

**ANA-MARIA DINU**

**OVIDIU RUJAN**

# **TRANZACTII ECONOMICE INTERNATIONALE**



Copyright © 2011, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin  
**Editurii Pro Universitaria**

Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al  
**Editurii Pro Universitaria**

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**  
**RIJAN, OVIDIU-ADRIAN**

**Tranzacții economice internaționale / Ovidiu-Adrian**  
Rijan, Ana-Maria Dinu. - București : Pro Universitaria, 2012  
Bibliogr.  
ISBN 978-606-647-013-1

I. Dinu, Ana-Maria

339.5(075.8)

## **Cuvânt înainte**

Lucrarea de față este un manual universitar destinat studenților care doresc să dobândească cunoștințe de bază în sfera tranzacțiilor comerciale internaționale. Ea se înscrie în literatură pentru profesiunea specialistului de comerț exterior și se adresează în primul rând, studenților economiști, mai ales celor care studiază relații economice internaționale, dar este utilă și celor interesați în domeniul afacerilor internaționale (International business).

Structura manualului reflectă principalele componente ale activității practice de comerț exterior: modalități de realizare a tranzacțiilor economice internaționale, negocierea și contractarea internațională, riscurile în afacerile internaționale, măsuri de acoperire a riscului, instrumente și modalități de plată în schimburile internaționale, strategii în tranzacțiile economice internaționale și logistica acestora, un glosar de termeni economici și chestionare cu răspunsuri.

Lucrarea este finalizarea unei ample munci de documentare și redactare și se bazează în special pe abordările din manualele consacrate ale profesorilor de renume în domeniu: Ion Stoian, Alexandru Puiu, Ioan Popa.

Ne exprimăm gratitudinea față de conducerea Facultății de Relații Economice Internaționale pentru sprijinul permanent acordat.

Autorii

# I. DEFINIREA TRANZACȚIEI COMERCIALE INTERNAȚIONALE

## 1.1. Definirea tranzacției de comerț exterior

Potrivit dicționarului explicativ al limbii române, tranzacția este definită drept o **„înțelegere încheiată între două sau mai multe părți, pe bază de concesi reciprocă, asupra transmiterii unor drepturi sau asupra schimbului de mărfuri”**.

Mărfurile reprezintă utilități existente în posesia unui individ, dar necesare prezumtiv și altui individ. Raportul dintre aceste utilități a condus la apariția tranzacțiilor, a schimburilor. În practica vieții economice, în mod eronat, noțiunea de *“schimb”* este circumscrisă uneori activității definite drept *“circulația bunurilor”*. Într-o analiză riguros științifică, această noțiune ar trebui extinsă, de exemplu, chiar la relația dintre spectatorul din sală și artistul de pe scenă.

De asemenea, tranzacțiile mai pot fi definite ca **„obiect de studiu al științei economice, vizând transformarea unor capitaluri circulante în alte capitaluri circulante sau fixe”<sup>1</sup>**. Viața economică se materializează prin realizarea tranzacțiilor. Cercetarea, proiectarea, producția și toate celelalte activități economice funcționale (activitatea financiar-bancară, transporturile și expedițiile interne și internaționale, asigurările etc.) au drept scop final migrarea capitalurilor, cu obținerea de beneficii. Idealul oricărui producător este să încaseze contravaloarea bunurilor realizate, al cultivatorului să își valorifice recolta ș.a.

Un element deosebit de important, legat de conținutul economic al tranzacțiilor, este acela al vitezei de circulație a capitalului disponibil pentru tranzacții. Acesta nu trebuie confundată însă cu reproducția. Există o relație exponențială între nivelul producției și viteza de circulație a mărfurilor, iar ambele sunt determinate de viteza de circulație a capitalului.

Conform celor prezentate mai sus, **tranzacția comercială internațională (sau vânzarea internațională) poate fi definită ca totalitatea activităților economice care au ca scop realizarea de operațiuni comerciale internaționale privind circulația mărfurilor de la vânzător la cumpărător, în cadrul prevederilor convenite prin contractul de vânzare-cumpărare.**

---

<sup>1</sup> Voiculescu D., *Praxiologia afacerilor*, Editura Intact, București, 1996.

