

Acest dosar este prezentat exclusiv pentru informare.
Stimate cititor!

Daca DVS doriti sa copiati acest dosar, el urmeaza a fi inlaturat fara intirziere, imediat dupa ce ati facut cunostinta cu continutul lui.

Copiind si pastrind dosarul in cauza,
DVS va asumati toata responsabilitatea
in conformitate cu legislatia in vigoare.

Toate drepturile de autor asupra dosarului dat
se pastreaza dupa detinatorul de drept.

Orice utilizare in scopuri comerciale sau alte
scopuri, cu exceptia utilizarii in scopuri de informare
prealabila este interzisa.

Publicarea acestui document nu atrage dupa sine nici
un fel de cistig comercial.

Insa astfel de documente contribuie rapid la ridicarea
profesionalismului si spiritualitatii
cititorilor si serveste drept reclama a editiilor de
hirtie a acestor documente.

Academia de Studii Economice din Moldova

Raisa Borcoman

**CORESPONDENȚĂ
ECONOMICĂ ȘI JURIDICĂ**

Departamentul editorial-poligrafic al A.S.E.M.

Recomandată de **Consiliul Metodico-Ştiințific** al A.S.E.M. și de **Senatul Academiei de Studii Economice din Moldova** în calitate de manual pentru învățământul universitar și postuniversitar din Republica Moldova

Recenzenti:

**Cojocaru V., profesor universitar, doctor
Cicală-Racu Arminia, conferențiar universitar**

CUPRINS

ARGUMENT.....	12
---------------	----

CAPITOLUL I

CORESPONDENȚĂ. NOTIUNI DE BAZĂ

1.1. Definirea corespondenței oficiale ca metodă indispensabilă de comunicare și de lucru pentru agenții economici.....	14
1.2. Importanța activității de corespondență în etapa actuală. Comunicare scrisă sau verbală?.....	16
1.3. Clasificarea corespondenței oficiale.....	18

CAPITOLUL II

PREZENTAREA CORESPONDENȚEI DE AFACERI

2.1. Papetăria de birou – prima impresie despre partener.....	23
2.2. Forma grafică de prezentare a textului unei scrisorii de afaceri.....	26
2.3. Particularități gramaticale, lexicale și stilistice specifice corespondenței de afaceri.....	29

CAPITOLUL III

REDACTAREA SCRISORII DE AFACERI

3.1. Norma de scrisoare oficială.....	48
3.2. Elementele componente ale scrisorii de afaceri.....	52
3.2.1. Antetul.....	52
3.2.2. Adresa destinatarului.....	54
3.2.3. Obiectul scrisorii.....	58
3.2.4. Formula de adresare.....	58
3.2.5. Textul scrisorii.....	60
3.2.6. Formula de politețe.....	64
3.2.7. Semnături.....	65
3.2.8. Anexe.....	66

CAPITOLUL IV

SCRISORI CIRCULARE SAU AVIZE GENERALE

4.1. Principii de redactare a scrisorilor circulare.....	73
4.2. Anunțuri	77

CAPITOLUL V

CEREREA DE OFERTĂ

5.1. Clasificarea cererilor de ofertă.....	81
5.2. Principii de redactare a conținutului cererii de ofertă.....	82
5.3. Formulări, expresii utilizate la întocmirea cererilor de ofertă.....	84

CAPITOLUL VI

OFERTA

6.1. Clasificarea ofertelor.....	99
6.2. Reguli de redactare a ofertelor.....	101
6.2.1. Etalarea avantajelor sau priorităților.....	101
6.2.2. Formularea credibilă.....	102
6.2.3. Scrierea în stil empathic	103
6.2.4. Promptitudinea.....	104
6.2.5. Precizia și caracterul complet al răspunsului	104
6.2.6. Persistența.....	105
6.3. Structura ofertei	105
6.3.1. Paragraful introductiv.....	105
6.3.2. Formula AIDA.....	106
6.4. Formule folosite la redactarea ofertelor	109
6.4.1. Formule introductory.....	109
6.4.2. Formule referitoare la descrierea produsului.....	111
6.4.3. Formule referitoare la cantitate și stocuri	112
6.4.4. Formule referitoare la preț, condiții de livrare și, de reduceri	113
6.4.5. Formule referitoare la modalitățile de plată	114
6.4.6. Formule referitoare la termenul de livrare și la	

<i>modalități de expediere</i>	115
<i>6.4.7. Referiri la ambalaj</i>	115
<i>6.4.8. Referiri la mostre, probe, prospecte</i>	116
<i>6.4.9. Referiri la valabilitatea ofertei</i>	116
<i>6.4.10. Formule referitoare la garanție</i>	117
<i>6.4.11. Referiri la livrarea de probă</i>	117
<i>6.4.12. Informații suplimentare cu caracter publicitar</i>	118
<i>6.4.13. Formule de încheiere</i>	118

CAPITOLUL VII

COMANDA

7.1. Tipuri de comenzi	131
7.2. Redactarea scrisorii de comandă	134
<i>7.2.1. Introducerea</i>	134
<i>7.2.2. Enunțul de fond</i>	135
<i>7.2.3. Încheierea scrisorii</i>	135
7.3. Formule privind redactarea comenzi	136
<i>7.3.1. Formule referitoare la cantitate și calitate</i>	136
<i>7.3.2. Formule referitoare la prețuri și reduceri</i>	137
<i>7.3.3. Formule referitoare la termenul de livrare</i>	137
<i>7.3.4. Formule referitoare la mărfuri și servicii alternative</i> ..	139
<i>7.3.5. Formule referitoare la ambalaje și marcare</i>	139
<i>7.3.6. Formule referitoare la modalitățile de plată</i>	140
<i>7.3.7. Formule privind modalitatea de expediere a mărfui</i>	140
<i>7.3.8. Formule de încheiere</i>	141
<i>7.3.9. Formule privind anularea comenzi</i>	141

CAPITOLUL VIII

RECLAMAȚII

8.1. Reclamații din partea clientului	151
<i>8.1.1. Formule introductory referitoare la întârzieri în livrare</i>	151
<i>8.1.2. Formule referitoare la prejudiciile pricinuite</i>	

<i>de întârzierea în livrare.....</i>	152
<i>8.1.3. Formule referitoare la calitatea inferioară a mărfii....</i>	153
<i>8.1.4. Mărfuri necorespunzătoare mostrei.....</i>	154
<i>8.1.5. Livrarea altor mărfuri decât cele solicitate.....</i>	154
<i>8.1.6. Formule privind cantitatea produsului.....</i>	154
<i>8.1.7. Mărfuri livrate în plus.....</i>	156
<i>8.1.8. Formule referitoare la mărfuri deteriorate.....</i>	156
<i>8.1.9. Formule privind facturarea necorespunzătoare.....</i>	158
<i>8.1.10. Formule de încheiere privind sugerarea de soluții...</i>	159
8.2. Reclamații din partea furnizorului (somații).....	162
<i>8.2.1. Prima somație.....</i>	163
<i>8.2.2. A doua somație.....</i>	165
<i>8.2.3. A treia somație.....</i>	166

CAPITOLUL IX

SCRISORI DE RĂSPUNS LA RECLAMAȚII (REMEDIERI)

9.1. Modalități de rezolvare a reclamațiilor.....	181
9.2. Formule folosite la soluționarea reclamațiilor fondate.....	184
<i>9.2.1. Calitatea</i>	184
<i>9.2.2. Propuneri în vederea investigării reclamației.....</i>	184
<i>9.2.3. Explicarea greșelii.....</i>	184
<i>9.2.4. Soluționarea situației privind măfurile livrate în mod eronat.....</i>	186
<i>9.2.5. Soluționarea problemei privind cantitatea de marfă lipsă.....</i>	186
<i>9.2.6. Mărfuri deteriorate și ambalare defectuoasă.....</i>	187
<i>9.2.7. Atribuirea vinei pentru deteriorarea mărfii unei terțe părți.....</i>	187
<i>9.2.8. Întârzieri în livrarea măfurilor.....</i>	187
<i>9.2.9. Explicarea întârzierii în livrarea măfurilor</i>	188
<i>9.2.10. Prețuri și facturi necorespunzătoare.....</i>	189
<i>9.2.11. Formule de încheiere.....</i>	190
9.3. Formule folosite la rezolvarea reclamațiilor nefondate....	191

CAPITOLUL X

CORESPONDENȚA PRECONTRACTUALĂ

10.1. Solicitare de referințe.....	201
10.1.1. Formule privind motivarea (cauza) solicitării de referințe despre firma respectivă.....	203
10.1.2. Formule privind asigurarea confidențialității informațiilor solicitate.....	204
10.2. Scrisoare de răspuns la solicitarea de referințe.....	204
10.2.1. Răspuns favorabil.....	205
10.2.2. Răspuns evaziv.....	206
10.2.3. Răspuns defavorabil.....	206
10.2.4. Formule de încheiere a scrisorilor de referire	207

CAPITOLUL XI

CORESPONDENȚA CONTRACTUALĂ

11.1. Redactarea contractelor de operațiuni comerciale	214
11.1.1. Denumirea mărfuii.....	215
11.1.2. Cantitatea mărfuii.....	215
11.1.3. Calitatea mărfuii.....	216
11.1.4. Tipul și prețul ambalajului.....	218
11.1.5. Marcarea ambalajului.....	219
11.1.6. Clauze privind stabilirea prețului în contracte.....	220
11.1.7. Clauze privind condițiile de livrare și de plată.....	221
11.1.8. Clauze privind termenul de livrare și condițiile de plată.....	222
11.1.9. Stabilirea produsului sau serviciului pentru care va lucra agenția.....	225
11.1.10. Responsabilitățile agenției.....	225
11.1.11. Obligațiile clientului.....	226
11.2. Scrisoare de prezentare a firmei.....	226
11.3. Contractul de muncă.....	227

CAPITOLUL XII

CORESPONDENȚA CU INSTITUȚIILE SISTEMULUI FINANCIAR-BANCAR

12.1 Noțiuni generale de corespondență financiar-bancară ..	248
12.2 Trăsăturile specifice ale corespondenței financiar-Bancare.....	251
12.3 Tipuri de scrisori financiare	253
<i>12.3.1. Cerere de deschidere a contului</i>	253
<i>12.3.2 Fișa cu specimene de semnături</i>	256
<i>12.3.3. Cerere de credit</i>	259
<i>12.3.4. Înștiințare de plată</i>	260
<i>12.3.5 Somație bancară sau executare silită</i>	261

CAPITOLUL XIII

CORESPONDENȚA CU INSTANȚELE JUDECĂTOREȘTI

13.1. Noțiuni de corespondență judiciară	266
13.2. Specificul redactării cererilor de acționare în judecată..	268
13.3. Apelul	278
13.4. Recursul	280
13.5. Citația	282

CAPITOLUL XIV

CORESPONDENȚA PRIVIND DIVERSE ASPECTE ALE ACTIVITĂȚII INTERNE

14.1. Raportul.....	285
<i>14.1.1. Structura raportului.....</i>	285
<i>14.1.2. Tratarea conținutului.....</i>	286
14.2. Raportul de afaceri.....	286
14.3. Procesul-verbal.....	291
<i>14.3.1. Proces-verbal de constatare.....</i>	292
<i>14.3.2. Proces-verbal de predare-primire a unei gestiuni....</i>	293
<i>14.3.3. Proces-verbal încheiat în cadrul unei ședințe.....</i>	295
14.4. Protocolul.....	296

CAPITOLUL XV

CORESPONDENȚA PRIVATĂ DE AFACERI

15.1. Forma potrivită a unei scrisori personale de afaceri.....	300
15.2. Scrisori de recunoștință și de mulțumire.....	304
15.3. Scrisori de felicitare sau de marcare a unor ocazii speciale.....	307
15.4. Invitații.....	314
15.4.1. Structura unei invitații.....	314
15.4.2. Reguli elementare de redactare a invitațiilor.....	315
15.5. Cărțile de vizită de afaceri.....	321
15.5.1. Prezentarea cărții de vizită.....	322
15.5.2. Designul cărții de vizită de afaceri.....	323
15.5.3. Executarea designului cărții de vizită de afaceri	325

CAPITOLUL XVI

REDACTAREA UNUI CURRICULUM VITAE (C. V.)

16.1. Reguli generale de redactare a unui C.V.	328
16.1.1. C.V.-ul trebuie să aibă o formă de prezentare impecabilă	329
16.1.2. Un bun C.V. trebuie să fie scris clar, concis, hotărât, exact, clasic.....	329
16.1.3. Un C.V. câștigător trebuie să fie optimist.....	332
16.1.4. Un C.V. trebuie să fie convingător.....	332
16.1.5. Pertinența – una din calitățile principale ale unui C.V.....	333
16.1.6. C.V.-ul – „scară“ de comensurare a performanțelor autorului.....	334
16.1.7. Forma de redactare a C.V.-ului trebuie să fie determinată de personalitatea cititorului.....	335
16.1.8. Un C.V. reușit e necesar să fie bine structurat în domeniul de activitate solicitat.....	336
16.1.9. Un bun C.V. trebuie să aibă o imagine originală....	336
16.1.10. C.V.-ul trebuie să fie sincer.....	336
16.1.11. Un bun C.V. trebuie să fie bine prezentat.....	337

16.2. Elementele unui Curriculum Vitae.....	337
16.2.1. „Starea civilă”.....	339
16.2.2. Numele și prenumele.....	339
16.2.3. Adresa.....	340
16.2.4. Numărul de telefon.....	340
16.2.5. Data nașterii.....	340
16.2.6. Naționalitatea și cetățenia.....	341
16.2.7. Situația familială.....	341
16.2.8. Serviciul militar / situația militară.....	341
16.2.9. Studii. Formare profesională.....	341
16.2.10. Experiență profesională.....	343
16.2.11. Limbi străine.....	346
16.2.12. Abilități.....	347
16.2.13. Activități extraprofesionale.....	348
16.2.14. Referințe.....	348
16.2.15. Informații ce trebuie scoase în evidență.....	348

CAPITOLUL XVII

SCRISORI DE REFERINȚĂ ȘI DE RECOMANDARE

17.1. Structura scrisorilor de referință și de recomandare.	
Reguli de redactare.....	364
17.2. Formule folosite la redactarea scrisorilor de referință	
și de recomandare.....	366
17.2.1. Formule de introducere.....	366
17.2.2. Formule de conținut.....	366
17.2.3. Formule de încheiere.....	367

CAPITOLUL XVIII

SCRISOAREA DE PREZENTARE (motivația)

18.1. Reguli generale privind redactarea scrisorii de	
prezentare.....	371
18.2. Reguli de stil și de conținut.....	372
18.2.1. Introducerea autorului în context.....	372
18.2.2. Expunerea motivațiilor și definitivarea	

<i>obiectivelor</i>	373
<i>18.2.3. Sugerarea unei întrevederi</i>	373
<i>18.2.4. Post-scriptum</i>	373
<i>18.2.5. Referirea la un anunț</i>	374
 CAPITOLUL XIX	
CEREREA PERSONALĂ	
19.1. Funcțiile cererii personale	382
19.2. Structura cererii personale. Reguli de redactare	383
GLOSAR DE TERMENI ECONOMICI UTILIZAȚI DE OAMENII DE AFACERI DIN LUMEA ÎNTREAGĂ	389
BIBLIOGRAFIE.....	345

ARGUMENT

Utilizarea suporturilor scrise este de maximă importanță pentru derularea oricărei afaceri. Practic, este imposibil de a întreprinde o afacere fără a apela la acte și scrisori oficiale. Aceasta nu înseamnă că trebuie să devenim „sclavii” acestora (așa cum se mai întâmplă destul de des). Pentru a evita o asemenea situație, este util să cunoaștem, chiar și succint, atât o serie de posibile mijloace scrise, necesare într-o afacere, cât și regulile elaborării acestora.

Unul dintre mijloacele scrise utilizabile (dar și indispensabile) într-o afacere este *corespondența*. O scrisoare, un act, indiferent de scop, constituie, adeseori, primul contact cu un potențial client. În acest scop, orice tip de corespondență trebuie redactată cu maximum de atenție.

Elaborarea prezentei lucrări are la bază dorința autorului de a pune la dispoziția specialiștilor și, în primul rând, tinerilor, un material care sintetizează o mică, dar extrem de importantă parte a „secretelor” capabile să genereze deprinderi de a stăpâni cât mai bine arta de întocmire a corespondenței.

Lucrarea de față constituie, în esență, un manual pentru studenții de la instituțiile de învățământ de profil economic, având și rolul unui ghid de corespondență pentru toți cei încadrați în relațiile de afaceri. Manualul este binevenit și pentru persoanele care își desfășoară activitatea în administrația publică sau în unitățile economice și care trebuie să cunoască principiile, regulile, metodele și formele de organizare a lucrarilor de secretariat. Dincolo de aceasta, lucrarea inserează și o orientare generală în conduită firmelor și a întreprinderilor în relațiile cu partenerii și clienții. Pentru cititorii din Republica Moldova, sfaturile propuse vor fi, eventual, la fel de utile ca și tehnica redactării corespondenței propriu-zise.

Or, oferind soluții noi și interesante pentru elaborarea actelor, a scrisorilor de afaceri și a negocierii unor contracte în domeniile comercial, finanțier-bancar și al prestărilor de servicii, lucrarea reprezintă o bună călăuză prin hățărurile economiei de piață din țara noastră, îndeplinind un rol instructiv, practic pentru oamenii de afaceri, urmând să fie utilizată și ca instrument de lucru de către funcționarii unităților economice de orice tip.

Manualul cuprinde 19 capitole care abordează modalități și reguli de întocmire a diferitelor tipuri de corespondență, prezentând modele de scrisori și acte concepute și grupate pe subiecte. Pentru fiecare subiect (tratat, de regulă, într-un capitol) sunt selectate paragrafe introductive, paragrafe principale (corpul scrisorii) și paragrafe de încheiere.

- Modelele de scrisori trebuie analizate atent, împreună cu partea teoretică a capitolelor, pentru a desprinde idei, scheme și exemple care pot fi folosite la formularea scrisorilor adaptate circumstanțelor specifice.
- Formulele din capitoile V, VI, VII pot fi selectate și introduse în procesorul de texte și conservate în memorie, pentru a apela, la nevoie, și a le folosi cu mici modificări.
- Capitolele VIII și IX – „Reclamații” și „Remedieri” – trebuie studiate cu mare atenție, pentru a se elabora o politică corespunzătoare unităților economice și anumite proceduri adaptate proprietății activității. Ar putea fi marcate, la fel, scrisorile, seriile de scrisori sau imprimate, pentru a fi introduse în procesorul de texte. Acestea pot fi notate: „Seria 1”, „Seria 2” etc.
- Scrisorile din capitoile: „Corespondența de afaceri privată”, „Corespondența de ordin intern” „Corespondența cu instituțiile sistemului finanțier-bancar”, „Corespondența cu instituțiile judecătorești” sunt mai puțin rutinare, nefiind destinate memorării și refolosirii, ci utilizării speciale, de fiecare dată când apare ocazia. Desigur, pot fi selectate, pur și simplu, paragrafele sau formulele adecvate, memorându-le și pe acestea într-un procesor aparte.
- Exercițiile și situațiile de caz sunt binevenite atât pentru a ajuta la formarea abilităților de selectare, de asimilare și aplicare a limbajului comercial în corespondență, cât și pentru găsirea modalităților de soluționare a problemelor ce țin de diferite circumstanțe oficiale.

Autoarea



CAPITOLUL I

CORESPONDENȚĂ. NOTIUNI DE BAZĂ

1.1. Definirea corespondenței oficiale ca metodă indispensabilă de comunicare și de lucru pentru agenții economici

Ce înseamnă să fii cu adevărat un om de afaceri în lumea aceasta nouă și curajoasă a competiției, în care informația și tehnologia ne devorează? Tehnologia este minunată, dezirabilă, necesară și profitabilă, dar nu ar trebui ca ea să ne facă mai puțin umani. Manierele de mâine vor implica computere, cipuri, aparatură digitală, sateliți – poate chiar relații cu ființe extraterestre! Dar înainte de orice, viitorul trebuie să fie o lume a politeții, a atenției față de interlocutori.

În acest context, importanța ce revine comunicării scrise (mai ales corespondenței de afaceri) este clară. La ce folosesc cele mai frumoase eforturi ale întreprinderii pentru a apărea într-o lumină pozitivă în ochii partenerilor de afaceri și ai publicului, dacă acestea sunt anulate de o slabă prestație în domeniul corespondenței? Altfel spus, comunicarea scrisă (activitatea de corespondență) a unei întreprinderi pretinde ca, prin încadrarea sa în filozofia unității, să-i ofere o imagine unitară în exterior, să-i reflecte personalitatea ca stil și ton.

Fiecare persoană cu funcție administrativă – director, șef de serviciu, agent economic - trebuie să creeze un mediu care să permită angajaților să învețe din propria lor experiență sau de la clienți, furnizori și parteneri de afaceri. Unul dintre cele mai bune mijloace care permit însușirea experienței este comunicarea scrisă, din care face parte și corespondența oficială.

Noțiunea de **corespondență** semnifică schimbul de scrisori între două persoane fizice sau juridice. **Corespondența oficială** include scrisorile și actele care servesc ca mijloc de legătură și schimb de informație între persoanele juridice sau între cele fizice și cele juridice. Corespondența oficială soluționează probleme cu conținut

juridic, organizatoric, diplomatic, administrativ etc., în fiecare dintre ele prevalând caracterul economic al conținutului, ca rezultat firesc al unei economii în continuă dezvoltare.

- **Corespondența economică** cuprinde totalitatea scrisorilor dintre agenții economici, cu scopul de promovare a schimbărilor sau a noutăților economice.
- Ca **disciplină de studiu**, corespondența are drept scop însușirea de către cei care își desfășoară (sau își vor desfășura) activitatea în administrația publică sau în unitățile economice a principiilor, a regulilor gramaticale și stilistice, a metodelor și formelor, pe a căror bază se redactează, se prezintă și se folosesc scrisorile și actele oficiale.

Obiectele scrisorilor oficiale sunt variate, dar, în același timp, ele trebuie să fie întotdeauna clare, ca să provoace reacția scontată a destinatarului față de modul sperat de autor. Spre exemplu:

- inițierea relațiilor dintre persoanele fizice sau juridice;
- stabilirea relațiilor acestora în scopul rezolvării problemelor ce țin de interesele proprii;
- modificarea sau închetarea relațiilor din anumite motive.

În funcție de obiectivele generale sus-numite, se aleg obiectivele particulare, care indică ce se solicită unui partener concret, spre exemplu:

- a informa sau a afla ceva;
- a motiva sau a influența (manipula);
- a fi de acord sau a respinge ceva;
- a explica sau a rectifica ceva;
- a admonesta sau a reclama pe cineva;
- a cere scuze/a exprima regrete față de o situație;
- a solicita sau a oferi ceva;
- a face comandă, a cumpăra sau a apela la ceva;
- a obține un câștig cât mai mare sau a plăti puțin;
- a face o invitație;
- a accepta sau a refuza ceva;
- a mulțumi cuiva pentru ceva;
- a felicita sau a exprima condoleanțe cuiva.

Necesitatea elaborării unei corespondențe moderne nu este nouă – ea datează de la apariția preocupărilor teoretice privitoare la ea. Așa cum se schimbă în decursul anilor concepțiile (de exemplu, cele

privitoare la clienți), reprezentările valorice, gusturile sau moda, tot așa și corespondența trebuie să se adapteze condițiilor prezente.

Cele mai importante cerințe față de corespondența actuală sunt cele ce urmează:

- să fie elaborată la costuri avantajoase;
- să aibă obiective, scopuri reale, bine definite;
- să fie adresată unor destinatari concreți;
- să fie eficientă;
- să aibă impact psihologic asupra destinatarului, bazat pe emoții;
- să fie prezentată conform rigorilor;
- să se conformeze identității și imaginii firmei;
- să aibă un limbaj corect, modern, adecvat obiectivului corespondenței.

1.2. Importanța activității de corespondență în etapa actuală. Comunicare scrisă sau verbală?

În secolul dezvoltării minunilor electronice, odată cu apariția unor mijloace de informare moderne, prin care se comunică mai repede ca fulgerul, cum sunt modemurile de computer, faxurile, telefoanele mobile, ne-am putea întreba: cât de curând și în ce măsură informațiile scrise și, în special, corespondența de afaceri – vor fi înlocuite de alte mijloace de comunicare, pierzând astfel mereu din importanță? Căci „De ce să scrii (pe hârtie) ceea ce poți spune mult mai repede prin telefon sau prin intermediul ecranului computerului?”

