

COMERȚUL – FORMĂ A SCHIMBULUI ȘI RAMURĂ A ECONOMIEI NAȚIONALE**Natalia CĂRBUNE***Universitatea de Studii Politice și Economice Europene*

In theory and practice economy the commerce has a double acceptance: characteristics of economic category and the branch of national economy, it refers to the specialized activity, professional for exchanging of some economic agencies, individuals and officials.

Etymologically, the term of commerce is taken from Latin, from the word “commercium”, as the meaning of exchange of the (commercium annonae = commerce of serializes), or with somebody (commereium civis - relations with citezens).

Actualitatea temei. Schimbul reprezintă înstrăinarea rezultatelor propriei activități, pentru a primi, în contraprestație, alte bunuri și servicii. El constituie principala formă de însușire a bunurilor de către participanții la viața economică, pentru satisfacerea nevoilor de producție și de trai, în condițiile în care fiecare producător se specializează în producerea anumitor bunuri și apelează la schimb pentru obținerea celorlalte. Istoria societății cunoaște și alte forme de obținere a bunurilor, cum sunt autoconsumul (consumul din producția proprie, specific economiei naturale), suplicația (donația umanitară, iar în epoca modernă – ajutorul dat de unele țări bogate, prin fonduri special constituite, unor țări sau comunități nevoiașe) și forța, pe anumite trepte ale dezvoltării societății, prin prădăciunile făcute de triburile de războinici sau birurile impuse de state imperiale țărilor învinse. Schimbul reprezintă însă o relație care se înscrie în ciclul economic normal de producere și consumare a bunurilor.

Schimbul și formele sale de înfăptuire au caracter istoric, evoluția lor fiind dată de dezvoltarea producției, de amplificarea nevoilor oamenilor și de progresele în organizarea economiei.

În condițiile economiei naturale, când se schimbau surplusurile de bunuri ale comunităților de păstori și agricultori, forma de schimb a constituit-o schimbul direct (trocul), în care o cantitate dintr-o marfă A se schimba pe o anumită cantitate dintr-o marfă B. Cu timpul, lărgirea și permanentizarea schimbului au dus la apariția banilor, a unei mărfi (la început un bun, apoi metalele prețioase), care a devenit etalon general, putând fi schimbată pe orice altă marfă.

Dezvoltarea meseriilor și a agriculturii și adâncirea diviziunii sociale a muncii au determinat apariția producției de mărfuri, adică a producției destinate de la început schimbului și, prin schimb, satisfacerii nevoilor de trai ale producătorilor.

Producția de mărfuri a generat schimbul de mărfuri, schimbul prin intermediul banilor (marfă-bani-marfă), funcția de bani fiind îndeplinită de moneda metalică din aur sau argint. Scopul schimbului îl constituie obținerea unei noi valori de întrebuințare, banii fiind un mijlocitor al acestui scop.

În procesul schimbului de mărfuri, prin intervenția banilor, apar două acte distincte: vânzarea, adică schimbarea de către producător a valorii mărfii sale pe bani, și cumpărarea, adică schimbarea banilor obținuți pe o altă marfă.

Aceste două procese pot avea loc în perioade și locuri diferite, banii metalici având calitatea de a putea fi tezaurizați și folosiți atunci când deținătorul lor are nevoie de ei, fapt care a dus la expansiunea schimbului.

Ansamblul actelor de schimb, privite în interconținerea lor, formează circulația mărfurilor, concept care desemnează forma economică prin care se înfăptuiește trecerea bunurilor de la producție la consum.

Într-o economie evoluată, circulația mărfurilor cunoaște două stadii: a) circulația cu ridicata (en gros) și b) circulația cu amănuntul (en detail).

a) Circulația cu ridicata cuprinde actele de vânzare-cumpărare de mărfuri, în partide mari, efectuate între întreprinderi cu scopul prelucrării sau revinderii lor.

b) Circulația cu amănuntul cuprinde actele de vânzare-cumpărare de mărfuri, în partide mici, efectuate între producători sau comercianți și consumatorii individuali, pentru satisfacerea nevoilor curente ale acestora.

