

## Conferința “Comportamentul de afaceri pe timp de criză”

28 octombrie 2011, Banca Națională a României

Discurs<sup>1</sup> al domnului Mugur Isărescu, guvernatorul BNR

Doamnelor și domnilor,

Distinsă audiență,

Sunt onorat să mă aflu din nou în mijlocul comunității de afaceri, cu prilejul conferinței “Comportamentul de afaceri pe timp de criză” inițiată de ziarul Bursa. Doresc să salut prezența la această dezbateră a domnului ministru Gheorghe Ialomițianu și a altor reprezentanți ai autorităților guvernamentale, a reprezentanților mediului de afaceri, financiar, academic, precum și a reprezentanților mass media.

Într-un context în care, în întreaga Uniune Europeană, redresarea economică rămâne relativ fragilă, **a discuta despre afaceri astăzi înseamnă, în opinia mea, a discuta despre competitivitate.**

Problemele legate de competitivitate nu sunt specifice doar României, însă, în cazul nostru nivelul scăzut al acestui indicator reflectă derularea cu întârziere a reformelor structurale – reorientarea și re poziționarea strategică a unor industrii tradiționale s-a făcut lent de-a lungul ultimilor 20 de ani.

După cum a formulat un mare specialist în teoria competitivității, Michael Porter, prosperitatea unei țări depinde de competitivitatea acesteia, care, la rândul său, se bazează în primul rând pe productivitatea cu care se realizează bunurile și serviciile. Desigur că politicile macroeconomice adecvate și instituțiile stabile sunt condiții absolute necesare pentru a se ajunge la prosperitatea economică, dar nu sunt nicidecum și suficiente.

---

<sup>1</sup> Textul poate fi diferit față de prezentarea din timpul evenimentului

În aceste condiții, când vorbim de competitivitate, consider că **performanță este cuvântul cheie**: fie că e vorba de industrii unde capitalul din investiții directe a venit în România însoțit de know-how și productivitate, cum ar fi domeniul auto, fie că e vorba de industrii unde avantajul competitiv este autentic românesc, cum ar fi talentul resurselor umane din IT.

Dar dincolo de know-how și talent, **la nivel microeconomic avem nevoie de muncă performantă**. Și de **produse performante**. În acest sens, **inovația** trebuie să fie punctul central al dezvoltării afacerilor, aceasta fiind cea care poate asigura brandurilor românești reputația necesară pe plan internațional.

Aș spune că, din punct de vedere al afacerilor/business-ului, România are de acționat în două planuri. În primul rând, **România are nevoie să atragă capital și investiții**. Bunăoară, acela în care a venit Nokia, în 2007. Ce semnale primim însă acum? Că avantajele competitive pe care le avea România cu 4 ani în urmă, sau pe care credeam că le are, sunt căutate deja în altă parte. E de analizat aici partea de politici fiscale în raport cu investitorii străini și nivelul salariilor comparativ cu alte destinații investiționale, dar nu sunt de neglijat nici unele dezavantaje competitive precum infrastructura insuficientă sau (percepțiile externe referitoare la) birocrăția și corupția.

Potrivit Raportului Competitivității Globale pe 2011-2012 (elaborat de Centrul pentru Competitivitate Globală și Performanță al World Economic Forum) **competitivitatea unei țări este dată de setul de instituții, politici și factori care determină nivelul productivității acesteia**.

Din această perspectivă, raportul arată că Elveția își păstrează titlul de cea mai competitivă țară din lume grație continuării unei puternice performanțe în afara țării, iar Nordul și Vestul Europei domină în top 10 (cu Suedia, Finlanda, Germania, Olanda, Danemarca și UK).

Estonia și Cehia rămân cele mai competitive țări din Europa de Est, clasându-se pe locurile 33, respectiv 38, în timp ce România se plasează după Bulgaria (74), ocupând locul al 77-lea. Interesant este că indicatorul la care stăm cel mai bine este mărimea pieței, următoarele fiind educația superioară și trainingul (locul 55) și ușurința în însușirea tehnologiei (60). Cel mai prost stăm la gradul de sofisticare a afacerilor (102), instituții (99), eficiența pieței de bunuri (96),

inovație și infrastructură (locul 95 în ambele cazuri). Dacă ne uităm, de pildă, la Estonia, vedem că se plasează pe o poziție mai slabă acolo unde stăm noi “cel mai bine”, adică la mărimea pieței, în timp ce, în materie de sofisticare a afacerilor și inovație, estonienii sunt cu zeci de locuri mai sus în top.

În al doilea rând, **România are nevoie de exporturi de bunuri și servicii, mai ales în condițiile în care criza economică accentuează competiția globală.** Cum ne situăm la acest capitol, pe plan european sau global? Sigur, vor spune probabil exportatorii, cursul de schimb este un factor important care influențează competitivitatea exporturilor românești, atât direct, cât și indirect. **Dar cântărește acest factor mai mult decât calitatea produselor sau serviciilor, lipsa caracterului inovativ al afacerilor sau birocrăția?**

Este timpul ca toate eforturile să se orienteze înspre creșterea competitivității, coroborată cu creșterea economisirii, investiții în creștere economică, și nu în consum. În timp, aceste economii se vor duce nu în consum, ci în investiții, iar apoi, odată cu creșterea economică, va apărea posibilitatea unei creșteri pe baze sănătoase a consumului.

Nu există decât o singură soluție: să avem o strategie de dezvoltare, o perspectivă, o viziune – cu deficite rezonabile, sustenabile, care să poată fi finanțabile, să fie acoperite cu intrări de capital autonome sau mai puțin autonome – să asigurăm o creștere economică de durată, cu cât mai puține suișuri și coborâșuri – o creștere economică, care să ne dea posibilitate nouă, românilor, să economisim mai mult, fără să consumăm mai puțin.

În lumina acestei realități, cred cu tărie că problema competitivității este vitală de acum înainte pentru viitorul pe termen mediu și lung al României, dar și al Europei. Esențială este maniera în care fiecare va reuși să-și găsească locul într-o piață funcțională, globală.

Vă mulțumesc și sunt convins că dezbaterile care urmează vor fi extrem de interesante și de provocatoare.