Preocuparea oamenilor de a-și procura cele necesare traiului întâmpină patru obstacole: inerția materiei care trebuie transformată, spațiul, timpul și complementaritatea necesităților. Acest ultim element reprezintă în fond baza întregii activități economice, făcând posibilă tranzacția, operație prin care se realizează schimbul de utilități. În fond, se caută ca, printr-un efort minim și în cel mai scurt timp posibil, să se obțină utilități maxime sau să se satisfacă maximum de necesități.

La nivel internațional, tranzacțiile au valențe superioare datorită numărului mare de posibilități și combinații. În tranzacțiile internaționale, diferențele dintre utilitatea mărfurilor și capacitatea lor de schimb sunt stabilite prin pârghii proprii economiei de piață, care nu țin suficient seama de psihologia economică. În cadrul acestor tranzacții, locul dominant este ocupat de comerț, care trebuie înțeles nu ca un act particular al unui individ sau al unei organizații, ci ca un act universal și permanent, cu caracter social.

În definirea tranzacțiilor ca obiect de studiu al științei economice, se cere examinată relația *proprietate – utilitate – necesitate*. Necesitățile oamenilor sunt la fel de variate ca și capacitățile lor. Un individ posedă anumite utilități, în timp ce altul, care posedă alte utilități, simte nevoia unora dintre utilitățile primului. Astfel, ei își schimbă o parte din utilitățile de care dispun, păstrându-și atât cât le este necesar.

Din punct de vedere social, la scara întregii societăți, orice produs are o utilitate căci în principiu el poate satisface o necesitate a omului, îi poate fi util. Din punct de vedere individual, utilitatea unui produs depinde de treapta pe care individul se situează pe scara lui Maslow. De exemplu, o bijuterie sau o operă de artă nu reprezintă necesități decât pentru cei care au ajuns pe treapta motivațiilor estetice. Dar indiferent dacă produsul are sau nu utilitate pentru un individ sau altul, el are o capacitate de schimb care este stabilită de piață, prin acțiunea legii cererii și ofertei. Așadar, utilitatea prezintă un caracter subiectiv – fiind în funcție de necesitățile individului – pe când capacitatea de schimb are un caracter obiectiv, putând fi diferită în timp și spațiu, dar în medie aceeași la anumit moment și într-un anumit loc. Această capacitate de schimb este rezultatul unor negocieri de vânzare-cumpărare, prin urmare este un produs al comerțului. Rezultă rolul determinat al schimbului de mărfuri – al comerțului - în reglementarea raportului în care mărfurile sunt schimbate între ele, cu alte cuvinte, în stabilirea capacității de schimb a acestora.

Capacitatea de schimb a produselor este determinată de utilitatea lor – care poate varia de la o zonă geografică la alta și de la o perioadă la alta – astfel, la scară planetară, nu este obligatoriu ca – oricând și oriunde – utilitatea și capacitatea de schimb să se afle într-un raport de proporționalitate directă. De aici a apărut și teoria conform căreia capacitatea de schimb a mărfii este determinată de așa-numitul “timp de muncă socialmente necesar” pentru producerea ei nu este validată de practica economiei de piață.

Se presupune că un pomicultor realizează o producție de mere care depășește cu mult necesitatea sa de consum. Surplusul îl oferă la schimb – dar ca el procedează alți zeci de pomicultori. Costurile lor de producție fiind diferite, la început tot diferite vor și prețurile lor de vânzare. Ulterior, în procesul de negociere, prin raportul cerere-ofertă se va stabili un preț de vânzare mediu de echilibru sub prețurile de cost ale tuturor producătorilor? De regulă, comerțul stagnează, obligă economia să își reducă producția până când raportul se reechilibrează. Stagnarea comerțului determină operații conexe, cum ar fi transportul în alte zone consumatoare, depozitarea etc., operații care în fond determină o creștere a capacității de schimb. Pentru menținerea prețului de vânzare se recurge uneori la măsuri care par iraționale, cum ar fi reducerea extracției de țigăi, aruncarea în mare a unor mari cantități de citrice sau arderea producției de cafea.

În concluzie, putem afirma că volumul schimbului de mărfuri este determinat nu atât de utilitatea, cât mai ales de capacitatea de schimb a acestora. Iar în valorificarea utilității produselor, prin crearea posibilității ca acestea să fie vândute pe piață, comerțul are o contribuție care în mod incorect a fost subestimată.

