

# INTEGRAREA ROMÂNIEI ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

## OBIECTIV PRIORITAR. INFLUENȚĂ ASUPRA CONSUMULUI.

LECTOR UNIV.DR. RÎNDAȘU VENERA  
UNIVERSITATEA „EFTIMIE MURGU”, REȘITA  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE și ADMINISTRATIVE

### ABSTRACT:

*The Medium Term Economic Strategy and the Action Plan adopted by the Romanian government represent important and welcome steps to devise and implement more coherent economic policies that would support and lend additional credibility to their pre-accession efforts.*

Ideea de unificare a Europei nu este nouă, având în vedere faptul că de-a lungul timpului gânditorii și oamenii politici au avansat și propuneri de acțiune vizând un asemenea obiectiv. Orice istorie a devenirii europene nu va putea desigur face distincție de ideile unor oameni ca de exemplu, Hugo Grotius sau Campanella<sup>1</sup>.

Procesul declanșat prin înființarea în 1951 a Comunității Europene a Cărbunelui și Oțelului (având ca membrii fondatori Franța, Germania, Italia și țările Benelux) și consolidat de-a lungul timpului (1957 – Comunitatea economică Europeană și – Comunitatea Europeană a Energiei Atomice – EURO – ATOM; 1965 unificarea instituțională; 1979 – Sistemul Monetar European; 1985 – Actul Unic European; 1992 – Tratatul de la Maastricht asupra Uniunii Europene; 1997 Tratatul de la Amsterdam; 1997 – Banca Centrală Europeană; 1999 – Moneda unică) se deosebește de toate încercările anterioare, în primul rând, prin faptul că părerea este cvasiunanimă – de această dată este vorba de un succes real, demonstrat, între altele, prin faptul că între timp numărul membrilor a crescut de la 6 la 15 cu perspectiva ca în următorii 5 – 10 ani UE să includă 27 de țări.

Deși există unele puncte de vedere diferite în această privință, câteva constatări sunt însușite practic de către toți experții în domeniu.

În primul rând, avem de-a face pentru prima dată în istorie cu o construcție care a avut ca piatră de pornire economia.

În al doilea rând, întreaga construcție europeană a fost concepută având la bază valorile democrației și ale economiei de piață, propunându-și din start ca unul dintre obiectivele sale esențiale nu doar păstrarea, ci și consolidarea continuă a acestor valori.

În al treilea rând, este vorba de principiile care au stat la baza construcției europene, principii dintre care se detașează cel al solidarității între parteneri. Esența acestui principiu – concretizat între altele în Fondurile structurale – constă în elaborarea de politici și programe însoțite de resursele aferente pentru dezvoltarea zonelor din spațiul UE, considerate ca fiind defavorizate sau mai puțin dezvoltate.

În al patrulea rând, construcția europeană a avut și are la bază ceea ce am putea numi echilibrul intern derivat în principal din două elemente. Pe de o parte, nu există o singură țară care să se detașeze ca putere economică, dimensiune geografică și demografică și implicit ca pondere decizională (Anglia, Franța, Italia și Germania ce au la nivelul UE o importanță similară); pe de altă parte, sistemul de luare a deciziilor în Uniune este conceput astfel încât nici o hotărâre nu poate fi rodul doar al “celor mari” sau doar al “celor mici”.

În sfârșit, de-a lungul timpului s-a dezvoltat – în prezent este deja un principiu fundamental al întregii construcții europene – principiul subsidiarității, care în termeni concreți, înseamnă adoptarea fiecărei decizii la nivelul care permite cel mai bine transpunerea ei în practică.

