

**GEORGETA ILIE**

**POLITICI COMERCIALE**  
**ABORDĂRI TEORETICE ȘI PRACTICI**  
**INTERNAȚIONALE**



Copyright © 2009, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin

**Editurii Pro Universitaria**

Nici o parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al

**Editurii Pro Universitaria**

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**ILIE, GEORGETA**

**Politici comerciale : abordări teoretice și practice  
internationale** / Georgeta Ilie. – București : Pro Universitaria, 2009

Bibliogr.

ISBN 978-973-129-479-7

339.5(100)

339.9(100)

## PREFAȚĂ

Lucrare de față se adresează tuturor celor preocupați în a se familiariza și a aprofunda problematica specifică politicilor comerciale internaționale contemporane. Parcurgerea celor șapte capitole urmărește să contribuie la consolidarea capacității de analiză a deciziilor comerciale la nivel mondial din perspectiva efectelor acestora asupra participanților la circuitul mondial de valori.

Primul capitol se dorește a fi o ancorare în realitățile relațiilor comerciale internaționale contemporane, prin abordarea unor aspecte între care se remarcă locul instrumentelor de politică comercială în obiectivele și principiile sistemului comercial internațional, criza de încredere și revitalizarea sistemului comercial internațional, sistemul comercial internațional sub imperativele conjuncturii economice mondiale și ale Rundeii Doha, reinventarea actualului sistem comercial internațional, aducerea afacerilor în board-ul Organizației Mondiale a Comerțului.

Cel de-al doilea capitol caută să depășească stadiul unei prezentări sumare a noțiunilor de bază specifice politicilor comerciale contemporane. Astfel, prin problematica prezentată se încearcă conturarea unor răspunsuri la întrebări precum: ce se înțelege prin politici comerciale, care sunt obiectivele acestora, care este rolul corporațiilor transnaționale în elaborarea unor instrumente de politici comerciale. Locul central în cadrul acestui capitol este deținut de tipologia politicilor comerciale, caz în care sunt prezentate aspecte cu caracter teoretic însoțite de o serie de exemple privind politicile comerciale de liber schimb și protecționistă.

Următoarele patru capitole reprezintă nucleul de bază al lucrării, acestea concentrând principalele instrumente de politică comercială, și anume: instrumentele cu caracter tarifar și netarifar aplicabile preponderent importurilor și instrumentele de promovare și stimulare a exporturilor. Pe tot parcursul acestor capitole, problematica teoretico-explicativă este dublată de o multitudine de cazete cu explicații suplimentare și exemple practice desprinse din realitățile comerțului internațional și a politicilor comerciale ale țărilor lumii, inclusiv România.

Ultimul capitol este dedicat analizei principalelor acorduri comerciale multilaterale negociate în cadrul Organizației Mondiale a Comerțului. În acest sens, au fost selectate acordurile care reglementează problematica apărării comerciale, cele care tratează problematica a două sectoare dintre cele mai negociate în cadrul OMC, și anume agricultura și textilele și confecțiile, cele care vizează politica vamală și alte acorduri de interes pentru politicile comerciale contemporane.

În final, autoarea mulțumește tuturor celor care vor parcurge conținutul lucrării de față și îi vor comunica aprecierile și sugestiile pentru îmbunătățirea acestei lucrări.

Noiembrie, 2009

*GEORGETA ILIE*

# CAPITOLUL I.

## LOCUL POLITICILOR COMERCIALE ÎN SISTEMUL COMERCIAL INTERNAȚIONAL CONTEMPORAN

### 1.1. ABORDAREA SISTEMICĂ A COMERȚULUI INTERNAȚIONAL ȘI A POLITICILOR COMERCIALE

Sistemul comercial internațional reprezintă un ansamblu de structuri internaționale, de principii și reguli care formează cadrul de desfășurare a relațiilor comerciale internaționale. Prin structuri internaționale înțelegem statele, în calitate de principali actori ai acestui proces economic, corporațiile transnaționale, prin prisma faptului că acestea derulează 33% din totalul fluxurilor comerciale internaționale și Organizația Mondială a Comerțului (OMC). Principiile și regulile sistemului comercial internațional sunt cele aplicate de Acordul General pentru Tarife și Comerț (GATT) și OMC, precum și alte organizații care reglementează probleme specifice comerțului internațional (de ex. Camera de Comerț Internațional).

Dat fiind faptul că în ultimele decenii tot mai multe activități economice s-au extins la nivel internațional, conceptul abstract de sistem comercial internațional cunoaște o nouă semnificație. Guvernele, asociațiile industriale și firmele se confruntă cu probleme similare însă din perspective diferite. Astfel apar întrebări precum: ce standarde sau reguli se pot adopta astfel încât industriile sau economiile să devină sau să rămână competitive? Reducerea tarifelor externe poate genera avantaje produselor industriei autohtone?

În procesul de liberalizare a comerțului internațional inițiat de GATT și continuat de OMC, prin prisma avantajelor măsurilor de liberalizare, comunitatea de afaceri poate să sprijine guvernele să dezvolte politici (ex. *guvernul privat*), poate să poarte discuții privind implementarea acordurilor și negocierea privind elaborarea de reguli. În acest context, comunitatea de afaceri are responsabilitatea de a "converti" reducerile tarifare și angajamentele de liberalizare în oportunități comerciale prin promovarea exporturilor și strategii de dezvoltare. Pentru dezvoltarea de astfel de strategii este necesară cunoașterea detaliată a concesiilor la bunuri și servicii de interes actual și potențial.

Prin prisma beneficiilor pentru comunitatea de afaceri, se pune întrebarea care este relevanța sistemului comercial internațional asupra deciziilor în afacerile internaționale luate de către asociațiile industriale și firme? Guvernele negociază îmbunătățirea accesului la piețe, iar firmele trebuie să transforme concesiile comerciale în oportunități comerciale.

Comunitățile de afaceri din multe țări în dezvoltare nu conștientizează deplin avantajele sistemului comercial internațional. Motivul este pus pe seama *imensei complexități a sistemului* care până în prezent a reprezentat un obstacol pentru aceste

comunități în a-i cunoaște regulile interesele și a-și "culege" beneficiile. De exemplu, este puțin cunoscut că sistemul legal nu conferă doar beneficii asupra industriilor de producție și firmelor comerciale, ci și creează drepturi în favoarea lor.

Rămânând pe terenul beneficiilor, participarea exportatorilor la sistemul comercial internațional face posibilă *asigurarea sau securitatea accesului la piețe*. Obligativitatea fixării unui plafon tarifar reglementat în sistemul comercial internațional asigură accesul la piețe și permite industriilor exportatoare să se lanseze în investiții și planuri de producții în condiții de certitudine.

Conform datelor OMC, în comerțul cu bunuri, aproape toate tarifele percepute de țările dezvoltate și în mare parte tarifele economiilor în dezvoltare și în tranziție au fost "înghețate". Îmbunătățirea accesului la piețe rezultă din reducerea tarifelor sau a altor restricții aplicabile și includerea în schemele de concesiuni ale fiecărei țări. În comerțul cu servicii, țările și-au consolidat obligațiile de a nu restricționa accesul la servicii și furnizorii străini de servicii dincolo de condițiile și limitările specificate în programele lor naționale.

