

## CUPRINS

### CAPITOLUL I

#### **COMERȚUL - SECTOR AL ECONOMIEI NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE ..... 11**

SECȚIUNEA I. NOȚIUNEA, FUNCȚIILE ȘI SPECIFICUL ACTIVITĂȚII DE COMERȚ .....	11
§ 1. <i>Noțiunea de comerț</i> .....	11
§ 2. <i>Funcțiile comerțului</i> .....	16
§ 3. <i>Tipologia activității de comerț</i> .....	18
§ 4. <i>Relațiile de piață generate de comerț</i> .....	19
SECȚIUNEA A II-A. COMERȚUL CU RIDICATA.....	22
§ 1. <i>Noțiunea și caracteristicile comerțului cu ridicata</i> ..	22
§ 2. <i>Importanța economică a comerțului cu ridicata</i> .....	25
§ 3. <i>Funcțiile comerțului cu ridicata</i> .....	26
SECȚIUNEA A III-A. COMERȚUL CU AMĂNUNTUL.....	28
§ 1. <i>Noțiunea și caracteristicile comerțului cu amănuntul</i>	28
§ 2. <i>Importanța economică a comerțului cu amănuntul</i> ..	30
§ 3. <i>Funcțiile comerțului cu amănuntul</i> .....	30
SECȚIUNEA A IV-A. COMERȚUL INTERNAȚIONAL CA VEHICUL AL ECONOMIEI INTERNAȚIONALE.....	31
§ 1. <i>Economiile naționale ca bază a economiei     internaționale</i> .....	31
§ 2. <i>Globalizarea economiei internaționale</i> .....	33

## CAPITOLUL II

### TEORII CLASICE ȘI MODERNE PRIVIND COMERȚUL INTERNAȚIONAL ..... 46

#### SECȚIUNEA I. TEORII CLASICE PRIVIND COMERȚUL

##### INTERNAȚIONAL ..... 46

§ 1. *Comerțul dintre țări* ..... 46

§ 2. *Mercantilismul* ..... 48

§ 3. *Teoria avantajului absolut (Adam Smith)* ..... 49

§ 4. *Teoria avantajului comparativ sau modelul ricardian* 50

#### SECȚIUNEA A II-A. TEORII MODERNE PRIVIND COMERȚUL

##### INTERNAȚIONAL ..... 55

§ 1. *Modelul Eli Heckscher-Bertil Ohlin (resursele și comerțul)* ..... 55

§ 2. *Factorii specifici și distribuția veniturilor. Modelul Paul Samuelson și Ronald Jones* ..... 56

§ 3. *Modelul standard al comerțului. Paul Krugman și Maurice Obstfeld.* ..... 59

§ 4. *Avantajul competitiv (modelul Michael Porter)* ..... 61

## CAPITOLUL III

### POLITICA COMERCIALĂ – INSTRUMENTE ȘI MĂSURI FOLOSITE PE PLAN INTERNAȚIONAL ..... 64

#### SECȚIUNEA I. DEFINIȚIA, OBIECTIVELE ȘI FUNCȚIILE POLITICII

##### COMERCIALE ..... 64

§ 1. *Definiția politicii comerciale* ..... 64

§ 2. *Obiectivele politicii comerciale* ..... 66

§ 3. *Funcțiile politicii comerciale* ..... 67

#### SECȚIUNEA A II-A. POLITICA COMERCIALĂ TARIFARĂ (POLITICA VAMALĂ) ..... 68

§ 1. <i>Tariful vamal</i> .....	68
§ 2. <i>Taxa vamală</i> .....	69
§ 3. <i>Teritoriul vamal</i> .....	71
SECȚIUNEA A III-A. POLITICA COMERCIALĂ NETARIFARĂ .....	72
§ 1. <i>Caracteristici ale politicii comerciale netarifare</i> .....	72
§ 2. <i>Restricțiile de ordin cantitativ</i> .....	73
§ 4. <i>Restricții tehnice și calitative</i> .....	75
SECȚIUNEA A IV-A. POLITICI DE PROMOVARE ȘI STIMULARE A EXPORTULUI .....	77
§ 1. <i>Mijloace de promovare a exportului</i> .....	77
§ 2. <i>Mijloace de stimulare a exportului</i> .....	80