Amplificarea circulației mărfurilor, dificultatea crescândă în a găsi de către fiecare producător parteneri de schimb, a dus – istoric – la apariția comerțului și a unei categorii profesionalizate pentru exercitarea lui – negustorii.

Comerțul cuprinde, în sensul de relație economică, actele de cumpărare și revânzare de mărfuri, cu scopul obținerii unui profit.

Prin natura lor, aceste acte aparțin schimbului și circulației mărfurilor, prin înfăptuirea lor mărfurile trecând de la un producător la altul sau de la producător la consumator. Specificitatea lor, față de schimbul de mărfuri înfăptuit direct de producători, este nota de intermediere a schimbului pe care ele o realizează și profitul, ca scop final al activității desfășurate de negustori. Actele de schimb din cadrul comerțului sunt relații bani-marfă-bani plus profitul, înfăptuirea unor relații bani-marfă-bani, deci fără acest surplus de valoare neavând sens.

Intervenția comerțului ușurează schimbul dintre producători și consumatori, negustorii fiind o categorie profesională (specializată în asemenea acte) reușind să reducă durata actelor de schimb dacă acestea ar fi înfăptuite de producători.

Corespunzător celor două stadii ale circulației mărfurilor, se disting două forme de comerț: a) cu ridicata (de gros sau en gros) și b) cu amănuntul (de detail sau en detail).

Comerțul cu ridicata cuprinde cumpărarea și revânzarea mărfurilor în partide mari, efectuate de comercianți specializați în asemenea operațiuni, către întreprinderi de producție (pentru consumul intermediar) sau către comercianți detașiști.

Comerțul cu amănuntul cuprinde cumpărarea de mărfuri în partide mari și revânzarea lor în partide mici, efectuată de comercianți detașiști către consumatorii individuali.

Schimbul și categoriile care îl însoțesc se înfăptuiesc pe o zonă teritorială și într-un cadru organizatoric desemnând categoria de piață. Piața reprezintă ansamblul relațiilor de schimb privite în unitate organică cu spațiul în care se desășoară, cu mijloacele de informare reciprocă a partenerilor și cu formele organizatorice de exercitare a schimbului.

Comerțul reprezintă o componentă a pieței, prin natura relațiilor pe care el le presupune și prin celelalte atribute care definesc piața.

Schimbul și, implicit, comerțul și-au îmbogățit conținutul și formele de exercitare în evoluția lor istorică, deși esența a rămas neschimbată, ca urmare a amplificării vieții economice și a formelor organizatorice de funcționare a ei.

Formele de schimb devin tot mai complexe sub aspectul obiectului, participanților la înfăptuirea lor și formelor de desfășurare, realizându-se în cea mai mare parte pentru obținerea profitului. Aceste acte sunt denumite generic acte comerciale sau acte de comerț.

Metodologia de cercetare. Sensul de comercial este dat de profit, ca mobil al lor, și nu de prezența comerciantului pentru intermedierea lor, ele putând fi efectuate și de producători. Ceea ce deosebește însă un act de schimb de mărfuri (marfă-bani-marfă) de un act comercial (bani-marfă-bani plus profit) este faptul că primul este orientat spre obținerea unor valori de întrebuințare diferite pentru participanții la schimb, banii fiind un mijlocitor al acestui proces, în timp ce în actul comercial scopul îl reprezintă valorificarea banilor, marfa fiind în acest caz mijlocitor pentru scopul urmărit.

Modul în care se exteriorizează actele comerciale în economie este foarte variat, toate având drept caracteristică existența unui bun sau serviciu drept mijlocitor. Astfel, sunt acte comerciale:

✓ Cumpărarea de produse pentru a fi prelucrate și revândute cu un profit. În procesul de producție, capitalul bănesc (B) se transformă în factori de producție (Fp), care prin valorificare (P) duc la obținerea de bunuri cu valoare mai mare (M'), conținând profitul (B') însușit de producător prin vânzarea mărfurilor pe piață.