## **1.2. Modalități de realizare a tranzacțiilor economice internaționale**

Firmele exportatoare și importatoare pot apela la mai multe modalități de realizare a operațiunilor comerciale internaționale: în funcție de accesul pe piețele externe se practică operațiuni efectuate direct de către firma producătoare sau se apelează la o casă de comerț.

### **a) Exportul direct**

Este acea formă de operațiune de import/export în care producătorul încheie și execută contractul de vânzare internațională prin stabilirea unor relații

nemijlocite cu clientul extern. Această formă se caracterizează prin aceea că exportatorul (producătorul) dispune de o structură organizatorică bine organizată și este în măsură să controleze întregul proces de contractare și comercializare.

AVANTAJE	DEZAVANTAJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ oferă producătorului posibilitatea de a-și promova produsele, marca de fabrică;</li> <li>➤ producătorii mențin un contact direct cu piața externă;</li> <li>➤ oferă posibilitatea producătorilor să participe direct la însușirea profitului comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ riscurile inerente ale activității de comerț exterior se răsfrâng direct asupra rezultatelor firmei producătoare;</li> <li>➤ cheltuielile de comercializare sunt relativ ridicate;</li> <li>➤ este necesară constituirea unor servicii speciale profilate pe activități internaționale, și cu personal de specialitate, fapt ce implică noi costuri și riscuri în planul managementului firmei.</li> </ul>

**Tabelul nr. 1. Avantaje și dezavantaje în cazul operațiunii de export direct**

Exportul internațional direct presupune crearea unor structuri organizatorice proprii, dar și unele cu o anumită interdependență, atât în țară cât și în străinătate.

**Exportul prin structuri organizatorice proprii:** firma exportatoare încheie cu clientul extern contracte de vânzare internațională în nume și pe cont propriu și se ocupă de executarea acestora.

**Reprezentantul în străinătate:** este un angajat al firmei exportatoare care își desfășoară activitatea pe piața externă și este remunerat printr-un salariu fix, plus un comision în funcție de rezultate. Reprezentantul comercial acționează pentru:

- prospectarea continuă a pieței externe;
- informarea întreprinderii sale cu privire la: structura socială, politică și economică a țării de reședință, mecanismul pieței, activitatea concurenței;
- menținerea unui contact permanent cu partenerii;
- preocuparea pentru măsuri de îmbunătățire a strategiilor de comercializare.

**Biroul de reprezentare:** numit și **birou comercial**, reprezintă un compartiment operativ, implantat în străinătate, fără personalitate juridică.

Biroul comercial este creat pentru o ușoară urmărire a mărfurilor livrate la utilizatorul final iar punerea produselor în funcționare necesită asistență tehnică și service din partea producătorului-exportator.

Principalele funcții ale biroului comercial sunt:

- asigurarea unui contact permanent cu piața locală în vederea promovării vânzărilor;
- cunoașterea pieței de export, stabilirea primelor contacte cu potențialii clienți, prezentarea produselor firmei;
- acordarea de sprijin în vederea pregătirii și desfășurării negocierilor;
- urmărirea modului de derulare a contractelor încheiate;
- coordonarea activității de asistență tehnică și service post-vânzare;
- informarea privind situația pieței externe, nivelul prețurilor practicate, condițiile tehnice și comerciale oferite de concurență.

**Sucursala:** reprezintă un serviciu al firmei, fără personalitate juridică și fără capital social, cu sediul în altă țară. Activitatea ei este condusă de legea națională a societății-mamă, însă cu adaptările impuse de legea țării în care își desfășoară activitatea.

Sucursala are două funcții principale: **comercială și administrativă.**

AVANTAJE	DEZAVANTAJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ asigură informarea continuă cu privire la situația pieței de desfacere;</li> <li>➤ efectuează operațiuni de prospectare;</li> <li>➤ urmărește derularea contractelor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ necesită o investiție importantă;</li> <li>➤ riscurile financiare sunt în sarcina societății-mamă.</li> </ul>

**Tabelul nr. 2. Avantaje și dezavantaje operațiunii exportului direct prin sucursale**

**Filiala:** este o societate constituită în străinătate, care spre deosebire de sucursală dispune de personalitate juridică și de capital social, dar este controlată de către societatea-mamă.

Trăsături caracteristice ale filialelor:

- structura organizatorică și conducerea activității sunt determinate de condițiile mediului economic și regimului juridic al țării gazdă;
- filiala se integrează în mecanismul economic al țării de rezidență;
- imaginea favorabilă și prestigiul comercial al filialelor sunt determinate pentru stabilirea unor relații durabile cu piața respectivă.

