte. O posibilă explicație pentru acest rezultat este aceea că firmele cu capital străin îndepărtează firmele locale mai mici și lasă foarte puțin spațiu în aceeași industrie.

**Tabel 20. Impactul ISD asupra intrării la export<sup>13</sup>**

	(1) Intrare nesusținută	(2) susținută	(3) (menținută	(4) Intrare susținută	(5) (scăzută	(6) nesusținută)
Valoare adăugată pe angajat .	0.00230 (1.47)	0.00206 (1.27)	0.00226 (1.57)	0.00283** (1.99)	0.00266* (1.82)	0.00290** (2.05)
Jurnal capital pe angajat.	0.00789** * (5.20)	0.00768** * (5.03)	0.00794** * (4.61)	0.00685** * (5.34)	0.00666** * (5.07)	0.00701** * (4.22)
Jurnal angajare	0.0278*** (8.07)	0.0277*** (8.03)	0.0273*** (9.60)	0.0243*** (7.59)	0.0244*** (7.62)	0.0241*** (7.92)
Cotă străină (industrie proprie)	-0.0898* (-1.84)	-0.0826* (-1.77)		-0.138*** (-3.14)	-0.125*** (-3.11)	
Cotă străină (fabricare în amonte)	0.478** (2.17)	0.474** (2.17)		0.414** (2.26)	0.431** (2.37)	
Cotă străină (servicii în amonte)	-0.522 (-1.31)	-0.403 (-1.03)		-0.545 (-1.60)	-0.480 (-1.52)	
Cotă străină (industrie în aval)	0.854* (1.92)	0.894** (2.12)		0.995*** (2.90)	0.926*** (2.71)	
Cotă regională străină ( industrie proprie)	0.0161 (0.91)		0.00216 (0.11)	0.0189 (1.04)		-0.00437 (-0.26)
Cotă regional străină (fabricare în amonte)	-0.00526 (-0.06)		0.0320 (0.36)	0.0289 (0.36)		0.0396 (0.49)
Cotă regional străină (servicii în amonte)	0.115 (0.87)		-0.0339 (-0.25)	0.0797 (0.53)		-0.0515 (-0.35)

<sup>13</sup> Tabelul conține regresii unei schițe ISD în amonte și în aval pentru exportarea susținută pe caracteristicile unei firme din propriul sector. Falsul pentru exportarea susținută este egal cu 1 dacă firma export în anul dat și în anul următor este zero. Atât caracteristicile firmei cât și variabilele ISD sunt întârziate cu un an. Doar firmele de producție cu capital integral autohton sunt luate în considerare. Mostrele utilizate pentru coloanele 1-3 diferă de cele folosite pentru coloanele 4-6 în tratamentul intrărilor susținute. În coloanele 1-3 toate observațiile pentru o firmă sunt retrase dacă este vorba de un exportator nesusținut în primul an atunci când apare în date, și de asemenea atunci când o firmă obține un export susținut, toate observațiile sale ulterioare sunt retrase. Exporturile nesusținute nu joacă un rol aici. În coloanele 4-6 toate observațiile pentru o firmă sunt retrase dacă este vorba de un exportator (susținut sau nesusținut) într-unul sau ambii primii doi ani în care sunt observate datele, și de asemenea atunci când o firmă devine exportator (susținut sau nesusținut) toate observațiile sale ulterioare sunt retrase. Regresiile din coloanele 1 și 4 includ atât variabilele la nivel de țară cât și ale ISD regional și schițele pentru fiecare combinație de regiune și an. Coloanele 2 și 5 se concentrează doar pe variabilele ISD la nivel de țară, coloanele 3 și 6 doar pe variabilele ISD regionale. Observațiile din toate coloanele sunt definite la nivelul primului an al firmei și cuprind efectele fixe ale firmei. Erorile din coloanele 1,2,4 și 5 sunt grupate la nivel de industrie pe an, erorile din coloanele 3 și 6 la nivel de industrie-regiune-an. Statisticile t sunt în paranteză \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01.



