

Uwe KONST

Exportă cu succes în Uniunea Europeană

Biblioteca IDIS „Viitorul”

*Un ghid practic pentru întreprinderile mici și mijlocii
din Republica Moldova*



Editat / Publicat de *Institutul de Dezvoltare și Inițiative Sociale „Viitorul”*
(www.viitorul.org) cu susținerea *Fundației Hanns Seidel* (www.hss.de)

Coordonator și drepturile de autor: *Uwe Konst*,
Geschäftsentwicklung International (www.freihandel.info)

Informațiile au fost compilate cu bună credință. Pentru actualitatea
și acuratețea informațiilor nu poate fi asumată nicio răspundere.

Persoană de contact pentru întrebări și sugestii
pentru îmbunătățirea ghidului: *Ana Znaceni*.
E-mail: ana.znaceni@viitorul.org

CUPRINS

<i>Cuvânt înainte</i> , Liubomir Chiriac, Director, IDIS „Viitorul”	4
A. Uniunea Europeană ca partener comercial pentru produse și servicii din Moldova	6
1. Uniunea Europeană – o piață de desfacere atrăgătoare	6
2. Cadrul legal în relațiile comerciale între Republica Moldova și Uniunea Europeană.....	9
3. Cooperarea transfrontalieră și regională	10
B. Exportul: Aspecte practice	12
1. Identificarea piețelor de desfacere în Uniunea Europeană.....	12
2. Contractele de cumpărare	18
3. Modalități de plată și de garanție a plăților	20
4. Finanțarea.....	22
5. Autorizații	24
6. Standarde	24
7. Litigii și soluționarea acestora.....	25
8. Târguri și expoziții	27
9. Căi de distribuție comercială.....	29
10. Alte țări – alte obiceiuri.....	32
C. Cum îmi ajustez afacerea pentru export?	34
<i>Glosar de termeni și noțiuni</i>	35
<i>Bibliografie</i>	39
<i>Comisia Europeană</i>	42

Cuvânt înainte

Odată cu semnarea Acordului de Liber Schimb dintre țara noastră și Uniunea Europeană, producătorilor moldoveni li s-a deschis ușa spre piața europeană. Aceasta însă are cerințe și standarde avansate în raport cu exportul mărfurilor.

Astfel, una din prioritățile majore ale Republicii Moldova, în procesul de integrare europeană, este creșterea posibilităților de a mări volumele de export în mod special pe piața Uniunii Europene.

În conformitate cu datele Biroului Național de Statistică, în perioada ianuarie - octombrie, 2014, Republica Moldova, a exportat mărfuri în valoare de aproape două miliarde de dolari. Mai bine de 50% o reprezintă exporturile pe piața Uniunii Europene, care, potrivit statisticii, au crescut cu peste 12 la sută față de aceeași perioadă a anului trecut. Principalii parteneri europeni sunt România, unde au fost vândute mărfuri de circa 350 milioane de USD, Italia și Germania, unde exporturile au crescut cu peste 40% și respectiv 30%.

După semnarea Acordului de Asociere cu UE s-a creat un mediu propice pentru a exporta mai intensiv în țările occidentale. În contextul respectiv, promovarea eficientă a exportului și familiarizarea celor interesați cu noile oportunități, programe și servicii pe piața financiară ar crea condiții pentru a spori accesul la piețele străine.

În acest scop, în opinia exportatorilor, procesul de export trebuie să devină cât mai clar, mai explicit, mai simplu, încurajând astfel oamenii de afaceri să devină mai activi și mai eficienți în acest domeniu. Din acest punct de vedere, procedurile de export, din țara noastră, se află în îmbunătățire permanentă pentru a face față criteriilor impuse de piețele occidentale.

Pentru facilitarea exportului produselor agricole, de exemplu, Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor a întreprins și întreprinde mai multe acțiuni. Astfel, s-a obținut reducerea cu mult a numărului de probe prelevate, necesare pentru investigațiile de laborator la certificarea loturilor de fructe și legume destinate pentru export și, ce se consideră mai important pentru oamenii de afaceri, au fost simplificate procedurile de stabilire a inofensivității și a cerințelor fitosanitare față de produsele vegetale. La fel se pune în aplicare Sistemul Informațional Integrat Vamal Asycuda World - Modulul MULTI AGENCY, care va fi folosit pentru testare de către Serviciul Vamal în procesul plasării mărfurilor sub regim vamal de export. Mai mult, în prezent se elaborează Legea cu privire la protecția plantelor și carantină fitosanitară, care are ca obiectiv reducerea numărului de acte depuse: excluderea facturii fiscale, excluderea contractului și certificatului de utilizare a produselor de uz fitosanitar și fertilizanți etc. Este un pas înainte. Dar evident, este încă mult de lucru în acest sens.

Intenția noastră a fost ca prin intermediul acestui ghid să oferim, într-o formă accesibilă, informațiile esențiale despre exporturile de produse în UE. Astfel, în ghid poate fi găsită informația necesară care ține de aspectele practice privind exportul: Identificarea piețelor de desfacere în Uniunea Europeană; Contractele de cumpărare; Modalități de plată și de garanție a plăților; Finanțarea; Autorizații; Standarde, etc.

Trebuie de menționat faptul că autorul Ghidului, Uwe Konst, cunoscut economist din Germania, a presupus din start că cititorul este informat, cel puțin în linii mari, cu legile și actele normative de reglementare a exporturilor din Republica Moldova. Dar în același timp este necesar, ca oamenii de afacere moldoveni, să știe care sunt cerințele privind exportul pe piața UE. Exportatorii experimentați știu că toate produsele care intră în UE (chiar dacă au fost fabricate în țări terțe) pot fi transportate liber în toată Uniunea. În același timp, oamenii de afacere trebuie să cunoască că exporturile, importurile și tranzitul de mărfuri pot face obiectul unor interdicții sau restricții, dacă produsele în cauză aduc prejudicii interesului public, care țin de moralitatea publică, siguranța publică, protecția sănătății și vieții persoanelor, animalelor și plantelor sau protecția mediului.

Din aceste considerente este necesar să se cunoască regulile speciale de protecție de care trebuie să se țină cont în procesul exportului.

Vrem să credem că Ghidul respectiv va aduce mai multă claritate exportatorilor moldoveni vis-a-vis de cerințele existente în Europa. Iar ca rezultat, sperăm să crească volumul exporturilor pe piața Uniunii Europene și în așa mod, cu certitudine, va spori și nivelul de bunăstare în Republica Moldova.

Liubomir Chiriac,
Director executiv,
IDIS „Viitorul”

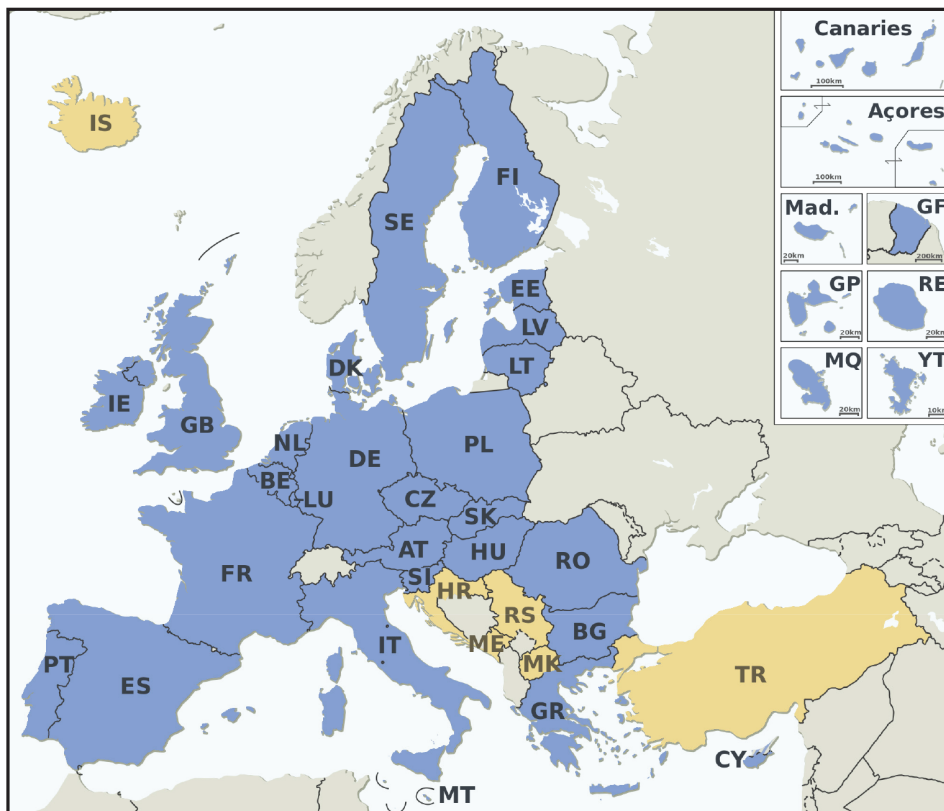


Uniunea Europeană ca partener comercial pentru produse (bunuri) și servicii

Uniunea Europeană – o piață de desfacere atrăgătoare

1

Uniunea Europeană (UE) reprezintă una dintre cele mai mari și mai competitive spații economice din lume. Acest lucru înseamnă o cerere mare din partea întreprinderilor, sectorului public și a consumatorilor din acest spațiu economic. Și din acest considerent, țările din Uniunea Europeană sunt piețe atractive pentru bunurile și serviciile din străinătate.



Statele membre ■ și statele candidate ■
ale Uniunii Europene (iulie 2012)

Tara	Anul aderării	Capitala	Populația 2010 (mln)	Suprafața (km ²)	PIB 2008 (Mrd. Euro)	PIB pe cap de locuitor 2008 (Euro)	PIB pe cap de locuitor în P PS 2010 (EU27=100)
Belgia	1 ianuarie 1958	Bruxelles	10,8	30.510	344,2	32.400	118
Germania	1 ianuarie 1958 / 3. octombrie 1990	Berlin	81,8	357.021	2.491,4	30.300	119
Franța	1 ianuarie 1958	Paris	64,7	547.030	1.950,1	30.400	107
Italia	1 ianuarie 1958	Roma	60,3	301.320	1.572,2	26.300	100
Luxemburg	1 ianuarie 1958	Luxemburg	0,5	2.586	36,6	75.100	283
Olanda	1 ianuarie 1958	Amsterdam	16,6	41.526	594,6	36.200	134
Danemarca	1 ianuarie 1973	Copenhaga	5,5	43.094	233,3	42.500	125
Irlanda	1 ianuarie 1973	Dublin	4,5	70.280	185,7	41.800	125
Regatul Unit al Marii Britanii	1 ianuarie 1973	Londra	62,0	244.820	1.812,1	29.700	113
Grecia	1 ianuarie 1981	Atena	11,3	131.940	242,9	21.600	89
Portugalia	1 ianuarie 1986	Lisabona	10,6	92.931	166,2	15.600	81
Spania	1 ianuarie 1986	Madrid	46,0	504.782	1.095,2	24.000	101
Finlanda	1 ianuarie 1995	Helsinki	5,4	338.432	186,1	35.000	116
Austria	1 ianuarie 1995	Viena	8,4	83.858	282,3	33.800	125
Suedia	ianuarie 1995	Stockholm	9,3	449.964	328,3	35.600	123
Estonia	1 mai 2004	Tallinn	1,3	45.226	15,9	11.800	65
Letonia	1 mai 2004	Riga	2,2	64.589	23,1	10.200	52
Lituania	1 mai 2004	Vilnius	3,3	65.200	32,3	9.600	58
Malta	1 mai 2004	Valletta	0,4	316	5,6	14.000	83

Țara	Anul aderării	Capitala	Populația 2010 (mln)	Suprafața (km²)	PIB 2008 (Mrd. Euro)	PIB pe cap de locuitor 2008 (Euro)	PIB pe cap de locuitor în PPS 2010 (EU27=100)
Polonia	1 mai 2004	Varșovia	38,2	312.685	362,1	9.500	62
Slovacia	1 mai 2004	Bratislava	5,4	48.845	64,9	12.000	74
Slovenia	1 mai 2004	Ljubljana	2,0	20.253	37,1	18.200	87
Cehia	1 mai 2004	Praga	10,5	78.866	148,6	14.200	80
Ungaria	1 mai 2004	Budapesta	10,0	93.030	105,8	10.500	64
Cipru	1 mai 2004	Nicosia	0,8	9.250	16,9	21.400	98
Bulgaria	1 ianuarie 2007	Sofia	7,6	110.994	34,1	4.500	43
România	1 ianuarie 2007	București	21,5	238.391	137,0	6.400	45
Total UE			501,1	4.326.337	12.504,4	25.100	100

PPC = Puterea de Cumpărare Standard

Mai multe informații despre Uniunea Europeană și statele membre pot fi găsite la adresa www.europa.eu.

