

**Claudia Dobre**

# **COMERȚ INTERNĂȚIONAL**

– Ediția a III-a –



**Editura UNIVERSITARIA  
Craiova, 2013**



**Editura PROUNIVERSITARIA  
București, 2013**

Referenți științifici:  
Prof. univ. dr. Ion Botescu  
Prof. univ. dr. Alexandru Negrea

Copyright © 2013 Universitaria  
Copyright © 2013 Pro Universitaria

Toate drepturile sunt rezervate Editurilor Universitaria și Pro Universitaria

---

### **Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**DOBRE, CLAUDIA I.**

**Comerț internațional** / Claudia I. Dobre. - Ed. a 3-a. –  
Craiova : Universitaria ; București : Pro Universitaria, 2013

Bibliogr.

ISBN 978-606-14-0758-3

ISBN 978-606-647-829-8

339.5

## INTRODUCERE

La început de nou mileniu, în centrul procesului de globalizare se află companiile multinaționale, care, aparent fără naționalitate și fără frontiere și stimulate de avansul tehnologic din domeniul transporturilor și al telecomunicațiilor, încredințează tot mai mult fabricarea și asamblarea anumitor componente filialelor și partenerilor strategici aflați dincolo de frontierele naționale, profitând de noul climat de schimb. Intervențiile statelor față de această evoluție, prin intermediul măsurilor de liberalizare a comerțului și de privatizare a serviciilor publice, au condus la o economie mondială mai concurențială.

Privită din punct de vedere economic, concurența este întotdeauna legată de tranzacții pe piață, de cerere și ofertă și de procesul schimbului. Mai exact, se poate spune că există „*concurență economică*” dacă consumatorul poate alege între mai multe alternative pe cea mai convenabilă preferințelor sale. Astfel, concurența este strâns legată de libertatea de a alege. Însă, această libertate este diferențiată în funcție de existența unor grade ale concurenței efective. Producătorii autonomi și specializați vizează profitul, în timp ce consumatorii își manifestă opțiunile lor pentru bunurile și serviciile oferite de producători, vizând utilitatea lor. Deoarece îi orientează pe agenții economici spre producerea a ceea ce este dorit și cerut de consumatori, la costuri cât mai reduse în condițiile date, concurența asigură producătorilor prețurile și profiturile așteptate, iar consumatorilor satisfacerea nevoilor.

Comerțul internațional a reprezentat un factor important al intensificării concurenței pe plan mondial în decursul ultimilor 50 de ani. Economii libere au reușit să folosească puterea provenită din comerț pentru a crește competitivitatea și productivitatea, ajutând, în același timp, la îmbunătățirea standardelor de trai și susținerea creșterii economice.

Expansiunea în volum a comerțului global din ultimii ani a fost facilitată de declinul neîntrerupt al barierelor comerțului, ajutând la susținerea creșterii globale și la dezvoltarea economică. Pe măsură ce barierele au fost înlăturate, structura comerțului internațional s-a modificat. Noile informații și tehnologii de comunicare au avut, și vor avea

în continuare, un efect incontestabil. Unele servicii, care în trecut nu ar fi putut fi oferite decât pe plan național, pot acum fi comercializate internațional. Diferențierea mai profundă dintre produsele destinate să satisfacă nevoi specifice ale consumatorilor a dus la o creștere a comerțului intra-industrial – unde țările fac schimb de bunuri din aceeași clasificare industrială generală, dar cu trăsături specifice diferite. Mai mult decât atât, dezvoltarea tehnologică a permis companiilor să împartă procesele de producție, stabilind diferite etape de producție pentru anumite regiuni sau țări.

Aceste dezvoltări oferă oportunități majore de comerț pentru toate economiile și, de asemenea, implică o schimbare: resursele sunt comutate de la industrii tradiționale la altele mai noi, iar procesul de schimbare va continua pe măsură ce țările în dezvoltare își vor mări contribuția la comerț. Există posibilitatea ca beneficiile globale de pe urma expansiunii comerțului să fie semnificative. O eliminare completă a tuturor tarifelor la produsele agricole și manufacturate ar putea aduce un beneficiu de mai mult de 1000 de miliarde de dolari anual.