Cotă regională străină ( industrie în aval)	0.0450 (0.23)		0.240 (1.40)	-0.0619 (-0.34)		0.199 (1.30)
Observații	26802	26802	26802	22926	22926	22926
Ajustat R-pătrat	0.030	0.028	0.029	0.024	0.023	0.023

Sursa: Calculele autorului

### Exportul prin intermediul comercianților cu ridicata

Firmele pot exporta fie direct fie prin intermediul comercianților cu ridicata. Exportatorii noi folosesc adesea intermediari deoarece economisesc costuri și efortul de care ar fi nevoie pentru a învăța despre piețele străine și procedurile de export și de a găsi clienți în străinătate. Exportatorii mai experimentați și mai sofisticăți prefer să trateze direct cu clienții străini. Deși inițierea unor astfel de relații de afaceri poate fi costisitoare, interacțiunile directe cu clienții străini permit producătorilor să-și adapteze mai bine produsele la nevoile pieței și sunt adesea asociate cu marje mai bune și relații pe termen lung. Exportatorii de multe ori încep prin a furniza pe piețele străine prin intermediul comercianților cu ridicata dar după o perioadă de timp recurg la exportul direct. O cotă în creștere a exporturilor din România trece prin intermediul comercianților cu ridicata. În 2005, acest lucru a fost valabil pentru 7% din totalul exporturilor din România. Până în 2011, cota a ajuns la 12%.

Intermediarii joacă rolul cel mai important în alimente și băuturi, produse chimice și lemn. Ei însă nu par a fi importanți în sectoarele organizate în jurul unor rețele bazate pe cumpărător - sau furnizor- cum ar fi confecțiile, autovehiculele, utilajele electrice, echipamentele radio, TV și de comunicații. Tabel 21 prezintă dovezi potrivit cărora valorile unitare de export (o cerință pentru calitate) sunt mai mari pentru exporturile care folosesc comercianți cu ridicata. Arată totuși că efectul pozitiv este condus de câteva sectoare bazate pe non-cumpărător sau furnizor : alimente și băuturi, produse chimice, materiale plastice, lemn și mobilier.

Această legătură este deosebit de important pentru producătorii de pe piața internă din Regiunea Vest din județele mai puțin dezvoltate care au tendința de a se specializa în produsele agro-alimentare precum legumele și lemnul. Dovezile empirice de la grupurile tematice sugerează că la scară mică unii producători și lipsa de consolidare ar putea împiedica creșterea ulterioară a exporturilor în aceste sectoare. Promovarea unor legături mai bune cu piața cu ridicata poate prin urmare reprezenta o soluție pe termen scurt.

**Tabel 21. Valori unitare ale exporturilor directe vs. exporturile prin intermediari<sup>14</sup>**

	Exportat prin firme cu ridicata	Observații
<b>Toate</b>	0.0530** (-2.16)	362,822
Produse alimentare și băuturi	0.199*** (-5.08)	69,672
Produse chimice	0.244*** (-4.81)	66,255
Lemn	0.173*** (-6.91)	73,622
Cărbune bituminos	-0.202 (-1.35)	61,631
Piele	-0.0870** (-2.23)	82,995
Metale de bază	0.261*** (-4.41)	64,541
Mobilier	0.0963** (-2.5)	86,979
Echipament radio,TV, comunicații	-0.106 (-1.25)	67,043
Confecții	0.0257 (-0.42)	164,327
Utilaje și echipament	0.0903** (-2.54)	83,941
Alt echipament de transport	-0.102 (-1.45)	64,010
Material din cauciuc și plastic	0.175*** (-4.87)	74,007
Utilaje electrice	0.0236 (-0.6)	77,728
Autovehicule	-0.233** (-2.34)	77,696

Sursa: Calculele autorului

<sup>14</sup> Tabelul conține regresii ale logaritmului de valori unitare pe o schiță pentru exporturi de către exportatorii intermediari definiți ca exportatori al căror principal sector de activitate este comerțul cu ridicata (cod 51 în CAEN rev. 1.1). Sunt incluse doar firmele de fabricație și de comerț cu ridicata. Regresiile sunt exploatate separat pentru câteva industrii de 2-cifre CAEN (rev.1.1). Observațiile sunt atribuite industriilor care nu se bazează pe firma exportatoare ci pe produsul de export, unde fiecare produs este legat de industria cea mai frecventă între firmele care exportă produsul. Observațiile sunt definite pe nivelul firmă-produs-destinație-an și includ efecte fixe produs-destinație-an. Erorile standard sunt grupate la nivel de firmă. Statisticile t sunt în paranteze \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01.