## **CAPITOLUL IV**

### **COMERȚUL ELECTRONIC SAU E-COMMERCE, FORMĂ SPECIFICĂ DE COMERȚ INTERNAȚIONAL 85**

SECȚIUNEA I. NOȚIUNEA, PRINCIPIILE, AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE COMERȚULUI ELECTRONIC .....	85
§ 1. <i>Noțiunea comerțului electronic</i> .....	85
§ 2. <i>Principiile reglementărilor comerțului electronic</i> ....	89
§ 3. <i>Avantajele și dezavantajele comerțului electronic</i> ...	90
SECȚIUNEA A II-A. PIEȚELE ELECTRONICE ȘI MODELELE DE COMERȚ ELECTRONIC .....	91
§ 1. <i>Piețe electronice pentru comerțul între companii (B2B-Business to Business)</i> .....	91
§ 2. <i>Piețe electronice pentru comerțul între companii și consumatori (B2C-Business to Consumers)</i> .....	93
§ 3. <i>Comerțul electronic în România</i> .....	94

## CAPITOLUL V

### CADRUL INSTITUȚIONAL AL COMERȚULUI INTERNĂȚIONAL ..... 96

SECȚIUNEA I. DE LA GATT (ACORDUL GENERAL PENTRU TARIFE  
ȘI COMERȚ) LA OMC (ORGANIZAȚIA MONDIALĂ A COMERȚULUI)  
..... 96

§ 1. *Noțiunea, obiectivele și principiile GATT* ..... 96

§ 2. *Structura și organizarea GATT* ..... 98

§ 3. *Activitatea GATT* ..... 99

SECȚIUNEA A II-A. ORGANIZAȚIA MONDIALĂ A COMERȚULUI 102

§ 1. *Noțiunea, obiectivele și funcțiile OMC*..... 102

§ 2. *Structura OMC* ..... 105

§ 3. *Activitatea OMC* ..... 107

SECȚIUNEA A III-A. CONFERINȚA NAȚIUNILOR UNITE PENTRU  
COMERȚ ȘI DEZVOLTARE (UNCTAD) ..... 113

§ 1. *Noțiunea, obiectivele și funcțiile UNCTAD*..... 113

§ 2. *Structura și membrii UNCTAD* ..... 115

§ 3. *Activitatea UNCTAD* ..... 116

## CAPITOLUL VI

### INVESTIȚIILE STRĂINE DIRECTE - CALEA DE EXPANSIUNE A CORPORAȚIILOR TRANȘNAȚIONALE (CTN)..... 120

SECȚIUNEA I. CORPORAȚIILE TRANȘNAȚIONALE..... 120

§ 1. *Noțiunea, apariția și evoluția corporațiilor  
transnaționale* ..... 120

§ 2. *Factorii care au favorizat dezvoltarea corporațiilor  
transnaționale și expansiunea acestora.* ..... 124

SECȚIUNEA A II-A. INVESTIȚIILE STRĂINE DIRECTE ..... 129

<i>§ 1. Noțiunea de investiție străină directă și formele fluxurilor investiționale internaționale.....</i>	<i>129</i>
---	------------

## **CAPITOLUL VII**

<b>COMERȚUL INTERNAȚIONAL ÎN CONTEXTUL CRIZEI FINANCIARE GLOBALE.....</b>	<b>145</b>
---	------------

SECȚIUNEA I. MECANISMUL ȘI CAUZELE CRIZEI FINANCIARE GLOBALE.....	145
---	-----

<i>§1. Declanșarea crizei financiare globale.....</i>	<i>145</i>
---	------------

<i>§ 2. Cauzele crizei financiare globale .....</i>	<i>147</i>
---	------------

SECȚIUNEA A II-A. COMERȚUL ȘI CRIZA FINANCIARĂ GLOBALĂ .....	154
--	-----

<i>§1. Evoluția comerțului internațional cu mărfuri .....</i>	<i>154</i>
---	------------

<i>§ 2. Evoluția comerțului internațional cu servicii .....</i>	<i>158</i>
---	------------

<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>161</b>
--------------------------	------------

<b>INDEX TABELE .....</b>	<b>167</b>
---------------------------	------------

<b>INDEX FIGURI .....</b>	<b>168</b>
---------------------------	------------

# CAPITOLUL I

## COMERTUL - SECTOR AL ECONOMIEI NATIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

### **Secțiunea I. Noțiunea, funcțiile și specificul activității de comerț**

#### **§ 1. Noțiunea de comerț**

##### **1. Elemente preliminare**

Comerțul este un sector de *activitate precisă*, complexă a economiei. El are o importanță strategică pentru dezvoltarea economică și socială a fiecărei țări.