Există mai multe argumente pentru a confirma faptul că și astăzi, și în viitorul apropiat, corespondența oficială, în pofida existenței telefonului, a faxului și a cutiei poștale electronice, continuă să fie la fel de viabilă ca și acum douăzeci, treizeci sau cincizeci de ani. Pentru că, într-un anume fel, vechile zicere: „Vorba zboară”, iar „Faptele cântăresc mai mult decât vorbele” se vor aplica mereu. Atunci când cineva, de exemplu, comite o eroare, ca să facă un mic gest de amabilitate, o scuză verbală este, desigur, obligatorie. Dar mijlocul prin care poți arăta că ești cu adevărat recunosător rămâne cuvântul scris. Când expediezi o scrisoare ocazională, cum ar fi o

notă de mulțumire sau o felicitare, acțiunea ta denotă, într-un fel, sinceritatea ta. Aceste amabilități mai demonstrează, de asemenea, că ai simțul afacerilor și că știi cum să-ți atingi scopul. În acest context, avantajele corespondenței sunt:

- *scrisorile de afaceri oferă posibilitatea redactanților de a medita asupra conținutului, de a selecta mijloacele de limbă, de a formula și a structura corect gândurile, evitându-se, astfel, reacțiile pripite ale interlocutorilor, care pot deveni prejudicioase;*
- *scrisorile permit realizarea contactului cu corespondenții care nu dispun de suficient timp pentru întrevederi;*
- *scrisorile originale, semnate de către emitent, au o putere de convingere mai mare decât convențiile verbale sau decât textele scrise, transmise electronic;*
- *scrisoarea originală îndeplinește un rol nu numai economic, ci și juridic, constituind elemente de înregistrare contabilă sau servind ca probă în justiție;*
- *scrisorile sunt cel mai confidențial mijloc de transmitere a informației;*
- *pentru unii destinații, scrisoarea este mijlocul principal de comunicare și documentare (de exemplu, pentru majoritatea clienților particulari), fiindcă nu au alte posibilități de recepție, în afara cutiilor poștale și, eventual, a faxului.*

În plus, corespondența evită deplasarea, economisindu-se timp și mijloace bănești. Importanța activității de corespondență este incontestabilă și prin faptul că reprezintă o bogată sursă de documentare, formând un fond de arhivă, oglindind stadiile evoluției raporturilor economice, precum și ale evoluției vocabularului din diferite domenii de activitate.

Bineînțeles, se poate evita corespondența inutilă, în special în cazul unor probleme care pot fi rezolvate prin contact personal sau telefonic. Majoritatea problemelor sau unele dintre ele necesită neapărat, ulterior, o documentare corespunzătoare obiectului pus în discuție, pentru a servi și ca doavadă, în caz de soluționare a dezacordurilor apărute, în unele situații, între corespondenții și/sau ca o confirmare în scris a evoluției afacerilor. Scrisoarea care tratează probleme economice va avea o importanță determinantă în soluționarea lor.

Scrisoarea reprezintă întreprinderea însăși în fața corespondenților: *aspectul scrisorii, valoarea, prezentarea argumentelor și stilul* trebuie să contribuie la influențarea favorabilă a destinatarului.

□ 1.3. Clasificarea corespondenței oficiale

O repartizare sistematică a corespondenței în anumite tipuri este efectuată corect, dacă se ține cont de anumite caracteristici, particularități comune, reguli și principii.

Or, în funcție de diferite criterii, corespondența poate fi clasificată după cum urmează:

1. după natura emitentului:

- a) corespondența de afaceri *privată* (sau *de afaceri personală*), întocmită de persoane fizice, care include solicitări de prospecte de vară, rezervarea unei camere de hotel, abonamente la ziar; scrisori de felicitare, scrisori de mulțumire, telegrame etc.;
- b) *corespondența oficială*, întocmită de persoane juridice (cereri de ofertă, oferte, reclamații, somații, comenzi etc.).

2. după modul de întocmire:

- a) *Documente tipizate*, care sunt redactate pe formulare-tip și conțin un text tipărit cu elemente de rigoare. Aici se includ și unele documente economice tipizate. Redactarea lor se face prin completarea spațiilor libere, a coloanelor cu datele sau textul cerut, ținându-se cont de caracterul documentului și de indicațiile referitoare la completare.
- b) *documente netipizate* sau întocmite în mod liber, la care dresare sunt aplicate anumite reguli de redactare. Acestea includ toate scrisorile de afaceri: cereri de ofertă, scrisori de ofertă, comenzi, reclamații, reclame, delegații, adeverințe, ordine, contestații, procese-verbale etc.

3. în conformitate cu obiectul scrisorilor distingem:

- *corespondența de solicitare*: demersul, comanda, cererea de ofertă;
- *corespondența de dispoziție*: decizia, ordinul, dispoziția;
- *corespondența de informare*: oferta, raportul, darea de seamă, referatul, avizul, referința;

- *corespondența de constatare*: procesul-verbal, actul, minuta, încheierea;
- *corespondența însoțitoare de acte*: scrisoarea de însoțire personalizată;
- *corespondența de reclamare*: scrisorile de avertizare, reclamația;
- *corespondența doveditoare*: adeverința, certificatul, delegația, chitanța, procura.

4. din punctul de vedere al intenției, distingem:

- *corespondența de inițiativă*: cererea de ofertă, cererea oficială, reclama etc.;
- *corespondența de răspuns*: cererea de ofertă bazată pe o ofertă, oferta având ca temei o cerere de ofertă, remedieri etc.;
- *corespondența de revenire*: scrisorile de revenire, avertizările, reclamațiile.

5. după natura exemplarelor sau a modului de întocmire:

- *originalul*. Acesta este primul exemplar al documentului care se trimite destinatarului;
- *copia simplă*, care se face cu indigo sau la computer, odată cu originalul. Copia se face cu scopul de a servi ca probă de control în cazul pierderii originalului. Ca și originalul, ea este semnată și confirmată cu amprenta sigiliului.
- *copia de pe original*. Se deosebește de cea precedentă prin faptul că textul este copiat direct de pe original, având mențiunile „Copie” și „Locul sigiliului”, care se notează cu abreviatura „L.S.”, și „S-a semnat” – cu abreviatura „S.S.”. O astfel de copie este folosită drept mijloc de protejare a originalului. În unele cazuri, originalul se reconstituie pe baza copiei certificate.
- *duplicatul* se eliberează în cazul pierderii originalului (de obicei, a unui act). Procedura eliberării lui constă în:
 - a) anunțarea unității care a eliberat actul original pierdut;
 - b) publicarea în pagina unui monitor republican privind pierderea actului și declararea nulă a acestuia;
 - c) eliberarea actului nou pe baza avizului publicat.

Actul nou eliberat are mențiunea „*Duplicat*” și are aceeași valoare ca și originalul.

- *extrasul* este și el o copie, dar numai a unei părți dintr-un act de dimensiuni mari. Este valabil numai dacă a fost semnat și certificat (în funcție de scopul eliberării) cu stampila unității.

6. după modul de transmitere:

- *corespondența obișnuită*, care se expediază prin poștă sau prin curier;
- *corespondența telegrafică*, transmisă prin telegraf, telegramă;
- *corespondența telex*, transmisă și recepționată prin teleimprimator;
- *corespondența publicistică*, publicată în mass-media.

7. după criteriile poștale sau regimul de circulație:

- *corespondența simplă*;
- *corespondența cu indicații speciale* (recomandat, expres, cu răspuns plătit, cu valoare declarată, cu confirmare de primire etc.);
- *corespondența cu regim special* (secretă).

Notă: Această clasificare este convențională și incompletă, dar poate fi pusă la baza clasificării corespondenței în orice unitate economică.



Glosar tematic

Agent, agenți – (aici): Persoană juridică sau fizică care înfăptuiește anumite acțiuni din însărcinarea unei alte persoane, precum și acțiuni de pregătire a unor tranzacții, dar fără a avea dreptul să semneze actele (*agent economic, agent diplomatic, agent fiscal, agent comercial*). În țările din Occident, relațiile dintre agent și persoana reprezentată se stabilesc în baza unui acord de agenție ce determină caracterul și volumul însărcinării pe care agentul se obligă să execute din contul și în numele persoanei reprezentate. – Din lat. *agens, -ntis, (-agere = „a face”)*.

biblioraft, bibliorafturi – Mapă de carton în care se păstrează acte sau scrisori oficiale clasificate conform unor criterii. – Din fr.

bibliorhapte, gr. *biblos*. („Scoarță de papirus”) + „*rhaptein*” („a coase”).

bruion, *bruioane* – Lucrare scrisă provizoriu, în prima redactare.
– Ciornă, concept, schiță. Din fr. *brouillon*.

clasor, *clasoare* – 1. Mapă, album, cutie etc. în care se păstrează documente clasate. 2. Carnet cu file pregătite special, în care filateliștii își păstrează mărcile poștale. – Din fr. *classeur*.

dresa (a) – (aici): A redacta un act, un Proces-verbal. – Din fr. *dresser*.

dezirabil, *dezirabilă*, *dezirabili*, *-le* – Care corespunde dorinței, care stârnește dorință. – Din fr. *désirable*.

înscris, *înscrisuri* – Act, document.

obiectiv, *obiective* – (Aici): Ceea ce urmează să fie realizat, construit (ex. *realizarea unei oferte*, *încheierea unui contract*). Scop, tel, întă. Din fr. *obiectif*.

rigoare, *rigori* – Asprime, severitate; principii severe, stricte. „*De rigoare*” – cerut de o anumită împrejurare. „*La rigoare*” = în caz de extremă necesitate, la mare nevoie. – Din fr. *rigueur*, it. *rigore*, lat. *rigos*, *-oris*.

sista (a) – A întrerupe, a opri, a suspenda o activitate. – Din lat. *sistere*, germ. *sistieren*.

? Probleme supuse discuției:

1. *Continuați sirul obiectivelor:*

O scrioare permite:

- inițierea relațiilor dintre persoanele fizice sau juridice;
- stabilirea relațiilor acestora în scopul rezolvării intereselor proprii;
- explicarea sau rectificarea unor chestiuni.
- ...

2. *Cu ce alt mijloc de comunicare poate fi înlocuită o scrioare având următoarele obiective:*

- inițierea relațiilor dintre persoanele juridice;
- explicarea sau soluționarea unor probleme;
- reclamarea unor deficiențe;
- invitarea oaspeților la un jubileu.

3. În care dintre situațiile de mai jos scrisoarea este cel mai bun mijloc de atingere a scopului scontat:

- informarea destinatarului;
- influențarea destinatarului;
- exprimarea regretului, a scuzelor;
- solicitarea produselor;
- oferirea produselor;
- anularea comenzi;
- acceptarea comenzi;
- exprimarea condoleanțelor;
- modificarea comenzi;
- sistarea relațiilor.

4. Care dintre următoarele două mijloace de comunicare este mai eficient în situațiile a, b, c, d?

- a expedia o scrisoare;
 - a examina chestiunea prin comunicarea telefonică.
- a) a oferi cuiva un post de lucru;
 - b) a-l informa pe subaltern despre majorarea salariului;
 - c) a solicita agenției de turism informații despre programul de zbor al avioanelor;
 - d) a se adresa unei agenții (care indică în aviz numărul de telefon și adresa) în privința angajării în serviciu.

Motivați varianta răspunsului.

5. Corespondența de afaceri este unul din „cele mai eficiente mijloace de comunicare între întreprinderi și firme”. Sunteți de acord cu această afirmație? Argumentați-vă părerea.



CAPITOLUL II

PREZENTAREA CORESPONDENȚEI DE AFACERI

■ 2.1. Papetăria de birou – prima impresie despre partener

Imaginea unei firme se construiește, pas cu pas, timp îndelungat. Un rol important în această „piesă” îl are și papetăria firmei, tipăriturile și corespondența scrisă: hârtia de corespondență, hârtia de fax, cărțile de vizită, plicurile, invitațiile, somațiile, ofertele, documentele comerciale, ambalajele, etichetele, afișele și alte tipărituri (pliantele, broșurile, cataloagele etc.). Design-ul mărcii unei unități, simbolul sau însemnul firmei, alegerea copertei și a culorilor folosite la textul scrisorii și felul în care este utilizat însemnul pe toate comunicările enumerate mai sus reprezintă, împreună, fața publică a firmei.

În realitate, însă, papetăria se referă, în mod expres, la ceea ce, în general, se numește *foaie cu antet*. Tipărirearea acesteia poate fi considerat primul pas profesionist într-o strategie, unitară și coerentă, de comunicare globală a designului unității. *Foaia cu antet* poate produce efecte sau de finețe, sau de neglijență față de activitatea întreprinderii însăși.

Despre hârtia cu antet, creatorii de imagine spun că ea este primul act de design comercial al unei unități economice, ea fiind considerată de către specialiști un fel de „cap de pod” în strategia de comunicare vizuală a acesteia.

Articolele de papetărie trebuie să reflecte corect imaginea unei unități economice, mai ales a celei comerciale.

Orice scrisoare sau act expediat de un funcționar îl caracterizează în mod absolut atât pe el, cât și imaginea firmei sau a companiei, inclusiv:

- calitatea hârtiei folosite pentru redactarea scrisorii;
- calitatea design-ului grafic;
- caracterul îngrijit al textului tipărit;

- calitatea scrisului și exprimarea mesajului.

O firmă trebuie să știe ce fel de imagine vrea să aibă și să facă tot posibilul ca s-o creeze. Spre exemplu:

- Unităților ce se ocupă de afaceri conservatoare - bănci, companii farmaceutice, companii de asigurări, agenții de schimb, avocați, medici, contabili, editori de manuale etc. - li se recomandă hârtie de calitate (nu contează structura), de culoare albă sau ocru; dactilografiere tradițională, originală sau latină veche, cu litere negre.
- Unitățile care comercializează tehnică modernă - automobile, computere și industrie de mobilier pentru case, firme de design, agenții de reclamă și companii de comunicații; cluburi de sănătate; restaurante, baruri etc. - trebuie să folosească hârtie de calitate, cu structură deosebită, de culori fumurii (gri, cafeniu, oliv), scriere modernă, adesea neobișnuită, cu litere de culoare închisă.
- Unităților cu imagine modernă, care practică comerțul cu amănuntul sau produc textile, confecții pentru bărbați și dame, cosmetică, saloanele de coafură etc. li se recomandă să folosească, în exclusivitate, hârtie de calitate, cu sau fără „curiozități” în structură, de culori neobișnuite sau contrastante (de ex., hârtie de culoare roz cu margine închisă sau hârtie bleu cu scrisul bleumarin), cu spații mari între rânduri și cu scris colorat.

Așadar, cel care inițiază o afacere proprie sau deschide un birou trebuie să se decidă ce tip de hârtie va folosi și să aleagă un designer adecvat (în majoritatea orașelor mari există numeroase firme de design competente și consultanți grafici independenți). Cerințele pe care urmează să le respecte oricare manager privind alegerea design-ului se referă la:

- design-ul antetului, simbolului sau mărcii întreprinderii;
- calitatea și structura hârtiei;
- culoarea ei;
- dimensiunile;
- modul de imprimare folosit.

Modul de imprimare folosit

Tipărirea este modul cel mai ieftin și deci cel mai des utilizat de o unitate economică

Gravarea este un proces de lux și scump, deoarece necesită o matrice specială din oțel. Se poate grava tipăritura pe ambele fețe ale hârtiei. Pentru proprietarul unei mici întreprinderii un astfel de scris este un semn de succes. În majoritatea întreprinderilor, numai conducerii superioare i se permite să folosească hârtie gravată.

Termografia este un proces de prelucrare termică, ce face să se evidențieze ușor cerneala, literele având un aspect asemănător cu gravura. Este însă considerată o „gravură nereușită”, deoarece în unele cazuri lizibilitatea lasă de dorit.

Pentru a crea o impresie specială, de lux, oricărui tip de hârtie, este folosită *imprimarea în relief* a literelor. La o realizare „puternic reliefată”, antetul se evidențiază proeminent de pe hârtie, putând fi perceptu cu degetele. Acest procedeu se mai numește „scriere în orb”. Cele mai bogate companii și firme își scriu întotdeauna antetul în relief, atât pe hârtie, cât și pe cărțile de vizită de afaceri.

Un adevărat lux pentru unele firme este *filigranul* – un desen de fond transparent, executat în procesul de producere a hârtiei. El poate fi văzut mai bine, dacă hârtia este ținută în lumină. Când o întreprindere își are numele sau simbolul său filigranat pe coala de hârtie, ea atinge culmea snobismului.

Așezarea scrisorii în plic

Imaginea companiei poate fi compromisă, în parte, de ceva atât de neînsemnat ca plierea neglijentă a scrisorilor și folosirea plicurilor necorespunzătoare. Multe întreprinderi folosesc, pentru adrese, plicuri speciale cu ferestre uciți.

Atunci când designul firmei nu are o stemă deosebită, scrisoarea poate fi împăturită în aşa fel, încât adresa să nimerească în fereastră. Dacă se folosește un plic obișnuit, scrisoarea se pliază în trei părți egale aşa, încât adresa să fie plasată, aproximativ, până la centrul foii, ocupând o treime din lățimea ei. Procedul clasic de pliere și introducere a unei scrisori într-un plic orizontal constă în următoarele:

1. Se întoarce partea de jos a scrisorii (aproximativ o treime din foaie) de jos în sus.

2. Se îndoie apoi, partea de sus (unde se află adresa) până se întâlnește cu partea de jos a hârtiei împăturite deja, împărțind astfel hârtia în trei părți egale și dându-i o formă care îi permite să alunece ușor de la dreapta la stânga, în plic.
3. Scrisoarea se introduce, cu partea de sus îndoită, spre verso-ul plicului, astfel ca la deschiderea acestuia să se poată citi adresa la prima desfacere a hârtiei.

□ 2.2. Forma grafică de prezentare a textului unei scrisori de afaceri

Scrisorile de afaceri trebuie prezentate într-o formă adecvată, în funcție de obiectul și tipul lor.

Odată cu utilizarea computerelor, cresc posibilitățile de prezentare a informațiilor scrise. Multiplele posibilități pot fi circumscrise prin sloganul: *de la tastare – la concepție*. Textele scrise sunt prezentate, astfel, mai interesant și pe placul cititorilor. Noile posibilități de concepție aduc cu ele și tentația de a crea opere de artă, în loc de simple scrisori. Autorii pot da frâu liber fantaziei și creativității, scrisorile reflectându-le nu numai gradul de stăpânire a computerului, dar și gusturile individuale.

Astfel, unii autori de scrisori ar putea exagera mult și ar încălca regulile uzuale de prezentare a conținuturilor. Tentările de a folosi multitudinea de programe pentru computere și posibilitățile, pur și simplu, inepuizabile ale acestora, sunt, desigur, mari. Aceste tentările sunt, din fericire, limitate, în ceea ce privește corespondența de afaceri, prin norme formale, economice și psihologice, bazate pe reguli privind modul de scriere și de prezentare a structurii scrisorii de afaceri etc.

Trebuie să se ia în considerare și faptul că restricțiile economice (tot mai mulți oameni trebuie să realizeze din ce în ce mai mult, într-un timp cât mai scurt) obligă la raționalizarea și eficientizarea corespondenței. Astfel, nu rămâne prea mult loc pentru prezentarea artistică a scrisorilor. În plus, schimbarea permanentă a tipurilor de ponturi, a mărimii și a stilului acestora, trezește la destinatari bănuiala că expeditorii nu au altceva mai bun de făcut. Pentru autori mai rămân însă anumite grade de libertate de prezentare, fapt care

determină aspectul scrisorilor. Există totuși reguli generale de care trebuie să țină cont toți corespondenții.

Plasarea textului în pagină

Plasarea generală a textului în pagină și a celorlalte elemente ale scrisorii trebuie să fie rațională, pentru a răspunde următoarelor obiective:

- facilitarea muncii dactilografei/operatorului;
- recunoașterea cu ușurință a elementelor scrisorii de către personalul care triază.

Evident, există mai multe soluții de plasare a textului și fiecare autor o alege pe cea mai convenabilă. Însă oricare ar fi ea, conținutul de bază al scrisorii trebuie să ocupe două treimi din pagină; restul filei este destinat celorlalte elemente de structură, respectându-se o simetrie a aşezării în pagină: marginea din stânga trebuie să fie întotdeauna mai mare cu 1cm.

De obicei, se folosesc următoarele tipuri de redactare:

1. *Prezentarea americană („bloc”)*: eliminarea spațiilor libere la începutul fiecărui rând prin scrierea începând din marginea stângă a tuturor mențiunilor. Această plasare a textului este eficientă la scrierea rapidă; este modernă și des folosită. Dezavantajul ei constă în faptul că are un aspect dezechilibrat, dar este preferat cel mai mult la corespondența de afaceri.
2. *Alinierea semibloc*: textul scrisorii este aşezat în „bloc”, iar celelalte elemente (antetul, data, adresa, formula de apel, semnăturile) – conform regulilor corespunzătoare de scriere.
3. *Așezarea în semialineat*: textul scrisorii este scris cu alineatele necesare, respectându-se regulile de așezare în pagină pentru celelalte elemente.

Formatul cel mai des utilizat în corespondență de afaceri este cel normat de parametrii 210-297mm – formatul A4 și cel memo (A5), 210-135 mm, pentru scrisorile scurte. În acest caz, vor fi necesare plicuri de dimensiuni corespunzătoare.

Forme grafice specifice scrisorilor de afaceri

- *Tipurile de ponturi*. Persoanele care scriu pot alege din multitudinea tipurilor de ponturi pe cele corespunzătoare, în funcție de tipul scrisorii și de gustul personal.

Utilizatorii profesioniști se limitează însă la câteva ponturi. Astfel, scrisorile de afaceri se scriu cu aceeași caractere *Times* sau *Helvetica*, ultimul folosindu-se des la antete și în titlurile structurale mărite. Se poate scrie și cu caractere aldine (îngroșate), cursive (incline) sau subliniate, realizându-se, astfel, scoaterea în evidență a anumitor fragmente de text.

- *Mărimea literei* poate fi variată multiplu, pentru corespondența de afaceri se recomandă însă litere de mărimea cuprinsă între 2-3 mm, pentru o mai bună lizibilitate.
- *Intervalele dintre litere, cuvinte și rânduri* pot fi stabilite individual. Spre exemplu, pentru evidențierea unor cuvinte, se folosește spațierea literelor (spații mai mari între litere decât cele obișnuite). Nu se recomandă abuzul de sublinieri și nici cel de spațiere, deoarece se pierde efectul evidențierii.

Scrisorile de afaceri se scriu la un interval, egal cu 1,5 cm. Totuși, la computere se poate varia, suplimentar, distanța dintre rânduri.

- *Alineatele* se fac, în principiu, la un rând de textul premergător și cel următor. Se folosesc la separarea paragrafelor în conținutul de fond sau a subiectelor dintr-un paragraf.
- *Enumerările*. Textele mai lungi pot fi structurate prin enumerări. Începutul și sfârșitul enumerărilor vor fi plasate la un rând de restul textului. Termenii enumerărilor sunt scriși cu sau fără interval. Enumerările sunt structurate în mod diferit:
 - prin liniuțe;
 - prin puncte de enumerare, cu aceeași mărime de literă ca și textul;
 - prin cifre, urmate de puncte;
 - prin litere mici, în ordine alfabetică, urmate de paranteze.
- Toate enumerările pot fi plasate de la marginea textului *cu retrageri* sau fără ele, în funcție de selectarea modului de așezare în pagină. La retrageri, toate punctele enumerărilor trebuie să înceapă, sub aspect gramatical, cu aceeași parte de vorbire. Retragerea se deosebește de alineat prin plasarea cu două litere mai spre centrul textului.
- *Paragrafele* se folosesc când un text mai mare trebuie structurat, după caz, pe subiecte. Între paragrafe se lasă două rânduri libere, astfel încât citirea scrisorii să fie cât mai

ușoară. Paragrafele pot fi numerotate și chiar intitulate, cu scopul de a oferi unei scrisori lungi și complicate maximum de claritate.