Pentru a realiza exportul în Uniunea Europeană este important de știut că politicile ce reglementează comerțul exterior sunt competențe ale Uniunii Europene, iar statele membre în parte nu au o politică proprie în acest domeniu. Dezavantajul este că luarea deciziilor privind anumite subiecte din domeniul comerțului exterior durează. Acest lucru, însă, este compensat prin avantajul că exportatorul în anumite țări ale UE nu se va preocupa de reglementările privind comerțul extern ale fiecărui stat în parte.

Cadrul legal în relațiile comerciale între Republica Moldova și Uniunea Europeană

2

De la redobândirea independenței, relațiile comerciale între Republica Moldova și Uniunea Europeană au cunoscut, într-o mare măsură, o dezvoltare pozitivă. Reglementările juridice ce stau la baza acestor relații pot fi împărțite în trei domenii prezentate mai jos.

2.1. Acordul între Republica Moldova și Uniunea Europeană

Odată cu semnarea Acordului de Asociere între Republica Moldova și Uniunea Europeană, la data de 27 iunie 2014, relațiile între cei doi parteneri au fost aduse la un alt nivel. La 1 septembrie 2014, Acordul a intrat în vigoare, însă provizoriu. După finalizarea procesului de ratificare a Acordului de către toate statele-membre ale Uniunii Europene, acesta va intra definitiv în vigoare.

Pentru textul Acordului de Asociere a se accesa: <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=353829>

O componentă importantă a acestui Acord de Asociere este crearea unei Zone de Comerț Liber Aprofundat și Cuprinzător. Obiectivul principal al acestei Zone de liber schimb între Republica Moldova și Uniunea Europeană este de a facilita accesul pe piața fiecărui partener și de a elimina barierele tarifare și netarifare. În baza Acordului, antreprenorii din Moldova vor avea posibilitatea de a-și exporta produsele și serviciile, evitând, în mare măsură, taxele vamale și contingentele tarifare. Unor grupuri de produse le sunt impuse restricții privind cantitățile, care pot fi exportate în UE fără taxe vamale. Detalii pot fi găsite în Acord.

2.2. Acte juridice și reglementări ale Uniunii Europene

Uniunea Europeană a adoptat o serie de regulamente, pentru a satisface diverse nevoi. La ele se referă reglementările sanitare și fitosanitare, cerințe tehnice și cele care ar proteja atât mediul cât și consumatorul. În plus, există și anumite interdicții de import. Mai multe detalii le puteți găsi aici: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2frt_Requirements.html&docType=main&languageId=en

2.3. Legislația Republicii Moldova

Informații privind legislația Republicii Moldova în domeniul exportului produselor și serviciilor pot fi găsite la Serviciul Vamal (www.customs.gov.md).

Cooperarea transfrontalieră și regională**3**

Republica Moldova ia parte la mai multe organizații regionale, care oferă posibilitatea unei cooperări economice (printre care și de export). Unele dintre aceste instituții vor fi prezentate pe scurt, mai jos.

3.1. Strategia UE pentru regiunea Dunării

Scopul Strategiei pentru Regiunea Dunării adoptată de Consiliul European, în iunie 2011, este de a consolida cooperarea bilaterală și multilaterală transfrontalieră între actorii prezenți în bazinul Dunării, în domenii selectate, pentru a promova, prin diverse proiecte, atât regiunea Dunării, cât și UE.

Din Regiunea Dunării fac parte țări ca Germania (în special Baden-Württemberg și Bavaria), Austria, Cehia, Slovacia, Ungaria, Slovenia, Croația, Serbia, Bosnia-Herțegovina, Muntenegru, Bulgaria, România, Republica Moldova și Ucraina (cu regiunile din bazinul Dunării).

Din punct de vedere al conținutului, Strategia include scopuri pentru patru domenii specifice în obiective, care sunt grupate pe 11 arii prioritare. Obiectivele sunt:

- ✓ Interconectarea regiunii Dunării
- ✓ Protejarea mediului în regiunea Dunării
- ✓ Creșterea prosperității în regiunea Dunării
- ✓ Consolidarea regiunii Dunării

Prin natura sa Strategia pentru regiunea Dunării este mai mult o „strategie macroregională”. Comisia Europeană a dat Strategiei această specificație. Conform Comisiei Europene, o macroregiune va cuprinde mereu un spațiu constituit din statele europene și non-europene, care vor avea un element unic, de legătură pentru ele. Strategia regiunii bazinului Mării Baltice are ca element de legătură Marea Baltică, iar Strategia regiunii Dunării – fluvial Dunărea.

Informații suplimentare puteți găsi aici: <http://www.danube-region.eu/>.

3.2. Acordul Central European al Comerțului Liber (CEFTA)

Scopul Zonei de Comerț Liber (CEFTA) este de a promova cooperarea economică între statele membre, precum și de a le pregăti pentru o cooperare mai puternică/ strânsă cu Uniunea Europeană. CEFTA cuprinde, pe lângă Republica Moldova, mai multe țări din zona de vest a Balcanilor.

Mai multă informație puteți găsi aici: www.cefta.int.

Acest acord facilitează comerțul cu tarile membre CEFTA.

3.3 Cooperarea economică în bazinul Mării Negre

Republica Moldova este membră a Organizației de Cooperare Economică la Marea Neagră, o asociere a statelor riverane la Marea Neagră, și a altor state, care și-au pus drept scop o mai bună cooperare economică. Un deosebit accent este pus pe îmbunătățirea infrastructurii de transport ca condiție prealabilă pentru intensificarea schimburilor comerciale.

Una din instituțiile Cooperării Economice la Marea Neagră este Banca pentru Comerț și Dezvoltare a Mării Negre („Black Sea Trade and Development Bank”), care susține, printre altele, și programe de finanțare a comerțului.

Pentru mai multe informații, puteți accesa:

<http://www.bsec-organization.org/Pages/homepage.aspx>

Organizația de Cooperare Economică în Marea Neagră organizează conferințe și evenimente pentru a facilita contactele comerciale între agenții economici din regiune.

3.4. Comunitatea Energetică

Comunitatea Energetică are drept scop crearea unui cadru de reglementare unică pentru piețele energetice ale părților contractante, prin extinderea *acquisului comunitar* al Uniunii Europene pentru teritoriile statelor participante. Acesta acoperă domeniile relevante de energie, mediu și competitivitatea legislației europene. După intrarea în vigoare, *acquisul* tratatului a fost extins cu mai multe ocazii. Acum acesta include și legi privind securitatea aprovizionării, eficiența energetică, petrol, energii regenerabile și statistici. Comunitatea Energetică transpune și implementează cel de-al treilea Pachet Energetic al UE, din septembrie 2011, în conformitate cu actualizările operate la nivelul UE.

Pentru mai multe informații puteți accesa pagina: https://www.energy-community.org/portal/page/portal/ENC_HOME

3.5. Euroregiuni

Scopul Euroregiunilor este cooperarea transfrontalieră între regiunile diferitor state. Aceste colaborări ar putea avea și componente economice. Cel mai mult depinde de actorii (cărora ar putea să le aparțină și întreprinderile) cât de mult cooperarea economică transfrontalieră va fi încorporată în catalogul de obiective al Euroregiunilor.

Republica Moldova este parte la următoarele Euroregiuni:

- Siret-Prut-Nistru
- Dunarea de Jos
- Prutul de Sus



Aspecte practice ale realizării exportului

Identificarea piețelor de desfacere în Uniunea Europeană

1

În principiu este recomandabil, ca prin acțiuni sistematice, să selectați puține piețe sau doar una, în care veți concentra toate activitățile de comerț. Informațiile necesare și sursele acestora, precum și procedurile de selectare a piețelor vor fi prezentate mai jos.

Doar prin acumularea și prelucrarea informațiilor exacte despre piețele externe, precum și prin a trage concluziile corecte, se va realiza un comerț extern pe termen lung și de succes.

1.1. Necesități de informare

Informațiile, care urmează a fi colectate cu scopul realizării exportului în anumite țări de destinație, vor ține de următoarele domenii:

1.1.1. Situația politică

Contextul politic al statelor membre ale UE poate fi calificat drept unul stabil și din acest considerent nu va fi considerat ca criteriu de luare a deciziilor.

1.1.2. Situația economică

Pentru inițierea relațiilor comerciale sunt importante condiții economice, și anume: deschiderea piețelor, o legislație prielnică comerțului, o analiza relativă a necesităților pieței. Acest condiții caracterizează și statele Uniunii Europene.

1.1.3. Informațiile privind produsele ori serviciile exportate

Cifrele și datele privind produsele și serviciile fabricate de întreprinderea dumneavoastră sau întreprinderea exportatoare trebuie prelucrate mult mai detaliat. Lista de verificare, ce urmează, ar putea să ofere anumite repere în acest sens:

Situația de piață:

- Volumul de piață, puterea de cumpărare
- Schimbările de piață (înregistrate în ultimul timp, precum și cele previzibile)
- Concurența
- Concurenți (care sunt și alți furnizori/ofertanți activi pe piață?)

- Cerințele de intrare pe piață (formale și informale)
- Cine sunt solicitanții/cumpărătorii pentru produsul meu?

Prețurile:

- Analiza prețurilor în lanțul de comercializare (en-gros, cu amănuntul, vânzările directe)
- Prețurile concurenților și comportamentul lor în materie de preț
- Marjele și comisioanele

Normele:

- Standarde tehnice
- Normele de securitate/siguranță
- Prevederi privind cerințele de igienă
- Prescripții privind marcarea și originea
- Certificarea obligatorie

Căi de distribuție:

- Care căi de distribuție sunt dominante?
- Ce rol joacă importatorii?
- Care condiții de furnizare și plată sunt uzuale?

Costuri:

- Taxe vamale
- Impozite
- Costuri de distribuție

Transport și logistică:

- Există conexiuni de transport regulate?

1.2. Centre de informare

Majoritatea informațiilor necesare pot fi găsite în Republica Moldova, la Uniunea Europeană sau în statele membre ale UE. Informațiile sunt preponderent oferite gratuit.

1.2.1. Centrele de informare în Republica Moldova

- Ministerul Economiei (www.mec.gov.md)
- MIEPO (www.miepo.md)
- Camera de Comerț și Industrie (<http://www.chamber.md/ro/>)
- Programele USAID în Moldova
- Camere de comerț bilaterale
 - Asociația Obștească „Colaborare Economică Moldo-Germană” (<http://www.mdw-moldova.org/>)
 - Camera de Comerț moldo-italiană (www.ccimd.eu)

- Camera de Comerț americană (www.amcham.md)
- Camera de Comerț moldo-română
- Reprezentanța Uniunii Europene în Republica Moldova (vezi 1.2.2)
http://eeas.europa.eu/delegations/moldova/index_ro.htm
- Reprezentanțe diplomatice ale statelor membre ale Uniunii Europene în Republica Moldova

Datele de contact ale ambasadelor și ale altor misiuni diplomatice ale statelor UE pot fi găsite pe pagina oficială a Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene <http://www.mfa.gov.md/diplomatic-list-ro/->

1.2.2. Surse de informare ale Uniunii Europene

Serviciul de asistență pe probleme de export

Este un scop explicit al Uniunii Europene, de a promova comerțul transfrontalier. Aceasta include – chiar dacă pare ciudat, curios la prima vedere – promovarea importului în Uniunea Europeană. Motivația acestor eforturi este recunoașterea faptului că comerțul duce la eliminarea dezechilibrului economic și creșterea prosperității.