Un alt avantaj notabil pentru exportator este *stabilitatea accesului la piețe*. Sistemul comercial internațional asigură stabilitatea accesului la piețe, deoarece tuturor statelor li se cere să aplice un set uniform de reguli în diferite acorduri. Astfel țările trebuie să se asigure că regulile lor sunt conforme cu prevederile acordurilor relevante (determinarea valorii vamale în scopuri vamale, inspectarea produselor, conformarea cu standarde obligatorii sau emiterea licențelor de import).

Influențele fizice și sociale ale sistemului comercial internațional asupra mediului de afaceri pot fi percepute în sensul în care guvernele adoptă măsuri care stimulează sau restricționează comerțul internațional al companiilor, ceea ce afectează concurența prin potențarea sau diminuarea abilităților companiilor și a nevoilor companiilor de a concura pe plan internațional.

În concluzie, sistemul comercial internațional include: instituțiile – care asigură cadrul de elaborare de reguli, asigură și urmăresc respectarea regulilor; regulile de conduită – care guvernează desfășurarea schimburilor comerciale internaționale; mijloacele specifice statelor – utilizate pentru promovarea propriilor interese în comerțul internațional.

De asemenea, sistemul comercial internațional SCI este privit prin perspectiva a patru dimensiuni: multilateral (OMC), "plurilateral" (acordurile opționale - Anexa 4 la "Carta OMC": achizițiile guvernamentale, comerțul cu avioane civile, comerțul cu produse lactate, comerțul cu carne de vită), regional (acorduri regionale de liber schimb: NAFTA, APEC, UE, MERCOSUR) și național (adoptarea de măsuri unilaterale în domenii unde nu există acorduri sau în pofida regulilor multilaterale).

## **1.2. ABORDAREA TRIDIMENSIONALĂ A SISTEMULUI COMERCIAL INTERNAȚIONAL**

În abordarea tridimensională a sistemului comercial internațional pot fi identificate următoarele dimensiuni: înălțimea, lățimea și adâncimea. Înălțimea reprezintă o măsură a

*barierelor impuse în calea importurilor.* Aici sunt vizate, pe de o parte, gradul de protecție tarifară împotriva importurilor, iar pe de altă parte, celelalte tipuri de bariere comerciale (netarifare) și forme de intervenție guvernamentală (subvențiile), care din această perspectivă pot fi pot fi "înalte" sau "redușe". Lățimea (lărgimea) poate fi explicată prin dimensiunea *numărului membrilor în sistem*, respectiv numărul statelor membre supuse regulilor poate fi redus sau ridicat. Această dimensiune poate fi măsurată prin: numărul total al membrilor OMC (23 părți contractante au pus bazele GATT în 1947, respectiv 153 țări membre OMC în 2009) sau ponderea țărilor membre OMC în comerțul mondial. Intensitatea (adâncimea) reprezintă o măsură a *numărului aspectelor abordate sau reglementate în sistem*. Această dimensiune este în extindere.

Înălțimea (barierele) și adâncimea (problematica) determină valoarea lărgimii (numărul membrilor). Prioritatea acordată accesiei țărilor mici și cererile solicitate de acestea depind de modul în care negociatorii sunt mai interesați de înălțimea sau de adâncimea sistemului.

În prima parte a istoriei regimului comercial (1947-1984) principalul obiectiv al majorității statelor a fost reducerea tarifelor pe care țările le impuneau în calea produselor importate de la ceilalți membri din sistem, în special produse manufacturate sofisticate. În continuarea primei perioade, aderările nu au mai reprezentat o prioritate atât pentru candidații majori din economia mondială, cât și pentru cei mai mulți candidați potențiali. De ce? Rezultatele aveau un efect redus asupra înălțimii barierelor globale, iar termenii de aderare pentru țările în dezvoltare și cele fără economie de piață erau în general simpli, facili.

În cea de a doua perioadă din istoria regimului comercial (din 1985 până în prezent), principalul obiectiv este extinderea intensității sau adâncimii problemelor abordate. La nivelul anilor '80, problemele nou apărute erau legate de reglementarea comerțului cu servicii, aspectele comerciale ale drepturilor de proprietate intelectuală, măsurile investiționale cu efecte asupra comerțului internațional. Cele mai noi probleme ar include politica concurențială, mediul, forța de muncă.

Ce de-a doua perioadă continuă. Numărul țărilor membre crește (lărgimea) s-a extins într-un ritm accelerat. Dimensiunea economiilor în dezvoltare și în tranziție este acum mai puțin importantă comparativ cu etapele precedentele. De aceea, negocierile au devenit mult mai solicitante sau exigente.

### **1.3. LOCUL INSTRUMENTELOR DE POLITICĂ COMERCIALĂ ÎN OBIECTIVELE, PRINCIPIILE SISTEMULUI COMERCIAL INTERNAȚIONAL**

Obiectivele sistemului comercial internațional pot fi împărțite în două mari categorii: obiective fundamentale și obiective implicite. În categoria *obiectivelor fundamentale* (oficiale) sunt vizate "creșterea nivelului de viață, asigurarea ocupării depline a forței de muncă și creșterea susținută a venitului real". Acestea se realizează prin: eliminarea discriminării în comerțul internațional, reducerea substanțială a barierelor

tarifare și netarifare în comerțul internațional, "concentrarea" întregii protecții la nivelul taxelor vamale (tarificare), reducerea negociată a taxelor vamale, "consolidarea" nivelurilor convenite prin negocieri. *Obiectivele implicite* (deduse) sunt reducerea fricțiunilor dintre țări (prevenirea conflictelor), extinderea grupului țărilor cu economie liberă/de piață (astfel încât acestea să ajungă să reprezinte marea majoritate a statelor și populației lumii), reducerea impactului dezechilibrelor de putere la scară internațională (un sistem bazat pe reguli protejează statele slabe față de abuzurile celor puternice), reducerea impactului dezechilibrelor de putere la scara NAȚIONALĂ (oferă mai multă SIGURANȚĂ agenților economici care se angajează în tranzacții comerciale internaționale).

Din textul Acordului privind înființarea OMC se identifică o serie de *principii de bază*, iar din practică combinație de *constrângeri și excepții*. Astfel cele patru reguli/principii (constrângeri) fundamentale sunt nediscriminarea între partenerii comerciali, reciprocitatea, transparența și previzibilitatea.

Nediscriminarea între partenerii comerciali este explicată prin prisma a două clauze: clauza națiunii celei mai favorizate (orice favoare acordată unei țări membre OMC trebuie extinsă asupra tuturor celorlalți membrii) și regimul tratamentului național (persoanelor fizice și juridice ale unui stat semnatar ce exercită fapte de comerț pe teritoriul celuilalt stat semnatar li se aplică aceleași drepturi și obligații în materie economică ca și naționalilor). Excepțiile specifice de la clauza națiunii celei mai favorizate sunt constituirea de zone de liber schimb sau uniuni vamale între membrii OMC (cu respectarea anumitor condiții), acordarea de preferințe comerciale țărilor în dezvoltare sau între țările în dezvoltare, "clauza de abilitare" (introdusă în 1979 ca rezultat al "Rundei Tokyo"). Excepțiile specifice de la regimul tratamentului național sunt achizițiile realizate de către agenții guvernamentale pentru utilizări proprii și nu pentru revânzare sau încorporare în produse destinate comercializării, acordarea de subvenții exclusiv producătorilor interni.

Prin reciprocitate se înțelege echilibrarea concesiilor tarifare și netarifare. Excepțiile specifice se referă la statutul special acordat țărilor în dezvoltare, "clauza de abilitare" (țările dezvoltate pot acorda unilateral preferințe țărilor în dezvoltare, fără constrângerile prevăzute de Art.XXIV).