---

<sup>1</sup> Commeliu B. – “Europa Economică”, ed. Memo, București, 1995, pg. 4-14

Evoluția și realizările procesului de integrare în cadrul Uniunii Europene au determinat transformarea acesteia într-un actor de primă importanță pe scena vieții internaționale. În sprijinul afirmației de mai sus, vin următoarele fapte:

- Uniunea Europeană reprezintă deja, așa cum s-a mai precizat, principala putere comercială și, este în curs de a deveni și principala putere economică a lumii;
- În virtutea Tratatului de la Maastricht, Uniunea Europeană se manifestă din ce în ce mai vizibil și pe plan politic, în mod concret în planul politicii externe și de securitate și în cel al afacerilor interne și al justiției;
- La reuniunile grupului “celor 7”(state puternic industrializate), a devenit începând din 1998 al “celor 8”(prin includerea Rusiei), Uniunea Europeană este reprezentată ca entitate de sine stătătoare, devenind de fapt cel de-al 9-lea membru al grupului;
- Admiterea în Uniunea Europeană a devenit principalul obiectiv de politică externă a țărilor central și est – europene, procesul de ansamblu de reforme în aceste țări fiind conceput și ca parte a pregătirii lor pentru aderare;
- În cazul tuturor celor 10 țări candidate, Uniunea Europeană reprezintă, pe de o parte, principalul partener economic și comercial, ponderea acesteia crescând continuu și, pe de altă parte, principalul furnizor de asistență în favoarea acestor țări.

În condițiile în care tratatele de bază stipulează clar că integrarea în UE, respectiv realizarea Uniunii Europene atât în plan economico – monetar, cât și politic, trebuie să se realizeze respectându-se specificitățile și diversitățile naționale, tendința în rândul populației din țările membre UE este aceea a unei preferințe relativ crescânde pentru decizii/competențe comunitare într-un număr tot mai mare de domenii în care problemele de rezolvat transcend frontierele naționale<sup>2</sup>. Este vorba, între altele, de domeniul monetar, apărare, politică de imigrare, protecția mediului, știința și cercetarea, politica externă, lupta împotriva drogurilor, relațiile cu țările în curs de dezvoltare, agricultură, politica regională.

Integrarea României în Uniunea Europeană reprezintă un obiectiv strategic primordial în egală măsură al politicii externe, cât și al celei interne. Acest obiectiv derivă din opțiunile fundamentale asumate de întreaga societate românească, după 1989 – democrația și economia de piață. Ori, evoluțiile la scară europeană demonstrează, în modul cel mai convingător că țările în care respectivele valori nu numai că s-au păstrat, dar s-au și consolidat continuu sunt tocmai cele care sunt în prezent membre ale Uniunii Europene.

Obiectivul aderării este menționat ca atare în Acordul care instituie o asociere între România și Uniunea Europeană, semnat la 1 februarie 1995 (prevederile în materie comercială sunt aplicabile de la 1 mai 1993).

Scopul Acordului European este acela de a crea un cadru pentru dialogul politic, pentru dezvoltarea schimburilor comerciale și a relațiilor economice dintre părți, de a furniza o bază pentru asistența tehnică și financiară acordată României de către Comunitatea Europeană și de a crea un cadru adecvat pentru integrarea treptată a României în Uniune<sup>3</sup>.

Cadrul instituțional al acordului prevede mecanisme de inițiere, de gestionare și de supraveghere a tuturor domeniilor în care există relații. Mai multe subcomitete examinează problemele de natură tehnică. Comitetul de asociere, constituit la nivel de funcționari superiori, analizează problemele de profunzime și deseori găsește soluții pentru rezolvare problemelor legate de aplicarea Acordului. Consiliul de asociere examinează stadiul general al relațiilor și perspectivelor acestora și oferă posibilitatea de a evalua progresele obținute de România în procesul de pregătire a aderării.

Al doilea pas important în planul demersului spre uniune l-a reprezentat elaborarea în 1995 a Strategiei naționale de pregătire a aderării la Uniunea Europeană și înaintarea, la 22 iunie în același an, a cererii oficiale de aderare la UE.

---

<sup>2</sup> Stoica V.- “Tranziția economiei mondiale”, Probleme Economice, nr.13/2000, Institutul național de cercetări Economice, pg. 5-8

<sup>3</sup> Dobrescu E.M. – “Perspectiva actuală a integrării României în Uniunea Europeană”, Probleme economice, nr.10-11/1998, pg. 58-66

În scopul consolidării politicii guvernamentale și a procesului decizional în domeniul integrării europene, guvernul a creat Departamentul pentru integrare europeană care, din ianuarie 1997, a fost transformat în minister sub coordonarea primului ministru.