Cea mai importantă platformă informațională în acest sens, care este recent actualizată, este „Export Help Desk” (*Serviciul de asistență pe probleme de export*). Aici pot fi accesate aceste informații în limba rusă: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_ru.html

Pe lângă o prezentare a serviciului, platforma oferă informații în domeniile următoare:

- Cerințe față de produsele importate în UE
- Prevederi privind importul și realizarea acestuia (inclusiv formulare)
- Impozite
- Taxe vamale
- Acorduri comerciale ale UE cu țările terțe
- Date statistice
- Linkuri către instituțiile UE și ale statelor sale membre pentru comerț și relații economice

Cam de două ori pe an apare un buletin informativ (Newsletter) privind subiectele prezentate de „Export Help Desk”. Abonarea la acest buletin este gratuită.

Enterprise Europe Network

Rețeaua Întreprinderilor Europene „Enterprise Europe Network” sprijină întreprinderile mici de a se folosi de piața europeană cât mai bine posibil. Cu ajutorul Asociațiilor de întreprinderi locale se va oferi asistență în următoarele sectoare:

- Internaționalizare
- Transfer de tehnologii

- Acces la finanțări
- Consultanță juridică
- Prestare de servicii de informare

Rețeaua Întreprinderilor Europene cuprinde aproximativ 600 de organizații membre din peste 50 de țări din UE și nu numai, fiind astfel cea mai mare rețea de acest fel din Europa. Membrii acestei rețele sunt camere de comerț și industrie, centre tehnologice, universități și agenții de promovare a economiei.

Mai multe informații despre acesta rețea le găsiți aici: http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm

În Republica Moldova există un Biroul al Rețelei Europene pentru Întreprinderi (EEN) http://chamber.md/old/files/business_guide/Romanian/index/1.2.html

1.2.3. Surse de informare în statele membre ale UE

Pe lângă reprezentanțele diplomatice ale statelor UE din Moldova (<http://www.mfa.gov.md/foreign-missions-accreditation-ro/>), surse de informare pentru obținerea datelor și cifrelor necesare luării deciziilor, pot fi găsite la organizațiile și instituțiile din aceste țări:

- Birourile statistice
- Ministerele de economie
- Camerele de comerț
- Asociațiile interprofesionale
- Organizațiile de comerț exterior

Un exemplu, care poate fi menționat drept sursă de informare cu o bază de date pentru oportunități de afaceri în Germania, se numește Your Business in Germany ori „Afacerea ta în Germania”: <http://www.ixpos.de/IXPOS/Navigation/EN/your-business-in-germany.html>

Instituții similare pot fi găsite în multe țări ale UE.

1.2.4. Informații despre potențialii parteneri de afaceri

Atât în timpul identificării unor potențiali parteneri de afaceri, dar mai ales înainte de încheierea unei afaceri concrete, este necesar să vă informați cu privire la partener. În acest scop, sunt disponibile mai multe baze de date, care gratuit sau contra unei taxe, oferă informații despre diverse întreprinderi. Un exemplu ar fi firma cu caracter de bază de date „Kompass” <http://www.kompass.md>

1.3. Necesitatea de realizare a unei cercetări

Dacă analiza piețelor externe, care au un potențial de desfacere pentru produse și servicii, este un subiect nou pentru dumneavoastră ca antreprenor, ori pentru întreprinderea dumneavoastră, atunci este important să luați în considerare realizarea unei cercetări sau studiu.

Există mai multe moduri în care cercetarea sau studiul poate fi realizat:

- *Vă ocupați singur de acest lucru.*

De regulă, programul unui șef de firmă, preocupat de activitățile zilnice, este destul de încărcat. Prin urmare, ar trebui să aibă curajul de a delega angajaților săi sarcina de a desfășura analizele, cercetările necesare. Decisiv este, însă, ca șeful să păstreze pârghiile de comandă. Începerea afacerilor de export ține, în primul rând, de competența șefului.

- *Încredințați această sarcină angajaților întreprinderii*

Creați un grup de lucru intern pentru export. În multe întreprinderi mijloicii, în special s-a dovedit utilă instituirea unui „Grup de lucru pentru export„. Din acest grup, sub conducerea șefului, vor face parte reprezentanții tuturor departamentelor întreprinderii. Ținând cont de faptul că ei, ulterior, vor fi responsabili pentru derularea afacerilor în străinătate, vor fi implicați în pregătiri cât mai curând posibil.

- *Apelați la serviciile / asistența din exterior*

Multe firme au avut cele mai bune experiențe prin implicarea studenților stagiaari. Pe această cale, unele firme au găsit tineri specialiști, deja testați, pentru pozițiile de conducere. Dacă ideea de a angaja studenți stagiaari, ca soluție pentru conducerea cercetărilor, vă pare interesantă, atunci ar trebui, din timp, să contactați instituțiile de învățământ superior.

Adresați-vă profesorilor de marketing ori de administrare a afacerilor și discutați intenția pe care o aveți. Ei vă vor recomanda studenții potriviți, și la dorința dumneavoastră, vor supraveghea activitatea acestora. Ideal ar fi, ca lectorii universitari să le dea studenților subiectele, întrebările, care vă interesează, drept materiale de cercetare pentru teza de semestru.

O alternativă ar fi să-i luați pe studenți la practică, în cadrul companiei dumneavoastră. Aceasta vă oferă un dublu avantaj: studenții vor utiliza mijloacele disponibile de comunicație, iar dumneavoastră veți putea supraveghea permanent cum progresează munca.

În cazul unor subiecte, întrebări mai complexe, va trebui, totuși, să apelați la experți, consultanți pentru export, care, desigur, au prețul lor. Banii investiți vor fi, în mare măsură, bine cheltuiți, pentru că asistența consultantului poate fi foarte utilă pentru luarea unei decizii finale.

1.4. Analiza informației

Următorul pas este compararea țărilor supuse analizei cu ajutorul informației adunate și deducerea: piața cărui stat este mai atractivă pentru a fi accesată. Aceasta înseamnă că toate datele relevante pentru luarea unei decizii, reflectate în materialul acumulat, urmează a fi sistematizate și evaluate. Ținând cont de materialului bogat și de faptul că ați putea pierde privirea de ansamblu, este

recomandabil să procedați sistematic. Astfel există două abordări: în funcție de țară sau de domeniu. În ambele cazuri rezultatul va fi o matrice / tabelă, după modelul de mai jos:

	Țara 1	Țara 2	Ș.a.m.d.
Situația pe piață			
Prețurile			
Norme			
Căile de distribuție			
ș.a.			

Din motive practice ar trebui să fie analizate în același timp, nu mai mult de zece țări.

Prin urmare, la următoarea etapă veți face datele comparabile, prin transpunerea diferențelor calitative în cantitative. Aceasta înseamnă că vor fi analizate informațiile narative, spre exemplu, în baza sistemului de 10 puncte. Și astfel veți putea determina, „liderul”, adică cea mai interesantă țară.

La o etapă mai avansată este necesar să cântăriți, să determinați importanța fiecărui criteriu. Pentru că nu fiecare domeniu va avea aceeași însemnătate pentru decizia, pe care urmează să o luați. Spre exemplu, întrebarea privind condițiile de plată va fi mai puțin importantă decât cea ce ține de nivelul prețurilor. Prin urmare: cu cât un criteriu (în luarea deciziei) este mai important pentru dumneavoastră, cu atât mai mare va fi și influența lui asupra deciziei. Cel mai bine ar fi să utilizați un sistem de punctaj. Cele mai importante criterii în luarea deciziei vor obține o valoare (greutate) de 10 puncte, iar cele secundare – vor primi, respectiv, un punctaj mai mic.

Înmulțiți acum scorul de puncte din fiecare câmp al tabelului cu valoarea aferentă. Veți obține o clasificare după „pondera” scorului de puncte. Acestea le veți atribui fiecărei țări. Cele trei țări care vor obține cele mai mari valori vor fi favoritele dumneavoastră. Astfel v-ați atins scopul.

La finalul acestui capitol este necesar de menționat că, observarea, monitorizarea pieței este un proces și o sarcină pe termen lung, - mai ales în țările, în care vreți să exportați. Doar așa veți putea fi siguri, că sunteți informat, la timp, despre schimbări și astfel veți putea aplica măsurile necesare de ajustare.

Contractele de cumpărare**2**

Afacerile internaționale presupun nu doar transportarea de mărfuri ori servicii în alte țări, dar și pătrunderea într-un alt spațiu juridic. Pentru a evita surprize neplăcute, este important ca toate înțelegerile să fie consemnate în scris și să fie făcute „etanșe”. În principiu cu cât mai detaliat vor fi formulate contractele, cu atât mai sigur va fi în cazurile de judecată.

Fiecare contract privind livrarea transfrontalieră a mărfurilor ori serviciilor implică mereu jurisdicțiile a două state: ale exportatorului (în acest caz Republica Moldova) și ale importatorului. În general, părțile contractante sunt libere să facă trimitere, în contract, la unul din aceste sisteme de drept. Din punct de vedere teoretic, poate apărea posibilitatea, să fie selectat un al treilea sistem juridic, mai „neutru”, ca bază pentru contractul de livrare. Acest lucru va fi indicat doar în cazuri excepționale.

În contractele de livrare va fi stipulat la care instanță vor apela părțile în caz de litigii de drept. Pe lângă procedura judiciară „obișnuită” (în țara exportatorului, ori în cea a importatorului, precum și în cea terță), instanțele de arbitraj, la fel, ar putea fi luate în considerare.

Instanțele de judecată au un rol important, mai ales din punct de vedere al costurilor, pentru că, spre exemplu, într-o instanță din străinătate, ținând cont de numirea unui avocat rezident, și cheltuielile implicate vor fi mai mari. Decizia privind alegerea jurisdicției este influențată și de durata unui eventual proces de judecată, precum și dacă prevederile unei hotărâri judecătorești pot fi executate. Deseori, anume aici pot apărea dificultăți.

Ajustați „Termenii și condițiile generale pentru afaceri” valabile pentru livrarea pe teritoriul național la livrările în străinătate și traduceți-le într-o limbă străină, de preferat în engleză.

De ceva timp și „Condițiile generale de cumpărare” câștigă în importanță, pe lângă condițiile generale ale furnizorului / exportatorului și contractele transfrontaliere specifice. Ele sunt promovate, în special, de cei mai puternici actori de pe piață, cu cele mai mari volume de achiziții (ex. întreprinderi din industria auto, din domeniul comerțului), pentru a-și impune interesele față de furnizori (chiar și în străinătate). În cazul în care vă veți confrunta cu aceste „condiții generale de cumpărare/achiziții”, va fi necesar să le luați în serios și să vă asumați eventualele riscuri. Dacă aceste contracte nu prevăd riscuri calculabile, previzibile pentru dumneavoastră, atunci ar fi mai indicat, uneori, să renunțați la o afacere, în loc să acceptați aceste condiții.

Deși atât Comisia Europeană, cât și Organizația Națiunilor Unite ori Organizația Mondială a Comerțului (WTO) se angajează în derularea diverselor teste – condiții de livrare ori condiții de afaceri recunoscute internațional ori

acceptate reciproc nu există. Unele directive, care poartă mai mult un caracter de recomandare, ar putea servi drept punct de referință, orientativ. Unele dintre acestea vor fi prezentate pe scurt în cele ce urmează:

2.1. Incoterms

INCOTERMS® ori Termeni de Comerț Internațional (**I**nternational **C**ommer**C**ial **T**erms) sunt o serie de reguli pentru definirea condițiilor comerciale specifice comerțului extern. Acest corpus de reguli este publicat de camera internațională de comerț (ICC), care este privat organizată. Periodic, acest set de reguli este ajustat la cele mai recente schimbări; ultima versiune a fost publicată în 2010.

