

Prof. univ. dr. Octavian Liviu OLARU

TEHNICA OPERAȚIUNILOR DE COMERȚ EXTERIOR

- TRANZACȚII INTERNAȚIONALE -

Ediția a II-a, revăzută și adăugită



Copyright © 2009, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin

Editurii Pro Universitaria

Nici o parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al

Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
OLARU, OCTAVIAN LIVIU

Tehnica operațiunilor de comerț exterior :
tranzacții internaționale / prof. univ. dr. Octavian-
Liviu Olaru.- Ed. a 2-a, rev. și adăug. – București :
Pro Universitaria, 2009

Bibliogr.

ISBN 978-973-129-476-6

339.5(100)(075.8)

CUVÂNT INTRODUCATIV

Ultimul deceniu al secolului XX și primii ani ai secolului XXI vor rămâne, probabil, una dintre cele mai relevante perioade din istoria omenirii prin schimbările fundamentale din economia mondială și reordonarea rapidă a ierarhiei țărilor după bogăție și putere.

Dezvoltarea societății informaționale și adaptarea continuă a structurilor economice la modificările rapide ce au loc în lume, plasează practic toate națiunile într-un proces continuu de restructurare și tranziție.

Accentuarea fără precedent a interdependențelor dintre state, deschiderea piețelor din ultimele decenii ale secolului trecut, au determinat, cum era și firesc, perfecționarea tehnicilor de realizare a tranzacțiilor internaționale, a formelor de promovare și stimulare a relațiilor economice internaționale.

Operațiunile clasice de import-export reprezintă, în continuare, cele mai importante activități în relațiile economice internaționale. Imperativul de asigurare a echilibrului extern a indus concentrarea atenției factorilor de decizie, atât la nivel guvernamental, cât și la nivel neguvernamental, asupra mecanismelor de promovare și stimulare a exporturilor. Exportul se bucură de atenție maximă din partea guvernelor în toate țările lumii, beneficiind de un sistem de politici, tehnici și instrumente de promovare și stimulare. Actualmente, se consideră că o țară este cu atât mai prosperă, cu cât are capacitatea de a importa cât mai mult, dar pe seama unor exporturi cât mai mari.

Dinamica deosebită a fenomenelor economice care se manifestă la nivel mondial, în perioada actuală, nivelul deosebit de ridicat al concurenței pe piața internațională, sub aspectul calității produselor, dar mai ales al pregătirii specialiștilor implicați în actul de comerț exterior, nu putea să nu-și pună

amprenta, din plin, în primul rând asupra modului în care este inițiat și derulat complexul și dificilul pachet de acțiuni care definește ceea ce, în literatura de specialitate economică și în practica de zi cu zi, este cunoscut sub numele generic de tranzacția internațională.

Este bine cunoscut că, o temeinică pregătire economică și juridică a studenților facultăților de relații economice internaționale, a celor care lucrează deja în miile de societăți comerciale cu profil de comerț exterior din România, nu poate fi concepută fără un studiu aprofundat al uzanțelor, tehnicilor, normelor și practicilor moderne pe baza cărora se desfășoară, în zilele noastre, activitatea de realizare a vânzării internaționale de bunuri și servicii.

În elaborarea cărții, am beneficiat de accesul la o vastă literatură de specialitate românească și străină, în special vest-europeană și americană, precum și la un număr important de lucrări, cu un caracter eminent aplicativ, realizate de organizații internaționale cu atribuții în domeniul extinderii schimburilor comerciale internaționale: Centrul de Comerț Internațional OMC/UNCTAD de la Geneva, UNCTAD și Organizația Mondială a Comerțului (OMC).

Autorul

CAPITOLUL I

CONTEXTUL ECONOMIC MONDIAL ACTUAL, CADRUL DE DESFĂȘURARE A TRANZACȚIEI INTERNAȚIONALE

1.1. FENOMENE SPECIFICE NOULUI CONTEXT ECONOMIC MONDIAL

1.1.1. Regionalizare și globalizare

Expansiunea și intensificarea eforturilor de cooperare și integrare economică la nivel mondial și regional constituie, în prezent, o caracteristică majoră a economiei mondiale. Regionalizarea și globalizarea sunt, în acest context, procese economice fundamentale, care se completează reciproc.