Mișcarea capitalului industrial este în ansamblul său un act comercial:

$$\begin{array}{ccc} B - Fp \dots P \dots M' - B' \\ \boxed{\quad} \quad \boxed{\quad} \quad \boxed{\quad} \\ \text{Bani} \quad \text{Marfă} \quad \text{Bani plus} \\ \quad \quad \quad \text{profit} \end{array}$$

✓ Cumpărarea de mărfuri de la furnizori pentru a fi revândute consumatorilor pentru prelucrare sau pentru consumul final. Aceste acte sunt intermediare de comercianți;

✓ Prestarea de servicii de către unități specializate, serviciul fiind produsul intermediar în mișcarea banilor pentru obținerea profitului;

✓ Operațiunile de bancă, cum sunt scontarea cambiilor, vânzarea valutei, operațiuni de cont curent etc., serviciile bancare fiind produsul intermediar ce încorporează capitalul bancar în mișcarea lui;

✓ Cumpărarea spre revânzare sau fructificare, de către persoane fizice sau juridice, de obligațiuni și acțiuni, dobânda, dividendul sau comisionul obținut fiind surplusul adus de mișcarea banilor ș.a.

Comerțul este asociat, prin natura actelor sale economice, conceptului de distribuție a mărfurilor, definită ca ansamblul operațiunilor economice și tehnice care asigură trecerea bunurilor din sfera producției în cea a consumului. Ea cuprinde operațiunile de livrare de către producători a mărfurilor, transportul, stocarea, vânzarea cu ridicata și cu amănuntul de către comerciant a acestora, serviciile prestate comerțului de diferiți furnizori etc.

Operațiuni de distribuție a mărfurilor au însoțit actele de schimb în toate formele de organizare a economiei în care schimbul a reprezentat mijlocul principal de realizare a legăturii dintre producție și consum. O dată cu crearea economiilor naționale însă, aceste operațiuni au devenit activități de sine stătătoare, înfăptuite de agenți economici specializați și cu mijloace oferite de tehnica modernă.

Comerțul se înscrie în distribuția mărfurilor, atât prin actele sale de cumpărare și revânzare a mărfurilor, efectuate pentru intermedierea schimbului dintre producători și consumatori, cât și prin operațiunile tehnico-economice pe care le efectuează în deplasarea fizică a mărfurilor.

Un alt concept nou, cu semnificație largă în cunoașterea științifică și în formularea măsurilor de politică economică, în special la nivel macroeconomic, este acela de flux, în care fenomenele și procesele din economia națională sunt agregate și privite în mișcarea lor. Conceptul evidențiază, în primul rând, conținutul conturilor naționale: produsul global brut, produsul intern brut, venitul național, cheltuielile naționale etc., care, prin agregarea rezultatelor agenților economici, dau o sinteză a structurii și mișcării economiei naționale.

Economia națională se constituie astfel din două mari fluxuri economice: unul real (material), format din masa bunurilor și serviciilor care se produc și trec prin schimb în consum, și altul valoric, monetar, care evaluează aceste bunuri și asigură prin actele de schimb resorbția lor. Cele două fluxuri trebuie să fie în echilibru, acesta asigurându-se printr-un nivel al prețurilor.

Actele de comerț ale agenților economici și, prin agregarea lor, comerțul ca ramură a economiei naționale reprezintă mijlocul prin care se desfășoară schimbul veniturilor pe bunuri și deci realizarea echilibrului dintre cele două fluxuri.

La nivel microeconomic, al agenților economici, fluxurile de vânzări caracterizează dinamismul pieței și gradul de corelare a ofertei cu cererea și, în egală măsură, reflectă modul de utilizare a factorilor de producție, a resurselor economice ale fiecărei unități.

Cea de a doua accepție a comerțului este aceea de ramură a economiei naționale, adică un ansamblu de activități omogene, delimitate pe baza diviziunii sociale a muncii și desfășurate de agenți economici specializați în asemenea operațiuni.