Clauzele celor „3 litere” reglementează obligațiile cumpărătorului și vânzătorului, mai ales la încheierea afacerilor transfrontaliere. Astfel, părților contractante le este oferită o interpretare unică privind obligațiile cumpărătorului și vânzătorului. Pe aceasta cale pot fi evitate neînțelegerile și conflictele legale. Incoterms nu conțin prevederi despre procedura de plată, trecerea la dreptul de proprietate ori rezilierea contractelor. Aceste domenii vor fi reglementate prin înțelegeri clare consemnate în contractul de cumpărare ori prin legea care stă la baza contractului.

Informațiile Camerei Internaționale a Comerțului privind INCOTERMS: <http://www.iccwbo.org/incoterms/>

2.2. Convenția Națiunilor Unite asupra contractelor de vânzare internațională a mărfurilor din 1980

Scopul Convențiilor asupra contractelor de vânzare internațională a mărfurilor, elaborate de Națiunile Unite, este de a elimina orice incertitudine din comerțul transfrontalier, precum și de a crea standarde unice pentru contractele de cumpărare între comercianți. Sunt excluse contractele de vânzare încheiate cu un consumator, cumpărarea hârtiilor de valoare și mijloacelor de plată, cumpărarea de vapoare sau de energie electrică.

Convenția este, în multe cazuri, direct aplicabilă, fără a exista o înțelegere expresă. Totuși partenerii de afaceri au posibilitatea de a exclude, modifica ori completa Convenția ONU. Aici este oferit un spațiu de manevră.

Republica Moldova a aderat la Convenția ONU asupra contractelor de vânzare internațională a mărfurilor, în anul 1994, iar pe 01 Noiembrie 1995 aderarea a intrat în vigoare.

Mai multe informații le puteți accesa la <http://www.uncitral.org/>

Modalități de plată și de garanție a plăților**3**

O afacere este încheiată cu succes, atunci când contravaloarea mărfurilor sau a serviciilor livrate va ajunge la furnizor. Deci, este important ca în contractul de export să fie menționată modalitatea de plată.

Există următoarele posibilități de plată, care vor fi expuse în ordinea cea mai sigură pentru exportator:

3.1. Plata în avans ori Acont

Venitul obținut din vânzare sau cel puțin o parte din acesta, înainte de livrare. Aceasta formă de plată va fi luată în considerație, în cazul unui client cu o bonitate necunoscută, precum și atunci când exportatorul trebuie să investească mult în producția mărfii exportate.

Avantaj: existența unui risc minim pentru furnizor. Este foarte accesibil, ieftin, datorită faptului că nu există comisioane

Dezavantaj: deseori nu este aplicabil

3.2. Acreditivul documentar

Acreditivul documentar (engl. *Letter of Credit, L/C*) reprezintă angajamentul ferm de a plăti o anumită sumă de bani (contravaloarea exportului) de către o bancă la ordinul exportatorului contra documentelor atestând efectuarea livrării mărfii pe care exportatorul se obligă să le emită și să le prezinte în condițiile și termenele stabilite de ordonatorul acreditivului.

Mai jos va fi prezentat procesul pe scurt.

Mai întâi se va încheia un contract de cumpărare, care va prevedea **acreditivul** ca termen de plată. Acum, importatorul va deschide la banca sa un acreditiv. El va achita suma acreditivului ori va deschide o linie de credit, și va informa banca despre setul de documente, pe care exportatorul trebuie să-l prezinte, înainte ca suma să fie eliberată.

De regula, banca emitentă implică o bancă din țara de export și-i comunică condițiile de acreditiv. Această înștiințare conține garanția băncii că va respecta termenii și suma acreditivului va fi plătită.

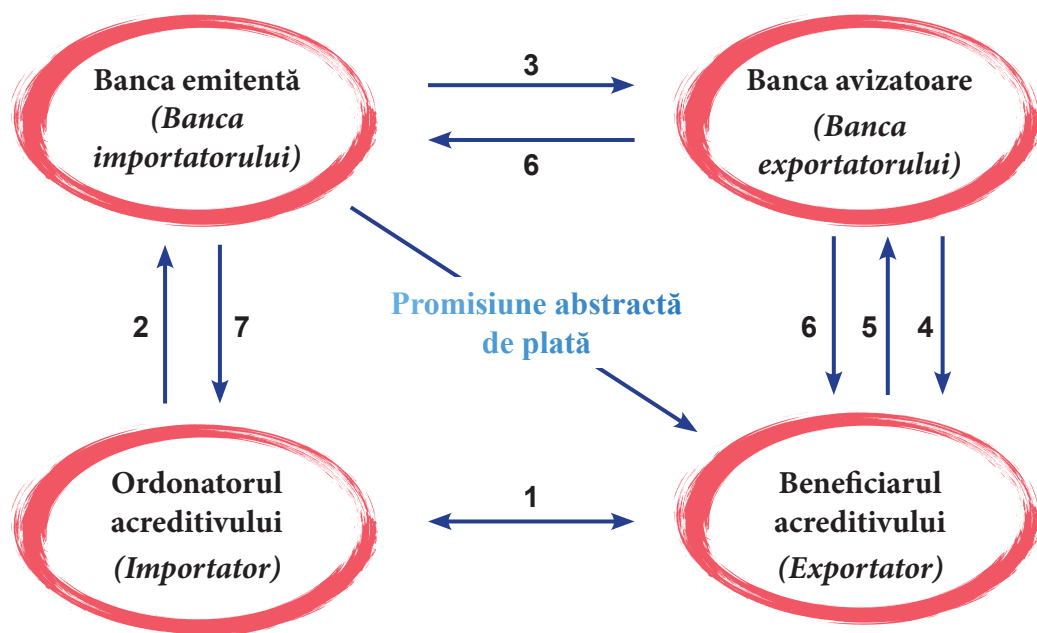
Exportatorul va fi, deci, prin intermediul băncii avizatoare, înștiințat despre acreditiv. Exportatorul poate solicita de la banca avizatoare o confirmare privind acreditivul. Eliberarea acestuia reprezintă o garanție a băncii avizatoare că plata va fi efectuată exportatorului, în condițiile, în care se vor respecta termenii acreditivului.

Îndată ce exportatorul va fi înștiințat, imediat ar trebui să verifice dacă termenii acreditivului coincid cu prevederile din contractul de cumpărare. Este important să se verifice, dacă documentele solicitate, pot fi prezentate, fără excepție,

în forma prevăzută în scrisoarea de acreditiv. Deseori transportarea parțială a bunurilor sau transbordarea sunt interzise.

Coincide clauza de livrare folosită cu contractul? Corespunde scrisoarea de expediție solicitată cu mijlocul de transport convenit? Va fi solicitat vreun certificat de asigurare, chiar dacă s-a acceptat ca destinatarul își va asuma asigurarea transportului? Acestea sunt doar unele întrebări. Fapt este că, dacă una din condiții nu va fi respectată, garanția de plată a băncii se va stinge.

Din acest considerent, cu cât mai clar și univoc este formulat contractul de cumpărare, cu atât mai simplu va fi de manevrat sau folosit acreditivul.



1. Exportatorul și importatorul vor încheia un contract de livrare.
2. Solicitarea de deschidere a acreditivului depusă de către importator la banca sa.
3. Transmiterea scrisorii de acreditiv la banca avizatoare.
4. Scrisoarea de înștiințare a exportatorului.
5. Prezentarea documentelor la banca avizatoare (agenția de plată) după realizarea cu succes a livrării.
6. După verificarea documentelor și stabilirea concordanței cu termenii acreditivului, efectuarea plății către exportator, precum și transmiterea imediată a documentelor din partea băncii avizatoare la banca emitentă cerând transferul contravalorii documentelor, precum și a taxelor și comisioanelor.
7. Transmiterea documentelor din partea băncii emitente către importator, plata din partea importatorului din contul său a contravaloarii documentelor, precum și ale tarifelor și comisioanelor băncilor implicate.

Avantaj: Garantarea unei siguranțe maxime pentru exportator.

3.3. Incasso documentar

Incasso documentar este cea mai simplă modalitate de procesare documentară a plăților. Baza pentru Incasso sunt, „Regulile uniforme pentru Incasso-urile”, publicație a Camerei Internaționale de Comerț (ICC) din Paris, cu amendamentele ulterioare, ale căror aplicație vor fi explicate în cererea de incasso.

Exportatorul împuternicește banca cu care lucrează (Banca Remitentă) să transmită documentele de export (documente care dovedesc expediția mărfii) importatorului, prin intermediul băncii acestuia (Banca Prezentatoare), fie - în funcție de înțelegerea dintre partenerii contractuali - contra unei plăți (documente contra plată) sau contra acceptării unui efect de schimb (documente contra acceptării).

Avantaj: Diminuarea riscului.

Dezavantaj: Ținând cont de acordul clientului, realizarea poate fi problematică .

3.4. Factura

Plata după primirea mărfii

Avantaj: Exportatorul își asumă integral riscul.

Dezavantaj: Se va aplica doar dacă există încredere în client

În cazul aplicării acestei forme de plată, are sens, ba chiar este util, să colaborați cu o bancă cu experiență internațională. De preferat, să căutați o bancă din Republica Moldova, care are legături strânse cu țara, în care doriți să livrați. De la această bancă ați putea obține chiar și o informație privind bonitatea clientului dumneavoastră, în cazul în care acesta este client al băncii în țara sa de origine.

Finanțarea

4

Nu doar produsul determină rezultatul unei comenzi străine, dar și finanțarea acesteia. În general, dacă există finanțare, atunci și șansele de plasare a unei comenzi sunt mai mari.

Tranzacțiile externe nu sunt afaceri rapide și pe termen scurt. Atât pregătirea lor, cât și negocierea contractului, deseori durează luni întregi. Iar după plasarea comenzii, ar putea trece luni până clientul va plăti. Este timpul, în care exportato-

rul va intra în avans, în cazul în care exportatorul va livra produse pe avans, el va fi nevoit să caute căi și mijloace de refinanțare, pentru a-și onora angajamentele față de furnizori și angajați. O așa situație este valabilă pentru procesarea unor comenzi mari.

Atât băncile comerciale, cât și instituțiile financiare specializate oferă întreprinderilor diverse posibilități de finanțare, pentru ca o activitate comercială externă reușită să devină și una lucrativă. Cele mai importante posibilități de finanțare:

- Credite bancare: un credit poate fi obținut atât de la o bancă națională, cât și de la o bancă comercială străină, pentru a acoperi perioada de timp între livrarea mărfurilor sau a serviciilor și primirea plății;
- Împrumuturi internaționale: aceste credite sunt acordate de către banca exportatorului, ori de către o bancă străină, fie în moneda Euro sau în altă valută. De asemenea, există posibilitatea ca clientului să-i fie oferit un împrumut la o bancă străină, prin intermediul exportatorului și a băncii sale;
- Biletul la ordin ca mijloc de finanțare: de regulă biletul la ordin poate fi folosit atât peste hotare, cât și pe teritoriul național, unitatea monetară utilizată neavând vreo importanță. Bilete la ordin pot fi introduse spre decontare atât în banca din țara de origine, precum și prin intermediul băncilor din străinătate. Acest mijloc de finanțare este cel mai ieftin, din cauza celor mai mici dobânzi. Însă, atenție: la decontarea biletului la ordin se va ține cont și de costurile de acoperire a riscului, cum ar fi, spre exemplu, asigurarea creditelor de export ori asigurarea de curs valutar. Din acest considerent se va calcula dacă împrumutul clasic nu ar fi cea mai convenabilă sau avantajoasă formă de finanțare.