Principiul transparenței vizează accesul (constant și nedistorsionat) la informații privind regimurile comerciale ale partenerilor OMC, precum și monitorizarea punerii în aplicare a angajamentelor asumate multilateral. Excepțiile specifice de la acest principiu sunt măsurile de combatere a comerțului neloyal (Art. VI), restricțiile din considerente legate de balanța de plăți, măsurile de salvagardare.

Respectarea principiului previzibilității este înțeles în sensul obligației țărilor membre de a aplica angajamentele asumate în cadrul negocierilor multilaterale cuprinse în listele naționale de concesi și în codurile de conduită multilaterale sau plurilaterale (de ex. consolidarea taxelor vamale). Excepțiile de la acest principiu îmbracă forma

restricțiilor comerciale introduse din considerente legate de balanța de plăți, măsurile de salvagardare, modificarea listelor de concesi).

De-a lungul existenței sale, Acordului General pentru Tarife și Comerț (GATT) i s-au "reproșat": caracterul provizoriu, lipsa de forță coercitivă (mecanism de reglementare a diferendelor ambiguu, lent, cu regim "moale" de sancțiuni), caracterul "a la carte" (*free riding*) (posibilitatea de a fi asumate doar obligațiile considerate convenabile, fără a pierde avantajele decurgând din respectarea altor obligații de către alte părți contractante, "balcanizarea" comerțului internațional (mai puțin de 1/3 din participanții la Runda Tokyo își asumaseră obligațiile decurgând din Codurile de conduită semnate cu acel prilej). Un alt dezavantaj al GATT este legat de aria de cuprindere limitată, în termeni de categorii de bunuri (când presiunile politice interne sau cererile grupurilor de interese deveneau covârșitoare, regulile au fost ignorate; de ex., produsele agricole și produsele textile), state participante (componenta inițială a GATT reprezenta 42% din venitul mondial; în anul 2000, anterior aderării Chinei, se ajunsese la 77% din venitul mondial, iar dacă toate țările care au făcut cerere de aderare vor fi primite, se va ajunge la 98%); domenii, arii de probleme (genera o relație dezechilibrată din punctul de vedere al posibilităților reciproce de acces pe piață).

Organizația Mondială a Comerțului continuă procesul inițiat de GATT, principalele *elemente de continuitate* ale OMC fiind următoarele: clauza din Carta OMC care menționează importanța precedentelor din perioada GATT (luare decizii, uzanțe diplomatice, jurisprudență); o parte din rezultatele "Rundei Uruguay" sunt construite pe fundamentele așezate în cadrul "Rundei Tokyo"; "GATT 1994" este o reproducere fidelă a "GATT 1947" (motivul redenumirii este de ordin procedural; o amendare formală a GATT 1947 presupunea îndeplinirea unor formalități care riscau să amâne intrarea în vigoare a Acordului OMC); "grosul" obligațiilor membrilor nu sunt față de Organizație ca atare, ci față de ceilalți membri (obligațiile fata de OMC sunt limitate: participarea la mecanismul de examinare a politicii comerciale, obligații administrative – de ex. contribuția la bugetul organizației).

*Elementele de noutate* ale Organizației Mondiale a Comerțului sunt: caracterul definitiv (OMC înlocuiește caracterul provizoriu al GATT, implicit și clauzele de anterioritate); caracterul de angajament unic (toți semnatarii OMC sunt ținuți să respecte ansamblul regulilor și disciplinelor convenite); o anumită flexibilitate este acordată țărilor în dezvoltare prin intermediul perioadelor de tranziție; cuprindere mult extinsă, din punctul de vedere al: sectoarelor acoperite (servicii, textile, agricultură), al problematicii reglementate (drepturi de proprietate intelectuală, investiții); trăsături instituționale mai accentuate (Conferința ministerială a OMC întrunită cel puțin o dată la 2 ani (ad hoc și cu lungi hiatus-uri); circa 40 de consilii, comitete, subcomitete, grupuri de lucru etc. (de circa două ori mai multe decât în cazul GATT); caracter structurat al negocierilor (calendarul negocierilor este prestabilit, negocierile se desfășoară cu regularitate la niveluri determinate); caracter automat al mecanismului de reglementare a diferendelor; caracter tot mai "*legalist*" (deplasarea accentului obligațiilor asumate de la acordarea de concesi



specifice, la reguli de conduită; de ex., acordurile Technical Barriers to Trade (TBT), Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS) sau Trade Related Intellectual Properties (TRIPs) nu au nimic de-a face cu principiul schimbului de concesi echilibrate între părți).

Prin GATT și OMC, sistemul comercial internațional a promovat ideea potrivit căreia negocierea a reprezentat și continuă să reprezinte calea rezonabilă și reciproc avantajoasă, atât pentru liberalizarea schimburilor comerciale reciproce, cât și pentru impunerea de măsuri protecționiste. *"I believe that trade opening and reduced trade barriers have been, are and will remain essential to promote growth and development, to improve standards of living and to tackle poverty reduction. The World Trade Organization remains the most efficient and most legitimate forum to open and regulate world trade."* Pascal Lamy, Director-General, World Trade Organization.

#### **1.4. REINVENTAREA ACTUALULUI SISTEM COMERCIAL INTERNAȚIONAL**

În prezent sistemul comercial internațional, respectiv OMC, se confruntă cu o serie de probleme pentru care se încearcă găsirea unor soluții. La baza conflictelor din sistemul comercial internațional, respectiv OMC, se află cel puțin două *probleme fundamentale de politică comercială internațională*: nefinalizarea arhitecturii comerciale internaționale și structuri incorecte de luarea a deciziilor în ceea ce privește problemele comerciale.

În ceea ce privește prima problemă, actualul model de comerț liber al OMC generează o nesfârșită "bătălie economică" între diferite țări al căror obiectiv este apărarea propriilor interese. Multe țări sunt dependente de accesul la piața altor țări ca un mijloc pentru asigurarea propriei creșteri economice.

Un element de discuție este legat de locul problematicii *competiției* în scopul inițial al GATT. La momentul creării unui nou sistem economic mondial (la sfârșitul celui de-al II-lea Război Mondial) multe dintre problemele (precedente/actuale) competiției internaționale nu au fost prevăzute. Teoria și practica internațională a demonstrat faptul că *"Competition means conflict"*. Scopul GATT, respectiv OMC, a fost, respectiv este, concentrat în jurul creșterii nivelului de trai, asigurării unei cât mai înalt nivel ale ocupării populației și creșterii veniturilor reale.

Actualul sistem comercial internațional se confruntă și cu alte probleme decât cele prevăzute în GATT-OMC. În primul rând, OMC a creat o piață liberă la nivel mondial *fără legi privind legislația internațională împotriva oligopolului și practicilor comerciale neloiale*. Aceasta a condus la concentrarea ofertei de pe piața mondială în mâna câtorva corporații (de exemplu, în domeniul produselor agricole și a bunurilor de bază, mai mult de 80% din comerțul mondial cu cereale se află în mâna a trei companii din SUA, și anume ADM, Cargill și Bunge). În consecință, mulți producători, muncitori și mici fermieri la începutul lanțului creator de valoare dispun de prea puține avantaje, ceea ce conduce la o distribuție inegală a beneficiilor sistemului comercial.