Ramura comerțului cuprinde activitatea agenților economici – persoane fizice sau juridice – specializați în operațiuni de intermediere a schimbului dintre producători și consumatori. Aceștia formează categoria profesională a comercianților, iar accepția comerțului de ramură a economiei naționale privește activitatea practică a acestora.

Teoria economică operează cu conceptul de ramură, fie sintetizând prin agregare activitatea tuturor agenților economici din acest domeniu, fie substituind-o printr-un agent unic cu care operează raționamentul.

Forma organizatorică în care acționează agenții economici din sfera comerțului (ca de altfel în toate celelalte sectoare) este întreprinderea. Ea apare prin reunirea de către întreprinzător a factorilor de producție în vederea desfășurării unei activități economice (în cazul comerțului – de cumpărare și revânzare a mărfurilor).

După raportul care se creează între factorii de producție și întreprinzător, se delimitează două categorii de întreprinderi comerciale: a) întreprinderea sau firma individuală și b) societatea comercială.

a) *Întreprinderea sau firma individuală* (familială) se caracterizează prin aceea că întreprinzătorul (comerciantul), care reunește factorii de producție (munca și capitalul), este și proprietarul acestora. Acest tip de întreprindere desemnează, în genere, micul comerț, exercitat de o persoană sau familie. Ceea ce deosebește întreprinderea de familie, ca agenți economici, este faptul că întreprinderea are ca scop obținerea profitului, baza activității constituind-o capitalul, în timp ce familia are ca mobil economic consumul, baza asigurării lui constituind-o venitul obținut din prestarea muncii.

b) *Societatea comercială* are ca bază capitalul, constituit prin aportul în bani sau în natură al unui grup de persoane, devenit întreprinzător, sau prin cumpărarea de către diverse persoane, fizice sau juridice, de acțiuni vândute de societate ca întreprinzător.

Societățile comerciale, denumite societăți pentru vânzarea cu ridicata sau cu amănuntul a mărfurilor, sunt de patru tipuri: 1) private; 2) publice; 3) mixte și 4) cooperatiste.

1) *Societățile private* sunt cele mai numeroase în comerț, deoarece această activitate găsește în proprietatea privată condițiile afirmării depline a spiritului întreprinzător și a raționalității în comportamentul agenților economici. Cercetarea continuă a pieței, asigurarea concordanței permanente a ofertei cu cererea de mărfuri, grija pentru formarea și menținerea clientelei, gestionarea judicioasă a valorilor materiale și altele sunt legate direct de interesul pentru câștig al întreprinzătorilor. Totodată, riscul care însoțește activitatea comercială, afectând direct profitul, este mult mai bine prevenit de investitorul privat. Toți acești factori imprimă exigențe față de calitățile pe care trebuie să le aibă un comerciant. În același timp, rotația mai rapidă a capitalului comercial, față de alte forme de existență a capitalului (industrial, agrar, bancar), precum și posibilitatea folosirii lui la orice scară a activității economice, determină atracția spre comerț a multor întreprinzători, care, dispunând de capitaluri mici, speră să le valorifice profitabil într-un timp scurt. Sinteza dintre exigențele profesiei și avantajele activității au dus la apariția, în perioada ultimilor ani, a unui număr mare de societăți comerciale.

După modul de constituire a capitalului social și răspunderea asociaților, societățile private sunt: a) în nume colectiv; b) în comandită simplă și pe acțiuni; c) pe acțiuni; d) cu răspundere limitată.

Cele mai multe societăți comerciale sunt societăți pe acțiuni și societăți cu răspundere limitată. Un mare număr de societăți pe acțiuni au apărut prin restructurarea întreprinderilor comerciale cu amănuntul sau cu ridicata de stat, în baza legii.

2) *Societățile publice* sunt organizate de autoritatea publică (stat, județ, comună), cu scopul, în principal, de satisfacere a interesului general al populației și, în secundar, de obținere a profitului. Ele sunt administrate în sistem de regii autonome, capitalul aparținând autorității publice care le organizează.