Pentru un interviu de obținere a unei linii de creditare de la o instituție financiară veți avea nevoie de următoarele acte:

- Contractual de cumpărare, respectiv descrierea amănunțită a intenției de cumpărare: conținutul contractului, volumul, perioada de execuție, termenul de livrare, posibilități de achitare etc.
- Documente informative despre client: date privind bilanțul, portofoliul de produse, legăturile comerciale, proprietăți în țara de origine, filiale;
- Descrierea proiectului, analiza cost-beneficiu;
- Volumul financiar necesar și perioada de finanțare;
- Propuneri proprii privind procedurile financiare: depozit pentru client, surse proprii, necesitate de mijloace financiare străine, propuneri privind asigurarea unui împrumut.

Autorizații**5**

În multe părți ale lumii domină comerțul liber. Cu toate acestea, există țări, în care nu pot fi exportate, respectiv importate, produse neautorizate (fără licențe). Motivele pentru aceste restricții sunt interesele naționale și europene de securitate, sancțiuni internaționale ori interdicții privind răspândirea armelor de distrugere în masă.

În general, o marfă, care urmează a fi exportată, va fi supusă autorizării, în cazul în care va fi inclusă și descrisă în lista bunurilor cu control la export. Autorizate vor fi și mărfurile exportate, care nu sunt menționate în lista bunurilor, dar care sunt predestinate armelor de distrugere în masă și lansatoarelor de rachete, ori vor fi folosite pentru armele convenționale, în unele țări, considerate destul de sensibile la acest capitol.

Aici se mai adaugă și embargourile impuse în baza hotărârilor și sancțiunilor Națiunilor Unite sau ale Uniunii Europene, care restricționează exportul cu țările afectate. Pentru alte țări se aplică, de asemenea, și embargourile la arme.

Exportul din Republica Moldova este liber și nu necesită licență. Oricum, licența de export este necesară în cazuri specifice și pentru anumite tipuri de marfă, spre exemplu în cazul exportului de arme și muniții. Informații suplimentare pot fi obținute de la Serviciul Vamal (www.customs.gov.md).

Standarde**6**

Pentru a exporta în Uniunea Europeană se vor respecta mai multe norme și standarde. Aici, în primul rând, se va menționa Organizația Internațională pentru Standardizare (International Organization for Standardization), care este responsabilă pentru stabilirea normelor la nivel mondial. Mai multe informații despre această organizație, le puteți găsi în limba rusă, accesând pagina [http://www.iso.org/iso/ru/home.htm?=-](http://www.iso.org/iso/ru/home.htm?=)

Fiecare țară are propriile instituții cu competențe normative. În Germania, spre exemplu, atribuțiile de stabilire a standardelor sunt atribuite Institutului German pentru Standardizare (DIN, www.din.de)

Diferite ramuri ale economiei și-au dezvoltat propriile norme, care ulterior s-au transformat în standarde. Un exemplu în acest sens poate fi menționat Conceptul HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), care are drept scop de a garanta siguranța produselor alimentare și a consumatorilor. La 01 ianuarie 2006 a intrat în vigoare pachetul legislativ privind igiena UE, adoptat încă în 2004. Acest set legislativ prevede că doar produsele alimentare, care respectă cerințele HACCP, pot fi exportate și comercializate în Uniunea Europeană.

Respectarea acestor și a altor norme este atestată prin certificate. Agențiile de certificare vor fi recunoscute de Uniunea Europeană, dacă acestea emit certificate de însoțire a produselor și serviciilor, ce vor fi exportate în UE.

1. Una dintre aceste instituții de certificare este și SGS (Moldova) S.A.

2. Tel: +373 22 228383, Fax: +373 22 225066, Moldova, 2009, Chișinău, Str. Mihai Eminescu 7.

În industria auto furnizorii sunt testați în baza de audit.

În cadrul tranzacțiilor comerciale, „standarde” pot fi considerate și practicile utilizate, care țin de o fidelitate contractuală înaltă, fiabilitatea livrărilor și comunicare sistematică.

Litigii și soluționarea acestora

7

Cea mai bună modalitate pentru a evita diferendele de executare a contractelor este o formulare cât mai clară și precisă a prevederilor contractuale. Cu toate acestea, se mai întâmplă ca părțile semnate să se mai certe pe marginea interpretării contractului. În cazul în care dialogul direct între părți eșuează și nu se ajunge la o înțelegere privind interpretarea contractului, se va apela la diferite instrumente și instituții, pentru a clarifica și soluționa conflictul.

Calea de atac clasică, judiciară este prevăzută în majoritatea contractelor.

Procedura arbitrală

Avantajul instituțiilor de arbitraj, spre deosebire de calea judiciară, sunt:

- Procedura arbitrală este **mai rapidă și mai puțin formală**, comparativ cu procedura în fața instanțelor de judecată statale. Părțile pot să stabilească tribunalului arbitral un termen pentru soluționarea litigiului. Regulamentul Curții de Arbitraj stabilește un termen de 6 luni, din momentul când cauza a fost transmisă spre soluționare tribunalului arbitral competent, termen în care trebuie pronunțată hotărârea arbitrală.
- Procedura arbitrală este **confidențială**, ședințele de arbitraj nu sunt publice, nicio persoană nu are acces la informațiile privind activitatea de soluționare a litigiilor în *Curtea de Arbitraj*.
- **Competența specializată a arbitrilor** – arbitrii *Curții de Arbitraj* sunt specialişti cu înaltă calificare în domeniul dreptului și relațiilor comerciale internaționale.
- **Părțile desemnează arbitrii** care vor soluționa litigiul comercial în procedură arbitrală.

- **Costuri reduse** – taxele de arbitraj sunt exprimate procentual, regresiv, pe tranșe, la valoarea obiectului litigiului, potrivit **Normelor privind taxa și cheltuielile arbitrale**.
- La adoptarea hotărârii arbitrale tribunalul arbitral se conduce în primul rând de **voința părților expusă în contract** și de uzanțele comerciale.
- Hotărârile arbitrale sunt **definitive și obligatorii** pentru părți din momentul pronunțării și nu pot fi atacate în ceea ce privește fondul litigiului.
- Hotărârile arbitrale se bucură de o **largă recunoaștere internațională**, Republica Moldova, alături de alte peste 100 state, a ratificat Convenția Națiunilor Unite cu privire la recunoașterea și executarea sentințelor arbitrale străine, încheiată la New York, în 1958.
- Părțile **pot media conflictul** și să înceteze astfel procedura arbitrală.

Mai multe informații le puteți găsi pe pagina web a Curții de Arbitraj Comercial Internațional de pe lângă Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova (<http://arbitraj.chamber.md/index.php?id=2>)

Medierea este cea mai nouă formă de soluționare a litigiilor.

Medierea reprezintă o modalitate facultativă de soluționare a conflictelor pe cale amiabilă, cu ajutorul unei terțe persoane specializate în calitate de mediator, în condiții de neutralitate, imparțialitate și confidențialitate.

Medierea se bazează pe încrederea, pe care părțile o acordă mediatorului ca persoană aptă să faciliteze negocierile dintre ele și să le sprijine pentru soluționarea conflictului, prin obținerea unei soluții reciproc convenabile, eficiente și durabile. Rezolvarea conflictului prin mediere este rodul întâlnirii voinței părților. Nimeni nu vine să le impună soluția, prin urmare, părțile sunt singurele în măsură să hotărască. Mediatorul are rolul de a facilita crearea unui culoar de comunicare între părți, prin intermediul căruia acestea să conștientizeze singure care este cea mai bună soluționare a conflictului dintre ele.

Medierea permite o importantă economie de timp și evitarea stresului generat de un litigiu derulat în fața instanței de judecată. Prin mediere se ajunge, de regulă, la o soluție în doar câteva ore și, pe de altă parte, părțile evită astfel să-și facă publice problemele într-o sală de judecată.

Servicii de mediere (chiar și internaționale) sunt oferite, printre altele, de Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova, <http://arbitraj.chamber.md/index.php?id=9>.

Târguri și expoziții

8

Pentru o întreprindere care intenționează să exporte pe piețe noi, târgurile și expozițiile specializate sunt interesante sub doua aspecte:

- În primul rând, este o posibilitate ideală și în mare măsură fără careva obligații, de a vă informa despre situația de pe piață, produse și servicii, ofertanți și concurenți, eventuali clienți și parteneri.
- În al doilea rând, participarea la un astfel de eveniment, cu un stand comercial, este oportună pentru a prezenta compania, precum și produsele și serviciile dumneavoastră.

Pentru o mai bună expunere internațională sunt recomandate târgurile specializate internaționale. Doar la aceste expoziții sunt așteptați cei mai mulți expozanți și vizitatori străini.

8.1. Cum să găsec târgul și expoziția potrivită?

Despre cele mai importante târguri și expoziții internaționale puteți afla din baza de date a Asociației Germane a Industriei Târgurilor și Expozițiilor, accesând pagina www.auma.de. Chiar dacă site-ul este gestionat de o instituție germană, el oferă informații, în mai multe limbi, despre cele mai mari târguri specializate din întreaga lume.

Baza de date în limba engleză este disponibilă la adresa: <http://www.auma.de/pages/MessenWeltweit/MessenWeltweit.aspx?sprache=e>

Căutarea se face după țări ori regiuni, precum și după ramuri și cuvinte-cheie.

8.2. Cum mă pregătesc pentru vizitarea unui târg specializat?

Lista de verificare de mai jos vă ajută să vă pregătiți mai bine și eficient pentru a vizita o expoziție / un târg.

1. Pregătirea pentru târg

- Cine merge la târg?
- Ce scopuri concrete urmăriți cu vizita la târg?
- Cine și pentru ce domeniu va fi responsabil?
- Cu care firme ați dori să stabiliți contacte, legături?

Este recomandat:

- ✓ să aveți pregătite din timp materiale informative despre compania dvs.;
- ✓ să elaborați un plan al vizitei (aflarea perioadei, selectarea temelor și a partenerilor pentru eventuale discuții, datele de contact);

- ✓ să vă înregistrați în lista online a vizitatorilor specializați;
- ✓ să faceți aranjamentele necesare pentru planificarea vizitei (rezervarea bile-
tului avia, hotel, etc.);
- ✓ să aduceți mostre, cataloage și cărți de vizită;
- ✓ să solicitați de la organizatori programul cadru al congresului sau târgului
etc.

2. Vizitarea propriu-zisă a târgului

Documentați conversațiile purtate cu eventuali parteneri (strângeți cărți de vizită, faceți însemnări pe marginea discuțiilor, acumulați informații despre par-
tenerii de afaceri).

Este important să vă creați o impresie despre alte proceduri și cum sunt ges-
tionate alte afaceri. Primele ore ale vizitării târgului ar fi bine să le dedicați „acli-
matizării”. Înainte de a vizita fiecare stand expozițional, vă sfătuim să vă plimbați
pe teritoriul complexului, să vă formați anumite păreri și să vă familiarizați cu
anturajul târgului.

3. Acțiunile ulterioare participării la târg sau expoziție

- ✓ Analizați și sistematizați, cât mai rapid, însemnările și înștiințați colegii dvs.,
dacă este cazul;
- ✓ Revizuiți, după 4 – 8 săptămâni, înțelegerile la care ați ajuns;
- ✓ Este important să rămâneți în contact cu potențiali parteneri de afaceri (să
expediați oferte, să-i invitați în vizită);
- ✓ Evaluați participarea dumneavoastră la târg. Notați-vă ce ați putea face,
anul viitor, diferit și mai bine.

8.3. Participarea întreprinderilor la târguri și expoziții

Participarea la un târg sau la o expoziție, cu un stand expozițional propriu,
presupune o pregătire mult mai intensă, precum și costuri semnificativ mai mari.