O a doua problemă cu care se confruntă actualul sistem comercial internațional este legate de faptul că *standardele de muncă* care au fost convenite în Convențiile Organizației Internaționale a Muncii au doar câteva instrumente internaționale pentru aplicarea implementării lor. În consecință, este dificil de stopat spirala descendentă a standardelor de muncă și a salariilor reduse în unele sectoare, cauzate de competiția internațională dură sau concentrarea pieței. În concluzie, mulți oameni nu beneficiază de pe urma sistemului comercial internațional actual.

Enumerarea problemelor actualului sistem comercial internațional continuă cu situația *acordurilor internaționale pe produse de bază* încheiate în trecut care au vizat asigurarea unei anumite regularități a veniturilor pentru acele țări în dezvoltare care au fost foarte dependente de exporturile a doar câtorva bunuri de bază de regulă competitive. În timp, țările industrializate au înlocuit acordurile pe produse imperfecte cu mecanisme internaționale de piață liberă, în condițiile în care aceste țări în dezvoltare au fost lăsate să facă față prețurilor foarte reduse ale produselor de bază timp de decenii și să aibe prea puține mijloace pentru a-și reorienta producția și exporturile.

Cea de-a patra problemă cu care se confruntă sistem comercial internațional este îndreptată către *instituțiile financiare internaționale*. Acestea au fost concepute să prevină deficitele comerciale uriașe sau surplusurile, marile datorii, fluctuațiile de curs valutar excesive (Fondul Monetar Internațional) și să asigure mijloace financiare pentru a sprijini dezvoltarea țărilor (Banca Mondială). Cu toate acestea, aceste instituții nu au abordat deficitele SUA, însă au impus în schimb ideologia pieței libere în țările în dezvoltare. Imaginea este cu atât mai complexă cu cât producția legată de export și comerțul demonstrează consecințe negative pentru mediu și schimbările climaterice (prin creșterea transportului și consumului care rezultă din comerț).

Cea de-a doua problemă fundamentală de politică comercială internațională vizează *structura incorectă de luare a deciziilor* cu privire la aspecte comerciale. Dezvoltarea dezechilibrată a sistemului comercial internațional este subliniată de structura de luare a deciziilor în OMC și în cadrul statelor membre. La nivelul OMC, consensul este încă *smuls* prin excluderea unor membrii de la luarea deciziilor. De exemplu, doar 34 din 153 membrii au fost prezenți la ședința ministerială a OMC din iulie 2008 de la Geneva. Așadar ceea ce lipsește este o structură clar convenită prin care fiecare țară își garantează propria reprezentare. O altă problemă serioasă, adesea trecută cu vederea sunt presiunile politice și de altă natură pe care țările dezvoltate (UE) le utilizează cu țările în dezvoltare, precum amenințarea de retragere a ajutorului.

În procesul de luarea deciziilor în OMC, consensul desemnează acea situație în care nici o țară membră nu se opune adoptării unei decizii. De asemenea, consensul se aplică pentru situațiile în care nu este specificată altă procedură, în cazul aderării de noi membrii sau obținerii de derogări. Luarea deciziilor cu majoritate de voturi (în care fiecare stat membru deține un singur vot) se are în vedere obținerea unei majorități de 3/4 (în cazul în care este supusă la vot o derogare temporară de la obligațiile de membru OMC, de exemplu de la principiile fundamentale, sau interpretarea prevederilor oricărui dintre

Acordurile OMC), o majoritate de 2/3 în cazul amendării prevederilor OMC privind alte aspecte decât principiile generale. unanimitatea este cerută în cazul amendării unor principii de bază ale funcționării sistemului. O prevedere importantă cu privire la luarea deciziilor în OMC este înțelesul noțiunii de majoritate. Astfel, majoritatea se raportează la numărul total de membrii OMC și nu la numărul de membri prezenți. O altă reglementare importantă este aceea potrivit căreia dacă un membru nu acceptă un amendament, fie solicită și obține o derogare, fie se retrage din organizație.

În determinarea influenței unei țări în cadrul OMC se au în vedere următoarele criterii: ponderea țării respective în comerțul internațional, dependența sa de piețele externe sau indicele gradului de deschidere spre exterior (ponderea valorii schimburilor comerciale externe în PIB) și mărimea absolută a pieței sale (reprezentată de valoarea PIB). La toate grupurile de tratative participă efectiv SUA, Canada, UE, Japonia, principalii furnizori și importatori la anumite produse, precum și țările cu reputația de purtători de cuvânt ai altor grupuri de țări. În cadrul fiecărei țări membre OMC și în UE, luarea deciziilor pe cale democratică cu privire la mandatul care definește poziția de negociere la nivel național sau UE în negocierile OMC. Studiile arată că poziția UE este în principal determinată de interesele marilor companii care au mijloace de a se angaja în lobby activ. *Business lobby*-ul în SUA și alte țări este puternic. Interesul comercial al unei țări este adesea identificat sau identic cu interesele marilor companii ("*corporate globalisation*"), interesele sociale, societale, de mediu sau alte interese economice trecând în plan secund.

*Ce ar trebui să se întâmple acum?* Să se continue negocierea în OMC în același mod, sau să se concentreze pe acordurile comerciale bilaterale sau regionale ale căror scopuri sunt creșterea accesului pe piață. Răspuns incorect. Colapsul discuțiilor din OMC și modificarea vizibilă în relațiile de putere de acum permit o altă abordare. Regulile OMC, care acum sunt evidențiate prin sancțiuni și supunerea politicii naționale și internaționale la ideologia comerțului liber și mecanisme de piață libere trebuie înlocuite de reguli flexibile care sprijină scopurile de dezvoltare și sustenabilitatea (ex. echitabilitatea, orientarea către eradicarea sărăciei, mediu), producția, comerțul și consumul.

Noua arhitectură comercială internațională are nevoie să acorde *prioritate* drepturilor omului și standardelor de muncă, prețurilor echitabile pentru materii prime și alimente, regulilor împotriva abuzului de piață și corporativ, protejarea mediului și climei. Acestea trebuie realizate prin cooperare și evidențierea la nivel internațional prin organizațiile existente ONU care sunt mandatate să impună sancțiuni dacă nu se poate realiza cooperarea. Acesta ar putea fi cadrul pentru a ajunge la sustenabilitate și eradicarea sărăciei în cadrul căruia regulile unei organizații a comerțului internațional sunt definire și abuzul real în comerț (ex. dumping) este abordat. Curajul politic va fi necesar în fiecare țară dacă se vrea să se ajungă la un alt sistem comercial sau dacă nu se vrea să se prioritizeze interesele corporative. Sau, *ar trebui să așteptăm o nouă "criză"?*

## 1.5. ADUCEREA AFACERILOR ÎN BOARD-UL ORGANIZAȚIEI MONDIALE A COMERȚULUI

Actualul sistem comercial internațional se confruntă cu o serie de noi provocări pe care vom încerca să le sintetizăm în cadrul acestei subteme.

*Acordurile comerciale internaționale remodelează legislațiile naționale* cu privire la unde și cum realizează companiile tranzacții comerciale. Fie că vorbim de agricultură, servicii, textile și de îmbrăcăminte, de proprietate intelectuală sau alte subiecte, *acordurile OMC domină* arena comerțului internațional. Statele membre ale OMC în acest moment perfecționează un set de norme comerciale la nivel mondial. În plus, *acordurile bilaterale și regionale* adăugă noi aspecte care cresc gradul de complexitate al mediului de afaceri în care are de a lua decizii.