Regiile autonome funcționează în domeniile de importanță națională (exploatarea minieră, producția de energie, transporturi, agricultură, apărarea națională etc.).

În cea mai mare măsură, actele de comerț în aceste sectoare se referă la bunuri intermediare, ele înfăptuindu-se direct între producători și utilizatori. Comerțul, ca intermediar, este prezent în situațiile în care numărul participanților la aceste acte este mare, iar efectuarea schimbului impune formarea sortimentului de către intermediari (de exemplu, valorificarea plantelor medicinale prin regia autonomă).

Societățile publice atestă prezența în economia de piață a statului, ca factor al ordinii sociale și ca agent economic pentru înlăturarea unor disfuncționalități ale economiei (recesiune, șomaj, inflație). În principiu, prezența statului ca agent economic în activitatea de comerț este mult restrânsă, din cel puțin două motive:

- în primul rând, comerțul are particularitatea de a se putea exercita la orice mărime a capitalului social, fiind accesibil unui număr mare de întreprinzători. Prin rotația relativ rapidă a capitalului, firmele își pot asigura, pe seama profitului, resursele financiare necesare dezvoltării, fără intervenția statului în efortul investițional;

- în al doilea rând, activitatea de comerț presupune o mare mobilitate organizatorică în a se adapta la cerințele foarte variate și schimbătoare ale pieței, asigurată mult mai bine de inițiativa particulară.

Sectorul public deține încă în comerțul nostru un loc însemnat, prin acțiunile societăților comerciale cu capital majoritar de stat (provenite din fostele întreprinderi comerciale de stat). El se restrânge însă pe măsura privatizării societăților comerciale. Până la formarea marelui capital privat, capabil de un efort investițional corespunzător cu cerințele dezvoltării și modernizării comerțului, capitalul public constituie una dintre formele de implicare a statului, ca agent economic, în comerț. Astfel, ca proprietate publică s-ar putea constitui rețele de depozite, mari magazine, hoteluri, silozuri etc., care să fie închiriate sau să ofere servicii întreprinzătorilor care nu dispun de o bază tehnico-materială adecvată.

3) *Societățile mixte* asociază capitalul privat, intern sau extern, cu capitalul public, intern sau extern, în variante care pot rezulta din combinarea acestora în interiorul sau exteriorul țării.

Societățile comerciale de acest tip sunt prezente în special în comerțul internațional, unde tendința de mondializare a pieței și gradul diferit de dezvoltare a țărilor creează condiții pentru implicarea statului în economie, schimbul fiind cu precădere un domeniu benefic pentru ambele părți.

4) *Societățile cooperatiste* se organizează prin asocierea unor persoane fizice sau agenți economici, cu scopul de a-și satisface nevoi comune.

Domeniile de cooperare a persoanelor fizice sunt variate: aprovizionarea cu mărfuri direct de la producători și deci cu prețuri mai mici decât cele oferite de comercianți, producția agricolă și meșteșugărească, desfacerea produselor agricole, construcțiile de locuințe și altele. Baza materială a asocierii o constituie capitalul social al cooperativei, constituit din părțile sociale subscrise la înființarea acesteia, precum și alocarea unor

părți din profitul anual pentru dezvoltare. Deși scopul cooperării îl reprezintă întraajutorarea pentru satisfacerea nevoilor de trai sau de producție, profitul este un factor stimulator al cooperării. Sporirea randamentului muncii prin cooperare, reducerea costurilor de producție și de circulație duc la creșterea profitului, parte din el revenind și membrilor cooperatori, în funcție de părțile sociale subscrise. Alături de participarea la profit, cooperativele realizează pentru membrii săi diverse acțiuni cu caracter social.

Cooperarea în domeniul schimbului se extinde și la persoane juridice, la agenți economici din domeniul comerțului cu amănuntul. În țările dezvoltate economic, micii comercianți independenți, în fața concurenței cu marile unități comerciale, se asociază în "cooperative ale comercianților cu amănuntul" sau în "grupări de cumpărare ale comercianților cu amănuntul".