### Acces la servicii de calitate

Un alt factor important pentru intrarea cu succes la export se referă la accesul la inputuri : atât inputurile fizice cât și inputurile de servicii. Într-o țară cu un regim comercial deschis, cum este România, producătorii pot accesa fără taxe vamale o gamă largă de piese, componente, și alte inputuri intermediare fabricate în Uniunea Europeană (UE). Cu toate acestea, s-a demonstrat într-o serie de țări că firmele importatoare tind să fie mai mari și mai sofisticate decât firmele care se bazează pe produse intermediare produse la nivel intern. Acest lucru sugerează faptul potrivit căruia colectarea informațiilor cu privire la disponibilitatea inputurilor în străinătate și demararea relațiilor de afaceri cu producătorii externi este costisitoare și prin urmare firmele mai profitabile sunt capabile de a-și permite costul fix asociat cu inputuri importatoare. Prin urmare, calitatea inputurilor produse pe plan intern contează.

Chiar mai importantă este calitatea serviciilor prestate la nivel local. Serviciile sunt un input esențial în toate activitățile de producție, și posibilitatea negocierii acestora la nivel internațional este limitată. În timp ce inputurile fizice pot fi aproape întotdeauna importate, producătorii locali sunt de obicei la mila furnizorilor locali de servicii. Cercetarea cu privire la exportatorii din Republica Cehă (Arnold et al. 2011) a produs dovezi care sugerează o relație pozitivă între liberalizarea în sectorul serviciilor și productivitatea firmelor de producție situate în aval. Magnitudinea efectului estimat a fost semnificativ din punct de vedere economic: o creștere a standardului privind o deviere în prezența străină în industriile de servicii este asociată cu o creștere de 7,7% a productivității firmelor de producție care se bazează pe serviciile de inputuri<sup>15</sup>.

În rezumat, dovezile internaționale sugerează că calitatea produsului este un element cheie pentru intrarea cu succes la export. Am arătat că legăturile cu firmele multinaționale din industriile dina monte și din aval sunt asociate cu perspective mai bune pentru intrarea la export în România. Acest lucru este în conformitate cu argumentul privind accesul la inputuri mai bune produse de sectoarele dina monte multinaționale și interacțiunile cu clienții străini din industriile din aval poate ajuta firmele să-și sporească productivitatea. În plus, anumite sectoare cum ar fi agro-alimentar și de lemn, folosirea distribuției en gros ca intermediari de comerț exterior este legată de calitatea îmbunătățită și intrarea cu succes. În cele din urmă, calitatea inputurilor furnizate la nivel local și a serviciilor pot îmbunătăți șansele de o intrare cu succes la export pentru firmele din regiunea Vest.

---

<sup>15</sup> În scopul de a interpreta mărimea coeficienților estimați, autorii au întreprins de asemenea următorul exercițiu ipotetic: au presupus că nivelul de liberalizare a serviciilor în republica Cehă, la sfârșitul cadrului lor de timp (2003) așa cum este măsurat de indicia BERD, au scăzut la nivelul României, care a făcut mai puține progrese în liberalizarea sectoarelor de servicii potrivit BERD. În acest caz, modelul lor ar prezice o scădere medie a productivității sectoarelor de producție în aval cu 7,7.

## 5.4. Rezumat

**Exporturile din partea de vest a României se bazează în mod clar pe un coș de export foarte concentrat, dominat de sectorul auto și firmele cu capital străin.** Primele trei produse de export, anume seturi de fișe pentru bujiile de aprindere (14%), volanți (7,3%) și anvelope pneumatice (7%) au reprezentat o combinație de 28,2% a exporturilor în 2011 și sunt foarte importante pentru a explica nivelul de concentrare a sectorului de export din Regiunea Vest. Așa cum am discutat în Cadrul Secțiunii 3, aceste exporturi sunt dominate de firmele cu capital străin. Mai mult decât atât, concentrarea este în creștere în timp din moment ce exporturile acestor produse cresc cu rate mai mari decât restul exporturilor din regiune.

**Concentrarea coșului de export reflectă strategii corespunzătoare la nivel de firmă.** Chiar și exportatorii mai multor produse din Regiunea Vest - și cu precădere din sectorul auto - nu sunt foarte diversificați, în ciuda faptului că exportă un număr semnificativ de produse. Dovezile sugerează că majoritatea firmelor care exportă mai mult de 10 produse sunt foarte concentrate pe primele lor trei sau cinci produse, în timp ce cota exporturilor înregistrate pentru al 10-lea sau 20-lea produs este relativ mică.