Miniștrii sunt responsabili pentru modul de îndeplinire a Acordului European în domeniile lor de competență, precum și de pregătirea aderării, în special în ceea ce privește armonizarea legislativă. Departamentul pentru integrare europeană are sarcina de a pregăti strategia națională de aplicare a Cărții Albe a Comisiei privind piața internă, în consultare cu cele 23 de grupuri de lucru ale Uniunii pentru integrare<sup>4</sup>.

În paralel, însăși Uniunea Europeană a întreprins o serie de pași importanți spre crearea cadrului care să permită integrarea țărilor din Europa Centrală și de Est: criteriile de la Copenhaga (1993); strategia de la Essen (1994); decizia Consiliului European din decembrie 1997 de la Luxemburg, de lansare efectivă a procesului de lărgire a Uniunii Europene.

Lărgirea spre Europa Centrală și de Est este un proces care privește 10 state din această zonă (Bulgaria, Cehia, Estonia, Lituania, Letonia, Polonia, România, Slovacia, Slovenia, Ungaria și Cipru). Este de reținut că, prin aceeași decizie, se statuează în termeni fără echivoc faptul că exercițiul de pregătire a aderării este un exercițiu bilateral.

Tocmai de aceea, programul de asistență, lansat în 1990 de UE, în favoarea țărilor din Europa Centrală și de Est, cunoscut în deosebi sub denumirea de Programul PHARE, a fost reorientat spre a deveni principalul instrument de sprijinire de către Uniune a fiecăreia dintre cele 10 state candidate în eforturile de pregătire a aderării<sup>5</sup>.

Tot prin deciziile de la Luxemburg, s-a stabilit începerea negocierilor efective de aderare, într-o primă etapă cu un grup de cinci țări est – europene (Cehia, Estonia, Polonia, Slovenia și Ungaria) plus Cipru, considerate mai avansate în planul pregătirii, urmând ca procesul să continue și cu celelalte țări între care și România, pe măsură ce se va fi constatat că și acestea îndeplinesc în mod adecvat criteriile de aderare.

Important este că, pe de o parte, în procesul de lărgire sunt cuprinse toate cele 10 țări și, pe de altă parte, există deja angajamentul politic asumat în acest sens de Uniunea Europeană.

Cartea Albă a Comisiei cu privire la piața internă, elaborată în 1995, a stabilit care sunt legile pe care țările candidate vor trebui să le transpună în dreptul național și să le pună în practică pentru a aplica acquisul comunitar<sup>6</sup>. De asemenea, s-au definit care sunt elementele esențiale cărora trebuie să li se acorde prioritate pentru realizarea Pieței Unice (cunoscute sub numele de măsurile Etapei I). România a acordat importanță acestei sarcini. Guvernul a adoptat în decembrie 1998 o strategie detaliată pentru adoptarea acquisului Uniunii și, paralel, a făcut apel la toate sectoarele mari ale societății să participe la acest proces, în principal sindicatele, asociațiile patronale și uniunile profesionale.

Acordul European a fost aplicat, în mare parte, în conformitate cu calendarul prevăzut, anumite prevederi intrând în vigoare cu întârziere (reglementările privind concurența între întreprinderi, cele referitoare la subvențiile de stat ș.a.).

Opinia Comisiei cu privire la cererea României de aderare la Uniunea Europeană<sup>7</sup> a fost elaborată în urma evaluării a trei grupe de criterii – politice, economice, precum și capacitatea de a adopta acquisul comunitar – proces ce depinde, de asemenea, de capacitatea sistemelor administrative și legislative ale țării de a pune în practică principiile democrației și economiei de piață și de a aplica și respecta prevederile acordului în practica de zi cu zi.