Ca structuri organizaționale, ele au capital integrat, din participarea membrilor grupului, și exercită atât funcții de aprovizionare cu ridicata, cât și numeroase acțiuni de sprijinire a membrilor grupului. Ca și în cazul cooperării persoanelor fizice, fiecare detailist își păstrează independența, putându-se retrage din structurile grupului sau poate desfășura paralel și acțiuni proprii independente. Motivația cooperării constă în a obține avantajele pe care le poate asigura grupul în raport cu fiecare detailist, în relațiile cu furnizorii, în dezvoltarea bazei tehnico-materiale și modernizarea activității comerciale.

Concluzii. Agenții economici din sfera comerțului realizează trei categorii de activități: a) de transformare a formei valorii mărfurilor din valoare-marfă în valoare-bani, b) activități legate de deplasarea fizică a mărfurilor de la producție la consum și c) organizarea și asigurarea serviciilor comerciale care însoțesc actul vânzării. Sinteza lor reprezintă contribuția comerțului la distribuția mărfurilor, contribuție din care rezultă și funcțiile sale în economie.

Prima categorie de activități constă dintr-un flux de acte de vânzare-cumpărare privind aprovizionarea cu mărfuri de la furnizori și desfacerea lor către beneficiari (alte întreprinderi sau consumatori individuali).

În aceste acte vânzarea este o operațiune mult mai dificilă decât cumpărarea, deoarece înstrăinarea mărfii presupune adaptarea producătorului la condițiile pieței. Prin vânzare, marfa trebuie recunoscută ca valoare de întrebuințare de cel căruia îi este destinată, de consumator. Aceasta se poate afla în alt loc decât cel în care se produce marfa sau își poate manifesta cererea în altă perioadă decât cea în care ea se produce. Un timp de așteptare prea mare pentru vânzare poate duce la deprecierea fizică a produselor, la mărirea cheltuielilor de păstrare, la schimbarea condițiilor pieței. Pentru cel care cumpără însă, banii întruchipează în mod ideal valoarea ei, putând fi oricând schimbați pe mărfuri sau păstrați pentru a se aștepta condiții mai bune ale pieței. În plus, pe o piață concurențială, unde oferta provine de la mai mulți producători, consumatorul manifestă exigențe care înseamnă pentru producător tot atâtea dificultăți în vânzarea produselor. De aceea, producătorii folosesc în relațiile comerciale în economia modernă forme de plată care avantajează pe cumpărător (creditul, avantajele la livrarea mărfurilor etc.).

A doua categorie de activități înfăptuite de comerț sunt legate de mișcarea fizică a mărfurilor, ele însoțind în cea mai mare parte actele de vânzare-cumpărare. În mică măsură, unele tranzacții, constând din revânzări în scop speculativ la bursele de mărfuri, se limitează la transmiterea titlului de proprietate fără o mișcare reală a mărfurilor. În aceste activități intră transportul mărfurilor, stocarea și formarea sortimentului comercial în unități, expunerea mărfurilor la locurile de vânzare, vânzarea mărfurilor către cumpărători, oferirea de servicii comerciale, care constituie o componentă a distribuției fizice a produselor.

Îmbogățirea ofertei, creșterea exigențelor consumatorilor, concurența dintre agenții economici au dus la apariția unor noi activități în sfera comerțului, definite prin serviciile comerciale. Ele sunt asociate actului vânzării și urmăresc ridicarea nivelului de deservire a consumatorului. Gama lor este foarte largă, fiind oferite înaintea, în timpul și după efectuarea vânzării și constau în informarea consumatorilor, ambianța interioară plăcută a unităților, facilitarea alegerii mărfurilor, transportul lor la domiciliul consumatorilor, garantarea funcționării lor etc.

Bibliografie:

1. Sută N. Comerț internațional și politici contemporane. Vol.I. - București: Eficent, 2000.
2. Popa I. Tranzacții comerciale internaționale. - București: Editura Economică, 1997.
3. Miron D. Comerț Internațional. - București: Editura ASE, 2003.

Prezentat la 20.02.2007