Procesul de regionalizare a cunoscut, în ultimele decenii, o amplificare continuă prin crearea și multiplicarea grupărilor economico-regionale, în prezent, aproape toate statele făcând parte din astfel de grupări.

Regionalismul trebuie privit ca o tranziție la globalism și nu ca o alternativă la acesta. Regionalismul nu trebuie să fragmenteze sistemul economic mondial în blocuri, ci să creeze zone de complementaritate înglobate într-un sistem economic deschis.

Ca o concluzie la cele de mai sus, specialiștii consideră că regionalismul contribuie, în ultimă instanță, la globalizarea economiei mondiale.

Globalizarea, care reprezintă procesul de întrepătrundere tot mai accentuată între economiile naționale, a cunoscut o intensificare fără precedent în ultimul deceniu, constituind, poate, cel mai important proces economic care a marcat sfârșitul de mileniu și trecerea într-un nou mileniu.

Aproape 50 de ani, omenirea a trăit în “trei lumi diferite”: țările cu o economie de piață dezvoltată, țările în curs de dezvoltare și țările cu un sistem economic hipercentralizat. În prezent, aceste lumi se apropie una de alta, barierele dintre ele reducându-se și eliminându-se treptat, economiile lor naționale fiind tot mai mult legate între ele în cadrul sistemului economic internațional. Ne îndreptăm spre un nou sistem economic mondial global, unde interdependența economică dintre țări reprezintă elementul esențial.

Ca expresie a adâncirii fenomenului de globalizare pe plan mondial, întreprinderea globală este în plină expansiune, tot mai multe firme fuzionând în ultimul timp.

Particularitățile de ordin strategic care definesc profilul economic și financiar al companiilor transnaționale au determinat apariția unor noi factori de natură să influențeze determinant evoluțiile din economia mondială. Astfel:

- Companiile transnaționale cunosc o creștere mai rapidă decât cea a economiei mondiale.
- Câteva sectoare importante (tehnologia înaltă, producția de autovehicule, operațiunile bancare), care constituie domenii prioritare pentru activitatea companiilor transnaționale, cunosc un ritm de dezvoltare superior celui înregistrat de economia mondială sau de economiile naționale din țara de origine a companiei transnaționale.
- Companiile transnaționale dețin unele avantaje concurențiale specifice, determinate de: superioritatea tehnologică, poziția specifică pe piață,

competența managerială și organizatorică, existența unui sistem informațional dezvoltat și, nu în ultimul rând, facilitățile în accesul la resurse financiare importante, în condiții preferențiale.

- Performanțele majorității companiilor transnaționale sunt puternic condiționate de nivelul de competitivitate înregistrat de economia țării de origine, lucru care influențează pozitiv procesele economice de pe plan internațional, în condițiile adâncirii procesului de globalizare a economiei mondiale.

Trebuie menționat că, 90% din companiile transnaționale sunt localizate în țările dezvoltate, dintre acestea 3/4 avându-și sediul social în SUA, Japonia, Germania, Anglia și Franța.

Prin avantajele incontestabile pe care le conferă însă globalizarea celor capabili să o folosească (lărgirea piețelor de desfacere la produsele și serviciile oferite de firme, obținerea unor efecte pozitive din utilizarea selectivă a resurselor globului, realizarea unor producții de masă, ieftine și de bună calitate, prin concentrarea producției la firmele globale, creșterea potențialului competițional față de celelalte firme), acest fenomen, de anvergură planetară, tinde să se amplifice tot mai mult. În întâmpinarea acestei tendințe vin și principalele forțe create de societatea contemporană: progresele tehnologice din transporturi și comunicații, amplificarea cooperării internaționale, dezvoltarea științei managementului, folosirea de către majoritatea populației globului a limbilor de circulație internațională.

Întreaga lume recunoaște că, datorită avantajelor și forțelor care-l propulsează, fenomenul globalizării nu poate fi oprit. Totodată, spre a evita dezechilibrele sociale, este necesar ca la acest proces să participe cât mai multe state, ajutându-le pe cele mai slabe să reducă la minimum nemulțumirile și

frustrările cu care se confruntă pe această linie. Ajutorul acordat acestora constă în antrenarea lor directă la activitatea creatoare și la o bună gospodărire a resurselor umane, materiale și de mediu geografic de care dispun, în general, țările slab dezvoltate.