În ceea ce privește criteriile politice se consideră că România dispune de instituții democratice a căror stabilitate este asigurată. Însă, ele trebuie consolidate printr-un respect mai mare față de primatul legii la toate eșaloanele aparatului de stat. Astfel, sunt necesare în continuare eforturi considerabile în domeniul luptei împotriva corupției, ameliorării funcționării justiției și protejării libertății individuale în fața acțiunilor poliției, serviciilor secrete și în cursul procedurilor penale.

Referitor la capacitatea României de a îndeplini criteriile economice se menționează că s-au făcut progrese considerabile în vederea creării unei economii de piață însă se consideră că sistemul

<sup>4</sup> Pascariu S.C. – “Uniunea Europeană, politici și piețe agricole”, ed. Economică, 1999, pg. 192-203

<sup>5</sup> Legea nr. 20/6 aprilie 1993, Parlamentul României, Monitorul Oficial 73/12 aprilie 1993, pg. 1-35

<sup>6</sup> Bibier O. – “Uniunea Europeană între real și virtual”, ed. ALL, 1999, pg. 5-15

<sup>7</sup> Botez O. – “Integrarea României în Uniunea Europeană. Cerințe pentru dezvoltarea industrială regională”, Probleme economice, nr. 4/1999, I.N.C.Ec., pg. 39

juridic este fragil, procesul luării deciziilor în chestiuni economice nu a fost coerent în permanență, cea mai mare parte a industriei românești este învechită, iar agricultura trebuie modernizată. Nivelul scăzut a cercetării – dezvoltării, precum și a calificării forței de muncă, indică, de asemenea, că economia are nevoie de reforme structurale susținute în timp de mai mulți ani de acum înainte.

În vederea asigurării unui mediu economic stabil sunt necesare eforturi suplimentare pentru consolidarea cadrului administrativ și juridic și pentru soluționarea dezechilibrelor macroeconomice care încă mai persistă.

Capacitatea României de a prelua obligațiile pe care le presupune calitatea de membru este evaluată în funcție de trei indicatori<sup>8</sup>:

a) obligațiile stabilite în conformitate cu Acordul European și recomandările Cărții Albe, considerându-se că ritmul aplicării lor este insuficient;

b) măsurile esențiale funcționării pieței unice, pe care legislația românească le-a preluat doar în mică parte;

c) alte părți ale acquisul comunitar, considerându-se că nu ar trebui să se întâmpine dificultăți deosebite în aplicarea lor pe termen mediu în următoarele domenii: educație, problemele tineretului și pregătirea profesională, cercetarea și dezvoltarea tehnologică, pescuitul, întreprinderile mici și mijlocii, protecția consumatorilor, relațiile economice internaționale și programele de dezvoltare.

România va trebui să depună însă eforturi substanțiale în domenii ca: telecomunicații, audiovizual, impozitare, mediu înconjurător, probleme sociale și locuri de muncă, agricultură, energie, transporturi, justiție, afaceri interne, precum și în domeniul vamal<sup>9</sup>.

România nu pare să îndeplinească condițiile de participare la cea de a III-a etapă a uniunii economice și monetare, care implică coordonare politicii economice și completa liberalizare a mișcărilor de capital. Este prematur însă să se evalueze dacă România va fi în măsură, la data aderării sale să facă parte din “zona zero”. Îndeplinirea și menținerea criteriilor de convergență depind de reușita transformărilor structurale aflate în curs.

Ca urmare, în vederea accelerării procesului de integrare în UE, România trebuie să acționeze cu preponderență în următoarele direcții:

- accelerarea substanțială a procesului de reformă pe plan intern – privatizarea, reforma administrației, funcționalitatea instituțiilor publice, previziunea economică;
- transpunerea în practică, la timp și în integralitatea lor, a prevederilor Acordului de asociere a României la Uniunea Europeană;
- adaptarea legislației românești la reglementările comunitare respectiv asigurarea preluării adecvate a acquisului comunitar (cu deosebire în materie de liberă circulație a capitalurilor, bunurilor, serviciilor și forței de muncă, concurență, fiscalitate, transporturi, mediu, afaceri interne și justiție) și a cadrului administrativ – instituțional pentru aplicarea reglementărilor;
- asigurarea cadrului și instrumentelor necesare pentru funcționarea parteneriatului pentru aderare, instituit în plan bilateral între UE și România, ca urmare a deciziilor Comitetului european de la Luxemburg.