**Firmele locale au un mix diferit al produselor de export decât exportatorii cu capital străin integral sau parțial.** Niciunul dintre primele cinci produse de export din Regiunea Vest nu este un produs de top pentru firmele cu capital intern, confirmând că nucleul sectorului auto este dominat de firmele cu capital străin. Cele două exporturi de top pentru exportatorii interni sunt tablourile și panourile de iluminat și echipamentul de semnalizare vizuală. Cu toate acestea, restul exporturilor de top de către firmele cu capital intern sunt din industriile de alimente și încălțăminte. Este demn de remarcat faptul că valoarea exporturilor pentru majoritatea acestor produse a crescut semnificativ în ultimii ani - valoarea exporturilor a crescut de aproape patru ori între 2009 și 2011.

**În general, exporturile din Regiunea Vest sunt concentrate pe industriile relativ slab calificate și sofisticate precum încălțăminte, textile, cauciuc, lemn, și produse agricole sau alte produse de bază.** Industriile mid-tech se clasează abia pe locurile 14 și 15, cu aparate electrice (SA 85) și vehicule (SA 87). Analiza separată arată că cele patru județe din regiunea Vest prezintă un avantaj comparativ comun în unele produse primare, cum ar fi animalele vii, copaci și alte plante, legume și fructe comestibile. Exporturile din Arad, Hunedoara și Timiș sunt de asemenea puternice în sectoarele SA 82-85 care acoperă unelte și articole din metale de bază, reactoare nucleare, cazane, aparate și dispozitive mecanice, mașini și echipamente electrice.

**Cu toate acestea există o mare experimentare în exportul de produse noi, dar supraviețuirea în export este redusă.** Exportul de produse noi este o activitate foarte riscantă. Doar o treime din noile produse de export supraviețuiesc în cel de-al doilea an și aproximativ o cincime în cel de-al treilea an în România. În Regiunea Vest acest lucru înseamnă că din șase produse de export care sunt introduse în medie pe piețele de export de către firme din regiune, doar două au șanse de supraviețuire în cel de-al doilea an și doar unul în cel de-al

treilea an. Cu toate acestea, dovezile sugerează că rate mici de supraviețuire sunt comune în România, și nu bazate pe idiosincrasie pentru Regiunea Vest.

**Intrarea la export și supraviețuirea ar putea fi consolidate de o calitate mai bună și sofisticare a exporturilor.** În timp ce orice deficiențe în productivitate cu privire la concurența internațională pot fi compensate prin salarii mici, chiar și deficiențele modeste cu privire la calitate pot face ca un produs să nu poată fi vândut pe piețele mondiale. Mai mult decât atât, din faptele recente stilizate reiese constatarea potrivit căreia țările care promovează exporturile unor produse mai "sofisticate" cresc mai repede. Dacă "devii ceea ce exporti", introducerea măsurilor care facilitează modernizarea exporturilor devine o problemă cheie a politicii publice. Factorii care afectează pozitiv calitatea produsului ar trebui prin urmare să faciliteze intrarea la export.

**Exportatorii din Regiunea Vest se descurcă bine în termeni de calitate și sofisticare în comparație cu alte regiuni din România.** Valorile unitare ale exportatorilor din partea de vest a României au crescut constant în timp. Acest lucru este valabil atât pentru exportatorii interni cât și pentru exportatorii cu capital străin. În timp ce în termeni de calitate Regiunea Vest a realizat la egalitate cu celelalte părți ale țării, rămâne - împreună cu Regiunea Centru - una dintre regiunile cu cele mai sofisticate exporturi din România. Mai mult, creșterea sofisticării exporturilor a fost constantă, chiar și în fața crizei din 2009 - spre deosebire de regiunile Nord Vest și București-Ilfov.

**În România și în Regiunea Vest legăturile cu furnizorii străini și cumpărătorii facilitează de asemenea intrarea la export.** O relație pozitivă puternică există între prezența filialelor străine în amonte (furnizarea de inputuri) și industriile de producție situate în aval și intrarea pe piețele de export. Acest rezultat este în concordanță cu alte cercetări care arată importanța inputurilor de înaltă calitate pentru modernizarea produsului și rolul furnizorilor multinaționali în cadrul procesului.

**Cu toate acestea, aceleași dovezi economice sugerează faptul potrivit căruia concurența crescută a firmelor multinaționale în cadrul aceleiași industrii face și mai dificil ca un exportator intern să înceapă activitatea de export.** O explicație posibilă pentru acest rezultat este aceea că firmele cu capital străin, care sunt extrem de mari în Regiunea Vest, îndepărtează firmele locale mai mici și lasă foarte puțin loc în cadrul aceleiași industrii.