Întreprinderile din țările în dezvoltare nu-și mai pot permite să ignore discuțiilor comerciale la nivel mondial. Întreprinderile din țările în dezvoltare nu și-au făcut auzită suficient vocea lor în negocierile comerciale, care conduc la aceste reguli. Și de multe ori acestea nu sunt mulțumite de rezultate. Guvernele convin asupra unor reguli comerciale care împiedică capacitatea firmelor lor de a face afaceri. O importantă problemă este legată de faptul că cea mai importantă parte a exporturilor lor nu ajung de piețele externe, în timp ce piețele locale sunt deschise pentru concurență, pentru care nu au fost pregătite. Negociatorii au nevoie de punctele de vedere ale reprezentanților mediului de afaceri. De asemenea, aceștia au mai multe opțiuni de politică pentru a evalua, iar echipele lor sunt de multe ori mici. Aceștia întâmpină dificultăți în analizarea implicațiilor rezultatelor negocierilor asupra afacerilor (ale barierei de acces pe piață), influențarea standardelor internaționale, evaluarea impactului diferitelor propuneri comerciale asupra exportatorilor. Nici nu este posibilă dacă afacerile și guvernul nu lucrează împreună. Există o destul de redusă tradiție a susținerii afacerilor (“business advocacy”) în Sud.

Având în vedere că discuțiile comerciale la nivel global continuă să formeze mediul de afaceri, exportatorii și guvernele din țările în dezvoltare trebuie să învețe să lucreze unul cu celălalt pentru a îmbunătăți accesul la piață și de a obține condiții speciale pentru firme. Cel puțin la acest nivel de discuție se conturează trei pachete de *soluții*. În primul rând, formarea de *echipe public-privat*. În elaborarea viziunilor lor, guvernul și sectorul privat trebuie să conlucreze. Aceasta se apreciază ca fiind una dintre cele mai eficiente soluții. Țările au nevoie să meargă la discuții globale în echipe afaceri-guverne dacă doresc rezultate de care să beneficieze economiile lor. Succesul strategiilor de negocieri depinde, în mare măsură, de calitatea colaborării dintre negociatorii comerciali naționali și liderii de afaceri.

O a doua soluție vizează *grupările industriale*. În timp ce marile corporații private pot promova interesele lor individual, cea mai mare parte din firmele mai mici nu-și poate permite aceasta. Afacerile trebuie să-și facă “temele”, la nivelul fiecărei industrii, și să informeze guvernele sub ce reguli pot face afaceri.

Cea de-a treia soluției este legată de informare și formare. Regulile OMC nu sunt scrise într-un limbaj de afaceri. Comunitatea de afaceri trebuie să înțeleagă ceea ce se află pe masa negocierilor și modul în care pot influența rezultatul. În consecință, întreprinderile au nevoie de ajutor la sortarea pachetului complex de reguli în vigoare la nivel bilateral, regional și multilateral. Cel mai important, ei au nevoie de bune practici de afaceri și de a spune cazuri de afaceri, astfel încât să poată să conducă eficient susținerea afacerilor.

## **1.6. POLITICA COMERȚULUI ECHITABIL ÎN CONTEXTUL CRIZEI ECONOMICE**

Întrebarea la care încercăm să dăm un răspuns în cadrul acestui subcapitol este Comerțul echitabil "va supraviețui" crizei economice? Se apreciază că produsele organice, curate și etice își vor păstra piața, în ciuda climatului economic volatil și greu predictibil din perioada de criză. Piața pentru aceste bunuri va cunoaște probabil o lovitură temporară, însă va "sări" la loc. De altfel, acesta continuă să reprezinte un bun sector pentru investiții. Piața este relativ robustă. Dat fiind actuala cădere, va fi probabil o lovitură pe termen scurt, însă există un mare potențial comparativ cu actuala sa dimensiune.

Din punct de vedere al unui exportator dintr-o țară în dezvoltare, *comerțul cu produse organice și/sau curate*, deși deține o mică pondere în comerțul total, reprezintă o oportunitate. Pentru crescătorii de banane din insulele Caraibe, tendința către produse organice a reprezentat o soluție de supraviețuire. Ei au sărit în altă categorie a pieței când erau în siguranță. De asemenea, zeci de milioane de noi locuri de muncă vor putea fi create la nivel mondial prin dezvoltarea tehnologiilor de energie alternativă în următoarele decenii. În ceea ce privește politicile de energie verde în condițiile crizelor economice globale contemporane, pe termen lung, noile locuri de muncă vor face economiile mai puternice și vor contribui la realizarea de produse cu mai puțin petrol și gaze. Produsele, serviciile și tehnologiile de mediu au o piață de 475 mld.USD. Până în 2010, se așteaptă să ajungă la 640 mld.USD, cu o pondere de 15% pentru țările în dezvoltare și în tranziție.

Cifrele sugerează că apetitul public pentru produse etice este foarte puternic. Vânzările produselor fair trade au crescut cu o medie de 40% în ultimii 5 ani, cu o valoare retail estimată la 2,4 mld.EUR (3,2 mld.USD) în 2007. În consecință consumatorii sprijină peste 1,5 milioane de fermieri și lucrători din peste 60 de țări în dezvoltare. Iar dacă includem și familiile acestora (inclusiv cei care depind de aceștia) ajungem la 7,5 milioane persoane.

Deși, previziunile privind recesiunea și creșterea prețurilor alimentelor de bază au ținut titlurile media, comerțul cu fair trade a continuat să crească pe cele mai mari piețe. De exemplu, în Marea Britanie, vânzările au crescut cu 55% în aprilie-iunie 2008, față de aceeași perioadă a anului 2007. În ciuda modificării priorităților consumatorilor, produsele fair vor rămâne în atenția acestora.

Comerțul echitabil (*fair trade* în engleză, *commerce equitable*, în franceză) are drept scop propulsarea producătorilor mici, dezavantajați sau a muncitorilor aflați în poziții dezavantajate din țările în dezvoltare prin acordarea de sprijin și asistență, crearea de relații ferme cu cumpărători străini, și, dacă este necesar, plata unor prețuri peste nivelul pieței. În relația angajat – angajator, scopul este menținerea acelorași standarde de muncă.

În acest context, ținem să clarificăm confuzia dintre comerțul „echitabil” și comerțul „etic”. Comerțul etic are drept scop respectarea, de către companii, a standardelor minime de muncă, drepturile omului și de mediu, în producția tuturor produselor lor. Comerțul ”echitabil”, ca mișcare socială organizată, se concentrează asupra comerțului cu anumiți producători din Sud. Scopul acestuia este asigurarea de condiții în care se desfășoară relații comerciale care să genereze buna și continua funcționare a economiilor lor. Comerțul ”echitabil” promovează anumite standarde pentru utilizarea forței de muncă, protejarea mediului înconjurător, se axează mai ales pe exporturile din țările în dezvoltare spre țările dezvoltate, intenționează să sprijine producătorii și muncitorii marginalizați în atingerea unui nivel decent de securitate economică și socială, dorește să îi sprijine să devină acționari în propriile organizații și să joace un rol activ în sistemul comercial internațional.

Comerțul ”echitabil” și-a atras critici din toate spectrele politice. Unii economiști și politicieni de „dreapta” îl consideră un fel de subvenție ce împiedică dezvoltarea; reprezentanții de „stânga” îi reproșează că nu stimulează suficient actualul sistem comercial.