Comerțul este structurat pe *domenii interioare multiple*, în cadrul cărora un rol important revine distribuției cu amănuntul, depozitării mărfii, aprovizionării cu ridicata, activității de import-export.

De cele mai multe ori comerțul este asociat cu schimbul oneros.

Comerțul reprezintă un *mecanism esențial al circulației mărfurilor* și, din ce în ce mai mult, a serviciilor în toată lumea, fiind de asemenea veriga centrală a transferurilor de tehnologie<sup>1</sup>.

Schimburile de pe piețe reprezintă o *cheie* pentru a înțelege modul de alocare a resurselor, ce se produce, cine câștigă și ce câștigă<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> **D. Held, A. McGrew, D. Goldblatt, J. Perraton**, *Transformări globale. Politică, economie și cultură*, Ed. Polirom, Iași, 2004, p. 179.

<sup>2</sup> **J. E. Stiglitz, C. A. Walsh**, *Economie*, Ed. Economică, București, 2005, p. 35.

## 2. Noțiunea de comerț

### a. Criterii de determinare a conceptului

Noțiunea de comerț poate avea înțelesuri diferite în raport de anumite *criterii de determinare*.

Dacă avem în vedere gradul de cuprindere al conceptului, el poate fi privit în sens restrâns sau în sens larg.

În funcție de modul de abordare în cadrul diferitelor științe, el poate avea un înțeles *economic* sau un înțeles *juridic*.

Etimologic, cuvântul comerț provine din latinescul „*commercium*”, prin care se desemna schimbul efectuat cu ceva sau cu cineva.

### b. Sensul restrâns al noțiunii de comerț

În *sens restrâns*<sup>3</sup>, comerțul este forma specializată a activității economice și cuprinde operațiile prin care se face trecerea bunurilor de la producători la consumatori și cuprinde faza de distribuție a bunurilor<sup>4</sup>.

În această categorie de operațiuni pot fi menționate: operațiunile de vânzare - cumpărare de bunuri, operațiunile de depozitare, operațiunile de deplasare în spațiu a bunurilor. Ele au corespondent în reglementările juridice contractele tradiționale, cum sunt: contractul de vânzare - cumpărare; contractele de intermediere (mandatul; consignația; comisionul).

### c. Sensul larg al noțiunii de comerț

În *sens larg*, noțiunea de comerț are dimensiunea unui sistem complex de activități, adică activitatea economică în ansamblul său și cuprinde operațiunile dintre persoanele fizice și (sau) juridice de producere de bunuri, de schimb și circulație a bunurilor și de prestări de servicii realizate în scopul de a obține profit.

---

<sup>3</sup> V. Găină, *Curs de drept comercial român*, Ed. Universitaria, Craiova, 2003, p.5.

<sup>4</sup> N. Dobrotă și alții, *Economie politică*, Ed. Economică, București, 1995, p.18-19; Gh. Crețoiu, V. Cornescu, I. Bucur, *Economie politică*, Casa de Editură și Presă Șansa SRL, București, 1993, p. 36-37.

În această concepție, noțiunea de comerț se referă la activitatea economică în ansamblul său, adică producerea de bunuri, schimbul și circulația de bunuri, prestarea de servicii.

#### **d. Sensul economic al noțiunii de comerț**

*Înțelesul economic*<sup>5</sup> al noțiunii de comerț constă în operațiunile prin care se realizează schimbul și circulația bunurilor de la producători la consumatori, în mod direct sau prin intermediari.

Elementele pe care se sprijină această concepție sunt: comerțul este o activitate care are ca scop schimbul și circulația bunurilor; conținutul activității de comerț cuprinde operațiunile din intervalul dintre momentul producerii bunurilor și intrărilor în circulație și până la momentul ajungerii acestora la consumatori; operațiunile de comerț sunt realizate direct de către producători sau de către intermediari, între aceștia și consumatori.

