

**Conf. univ. dr.
Adela Ionescu**

**Asist. univ. drd.
Oana Mihaela Orheian**

TRANZACȚII COMERCIALE INTERNATIONALE



Copyright © 2013, **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

IONESCU, ADELA MARIANA

Tranzacții comerciale internaționale / Adela
Ionescu, Oana Mihaela Orheian. - București : Pro
Universitaria, 2013

Bibliogr.

ISBN 978-606-647-593-8

I. Orheian, Oana Mihaela

339.56.055(100)

INTRODUCERE

Disciplina *Tranzacții comerciale* tratează ansamblul problemelor teoretice, metodologice și practice ale ramurii economiei, în contextul pieței internaționale. Este înscrisă în planul de învățământ în cadrul disciplinelor cu caracter teoretico-aplicativ ca urmare a faptului că în prezent contractul de comerț internațional trebuie cunoscut de către studenți și caracteristicile și trăsăturile lui sunt foarte importante și trebuie înțelese de către studenți.

Pe baza studierii conținutului concret și al mecanismului pieței, cursul își propune generalizarea și teoretizarea activității practice, înțelegerea și cunoașterea tehnicilor de efectuare a plăților pe plan internațional, desprinderea tendințelor pe care le manifestă evoluția unei tranzacții comerciale.

Obiectivele cursului

Obiectivele principale ale manualului sunt: punerea bazelor pregătirii viitorilor specialiști în domeniul tranzacției comerciale; asigurarea suportului teoretic și metodologic pentru celelalte discipline care tratează diferite laturi ale unei activități comerciale; asigurarea unei largi informări bibliografice asupra modului în care se desfășoară tranzacțiile internaționale.

Competențe conferite

După parcurgerea acestui curs, studentul va fi în măsură:

- să identifice termeni, relații, procese, să perceapă relații și conexiuni în cadrul disciplinelor de studiu;
- să utilizeze corect termenii de specialitate din domeniul comerțului;
- să definească concepte ce apar la disciplina *Tranzacții comerciale*;
- să capete o capacitate de adaptare la noi situații apărute pe parcursul studierii disciplinei *Tranzacții comerciale*;
- să realizeze conexiuni între noțiuni specifice domeniului comerțului;
- să descrie stări, sisteme, procese, fenomene ce apar pe parcursul activității la disciplina *Tranzacții comerciale*;
- să transpună în practică cunoștințele dobândite în cadrul cursului;

- să adopte un comportament etic în fața partenerilor de afaceri, angajaților;
- să colaboreze cu specialiști din alte domenii.

Structura cursului

Cursul este compus din **5 capitole**:

Capitolul 1	NEGOCIEREA ȘI CONTRACTAREA INTERNAȚIONALĂ
Capitolul 2	TEHNICA PLĂȚILOR INTERNAȚIONALE
Capitolul 3	DERULAREA UNEI OPERAȚIUNI DE EXPORT/IMPORT
Capitolul 4	OPERAȚIUNI COMERCIALE COMBINATE
Capitolul 5	TEHNICI SPECIALE DE FINANȚARE

Capitolul 1

NEGOCIEREA ȘI CONTRACTAREA INTERNAȚIONALĂ

1.1. Prezentare generală

Operațiunile de comerț internațional sunt operațiunile de vânzare-cumpărare de produse derulate între agenții economici pe plan internațional, decontate în valută convertibilă sau în natură.

Principalul element în cadrul acestui tip de operațiuni este produsul prin care se înțelege tot ceea ce se poate oferi pe piață, fie că este vorba de bunuri industriale, bunuri de consum, servicii sau tehnologie.

Tranzacțiile sau operațiunile de comerț internațional se pot clasifica după mai multe criterii și anume¹:

a) Din punct de vedere **economic**:

- operațiuni comerciale (comerț cu bunuri și servicii),
- operațiuni financiare sau de capital (investiții directe),
- operațiuni monetare (fluxurile de pe piețele inter-bancare și valutare internaționale).

b) Din punct de vedere al **pieței**:

- în cadrul sistemului piețelor libere
- prin intermediul piețelor intra-firmă,

c) Din perspectivă **managerială** putem avea:

- extinderea activității prin procesul de internaționalizare al întreprinderilor (firmelor).
- exportul direct sau indirect,
- acțiunile de cooperare (licențiere, francizare, subproducție)
- crearea de societăți mixte, implantarea de sucursale sau de filiale pe calea investițiilor străine directe.

La derularea unei operațiuni de comerț internațional participă următoarele **categorii** de persoane juridice:

- ✓ agenți economici: întreprinderi, firme sau companii,
- ✓ băncile, care mijlocesc plățile internaționale,
- ✓ expeditorii și transportatorii internaționali,

¹ Popa, Ioan (coord.) *Tranzacții economice internaționale*, Ed. Economică, București, 1992.