În 2005 comerțul echitabil a înregistrat vânzări de aproximativ 1,1 mld.USD, ceea ce a reprezentat o creștere de 37 % pe an. Produsele din cadrul comerțului echitabil reprezintă 0,5-5 % din totalul vânzărilor pe categorii de produse în Europa și America de Nord. În 2006, peste 1,5 mil. producători dezavantajați beneficiau direct de pe urma comerțului echitabil, 5 mil. producători beneficiau de proiecte de infrastructură și dezvoltare finanțate prin sistemul de comerț echitabil.

Comerțul echitabil este condus de către ONG-uri certificate însă de una sau mai multe federații naționale sau internaționale. Cele mai influente sunt: FLO (Organizația internațională de certificare a comerțului echitabil), IFAT (Asociația Internațională a Comerțului Echitabil), NEWS (Rețeaua Europeană a Worldshop-urilor), EFTA (Asociația Europeană a Comerțului Echitabil), reunite sub numele de FINE.

Primele încercări de a comercializa bunuri sub deviza comerțului echitabil s-au înregistrat în anul 1949, cu deschiderea primelor Worldshop-uri în SUA (magazine ce vindeau produse artisanale provenite din țări în dezvoltare cu scopul de a-i sprijini pe micii producători). Actuala mișcare de Fair Trade a început în 1960 în Europa ca o formă de luptă împotriva neo-imperialismului marilor corporații. În 1968, „Trade not Aid”, sloganul mișcărilor radicale ce sprijineau o nouă formă de comerț, este preluat de UNCTAD, căpătând recunoaștere internațională și punându-se astfel bazele unui comerț mai echitabil cu țările în dezvoltare. În 1969, apar ONG-uri în sprijinul comerțului

echitabil. Prin Eforturile voluntarilor se deschide în Olanda primul Worldshop. Ulterior se creează un lanț de astfel de magazine în Benelux, Germania și alte țări din Occident. Scopul acestora a fost să ofere producătorilor dezavantajați din țările sărace un acces echitabil pe piața mondială, o șansă la dezvoltare durabilă.

În anii '80 are loc o scădere a prețurilor obiectelor artisanale din Worldshop-uri, din cauza demodării și scăderii cererii. Ca o consecință, organizațiile ce sprijină comerțul echitabil s-au orientat spre o alta problemă acută a economiilor țărilor sărace, anume scăderea prețurilor la produsele agricole, produse ce constituie majoritatea exporturilor acestor țări. Primele produse agricole comercializate sub egida fair trade au fost ceaiul și cafeaua, fructe, cacao, zahăr, sucuri de fructe, orez, mirodenii și alune. În 1992, 80% din vânzările de produse fair trade erau reprezentate de produse artisanale, iar 20% de produse agricole. În 2002 proporția s-a inversat, anume 25,4% produse artisanale și 69,4% produse agricole.

Din 1988 se remarcă o încercare de diversificare a mijloacelor de comercializare a produselor fair trade, care se realiza doar în Worldshopuri și alte locații neconvenționale. De asemenea, s-a trecut la instituirea unui sistem de certificare internațională prin care consumatorii să fie asigurați de originea acestor produse. În consecință, vânzarea a început să se facă și în marile lanțuri de supermarket-uri, ceea ce a condus la creșterea vânzărilor. Prima certificare creată a fost aceea în sistemul Max Havelaar. În 2002, FLO lansează o nouă Marcă de Certificare a Comerțului Echitabil Internațional mult mai vizibilă de pe rafturile supermarket-urilor și utilizată pentru o multitudine de produse alimentare.

Sușținătorii comerțului echitabil au pornit inițial de la ideea că organizarea actuală a comerțului internațional este inechitabilă. Eșecul pieței tradiționale a generat o criză a prețurilor la bunurile de bază, ce afectează mai ales țările în dezvoltare. Condițiile principale ce trebuie îndeplinite conform principiilor economice clasice și neo-liberale sunt accesul la informații, accesul perfect la piețe și credit, posibilitatea de adaptare din punct de vedere tehnic și al producției ca răspuns la informațiile primite de pe piață, iar toate acestea lipsesc în mare măsură din societățile bazate pe agricultură din țările în dezvoltare. Astfel situația win-win (în care câștigă toți actorii implicați), deși posibilă pe unele piețe, nu se aplică și în țările în care absența condițiilor microeconomice propice comerțului poate anula sau scădea potențialele câștiguri ale producătorilor.

Comerțul echitabil este astfel văzut ca o încercare de redresare a acestor eșecuri ale pieței oferindu-le producătorilor un preț corect, consultanță în afaceri, acces la piețele din țările dezvoltate, în general condiții comerciale mai bune.

Sușținătorii comerțului echitabil sunt de părere că dereglementarea competiției pe piețele mondiale ale bunurilor de consum, încă din anii 1970, 1980, a încurajat o foarte mare scădere a prețurilor. Între 1970 și 2000 prețurile multor produse agricole exportate de țările în dezvoltare (zahăr, bumbac, cacao, cafea), au scăzut cu 30%-60%.

Comisia Europeană consideră că abandonarea politicilor de intervenție internațională de la sfârșitul anilor 1980 și reformele pieței bunurilor de consum din anii

1990 în țările în dezvoltare i-au lăsat pe producători neprotejați în fața fluctuațiilor și a scăderii pe termen lung a prețurilor la aceste produse.

FAO (Food and Agricultural Organisation) apreciază că pierderile totale înregistrate de țările în dezvoltare ca urmare a scăderii prețurilor mondiale, au fost de aproximativ 250 mld.USD între 1980-2002. Milioane de fermieri săraci sunt dependenți de produsele agricole și de evoluția prețului acestora. În aproape 50 de țări în dezvoltare, majoritatea exporturilor sunt reprezentate de cel mult trei produse agricole. Mulți producători, adesea fără alte mijloace de subsistență, sunt obligați să producă din ce în ce mai mult indiferent de cât de mult scad prețurile. În aceste țări, agricultura de subsistență ocupă 50% din forța de muncă și aduce 33% din PIB.

Sușținătorii comerțului echitabil consideră că prețurile curente de pe piață nu acoperă costurile de producție, și doar un sistem al unui preț minim garantat poate acoperi aceste costuri atât din punct de vedere social cât și ecologic.

Popularitatea crescândă a comerțului echitabil a generat și *critici*. Cei care critică eficiența și necesitatea unui comerț alternativ se grupează în trei categorii. Institutul Adam Smith acuză comerțul echitabil ca încurajând ineficiența și supraproducția ("argumentul distorsionării prețurilor"). Institutul de Afaceri Economice nu critică idealurile din spatele comerțului echitabil, ci critică doar sistemele de certificare, producție și stabilire a prețurilor. Jean-Pierre Boris (scriitor francez) consideră că fair trade distrage atenția de la reformele reale ce ar putea fi luate pentru îmbunătățirea într-o mai mare măsură a vieții producătorilor dezavantajați ("argumentul justiției comerțului").

În teoria economică sunt fundamentate șapte *principii ale comerțului corect* (Fair Trade)<sup>1</sup>. Astfel potrivit primului principiu, *corectitudinea este distributivă*, circumstanțele economice și sociale între oameni sau țări nefiind egale. Politicile care sporesc disparitățile în ceea ce privește venitul sau bunăstarea între oameni sau țări sunt adesea judecate ca fiind politici incorecte.