Aceste elemente care determină sensul economic al noțiunii de comerț le găsim în toate opiniile exprimate de către doctrinari în privința acestui concept.<sup>6</sup>

Apreciem că prin *comerț* în sens economic se înțelege activitatea care constă în operațiunile prin care se realizează schimbul și circulația bunurilor de la producători la consumatori, fie în mod direct, fie prin intermediari, realizându-se prin aceasta legătura dintre producție și consum.

---

<sup>5</sup> **D. Patriche**, *Elemente de economie a comerțului*, Ed. Sylvy, București, 2001, p.5.

<sup>6</sup> **D. Patriche**, *op.cit.*, 2001, p.5; **V. Pătulea, C. Turianu**, *Elemente de drept comercial*, Ed. Press Mihaela SRL, București, 1996, p.5; **V. Nemeș**, *Drept comercial*, Ed. Hamangiu, București, 2012, p. 1; **J. Brémond, A. Gélédan**, *Dicționar economic și social*, Editura Expert, București, 1995, p. 128; **A.L. Ristea** (coordonator), *Marketing. Crestomație de termeni și concepte*, Editura Expert, București, 2001, p. 67; **D. Patriche**, *Bazele comerțului*, Ed. Economică, București, 2001, p. 35-36.

### **e. Sensul juridic al noțiunii de comerț**

Sub aspect juridic, noțiunea de comerț are înțelesul dat de lege acesteia. Ea se circumscrie la obiectul de activitate al unei întreprinderi comerciale, care este organizată de către profesionistul persoană fizică sau juridică și care are ca obiect de activitate producerea, administrarea și înstrăinarea de bunuri sau prestarea de servicii și ca scop obținerea de profit.<sup>7</sup>

Operațiunile de comerț generatoare de raporturi juridice comerciale sunt activitățile de producție, schimbul și circulația bunurilor sau prestarea de servicii care sunt realizate de către comercianți. Forma juridică de organizare a activității economice a comercianților este întreprinderea comercială.

Apreciem că, prin *comerț în sens juridic* se înțelege ansamblul actelor și faptelor juridice prin care se realizează producerea de bunuri, schimbul și circulația bunurilor și prestarea de servicii de către profesioniștii persoane fizice sau juridice în forma juridică a unei întreprinderi comerciale cu scopul de a obține profit.

## **3. Conținutul activității de comerț**

### **a. Comerțul - creator de utilități**

Comerțul (schimbul) este omniprezent și definește mecanismul fundamental prin care alegerile oamenilor conduc la repartizarea și valorificarea resurselor în economie.

Activitatea de comerț a cunoscut în timp modificări substanțiale, transformându-se dintr-o simplă intermediere, într-o activitate complexă, indispensabilă atât pentru producători, cât și pentru utilizatori. Aceasta are ca obiect marfa, operațiunile de vânzare-cumpărare ale acesteia.

Cu alte cuvinte, comerțul este *liantul* care face ca bunurile și serviciile să ajungă de la producător la consumator.

Conținutul activității de comerț evidențiază faptul potrivit căruia comerțul este un *creator de utilități*, un

---

<sup>7</sup> Art. 3 (3) din Noul Cod civil român, adoptat prin Legea nr.287/2009.

reprezentant în serviciul utilizatorilor și producătorilor, cuprinzând o parte a fluxului monetar din fiecare țară.

Noțiunea de utilitate face parte din însuși conținutul activității de comerț definind locul și rolul său în cadrul unei economii.

Pentru a înțelege locul utilității în cadrul activității de comerț trebuie avute în vedere următoarele aspecte: amplasarea în spațiu a producătorilor și consumatorilor este foarte diferită și ea este afectată și de distanțele care se interpun între cei doi parteneri; imposibilitatea cunoașterii reciproce de către parteneri a mijloacelor financiare și productive de care dispun; contradicțiile existente între interesele firmelor producătoare și unele nevoi ale consumatorilor.

În comerț se desfășoară următoarele categorii de *activități*: activități de intermediere a actelor de vânzare-cumpărare; activități legate de: distribuția fizică; cercetarea pieței; informarea populației; educarea consumatorilor; publicitatea; crearea cadrului ambiantal necesar desfășurării actului de vânzare-cumpărare; crearea condițiilor adecvate de utilizare a produselor etc.

În concluzie, comerțul este un *sector creator de utilități*, ci nu de bunuri; este un reprezentant în serviciul utilizatorilor și al producătorilor; are rolul de instrument de reglare a mecanismului de piață.