Integrarea României în Uniunea Europeană, va genera modificări și asupra consumului.

Integrarea României în Uniunea Europeană, creează probleme serioase și consumatorului. În acest context este interesat de semnalat anumite tendințe recente desprinse din evoluția pieței europene. Astfel, în rândul specialiștilor s-a instalat concepția că viitorul aparține produselor cu vocație europeană, create sub deviza “un singur produs, un același ambalaj, un singur preț, o eurocomunicație” și destinate unui consumator comun care este consumatorul european.

O astfel de formulă este concepută ca o replică la ambițiile firmelor americane Coca – cola, Pepsi – cola de a produce și comercializa produse cu vocație mondială. Concomitent marile firme s-au lansat într-o activitate de achiziționare a firmelor posesoare de mărci de produse care se bucură de aprecierea unanimă a consumatorilor europeni.

<sup>8</sup> Răgălie Ș. – “Strategii orientative pentru integrarea României în Uniunea Europeană”, probleme economice, nr. 40-41/2000, Institutul național de Cercetări Economice, pg. 7-27

<sup>9</sup> Zaman Ghe. – “Asocierea României la Uniunea Europeană. Efecte pe termen mediu și lung”, Probleme economice, nr. 29-30/1999, Institutul Național de Cercetări Economice, pg. 54-103

Nu trebuie uitat, că pentru consumatorul român, aderarea la o societate multiculturală așa cum este cea a Uniunii Europene), în care încrederea nu mai este o valoare universală, variază de la un individ la altul, iar comportamentele și atitudinile sunt din ce în ce mai disociate, ne mai regăsindu-se armonia, poate genera la început un fenomen de acceptare și de renunțare la vechile valori tradiționale, dar până la integrarea în noua societate a Uniunii Europene, pot apare bariere de ne trecut (cultură, religie, obiceiuri, putere de cumpărare).

Astfel, în cazul produselor alimentare, modificările care vor apare se reflectă în:

*Remodelarea deprinderilor alimentare.* Dacă astăzi în medie, un om servește trei mese în cadrul propriei gospodării se preconizează că în următorii câțiva ani circa 40% din mese vor fi servite în afara locuinței.

*Separarea tot mai accentuată a mesei obișnuite de cea festivă,* datorită înclinației consumatorului spre diversitate, calitate și comoditate utilizării produselor alimentare destinate bucătăriei rapide. De asemenea se manifestă tot mai mult tendința de consum la domiciliu a produselor gata preparate solicitate prin apel telefonic.

*Schimbarea componenței meniului zilnic.* Este știut faptul că românul, are un consum nesănătos, predominând foarte mult grăsimile de origine animală în defavoarea produselor vegetale, naturale cu conținut de grăsimi redus, dar bogat în vitamine. Astfel se va manifesta deschidere spre consumul de legume și fructe, iar alimentația naturală va prima, punându-se accent pe lapte și derivatele sale. De asemenea, industria alimentară va oferi posibilitatea utilizării produselor uscate, a celor congelate și înghețate și tot mai mult a celor păstrate prin ionizare. Principalul avantaj al acestora constă în rapiditatea pregătirii lor, fără efort deosebit și cu costuri reduse.

*În cazul consumului de bunuri nealimentare,* acesta va trebui să răspundă nevoilor socio – culturale ale consumatorilor. În aceste condiții oferta de bunuri trebuie să corespundă tot mai bine puterii materiale și spirituale a individului astfel încât să i se asigure creșterea nivelului calității vieții. În acest sens, consumul de produse nealimentare se va caracteriza prin tendințe ca:

- *superpersonalizarea* produselor ceea ce înseamnă puterea unui produs de a stăpâni (de unul singur) un segment de piață sau de a asigura un serviciu de bază consumatorului dintr-un anumit segment. Aceasta presupune însă și inovație în domeniul comunicării cu consumatorul pentru mai buna și mai exacta cunoaștere a acestuia și a imaginii unui produs sau a altuia în cunoștința consumatorului;
- *perfecționarea calitativă* care va marca o eră nouă a civilizației calității. Aceasta pentru că înnoirea sortimentală înseamnă produse noi, în principal, iar în secundar servicii noi, funcții noi, proceduri comerciale noi ori ambalaje și condiționări noi.