O soluție interesantă pentru ca o întreprindere mică să participe (pentru pri-
ma oară) la un târg internațional, ar fi organizarea de către țara reprezentată
a standurilor expoziționale comune. Asemenea deplasări sunt organizate - de
exemplu – de Camera de Comerț și Ministerul Economiei.

Căi de distribuție comercială

9

Nu este suficient doar să produci bunuri de calitate. Decisiv pentru succesul pe piață, în special cea internațională, este ca produsul să ajungă la client. Problema fundamentală a comerțului exterior, și anume: cum să ajungă produsele la client cât mai eficient și ieftin, presupune mai mult decât simple aspecte de logistică. Astfel că distribuția comercială determină succesul ori eșecul unei afaceri de comerț internațional.

La etapa inițială a activității comerciale externe, ar fi rezonabil, din punct de vedere al costurilor mai mici, ca livrarea produselor să fie realizată, în mare parte, din antrepozitele proprii. Progresul enorm, înregistrat la capitolul rapiditate și calitate a serviciilor de expediție și livrare a coletelor, asigură, între timp, predarea mărfurilor timp de 24 ore, în multe părți ale Europei, și aproximativ 48 ore – în alte părți ale lumii.

Odată ce afacerea comercială internațională crește și devine importantă, pot fi folosite și alte canale de distribuție. Mai jos sunt prezentate câteva opțiuni, care, ținând cont de creșterea nivelului de investiții, ar putea duce la dezvoltarea strategiei de distribuție comercială.

9.1. Casă de comerț

Colaborarea cu o casă de comerț nu reprezintă exportul în cel mai strict sens. Dumneavoastră vindeți produsele unei întreprinderi, stabilite pe teritoriul Republicii Moldova, care, prin intermediul propriilor canale de distribuție, le va desface pe piața externă, internațională. Avantajul reprezintă organizarea unei afaceri comode fără implicare de riscuri. Dezavantajul, însă, ține de faptul că strategia de marketing este determinată de partenerul dvs., astfel dvs. nu aveți posibilitatea de a influența metodele de promovare a bunurilor dvs. Rolul dvs. este cel de spectator pasiv, care urmărește activitatea de pe piață, de la distanță, fără a putea să acumulați anumită experiență.

9.2. Importator

Avantaje: costuri inițiale mici, realizare rapidă.

Dezavantaje: participarea poate fi limitată ori parțial influențabilă, iar produsele concurenților ar putea fi distribuite prin intermediul aceluiași importator.

Este recomandabil, ca această cale de distribuție să fie aleasă, atunci când importatorul oferă o garanție de cumpărare pe termen lung.

9.3. Distribuitori autorizați

Avantaje: stabilirea unei legături mai strânse, existența unei prezențe durabile pe piață și a unui birou permanent de informații.

Dezavantaje: căutarea partenerilor devine un proces de lungă durată, iar la început nu va exista o reprezentanță exclusivă.

9.4. Angroșiști

Avantaje: pot fi folosite contactele deja stabilite ale angroșiștilor, existența unei rețele de distribuție cu o largă acoperire teritorială.

Dezavantaje: marje ridicate, un mediu concurențial direct.

9.5. Agenți comerciali

Avantaje: pot fi bine dirijați, pot fi urmărite propriile obiective/priorități, organizarea unui serviciu de asistență pentru clienți.

Dezavantaje: implicarea de costuri ridicate, în special, pentru reprezentările exclusive.

Prin intermediul unui agent comercial vă este asigurată o prezență rapidă pe o piață nouă. El sau ea, pe lângă cunoștințele specializate și de ramură, pune la dispoziție și contactele personale deja stabilite. Un reprezentant bun vă va informa regulat despre schimbările de pe piață și va veni cu sugestii privind îmbunătățirea calității produselor. Căci între dumneavoastră și reprezentant se va stabili o identitate de interese: de succesul produselor dumneavoastră va depinde și succesul reprezentantului local.

Pentru căutarea unui bun agent comercial se va alocă suficient timp, ținând cont de rolul hotărâtor, pe care-l poate juca. Pe lângă aceasta, în procesul de selecție va fi necesar de respectat mai mulți pași. În cazul în care veți da de un partener incompetent, toate pregătirile intensive ar fi în zadar și ați pierde mult timp.

În primul rând, adresați-vă mai multor potențiali agenți: adresele acestora le puteți găsi în cataloagele relevante sau îi puteți aborda la diverse târguri și expoziții specializate, ori la evenimente profesionale.

Unii din agenți, pe care îi veți contacta, vă vor răspunde că ar dori neapărat să introducă produsul dvs. în portofoliul său, că ar avea cele mai bune contacte pe piață și că ar fi interesat să semneze un contract general de reprezentare. Fiți atenți! În special, ar trebui să clarificați, din capul locului, că o reprezentare bazată pe exclusivitate la scară națională nu este posibilă. Pentru unii ar trebui să fie de învățătură că interesul agentului exclusiv nu este de a obține doar o singură comandă, ci de a-i ține pe operatorii nou-intrați cât mai departe de piață, pentru a-și proteja produsele, pe care deja le reprezintă. Sau, că agentul specula cu niște afaceri selectate la întâmplare, pentru a-și însuși un comision îndatorat.

Ideal ar fi să găsiți un tânăr (ori o tânără), care încă nu reprezintă mai multe întreprinderi, și, respectiv, este motivat (-ă) să se poziționeze pe piață. Înainte de a contracta un agent comercial, este recomandabil, să vă întâlniți cu mai mulți candidați. Ar fi bine să luați materiale promoționale și, dacă e posibil, mostre ale produsului dumneavoastră. Puneți candidatul la încercare, solicitați documentele de afaceri și inspectați sediul și depozitele întreprinderii. Vorbiți amănunțit cu potențialul agent despre produs. Ascultați sugestiile lui (ei) privind modificarea ambalajului ori a produsului. Neapărat să discutați cu el (ea) despre designul materialelor promoționale elaborate într-o limbă străină, precum și despre lista de prețuri.

Înainte de a încheia un contract cu agentul selectat, este indispensabil să vă informați despre dreptul de reprezentare din țara de interes. Căci prevederile legislative din acest domeniu diferă de la țară la țară; mai ales privind comisioanele și perioada de angajament. Proiectul de contract ar fi bine să fie examinat, verificat și avizat de către un jurist.

9.6. Filiale proprii

Avantaje: veți avea parte de un birou de reprezentanță de calitate, veți reacționa mai rapid la schimbările de pe piață și veți putea gestiona mai bine.

Dezavantaje: succesul va implica cheltuieli relativ mari și o durată lungă de timp.

9.7. Vânzări directe către consumatorul final

Avantaje: presupune costuri relativ mici de distribuție și permite un contact direct cu consumatorul final.

Dezavantaje: implică cheltuieli mari de pregătire, iar posibilitățile de gestionare sunt limitate.

La planificarea căilor de distribuție se va ține cont de următoarele aspecte-cheie:

Cooperare comercială în domeniul exportului

Stabilirea unei cooperări, în domeniul exportului, între companiile de aceeași dimensiuni, în special cele mijlocii, este o alternativă rațională pentru a câștiga noi piețe externe. La etapa inițială, volumul afacerilor fiecărei întreprinderi în parte, este, deseori, mic, astfel încât un aparat necesar pentru organizarea exportului (personal, traduceri, vizitarea clienților) nu este rentabil.

Ar fi mai avantajos ca firmele cu aceeași gamă de produse, să se unească pentru a finanța un birou de administrare a exportului. În așa fel, ar reduce din costuri, dar și-ar păstra influența asupra deciziilor.

Utilizarea Internetului

Triumful comunicării electronice nu a ocolit și vânzările în străinătate. Costurile comparativ mici și o acoperire mare sunt două argumente pentru ca Internetul să fie folosit în domeniul vânzărilor.

Rezonabil ar fi, ca informații de bază despre întreprinderea dumneavoastră, gama de produse și servicii oferite, precum și posibilitatea de contact prin diverse canale de comunicare (e-mail, fax, telefon și scrisoare), să fie accesate on-line, în limba engleză. Un element decisiv pentru o comunicare reușită, este, ca la întrebările primite – și fie ele chiar și cu caracter general – să fie expediate răspunsuri într-un mod rapid și competent.

Alte țări – alte obiceiuri

10

Cei care intenționează să desfășoare o activitate comercială sau o afacere în străinătate, spre exemplu să exporte, trebuie să se familiarizeze cu țara de destinație și oamenii acesteia, pentru a-i înțelege mai bine. Această cunoaștere reciprocă este o condiție esențială pentru succesul în relațiile de afacere.

Nu doar prețul și produsele determină succesul în relațiile cu partenerii străini. Cunoașterea particularităților naționale vă va ajuta să creați o atmosferă armonioasă, în care vor înflori nu doar afacerile. Managementul intercultural este un cuvânt magic, nu mai puțin important decât calitatea, prețul și produsul.

Și nu este vorba doar de a respecta niște reguli elementare de comportament, ci mai mult, de a cunoaște și a ține seama de specificul cultural. Aceasta începe cu salutul și se termină cu subiectele tabu ale unei culturi, de care se va ține seama la primul contact cu partenerii de afaceri străini.

În fiecare țară există anumite stiluri de viață, particularități culturale și tradiții, care, de asemenea, își lasă amprenta și asupra afacerilor. Europeanii din sud, spre exemplu, se vor arăta vădit deranjați, dacă vor fi sunați în timpul prânzului (Siesta); în schimb multe birouri activează și pe timp de seară, chiar și după ora 19.

Particularitățile sau afinitățile naționale ori etnice ocupă un loc important, sunt de o mare valoare, în multe țări ale lumii. Cel care va vorbi despre britanici, în Scoția ori în Țara Galilor, puțin probabil va avea succes. Locuitorii din Nordul Spaniei, spre exemplu, se consideră a fi basci, catalani ori galițieni, și nu spanioli.

Nu doar de aceste trăsături specifice naționale se va ține seama, dar și de rivalitățile din interiorul unei țări. Sper exemplu, este important de știut, că în Italia, mulți locuitori din nord nu-i agreează pe italienii din sud. Dar și tensiunile dintre flamanzii și valonii din Belgia nu pot fi ignorate.

Intensitatea managementului intercultural va depinde, bineînțeles, și de cât de strânse sunt legăturile comerciale. Cel care a încredințat vânzările unui partener de afaceri străin, își va face mai puține griji de aspectul intercultural, spre deosebire de o companie, care va vinde direct sau își va dezvolta propria structură de distribuție. Dar și produsul în sine va decide asupra gradului de înțelegere interculturală. Vânzarea unui perforator, spre exemplu, va afecta mai puțin specificul cultural decât înființarea unui Call-Center.

De regulă, este relativ simplu de a evita gafele interculturale. Trainerii din domeniu recomandă următoarele:

1. Acumulați informații, încă până la stabilirea primului contact.
2. Evitați să comentați particularitățile culturale, religioase, politice ori naționale.
3. Nu încercați să imitați dialecte, acțiuni, gesturi ori comportamente. Efectul ar putea fi ofensator.
4. Nu vă referiți la anumite practici obișnuite în țara dumneavoastră. Interlocutorul ar putea reacționa descurajat.
5. În niciun caz nu treceți cu vederea experiența partenerilor străini. Se va ține seama de orice experiență și de orice propunere.

Un aspect deosebit de important în acest context, sunt instrucțiunile de utilizare, fie că este vorba despre indicațiile de pe un tub de pastă de dinți, ori de instrucțiunile producătorului privind folosirea unui dispozitiv etnic complex. Gândiți-vă din timp că prezentarea adecvată a unui produs, presupune, pe lângă ambalaj, și manualul de utilizare bine tradus. Țineți cont și de faptul că nu toți oamenii sunt obișnuiți cu utilizarea dispozitivelor tehnice. Cu cât instrucțiunile de utilizare vor fi mai obișnuite, cu atât mai bine.