AVANTAJE	DEZAVANTAJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ informații permanente despre piața externă;</li> <li>➤ adaptarea produsului la condițiile cererii;</li> <li>➤ îmbunătățirea serviciilor către clienți;</li> <li>➤ reducerea costurilor cu logistica;</li> <li>➤ posibilitatea facturării în moneda țării societății-mamă;</li> <li>➤ acces la multiple surse de finanțare.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ investiție mare;</li> <li>➤ control financiar dificil;</li> <li>➤ dependența de dreptul local;</li> <li>➤ risc ridicat în cazul unor țări de implantare.</li> </ul>

**Tabelul nr. 3. Avantaje și dezavantaje operațiunii exportului direct prin filiale**

### **b) Exportul indirect**

Exportul indirect presupune separarea funcției de comercializare de cea de producție în unități separate. Producătorul intern vinde marfa unei unități specializate – **casă de comerț** – care efectuează exportul în nume și pe cont propriu. În acest caz, producătorul nu își asumă riscurile și cheltuielile legate de comercializarea în străinătate a produselor sale, neavând o legătură directă cu piața externă. Casa de comerț urmărește obținerea de profit, din diferența între prețul de vânzare obținut pe piața externă și prețul de cumpărare achitat pentru bunurile respective în țară. Astfel, casa de comerț își asumă atât riscul de preț, cât și riscul valutar.

Exportul indirect reprezintă transferarea integrală a funcției de comercializare de la producător la casa de comerț. Întreaga activitate de prospectare a pieței, negociere, contractare și derulare se realizează de cel din urmă. Producătorul este complet separat de piața externă, nu are acces decât indirect la informațiile privind cererea de mărfuri, dar, în schimb, el este scutit de costurile și riscurile legate de marketingul internațional.

Exportul indirect se practică în cazul unor firme mici și mijlocii, care nu pot să-și constituie propriile structuri de comerț exterior. De asemenea, această modalitate de comerț este indicată dacă exportul reprezintă o cotă relativ mică în cifra de afaceri a firmei producătoare.

### 1.3. Contractul de vânzare internațională

O fugară privire spre începuturile comerțului dintre oameni care făceau parte din grupări etnografice diferite necesită amintirea faptului că primele schimburi de valori materiale s-au realizat în forma lor cea mai simplă, cunoscută, de regulă, sub denumirea de troc (înțelegându-se sub această denumire schimbul în natură). Pasul următor, hotărâtor, a fost făcut odată cu inventarea de către fenicieni a unui etalon intermediar de măsurare a valorilor – **moneda**, sub diversele ei forme.

Din momentul în care o anumită marfă era evaluată prin intermediul acestei mari invenții a genului comercial – moneda – s-a făcut un salt calitativ spectaculos, revoluționar, și anume s-a trecut de la schimbul în natură la vânzare-cumpărare.

Pe măsura separării producției de consum, a accentuării diviziunii muncii pe plan național și apoi pe plan internațional, comerțul sub forma vânzării-cumpărării s-a dezvoltat continuu, direct proporțional cu creșterea activităților productive specializate.

Vânzarea internațională, categorie economică fundamentală în comerțul internațional, are drept rol să faciliteze circulația mărfurilor între producători și consumatori din diferite țări, devenind veriga de legătură dintre producție și consum. Acest rol determină fundamental conținutul vânzării-cumpărării ca operațiune economică.

***Contractul de vânzare internațională de mărfuri (numit în literatură și contract de vânzare comercială internațională) este acordul de voință între doi parteneri, având sediile în țări diferite, prin care una dintre părți (exportatorul) se obligă să transfere asupra celeilalte părți (importatorul) proprietatea unui bun al său (marfa care face obiectul contractului), contra plății unui preț.***

Elemente definitorii ale contractului de vânzare internațională de mărfuri:

➤ stabilirea unui raport juridic prin acordul de voință a două persoane – vânzător și cumpărător – ceea ce conferă acestui tip de contract **caracterul consensual**;

➤ în baza raportului juridic încheiat vânzătorul se obligă să livreze obiectul contractului în cantitatea și calitatea stabilită și să îi transfere cumpărătorului dreptul de proprietate, cu toate prerogativele sale, fapt ce imprimă contractului **caracterul** său esențial: **translativ de proprietate**;