- ✓ societățile de asigurare,
- ✓ administrațiile vamale și fiscale.

După **obiectul** contractului, principalele **modalități de realizare a operațiunilor de comerț internațional** sunt:

- **operațiuni de export direct**
- **operațiuni de export indirect.**

Operațiuni de export direct

Exportul direct este o operațiune comercială de vânzare de bunuri pe piețele externe, organizată și desfășurată de întreprinderile producătoare, în nume și pe cont propriu, prin stabilirea unor relații nemijlocite cu partenerii externi, riscul comercial fiind asumat exclusiv de exportatori.

Operațiunile în **contrapartidă** sunt operațiunile de export direct care asigură întreprinderii producătoare posibilitatea să fie în contact direct cu piețele externe.

Operațiunile de export direct se pot derula prin structurile interne întreprinderilor producătoare (compartimente de export) sau prin structuri externe create și controlate de exportatori (reprezentanți, birouri comerciale, sucursale, filiale). Exportul direct desfășurat prin structurile interne se realizează ca urmare a acțiunilor de promovare efectuate de exportator pe piețele externe sau a câștigării unor licitații internaționale. Reprezentanții în străinătate sunt persoane fizice angajate ale întreprinderilor producătoare.

Birourile comerciale sunt compartimente operative, fără personalitate juridică, create în străinătate de întreprinderile ce realizează operațiuni de export direct. Scopul este desfășurarea unor operațiuni premergătoare încheierii contractelor internaționale de vânzare-cumpărare (prospectarea pieței, culegerea de informații privind conjunctura pieței, promovarea produselor, pregătirea și desfășurarea negocierilor comerciale etc.); urmărirea la fața locului, a manierei în care se derulează contractele încheiate; coordonarea corespunzătoare a operațiunilor post contractuale (asistență tehnică, service post-vânzare).

Sucursalele sunt unități economico-financiare, fără personalitate juridică, amplasate de întreprinderile exportatoare în străinătate, în vederea desfacerii produselor lor pe piețele externe.

Filialele sunt societăți comerciale cu personalitate juridică, implantate în străinătate de întreprinderi producătoare și aflate sub controlul acestora din urmă, cu scopul producerii și/sau comercializării de bunuri în țara de implantare, potrivit strategiei de afaceri pusă în practică de întreprinderea mamă.

Operațiuni de export indirect

Exportul indirect presupune ca o întreprindere producătoare, pentru a-și desface produsele pe piețele externe, să recurgă la intermediari comerciali specializați sau la societăți de intermediere. Aceștia pot acționa în numele și în contul clienților, în nume propriu și în contul clienților sau în nume și cont propriu.

Intermediarii comerciali sunt persoane fizice sau juridice care acționează în nume propriu sau în numele clienților lor, însă întotdeauna în contul acestora din urmă, în vederea mijlocirii unei operațiuni comerciale interne sau internaționale, fiind rezidenți în țara exportatoare.

Din categoria intermediarilor comerciali fac parte: comisionarii, agenții reprezentanți, reprezentanții și brokerii.

Comisionarii - persoane fizice sau juridice ce desfășoară operațiuni de export în nume propriu, dar în contul exportatorilor din propria țară sau a importatorilor din străinătate și acționează pe bază de comision, condițiile vânzării sau cumpărării internaționale fiind negociate între comisionar și clienții săi.

Agenții reprezentanți sunt persoane juridice care desfășoară operațiuni de export în numele și în contul producătorilor.

Reprezentanții sunt persoane fizice, numite de exportatori pentru a-i reprezenta în străinătate, respectiv pentru a căuta agenți, distribuitori și depozitari pe anumite piețe și a urmări activitatea acestora, fără a participa la tratative comerciale și fără a încheia tranzacții. Ei nu se angajează în contracte de vânzare-cumpărare și nu oferă asistență financiară și de marketing producătorilor exportatori.

Brokerii (misiți, samsari, curtieri) - persoane fizice, care mijlocesc încheierea contractelor de export prin punerea în legătură a cumpărătorului cu vânzătorul, fără a intra în relații contractuale de durată cu nici unul din cei doi parteneri. Ei nu tranzacționează produse ci informații, pe care le oferă clienților lor, fiind specializați pe anumite produse sau grupe de produse.

Societățile de intermediere sunt persoane juridice care acționează în nume și pe cont propriu cumpărând mărfuri de pe piața internă sau externă, pe care le revând apoi pe piața lor națională sau pe piețele internaționale.

Scopul urmărit de aceste categorii intermediare este profitul realizat din arbitrajul de preț între piețele de aprovizionare și cele de desfacere, respectiv din diferențele de curs valutar ce apar.