Îndoielile în legătură cu avantajele unei libertăți mai mari în comerț hrănesc în permanență protecționismul și periclitează toate beneficiile. În timp ce piețele de export în expansiune sunt în general acceptate ca fiind profitabile, creșterile importurilor sunt văzute ca o amenințare, prin înlocuirea producției interne cu bunuri și servicii din afară. Guvernele sunt deseori supuse unei presiuni și răspund prin protejarea sectoarelor naționale de concurența internațională.

Efectele dinamice ale liberalizării derivă din expunerea la importuri, cât și din oportunitățile de export. Mai mult decât atât, deschiderea către importuri crește numărul de opțiuni și reduce costurile nu doar pentru consumatori (pentru care beneficiile pot fi semnificative), dar și pentru producători. Pe scurt, restricțiile la importuri penalizează exportatorii. De aici rezultă faptul că abordarea mercantilistă, un joc cu suma zero, în care succesul este definit ca fiind posibilitatea de a accesa pe cât posibil cât mai multe piețe de export, în timp ce deschiderea unor piețe interne este privită ca o „concesie” – este atât de prost gândită.

Comerțul internațional constituie un factor cheie în dezvoltarea economică durabilă a economiilor naționale, fapt recunoscut atât de economiștii clasici cât și de cei moderni, dar demonstrat și de realitatea economică. Fiecare țară dezvoltată, în curs de dezvoltare sau aflată în tranziție are ceva de câștigat de pe urma ancorării puternice în fluxurile mondiale de bunuri și servicii care, la ora actuală, trec granițele naționale, testându-și competitivitatea pe piața mondială. S-a accentuat astfel, fără precedent, fenomenul globalizării, cu avantajele și dezavantajele atât de bine cunoscute.

La ora actuală se mențin încă decalaje puternice între țările dezvoltate și cele în curs de dezvoltare, însă, prin participarea statelor defavorizate la comerțul mondial acestea pot fi diminuate sau chiar eliminate. Un rol important în acest sens revine guvernelor din fiecare țară, dar și organismelor internaționale care monitorizează comerțul mondial.

Pentru România, țară aflată încă în tranziție și membră a Uniunii Europene sunt deosebit de importante intensificarea participării la schimburile economice internaționale de mărfuri și servicii, dar și atragerea investițiilor străine în economie, principalele posibilități de rețehnologizare a sectorului industrial și de restructurare a economiei naționale, în vederea creării și menținerii unor avantaje competitive durabile. Comerțul constituie unul dintre actele fundamentale ale societății care definesc locul economiei în ansamblul vieții sociale. Dezvoltarea schimburilor internaționale constituie, în opinia economiștilor clasici sau moderni un factor important generator de progres economic pentru toate națiunile.

Pe de o parte, orice țară, indiferent de stadiul de dezvoltare în care se află are ceva de câștigat în urma participării la circuitul economic mondial, întrucât astfel poate testa gradul de performanță al economiei naționale. Participarea unei țări într-o măsură mai mare sau mai mică la fluxurile internaționale este determinată de nivelul tehnologic al producției, volumul investițiilor în cercetare-dezvoltare, deținerea drepturilor de proprietate intelectuală (mărci de comerț, denumiri de origine, brevete sau know-how), gradul de dotare cu resurse naturale și forță de muncă, gradul de înzestrare al populației cu bunuri de larg consum, nivelul de trai al populației.

Pe de altă parte, participarea țărilor la schimburile comerciale internaționale contribuie la adâncirea decalajelor dintre țările puternic industrializate și cele sărace sau aflate în curs de dezvoltare, la exploatarea muncii copiilor, la extinderea practicilor neloiale. Există opinii conform cărora „*pentru multe țări, insuficienta ancorare în comerțul mondial reprezintă, în ultimă instanță, sărăcie*”.