- *Aranjarea în acoladă* poate înlocui o enumerare. E binevenită în cazul în care trebuie enumerate mai multe diviziuni și subdiviziuni ale unui subiect. Se pornește de la general către particular. Spre exemplu:

Vestimentație sezonieră	{	de toamnă	{	pardesiuri scurte
				costume
	{	de iarnă	{	paltoane
				blânuri

□ 2.3. Particularități gramaticale, lexicale și stilistice ale corespondenței de afaceri

Ca urmare a caracterului și rolului pe care îl joacă în afaceri, corespondența comercială se supune unor reguli mai stricte decât cele ce privesc corespondența obișnuită.

În pofida faptului că astăzi există numeroase colecții de scrisori de afaceri care pot fi folosite, ele nu întotdeauna satisfac, cu limbajul lor, dorința de a comunica corect. Căci nu numai limbajul în noțiuni și expresii de specialitate, ci și miciile greșeli gramaticale spun partenerului cine este autorul și până unde se poate baza pe el în afaceri. Uneori un singur cuvânt scris greșit sau o virgulă fără motivare pot diminua efectul scrisorii și chiar al afacerii.

Informațiile scrise nu trebuie să fie adaptate doar ca formă, ci trebuie să-și atingă scopul printr-o concepție atrăgătoare și, mai ales, prin conținutul bine formulat. În acest context, la redactarea unei scrisori economice, urmează să se țină cont de următoarele particularități:

- *Claritatea și simplitatea* – principiu comun tuturor stilurilor, respectat riguros în corespondența oficială, dat fiind faptul că subiectele economice tratează fenomene, fapte, obligații,

situării care, dacă nu sunt prezentate clar, pot produce prejudicii părților implicate.

Una din condițiile prin care o scrisoare sau un act va fi bine înțeles este folosirea limbajului standard. Acesta reprezintă un model de exprimare ce cuprinde, în linii generale, formele uzuale cu cea mai mare frecvență la nivelul limbii literare.

Limbajul standard, fiind o formă particulară a limbii literare, se opune variantelor teritoriale ale limbii și presupune o formă de manifestare lingvistică corectă, îngrijită. Însă trebuie să se țină cont de faptul că trăsătura caracteristică a limbajului standard este folosirea neologismelor.

În limbajul general, unele cuvinte și expresii pot avea sensuri ambigue. Folosite în corespondență oficială, ele pot da naștere la confuzii. Este regretabil și faptul că, alături de cele mai rafinate unități lexicale, apar sporadic regionalisme, arhaisme, calcuri greșite, diverse expresii neaoșe, greșeli de paronimie, care nu se încadrează în rigorile unei exprimări culte și corecte. De aceea, din vocabularul standard trebuie selectate numai cuvintele și expresiile potrivite cu noțiunile, ideile, faptele sau problemele tratate în scrisoarea respectivă.

Pentru a evita astfel de cuvinte și expresii lexicale, care generează cele mai mari carențe limbajului economic și, mai ales, celui comercial, vom examina unele din frecvențele greșeli care pătrund, în ultimul timp, în limbajul standard, motivate de prezența bilingvismului rus-român:

- **Calchierile:** Frecvența sporită a calchierilor întâmplătoare, chiar și în limbajul oamenilor instruiți, îi face și pe vorbitorii neinițiați în subtilitățile limbii să le accepte și să le folosească. Utilizate permanent în procesul actului comunicativ, ele se infiltrează și în stilul administrativ scris și, mai ales, în scrisorile oficiale.

În spațiile de bilingvism (în care se află și Republica Moldova), în competiție cu limba rusă, care de facto este limbă de comunicare interetică și de afaceri, limba română câștigă teren cu greu (în pofida faptului că este limbă de stat). Legislația lingvistică în vigoare acordă drepturi largi ale limbii ruse și preconizează că, în instituțiile publice, documentele ar trebui perfectate în două limbi – *în limba de stat și în limba rusă*. Acest fapt dă naștere unui număr imens de acte

și scrisori oficiale traduse, deoarece mulți funcționari, care nu cunosc limba de stat, perfectează actele în limba rusă, după care ele sunt traduse în limba română. Acest gen de bilingvism prin traducere este în defavoarea limbii române, căci generează un flux de enunțuri greșite, care, din punctul de vedere al limbii literare, sunt alogice sau chiar stranii și absurde. Spre exemplu:

- **Calchiera eronată a verbelor.** Din cauza calchierii nechibzuite din limba rusă, se pot observa în prezent schimbări care denotă tiparul rusesc al unor categorii gramaticale pe care o serie de verbe românești nu le au. Este vorba, în primul rând, de calchiera unor structuri prefixale, care generează forme nefirești pentru limba română. Posibilitățile verbului românesc sunt mai mici în ceea ce privește prefixarea, dar modelul rusesc influențează exprimarea unor vorbitori atât de mult, încât prefixele sunt atașate în mod arbitrar la verbele cu care sunt absolut incompatibile. Spre exemplu, verbul „**рассмотреть**” din limba rusă este tradus în limba română cu cuvântul artificial „**a precăuta**” sau cu varianta „**a precăta**”. Aceste cuvânt, inexistent în vocabularul limbii române, este frecvent în exprimarea cu caracter oficial-administrativ în contexte de felul: „*Vom precăuta chestiunea Dvs.*”, „*Trebuie să precăutăm mai întâi această întrebare*” ș.a.m.d. În toate aceste cazuri, în locul verbului „*a precăuta*”, trebuie utilizate „*a examina*”, „*a analiza*”, „*a studia*” (problema).

Prefixul „**pre**”, utilizat frecvent la formarea verbelor, este considerat, în mod greșit, ca fiind echivalent al rusescului „**pac**”, ceea ce face să apară și să circule în exprimarea vorbitorilor basarabeni astfel de forme/expresii greșite.

După același model, a fost calchiată și o altă construcție verbală rusească. Cuvântul „**necătând**”, lexem care, de asemenea, nu există în limba română, este format după modelul „**несмотря**” din limba rusă și este utilizat cu sensurile respective în contexte, cum ar fi: „*necătând la prejudiciile pe care ni le-ați adus...*”, „*necătând la clauza contractuală*” etc. Acest hibrid, impropriu limbii române, trebuie înlocuit prin mijloace de exprimare corecte și firești, cum ar fi: „**deși**”, „**cu toate că**”, „**în pofida (faptului)**”, „**chiar dacă**”, „**măcar că**”.

La fel, am putea explica preferința ce se dă unei alte forme cu prefixul „**pre**” – „**predestinat**”, care este folosit acolo unde, în mod normal, trebuie să apară „**destinat**”, de exemplu: „*măruri predestinate copiilor de la casele de copii...*”, „*ambalaje predestinate medicamentelor*”, exprimări în care se vede modelul rusesc „**предназначенный**”, adică este utilizat un cuvânt ce are un prefix asemănător cu cel din limba rusă.

Reproducerea servilă a modelului rusesc a făcut ca și verbele: „**переживать**”, „**заинтересовать**”, „**отказаться**” să fie traduse greșit, corespunzător prin: „**a retrăi**”, „**a cointeresa**”, „**a se dezice**” (de ceea ce nu-i aparține).

Multe greșeli apar ca urmare a calchierii verbale reflexive din limba rusă. Prin redarea exactă a formei, sunt tratate ca fiind reflexive o serie de verbe care în limba rusă nu fac parte din această categorie. Printre cele mai frecvente verbe reflexive calchiate din limba rusă, este verbul „**a se stăruī**” (reprodus după „**стараться**”) în contexte de felul: „*Ne vom stăruī să expediem mărurile până la data de...*”, „*Ne-am stăruīt foarte mult ca oferta noastră să corespundă întocmai caracteristicilor...*”. În enunțurile de mai sus, verbul greșit utilizat trebuie înlocuit corespunzător cu enunțurile: „*Ne vom străduī*” sau „*facem tot ce ne stă în puteri, ca să...*” și „*Am făcut tot posibilul ca...*”.

Verbele „**a se primi**”, „**a se isprăvi**”, „**a se atârna**”, „**a se ocupa**”, „**a se achita**” și multe altele împânzesc limbajul comercial, de exemplu: „*S-a primit un aspect frumos al încăperii*”, „*El s-a isprăvit cu comanda*”, „*S-a atârnat bine față de oformarea ofertei*”, „*Bluzele se privesc frumos*”, „*Ne achităm cu datorile*”.

Traduse greșit, după modelul verbelor din limba rusă: „**получается**”, „**справляется**”, „**относится**”, „**заниматься**”, „**смотрится**”, „**расчитаться**”, ele trebuie să aibă în limba română echivalentele: **am reușit; a ieșit, nu-mi iese, nu reușesc; a terminat, a făcut față, a reușit; a avut o atitudine; a învăță, a studia; au aspect; achităm datorile**.

Multe calchieri sunt cauzate de analogia sonoră a unor verbe românești cu cele rusești. Cel mai des apar greșit verbele care, în afară de faptul că se asemănă la pronunțare, mai au și unele sensuri asemănătoare. Din acestea fac parte perechile de tipul: **a primi – принять, a da – давать, a sta – стать, a iubi – любить, a citi –**

чумамъ. Vorbitorii, fiind influențați de analogia de suprafață a acestor verbe, folosesc aceeași formă pentru toate îmbinările pe care le are verbul rusesc și astfel comit greșeli grave, care apar în enunțuri de tipul: „*Firma a primit hotărârea de a...*”, „*Trebuie să vă dăm unele întrebări...*”, „*Dați să discutăm la următoarea întâlnire*”, „*Sunt siguri că iubiți să vă relaxați*”. Variantele corecte sunt: „*A luat / a adoptat hotărârea...*”, „*Să vă punem...*”, „*Hai (ar fi bine) să discutăm...*”, „*Vă place să vă relaxați*”.

Structurile străine, calchiate, dau exprimării un caracter confuz, făcând enunțurile greoaie și, de multe ori, improprii. Pentru evitarea unor asemenea situații, este necesar să fie consultat cât mai des dicționarul.

- **Echivocurile.** La nivelul limbii, al inventarului lexical, există, după cum se știe, numeroase cuvinte care pot dispune de două sau mai multe sensuri. Odată ce nimerește în context, cuvântul polisemantic dă la iveală numai unul din sensurile sale, deoarece ambianța din frază îl lipsește pentru moment de toate celealte semnificații pe care el le avea de fapt. În caz contrar, enunțul devine neclar, ambiguu, dând naștere unei inadvertențe stilistice, numită *amfibologie* sau *echivoc*.

Comise în textele de corespondență, asemenea greșeli nu vădesc doar agramatismul, ci pot produce și prejudicii uneia dintre părți, căci interlocutorul, din cauza exprimării neclare, ambigu, poate să percepă textul în două feluri sau în mod greșit, adică nu mesajul pe care a vrut să-l transmită autorul.

Echivocul poate fi generat, mai ales de rectiunea verbală și de topica incorectă a părților de propoziție. De exemplu: „*conduce cu firma*”, „*firma coordonează cu lucrările*”, „*ministerul coordonează cu prețurile*”, „*sunteți vinovați în ambalarea necorespunzătoare...*”, „*a se ocupa cu comenziile*” etc., (în primele trei exemple, prepoziția „*cu*” apare greșit în locul prepoziției „*de*”, iar în cel de-al patrulea exemplu – prepoziția „*în*” în locul prepoziției „*de*”).

Comice și, în același timp, durute, sunt textele publicitare inserate în ziare care aduc la cunoștința cititorilor că o firmă oarecare „*execută mănuși din pielea clientilor*” sau fabrică „*pălării pentru bărbați de paie*” și „*haine pentru copii de lână*”. Este cert că marca unei întreprinderi care fabrică „*brânză de vacă proaspătă*”, făcându-și reclamă pe etichete, pe indicatoare de prețuri sau

ambalaje, va avea de suferit într-un mod sau altul, chiar dacă produsul va fi de calitate. „*Găselnițele*” de felul: „*brânză de vacă grasă*” și „*brânză de vacă degresată*” îi cam pune pe gânduri pe cumpărători: ce fel de vacă ar mai fi și animalul acesta “degresat” și cum ar fi la gust brânza din laptele ei?

- **Pleonasmul și tautologia.** Pleonasmul este o greșală care constă în reluarea nejustificată a același sens într-un enunț, iar tautologia constă în repetarea același cuvânt sau a unor cuvinte formate de la aceeași rădăcină, spre exemplu: „*Cererea a fost solicitată...*”, „*Vom da o mare importanță însemnatății dezvoltării relațiilor noastre...*”, „*Prin prezenta revenim din nou la reclamația noastră care a fost expediată la ..., aducându-vă la cunoștință despre... și la care nu am primit nici un răspuns...*”. Astfel, în ultimul enunț de trei rânduri sunt comise ambele greșeli: **pleonasmul** („*revenim din nou*”) și **tautologia** – repetarea inutilă a cuvântului “*care*”, ce dă dovedă de lipsă de atenție și de abilitate în compunerea textului. Textul devine anost și denotă săracia lexicală a autorului.

Nu există nici o justificare atât pentru repetițiile pleonastice din: „*Lucrările trebuie să fie începute începând cu 25 mai...*”, cât și pentru repetițiile care constau în folosirea învecinată a unor cuvinte din aceeași familie, exprimând noțiuni care se suprapun: „*Vă rugăm să pregătiți devizul de evaluare care va evalua toate cheltuielile efectuate...*”. E clar și așa că devizul este un act ce evaluatează cheltuielile și, în contextul dat, utilizarea verbului „*a evalua*” este nejustificată.

Concluzia referitoare la contextul dat se impune de la sine: e necesară mai multă atenție în exprimare. Greșelile prezentate sunt diferite, începând cu stângăcia unor repetiții și finisând cu multitudinea pleonasmelor. Dacă în exprimarea cotidiană sunt de condamnat doar unele, pentru limbajul oficial, care nu trebuie să fie doar corect, ci și concis, sunt nerecomandabile toate.

- **Contradicțio in adiecto.** O greșală de limbă și de gândire, de tip opus pleonasmului, mai puțin discutată, este *contradicția de sens* sau, tradus ad litteram, „*contradicția în ceea ce se adaugă*”. Ca și la alte tipuri de greșeli de exprimare, avem de a face, și în acest caz, cu încălcarea proprietății termenilor.

Astfel, unele construcții gramaticale pot constitui adevărate consensuri, de domeniul absurdului. Aceste greșeli nu se comit numai la folosirea cuvintelor cu etimonul nedecodabil pentru nespecialiști, ci și a cuvintelor a căror semantică proprie este sprijinită de o formă internă clară pentru vorbitorii români. Nu e nevoie să fii lingvist sau să fi studiat etimologia, pentru a recunoaște în structura substantivului „*aragaz*” componentul de bază „*gaz*” (prima parte a compusului, format în limba română, inițial ca nume propriu – denumire comercială a gazului îmbuteliat – reprezintă abrevierea unei foste firme petroliere (*Asociația Româno-Americană*); în ciuda legăturii transparente cu gazul, se vede că există vorbitori care atribuie cuvântului „*aragaz*” numai înțelesul „*mașină de gătit*” sau „*plită*”, fără precizarea referitoare la utilizarea combustibilului „*gaz*”. A oferi „*aragaze electrice*” („*Puteți cumpăra aragaze electrice de cea mai bună calitate la prețuri modice...*”) e ca și cum ai oferi clientului „*zahărnițe pentru sare*”!

Ilustrări ale acestor situații (de felul: „Cei patru evangheliști sunt trei: Luca și Matei”) se găsesc, mai ales, în avizuri și reclame, care oferă, fără intenții umoristice, concerte „*remarcabile cu cântăreți notoriu puțin cunoscuți*” de către publicul moldovean. Atare exemple demonstrează că autorul nu cunoaște sensul propriu al cuvântului „*notoriu*”, care înseamnă „*foarte cunoscut de toată lumea*”, și că, probabil, prin confuzia cu „*notabil*”, îi atribuie sensul impropriu „*remarcabil*”, derivat din sensul calitativ, „*celebru, renumit*”, fără a menține legătura cu ideea de largă cunoaștere implicată în aceasta din urmă.

Exemplele sus-analizate nu fac parte din categoria efectelor intenționate, ci sunt greșeli propriu-zise, izvorâte din necunoașterea sensului cuvintelor folosite și din lipsa de atenție în îmbinarea lor.

Autorii corespondenței de afaceri sunt datori să evite și asociațiile care sunt numai aparent contradictorii. De exemplu, chiar atunci când unele cuvinte capătă un sens figurat, pentru claritatea comunicării e de preferat să se evite folosirea lor în îmbinări cu unele cuvinte antonime. În stilul oficial șochează construcțiile de felul: „**teribil de mic**”, „**strașnic de gustos**”. Deseori, greșeala contradicției de sens apare și în conținuturile unor enunțuri mai mari,

care, prin expunerea contradictorie a raționamentelor, se exclud unul pe altul.

- **Greșeli generate de folosirea inadecvată a sinonimelor**

În practica limbii, vorbitorii fac adesea abstracție de unele diferențe de sens dintre cuvintele sinonime fie pentru că le ignoră, fie pentru că acestea nu-i interesează în situația de comunicare dată. Cuvintele funcționează, în acest caz, ca sinonime în vorbire, dar trebuie precizat că ele au acest statut numai în sens larg. În documente, această aproximare e strict interzisă, sarcina celui care redactează fiind găsirea cuvântului celui mai potrivit.

Între verbele „*a se strica*”, „*a se deteriora*”, „*a se avaria*”, „*a se altera*”, „*a se defecta*” există diferențe de sens pe care le simțim, dovedă că nu trebuie folosite la întâmplare, în pofida relațiilor de sinonimie dintre ele. De exemplu: „*Cu părere de rău, am depistat că aproximativ 200 kg de roșii erau stricate (în loc de „alterate”)*”.

- **Greșeli generate de paronimie.** Majoritatea studiilor de specialitate consideră paronimele „*perechi*” de cuvinte cu o formă aproximativ asemănătoare, dar cu înțelesuri diferite. Datorită unor factori subiectivi, de natură extralingvistică, unele paronime în procesul vorbirii se confundă. Acest fenomen, care se numește „*atracție paronimică*”, se produce cu precădere la neologisme – îndeosebi la cuvintele apărute recent în limba română – și la cuvinte arhaice sau regionale. Vorbitorii mai puțin instruiți folosesc, în mod greșit, cuvântul mai cunoscut în locul paronimului mai puțin cunoscut.

Subliniem faptul că se poate ajunge la paronime și în urma neglijenței, a suproutilizării cuvintelor specifice vorbirii cotidiene („*impermiabil*” în loc de „*impermeabil*”, „*firmă*” în loc de „*fermă*” și invers, „*butoneră*” pentru „*butonieră*”, „*apropia*” pentru „*apropria*” etc.)

Măsura în care intervine un proces sau altul e greu de stabilit. Cert e că astfel de greșeli comise în limbajul oficial denotă ignoranță, creând un „*comic verbal*”: „*Mărfurile au fost evolute la un preț înalt*”, „*Am absolvit facultatea de menajament*”, „*Suntem încrezuți că produsele noastre vă vor bucura prin calitatea lor...*”, „*Am investit în această întreprindere 20 mil. lei*” etc.

- **Folosirea cuvintelor recente.** Dintre problemele de cultivare a limbii referitoare la lexic, cea mai mult discutată în ultimul timp este, fără îndoială, problema cuvintelor apărute recent în

limbă. Nu o dată, criticile împotriva abuzurilor de neologisme au întâlnit opoziția celor care simt nevoia de a le folosi în domeniul lor de activitate. Există un singur acord principal între diferitele păreri privitoare la mult discutatele cuvinte recente: că ele trebuie folosite corect, cu respectarea a ceea ce se numește proprietatea termenilor, adică a sensului lor exact.

La folosirea neologismelor în scrisorile de afaceri, trebuie să se țină cont și de un alt principiu: ele pot fi utilizate numai dacă sunt cunoscute de către cei care-s dispuși să citească textul expediat. Nu trebuie uitat faptul că, în afară de echivalentele pe care le găsesc în limba română unii termeni împrumutați și care pot fi folosite în aceste situații, lexicul asimilează și împrumuturi – termeni reprezentativi – pentru epoca actuală, care sunt indispensabili limbajului de afaceri. De exemplu: „bancomat”, „broker”, „dealer”, „designer”, „fraht”, „remiză”, „clearing”, „agios” etc. Totuși, unii din ei, chiar dacă s-au impus în limbajul de afaceri și s-au stabilit definitiv, având o circulație frecventă în această sferă, pun încă probleme, din motivul neînțelegerii semnificațiilor pe care le au. De aceea trebuie să fim foarte atenți la utilizarea lor: imprecizia termenilor și abuzul de împrumuturi fac tot mai dificilă perceperea unor fapte și date actuale. O bună cunoaștere a termenilor va sta la baza unei caracteristici, fără de care textul va pierde din valoarea sa – **concizia** – particularitate care presupune o formulare succintă și laconică a mesajului.

În acte și scrisori de afaceri sunt evitate formulările de prisos, explicațiile inutile, repetările și, mai ales, parafrazele lungi. Ele trebuie înlocuite cu terminologia de specialitate ce conferă o exprimare succintă. De exemplu, în fraza: „*Vă rugăm să ne indicați ce reduceri de preț faceți la achiziționarea produselor în volume mari*” sunt bineveniți termenii „remiză” și „angro” în locul îmbinărilor: „**reduceri de preț**” și „**volum mari**”. Propoziția sau fraza lungă, generează, în unele cazuri, confuzii, provocând dificultăți în receptarea textului. Or, destinatarul trebuie să înțeleagă totul dintr-o singură privire. De aceea, în unele cazuri, chiar și formulele fixe nu vor fi redate în întregime, mai ales când este vorba de unele expresii pretențioase (în funcție de caracterul scrisorii: pentru scrisorile de protocol ele sunt absolut necesare). De exemplu, în loc de: „*Avem onoarea de a vă aduce la cunoștință că am primit*

comanda Dvs.” se recomandă a fi folosită una din formulele: „*Vă aducem la cunoștință...*”, „*Vă informăm că...*”.

- **Exactitatea**

Reușita unei scrisori de afaceri este condiționată și de precizia datelor și a informațiilor. Unii ofertanți, pentru a-și atinge scopul scontat – de a vinde produsul sau serviciul cât mai convenabil – „hiperbolizează” cifrele și calitățile mărfurilor, care nu corespund caracteristicilor reale, uitând de sloganul: „**Succesul în afaceri vine din a oferi mult, dar real**” (*Henri Ford*).

Mult mai promițătoare sunt informațiile adevărate, verificabile și indicațiile asupra foloaselor reale ale ofertelor: „*Întrucât trebuie să evacuăm depozitul nostru, vă oferim modelul „X” în curs de epuizare... la prețuri mult mai reduse...*”.

O calitate a preciziei este folosirea obligatorie a unităților de măsură oficiale și exprimarea lor în litere, alături de exprimarea cifrică, când e vorba de sume și cantități.

- **Tonul deferent al scrisorii**

Cât de concis și exact ar fi întocmit textul unei scrisori de afaceri, fără o atitudine binevoitoare, politicoasă, ea nu-și va atinge scopul. Chiar și în cazul când emitentul scrisorii a suportat din partea corespondentului anumite prejudicii și trebuie să formuleze o reclamație, tonul deferent nu trebuie să lipsească. Tonul deferent al corespondenței este asigurat prin omiterea, evitarea construcțiilor care exprimă indignarea, amenințarea și prin folosirea apelativelor, a cuvintelor și a clișeelor, prin întrebuițarea pronumelui de politețe și a pluralului politeței, chiar dacă în scrisoare este vizată o singură persoană. De exemplu, „*Dorim să vă amintim că factura noastră nu a fost achitată...*”, „*Regretăm mult să constatăm că nu am primit nici un răspuns / că marfa a fost deteriorată în timpul transportării*” etc.

În locul persoanei a III-a (el, ei etc.), sunt utilizate formele de politețe: *dumnealui, dumneelor, dumneaei* sau *domnii, doamnele, mult stimații, mult stimatele etc.*; este evitat imperativul directiv, cu excepția utilizării cuvintelor de acest fel în scrisorile de dispoziție ale organelor superioare.

- **Formularea individuală.** Cu cât corespondența este derulată la costuri mai avantajoase, cu atât este mai mare pericolul de tratare anonimă a destinatarului.