*Înnoiri în domeniul mărfurilor textile.* Se știe că astăzi această industrie utilizează din ce în ce mai mult roboți, tehnologii de vârf, materiale noi cu proprietăți calimetrice deosebite. Se utilizează laserul pentru croit sau electronica pentru programarea mașinilor de tricatat.

În cazul bunurilor electrocasnice, consumul acestora va fi marcat de două fenomene:

1. *Multifuncționarea* care va rezolva problemele spațiului ocupat în gospodărie, economia de energie, timpul și adaptarea consumatorului la noua dotare.
2. *Electronizarea.* Consumatorul român trebuie obișnuit cu folosirea calculatorului personal, cu vânzarea telematică și cu plățile fără numerar.

Serviciile în acest context trebuie să constituie geometria variabilă a activității comerciale. Fără comercializarea lor totul se va năru, indiferent de investiții, tehnică, personal, etc., iar consumul nu va putea produce modificările enunțate.

Desigur, că aceste modificări în consum nu se pot produce fără introducerea noilor tehnologii comerciale. Acestea se referă la faptul că, cumpărarea trebuie să devină un “spectacol”, magazinul devenind principala atracție, plimbarea la cumpărături fiind determinată de noua imagine a prețului de vânzare. De asemenea, cumpărarea trebuie informatizată, astfel încât să faciliteze cumpărături practice și rapide.

Pentru realizarea acestor modificări în consum o contribuție și-o va aduce și echipamentele comerciale, alături de logistică.

Astfel, își vor face apariția echipamente ca: magazinul automat (fără casier cu scanner și balanță electronică), vânzările telematice sau televânzarea, magazinul sau raionul video, care este de fapt un chioșc echipat cu unități de videodisc prin care se prezintă și se oferă la vânzare mărfurile din depozit sau o anume unitate comercială de care aparține “chioșcul electronic”. Avantajul este ușor de

descoperit: lărgirea sortimentului fără cheltuieli suplimentare deosebite cum ar fi introducerea textilelor într-un supermagazin; utilizarea videodiscului pentru demonstrații practice la produse complexe etc. Logistica comercială trebuie să dea soluții la posibilitatea de dezvoltare și pe piața noastră a unor asemenea modificări semnificative de consum. Cel mai avantajos și rapid mod ar fi apelarea la sistemele de leasing sau franciză, care vor crea și dezvolta asemenea tendințe ce vor conduce cu siguranță la modificarea consumului și în România.

Integrarea europeană a României trebuie pregătită, în principal, prin creșterea capacității comerciale la nivelul operatorilor economici, paralel cu promovarea și stimularea creșterii economice a ramurilor tradițional exportatoare. Piața unică nu ar avea sens dacă concurența între companiile din statele membre ar fi limitată de carteluri de firme sau aranjamente restrictive. Ele reduc posibilitatea consumatorilor de a beneficia de avantajele unor piețe sănătoase și competitive care pot oferi o gamă largă de bunuri și servicii la prețuri concurente. Libera concurență încurajează producătorii să îmbunătățească calitatea produselor, să caute soluții inovatoare și să țină cont de cerințele consumatorilor.

Deci, pentru România, trebuie reintrodus de urgență conceptul de “politici comerciale” iar acestea trebuie formulate astfel încât prin ele să se poată promova activitatea de comerț, de export, să se poată identifica posibilități de cooperare tehnică și asistență financiară, să dezvolte sisteme informaționale pentru dezvoltarea produselor și a piețelor, să îmbunătățească mediul de afaceri, etc.