**Mai puțin controversată este legătura între intrarea cu succes la export și prezența comercianților cu ridicata.** În timp ce exportatorii cu experiență și sofisticăți preferă să trateze direct cu clienții străini, exportatorii noi adesea folosesc intermediari. Acest lucru îi salvează de costurile și eforturile pe care ar fi nevoie să le depună pentru a învăța despre piețele străine și procedurile de export și de a găsi clienți în străinătate. Intermediarii joacă cel mai important rol în sectoarele de alimente, băuturi, produse chimice, materiale plastice și lemn. Nu par a fi importanți în sectoarele organizate în jurul unor rețele bazate pe cumpărător sau furnizor, cum sunt confecțiile, mobilierul sau autovehiculele, dispozitivele electrice, radio TV și comunicații. Consolidarea legăturii cu comercianții cu ridicata poate prin urmare să fie deosebit de importantă pentru producătorii interni din Regiunea Vest din județele mai puțin dezvoltate care tind să se specializeze în produse agro-alimentare cum ar fi legumele și lemnul : dovezile

empirice de la grupurile tematice sugerează că la scară mică unii producători și lipsa de consolidare ar putea împiedica creșterea ulterioară a exporturilor în aceste sectoare.

## Referințe

Arnold, Jens, Beata S. Javorcik and Aaditya Mattoo (2011). Does Services Liberalization Benefit Manufacturing Firms? Evidence from the Czech Republic. *Journal of International Economics* 85(1): 136-146

Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (2004). Why some firms export. *Review of Economics and Statistics*, 86(2), 561-569.

Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007). Firms in international trade (No. w13054). National Bureau of Economic Research.

Di Giovanni, J. and A. Levchenko (2009), "Trade Openness and Volatility," *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 91(3), pp. 558-585.

Dolan, C., and J. Humphrey. (2004). "Changing Governance Patterns in the Trade in Fresh Vegetables between Africa and the United Kingdom." *Environment and Planning* 36: 491–509.

Eaton, J., Eslava, M., Kugler, M., & Tybout, J. (2007). Export dynamics in Colombia: Firm-level evidence (No. w13531). National Bureau of Economic Research.

Fernandez-Stark, K., Frederick, S., & Gereffi, G. (2011). The Apparel Global Value Chain: Economic Upgrading and Workforce Development. Technical Report. Center on Globalization, Governance and Competitiveness, Duke University.

Freund, C., & Pierola, M. (2012). Export superstars. World Bank Policy Research Working Paper, (6222).

Gereffi, G., & Memedovic, O. (2003). The global apparel value chain: what prospects for upgrading by developing countries (pp. 3-11). Vienna: United Nations Industrial Development Organization.

Gereffi, G., & Lee, J. (2009). A global value chain approach to food safety and quality standards. Global Health Diplomacy for Chronic Disease Prevention, Working Paper Series, Duke University, Durham.

Hausmann, R., Hwang, J., & Rodrik, D. (2007). What you export matters. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 1-25.

- Humphrey, J. (2005). "Shaping Value Chains for Development: Global Value Chains in Agribusiness." Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). <http://www2.gtz.de/dokumente/bib/05-0280.pdf>.
- Iacovone, L., & Smarzynska Javorcik, B. (2012). Getting ready: Preparation for exporting.
- Jaffee, S., & Masakure, O. (2005). Strategic use of private standards to enhance international competitiveness: Vegetable exports from Kenya and elsewhere. *Food Policy*, 30(3), 316-333.
- Mayer T., & Ottaviano GM (2007) The happy few, Bruegel
- Reis, J., and T. Farole. (2012). "Trade Competitiveness Diagnostic Toolkit." World Bank, Washington, DC.
- Roberts, M. J., & Tybout, J. R. (1997). The decision to export in Colombia: an empirical model of entry with sunk costs. *The American Economic Review*, 545-564.
- Staritz, C. & J. Reis. (2013). "Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender. Case Studies of Horticulture, Tourism, and Call Center Industries". World Bank, Washington, DC.
- Sturgeon, T. J., & Florida, R. (2004). Globalization, deverticalization, and employment in the motor vehicle industry. *Locating global advantage: Industry dynamics in the international economy*, 52-81.
- Sturgeon, T. J., & Biesebroeck, J. V. (2011). Global value chains in the automotive industry: an enhanced role for developing countries?. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 4(1), 181-205.
- Sutton, John (2012). *Competing in Capabilities. The Globalization Process*. Oxford University Press
- World Bank (2013). Turkey's participation in International Value Chains. Unpublished manuscript.