Al doilea principiu enunță: *corectitudinea este nediscriminatorie*. Acesta este argumentat prin faptul că politica comercială promovată de clauza națiunii celei mai favorizate oferită de către o țară trebuie să fie oferită tuturor celorlalte țări OMC. Membrii OMC convin că în politicile lor naționale vor respecta principiul tratamentul național, altfel spus țările convin să trateze afacerile străine care operează în țările lor în același fel ca și afacerile naționale. Taxele și reglementările nu pot discrimina firmele străine.

"*Regula de aur*" (golden-rule), cel de-al treilea principiu, este o regulă comportamentală (empirică) care a ghidat comportamentul moral mai multe milenii. Pur și simplu aceasta declară "Poartă-te cu partenerii comerciali așa cum ai vrea să se poarte și ceilalți cu tine" ("Treat people the way you want to be treated"). Acțiunile care încalcă regula de aur sunt, de obicei, percepute ca fiind nedrepte, imorale. În esență regula sugerează că dacă tu preferi ca alții nu facă lucruri care îți provoacă daune, atunci nu ar

---

1 Steven Suranovic, International Trade Theory and Policy,  
<http://internationalecon.com/Trade/tradeframe.php>



trebui să acționezi în mod similar. Aceasta sugerează faptul că, dacă preferi ca alții să acționeze într-un mod care este de ajutor pentru tine, atunci ar trebui să acționezi similar pentru a fi la fel de util și altora. Astfel, acțiunile, cum ar fi "Dă la săraci", sunt, în general, percepute ca actele morale.

*Reciprocitatea* pozitivă, cel de-al patrulea principiu, se explică prin faptul că efectul pozitiv al unei acțiuni asupra altcuiva este reciproc; o acțiune are un efect pozitiv aproximativ egal asupra altcuiva. Dacă reacția nu este aproximativ egală ca valoare pozitivă, sau dacă este chiar mai rea, atunci reacția are un efect negativ asupra primei persoane și va fi judecată ca fiind incorectă. Reciprocitatea pozitivă cere ca acțiunile pozitive să fie reciproce. Un simplu exemplu de reciprocitate pozitivă este întoarcerea unui mic favor. Reciprocitatea negativă, cel de-al cincilea principiu, este explicată prin situația în care în contextul comerțului internațional, represaliile comerciale sunt în general considerate corecte în conformitate cu principiul reciprocității negative. De exemplu, în codul măsurilor compensatorii din SUA – o lege care permite SUA de a ridica bariere comerciale ca răspuns la o subvenție a unui guvern străin asupra unui produs exportat – tariful trebuie să fie stabilit egal ca valoare cu valoarea subvenției de export străine. Astfel, paguba care a fost cauzată de către subvenția inițială este reciproc egală cu represaliile tarifare.

Prin corectitudine pe fond de *beneficii maxime*, cel de-al șaselea principiu, acțiunile și politicile sunt definite astfel încât să maximizeze beneficiile nete asupra populației.

Corectitudinea prin *autonomie* este cel de-al șaptelea principiu. În contextul comerțului internațional, autonomia decurge din suveranitatea națională, care semnifică dreptul unei națiuni de a determina propriile legi și politici, în special pe cele care afectează proprii cetățeni. Orice țară independentă își va stabili propriile taxe, elabora propriile reglementări, afaceri naționale.

## **1.7. CRIZA DE ÎNCREDERE ȘI REVITALIZAREA SISTEMULUI COMERCIAL INTERNAȚIONAL**

Instabilitatea financiară contemporană impune un sistem comercial multilateral global, bazat pe reglementări, revitalizat, care să asigure un cadru global viguros și care să restabilească sentimentul de încredere la nivel global.

Astfel se impune ca o necesitate consolidarea unui sistem comercial global revitalizat pentru a evita protecționismul. Comerțul internațional reprezintă o sursă majoră de venituri în economie și de locuri de muncă. Actuala criză financiară și apariția recesiunii are un impact negativ asupra comerțului și diminuează serios creșterea din cauza lichidității și a deteriorării încrederii consumatorilor.

Pentru a evita dezastrul, conducătorii lumii industrializate au reacționat rapid în vederea restabilirii încrederii în sistemul bancar. În condițiile crizei este nevoie de măsuri îndrăznețe pentru ca sistemul comercial global să nu intre în colaps sub povara unei lumi

instabile. Exista tentația adoptării de măsuri care s-ar putea dovedi dezastruoase prin grăbirea apariției unor acțiuni protecționiste.

În ultimii 20 de ani, dezvoltarea fără precedent a pieței globale, bunăstarea și creșterile economice fără precedent au reprezentat o parte din motivele pentru care în ultimele doua decenii, oamenii n-au arătat cine știe ce interes pentru labirintul complex al negocierilor comerciale, procesul de creare a unor politici comerciale globale stagnând. Paradoxul ultimului deceniu a fost că în timp ce piața globala s-a dezvoltat puternic, procesul de creare a unor politici comerciale globale a bătut pasul pe loc. Din ce în ce mai multe țări s-au alăturat OMC, de la 90 în 1990 la 153 în 2009, însă s-au dovedit incapabile să realizeze progrese în ceea ce privește agenda OMC. Acest blocaj poate fi, în parte, consecința succesului sistemului.

Multiplele reforme realizate în țările în dezvoltare în ultima parte a secolului al XX-lea au avut ca rezultat apariția a din ce în ce mai mulți jucători, mari sau mici, angajați în comerțul global. Regimul comercial nu mai este domeniul exclusiv al țărilor OCDE.

În ultimii ani, se remarcă noi implicări ale statelor în dezvoltare în elaborarea de politici comerciale. Alături de economiile cu o creștere foarte puternică - China și India, alte state - Pakistan, Bangladesh, Vietnam, Indonezia, Chile, Argentina, Mexic, Turcia, Maroc, Kenya și Egipt vor din ce în ce mai mult să aibă un cuvânt de spus în procesul elaborării de politici comerciale, deoarece interesul lor în ceea ce privește regimul comercial a crescut considerabil. Vietnam este țara în care s-a înregistrat cea mai mare reducere a sărăciei în cea mai scurtă perioadă de timp din istorie; creșterea care a condus, în mare parte, la aceasta reducere a sărăciei a fost rezultatul regimului comercial căruia Vietnamul i s-a alăturat la mijlocul anilor '90.

Consecințele acestei stagnări s-au concretizat în nedumerirea: De ce să "ne batem capul" cu ceea ce pare a fi negocieri comerciale abstracte și străine, când lucrurile merg atât de bine în lumea reală? De asemenea, diversitatea și creșterea numărului de jucători din piața au condus la creșterea complexității procesului. Repetatele eșecuri ale negocierilor din cadrul Rundeii Doha de la lansarea acesteia, în 2001, pot fi puse pe seama a doua forte: lipsa unui interes și sprijin public durabil, inclusiv din partea comunității de afaceri, incapacitatea negociatorilor de a aplană divergențele culturale și economice.

Soluția globală în cazul actualei crize financiare ar putea consta într-un sistem comercial multilateral, bazat pe reglementari, solid și adecvat, care reflecta noile realități ale acestei noi ere globale potențial captivante și dinamice. Criza financiară îndeamnă la acțiuni fără precedent, coordonate la nivel global. La ultima întâlnire la nivel înalt Asia-Europa de la Beijing, premierul chinez a făcut un apel la intensificarea eforturilor pentru a împiedica transformarea crizei financiare în protecționism comercial. China a propus, de asemenea, stabilirea unui mecanism pentru facilitarea și cooperarea comercială multilaterală.