# PARTEA I

## COMERȚUL INTERNAȚIONAL

### Capitolul I

#### 1.1. Conceptele fundamentale ale comerțului internațional

Comerțul este o activitate umană care ne privește pe toți și care ne implică în fiecare zi. Ca atare, și regulile care guvernează această activitate ne privesc și ne implică pe toți, chiar dacă nu în aceeași măsură. Comerțul internațional are efecte asupra cetățenilor în cel puțin două moduri:

- comerțul internațional diversifică oferta de bunuri și servicii disponibile. Acest fapt conduce de obicei la scăderea prețului produselor datorită creșterii concurenței;
- accesul la materii prime și materiale mai ieftine, tehnologie mai eficientă și la o piață lărgită crește competitivitatea companiilor autohtone și conduce la sporirea ratei de investiții, la creștere economică și la crearea de noi locuri de muncă. Acest din urmă aspect interesează în mod deosebit pe cetățenii Uniunii Europene deoarece 20% din locurile de muncă existente în Uniunea Europeană se datorează activităților de export.

Etimologic, termenul de comerț provine din latinescul „commercium” care la rândul său reprezintă o juxtaapunere a cuvintelor „cum” = cu și „merx” = marfă, ceea ce înseamnă „cu marfă”, de unde a rezultat explicația termenului prin activitate cu sau legată de marfă sau activitate asupra mărfii. Termenul de commercium din dreptul roman era folosit ca noțiune tehnică pentru a desemna facultatea unei persoane fizice de a încheia acte juridice și de a constitui contracte valabil încheiate, iar aceste bunuri erau în commercio sau extracommercium.

În Dicționarul Explicativ al Limbii Române, în dreptul cuvântului comerț găsim următoarele definiții: „*schimb de produse prin cumpărarea și vânzarea lor; ramură a economiei în cadrul căreia se desfășoară circulația mărfurilor. Activitate economică de valorificare a mărfurilor prin procesul de vânzare-cumpărare; negoț. Ramură a economiei naționale în care se realizează circulația mărfurilor*”.

În sens economic, definim comerțul ca fiind acea activitate având ca scop schimbul voluntar de bunuri și/sau servicii, prin acestea realizându-se circulația de la producător la consumator. Realitate a vieții economico-sociale, comerțul concretizează astfel, în conținutul său, un ansamblu de reguli care exprimă, într-o manieră juridico-economică- circulația bunurilor de la consumator la producător. Comerțul reprezintă astfel o

activitate care, prin specificul ei de practică repetată încă de la apariția umanității, a dobândit și trăsăturile unei profesii.

Funcția principală a comerțului constă în a procura consumatorului bunurile de care acesta are nevoie astfel încât comerțul, prin activitatea sa, prin locul pe care-l deține în circuitul economic al bunurilor, face legătura dintre producție și consum.

Activitatea de comerț, pe măsura dezvoltării societății a suferit profunde modificări, transformându-se dintr-o simplă activitate de intermediere într-o activitate creatoare de utilități. Complexitatea noțiunii de utilitate definește importanța activității comerciale, concretizată prin locul și rolul acesteia.

Evoluția umanității și a structurii politico-sociale, a adăugat noi accepțiuni noțiunii de comerț. Astfel, apariția statelor naționale a creat nevoia definirii relațiilor de schimb comercial dintre acestea. Originea istorică a statelor națiune este disputată și în prezent, naționaliștii considerând că națiunea, ca concept, a existat înaintea statului, și a determinat apariția acestuia din nevoia legitimă de suveranitate, iar termenul de stat națiune era cel care venea să satisfacă această nevoie. Unele teorii naționaliste moderne consideră că în sens larg, identitatea națională este un produs al politicii guvernamentale creat pentru a unifica și moderniza un stat deja existent. Majoritatea teoriilor consideră însă statul național ca un produs european al secolului al XIX-lea, a cărei apariție a fost facilitată de evoluția literaturii de masă și de apariția mass-mediei timpurii.

Ca urmare a apariției termenului de națiune, a rezultat și termenul de internațional, care derivă din asocierea cuvintelor inter și național, adică între națiuni.

Acest cuvânt asociat și activității de comerț, definește ansamblul schimburilor comerciale efectuate de statele națiune, adică toate actele de comerț exterioare statelor suverane. Ca urmare, a apărut și termenul de *comerț exterior* (ce avea la începuturile istoriei umanității accepțiunea de comerț la distanță și era asociat schimburilor comerciale ale unei colectivități umane cu alta), iar în prezent, operăm cu noțiunea de comerț exterior numai când facem referire la schimburile comerciale externe ale unei singure țări sau ale unei zone economice de tipul celor de liber-schimb sau ale unei uniuni vamale. Conceptul de comerț internațional conviețuiește astfel împreună cu cel de comerț exterior. La rândul său, comerțul exterior poate fi de tip bilateral, atunci când se referă la schimburile comerciale ale unui stat cu alt stat, sau multilateral, când se referă la schimburile unuia sau mai multor state cu un alt stat sau cu mai multe state diferite.