La acest tratament anonim contribuie, nu în ultimul rând, modelele de texte și scrisorile „prefabricate”. Destinatarii le observă, mai ales, când înr-o scrisoare de răspuns nu se abordează (toate) doleanțele și problemele lor. Ei reacționează în mod corespunzător, prindezamăgire sau supărare, pun întrebări suplimentare și transmit plângeri – acestea conducând, câteodată, chiar la sistarea relațiilor de afaceri.

Se știe că adresarea directă (Domnule „X”) are un efect pozitiv asupra destinatarului. Dar atunci când e vorba de o scrisoare prefabricată, individualizată prin personalizarea numelui destinatarului în text cu alte tipuri de litere, mulți resimt acest lucru ca pe o abordare vulgară și ca pe un truc.

Cei ce speră într-un efect pozitiv al adresării directe, ar trebui să insereze numele destinatarului cu același scris în textul scrisorii. Din acest context, reiese că orice corespondență trebuie orientată spre destinatar.

Scrierea orientată spre destinatar presupune trei aspecte:

- cunoașterea destinatarului și a doleanțelor lui;
- punerea în situația acestuia și luarea în seamă a concepțiilor lui;
- scrierea corespondenței într-un stil și cu un vocabular ușor de înțeles de către destinatar.

Multe scrisori de afaceri se scriu din perspectiva de interese ale autorului. Acest lucru este explicabil, întrucât fiecare se gândește să-și rezide interesele și să aibă unele avantaje. O asemenea poziție este legitimă, dar nu reprezintă calea cea mai sigură spre succes. Un succes mai mare ar avea luarea în considerare a intereselor destinatarului și formularea corespondenței ținându-se cont de cunoașterea acestora. Și în această privință e bine ca autorul, înainte de a scrie, să-și pună câteva întrebări:

- Care sunt interesele, problemele, doleanțele sau speranțele partenerului de corespondență?
- Unde se află miclele sale vanități sau slăbiciuni?
- Ce dorește el să știe sau ce nu-l interesează deloc?
- La ce avantaje sau foloase se aşteaptă el?

Orientarea spre destinatar asigură faptul ca acesta să fie luat în serios, să citească cu interes scrisoarea și să se comporte aşa cum și-ar dori expeditorul.

Un act de politețe față de corespondenții cărora li se datorează un răspuns este și *promptitudinea* – executarea la timp, fără întârziere, a lucrărilor care evită aglomerarea de corespondență nerezolvată.

La redactarea corespondenței oficiale se respectă întocmai normele, formele și regulile gramaticale, ortografice și de punctuație. Redactarea corectă a unei scrisori oglindește, într-un fel, respectul pe care îl manifestă emitentul față de interlocutor.

Doar respectând toate principiile de redactare și evitând greșelile analizate mai sus, scrisoarea oficială va suscita un răspuns rapid, precis, fără ambiguități din partea corespondentului. În caz contrar, când scrisoarea nu corespunde acestor cerințe, va avea efecte negative asupra tranzacției comerciale.

Așadar, o scrisoare de afaceri va realiza scopul scontat de autor, dacă va respecta următoarele cerințe:

1. *Să fie scrisă pe hârtie de calitate;*
2. *Forma grafică a scrisorii să fie prezentată adecvat, în funcție de tipul și obiectul ei;*
3. *Limbajul scrisorii de afaceri trebuie să fie simplu și clar;*
4. *Să se evite orice greșeli gramaticale sau stilistice: calcurile nejustificate, echivocurile, pleonasmele, tautologiile, contradicțiile de sens, greșelile de paronimie etc.*
5. *Neologismele și cuvintele apărute recent (împrumuturile) să fie folosite cu mare precauție, ținându-se cont de oportunitatea și nivelul de cunoaștere a lor de către destinatar;*
6. *Să nu se exagereze cifrele, calitățile, caracteristicile produselor/serviciilor, cu scopul de a-l convinge pe interlocutor. O bună scrisoare de afaceri are succes când este sinceră, folosindu-se cât mai puțină laudă;*
7. *Să se păstreze tonul deferent al scrisorii: limbajul obscen provoacă oroare;*
8. *Numele destinatarului trebuie să fie inserat cu aceleași puncturi în textul scrisorii;*
9. *Să se trateze subiectul din punctul de vedere al partenerului, urmărind interesele, problemele, doleanțele și speranțele lui;*
10. *Textul scrisorii trebuie să fie concis, dar să abordeze problema exhaustiv.*



Glosar tematic

Însemn, însemne – Semn distinctiv al unei demnități, al unui rang, al unui ordin; (aici) semnul distinctiv al unei unități juridice. Din fr. **insigne**.

design, designuri – 1. Estetică industrială modernă. 2. Disciplină care urmărește îmbinarea frumosului cu utilul în industrie.

ocru – Culoare galbenă-brună. Din fr. **ocre**

filigran, filigrane – 1. Lucrătură artistică asemănătoare cu o dantelă, executată din fire subțiri de aur, argint etc., sudate între ele. 2. Desen de fond executat ca marcă pe hârtile de valoare, (aici) pe hârtia cu antet. Din fr. **filigrane**.

pont, ponturi – Modalitate de prezentare și prelucrare pe monitor sau pe hârtie a formei, a stilului și a mărimiilor unei litere; tip de literă.

tria, triez – A selecționa și a clasa ceva după anumite criterii. Din fr. **trier**.

aldin, -ă, aldine – (Literă de tipar) care are liniile mai groase decât cele ale literelor obișnuite. Din it. **aldino** (de la numele tipografului *Aldo Manuzio*).

investi, investesc – A face o investiție; a plasa un fond, un capital într-o întreprindere. Din fr. **investir**, lat. **investire**.

învesti, învestesc – A acorda unei persoane în mod oficial un drept, o demnitate. Din fr. **investir**, lat. **investire**.

deferent, deferenți, -te – Care dă dovadă de deferență, respectuos; condescendent (binevoitor). Din fr. **deherent**, lat. **deferens, -ntis**.

papetarie, papetării – 1. Magazin sau secție într-o librărie în care se vând caiete, hârtie, creioane, penițe etc. 2. Produs obținut sub formă de foi (hârtie, carton) sau de obiecte din pastă de fibre celulozice. Din fr. **papeterie**

? Probleme supuse discuției

1. De ce aveți nevoie, cu adevărat, când începeți o afacere, ca să arătați că sunteți o întreprindere serioasă?

2. Care ar fi necesarul de papetărie când este deschisă o întreprindere nouă?
3. Sunteți o întreprindere care produce haine pentru copii de vârstă preșcolară. Ce culori ați folosi pentru papetăria dumneavoastră? Motivați-vă răspunsul.
4. Cum veți aranja în plic o scrisoare când designul firmei nu are o schemă neobișnuită?
5. Scrisoarea împăturită în două trebuie pusă cu muchia îndoită în sensul plicului sau în josul lui? Motivați-vă răspunsul.
6. Ce regulă ați stabili la întreprinderea dumneavoastră pentru a prevedea orice erori de întocmire a corespondenței?



Exerciții și studii de caz

I. Comitetindu-le permanent în procesul actului administrativ, greșelile de calc se infiltrează și în stilul administrativ. Depistați-le în frazele de mai jos și faceți corectările corespunzătoare:

- Vă garantăm că ne vom isprăvi cu lucrările până la data indicată în contract.
- Au trecut de acum 90 de zile de la primirea comenzi și am vrea să vă reamintim că încă nu v-ați achitat cu toate datorile.
- Regretăm mult, dar trebuie să ne dezicem de la următoarea comandă, din motivul că stocurile noastre nu s-au epuizat încă.
- Am vrea să vă informăm că ne-am determinat la achiziționarea a 10 (zece) loturi de ardezie, art. 573.
- Ne-am hotărât la aceasta grație relațiilor oneste pe care le-am realizat cu Dvs. în acest răstimp.
- Ne-a cointeresat mult oferta Dvs. și am hotărât să facem cunoștință mai detaliat cu ea.
- Suntem încrezuți că veți primi o satisfacție vizitând expoziția acestor produse.
- Reieșind din cele spuse, trebuie noi să vă acoperim prejudiciile aduse.

- Vom hotărî această întrebare la următoarea şedinţă; azi însă vom precăuta problema privind achiziţionarea unui ambalaj adecvat pentru noile produse.
- Vor fi eliberate de taxe doar firmele care vor realiza produsele autohtone.
- Şi în rezultat, am adus firmei un profit de 20 milioane lei.
- Trebuie să vă daţi seama de responsabilitatea momentului, pentru a nu face greşeli în expedierea acestei comenzi de valoare.
- Joi, şedinţa volantă-fulger va avea loc la ora 11⁰⁰.
- Mai avem nevoie undeva de vreo douăzeci de tone de nisip.
- Care sunt termenii optimali de realizare a acestei comenzi?
- Vă invităm în fiecare joi (primul seans) să vizionaţi filmele tinereţii Dvs.
- Modul de oformare grafică are o importanţă pentru reuşita lor.

II. Stăpânirea insuficientă a sensului unor cuvinte conduce la situaţia când nici raportul de cauzalitate nu este sesizat corect şi, din această pricină, se comit atât erori de fond, cât şi de formulare. Depistaţi greşelile, în enunțurile de mai jos, comentaţi-le şi faceţi corectările necesare.

1. Se confirmă tendinţele care s-au manifestat, mai ales, în ultimii ani în privinţa accentuării pauperizării populaţiei ca urmare a degradării condiţiilor de trai şi reducerii drastice a puterii de cumpărare.
2. Trebuie să ne mândrim cu faptul că am demonstrat – de-a lungul timpului, în condiţii dintre cele mai vitrege – că am fost, suntem şi, vom fi şi în viitor un etalon de comparaţie pentru toţi aceia care doresc binele public.
3. În pofida ploii căzute şi a începutului de lapoviţă, programul vizitei şi-a urmat cursul stabilit, astfel încât totul s-a desfăşurat la orele fixate înainte, iar con vorbirile avute cu reprezentanţii oficiali au permis să se ajungă la rezultatele obţinute.
4. În acest fel, agenţii comerciali care produc, industrializează ori comercializează produse agricole sau agroalimentare vor avea la dispoziţie mai multe resurse financiare pentru o mai bună desfăşurare a propriei activităţi.

5. Avem toate temeiurile să privim cu satisfacția care ne produce un real sentiment de mulțumire la performanțele bune înregistrate în ultimul timp în activitatea firmei noastre.
6. În cercetările întreprinse s-a pus accentul pe identificarea coordonatelor și reperelor principale ale problemelor cardinale care se află în fața noastră, în prezent și în viitor.
7. Poziția noastră în această chestiune controversată a fost, este și va fi, deopotrivă, tranșată și lipsită de echivoc, astfel încât ne axăm, în principal, pe documentele prezentate de aceste trei firme.
8. Acum suntem în situația de a cunoaște foarte bine procedura care se aplică pentru ca negocierile să se desfășoare în condițiile cele mai optime.
9. Suntem îngrijorați și nemulțumiți de agravarea continuă a situației din economia moldovenească.
10. Trebuie să știți că întârzierile permanente cu livrarea produselor au un impact negativ asupra planurilor noastre de viitor.
11. Este cazul să ne spuneți deschis că nu mai trebuie să ne facem iluzii deșarte în legătură cu acoperirea prejudiciilor morale aduse.
12. După cele spuse înainte, odată cu epuizarea argumentelor și contraargumentelor și încheierea analizei amendamentelor, putem să conchidem, în final, că fenomenul economic aflat în discuție merită să se situeze pe axul principal al acțiunii noastre politice.
13. Ne străduim să lucrăm împreună în aşa fel, încât bilanțul pe care îl vom încheia să aibă un final pozitiv.
14. Această vizită deschide perspectiva unor relații mult mai fructuoase în viitor.

*III. Fiecare cuvânt are sensul lui care îl situează în raport de compatibilitate sau incompatibilitate cu altele. În următoarele contexte, depistați îmbinările în care unul dintre cuvintele determinante exprimă o noțiune incompatibilă cu termenul determinat, de exemplu: **întrajutorare univocă, procent la mie.***

1. În ultimul timp se recurge des și perseverent la atâtea și atâtea exagerări ale realităților economice...

2. Trebuie să elaborăm un program de urgență pe termen mediu și lung care să rezolve problemele presante cu care se confruntă întreprinderea.
3. Este necesar de a acorda cea mai mare atenție acestei secții care realizează constant pierderi...
4. Fenomenele negative cu care ne confruntăm permanent au un caracter conjunctural și ele relevă concepții greșite în rândurile salariaților.
5. Soluția dezastrului care se apropiе inevitabil constă în regândirea politicii oficiale, în special a celei de reformă economică.
6. Trebuie să spunem deschis că nu există altă șansă decât cea de a renunța la tehnologiile care nu au nici un fel de perspectivă de succes.
7. Avem de a face cu mici neînțelegeri care determină situația conflictuală.
8. Există un număr îngrijorător de mari de agenți economici care încalcă sistematic zeci de prevederi legale care n-au fost îndeplinite niciodată.
9. Este inacceptabil ca soluționarea acestei probleme să se facă atât de abrupt când avem de-a face cu un complex industrial care trebuie să se rezolve gradual, însă radical, fără nici un fel de etape intermediare.

IV. Imprecizia termenilor, abuzul de metafore și de împrumuturi din domenii care nu intră în sfera economiei fac tot mai dificilă înțelegerea unor fapte și date chiar din actualitatea imediată. Depistați greșelile de exprimare din contextele următoare. Cum v-ați exprima Dumneavoastră?

1. Suntem fericiti să participăm la ctitoria construcției pe care ați realizat-o Dvs...
2. Ne bucurăm că managerul acestei întreprinderi este o persoană ca Dvs., atât de autoritară.
3. În condițiile date, conducerea societății comerciale a adoptat fortuit decizii care au dus la această situație.
4. Sperăm că vom avea o ședință lucrativă, căci avem de examinat probleme stringente ale activității firmei.
5. Pentru situația noastră soluția aceasta este salutabilă.

6. Cunoaștem și faptul că aveți o influență preponderabilă între firmele comerciale.
7. Vă rugăm mult să ne prezentați și un libret al utilajului pe care îl recomandați.
8. Am investit în această întreprindere 200 mil. lei.
9. Dacă vrei să-ți reclami producția, recurge la presă ori radioteleviziune.
10. Compania avea 20 de parteneri care realizau produsele sale în țară și după hotarele ei.

*V. O bună cunoaștere a termenilor va sta la baza unui principiu – **concizia** – fără de care textul unei scrisori de afaceri își pierde din valoare. Pentru a respecta principiul conciziei, substituiți perifrazele evidențiate în contexte cu termenii adecvați.*

1. La solicitarea Dumneavoastră, **agenții noștri comerciali, mijlocitori în încheierea tranzacțiilor**, vă vor face o vizită pentru a pune la punct toate detaliile necesare.
2. **Comisionul de intermediere, care va fi perceput de broker**, îl vom aproba împreună.
3. Aș vrea să mai menționăm că avem contracte încheiate, apoi vândute în detaliu de către 30 de agenți economici și 30 **de magazine** din orașul Chișinău.
4. Perioada **de creștere a producției, a investițiilor, profiturilor în întreprinderi și scăderii șomajului în țară** a influențat, evident, pozitiv și asupra firmei noastre.
5. **Cantitatea de combustibili acumulată în depozitele noastre** depășește volumul solicitat de Dumneavoastră.
6. Vă reamintim că achitarea trebuie făcută **până la termenul indicat în contract**, de altfel nu vă vom putea oferi **reducerea de preț** pe care ați solicitat-o.

VI. Găsiți accepțiile următoarelor cuvinte și paronimele corespunzătoare:

a evalua, perifrază, deferent, eventual, alocație, servabil, fortuit, manager, temporal, acceptare, a prescrie, virtual, arbitral, a invoca.

VII. Executarea la timp, fără întârziere, a lucrărilor evită aglomerarea de corespondență nerezolvată, dar este și un act de politețe față de destinatar. Meditați asupra studiului de caz. Ce

concluzie puteți trage, pentru Dumneavoastră, din acest context: în ce constă cheia succesului?

„Managerul X a întreprinderii „Maniere” i-a telefonat managerului Y al companiei „Voxtel” și i-a explicat că întreprinderea lui le cere o propunere pentru un seminar de „Bune maniere la telefon”. A întrebat dacă ar vrea compania „Voxtel” să pregătească o ofertă. „Desigur!”, i s-a răspuns. Managerul X s-a simțit obligat să-i spună domnului Y că și alte nouă companii mai fuseseră invitate să facă oferte pentru acest proiect. Fără să se emoționeze la auzul acestei vești, acela a întrebat-o: „*Când ați vrea să primiți oferta?*”.

„*De joi într-o săptămână*”, i s-a răspuns. „*O s-o aveți de miercuri într-o săptămână*”, l-a asigurat Y.

De miercuri într-o săptămână i s-a înmânat oferta care fusese pregătită și verificată. După o săptămână, Y a luat din nou legătura cu domnul X și l-a întrebat dacă el și comitetul lui de conducere au nevoie de date în plus de la firma lor ca să ia decizia. I s-a răspuns că oferta este suficientă și că încă mai primesc oferte de la alte companii.

Au trecut două luni. De fiecare dată când Y dădea telefon, afla că întreprinderea mai eliminase din oferte: din zece rămaseră opt, mai apoi cinci, apoi trei, două. Oferta companiei „Voxtel” rămăsese pe listă. Mai mult, aflat că compania a obținut contractul. După ziua cea mare în care a fost prezentat seminarul, managerul Y s-a interesat datorită cărui fapt a fost preferată oferta companiei lor? De ce a fost selectată din cele zece oferte care erau la fel de bune?

Răspunsul este foarte simplu. Managerul X i-a explicat că... (*continuați răspunsul, menținând factorul determinant care a scos în evidență oferta companiei „Voxtel” printre celelalte*)

VIII. Treceți în revistă cele mai frecvente erori care se comit în corespondență.



CAPITOLUL III

REDACTAREA SCRISORII DE AFACERI

3.1. Norme de redactare a scrisorii oficiale

O scrisoare de afaceri presupune nu numai o formă grafică corectă și o prezentare estetică, dar și o structură adecvată. În uzanțele internaționale s-a stabilit că o scrisoare cu caracter oficial trebuie să cuprindă următoarele elemente:

- antetul;
- dată și numărul scrisorii;
- referințele;
- adresa destinatarului;
- formula de adresare;
- obiectul scrisorii;
- conținutul scrisorii;
- formula de încheiere;
- formula de salut;
- semnăturile;
- referirile la anexe.

Aceste elemente se supun unor norme de plasare în pagină, fiind obligatorii pentru unele situații din sfera comunicării scrise. În Comunitatea Europeană, de exemplu, ele sunt respectate cu rigoare, fără a exclude originalitatea și fantezia. Normele merită respectate mai ales atunci când avem de expediat cantități mari de corespondență, de pildă, cazuri în care se apelează la mașini de inscripționat, de pliat, de pus în plic și de lipit. Hârtia care nu corespunde normei va crea dificultăți și costuri suplimentare.

Pentru o scrisoare de afaceri, norma recomandă respectarea unor poziții și câmpuri bine delimitate în spațiul hârtiei de corespondență format A4: (figura 1).

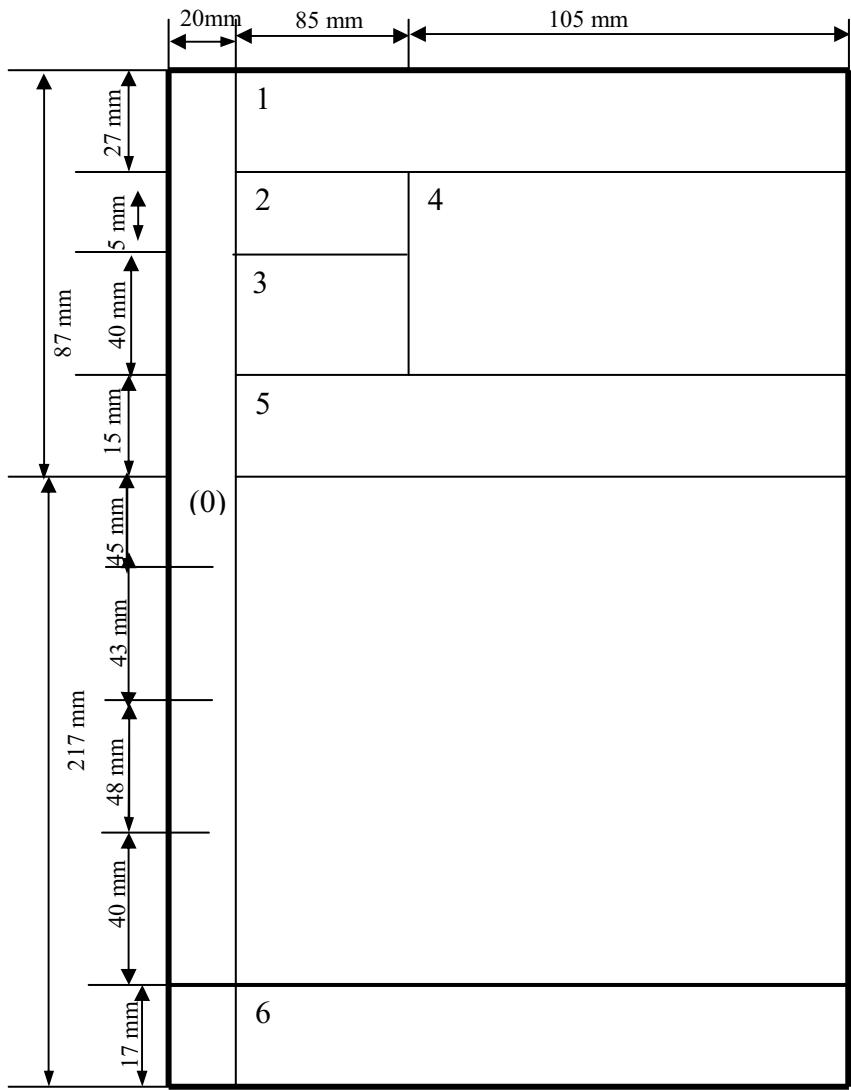


Figura 1. Norma de scrisoare economică

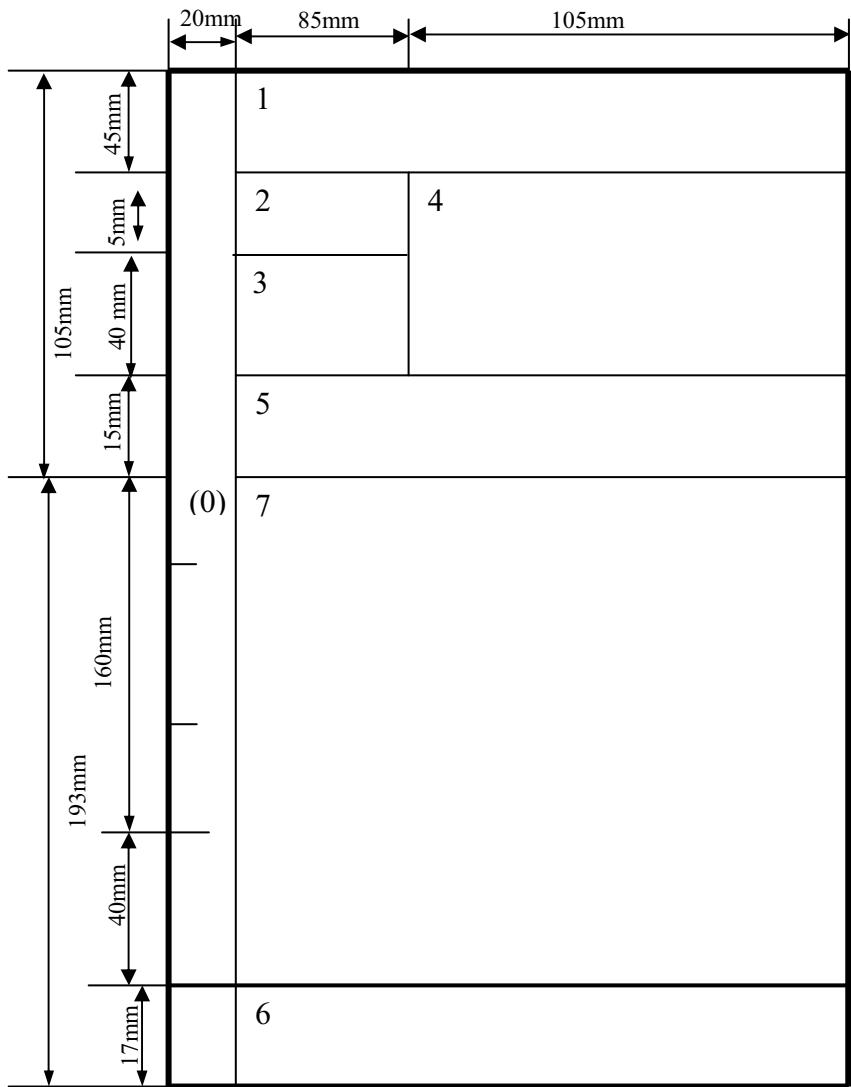


Figura 2. Norma de scrioare obișnuită

- Câmpul (0) este banda liberă, de 2 - 2,5 cm lățime, de pe latura stângă a hârtiei și reprezintă un spațiu destinat îndosarierii, legării, capsării etc.;
- Câmpul (1) – bandă de 45 mm, localizată pe latura de sus (în câmpul hârtiei), este spațiul destinat antetului;
- Câmpul (2), format dintr-o bandă lată de 50 mm și lungă de 85 mm, plasată sub antet, în stânga, este destinat înscrimerii numelui expeditorului;
- Câmpul (3), plasat sub câmpul (2), cu lățimea de 40 mm și lungimea de 85 mm, reprezintă caseta alocată numelui și adresei destinatarului. În norma de plic cu fereastra în stânga, această casetă se încadrează perfect în chenarul ferestrei;
- Câmpul (4) este un spațiu destinat însemnărilor de intrare și ieșire a corespondenței;
- Câmpul (5) este alocat referințelor (temei sau subiectului tratat în scrisoare). Exemplu: Ref.: „*Factura neachitată nr....*” sau „*Comanda noastră din ...*”;
- Câmpul (6) este o bandă de 17 mm, fiind plasată la marginea de jos a hârtiei și destinată informațiilor comerciale: coordonate bancare (banca și numărul de cont); forma juridică a societății; capitalul social; numărul de înmatriculare în registrul comerțului; codul fiscal (dacă nu au fost indicate în antet);
- Câmpul (7), cu o suprafață de aproximativ 174 mm, încadrat între câmpurile (5) și (6), este spațiul alocat efectiv corpului scrisorii, textului propriu-zis al scrisorii.