### **b. Valențe noi ale conținutului activității de comerț**

Având în vedere transformările continue generate de evoluția societății, conținutul activității de comerț a dobândit treptat *noi aspecte și valențe*, cum sunt : prospectarea nevoilor reale și potențiale ale consumatorilor (studii de piață); influențarea producătorilor de a produce numai ce se vinde (satisfacerea dorințelor consumatorilor); realizarea circulației și distribuției bunurilor de la producător la consumator (canale de distribuție eficiente - locul de producție nu coincide cu locul de consum); realizarea circuitului economic bani-marfă-bani (acte de vânzare-cumpărare de bunuri și servicii); informarea

consumatorilor finali privind produsele (caracteristici, performanțe, conținut, termene de valabilitate, termene de garanție, servicii în garanție, post-garanție etc.)<sup>8</sup>.

## **§ 2. Funcțiile comerțului**

### **1. Identificarea funcțiilor**

Comerțul ca sistem de activități are următoarele categorii de funcții: funcțiile economice; funcțiile sociale.

*Funcțiile economice* ale comerțului sunt: funcția de producere de bunuri; funcția de schimb și circulație a bunurilor.

*Funcțiile sociale* ale comerțului sunt: funcția de protecție socială; funcția de satisfacere a trebuințelor de consum ale membrilor societății; funcția de creștere a calității vieții.

### **2. Funcțiile economice ale comerțului**

#### **a. Funcția de producere de bunuri**

Comerțul concură la realizarea procesului de producere de bunuri.

El contribuie la crearea condițiilor și a cadrului de producere de bunuri, deoarece prin recuperarea în expresie bănească a cheltuielilor materiale și de muncă încorporate în produsele care sunt transferate către consumatori permite producătorilor să reia producția de noi mărfuri în sectoarele productive ale economiei.

Prin vânzarea mărfurilor către consumatori se recuperează sub formă bănească valoarea materializată în

---

<sup>8</sup> **D. Patriche**, *Elemente de economie a comerțului*, Ed. Sylvy, București, 2001, p.5; **V. Pătulea**, **C. Turianu**, *Elemente de drept comercial*, Ed. Press Mihaela SRL, București, 1996, p.5; **V. Nemeș**, *Drept comercial*, Ed. Hamangiu, București, 2012, p. 1; **J. Brémond**, **A. Gélédan**, *Dicționar economic și social*, Editura Expert, București, 1995, p. 128; **A.L. Ristea** (coordonator), *Marketing. Crestomație de termeni și concepte*, Editura Expert, București, 2001, p. 67; **D. Patriche**, *Bazele comerțului*, Ed. Economică, București, 2001, p. 39-40.

mărfuri, valorificându-se efectiv efortul investițional făcut pentru producția și circulația mărfurilor.

Comerțul facilitează relațiile de schimb între ramurile productive ale economiei.

### **b. Funcția de schimb și circulație a bunurilor**

Prin conținutul activităților sale, comerțul realizează schimbul și circulația bunurilor, realizând astfel legătura dintre producție și consum.

Formele de realizare a schimbului și circulației bunurilor sunt: vânzarea - cumpărarea de mărfuri direct sau prin intermediari; schimbul de monedă efectuat de bănci sau de casele de schimb valutar; operațiunile de depozitare și pregătire a mărfurilor pentru vânzare-cumpărare.

## **3. Funcțiile sociale ale comerțului**

### **a. Funcția de protecție socială**

Comerțul este un veritabil *cadru de creare de locuri de muncă*. El absoarbe forță de muncă și conferă posibilitatea pentru cei care prestează muncă în comerț de a obține venituri și de a se autoproteja social.

Atât angajatorii persoane fizice sau juridice, cât și angajații persoane fizice sunt supuși impozitării pentru veniturile pe care le obțin din desfășurarea activităților din sfera comerțului. Ei contribuie la formarea diferitelor fonduri de protecție socială, care sunt utilizate atât pentru protecția tuturor membrilor societății cât și în mod special pentru anumite categorii de persoane, în cadrul alocațiilor din bugetul de stat sau bugetul asigurărilor sociale.

### **b. Funcția de satisfacere a trebuințelor de consum ale membrilor societății**

Satisfacerea nevoilor de consum ale membrilor societății este strâns legată de funcția economică. Prin intermediul operațiunilor de comerț sunt puse la dispoziția