Definim *comerțul internațional* ca fiind schimburile de bunuri și/sau servicii care presupun trecerea granițelor vamale a cel puțin două state, operațiuni ce stau la baza existenței interdependențelor economice dintre statele lumii. Condiția de bază pentru ca o astfel de operațiune să fie înregistrată ca act de comerț internațional este ca agenții participanți să provină din state diferite, astfel încât operațiunea economică desfășurată

de ei să genereze cele două fluxuri ce alcătuiesc comerțul internațional - exportul și importul.

Pe de altă parte, există și conceptele de *comerț mondial sau comerț global*, utilizate pentru a reflecta ansamblul operațiunilor de comerț internațional care se desfășoară în plan mondial, statele raportându-și în permanență rezultatele comerțului lor exterior la indicatorii comerțului mondial.

*Componentele comerțului exterior* ale unui stat sunt exporturile, importurile și reexporturile. Exporturile reprezintă în prezent toate bunurile și serviciile care părăsesc teritoriul vamal al unui stat ca urmare a unui act de comerț, pe când importurile reprezintă bunurile și serviciile care intră pe teritoriul vamal al statului respectiv, tot ca urmare a unui act de comerț.

Pentru a înțelege caracterul universal, practic atotcuprinzător, al comerțului internațional este suficient să analizăm cele patru categorii de elemente care sunt comercializate pe plan internațional sau care tranzitează granițele în scopul comercializării. Aceste categorii sunt:

- *Mărfurile*: Această categorie include toate tipurile de bunuri tangibile cum ar fi cele alimentare, îmbrăcămintea, materiile prime, combustibilii, mașinile și echipamentele;
- *Serviciile*: Acestea includ activități precum turismul, operațiunile bancare, prelucrarea datelor la distanță sau telecomunicațiile;
- *Proprietatea intelectuală*: Această categorie are în vedere comerțul și investițiile în domeniile ideilor și creativității, folosind noțiuni precum drepturile de autor (copyright), desene industriale, drepturi ale artiștilor, etc.
- *Investițiile străine directe*: Această categorie de investiții se realizează atunci când o firmă dintr-o țară înființează sau cumpără o firmă dintr-o altă țară. Acest tip de operațiuni economice reprezintă o alternativă tot mai importantă la comerțul internațional clasic bazat pe export și import și constituie cea mai concretă formă de manifestare a globalizării. Ca dovadă, este suficient să avem în vedere că în prezent vânzările în străinătate ale filialelor societăților transnaționale (care constituie investiții străine directe) reprezintă mai mult decât dublul exporturilor mondiale. Trebuie precizat însă că această categorie de investiții nu include și investițiile de portofoliu în care posesorul banilor nu are o participare directă la conducerea firmei la care posedă acțiuni.

Regulile comerciale aplicabile pentru desfășurarea tranzacțiilor, precum și competitivitatea țărilor care se află în postura de vânzător sau cumpărător, de furnizor sau receptor de capital diferă de la o categorie de bunuri la alta. Tocmai existența acestor diferențe face necesară elaborarea de politici comerciale, precum și desfășurarea de negocieri bi sau multilaterale pentru identificarea acelor formule rezonabile și reciproc avantajoase pentru toate părțile implicate. În prezent, comerțul, alături de alte activități, a devenit cu adevărat global. Aceasta înseamnă că din ce în ce mai multe țări, cu diferite niveluri de dezvoltare se implică în relații



economice mondiale. Acest fapt modifică trăsăturile comerțului mondial și influențează un număr din ce în ce mai mare de oameni. Fenomenul globalizării nu a fost decis de o țară sau alta, ci este o consecință a progreselor tehnologice, mai ales în domeniile comunicațiilor și transporturilor, care au condus la o reducere semnificativă a costurilor, precum și datorită eliminării masive a obstacolelor din calea comerțului internațional în deceniile ce au urmat celui de-al doilea război mondial. Globalizarea determină creșterea nivelului și dinamicii fluxurilor comerciale, de capital, informaționale, precum și a gradului de mobilitate al indivizilor.