Din categoria societăților de intermediere fac parte:

- casele comerciale,

- întreprinderile en gros,
- organizațiile cooperatiste.

Căsele comerciale sunt întreprinderi comerciale care achiziționează mărfuri de pe piața internă, în nume și cont propriu, pentru a le revinde în străinătate.

Întreprinderi en gros sunt întreprinderi comerciale care cumpără mărfuri, în nume și cont propriu, de la întreprinderile industriale din țară sau străinătate, pe care le desfac întreprinderilor cu amănuntul din propria țară sau din alte țări.

Organizațiile cooperatiste sunt o mixtură între exportul direct și exportul indirect. Există două categorii de organizații cooperatiste: piggy back și combinații de export (grupări de exportatori).

➤ *Piggy back* este o formă de comercializare indirectă desfășurată de producătorii mici și mijlocii prin rețeaua de distribuție a producătorilor din sectoare de activitate complementare.

➤ Combinații de export (grupări de exportatori)

- asociațiile cooperative ale producătorilor sau comercianților,
- cartelurile de export.

În ceea ce privește **Contractul** pe baza căreia se realizează o operațiune de export, acesta este un acord de voință care reprezintă forma finală a negocierilor între doi posibili parteneri după mai multe acțiuni prealabile de cercetare, prospectare, contactare și negociere.

Operațiuni precontractuale

Cercetarea pieței externe

Operațiunile precontractuale au la bază Acordurile Comerciale de lungă durată, precum și alte instrumente sau convenții care formează cadrul juridic al relațiilor economice externe și a cooperării economice internaționale².

Înainte de a se ajunge la cererea lor din străinătate, importatorii analizează cu beneficiarii interni unele priorități în legătură cu anumite materii prime sau instalații stabilite să intre în funcțiune. În special este important să se clarifice aspectele legate de posibilitățile tehnice de execuție, termenele de livrare, condițiile de transport etc. Este cunoscut faptul că pentru anumite feluri de mărfuri de masă, cheltuielile de transport pot depăși câteodată chiar valoarea propriu-zisă a acestora.

² Popa, Ioan (coord.) *Tranzacții economice internaționale*, Ed. Economică, București, 1992.

Existența și supraviețuirea unei societăți comerciale în actuala conjunctură economică, presupune o complexă și permanentă comunicare cu mediul extern și piața (o atentă informare a consumatorilor potențiali, acțiuni specifice de influențare a comportamentului acestora); în prezent majoritatea societăților comerciale sunt angajate într-un amplu proces de comunicație promoțională.

Pentru o firmă care adoptă principiile și metodele marketingului în schimburile comerciale internaționale, cercetarea piețelor externe prezintă o deosebită importanță în fundamentarea deciziilor și totodată o condiție indispensabilă pentru atingerea obiectivelor urmărite.

Obiectul cercetării îl constituie, pe de o parte, câteva dimensiuni mai generale ale pieței, cum sunt capacitatea, potențialul și volumul de export și import iar pe de altă parte sunt supuse investigației cele două componente esențiale ale oricărei piețe: cererea și oferta.

Etaple ce trebuiesc parcurse în realizarea cercetării de piață sunt:

- **stabilirea obiectivelor**, care pot consta în analiza situației conjuncturale, segmentarea pieței, determinarea cotei de piață, a calității cerute, a imaginii întreprinderii și produsului, elaborarea de previziuni, culegerea de informații referitoare la reglementările comerciale, valutare, financiare, etc.;

- **identificarea și selectarea surselor de informații**, acestea putând proveni din surse interne ale firmei respective și din surse externe primare (din anchete, experimente și simulări de piață) sau secundare (documente necesare realizării tranzacțiilor de comerț exterior, cum sunt oferte, liste de prețuri, cataloage, rapoarte și bilanțuri, statistici naționale și internaționale, studii ale unei firme, instituții sau organisme specializate, publicații ale unor organisme economice internaționale);

- **selectarea metodelor de cercetare** în funcție de obiective, de informațiile existente, de pregătirea și experiența cercetătorilor. Metodele ce vor fi utilizate sunt alese dintr-o gamă foarte variată: metoda de obținere a informațiilor (observare, sondaje de opinie, paneluri, experimente, simulări); metode de analiză trivariate și multivariate (corelația, regresia, coeficientul de elasticitate etc.); metode de previziune pe termen scurt, mediu și lung;

- **culegerea informațiilor**, fie prin cercetări de teren, fie prin selectarea lor prin surse secundare;

- **prelucrarea informațiilor** pentru a fi analizate și interpretate, în această fază un rol important jucându-l tehnica informatică;

- **analiza și interpretarea informațiilor** care necesită o înaltă competență și mult discernământ;