Și încă un sfat important: un manual de utilizare amplu, care prevede toate pericolele în caz de folosire greșită a produsului, este o măsură importantă, care vă va proteja de procesele costisitoare în despăgubiri. În comunitatea europeană se aplică legislația înăsprită privind răspunderea producătorului ori a importatorului.

Fiind om de afaceri, veți fi perceput ca ambasador al Republicii Moldova, al oamenilor și al culturii, pe care o reprezentați. Din acest considerent, este recomandat să diseminați informații despre țara, oamenii și regiunea de unde veniți. În majoritatea cazurilor veți trezi interes.

Afacerile sunt făcute între oameni, cu toate caracteristicile lor specifice. Cunoașterea, respectarea, și, pe cât de posibil, acceptarea lor ar facilita stabilirea contactelor comerciale. Acest lucru nu înseamnă, în mod explicit, a fi de acord cu totul. Decisiv este combinația între a comunica despre sine și a-l respecta pe celălalt.



Cum îmi ajustez afacerea pentru export?

Decizia de a accesa piețele din străinătate este un pas foarte important pentru o întreprindere autohtonă, care, până în prezent, și-a comercializat produsele și serviciile pe piața internă.

În acest context, se va verifica dacă această firmă este pregătită pentru a intra pe o piață externă. Iar dacă nu, care ar fi schimbările necesare, pentru ca pregătirile să fie eficiente și bine orientate.

Următoarea listă cu întrebări ar putea oferi îndrumări întreprinderilor, precum și conducerii, spre o mai bună pregătire pentru piața externă:

1. Dispune compania, respectiv conducerea acesteia, de suficient spațiu și timp, pentru a se pregăti pentru activitățile comerciale exterioare?
2. Dețin angajații firmei suficient Know-How pentru aceasta?
3. Care ar fi costurile, dar și riscul, pe care compania ar rezista să le suporte?
4. Cum se vor realiza schimbările organizatorice?
5. Sunt angajații disponibili să muncească suplimentar?
6. Este infrastructura existentă (producerea, logistica, contabilitatea, vânzarea, distribuția) suficientă pentru sarcini suplimentare, cel puțin la etapa inițială?

Aceste întrebări denotă faptul că, extinderea unei afaceri sau începerea unor activități comerciale externe presupune schimbări esențiale pentru întreprindere. O politică ofensivă de informare, în cadrul companiei este foarte importantă. Ca angajații să fie pregătiți să se implice în noi activități, ei ar trebui să înțeleagă de ce anumite căi vor fi urmate și de ce, pentru o anumită perioadă de timp, va fi depus un efort mai mare.

Ca urmare a răspunsurilor la întrebările de mai sus, dar și a comunicării cu angajații, se vor stabili acțiunile necesare, care vor fi întreprinse pentru a pregăti compania pentru export. În acest sens următoarele puncte ar putea servi drept indici:

- 1) Instruirea angajaților (din punct de vedere al cunoștințelor specifice exportului, lingvistic și al comunicării interculturale)
- 2) Este necesar de a consolida anumite capacități suplimentare (personal, tehnică etc.)
- 3) Pregătirea actelor (și în format electronic) despre întreprindere, măcar în limba engleză.

Glosar de termeni și noțiuni

Brokerul vamal – persoană juridică, înregistrată în conformitate cu legislația, care deține autorizație pentru activitate de broker vamal, eliberată de Serviciul Vamal, și care efectuează, în numele și pentru terțe persoane, declararea mărfurilor, prezentarea lor pentru vămuire, achitarea drepturilor de import/export cuvenite, precum și alte operațiuni de mediere în domeniul vamal.

Certificat de conformitate – document eliberat în baza regulilor de certificare și care demonstrează cu certitudine că un produs, identificat corespunzător, este conform cu un standard sau cu un alt document normativ. Conformitatea presupune îndeplinirea condițiilor prescrise de standard pentru un produs.

Certificatul de origine a mărfurilor EUR.1 – act justificativ care confirmă univoc țara de origine a mărfurilor exportate în statele UE în cadrul Preferințelor Comerciale Autonome (ATP), acordate Republicii Moldova.

Certificatul de origine Forma A – act justificativ care confirmă univoc țara de origine a mărfurilor exportate în statele care nu sunt membre ale Uniunii Europene și acordă Republicii Moldova Sistemul Generalizat de Preferințe (GSP).

Certificat de origine a mărfurilor Forma CT-1 – actul justificativ care confirmă univoc țara de origine a mărfurilor conform Regulilor de determinare a țării de origine a mărfurilor pentru mărfurile originare din Republica Moldova la exportul lor în statele membre la Acordul de Creare a Zonei de Comerț Liber în cadrul CSI. Este eliberat de organele vamale doar pentru mărfurile originare din Republica Moldova, cu condiția transportării lor directe în unul din statele membre la Acordul de Creare a Zonei de Comerț Liber în cadrul Comunității Statelor Independente.

Comisionar – intermediar care îndeplinește pentru o anumită recompensă (comision) tranzacții de export sau import din numele său, dar din contul și în folosul comitentului (cel ce dă o dispoziție comisionarului).

Control vamal – îndeplinirea de către organul vamal a operațiunilor de verificare a mărfurilor, a existenței și autenticității documentelor; examinarea evidențelor financiar-contabile; controlul mijloacelor de transport; efectuarea de anchete și alte acțiuni similare pentru a se asigura respectarea reglementărilor vamale și altor norme aplicabile mărfurilor aflate sub supraveghere vamală.

Cross-curs – raportul dintre două valute, determinat în baza cursului acestor valute față de o oarecare a treia valută.

Declarație vamală de export – actul unilateral prin care o persoană manifestă intenția de a plasa mărfurile sub regim vamal de export. Declarația vamală este întocmită de către declarant (brokerul vamal) și se prezintă Biroului vamal teritorial în scopul îndeplinirii formalităților vamale. Declarația vamală este documentul juridic care permite trecerea mărfurilor peste frontiera de stat și tranzitarea acestora pe teritoriul altor state. Mărfurile și obiectele neincluse în Declarația vamală sunt confiscate.

Dreptul de restituire a TVA – dreptul exportatorilor de a primi din bugetul de stat contravaloarea TVA aferente mărfii exportate. Dreptul la restituirea TVA din buget se extinde numai asupra subiecților impozabili, înregistrați ca plătitori de TVA, și se efectuează prin Decizia Comisiei teritoriale privind restituirea TVA de la locul de deservire.

Drepturi de export – taxa pentru procedurile vamale, taxa pentru eliberarea de autorizație, orice alte sume care se cuvin statului la exportul de mărfuri, încasate de organul vamal în conformitate cu legislația.

Factură comercială (Invoice) – document emis de către vânzător către cumpărător pe un formular standard în care sunt enumerate mărfurile, cantitățile și valorile acestora. Invoice-ul este necesar pentru a fi prezentat în vamă, la bancă, la asigurarea încărcăturii etc.

Franco (ital. franco – liber) – condiție de vânzare conform căreia Vânzătorul se obligă să aducă marfa în locul stabilit în contract din cont propriu.

GSP (în engleză – Generalised System of Preferences; în română – Sistemul Generalizat de Preferințe) – schemă generalizată de preferințe prin intermediul căreia UE și alte state asigură pentru unele țări vulnerabile suspendarea taxelor vamale ad valorem (după valoare) pentru produsele listate. Taxele specifice sunt de asemenea suspendate, cu excepția cazurilor unde există și o taxă ad valorem. În cadrul acestui sistem UE mai oferă și suport tehnic pentru ameliorarea sistemului fitosanitar și a ocrotirii sănătății, care ar permite produselor agroalimentare moldovenești să fie acceptate pe piața UE.

INCOTERMS – reprezintă reguli, care se referă la interpretarea uniformă a obligațiilor Vânzătorului și Cumpărătorului privind derularea contractului de vânzare internațională referitor la livrarea mărfurilor, repartiția cheltuielilor, transferul riscurilor și formalitățile documentare privind trecerea mărfurilor de la vânzător la cumpărător.

În prezent în tranzacțiile de comerț extern este utilizată versiunea Incoterms 2010. Cu toate că aplicarea INCOTERMS este facultativă, majoritatea antreprenorilor le folosește pe larg, deoarece permite interpretarea unitară a termenilor comerciali. Conform “Regulilor INCOTERMS – 2000” comercianții din toată lumea au la dispoziție un număr de 13 variante (incluse în 4 grupe), dintre care să-și aleagă una care să le convină și pe care să o scrie în contract, urmând să o respecte întocmai.

Ofertă comercială – propunere formală, de regulă, în scris, adresată cumpărătorului potențial privind vânzarea unui anumit lot de mărfuri la condițiile vânzătorului. În practică se deosebesc două forme de ofertă: (i) Oferta comercială fermă – se face de Vânzător doar unui singur cumpărător, indicând termenul în cursul căruia Cumpărătorul acceptă sau respinge oferta; (ii) Oferta comercială liberă – se face pentru mai mulți cumpărători pentru a studia piața. Cumpărătorul potențial (Importatorul) poate expedia ofertantului (exportatorului) o Contraofertă care include condițiile proprii de cumpărare.

Opțiunea (engl. option) – clauză, inclusă în contractul de export, conform căreia cumpărătorul obține dreptul pentru o perioadă de timp stabilită să cumpere o cantitate suplimentară de marfă la aceleași condiții contractuale. În schimbul obținerii acestui drept cumpărătorul, de regulă, plătește vânzătorului o primă.

Preferințe comerciale autonome (PCA) – produse originare din Moldova, cu unele excepții, care sunt admise la import în UE fără restricții cantitative și cu scutire de taxe vamale.

Prețuri de export – diverse feluri de prețuri utilizate în procesul de pregătire și efectuare a exportului. Una și aceeași marfă poate fi vândută la diferite prețuri în dependență de locul și timpul vânzării, relațiile existente între Exportator și Importator, politicile de stat în comerțul extern etc. Cele mai importante forme de prețuri utilizate de un exportator sunt:

Prețuri mondiale – prețurile stabilite în rezultatul operațiunilor de export–import în centrele mondiale ale comerțului extern (de regulă la burse).

Prețuri de contract – prețuri stabilite într-un contract de export–import, reprezintă un secret comercial. Aceste prețuri pot să nu corespundă prețului de piață atunci când în contract este inclusă numai o parte din preț (prețul de transfer), iar o altă parte a prețului de piață este utilizată în scopul diminuării impozitelor.

Prețuri indicative de export – prețuri utilizate de organele vamale pentru a limita exportul de anumite mărfuri sau a nu permite micșorarea prețurilor declarate în vamă. Ele nu sunt obligatorii pentru exportator, dar adeseori prezintă o restricție reală în calea comerțului extern.

Prime de export – înlensniri financiare acordate exportatorilor de către organele de stat sau de asociații ale întreprinderilor în scopul extinderii exportului de mărfuri. Primele de export stimulează exportul, puterea de concurență, asigură locuri de muncă și venituri lucrătorilor din ramurile respective.

Punere în circulație – acțiunea prin care organul vamal lasă la dispoziția persoanei mărfurile și mijloacele de transport după vămuire. Punerea în circulație se face prin dispoziția „liber de vamă” – actul prin care organul vamal lasă la dispoziția persoanei mărfurile sau mijloacele de transport vămuite.

Repatrierea mijloacelor bănești – încasarea de la nerezidenți a mijloacelor bănești aferente exportului de mărfuri și prestării de servicii în străinătate în conturi deschise la băncile autorizate din Republica Moldova, în volumul mijloacelor indicate în declarația vamală și în termenul stabilit de legislație.

Restricții netarifare – sistem de măsuri administrative, financiare și reglementări tehnice ce se află în afara politicii tarifare vamale în scopul limitării importului anumitor produse.

Taxă pentru proceduri vamale – taxa pentru serviciile acordate de către organul vamal (lista acestor servicii și cuantumul taxei pentru prestarea lor sunt prevăzute în Anexa 2 la Legea cu privire la tarifului vamal).