În prezent, în condițiile revoluției tehnico-științifice și informaționale, încheierea, reglementarea sau realizarea în aceeași țară a tuturor bunurilor și serviciilor necesare traiului cotidian este tehnic imposibilă și economic, după cum s-a dovedit, nerentabilă. Este rațiunea pentru care statele lumii s-au văzut determinate obiectiv să participe la circuitul mondial de valori materiale și spirituale. Această participare nu este haotică, ea având la bază principii economice, și concomitent, fiind direcționată, reglementată de anumite reguli juridice, de anumite norme de drept. Relațiile care se stabilesc în acest proces de schimb mondial de valori materiale și spirituale, prezintă două componente: comerț mondial cu bunuri și servicii și activitatea de cooperare economică și tehnico-științifică internațională. Aceste componente se reunesc într-un concept mai larg, acela al comerțului internațional, care astfel, nu înseamnă numai comercializare, după cum nici comerțul intern nu se reduce numai la comercializare. În această sferă a comerțului mondial, în sensul cel mai cuprinzător, se stabilesc relații între state suverane și egale în drepturi, între state pe de o parte, și comercianți (persoane fizice sau juridice) din alte state, pe de altă parte sau, în sfârșit, între comercianți (persoane fizice sau juridice) din diferitele state.

## Capitolul II

### Teoriile comerțului internațional

Diversitatea de situații și interese ale operatorilor economici și ale țărilor lumii pe terenul comerțului internațional explică diversificarea teoriilor despre aceste procese, iar progresele realizate în alte domenii ale cunoașterii (filozofie, sociologie, psihologie, biologie, matematică etc.), precum și marile controverse din domeniul metodologiei (epistemologiei) contribuie de asemenea, la explicarea și înțelegerea mai ușoară a controverselor teoretice și practice din domeniul economiei, în general, al relațiilor economice internaționale, în special.

Literatura economică referitoare la comerțul internațional este imensă și deci imposibil de cuprins într-un material restrâns ca cel de față. Scopul în acest caz este mult mai modest, și anume, desprinderea tendințelor majore și concentrarea asupra câtorva teorii și gânditori care să permită înțelegerea acestor tendințe.

#### *Mercantilismul*

Mercantilismul este o teorie economică, considerată a fi o formă de naționalism economic, care susține că prosperitatea unei națiuni depinde de „aprovizionarea cu capital”, și că volumul global al comerțului internațional este „de neschimbat”. Activele economice (sau de capital) sunt reprezentate de lingouri (aur, argint, valoarea tranzacțiilor de comerț) deținute de stat, care reprezintă un sold pozitiv, dintre schimburilor comerciale cu alte națiuni (exporturi minus importuri). Termenul de mercantilism derivă din cuvintele italienești: *mercato* care înseamnă „piață”, *mercante* care înseamnă negustor și *mercantile* cuvânt legat de câștigul bănesc.

Teoria presupune că bogăția propriu-zisă și activele monetare sunt identice. Mercantilismul sugerează că guvernele ar trebui să hotărească în avans aceste obiective, prin asumarea unui rol protecționist în economie, prin încurajarea exporturilor și descurajarea importurilor, în special prin utilizarea unor subvenții. Această teorie a dominat politicile economice din Europa de Vest din secolul XVI până către sfârșitul secolului XVIII.<sup>1</sup>

Potrivit mai multor autori, ale căror accepțiuni care vizează mercantilismul converg, mercantilismul poate fi structurat în două etape importante, astfel:

- Mercantilismul timpuriu sau sistemul monetar;

---

<sup>1</sup> Cei mai de seamă reprezentanți ai mercantilismului au fost: Thomas Mun și William Stafford în Anglia, Giovanni Botero, Antonio Serra, Gaspard Scaruffi și Antonio Beccaria în Italia, Jean Bodin, Antoine de Montchretien și Jean Baptiste Colbert în Franța, Ortiz și Damian de Olivares în Spania și Portugalia, Petru cel Mare și I. T. Pososkov în Rusia și Dimitrie Cantemir în România.