În comparație cu norma de scrisoare obișnuită de afaceri, norma de scrisoare economică este supusă unor modificări minore, cu scopul căștigării spațiului suplimentar pentru câmpul (7), destinat textului scrisorii. În acest scop, spațiul destinat antetului, câmpul (1), se restrânge de la 45 mm la 27. Toate celelalte câmpuri glisează în sus, cu excepția câmpului (6), care se modifică (Figura 2).

3.2. Elementele componente ale scrisorii de afaceri

3.2.1. *Antetul.* Potrivit practiciei comerciale internaționale, **antetul** cuprinde următoarele elemente:

- denumirea întreprinderii, companiei, firmei sau numele expeditorului;
- statutul juridic al unității comerciale;
- adresa;
- cuantumul capitalului social;
- cutia poștală;
- adresa fișierului;
- numărul de telefon precedat de prefixul țării și prefixul localității;
- numărul de fax.

Antetul mai conține și marca de producție sau marca de comerț, precum și emblema firmei; ocazional, pot fi imprimate și eventuale indicații ale filialelor, sucursalelor, reprezentanțelor etc.

Notă: După cum am menționat mai sus, astfel de indicații sunt scrise, de multe ori, în subsolul paginii.

Potrivit noilor reglementări din Republica Moldova privind registrul comerțului, firmele și emblemele vor apărea în antet, în primul rând, în limba română și apoi, în mod optional, la latitudinea fiecărui comerciant, pot fi notate într-o limbă străină.

Denumirea firmei unui comerciant-persoană fizică poate fi compusă dintr-un nume, de exemplu, din numele comerciantului scris în întregime sau din numele și inițiala prenumelui acestuia. Este de preferat să se facă mențiuni care să indice cât mai precis felul comerțului sau prestărilor pe care le face vânzătorul/furnizorul.

Firma unei societăți în nume colectiv ar trebui să cuprindă numele a cel puțin unuia dintre asociați, cu mențiunea „*Societate în nume colectiv*” scrisă în întregime.

În denumirea firmei cu statut juridic de societate în comandită simplă, trebuie să apară numele a cel puțin unuia dintre asociații comanditei, cu mențiunea „*Societate în Comandită*” scris în întregime.

Firma unei societăți pe acțiuni sau în comandită pe acțiuni se compune dintr-o denumire proprie de natură să o deosebească de

firmele altor societăți. Denumirea va fi însotită de mențiunea scrisă în întregime „Societate pe Acțiuni” sau „S.A.” ori, după caz, „Societate în Comandită pe Acțiuni”.

Firma unei societăți cu răspundere limitată se compune dintr-o denumire care să indice obiectul de activitate, însotită de mențiunea scrisă în întregime „Societate cu răspundere limitată” sau abreviat – „S.R.L.”.

Firma sucursalei sau filialei din Moldova a unei societăți va cuprinde și mențiunea sediului principal din străinătate.

Este bine ca, în cazul unei firme nou-constituite, asemănătoare cu alta, să se adauge o mențiune care să o deosebească de ultima fie prin indicarea felului de comerț exercitat, fie în orice alt mod ales de cel în cauză. Este interzis ca o firmă să cuprindă o denumire folosită deja de comercianți în sectorul public.

Emblema unei firme trebuie să se deosebească de emblema altelui firme înscrise în același registru al comerțului, pentru același fel de comerț, precum și de emblemele altor comercianți de pe piața unde comerciantul își desfășoară activitatea. Ca și în cazul altor suporturi de publicitate, pe scrisori vor putea fi folosite emblemele numai dacă vor fi însotite în mod vizibil de firma comerciantului. Dacă emblema cuprinde o denumire, firma va fi scrisă cu litere de mărimea a, cel puțin, jumătății literelor cu care este scrisă emblema.

Cele mai multe firme posedă foi cu antet. În caz contrar, este suficient să se indice numele expeditorului în partea stângă (sus) a documentului. (Vezi figurile 1 și 2).

În scrisorile oficiale, antetul poate fi plasat central (figura 1) și lateral, sus, în partea stângă a foii, neajungând până la centrul ei. În acest caz, toate elementele antetului vor începe din rând nou, cu litere mari. De exemplu:

**„STEAUA-REDS” S.A.
MD-2004, mun. Chișinău
Str.Sfatul Țării, 30
Tel.: 23.43.15
Fax: (022) 234215
MARIN DUCA**

În antetul plasat pe centru, toate elementele sunt scrise consecutiv, evidențiindu-se sus, la mijlocul foii, cu litere aldine, denumirea unității economice. De exemplu:

**Societatea Mixtă pe Acțiuni
„NUFĂRUL ALB”
MD-2004, mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 3
Tel.: 22 44 50, fax (022) 22 224 60, cap. soc. 20000000,
CT. 1245678931 B.C.C.**

Referințe. În corespondența comercială practicată între firme cu activitate importantă, respectiv cu un număr mare de dosare în derulare, pe scrisoarea comercială se trece un număr de cod sau de dosar, urmat de dată, necesar pentru a individualiza cazul în speță.

Data și numărul sunt elemente indispensabile scrisorii, deoarece determină identitatea ei. Evidențiate printr-un spațiu mai mare față de antet, sunt plasate sub el, în cazul când adresa destinatarului este scrisă în dreapta, sau în dreptul numelui. (Figura 1). Ordinea recomandabilă pentru aceste mențiuni este: data (în cifre), luna (în litere), cu punctuație liberă. De exemplu: *25 octombrie 2002, nr. 58* sau *Nr.58 din 25 octombrie 2002*. Se practică și înscrierea datei prin prescurtări, de exemplu: *nr.23/20.10.2002*.

Notă: Un document nedatat nu este luat în considerare din punct de vedere legal.

Când se menționează referirea la o scrisoare la care se dă răspuns, sub numărul scrisorii emitentului se scrie numărul corespondenței destinatarului, precedat de mențiunea „*Ref.*” sau „*La...*”, de exemplu: *Ref. Nr. 18/ 15.09.2002* sau *La nr. 20, din 16 iunie 2002*.

3.2.2. Adresa destinatarului. Este plasată mai jos de dată sau de numele expeditorului ori în partea opusă a antetului și cuprinde:

- numele și funcția destinatarului;
- denumirea unității economice;
- denumirea direcției, biroului (dacă e cazul);
- adresa firmei (eventual țara de destinație).

Oamenilor le pasă mai mult decât putem să ne dăm seama de faptul cum li se adresează, cum li se vorbește sau cum sunt prezențați

și incluși în liste, în programe, în comitete etc. Indiferent dacă persoana din afară este extrem de sensibilă față de acest subiect sau firma, este extrem de nepăsătoare față de problema în cauză, cel care expediază scrisoarea trebuie să aibă grijă de acest aspect.

Un membru al Consiliului de administrație trebuie să dea prioritate examinării felului în care organizația sa folosește, mai ales, titlurile și formele de adresare către persoanele din exterior. A te adresa politicos cuiva nu este doar o problemă de curtoazie, ci una care face o impresie bună, cultivă bunele relații în afaceri și sporește profitul.

Folosirea titlurilor în scris

Indiferent cui i se expediază scrisoarea: unui ambasador, unui colonel, unui preot sau unui funcționar sus-pus, adresarea trebuie formulată în mod corect. Nu există nici o scuză atunci când expeditorul se adresează, indiferent de genul corespondenței, lui „*Vâlcu Ștefan*”, fără a scrie „**Domnului Vâlcu Ștefan**”.

Când în corespondență nu se indică titlul destinatarului, acesta poate să credă că expeditorului, pur și simplu, nu-i pasă de el. Nu se cere mult timp și efort pentru a indica titlul unei persoane înaintea numelui, fie că este unul academic sau de savant.

Dacă cineva își însoteste numele cu abrevierea unui titlu de profesie sau al denumirii unei organizații precedată de numele lui, adresarea trebuie să fie scrisă exact în același mod. Când este folosit un titlu de profesie și numele este utilizat la cazul *Nominativ*, nu se mai folosește și „*domnul*”, „*doamna*”, „*domnișoara*”.

De exemplu: „**George ROMAN, dr. în economie**”

Dacă numele este urmat de titlul de funcție, pus la cazul *Dativ*, cuvântul „*domnul*” se plasează înaintea numelui. De exemplu: Domnului **Mircea CHIRCĂ, președintele Companiei România-Moldova „AVON”**. Dacă titlul de funcție este plasat înaintea numelui, cuvântul „*domnul*” nu se utilizează. De exemplu: *Președintele Mircea CHIRCĂ*.

Numele destinatarului poate fi plasat înaintea adresei sau după ea. Când numele soțului (soției) este scris în rândul dedesubt, se lasă trei spații libere de la începutul rândului, de exemplu:

*, „Domnului FĂURĂŞ Ilie
Doamnei FĂURĂŞ Ana”.*

Structura adresei depinde de tipul corespondenței. În acte de uz intern, adresa este compusă din denumirea direcției, serviciului și numele conducerii respectiv. Toate denumirile se utilizează la cazul *Nominativ*, iar numele destinatarului – la cazul *Dativ*.

Pentru scrierea adresei pe corespondență de ieșire, trebuie să se țină cont de următoarele reguli:

- denumirea unității economice se utilizează la cazul *Acuzativ*, precedată de prepoziția “*către*”, plasată deasupra adresei. De exemplu:

Către

Ministerul Finanțelor

- denumirea serviciilor, departamentelor se utilizează la cazul *Nominativ*. De exemplu:

Către

Ministerul Finanțelor

Serviciul contabilitate

Toate elementele adresei se scriu din rând nou cu literă mare.

Notă: Denumirile unităților economice se scriu cu litere albine.

Modul de a ne adresa destinatarului diferă nu numai în funcție de scrisoare, dar și de locul ei de destinație. De exemplu, în Marea Britanie, funcția se indică înaintea numelui (*General Manager Robert BROWN; Deputy Director Max SMITH*), fără formulă de politețe și fără virgulă, în timp ce în S.U.A., funcția se indică după numele persoanei, precedat de formula de politețe, separate fiind prin virgulă (*Mr. William BROWNING, General Manager*).

În corespondență franceză, când firma este condusă de soția patronului decedat, de regulă, numele firmei este precedat de mențiunea „veuve” (văduvă) și de o formulă de politețe:

Exemplu: *Messieurs V-ve CHARPANTIER et fils*

Pentru corespondența germană este foarte importantă specificarea titlului academic înaintea numelui, precum și a funcției deținute, care se situează, de obicei, sub cuvintele „*Domnul*”, „*Doamna*”.

De exemplu:

Frau *Herr*
Dr. Monika KUNZE, *Dipl. – Klm.* **Werner STRAUSS**

Când scrisoarea este destinată unei persoane cu funcție de conducere, fără a-i cunoaște însă numele, în adresă se specifică funcția precedată de articolul hotărât:

An den Herr PRASIDENTEN

Der Handels Kammer WIEN

(cu excepția cuvintelor nesemnificative), iar denumirile de birouri sau servicii se scriu cu literă mică.

Modele de adrese:

Către

Firma „Alex-Eric” S.R.L.

Str. Calea Ieșilor, 19/2

MD-2043, mun. Chișinău, Republica Moldova

Domnului Eugeniu BALAN, președinte

Ministerul Agriculturii

și Industriei Prelucrătoare

al Republicii Moldova

Bd. Ștefan cel Mare, 126

MD-2004, mun. Chișinău

Domnului Nicolae BODIU, Viceministru

(sau Domnului viceministru Nicolae BODIU)

Vitalie ADOMNIȚĂ, designer

Compania Design și Confectionare “Mișcare”

Str. Burebista, nr. 5a

MD-2017, mun. Chișinău, Republica Moldova

Academia de Științe a Republicii Moldova

Institutul de Matematică

Str. Academiei, nr. 5

MD-2004, mun. Chișinău, Republica Moldova

Directorului Institutului de Matematică

Domnului Gheorghe CIOCANU, prof. univ., dr. hab. în șt.

matematică.

3.2.3. *Obiectul scrisorii* are rolul de a prezenta succint problema care este tratată în corespondență respectivă.

La formularea obiectului, nu trebuie să se confundă ideea de bază a scrisorii (obiectul la care se referă) cu scopul ei. Scopul scrisorii este motivul pentru care scrie autorul. Motivul nu se prezintă ca atare în conținut, dar cel care concepe scrisoarea trebuie să-l cunoască bine.

Obiectul scrisorii trebuie să răspundă la una din întrebările:

1. Despre ce este vorba în scrisoare?
 - Despre o livrare de marfă;
 - Despre o comandă;
 - Despre o ofertă etc.
2. La ce document se referă?
 - La o factură neachitată;
 - La o reclamație;
 - La un aviz etc.
3. Când este datat documentul?

Obiectul scrisorii se plasează sub adresa destinatarului, spre mijlocul paginii sau, eventual, sub formula de apel. Se menționează folosindu-se cuvântul abreviat „Ref.”.

De exemplu: *Ref.: Anunțul Dvs. din “Monitorul” din 11.05.2002 sau*

Referitor la: Factura neachitată cu nr. 513 din 25.08.2002.

Dacă obiectul corespondenței se referă la o reclamație, este bine să se evite acest cuvânt și să se indice doar obiectul reclamației. De exemplu, când se face o referire la o livrare necorespunzătoare, se scrie astfel:

„Ref.: Livrarea Dvs. nr. 53 din 11.02.2002”.

3.2.4. *Formula de adresare.* Strict vorbind, toate scrisorile de afaceri adresate societății în cauză trebuie să înceapă cu „*Stimați domni*” sau „*Stimate(ă) domnule (doamnă)*”.

Totuși, în prezent, e mult mai răspândit, printre oamenii de afaceri, obiceul de a-și scrie ca de la egal la egal, indicând în formula de apel numele persoanei: „*Domnule Marin Guțu*”.

Chiar dacă unitatea în cauză vinde ceva prin scrisori directe și este nevoie ca să fie expediate, de mai multe ori pe an, sute sau chiar mii de scrisori identice (cu mijloacele disponibile de azi), nu există nici o scuză dacă în formula de apel nu este vizat numele destinatarului, precedat de convenționalul „*Stimate domnule*” sau „*Stimată doamnă*”.

Dacă se cunoaște funcția interlocutorului, atunci se poate scrie:

Stimate domnule director,

Stimată doamnă profesor,

Stimate domnule primar.

Și doar în scrisorile adresate unor case comerciale, servicii, autorități etc. sau în situația în care interlocutorul nu este cunoscut, se va utiliza un plural impersonal:

Stimați domni,

Stimate doamne și stimați domni.

În reclame sau în oferte generale, în funcție de caz, este mai bine ca textul scrisorii să înceapă cu o formulă de felul: „*Către toți cei care pot fi interesați*” în loc de „*Stimați (e) domni/doamne*”.

Formula de salut, ca formă de comunicare, are menirea de a deschide canalul și a verifica codul, căci ea transmite o informație de fundal, care are posibilitatea comunicării de mai departe.

Pentru alegerea unei formule de apel potrivite, se ia în considerare atât obiectul scrisorii, cât și titlul destinatarului. În scrisorile adresate unei oficialități foarte importante, se obișnuiește să fie folosite titlurile, și nu numele persoanei. De exemplu:

„*Domnule Președinte*” („*Doamnă Președinte*”);

„*Domnule Ambasador*” („*Doamnă Ambasador*”) sau „*Excelența Voastră*”;

„*Domnule Ministru*” („*Doamnă Ministru*”);

„*Domnule Primar*” („*Doamnă Primar*”);

„*Domnule Deputat*” („*Doamnă Deputat*”).

Atare titluri de funcții se scriu cu literă mare. Pentru a simplifica procedura atunci când nu se știe dacă o femeie este căsătorită sau nu, se folosește adresarea „*Doamnă...*”.

Un număr foarte mare de afaceri internaționale sunt încheiate fie în scris, fie prin telefon sau direct, în funcție de relațiile dintre persoanele implicate în afaceri. Din acest motiv, oamenii de afaceri

(și nu numai ei) trebuie să învețe protocolul fiecărei țări cu care se află în relații de parteneriat.

Majoritatea principiilor care stau la baza protocolului și se referă la modul în care trebuie să te adresezi, să vorbești și să prezinți o persoană de un anumit rang, își au obârșia în tradiții. Când nu acordăm atenția cuvenită acestui aspect, putem ofensa sensibilitatea partenerilor noștri. Pentru cei care au muncit cinstit, din greu și timp îndelungat, ca să obțină o poziție înaltă în cariera lor, titlurile sunt foarte importante și în formulele de apel. Așadar, pentru unii, e mai bine să fie folosite titlurile funcțiilor lor decât numele. De exemplu, în Italia, oricine își ia un grad devine imediat „*Dottore*” (o femeie devine „*Dottoressa*”) și își pune în față numelui o formă abreviată pentru tot restul vieții. Dacă este arhitect, atunci va abandona „*Dottore*” pentru titlul profesiei „*Arhitecta Verde*”.

În Germania sau în alte țări din nord, șefii folosesc titlurile funcțiilor în locul numelui („*Herr Direktor*”, „*Herr Doktor*”, „*Herr Ingenieur*” etc.).

Ceea ce rămâne confuz este faptul că modul în care ne adresăm unei oficialități străine aflate în țara noastră poate să nu corespundă cu cel folosit la ea în țară. De exemplu, noi ne adresăm unui ambasador străin în Republica Moldova cu „*Excelența Sa*”, atât scris pe plic și în scrisoarea pe care i-o trimitem, cât și în introducerea acestieia („*Excelența Voastră*”), dar când stăm față în față cu el, îi spunem „*Dle Ambasador*”. În multe țări străine i se adresează cu „*Excelență*” și atunci când se comunică cu el. Nuanțele sunt subtile, dar importante.

Așadar, dacă se fac afaceri în străinătate, trebuie să se studieze regulile de redactare a corespondenței și protocolul care se aplică în oricare din țările unde se realizează afacerea.

Și, în sfârșit, după formula de apel se va utiliza virgula, și nu semnul exclamării, iar textul scrisorii va începe cu literă mare.

3.2.5. Textul scrisorii. Conținutul de fond este atributul hotărâtor al scrisorii, de aceea conceperea lui necesită o atenție sporită din partea emitentului. Textul unei scrisori, indiferent de volum, trebuie să cuprindă următoarele paragrafe:

- introducerea;
- tratarea propriu-zisă a subiectului;

– încheierea.

Partea introductivă poate consta dintr-o frază de inițiere în temă a destinatarului, care justifică sau enunță problema ce urmează a fi tratată sau se poate referi la o scrisoare sau la un fapt anterior.

Tipul de introducere diferă în funcție de obiectul scrisorii, de relațiile dintre parteneri (folosindu-se un stil mai direct sau, dimpotrivă, unul mai elevat), de situațiile care vor fi prezentate în detaliu pe parcurs. Dar, oricare ar fi obiectul tratat, paragraful inițial trebuie să rămână deferent și, în același timp, să dea tonul scrisorii.

Dată fiind marea diversitate de situații posibile în practica corespondenței, prezentăm mai multe variante din care poate fi aleasă formula convenabilă:

- *Avem placerea să vă facem cunoscut faptul că...*
- *Avem onoarea să vă aducem la cunoștință că...*
- *V-aș rămâne îndatorat dacă mi-ați face cunoscut...*
- *Promitem să vă trimitem prin corespondență alăturată...*
- *Vă rugăm să ne informați...*
- *În completarea scrisorii mele din..., îmi permit să adaug că...*
- *Fiind în posesia scrisorii Dvs. din...*
- *Vă rugăm să ne informați...*
- *Am luat cunoștință de...*
- *Vă trimitem alăturat la prezenta...*
- *La primirea scrisorii Dvs. din...*
- *Ne grăbim să vă răspundem la scrisoarea Dvs. din...*
- *Potrivit scrisorii Dvs. din..., mă grăbesc să vă comunic că...*
- *Avem placerea de a da curs solicitării Dvs. din...*
- *Regretăm nespus că nu putem da curs propunerii Dvs. ...*
- *Circumstanțele independente de voința noastră nu ne-au permis să răspundem mai devreme la scrisoarea Dvs. din...*
- *Vă rugăm să ne scuzați pentru faptul că vă răspundem cu (asemenea) întârziere la scrisoarea Dvs. ...*

Confirmarea se poate referi la un alt mijloc de corespondență purtată între parteneri, respectiv telegramă, telex etc. Există, în asemenea cazuri, practica de a confirma prin scrisoare primirea documentului sau/și detalierea acestuia:

- *La întoarcerea dintr-o călătorie în străinătate am găsit amabila Dvs. scrisoare din...*
- *Astăzi v-am telegrafiat: „...”, ceea ce confirmăm prin prezența...*
- *Am primit telegrama Dvs. în care faceți precizări în sensul că...*

Sunt de reținut formulele posibile în caz că scrisoarea este adresată pentru prima dată unui potențial partener, cu scopul de a se preciza modul în care autorul a aflat despre comerțul aceluia:

- *Am citit / am aflat / cu interes/din anunțul Dvs./ din revista / ziarul... și am dori să Vă întrebăm dacă...*
- *Am aflat numele și adresa Dvs. de la Camera de Comerț și Industrie din... și avem plăcerea să Vă informăm că...*
- *Aflând că Dvs. exportați/importați...*
- *Am aflat din revista... că sunteți interesați în / comerț / pe piața lemnului și avem plăcerea să Vă informăm despre faptul că...*
- *Am găsit numele firmei / casei Dvs. în catalogul participanților la expoziția... și profităm de această ocazie pentru a Vă invita la discuții privind o posibilă colaborare între firmele noastre...*

Tratarea subiectului. La rândul său, conținutul principal al scrisorii, poate fi divizat într-un număr corespunzător de paragrafe (în funcție de obiectul tratat), care cuprind explicarea problemelor respective cu toate detaliile și argumentele necesare pentru soluționarea lor. Date fiind marea diversitate de situații în care se pot afla societățile comerciale în derularea activității lor, fapt care necesită tot atâtea abordări ale corespondenței oficiale, vom face o tratare graduală: de la informații generale, continuând cu modul de întocmire a mai multor tipuri de scrisori și acte, cu toate fazele pe care acestea le presupun. În general, în redactarea acestui paragraf, pot fi utilizate două metode:

- a) Metoda directă sau clasică;
- b) Metoda indirectă, modernă.