Valuta de plată – valută în care are loc plata reală a unei mărfi într-o tranzacție comercială externă. Valuta de plată poate fi orice valută convenită între Exportator și Importator și poate fi diferită de valuta tranzacției.

Valoarea în vamă a mărfii – valoarea mărfii introduse pe sau scoase de pe teritoriul vamal, stabilită în scopul perceperii taxelor vamale și a altor impozite.

Vămuire – procedeul de plasare a mărfurilor și mijloacelor de transport în regim vamal și încheierea acestui regim, în condițiile stipulate de Codul Vamal.

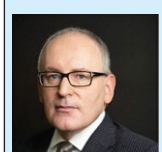
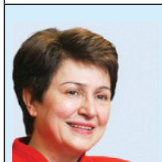
Bibliografie

- Nicolae Dumbrăveanu. Ghidul procedurilor de export al produselor agroalimentare. Chișinău, 2009. Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID) sau ale guvernului Statelor Unite.
- Nicolae Dumbrăveanu. Ghidul practic al Exportatorului de produse agricole. Chișinău, ACSA, 2002.
- Ghidul exportatorului. Chișinău, 2006.
- Ghidul Practic al Exportului de Fructe și Legume. Ediția III-a. Chișinău, 1999.
- Potențialul de export al produselor agricole și alimentare autohtone. - Chișinău, 2003. 113 p.
- Reglementarea exportului de produse agricole în Republica Moldova: evoluții și probleme actuale. - http://www.viitorul.org/public/1470/ro/ST_Furdui++.pdf
- Studiu Competitivitatea Exporturilor Agricole Moldovenești de Valoare înaltă / Programul USAID de Comercializare pentru Fermierii Privati. - Chișinău, Trigraf-Tipar, 2004.- 544 p.
- Studiul diagnostic: potențialul de export al complexului agroindustrial. -http://www.viitorul.org/public/1471/ro/Studiu_DIAGNOSTIC++.pdf. Acte legislative și normative
- Codul vamal al Republicii Moldova Nr. 1149 din 20.07.2000. - MO nr. 160 din 23.12.2000.
- Codul de proceduri vamale. Proiect. - <http://www.customs.gov.md/index.php?id=14>
- Codul fiscal. Titlul 3. Taxa pe valoare adăugată. Legea nr. 1163 din 24.04.1997.- MO nr.062 din 24.04.1997-
- Legea cu privire la tariful Vamal, nr. 1380 din 20.11.97. – MO nr. 040 din: 07.05.1998.
- Legea cu privire la evaluarea conformității nr. 186 din 24.04.2003.- MO nr.141 din 11.07.2003.
- Legea cu privire la modul de introducere și scoatere a bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice nr.1569-XV din 20.12.20.12.2002.- MO nr. 185-189 din 31.12.2002.
- Legea reglementării de stat a activității comerciale externe nr.1031 din 8.06.2000. - MO nr. 119-120/838 din 21.09.2000.
- Legea cu privire la reglementarea repatrierii de mijloace bănești, mărfuri și servicii provenite din tranzacțiile economice externe nr.1466 din 29.01.1998.- MO nr. 28 din 2.04.1998.

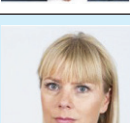
- Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2006-2015, aprobată prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 1288 din 9.11.2006. – MO nr. 181 din 24.11.2006.
- Cu privire la regulile de origine a mărfurilor. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 1599 din 13.12.2002. – MO nr.174 din 20.12. 2002.
- Concepția de comunicare a Serviciului Vamal al Republicii Moldova <http://www.customs.gov.md/index.php?id=12128>. Regulamente și instrucțiuni.
- Cu privire la perfectarea actelor vamale la vămuirea mărfurilor provenite din tranzacțiile economice externe. Ordinul Serviciului Vamal al Republicii Moldova nr. 276 din 24.10.2002.- MO nr. 162 din 6.12.2002.
- Instrucțiune cu privire la desfășurarea expertizei mărfurilor de către experții Camerei de Comerț și Industrie a Republicii Moldova, nr. 10 din 25.12. 2003.- MO nr. 35-38 din 27.02.2004. Lista documentelor necesare obținerii certificatelor fitosanitare de export și permiselor fitosanitare de carantină pentru import (tranzit) Nr. 160 din 30.12.2005, aprobată de Șeful.
- Inspectoratului Principal pentru Carantină Fitosanitară. - MO nr.25 din 10.02.2006.
- Nomenclatorul autorizațiilor, permisiunilor și certificatelor eliberate de către autoritățile administrative centrale și organele subordonate acestora persoanelor juridice și fizice pentru practicarea activității antreprenoriale, aprobat prin Hotărârea Guvernului.
- Republicii Moldova nr. 920 din 30.08.2005.- MO nr.126 din 23.09.2006.
- Nomenclatorul produselor din domeniul reglementat, supuse certificării conformității obligatorii, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 1469 din 30.12.2004.- MO nr.1 din 1.01.2005.
- Reglementarea tehnică “Fructe și legume proaspete destinate consumului uman ca atare” și Lista standardelor naționale de calitate aplicabile fructelor și legumelor proaspete, aprobate prin HG nr. 957 din 21.08.2007. - MO nr. 136-140 din 31.08.07.
- Reglementarea tehnică „Fructe și culturi nucifere. Cerințe de calitate și comercializare”, aprobată prin HG nr. 174 din 02.03.2009. – MO nr. 55-56 din 17.03.2009.
- Reglementarea tehnică „Produse de leguminoase proaspete și uscate. Cerințe de comercializare”, aprobată prin HG nr. 205 din 11.03.2009. – MO nr. 57-58 din 20.03.2009.
- Reglementarea tehnică „Grîul, orzul, ovăzul, secara, porumbul și sorgul de uz alimentar”, aprobată prin HG nr. 202 din 11.03.2009. – MO nr. 57-58 din 20.03.2009.
- Regulamentul de aplicare a destinației vamale prevăzute de Codul vamal al Republicii Moldova, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 1140 din 2.11.2005.- MO nr.157 din 25.11.2005.
- Regulamentul cu privire la completarea, autentificarea și eliberarea certificatelor de origine a mărfurilor exportate în cadrul regimurilor de comerț preferențiale cu Uniunea Europeană (ATP) și statele care acordă Republicii Moldova.

- Sistemul Generalizat de Preferințe (GSP) , aprobat prin Ordinul Serviciului Vamal al Republicii Moldova nr. 50- O din 18.02.2008.- MO nr. 40-41 din 1.03.2008.
- Regulamentul Curții de Arbitraj Comercial Internațional de pe lângă Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova. - MO nr. 131-132 din 31.10.2001.
- Regulamentul cu privire la condițiile și procedura de autorizare sanitară veterinară a unităților supuse controlului sanitar-veterinar și supravegherii veterinare de stat, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 938 din 17.08.2006.- MO nr.146 din 15.09.2006.129.
- Regulamentul privind condițiile și procedura de avizare sanitar-veterinară a importului, exportului sau tranzitului mărfurilor supuse controlului sanitar-veterinar de stat, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 938 din 17.08.2006.- MO nr.146 din 15.09.2006.
- Regulamentului cu privire la activitatea brokerului vamal și a specialistului în domeniul vămuirii, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.1290 din 9.12.2005.- MO nr. 8-10 din 15.01.2008.
- Regulamentul privind restituirea accizelor, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.1123 din 28.09.2006.- MO nr. 157 din 2.10.2006.
- Regulamentul privind restituirea taxei pe valoarea adăugată, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.287 din 11.03.2008.- MO nr. 57-60 din 21.03.2008.
- Regulamentul cu privire la completarea, autentificarea și eliberarea certificatelor de origine Forma CT-1 pentru mărfurile exportate din Republica Moldova în cadrul regimului de comerț liber cu statele membre la Acordul de Creare a Zonei de Comerț Liber în cadrul Comunității Statelor Independente (CSI), aprobat prin Ordinul Serviciului Vamal al Republicii Moldova nr. 331 din 7.09.2007.- MO nr. 161-164 din 12.10.2007. Regulamente internaționale.
- Regulamentul (CE) nr. 55/2008 al Consiliului din 21 ianuarie 2008 de introducere a unor preferințe comerciale autonome pentru Republica Moldova și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 980/2005 și a Deciziei 2005/924/CE a Comisiei . – Jurnalul oficial al Uniunii Europene din 24.01.2008. http://mfa.gov.md/img/european-integrationdocuments/REGULAMENT_ATP.doc.
- REGULAMENTUL CONSILIULUI (CE) NR. 980/2005 din 27 iunie 2005 privind aplicarea unei scheme preferințelor tarifare generalizate. http://www.euroinfo.md/user_files/File/SGP_ro.doc.
- Regulile de determinare a țării de origine a mărfurilor (Правила определения страны происхождения товаров), aprobate prin hotărârea Consiliului Șefilor de Guverne a statelor membre CSI din 30.11. 2000. Sursa: <http://cis.minsk.by/main.aspx?uid=7416>.

Comisia Europeană

	Jean-Claude JUNCKER	Președinte	Luxemburg
	Frans TIMMERMANS	Prim-vicepreședinte pentru Regularizare, relații interinstituționale, Carta drepturilor fundamentale și statul de drept	Țările de Jos
	Federica MOGHERINI	Înalt Reprezentant al Uniunii pentru afaceri externe și politica de securitate, Vicepreședinte	Italia
	Kristalina GEORGIEVA	Impozite și lupta împotriva fraudei/ Vicepreședinte pentru Buget și resurse umane	Bulgaria
	Maroš ŠEFČOVIČ	Vicepreședinte pentru Uniunea Energiei	Slovacia
	Jyrki KATAINEN	Vicepreședinte pentru Ocuparea forței de muncă, creștere economică, investiții și competitivitate	Finlanda
	Valdis DOMBROVSKIS	Vicepreședinte pentru Moneda Euro și dialog social	Letonia
	Andrus ANSIP	Vicepreședinte pentru Piața unică digitală	Estonia

Comisari

	Věra JOUROVÁ	Justiție, protecția consumatorilor și egalitatea de gen	Republica Cehă
	Günther OETTINGER	Economie digitală și societate	Germania
	Pierre MOSCOVICI	Afaceri economice și financiare, impozitare și vămi	Franța
	Marianne THYSSEN	Ocuparea forței de muncă, afaceri sociale, competențe și mobilitatea forței de muncă	Belgia
	Corina CREȚU	Politici regionale	România
	Johannes HAHN	Politica europeană de vecinătate și negocieri pentru extindere	Austria
	Dimitris AVERMAPOULOS	Migrație și Afaceri Interne	Grecia
	Vitenis ANDRIUKAITIS	Sănătate și siguranța alimentară	Lituania
	Jonathan HILL	Stabilitate financiară, servicii financiare și uniunea piețelor de capital	Regatul Unit al Marii Britanii
	Elżbieta BIENKOWSKA	Piața internă, Industrie, antreprenoriat și IMM-uri	Polonia

	Miguel ARIAS CAÑETE	Acțiunea Climatică și Energie	Spania
	Neven MIMICA	Cooperare internațională și dezvoltare	Croația
	Margarethe VESTAGER	Concurență	Danemarca
	Violeta BULC	Transport	Slovenia
	Cecilia MALMSTRÖM	Comerț	Suedia
	Karmenu VELLA	Mediu, afaceri maritime și pescuit	Malta
	Tibor NAVRACSICS	Educație, cultură, tineret și sport	Ungaria
	Carlos MOEDAS	Cercetare, știință și inovație	Portugalia
	Phil HOGAN	Agricultură și dezvoltare rurală	Irlanda
	Christos STYLIANIDES	Ajutorul umanitar și gestionarea crizelor	Cipru

Sursa: <http://infoeuropa.md/comunicare/comisia-europeana-2014-2019-isi-intra-oficial-in-atributii/>