1.1.2 Procesul internaționalizării afacerilor

Internaționalizarea firmei poate fi definită ca un proces obiectiv de creștere a implicării firmei în operațiuni internaționale. Definiția presupune existența unui anumit cadru de referință: mediul de afaceri global al economiei de piață. Acest mediu global este împărțit, din punct de vedere politic, în spații naționale. Procesul de internaționalizare a afacerilor se realizează în mai multe stadii, fiecare stadiu având propriile trăsături specifice, după cum urmează:

Un prim stadiu al dezvoltării internaționale a afacerilor îl reprezintă internaționalizarea procesului de comercializare a mărfii, prin **operațiuni de export/import** de bunuri și servicii, prin operațiuni de comerț exterior combinate (contrapartida, reexportul) sau prin unele forme incipiente de implantare în străinătate (înființarea de către firme a birourilor proprii de reprezentare comercială în străinătate).

Operațiunile de export/import reprezintă o formă de internaționalizare a activității comerciale a firmelor, având drept caracteristici principale următoarele:

- Părțile au, inițial, interese distincte, uneori chiar opuse, dar convin, pe calea negocierilor, la armonizarea lor, în vederea realizării unei afaceri, presupuse a fi reciproc avantajoasă.
- Fundamentul juridic al operațiunii de export/import îl constituie contractul de vânzare internațională de bunuri și servicii.

- Operațiunile de export/import se realizează, de obicei, pe termen scurt, chiar dacă relația dintre parteneri poate fi de durată.

Un al doilea stadiu al internaționalizării afacerilor îl reprezintă **internaționalizarea procesului de producție**, proces pus în evidență de multitudinea de alianțe strategice și cooperări intervenite, în zilele noastre, între firme din diferite țări. Principalele forme de alianțe și cooperări practicate, în prezent, pe plan internațional, sunt următoarele:

- Cooperările pe baze contractuale, care cuprind contractele de licență, franșizarea, subcontractarea etc., toate constituind forme de transfer internațional de tehnologie de producție (licențierea, subcontractarea) sau de comercializare (franșizarea).
- Alianțele strategice, sub formă de asociații, consorții etc., pentru construirea, în comun, de obiective de mare anvergură, realizarea de livrări la cheie, realizarea de activități de consulting-engineering etc.
- Cooperarea instituționalizată, reprezentată de societățile mixte.

Comparativ cu operațiunile de export/import, alianțele strategice și cooperările au un obiect de activitate mult mai complex, fiind caracterizate prin stabilitatea raporturilor dintre parteneri și prin spiritul de cooperare, elemente esențiale pentru crearea și dezvoltarea unor reale complementarități tehnice, comerciale și financiare între aceștia.

Implantarea în străinătate, cel de al treilea stadiu al internaționalizării afacerilor, se realizează pe calea investițiilor directe de capital, acestea luând, de obicei, forma implantărilor firmei în străinătate.

Principalele trăsături caracteristice ale implantării în străinătate, ca formă de internaționalizare a unei firme, sunt următoarele:

- Se creează noi structuri organizatorice în străinătate, care fie că aparțin de firma inițiatoare (sucursale), fie că sunt persoane juridice autonome (filiale).
- Procesul de internaționalizare are o bază instituțională și implică activități pe termen nelimitat.
- Structurile implantate în străinătate pot desfășura atât activități de comerț exterior, cât și activități cu caracter productiv.

1.1.3 Noi forme de management internațional asociate globalizării

Abordarea culturală a internaționalizării firmei depinde de mentalitatea dominantă în firmă, de atitudinea managementului în legătură cu deciziile fundamentale legate de produs, marketing, finanțare etc.

K. Fatehi identifică următoarele modele culturale, ce reprezintă principalele faze ale internaționalizării firmei în context intercultural:

- **Abordarea etnocentrică:** firma etnocentrică privește piețele externe ca extrapolări ale pieței interne. Se pleacă de la premisa superiorității a tot ce provine din țara de origine, în comparație cu tot ceea ce provine din străinătate.
- **Abordarea policentrică:** se recunoaște caracterul specific al culturilor străine și se consideră ca obligatoriu luarea în considerare a diferențelor culturale în managementul afacerilor. Operând pe mai multe piețe, firma policentrică apare ca având un grad înalt de internaționalizare. Totuși, din punct de vedere instituțional, firma este mai degrabă o “confederație”, cuprinzând firma-mamă și un număr de filiale, decât o structură puternic integrată.