- a) *Metoda directă* de redactare se inițiază cu motivarea (prezentarea datelor și argumentelor pe care este întemeiat obiectul scrisorii), urmată de concluzie (nivelul de conținut al scrisorii). Deseori, motivarea și concluzia alcătuiesc o singură frază. În acest caz, cea mai adecvată metodă de redactare este cea clasică, motivarea începându-se, eventual, cu cuvintele: „Întrucât...”, „Dat fiind faptul...”, „Deși...”, „Cu toate că...”, „Dacă...”, „Ca urmare...”, „Înținând cont de...” etc. De exemplu: „Întrucât nu am avut nici un fel de relații de afaceri cu dumnealor, v-am fi foarte recunoscători, dacă ați putea să ne oferiți informații despre activitatea companiei ...”;
- b) *Metoda indirectă modernă* (concluzie-motivare) este utilizată, mai ales, în scrisorile cu conținut amplu, în care se cere o analiză detaliată a motivării. Or, alegerea metodei depinde de importanța care se dă motivării sau argumentării.

În paragraful final al scrisorii se exprimă, de regulă, speranța de a primi un răspuns, o confirmare, de a încheia afaceri reciproc avantajoase sau se poate face referire la urgența soluționării problemei abordate, la acceptarea unor propunerii etc. De exemplu:

- *Sperăm să primim cât de curând vești da la Dvs. în legătură cu problema abordată.*
- *Așteptăm cu interes confirmarea Dvs.*
- *Așteptăm decizia definitivă cu curierul de retur.*
- *V-am fi îndatorați pentru un răspuns imediat par avion.*
- *Sperăm într-o colaborare de durată.*
- *Am aprecia un răspuns prin telex sau fax cu confirmarea acceptării propunerii noastre.*

Câteva considerații stilistice

În locul stilului bombastic și alambicat, este binevenit stilul direct, „la obiect”, ușor de înțeles, mai apropiat de stilul comunicării orale. De exemplu:

- Formulări la imperativ, însotite în mod obligatoriu de formule deferente:

- *Aveți grijă, vă rugăm, ca marfa să nu se umezească.*
- *Factura anexați-o, vă rugăm, imediat la scrierea de răspuns.*
- Întrebări directe, fie pentru a capta atenția interlocutorului, fie pentru a exprima o condiție „camuflată”.
 - *După cum știți, aceste articole sunt foarte căutate în industria încălămintei. Sunteți interesați?*
 - *Sunteți de acord cu propunerea noastră? Numai aşa vedem posibilă continuarea colaborării.*
- Construcții eliptice, în special în finalul scrisorii:
 - *Anticipat, Vă aducem multe mulțumiri pentru eforturile Dumneavoastră.*
 - *Vă rugăm să ne trimiteți documentele imediat după primire. Multe mulțumiri.*
- Ușoare abateri de la topica frazei, acceptate în paragraful final, când exprimarea solicituinii expeditorului de a furniza și alte date/informații etc. este precedată de o propoziție condițională:
 - *Dacă sunteți interesați în această ofertă, Vă rugăm să ne informați urgent. Vă trimitem imediat o specificație și câteva mostre.*
 - *Dacă mai aveți și alte întrebări, vă stăm cu placere la dispoziție și cu alte date.*

3.2.6. Formula de salut (de rămas-bun), uzuală astăzi, este mai puțin rigidă decât în trecut. Regula de a se relua exact titlul persoanei respective în formula de politețe nu mai este respectată în circularele publicitare, care au adoptat un stil mai familiar, mai apropiat. De exemplu, ne adresăm cu titlul „Dragă Doamnă”, apoi scrierea se va termina prin „Pe curând”, sau cu „Al Dvs. fidel” sau „Cu sinceritate”.

Dintre cele mai curente formule de politețe se pot cita:

- „*Cu stimă*” – formulă utilizată în mod obișnuit, preferată de către majoritatea oamenilor de afaceri.
- „*Cu cele mai alese sentimente*” – formulă mai familiară, folosită de la egal la egal sau pe scară ierarhic superioară.

- „*Cu sentimente alese*” – de la furnizor la client, de la funcționar la patron.
- „*Cu respect / deosebit respect*” – se întâlnește atunci când între expeditor și destinatar există un raport ierarhic implicit (în cadrul administrativ); când destinatarul este necunoscut, de la cel mai Tânăr la cel mai în vîrstă sau atunci când relațiile dintre partenerii de afaceri s-au răcit.
- „*Cu cea mai înaltă considerație*” – rezervată scrisorilor soleme, pentru un funcționar înalt (ministru, ambasador etc.).

Se scriu, de asemenea, fraze scurte, precum: „*Sincer*”; „*Al dumneavoastră*”;

„*Cu salutare*”, în scrisorile impersonale, cum sunt comenzi.

Pentru scrisorile protocolare sunt folosite formule de politețe deosebite:

Pentru Președintele țării: „*Domnule Președinte, Vă rugăm să primiți omagiul celui mai profund respect*”;

Pentru un ambasador: „*Domnule Ambasador, Excelența Voastră, Vă rugăm să primiți asigurarea întregii noastre stime*”;

Pentru un ministru: „*Vă rugăm să primiți, Domnule Ministru, expresia întregii noastre stime*”;

Pentru un procuror: „*Vă rugăm să primiți, Domnule Procuror, cele mai respectuoase sentimente*”;

Pentru un senator sau un deputat: „*Vă rugăm să primiți, Domnule Senator, expresia profundei noastre considerații*”.

Succesul scrisorii de afaceri depinde, în mare măsură, de găsirea cuvântului și tonului potrivit, de exprimarea prin construcții concise, pertinente, de evitarea construcțiilor „interminabile”, greu de urmărit.

3.2.7. Semnătura (semnăturile). Semnătura constituie un element indispensabil al fiecărui înscris. Ea este pusă doar de o persoană împuternicită de unitatea în cauză. În funcție de tipul corespondenței, pot fi puse una, două sau mai multe semnături. Dreptul la prima semnătură îl are conducătorul unității sau șeful departamentului care emite corespondența.

Semnătura este precedată de titulatura exactă și completă a autorului (*Președinte, Director, Șef serviciu, Contabil-șef etc.*), după care urmează prenumele și numele. Acestea sunt plasate mai jos, la un spațiu de 5-7 rânduri de la textul scrisorii. A doua semnătură se pune în partea dreaptă de prima, a treia – la centru, sub primele două. Semnăturile mai pot fi plasate în coloană, una sub alta, în funcție de scară ierarhică a titulaturilor de funcții. De exemplu:

Director,

Ilie Bradu

Şef-contabil,

Alexandru Grosu

Marketolog,

Oleg Vartic

Dacă scrisoarea este redactată pe un imprimat, în indicarea funcției nu va intra denumirea unității, deoarece ea este arătată în antet. Când lipsește antetul, se scrie și denumirea completă a unității respective. Exemplu:

,*Directorul Băncii Naționale a Moldovei, Leonid TALMACI*”

În general, autorul își semnează personal corespondența, dar se întâmplă că, în absența sa, o altă persoană este împuternicită să semneze corespondența urgentă. În acest caz, se dactilografiază numele personal și titulatura, evidențiind subordonarea față de patron, apoi se semnează scrisoarea. După caz, semnătura poate fi precedată de: „*p.p*” – „*prin procură*”; „*p.m*”. – „*prin mandat*”.

Notă: În scrisorile comerciale nu este acceptată o altă semnătură decât în cazul în care cel ce o face are procură din partea conducătorilor firmei, în măsură să reprezinte legal firma.

Stampila se aplică pe semnătura conducerii unității. Corespondența tipizată dispune de un spațiu special (partea stângă a foii) marcat cu abrevierea „*L.S.*” (*loc pentru sigiliu*).

În afară de elementele sus-menționate, unele scrisori și acte dispun și de alte elemente ocasionale, unul din ele fiind **anexele**.

3.2.8. Mențiunea „*ANEXE*” semnalizează persoanei care citește că va găsi documente ce însotesc scrisoarea (certificate, schițe, mostre, prospecte, facturi etc.). Cuvântul „Anexe” este scris în

stânga, sub numele semnatarului, la trei-patru rânduri de el. De exemplu:

Anexă: Catalog-1

Anexe: 1. Lista de prețuri – I

2. Condiții de plată și de livrare – I.

Subsolul cuprinde informații suplimentare despre firmă, dacă ele nu au fost specificate în antet, de exemplu: sediul spațiilor comerciale, telex, telefon, adresă telegrafică, contul în bancă.

Mențiunile „*Secret*”, „*Strict secret*”, „*Confidențial*” se scriu pe original în dreapta, deasupra adresei destinatarului (dacă e cazul) și, de asemenea, pe plic, deasupra adresei.

Zece condiții indispensabile corespondenței de afaceri:

Să se scrie într-un mod clar, simplu și lizibil.

Să se redacteze, pe cât e posibil, fraze scurte.

Să se evite exagerările în ceea ce privește politetea și familiaritatea, dar să se respecte tonul deferent al scrisorii.

Să se evite neînțelegерile ce pot să coste scump: informațiile trebuie să fie exacte.

Să se structureze scrisoarea în paragrafe bine marcate.

Să se evite traducerea ad litteram din alte limbi.

Să se scrie titulaturile necesare în formulele de apel și în adrese.

Să se acorde o atenție deosebită modului de redactare a datei, a formulelor introductory și a celor de încheiere.

Să se pună corect semnătura și numele autorului scrisorii și să se menționeze funcția acestuia în cadrul întreprinderii.

Să se completeze plicul corect și lizibil ca și scrisoarea însăși.



Glosar tematic

Alambica(a), alambichez – 1. A distila cu ajutorul unui aparat pentru distilarea lichidelor (alambic). 2. Fig. A face prea subtil, greu de înțeles, excesiv de rafinat, complicat. Din fr. **alambiquer**.

Antedata (a), antedataz – A pune pe un act, pe o scrisoare etc. o dată anterioară celei reale. – Ante+data. Din fr. **antidater**.

antet, anteturi – Indicație tipărită în partea de sus a unei foi de hârtie sau a unui pliș, cuprinzând numele, adresa etc. unei instituții sau a unei persoane. Din fr. **en-tête**.

comandită, comandite – Contract de asociere în care una dintre părți, comanditantul, răspunde singur și cu întreaga sa avere pentru obligațiile societății față de creditori, pe când cealaltă parte, comanditarul, nu răspunde decât în limitele capitalului social investit de el.

societate în comandită – Societate alcătuită pe baza unui asemenea contract de comandită. – Din fr. **commandite**.

considerație, considerații – Stimă, respect. – Din fr. **consideration**.

efigie, efigii – Reprezentarea în relief pe monede, medalii, sigilii etc. a chipului unei persoane. – Din fr. **effigie**, lat. **effigies**.

factură, facturi – 1. Act justificativ privind vânzările și cumpărările de mărfuri, lucrările executate și serviciile prestate, precum și mărfurile lăsate în păstrare; 2. Formular tipărit pe care se întocmește un astfel de act. – Din fr. **facture**.

facturier, facturiere – Carnet care cuprinde formulare pentru facturi. – Din fr. **facturier**.

implicit, -ă, impliciti, -te – (Adesea adverbial). Care este inclus, conținut în altceva (fără a mai fi exprimat direct); care se înțelege de la sine. Din fr. **implicite**, lat. **implicitus**.

latitudine, latitudini – Libertate de acțiune, posibilitate de a acționa după voie. Din fr. **latitude**, lat. **latitude, -inis**.

mostră, mostre – 1. Obiect dintr-o serie de obiecte identice sau cantitate mică dintr-o marfă, dintr-un material etc., după care se pot aprecia anumite însușiri ale acestora; probă, eșantion, model. *Târg de mostre.* 2. Fig. Exemplu, pildă.

nonconformism – Tendința de a nu accepta moravurile, mentalitatea, tradițiile unui anumit mediu; neconformism. – Din fr. *non-conformisme*.

pertinent, -ă, *pertinenți*, -te, – 1. Care se potrivește exact obiectului despre care este vorba, care este adekvat pentru ceea ce vrea să argumenteze; care denotă profunzime, competență; care se raportează exact la chestiune, la fondul cauzei; potrivit, nimerit, convenabil. 2. (Inform.; despre sisteme informaționale, stocuri de informații) Care are calitatea de a satisface cerințele obiective de informare ale unui beneficiar. – Din fr. *pertinent*.

sigiliu, *sigilii* – 1. Obiect alcătuit dintr-o placă (cu mânere) pe care este gravată o monogramă și care se aplică pe un act oficial, ca dovadă a autenticității lui. 2. *Fig.* Semn distinctiv, marcă. 3. Ceară roșie pe care s-a imprimat prin apăsare o ștampilă și care servește la sigilarea unui obiect, a unei încăperi etc., pentru a evita desfacerea lui de către persoane neautorizate. – Din lat. *sigillum*.

silentios, -oasă, *silentioși*, -oase – Tăcut, liniștit. Care nu face zgromot. *Mașini silentioase*. – Din fr. *silencieux*, lat. *silentosus*.

solicitudine, *solicitudini* – Atitudine plină de grija, de bunăvoie, de prietenie față de cineva sau de ceva; atenție prevenitoare. – Din fr. *sollicitude*, lat. *sollicitudo*, -inis.

speță, *spețe* – 1. Specie. 2. Prină adusă spre rezolvare înaintea unui organ de jurisdicție. Loc. adverb. *În speță* = în cazul de față, în cazul dat. – Din fr. *espece*.

sucursală, *sucursale* – Întreprindere comercială sau bancară dependentă de alta de același fel. Din fr. *succursale*.

? Probleme supuse discuției

1. Ce recomandă norma de scrisoare obișnuită și cea cu caracter economic? În practica de primire și de expediere a corespondenței ați mai întâlnit și alte norme de scrisoare? De ce situații au fost condiționate atare devieri de la norma obișnuită de scrisoare?

2. Enumerați elementele unei scrisori economice. Care dintre ele le-am putea considera ocazionale? În ce situații ar putea lipsi unele dintre ele?
3. Referință la o scrisoare (Ref. la: Nr. 2504 din 20. 09. 2002) este considerată element obligatoriu sau ocazional? Motivați-vă răspunsul.
4. Cu care dintre formulările de mai jos sunteți de acord? Explicați de ce?
 - a) *Folosirea formulei de adresare și a titlurilor de funcție sau de profesie în scris joacă un rol decisiv în afaceri;*
 - b) *A te adresa în scris celorlați cu forme de adresare: „domnul”, „doamna”, „domni”, „doamne” și cu titlul de funcție și profesie este doar o problemă de curtoazie;*
 - c) *Afacerea este pe jumătate câștigată, dacă în formulele de adresare sunt folosite titlurile persoanelor destinațare.*
5. În ce mod veți scrie numele destinatarilor, dacă scrisoarea este adresată unei persoane cu funcție oficială (de exemplu, unui judecător și soției lui)?
6. În ce situații veți scrie următoarele formule de apel:
„Stimați, -te domni / doamne”, „Stimate domnule director”, „Către toți cei care pot fi interesați!”?
7. Enumerați titlurile și funcțiile care pot fi scrise cu literă mare.
8. Exemplificați metodele directă și indirectă folosite la tratarea subiectului. În ce situație poate fi folosită fiecare dintre ele?
9. Ce fel de scrisori pot fi scrise de mâna?
10. Cum veți proceda în cazul în care trebuie să trimiteți o scrisoare unui om de afaceri pe care nu-l cunoașteți?



Exerciții și studii de caz

1. Redactați un antet central în care trebuie să se indice:
 - *Denumirea oficială a unei societăți mixte;*
 - *adresa completă;*
 - *telefonul, telexul;*
 - *capitalul social și contul de decontare;*
 - *numele directorului.*
2. Redactați un antet lateral, care trebuie să cuprindă exhaustiv elementele corespunzătoare. Indicați numărul de înregistrare al scrisorii și referința.
3. Adresa destinatarului poate fi plasată în două moduri pe foaie. Demonstrați acest lucru, redactând două adrese pentru ambele situații.
4. Redactați adrese în care numele destinatarului să fie:
 - a) *cu titlu de funcție, la cazul Nominativ;*
 - b) *cu titlu de funcție, la cazul Dativ;*
 - c) *cu titlu de funcție plasat înaintea numelui.*
5. Cum veți redacta adresa unei scrisori destinate unui doctor în economie și soției lui?
6. Formulați obiectele scrisorilor în care se vorbește despre:
 - a) *o întârziere în livrarea unei comenzi;*
 - b) *un anunț din ziar în care se oferă spre vânzare angro produse alimentare;*
 - c) *prejudicii aduse în urma transportului unor mărfuri de către o firmă;*
 - d) *solicitarea de mostre, eșantioane privind vinurile demiseci.*
7. Scrieți zece formule de introducere ale scrisorilor de afaceri cu diferite obiecte.

8. Redactați câte două-trei formule de introducere pentru următoarele situații:
 - a) *confirmarea primirii unui document;*
 - b) *scrisoarea este adresată pentru prima dată unui potențial partener cu scopul de a preciza modul în care autorul a aflat despre afacerea acestuia;*
 - c) *autorul enunță problema ce urmează a fi tratată;*
 - d) *autorul se referă la un fapt sau la o scrisoare anterioară.*
9. Scrieți câte două formule de încheiere a scrisorilor pentru următoarele situații:
 - a) *autorul își exprimă speranța de a primi un răspuns sau o confirmare;*
 - b) *autorul dorește să încheie o afacere reciproc avantajoasă;*
 - c) *autorul face referire la urgența de a clarifica soluționarea unei probleme;*
 - d) *autorul speră că destinatarul va accepta propunerea făcută.*
10. Enumerați în scris cele mai curente formule de politețe. Comentați pentru ce situații poate fi folosită fiecare dintre ele.
11. Ce raport este între perechile de cuvinte? Care este accepția lor?
 - a) *considerabil – considerație – considerare – considerațiune – considerent;*
 - b) *factură – facturier – factorie;*
 - c) *implicit – implicație;*
 - d) *pertinent – pertinență – impertinent;*
 - e) *silentios – silentiator;*
 - f) *solicitudine – solicitant;*
 - g) *spețe – speze.*



CAPITOLUL IV

SCRISORI CIRCULARE SAU AVIZE GENERALE

4.1. Principii de redactare a scrisorilor circulare

Circularele sunt scrisorile cu același conținut, adresate unei anume sau eventuale clientele sau persoanelor subalterne, pentru a anunța modificările de structură sau de politică ale unității economice, schimbările de adrese, numirea unor noi reprezentanți etc.

În funcție de rolul pe care îl îndeplinesc, scrisorile circulare se clasifică după cum urmează:

1. *Scrisori elaborate de un organ ierarhic superior* și adresate celor din subordine, pentru a transmite anumite decizii, dispoziții, reguli de comportament sau pentru a comunica anumite schimbări de ordin general, survenite în activitatea unității în cauză. Acestea sunt dispoziția, ordinul, decizia
2. *Scrisori circulare de afaceri* folosite în activitatea comercială, cu scopul de a motiva clientul, de a-l atrage, de a anunța diferite schimbări de prețuri, de producție, comerț, transport etc.

Acestea sunt scrisorile-tip trimise numeroșilor corespondenți, cu scopul de a transmite aceeași informație. Ele sunt importante și fac să se câștige mai mult timp pentru inițierea relațiilor de parteneriat și pentru rentabilizarea acestei activități.

Întreprinderile bogate sunt dispuse să finanțeze operațiuni de anvergură pentru a atrage clientela și anume: organizează campanii publicitare, utilizează mijloace tehnice și psihologice pentru atragerea atenției unei potențiale cliente, așa ca:

- radioul, televiziunea, presa, ziarele și revistele;
- expedierea eșantioanelor/ mostrelor, listelor de prețuri, cataloagelor, prospectelor (fără plată);
- vizite ale intermediarilor angajați sau reprezentanților firmei.

Furnizorii cu capital mai modest nu-și pot permite astfel de cheltuieli costisitoare. În această situație, ei folosesc scrisorile circulare, care trebuie să aibă un conținut concis, dar, în același timp, să dezvăluie exhaustiv obiectul tratat. Dacă circulara este adresată mai multor potențiali clienți, conținutul ei este redactat într-un stil mai oficial și mai puțin personal, spre deosebire de alte scrisori de afaceri, cu ton mult mai familiar, adresate persoanelor nominalizate.

Scrisorile publicitare circulare (fără destinatar) au scopul de a prezenta informații clientului asupra unor obiecte, produse, servicii, cu scopul de a influența într-un mod sau altul: de a-i trezi interesul sau dorința, de a se informa mai detaliat asupra mărfuii sau chiar de a o cumpăra. Trăsătura lor esențială este eficiența.

Prima parte a unei circulare trebuie să atragă imediat atenția cititorului și să-i trezească dorința de a citi în continuare.

În a doua parte, trebuie să se facă o descriere clară a obiectului, a serviciului, a modificării unei situații etc., indicându-se, dacă e cazul, și avantajele de care va putea beneficia.

Dacă circulara anunță doar o modificare de preț, un nou tarif, un eveniment, ea poate fi prezentată sub forma unui simplu aviz, fără titlu sau formulă de apel (în cazul schimburilor între profesioniști ai comerțului).

De obicei, această circulară nu prezintă detalii, ea este concepută pentru a trezi interesul destinatarului, pentru a-l incita să fie atent.

Circulare pot fi numite și micile prospecțe care sunt distribuite persoanelor și care anunță activități sau vânzări la prețuri avantajoase. Adresate unei persoane concrete, ele pot fi înlocuite prin scrisori-circulare mai detaliate, care oferă informații suplimentare asupra obiectului. În acest caz, scrisoarea va avea un conținut mai sofisticat și un ton mai degajat. Si anume:

- *Introducerea* va conține o parte informativă de prezentare de către emitent a imaginii întreprinderii sale, a activității sau a produsului său.
- *Tratarea* scrisorii va conține descrierea argumentată a obiectului, făcută în aşa fel, încât să convingă destinatarul. Aici se va aminti de avantajele financiare ale clientului, de eficientizarea afacerii lui, de facilitățile eventuale care i se vor aduce beneficiarului.

În cele mai dese cazuri, astfel de circulare sunt urmate de *relansări*. Prin relansare se înțelege o trimitere repetată prin intermediul poștei, la intervale de timp calculate astfel, încât să se mențină curiozitatea clientului.

Dacă acest demers este suficient, cataloagele și pliantele trimise mențin clientul într-o permanentă stare de atenție și interes. Succesul operațiunii depinde de calitatea redactării și de argumentația folosită.



Modele de scrisori circulare

Scrisoare circulară pentru anunțarea deschiderii unei societăți comerciale.

Stimați domni, stimate doamne,

Aveam placerea (onoarea) să vă aducem la cunoștință faptul că am fondat (am deschis) de curând o societate comercială (o casă de comert) având ca obiect de activitate vânzarea angro a articolelor de marochinărie.

Existența unui stoc de materii prime, destul de important pentru a garanta executarea rapidă a comenziilor, capitalul suficient pentru a oferi condiții de plată avantajoase ne permit să solicităm comenziile Dvs., cu convingerea fermă că le vom satisface.

Acordându-ne nouă comenziile dumneavoastră, veți avea avantajul de a fi în relații cu producătorii..., ale căror produse sunt cel mai bine situate atât sub raportul calității, cât și sub raportul moderației prețurilor.

În speranță că veți binevoi să ne onorați cu corespondența dumneavoastră, rugăm să primiți urările noastre cele mai bune.

Scrisoare circulară pentru a anunța schimbarea proprietarului.

Stimați domni / Stimate doamne...,

Aș dori să vă aduc la cunoștință că, începând cu 1 octombrie curent, urmează să preiau conducerea afacerilor domnului..., patronul meu actual, al cărui colaborator sunt din ... (de ... ani).

Țin să vă asigur de dorința mea de a continua bunele relații cu dumneavoastră, precum și de faptul că toate eforturile mele vor fi îndreptate către păstrarea bunei imagini de care se bucură firma noastră în prezent.

Cu cele mai sincere salutări...