Toată lumea este de acord că pentru renașterea economică globală și durabilă, este nevoie de o întărire a sistemului comercial multilateral. Trăim într-un mediu global în

care bunăstarea națiunilor este indisolubil legata de bunăvoința, onestitate, egalitate și de cel mai înalt grad de libertate posibil în desfășurarea comerțului internațional. Pentru a scăpa de prăpastia protecționismului, lumea are nevoie de un sistem comercial multilateral global, bazat pe reglementari, revitalizat, care să asigure un cadru global viguros și care să restabilească sentimentul de încredere la nivel global.

Restricționarea comerțului internațional ar putea agrava criza. La forumul economic de la Davos (din februarie 2009), liderii prezenți au avertizat că restricționarea comerțului internațional ar putea duce la adâncirea crizei. De asemenea, aceștia s-au pronunțat ferm împotriva măsurilor protecționiste. Ei sunt convinși că soluția pentru depășirea crizei economice mondiale este cooperarea internațională. Actuala criză nu se compară cu cea din anii '30 pentru că lumea este unită. Deciziile luate bazate pe principii corecte vor influența modul în care se va dezvolta economia mondială.

Azi ne confruntăm cu o criza de încredere și nu cu una de lichiditate. Măsurile băncilor centrale și ale guvernelor naționale, axate pe aport de lichiditate în sistem, au avut un succes limitat în revitalizarea piețelor financiare globale. Ca urmare a prăbușirilor succesive, deja nu mai vorbim despre limitarea pierderilor de pe piețele bursiere, despre salvarea vreunei bănci sau alta instituție financiară de la faliment, nici măcar despre redresarea vreunei piețe naționale (vezi cazul Islandei) ci pur și simplu despre evitarea unui colaps generalizat al întregului sistem financiar mondial.

*Criza financiară în Islanda. În prima parte a anului 2009, Islanda s-a confruntat cu un dezechilibru între sistemul bancar, economia țării și abilitatea guvernului de a suporta investițiile străine în această țară. În ultimii ani, a progresat foarte mult din punctul de vedere al sistemului bancar, creându-se un dezechilibru între acesta și economia țării. Criza din domeniul bancar a adus Islanda la un pas de faliment. Cele trei mari bănci ale statului au intrat în administrarea guvernului, iar banca Northern Rock se confruntă cu grave probleme financiare. Banca centrală a Islandei a început să controleze foarte strâns activitățile și tranzacțiile bancare, a fixat un cursul de schimb al monedei naționale, a făcut operațiuni de schimb valutar la un curs diferit de cel de pe piață, a solicitat un împrumut extern (Rusia). Marea Britanie și Suedia au investit sume foarte mari în băncile din Islanda pentru a contribui la îmbunătățirea situației financiare a acestui sector.*

În noile condiții, la nivelul economiei mondiale asistăm la manifestarea unei crize de încredere în sistemul comercial internațional contemporan. Într-o lume în care modelele matematice de calcul al riscului, ratingurile date de agenții, polițele de asigurare și instrumente similare (de gen Credit Default Swaps) recordurile "nepătate" nu mai reprezintă nici o garanție reală împotriva falimentului de pe o zi pe alta, instituțiile financiare și investitorii nu mai pot evalua riscul, preferând să nu mai împrumute/investească. Bani nu mai circulă de la cei care îi au dar se tem să-i piardă la cei care au nevoie de ei și ar fi dispuși să plătească pentru a-i obține.

*Lipsa de încredere are impact asupra economiei reale, și ca o consecință comerțul internațional începe să dea semne de blocaj. Bazat în mare parte pe acreditive - acele credite documentare prin care o bancă promite să plătească un furnizor de marfa (prin banca lui) dacă acesta aduce anumite documente și îndeplinește anumite condiții - comerțul internațional se confruntă cu o nouă dilemă: cumpărătorii obțin din ce în ce mai*

greu acreditive de la banca lor, iar vânzătorii nu mai au încredere în băncile care au emis acreditivul. Astfel se rupe o veriga esențială în comerțul internațional, anume plata la termen, ce permitea plata bunurilor pe credit, după ce acestea erau expediate / livrate beneficiarului. Diversele bunuri ajung astfel să fie produse și să se acumuleze fără să poată fi vândute altfel decât contra numerar. Astfel pierd vânzătorii care au nevoie să-și recupereze banii imobilizați și cumpărătorii care nu pot să satisfacă o cerere sau înregistrează blocaje în producție din lipsa de materii prime sau utilaje.

### **1.8. SISTEMUL COMERCIAL INTERNAȚIONAL SUB IMPERATIVELE CONJUNCTURII ECONOMICE MONDIALE ȘI ALE RUNDEI DOHA**

În noiembrie 2001, la Doha (Quatar), la inițiativa Secretariatului OMC și a Comisiei Europene se relansează o nouă rundă de negocieri, cea de-a noua din istoria GATT/ OMC. Propunerea are loc în contextul lansării, în mod formal, a celei de-a patra Conferințe ministeriale a OMC. La acea dată se afirma faptul că *“Runda Doha (denumită Runda Mileniului) nu va putea fi un succes, decât dacă marile puteri comerciale, mai exact SUA și ansamblul guvernelor din Nord și din Sud, se vor implica activ într-un proces multilateral de negocieri comerciale”*.

Principalul obiectiv al Runderi Doha a fost *lupta contra sărăciei. “Sărăcia sub toate formele sale este cea mai mare amenințare pentru pace, democrație, drepturile omului și mediu.”* Mai concret, Runda Doha (denumită și Runda pentru dezvoltare) își propunea drept obiective să ofere țărilor în dezvoltare șanse reale pentru a-și contura propriile strategii de dezvoltare; să ofere țărilor mai slab dezvoltate, acces deplin pe piețele țărilor dezvoltate și în dezvoltare; eliminarea tuturor subvențiilor la export; simplificarea regulilor privind exporturile provenite din țările cele mai slab dezvoltate; acțiuni concrete privind bunurile de importanță deosebită pentru aceste state - cum ar fi accesul la medicamente. *“Liberalizarea comerțului internațional poate furniza resurse pentru finanțarea dezvoltării; țările în dezvoltare ar putea câștiga astfel mult mai mult, anual, din continuarea procesului de liberalizare.”*

*Beneficiile negocierilor din cadrul Runderi Doha, în urma realizării obiectivelor negocierilor Runderi Doha, urmează să se concretizeze în rezultate spectaculoase pentru participanții la comerțul mondial. Mai exact sunt prevăzute reducerea cu 1/3 a barierelor în calea comerțului și creșterea venitului global anual cu mai mult de 500 mld.euro. Negocierile din cadrul Runderi lansate la Doha vor aduce beneficii și pentru țările sărace, comerțul putând juca rolul de motor al creșterii lor economice. În prezent, produsele exportate de țările în dezvoltare întâmpină multe obstacole la intrarea pe piețele țărilor bogate. Astfel, țările bogate trebuie să reducă subvențiile care distorsionează comerțul și să înlăture barierele din calea importurilor competitive din țările în dezvoltare. Prioritatea în cadrul comerțului internațional este crearea condițiilor în care țările în dezvoltare să își maximizeze câștigurile din comerțul exterior (în special cu produse agricole).*