- Circulara pentru anunțarea numirii unui reprezentant în străinătate*

Domnilor,

Avem placerea să vă informăm că, în vederea dezvoltării de mai departe a relațiilor comerciale cu partenerii români, am hotărât să acordăm reprezentanță exclusivă pentru comerțul nostru firmei..., al cărei sediu social se află la Chișinău, str....tel....

Prin intermediul acestei firme, veți putea obține toate informațiile, atât în ceea ce privește prețul, cât și calitatea produselor noastre.

Deschiderea acestei agenții va facilita executarea comenzielor Dvs. și va înlătura orice întârzieri în livrare.

Asigurându-vă de atenția pe care agentul nostru o va acorda executării comenzielor Dvs., vă rugăm să acceptați...

- Anunțarea schimbării sediului social al firmei*

Domnilor,

Avem onoarea de a vă informa că, începând cu (data de...) ..., birourile noastre vor fi transferate la adresa de mai jos:

Vă rugăm ca, pe viitor, să trimiteți pe această adresă comenziile cu care veți avea placerea să ne onorați. Vă asigurăm de grija și atenția deosebită pe care le vom acorda comenziilor dumneavoastră și vă rugăm să acceptați...

4.2. Anunțuri

După cum am menționat, alocarea resurselor financiare și umane de către firmele mici, specializate în servicii de comunicare publică, este dificilă. În cele mai dese cazuri, acestea, în afară de scrisorile publicitare, folosesc cea mai simplă formă de relații cu publicul – *anunțul*. Acesta poate avea un impact eficient asupra publicului, dacă este întocmit adecvat, lucru care nu este chiar atât de ușor.

Însuși Hemingway spunea că „*a scrie de reclame creaoare este mai dificil decât a scrie romane*”. Dacă anunțul este exagerat, agramat, ilizibil, publicul nu-i va da nici o atenție.

Scopul anunțului este de a stimula vânzările. Pentru a ajunge la aceasta, el trebuie să trezească involuntar atenția, interesul clientului potențial, adică să fie luat în seamă. Doar dacă anunțul va fi interesant și credibil va putea convinge clientul. Există câteva reguli simple, dar utile pentru redactarea anunțurilor:

- Un anunț trebuie să fie atractiv, excitant, plăcut, afectiv. Pentru evidențiere imediată, trebuie să aibă un imbold vizual, o imagine originală, ieșită din comun, care să contrasteze cu alt conținut.
- Titlul poate fi șocant, alcătuit dintr-un slogan sau o replică originală. Cele mai multe anunțuri încep cu un ton autocratic, sec, uzat, ceea ce nu mai atrage ochiul publicului. De exemplu: „*S.R.L. ... vinde și livrează din stoc...*”, „*Uniunea Economiștilor vă invită la...*”. În schimb, un titlu în care se întreabă ceva direct sau promite ceva șocant nu va fi ignorat, mai ales când este vorba de bani, hrană, sănătate, tinerețe, frumusețe, confort, realizări în afaceri etc. De exemplu: „*Adio, durere!*”, „*Adio, sărăcie*”, „*Un bănuț, un pic de noroc și te faci bogat pe loc!*”, „*Câștigă tu milionul!*”, „*Vrei să câștigi 500000?*”, „*Tinerețe fără bătrânețe!*”, „*Tabla secolului*” etc. Se zice că, dacă ai de făcut un text în trei zile, lucrează două la titlu și una la conținut.
- E bine ca textul să aibă un stil familiar, și simplu, pe înțelesul tuturor. Aceasta înseamnă că va prevale adresarea „*Tu*” și nu „*Dvs.*”, iar sloganele vor fi simple și apropiate publicului,

evitându-se cuvintele academice, tehnice și termenii necunoscuți.

- E necesar să se ofere dovezi și probe, ceea ce înseamnă cifre și nume reale și nu inexistente, căci ele pot fi verificate.
- Limbajul trebuie să fie adekvat, precis, adică lipsit de echivocuri și de calificative vagi ce sunt în detrimentul credibilității cititorului. Nu trebuie să fie prezente cuvinte și sintagme de genul: „mult”, „puțin”, „rar”, „des”, „prețuri mai mici”, „calitate maximă”, „reducere mare”, căci ele nu exprimă precis și clar ceea ce dorește clientul, ci numai îl irită.
- Ironiile și sarcasmele vor fi evitate. Sintagmele de genul: „mănuși din piele de damă”, „vindem gazometre”, „Pentru montări în masă se fac reduceri”, „Brânză de vacă proaspătă”, „Lapte de vacă grasă, 25%” sunt comice și alogice. (Există oare și vreun redactor?!)
- Textul se scrie concis, căci clientul nu este interesat de tehnologia produsului, ci de avantajele obținute de la produs, de eficacitatea lui și de un preț convenabil.

? Probleme supuse discuției

1. Prin ce se deosebesc scrisorile circulare de alte tipuri de scrisori de afaceri?
2. Cu ce scop se scriu scrisorile circulare?
3. Credeti că scrisorile circulare de afaceri ar putea substitui o campanie publicitară prin eficacitatea lor?
4. Care este diferența dintre o scrisoare circulară adresată unei persoane concrete și o circulară fără destinatar?



Glosar tematic

Marochinărie, marochinării – (Aici) **1.** Atelier sau magazin unde se lucrează sau se vând obiecte din marochin (piele de capră sau, rar, de oaie sau de vițel, tăbăcită vegetal, pentru a căpăta lustru

și finețe; cordovan). **2.** Obiecte făcute din marochin (sau din orice fel de piele). Din fr. ***maroquinerie***.

reprezentanță, reprezentanțe – Organ care reprezintă în altă țară interesele țării sale în domeniul economic, politic etc. (În sintagmele) *Reprezentanță națională* = organ de stat constituit din totalitatea deputaților. *Reprezentanță comercială* = organ al unui stat, al unei companii, societăți comerciale care îl / o reprezintă în relațiile comerciale cu alte state. – Din germ. ***Repräsentanz***.

sold, solduri – **1.** Diferență între totalul sumelor înscrise în debitul aceluiași cont. **2.** Rest de plată la lichidarea unei obligații și totalul sumelor înscrise în creditul aceluiași cont. **3.** (Aici). Marfă rămasă nevândută (și care se desface cu preț redus). În expresia: *Vă invităm la desfacerea soldurilor.* – Din fr. ***soldé***.



Exerciții și situații de caz

1. Citiți atent circulara de mai jos. Identificați și comentați greșelile care au fost comise la redactarea ei. De ce reguli n-a ținut cont emitentul la întocmirea ei? Corectați textul.

Stimați domni!

Așa cum știți cu toții, serviciul nostru de activități funcționează de aproape un an. Din păcate, însă mulți dintre noi încă mai cad în greșeala de a trimite comenzi direct furnizorului.

Îmi dau seama că e de greu să renunț la un obicei atât de vechi, dar sunt sigur că veți înțelege că unul dintre motivele de a avea un achizitor este acela de a permite societății să se aprovizioneze la cel mai mic preț posibil. E treaba achizitorului să negocieze pentru societate. Dacă plasați direct comenzi, îl împiedicați să-și facă slujba și s-ar putea să plătiți mai mult decât este necesar și să cheltuiți o parte din timpul destinat proprietiei Dvs. activități. De altfel, vina va fi numai a Dvs.

Contez deci pe Dvs. să rezistați tentației de a face comenzi direct și să apelați pe viitor la serviciul de achiziții.

Cu respect,

2. Redactați o circulară internă în care patronul anunță decizia de a plăti salariile prin transfer în contul fiecărui salariat. Indicați motivul deciziei și solicitarea de a completa un formular adresat băncii corespunzătoare.
3. Redactați câte o scrisoare pentru scenariile de mai jos:
 - a) *Într-o circulară, un fabricant îi informează pe clienții săi despre participarea sa la un salon internațional de electronică deschis publicului larg.*
 - b) *Un librărie oferă prețuri promoționale interesante clientelei sale.*
 - c) *Un magazin de vânzări prin corespondență îi informează pe clienții săi despre avantajele comenzi prin mijloace electronice.*
 - d) *O firmă de comenzi își schimbă adresa și propune clientelei o vizită la noul sediu cu ocazia unei zile a ușilor deschise.*
 - e) *Un fabricant de pantofi laudă meritele modelelor sale.*
4. Redactați o circulară cu obiectul: „*Invitație la desfacerea soldurilor*”.
5. Situație: „*În urma creșterii prețului la materia primă și a creșterii salariului și a impozitelor, patronul este obligat să majoreze tarifele cu 10%*”. Adresați o circulară clienților Dvs. exprimându-vă regretul, vizavi de aceasta.
6. Redactați o circulară în care un magazin își anunță clienții potențiali că face reduceri considerabile la produsele cosmetice.



CAPITOLUL V

CEREREA DE OFERTĂ

5.1. Clasificarea și funcția cererilor de ofertă

Stabilirea relațiilor cu partenerii se poate face prin numeroase modalități: corespondență, agenți economici, intermediari sau contacte directe.

Fiecare dintre aceste metode prezintă avantaje și dezavantaje, dar, în general, se consideră că cele mai bune rezultate se pot obține prin contactul direct: prin intermediul agenților economici, a intermediarilor; organizarea de expoziții și târguri, întâlniri nemijlocite ale partenerilor de firme etc.

În cazul folosirii contactelor prin corespondență, un rol important îl dețin cererile de ofertă și ofertele de produse sau servicii.

Sistemul cererilor de ofertă este foarte răspândit în relațiile de comerț - atât în interiorul țării, cât și în exteriorul ei.

Acest tip de scrisoare, adresată unor potențiali furnizori, deschide calea pentru încheierea de tranzacții. Înainte de a încheia un contract, unitatea economică își întocmește o documentație amplă, care să permită alegerea furnizorului, pe de o parte, în funcție de necesitățile solicitantului și, pe de altă parte, în funcție de disponibilitățile ofertantului, care țin de calitatea bunurilor și a serviciilor oferte, de prețurile și condițiile de plată, de termenele de livrare etc. Conținutul și forma cererii de ofertă diferă în funcție de produsul, serviciul care face obiectul acesteia, precum și de particularitățile segmentului de piață. Astfel, obiectele cererilor de oferte se pot referi la:

- informații generale asupra produselor: eșantioane, prospecțe, fotografii, schițe etc.;
- condiții generale de livrare a produselor sau de prestare a serviciilor;
- condiții speciale de livrare a produsului;
- livrarea produsului, în situația în care importatorul are urgent nevoie de marfă.

Principala funcție a cererii de ofertă rămâne a fi însă cea de inițiere a tratativelor cu partenerii în vederea încheierii unor tranzacții comerciale.

Vizavi de obiectul lor, cererile de ofertă pot fi clasificate corespunzător:

1. *Cererea de ofertă generală*, care are funcția de informare asupra serviciilor sau produselor ce urmează a fi procurate. În ea se solicită informații generale asupra prețurilor, reducerilor de preț, calității produselor, condițiilor și modului de livrare etc. De exemplu, un organ al administrației publice solicită unei unități producătoare de mobilier informații asupra mobilierului de birou (calitate, culori, prețuri, termene de livrare, reduceri), cu scopul de a selecta mobilierul adevarat.

O astfel de cerere (cu același conținut), fiind expediată mai multor furnizori, are funcția de sondaj asupra furnizorilor și scopul de a selecta cel mai convenabil partener. De exemplu: aceeași cerere de ofertă este adresată mai multor producători de încăltăminte (fabricilor „Zorile”, „Floare”, „Tocușor”), cu obiectivul de a selecta cele mai bune modele de încăltăminte, la cel mai convenabil preț, în termenele cele mai scurte, la un rabat acceptabil etc.

2. *Cererea de ofertă specială* este adresată unui singur beneficiar și are funcția de a solicita informații concrete despre un anumit produs: caracteristici de calitate, volum, preț, termene de livrare, mod de ambalare, condiții de transport etc.

Scopul oricărui solicitant este ca, prin această scrisoare, să obțină informațiile, documentele necesare sau chiar produsul, într-un termen cât mai scurt.

5.2. Principii de redactare a conținutului cererii de ofertă

Pentru ca să-și atingă scopul scontat, cererea trebuie redactată conform regulilor:

- Tratarea scrisorii trebuie să se caracterizeze prin concizie, precizându-se condițiile solicitate de furnizor, iar fraza de încheiere – să invite destinatarul să acționeze foarte rapid.
- Una din calitățile indispensabile ale scrisorii de solicitare de informații este *claritatea*, altfel ea nu va avea efectul dorit.

Beneficiarul nu trebuie să se bazeze pe faptul că destinatarul va înțelege involuntar amănuntele solicitării.

- Dacă solicitantul dorește să i se trimită mai multe materiale documentare sau unele informații, e binevenit ca ele să fie trecute într-o listă separată prin numerotare. Aceasta îl va ajuta pe corespondent să vadă imediat ce se vrea de la el și, în plus, să bifeze fiecare informație pe listă.
- Când se solicită informații despre prețuri, calități ale produselor, sau despre condiții de plată, de livrare, important este ca întrebările să fie formulate clar și să se precizeze numărul de referință indicat de furnizor și descrierea exactă a obiectului.
- La solicitarea unei întrevederi, este important să se dea suficiente detalii, mai ales dacă destinatarii sunt persoane importante și foarte ocupate: solicitantul trebuie să-i lase cât mai multă libertate în alegerea datei și a orei de întrevedere. În acest context, tonul deferent trebuie să prevaleze în scrisoare și anume: să se utilizeze formule de politețe simple: „*Stimate (ă) domnule/doamnă...*”, cu excepția situației în care interlocutorul se află la un foarte înalt nivel ierarhic (*Distinse Domnule X..., Excelența Voastră, Domnule Ministru* etc.). Nu este recomandabilă folosirea apelativului „*Dragă*”, decât în cazul în care interlocutorul e un prieten foarte apropiat.

În cadrul textului scrisorii, paragrafele trebuie să fie distințe, grupate pe capitole, delimitate spațial. Frazele și formulările să fie scurte, să conțină o singură idee, pentru a fi ușor de sesizat. Să se evite, pe cât e posibil, începerea scrisorii cu formularea „noi”, evidențiindu-se cuvântul „*Dumneavoastră*”, ceea ce denotă respectul pentru interlocutor. Sunt binevenite formulele cu verbul la modul condițional: „*ne-ați putea oferi*”, „*ați fi amabili*” etc.

Nu se recomandă să fie folosite aceleași clișee rigide pentru unul și același interlocutor. Scrierea riscă să devină inconsistentă.

Conceperea scrisorii trebuie să indice faptul că, prin cererea de ofertă, solicitantul se informează doar, fără a se angaja în afacerea propriu-zisă.

O cerere de ofertă, fie ea generală (circulară), prin care se solicită prospecte, mostre, liste de prețuri, sau indicații privind condițiile de livrare și plată, fie specială, prin care se solicită

mărfuri/servicii concrete, trebuie să aibă o anumită structură, care să cuprindă următoarele aspecte:

- specificarea (în introducere) a sursei de obținere a adresei destinatarului;
- motivul/obiectul cererii de ofertă;
- descrierea exactă a mărfuii solicitate/serviciului solicitat, cu anexarea schițelor, desenelor etc.;
- indicarea cantității și a calității dorite, acestea fiind factori importanți în stabilirea prețului și, eventual, a rabatului/remizei, a termenului de livrare dorit, precum și a condițiilor de livrare și de plată convenabile;
- referințe despre propria firmă, în cazul în care este vorba de un prim-contract;
- exprimarea, în încheiere, a speranței de a primi o ofertă avantajoasă.

5.3. Formulări, expresii utilizate la întocmirea cererilor de ofertă

Dată fiind marea diversitate a cererilor de ofertă, în cele ce urmează, prezentăm diverse formule ce țin de structura conținutului unei atare scrisorii:

Formule de introducere

- *În revista... am citit anunțul Dvs. ...*
- *De la domnul... am aflat că Dvs. produceți...*
- *În timpul unei vizite la expoziția din... am văzut...*
- *Firma Dvs. ne-a fost recomandată de către firma..., cu care suntem în relații de afaceri de mulți ani.*
- *Firma... din... ne-a indicat numele Dvs. ca unic reprezentant pentru...*
- *Datorăm adresa Dvs. domnului.../firmei...*
- *Ca unul din cei mai buni importatori de produse electronice din...,*
- *După cum am aflat, sunteți producători de... și dorim să știm dacă ne puteți livra...*

- Înțenționăm o reorganizare a secției noastre de ... și solicităm de la mai mulți furnizori, pentru început, informații în vederea comparării prețurilor și a condițiilor de vânzare.
- Suntem specializați în vânzarea de... și căutăm un furnizor de încredere.
- Suntem interesați în achiziționarea/importul de minicomputer și v-am fi îndatorați dacă ne-ați informa, deocamdată, asupra produselor ..., cu detalii despre sistemul Dvs. de vânzare.
- V-aș rămâne îndatorat, dacă mi-ați face cunoscut...
- Avem plăcerea ca să ne furnizați informații privind...
- Vă rugăm să ne informați...
- Vă rugăm să ne trimiteți...
- Confirmăm primirea distinsei Dvs. corespondențe din...
- Am luat cunoștință de ...
- Fiind în posesia scrisorii Dvs. din...,
- Astăzi v-am telefonat: „...”, ceea ce confirm prin prezenta.
- Am citit/ am aflat cu interes anunțul Dvs. din revista/ ziarul/... și-am dori să vă întrebăm dacă...
- Aflând că Dvs. exportați/importați...,
- Am aflat despre licitația organizată de Dvs. ...
- Ne-ar interesa produsele Dvs. de artizanat, care au fost prezentate la recentul târg din...
- În urma con vorbirii noastre cu reprezentantul Dvs. în sala expoziției din Chișinău...,
- Suntem în căutarea unor scaune pliante pentru care se conturează o cerere tot mai mare.

Formule referitoare la obiectul cererii de ofertă

a) Calitate

- Vă rugăm să faceți o propunere de preț pentru livrarea de..., de calitate ... /medie/ de cea mai bună calitate.
- Luăm în considerare numai modelele de ultimă oră, care pot satisface cerințele unei cliente prețioase.
- Am dori informații precise privind calitatea produselor/ articolelor/mărflui.
- Marfa trebuie să corespundă după greutate, mărime și nuanță mostrei anexate.

- *Vă rugăm să țineți cont de faptul că acceptăm numai produse/articole de cea mai bună calitate.*
- *Cu câteva luni în urmă, ne-ați livrat... și am dori să știm dacă mai aveți în stoc mărfuri de aceeași calitate.*
- *Vă rugăm să ne comunicați dacă survin modificări în calitatea produselor dvs.*
- *Dorim să aflăm dacă putem confeționa/produce ... după proiectul anexat. Dacă da, comunicați-ne date exacte...*
- *Dorim să vă comunicăm că firma comercializează numai mărfuri de calitate, cu garanție pe termen lung.*
- *Suntem interesați să importăm ... și, din acest motiv, vă rugăm să ne puneți la dispoziție, cât mai curând posibil, o ofertă care să conțină caracteristici tehnice și de calitate ale mărfurii.*
- *Avem nevoie de... bucăți de..., a căror calitate trebuie să corespundă eșantionului alăturat.*

b) Mostre / eșantioane / documente / prospecțe

- *Vă rugăm să ne trimiteți un catalog de mostre.*
- *Ne-ar interesa mostrele mărfurilor pe care le aveți în stoc.*
- *Vă rugăm să ne trimiteți mostre de diferite calități ale mărfurilor livrate/ ale articolelor sus-menționate.*
- *Vă rugăm să ne trimiteți mostre ale articolelor... cu dimensiunile..., precum și o propunere de preț pentru cantitățile de 5000, 1000 și 2000 de bucăți. Comunicați-ne, vă rugăm, termenele și condițiile de livrare și de plată.*
- *În dorința de a vă adresa comenziile noastre, vă rugăm să ne trimiteți eșantioane de..., precum și cel mai scăzut preț al acestor mărfuri.*
- *Vă rugăm să ne trimiteți eșantioanele produselor Dvs. Dacă vom găsi articolele care să ne convingă, vă vom adresa imediat o comandă de probă.*
- *Vă rugăm să ne trimiteți/să ne anexați o informație completă, catalogul Dvs./modul de întrebuițare / de punere în funcțiune al... / prospecțe, schițe, desene/ eșantioane din...*

c) Cantitate

- Avem un necesar anual de cel puțin...tone. În orice caz, avem nevoie de...în diferite granulații. Deosebit de important pentru noi este să putem solicita livrări parțiale la interval scurt, adică în decurs de 14 zile.
- Necessarul nostru zilnic acum este de circa... chintale /baloturi /lăzi/saci/bucăți etc. Vă rugăm să ne comunicați cantitatea minimă livrabilă pro comandă.
- Vă rugăm să ne comunicați dacă puteți să ne livrați lunar cantități mari.
- În perioada următoare, vom avea nevoie de cantități considerabile din acest produs/ din articolele menționate mai sus și dorim să știm dacă putem conta pe livrări la intervale regulate.
- Vreți să fiți atât de amabili și să ne indicați dimensiunile exacte și greutatea produsului/articolului Dvs.

d) Preț. Rabat. Condiții de plată

- Vă rugăm să ne comunicați ultimul Dvs. preț pentru...
- Puteți conta pe comenzi regulate/pe comenzi de cel puțin... pe an, în cazul în care prețurile Dvs. sunt competitive și condițiile indicate satisfăcătoare.
- Deoarece au fost fixate limite de preț stricte, așteptăm un preț foarte riguros calculat.
- Ne așteptăm la o concurență severă în branșa noastră și de aceea vă rugăm să calculați urgent prețul cu mare exactitate, acordându-ne comisionul promis de 10%.
- Prețul Dvs. va influența mult decizia noastră.
- Avem un necesar de 5000 corpuși electrice de încălzit și am dori să obținem prețul Dvs. cel mai scăzut pentru această cantitate.
- Vă rugăm să ne prezentați nivelurile Dvs. de preț pentru... cu specificațiile următoare...
- Suntem interesați să negociem prețul mărfurilor din care ne-ati trimis un eșantion săptămâna trecută.
- Vă rugăm să ne precizați ultimele Dvs. prețuri pentru următoarele:...

- *Dacă vom considera convenabile prețul și calitatea mărfurilor Dvs., vă vom încredința toate comenzile noastre.*
- *Vă rugăm să ne faceți cunoscut prețul Dvs. curent, indicându-ne data la care ați putea să ne livrați mărfurile.*
- *Vă rugăm să indicați prețurile Dvs. minime cu rabat pentru cantitatea...*
- *Vă rugăm să ne indicați în oferta Dvs. fiecare articol în mod distinct, așa încât să cunoaștem valoarea fiecărui.*
- *Prețurile indicate ar fi bine să cuprindă/includă ambalajul și livrarea franco-depozitul nostru / pe adresa menționată mai sus.*
- *Vă rugăm să calculați prețurile Dvs. franco-frontieră Moldova...*
- *Vă rugăm să faceți o evaluare a numărului de containere necesare și, cu aproximativă, a cheltuielilor de ambalaj.*
- *Vă rugăm să comunicați în ce condiții se încheie în mod obișnuit (uzual) afaceri în țara Dvs.*
- *Plata se efectuează conform condițiilor în care încheiați în mod curent/uzual afaceri.*
- *În cazul în care ne vom decide să depunem comanda, plata se va efectua contra documente.*
- *Întrucât presupunem o cerere masivă pentru această gamă de produse, v-am solicită condiții speciale.*
- *Deoarece dorim să obținem un devenire considerabil, sperăm că ne veți oferi o remiză corespunzătoare...*
- *Dacă prețurile oferite de Dvs. pentru... le vom considera convenabile...,*
- *Dorim să negociem prețul mărfurilor din care ne-ați trimis o mostră...*
- *În ultimă instanță, costurile vor influența considerabil decizia noastră, de aceea am dori în mod deosebit să ne dați o idee aproximativă despre cât ar putea fi ele.*
- *Prețul va trebui să fie calculat FOB Odesa, incluzând ambalajul pentru export.*
- *Ne așteptăm la o concurență realmente acerbă pentru acest contract, așa că vă rugăm să calculați prețul cu*

mare atenție, luând în considerare și comisionul nostru de 3% și remiza noastră.

- *Prețurile trebuie să fie C.I.F.*
- *Ne-ar interesa dacă ați putea estima un deviz pentru a efectua această lucrare.*

e) Livrare. Termen de livrare

- *Cât de repede ne puteți livra..., de aceeași mărime și calitate cu moștra anexată?*
- *Vă rugăm să ne comunicați cele mai mici prețuri, calculate FOB, precum condițiile de încheiere a afacerilor, indicându-ne data cea mai apropiată la care se poate efectua livrarea.*
- *Vă rugăm să ne comunicați dacă ați putea livra în termen de patru săptămâni de la primirea comenzi.*
- *Am dori să știm dacă puteți să ne garanțați livrarea până la 4 octombrie/ în decurs de șase săptămâni.*
- *Avem nevoie de marfă înainte de 1 mai/ cel târziu până la data de 22 mai.*
- *Suntem interesați să cunoaștem termenele Dvs. de livrare pentru..., la prețul de circa ...lei/bucata.*

f) Livrare de probă. Sugestii pentru afaceri viitoare

- *Ne-ar interesa să primim de la Dvs. o livrare de probă.*
- *Vă rugăm să ne comunicați dacă este posibil / să ne trimiteți o livrare de probă.*
- *Vă rugăm să ne comunicați dacă scontul uzual este valabil și pentru o livrare de probă.*
- *Dacă livrarea de probă ne va satisface pe deplin, puteți conta în viitor pe comenzi însemnate.*
- *De regulă, nu facem comenzi decât după primirea unei livrări de probă.*
- *Dacă mărfurile/mostrele Dvs. corespund clientelei noastre, suntem gata să remitem comenzi mai mari.*
- *Dacă prețul și calitatea prezentată prin eșantioane răspund necesităților noastre, puteți conta, din partea noastră, pe comenzi cu caracter de probă.*

- În cazul în care calitatea mărfurilor corespunde aşteptărilor noastre, puteţi conta pe relaţii de afaceri de lungă durată cu firma noastră.
- Dacă preţurile Dvs. sunt avantajoase, puteţi conta pe o desfacere bună pe piaţa..., prin intermediul firmei noastre.

g) Referinţe

- Informaţii despre firma noastră puteţi obţine de la...
- Dacă vă remitem o comandă, vă vom indica şi referinţele comerciale uzuale.
- Dacă doriţi să obţineţi informaţii despre noi, adresaţi-vă ...

h) Formule de încheiere

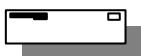
- Aşteptăm cu interes oferta Dvs.
- Deoarece clientela noastră este în aşteptarea ofertei, v-am fi recunoscători, dacă ne-aţi răspunde imediat.
- Vă rugăm să comunicaţi, prin curierul de return, dacă sunteţi interesaţi de asemenea comandă.
- Am dori să primim oferta Dvs. prin telex-fax.
- Vă rugăm să ne trimiteţi catalogul cu poştă aeriană şi nu cu cea obişnuită. Multe mulțumiri.

Formulele de mai sus sunt nişte clișee, care, fiind memorate, răsar prompt în mintea celui care redacteză o atare scrisoare, devenind ca o amprentă a textelor de acest gen. De aceea unele din ele pot fi evitate, pentru a fi găsită o expresie convențională, care s-ar potrivi la perfecție cu intenția emitentului. Scrisoarea poate fi începută cu argumente, exprimându-le cât mai clar și mai concis posibil, urmate de indicația clară asupra a ceea ce ar dori solicitantul de la ofertant. De exemplu:

- Suntem o firmă importatoare anglo, cu mulți clienți în toată țara, atât în comerțul anglo, cât și în cel cu amănuntul.
- Firma importă și distribuie o gamă largă de echipament hidraulic pentru industria din țara noastră.
- Am început redecorarea unei săli de consiliu pentru un client și am dori să ne spuneți la cât exprimați prețul unui plafon

„Akusticon”, ținând cont că încăperea are 10 pe 7 m. Planul alăturat vă va da o idee mai clară despre suprafața de care este vorba...

- *Vă transmitem separat o piesă de oțel care ne este necesară în cantități de circa 10000 de bucăți pe lună. Sunteți buni să ne comunicați prețul la care estimați că ne-ați putea aproviziona cu asemenea piese, în mod regulat, aproximativ în cantitățile menționate? ...*
- *Intenționăm să ne computerizăm serviciul de contabilitate și am dori să ne trimiteți unele informații preliminare despre computerele din seria 200, împreună cu amănunte asupra sistemului Dumneavoastră de închiriere/vânzare...*
- *Firma noastră încearcă să obțină informații despre ... și credem că serviciul Dumneavoastră de documentare ne-ar fi de mare folos în această problemă.*
- *Găsiți alăturată o schiță a unei mici anexe pe care vrem s-o construim și pentru care deja avem permisiunea de a întocmi planurile. Adăugăm și lista materialelor pe care dorim să le folosim. Ați putea să ne transmități devizul pe care l-ați estima pentru a efectua această lucrare? ...*



Modele de cereri de ofertă

- Ref.: *Informații, documentație pentru mașini de cusut*

Stimate domnule...,

În calitate de fabricanți de articole de îmbrăcăminte pentru femei și ca unii dintre liderii de pe piața internă, avem intenția ca, în viitorul apropiat, să ne înnoim parcul de mașini de cusut „Pfiff 3912” cu care ne-am dotat acum 5 ani.

De trei ani produsele noastre sunt solicitate permanent pe piața externă și de aceea ne vedem motivați să ne dublăm capacitatele de producție.

Concurența din ce în ce mai puternică pe piața internă din domeniul textilelor ne obligă în plus să rentabilizăm la maximum operațiunile noastre.

Numai o modernizare a mijloacelor de producție ne va permite să rămânem în continuare competitivi. Achiziționarea a 100 până la 120 de bucăți dintre cele mai noi modele de mașini de cusut ale Dvs. ar fi, prin urmare, oportună.

Ne puteți trimite neîntârziat catalogul celei mai noi palete de mașini, incluzând lista de prețuri și datele exacte referitoare la un posibil rabat, în funcție de cantitate, la condițiile de livrare, garanție și întreținere.

Comunicați-ne, de asemenea, dacă ar fi posibil să ne efectuați o livrare de probă. În cazul în care această livrare de probă ne va satisface, puteți să contați pe o comandă fermă din partea noastră.

Așteptăm cu interes oferta Dvs. detaliată. Cu salutări prietenești,

Ref.: ***Ceasuri de bucătărie***

Stimate domnule... ,

Suntem o firmă specializată în producerea mobilei de bucătărie, bine situată pe piața din Moldova. Intenționăm ca, la Târgul de mobilă de anul viitor, să introducem ca nouitate, în sortimentul nostru, și ceasurile de bucătărie. Estimăm necesarul nostru anual la 20000 de bucăți.

Vă rugăm să ne propuneți, în această privință, o ofertă detaliată (catalog, listă de prețuri, condiții de plată și de livrare).

Sperăm într-o eventuală colaborare.

Cu salutări prietenești,

Ref.: ***Aparate electronice***

Stimate domnule X,

Am citit anunțul Dvs. în „Reclamă” din...

Firma noastră este specializată în import-export de aparete electronice audio și video de toate tipurile, disponând de o rețea de distribuție în toată țara.

Vă rugăm să ne trimiteți catalogul și noua Dvs. listă de prețuri. Ne interesează, în special, televizoarele pe care le produceți. Vă rugăm să ne dați informații detaliate despre ele, deoarece intenționăm să le comandăm într-un număr mare.

Rugăm să ne indicați și termenele de livrare.

Dacă doriți, vă puteți informa asupra firmei noastre la Banca Comercială „**Moldova**”, care este dispusă să vă ofere detalii despre noi.

Cu stimă,

Ref.: *Cataloage*

Domnule director,

Curând ne vom muta într-un sediu și dorim să amenajăm birourile cu mobilier în întregime nou. Deoarece vrem să avem tot timpul necesar pentru a putea hotărî ce achiziții să facem, ne-ar fi de mare folos să ne trimiteți cataloagele întregii game de mobilier de birou pe care îl produceți.

Sperăm să ne mutăm în anexă la primăvară, aşa că am dori să dați toată atenția acestei chestiuni.

Așteptăm răspunsul Dvs. cât mai curând.

Director,

Ref.: *Cataloage și eșantioane*

Stimați domni,

Vă rugăm să aveți amabilitatea de a ne expedia ultimul catalog sau eșantioane privind țesăturile de bumbac produse de fabrica Dvs.

Deoarece avem urgent nevoie de aceste produse pentru perfecționarea noii noastre colecții de rochii de vară, sperăm că ne veți răspunde în cel mai scurt timp.

Vă adresăm mulțumirile noastre anticipate.

Director,

? Probleme supuse discuției

1. Dintre funcțiile cererilor de ofertă, pe care o considerați a fi principală? De ce?
2. Care sunt cerințele de care trebuie să se țină cont la întocmirea unei cereri de ofertă?
3. Relevați deosebirile dintre cererea de ofertă generală și cea specială.
4. Se știe că mai frecventă este cererea de ofertă pentru mărfuri sau servicii specificate. Ce trebuie să cuprindă conținutul unei astfel de cereri?
5. Dacă ați scrie o cerere de ofertă în care ați solicitat un rabat, eventual știind că veți fi refuzat, cum ați proceda în continuare, pentru ca cererea Dvs. să fie acceptată?



Glosar tematic

Acerb, -ă, *acerbi*, -e – Necruțător, înverșunat, aspru, agresiv, caustic, sarcastic. *Concurență acerbă*. – Din fr. *acerbe*, lat. *acerbus*.

balot, *baloturi* – (Aici) Pachet mare de mărfuri sau de diferite obiecte cu aceleași caracteristici; legătură mare de haine, de rufe etc. Din fr. *ballot*.

bifa(a), *bifez* – A pune un mic semn (în formă de “v”) la anumite cifre sau cuvinte dintr-un registru, dintr-o listă etc., spre a ști că au fost verificate, controlate etc. – Din fr. *biffer*.

branșă, *branșe* – Ramură, specialitate, domeniu de activitate (în meserii, negoț etc.). – Din fr. *branche*.

brutto – Greutatea unei mărfi, inclusiv a ambalajului ei; în total, fără a scădea daraua (dintr-o greutate); fără a scădea impozitele (dintr-un venit). Din it. **bruto**.

chintal, chintale – Unitate de măsură pentru greutăți, egală cu 100 kg. – Din fr. **quintal**.

dever – Volumul vânzărilor de mărfuri pe o perioadă dată (exprimat în bani). *Cu dever mare* = (despre magazine) cu vânzare intensă, cu aflux mare de cumpărători. – Din tc. **devir**.

deviz, devize – 1. (Aici) Evaluare anticipată și amănunțită a cheltuielilor necesare pentru executarea unei lucrări proiectate. 2. Document care prezintă detaliat cheltuielile necesare executării unei lucrări. Din fr. **deviz**.

devize – Documente cu titlu de credit și de plată (cambii, cecuri etc.) emise în valută străină, pe baza cărora beneficiarul obține o anumită cantitate de valută dintr-o altă țară; mijloc de plată în valută străină. Din fr. **devises**.

eșantion, eșantioane – Cantitate mică luată dintr-un produs, pentru a da posibilitatea să se examineze felul, calitatea sau valoarea produsului; probă, mostră. Din fr. **échantillon**.

franco – Indicație prin care se menționează că în preț sunt cuprinse și cheltuielile de transport suportate de furnizori (*Marfa se livrează franco-depozit furnizor*). Din it. **franco**.

inconsistent, -ă, inconsistenti, -te – Care este lipsit de consistență, de soliditate, fără tărie; slab, moale. – Din fr. **inconsistant**.

scadență, scadențe – Termen la care trebuie făcută o plată; la care trebuie restituit un împrumut. Din it. **scadenza**

tară, tare – Greutăți nemarcate folosite la cântărit pentru a compensa greutatea ambalajului sau recipientului. Din gr. **tara**

Comentarii

Rabat, remiză, return.

Aceste noțiuni au apărut recent în activitatea comercială din Moldova.

Împărtășind experiența francezilor, reducerile comerciale ar trebui să fie catalogate în **rabaturi, remize și returnuri**.

De pildă, ***rabatul*** a fost înțeles ca parte a valorii cedate de vânzător cumpărătorului (persoana juridică), cu scopul acoperirii cheltuielilor și asigurării rentabilității. Noțiunea operează în sfera comerțului. ***Rabatul***, în sensul francez al cuvântului, reprezintă reducerea practicată, în mod excepțional, a prețului de vânzare convenit anterior între furnizor și client, ținându-se cont de unele defecți de calitate sau de neconformitatea dintre marfa primită și cea solicitată, prevăzută în contract, sau de achiziționarea produselor în volume mari.

Remiza este un termen folosit, mai ales, în practica de alimentație publică și reprezintă un surplus adăugat la nota de plată în vederea constituirii unui fond din *remiza de plată* „destinat acoperirii salariilor personalului, perisabilității la vesela din porțelan, din faianță, sticlă etc.”

Dimpotrivă, ***remiza***, în terminologia franceză, reprezintă o reducere practicată, în mod excepțional, a prețului curent de vânzare, ținându-se cont de volumul vânzărilor sau de importanța cumpărătorului în clientela vânzătorului.

Resturnurile sunt reducerile de preț calculate asupra ansamblului operațiunilor efectuate cu același cumpărător pe o perioadă determinată.



Exerciții și situații de caz

- În ce situații veți folosi (în cererile de ofertă) termenii: ***remiză, rabat, eșantion, mostră***? Formați contexte în care acești termeni să fie motivați.
- În scrierea de mai jos, să se găsească greșelile de stil și de vocabular și să se facă corecțiile necesare:

„*V-am fi foarte recunoscători, dacă ne-ați putea livra detalii privitoare la livrarea ambalajelor de sticle, lămpi și recipiente pentru împachetarea produselor alimentare, medicamentelor și articolelor cosmetice.*

Ne-am bucura, dacă ne-ați comunica tarifele cele mai reduse pentru cantități foarte mari. Vă rugăm să ne informați, totodată,

care sunt condițiile Dumneavoastră, în cât timp veți putea livra și ce reducere acordați pentru cantități mari.

Vă trimitem alăturat lista mărfurilor de care avem nevoie.

Avem nevoie de cantități mari și vă putem face comenzi apreciabile, dacă ne convin atât calitatea, cât și prețurile.

Așteptăm cu nerăbdare răspunsul Dvs. ”

3. Să se redacteze o cerere de ofertă generală și una specială cu obiectul: „*Pânza pentru capitonarea mobilei*”.
4. Să se redacteze o cerere generală, adresată unei întreprinderi / firme din România cu unul din obiectele: „*Vestimentație de iarnă: scurte cu blană naturală și artificială pentru bărbați și de damă*”; „*Încălțăminte de iarnă pentru copii*”.
5. Să se redacteze o cerere în care emitentul, referindu-se la reclama furnizorului, solicită detalii suplimentare despre oferta de legume și fructe.
6. Să se întocmească o scrisoare de solicitare de mărfuri cu unul din obiectele:
 - a) *Mobilier pentru birouri;*
 - b) *Costume pentru bărbați, mărimea 52, în număr de 200 unități;*
 - c) *Mere – 2 tone;*
 - d) *Ambalaje pentru legume și fructe (lăzi de lemn, de masă plastică).*
7. Să se redacteze o cerere de prestări servicii cu obiectul: „*Amenajarea și redecorarea birourilor*”.
8. Să se întocmească o cerere de ofertă, cu un obiect la alegere, utilizând următorii termeni: *remiză, rabat, mostră, eșantion, termen de livrare, plată în numerar, deviz, stoc de produse nefinișate, livrare imediată, termen de executare.*
9. Să se întocmească câte o cerere de ofertă conform scenariilor:

- a) Un instalator de săli de baie scrie unui producător de obiecte sanitare din România pentru a-și manifesta dorința de a cumpăra produsele acestuia, în vederea distribuirii lor în Moldova.
- b) Un furnizor de echipament sportiv, după vizitarea unei expoziții, îl roagă pe un producător să-i trimită o ofertă detaliată de diferite produse.



CAPITOLUL VI

OFERTA

6.1. Considerații generale privind oferta. Clasificarea ofertelor

Oferta, numită și **scrisoare de vânzări**, reprezintă propunerea pentru încheierea unei tranzacții care poate să pornească din inițiativa ofertantului sau să fie un răspuns la o cerere de ofertă.

Vânzarea clasică, prin poștă, reprezintă avantajul de a păstra personalizarea puternică, specifică vânzărilor directe, eliminând 80% din consumul de timp necesar contractelor nemijlocite și permitând acoperirea unei zone geografice largi cu costuri mici.

În plus, avantajul vânzării prin intermediul ofertei scrise constă în faptul că ofertantul are timp să se gândească asupra modului de propunere a produsului. Evident că în oferta scrisă lipsește posibilitatea de a urmări reacția auditoriului și deci de a ajusta din mers acțiunea.

Totodată, o ofertă generală, adresată mai multor persoane, având caracter general, poate uneori să piardă din impactul maxim.

De aici rezultă că o scrisoare de vânzări nu poate fi eficientă, dacă autorul ei nu stăpânește principiile de bază ale profesiei de reprezentant comercial.

În plus, la întocmirea ofertei trebuie să se țină cont și de tipul ei, căci, de exemplu, modul de tratare a unei oferte nesolicitata diferă totuși de cel al unei oferte solicitata.

Examineate din mai multe puncte de vedere, ofertele pot fi clasificate după cum urmează:

1. Din punctul de vedere al inițiativei, distingem:

- **oferte nesolicitata (generale)**, care au un conținut larg, referindu-se la mai multe produse/servicii și care se adresează unor clienții nenominalizați;
- **oferte solicitata (de răspuns)**, atunci când sunt precedate de cereri de ofertă sau în urma unei invitații de ofertă ori ca urmare a unor anunțuri publicitare.

2. Din punctul de vedere al angajării, ofertele pot fi:

- **ferme (angajate)**, asupra cărora vânzătorul nu mai poate reveni, ele fiind obligatorii pentru ambele părți. Acceptarea unei oferte ferme conduce la încheierea unui contract de vânzare-cumpărare – modalitate de simplificare a formalităților, când, în prealabil, discuțiile dintre părți au fost (sunt) definitivate;
- **cu termen**, utilizate mai ales în comerț. În baza ofertei, vânzătorul se obligă să păstreze marfa pentru clientul căruia i-a oferit un anumit termen de opțiune. Dacă beneficiarul nu acceptă oferta până la data indicată, ea se consideră refuzată;
- **facultative (fără obligații)** – Vânzătorul are posibilitatea de a accepta comanda transmisă, de a nu o lua în considerare sau de a modifica oferta inițială. De asemenea, poate oferi aceeași partidă de mărfuri mai multor clienți, executând comanda celui care răspunde primul la ofertă. De obicei, la o ofertă *fără obligații*, tranzacția nu se consideră perfectată decât după ce vânzătorul a acceptat comanda.

3. Din punctul de vedere al destinatarului, se evidențiază:

- **oferte cu destinatar nominalizat**, în care vânzătorul se referă la un produs sau produse, serviciu/servicii și la detalii solicitate;
- **oferte generale** sau **circulare**, cu destinatari nenominalizați, potențiali.

Dat fiind faptul că oferta poate deveni elementul esențial al unui contract, ea trebuie concepută cu atenție, redactată cu toată răspunderea, într-o formă clară și precisă.

Oferta conține, în general, următoarele părți constitutive:

- denumirea exactă a mărfuii, eventual însotită de toate indicațiile și datele caracteristice;
- propunerea de eșantioane, fotografii, prospecți, cataloage și descrierea detaliată a mărfuii în limba țării respective sau – dacă aceasta nu este posibil – într-o limbă utilizată în comerțul internațional;
- date referitoare la calitate;

- cantitatea ce poate fi livrată, greutatea, volumul;
- prețul, cu mențiunea corespunzătoare, dacă cheltuielile de transport și ambalajul sunt incluse în preț și dacă livrarea are loc *franco-depozit*, *franco-gară* sau *franco-frontieră* etc.;
- termenul de livrare;
- condițiile de plată: *cash*, *virament*, *acreditiv*, *incaso etc.*;
- condiții de reduceri de preț: rabat, remiză, scont etc.;
- precizări referitoare la locul de livrare, locul de executare a plății, la arbitraj, asigurări;
- ambalajul (dacă este cazul);
- termenul de valabilitate a ofertei.

Mai pot fi precizate și alte condiții, în funcție de natura produsului sau a prestării de servicii (în funcție de caz).

6.2. Principii de redactare a ofertelor

Toți cei care vând produse sau servicii vor să-și prezinte ofertele mai deosebit de altele, în mod original și convingător. Substanța ofertei este, în principiu, aceeași, desigur, dar forma și felul în care este prezentată trebuie să difere. Va fi diferit, astfel, și felul în care va fi privită de potențialii cumpărători și clienți.

Prezentăm câteva principii de bază, care, fiind respectate, ar putea pune în valoare eficiența scrisorii de vânzări:

6.2.1. Etalarea avantajelor sau priorităților

Adresarea personală ține, ce-i drept, de abordarea individuală, dar mai importantă este luarea în considerare a doleanțelor individuale ale clientilor și intereselor destinatarului, precum și prezentarea avantajelor produselor propuse.

Înalta artă a ofertei individuale constă în formularea de aşa manieră a scrisorii, încât aceasta să lase destinatarului impresia că ofertantul are grijă, în primul rând, de a soluționa problema persoanei căreia i se adresează.

Se știe: clientul cumpără pentru că este nemulțumit cu ce are sau pentru că dorește ceva ce nu are. El nu vrea, pur și simplu, un automobil, ci confort, nouitate, prestigiu sau utilitatea lui. Deci

potențialul client cumpără foloasele produsului. Foloasele acestea sunt strâns legate de necesitățile fundamentale ale omului. Atât doar că, în lumea contemporană, s-a încetătenit obiceiul de a spori în mod artificial aceste nevoi în aşa fel, încât, în locul nevoii de adăpost, hrană, iubire și siguranță, avem acum „nevoie” de ultimul model de mașină sau de un inel cu diamant. Totodată, anumite lucruri au devenit simboluri și satisfac nevoi cu totul diferite de ceea ce s-ar putea crede la prima vedere. Fie că sunt fundamentale, fie că sunt cultivate cu grijă, până la urmă, toate aceste nevoi se reduc la interesul propriu. Clienții sunt interesați de ei însăși, de familiile lor, și, evident, de avantajele pe care îl poate oferi produsul.

Drept urmare, oferta trebuie să sublinieze utilitatea, **avantajul** produsului sau al serviciului oferit, în raportul cu același produs/aerviciu propus de un alt ofertant.

6.2.2. Formularea credibilității

Ofertele stridente, de cele mai dese ori, trezesc mai mult neîncredere decât încrederea destinaților. Promisiunile exagerate se lovesc de scepticism – atât de cel al partenerilor de afaceri, cât și de cel al persoanelor particulare, cărora li se adresează oferta. Ofertele speciale, deosebite, unice sau exclusive, „*la cele mai reduse prețuri, de calitatea cea mai înaltă*”, nu prea reușesc să convingă pe nimeni – chiar dacă sunt promise premii sau tombole.

În general, credibilitatea a avut tot mai mult de suferit în toate domeniile vietii publice. Se lucrează prea mult cu jumătate de adevăr, cu informații eronate, cu exagerări grase. Exagerările, afirmațiile nefondate au ca efect citirea scrisorii de către destinațari cu o doză serioasă de neîncredere. Asemenea oferte sună astfel:

- „Astăzi vă putem face o ofertă unică. Produsul nostru ... este ieftin, fără concurență, având cea mai înaltă calitate și o durabilitate extremă.”
- „Această noutate mondială era așteptată de multă vreme de clienții dumneavoastră...”
- „Stimate domnule X., ați fost ales de computerul nostru ca unul din puținii clienți preferențiali din Moldova. Vă putem oferi avantajos doar astăzi... Dacă faceți uz de oferta

noastră în interval de o săptămână, vă mai putem livra la prețul preferențial de ...”

- „*Poate dvs., mult stimată doamnă, ...sunteți deja câștigătoarea unuia din valoroasele premii principale. Numele PERSOANELOR câștigătoare au fost deja extrase sub supraveghere notarială. Acum trebuie doar să...*”

Mult mai promițătoare de succes sunt informațiile adevărate, verificabile și indicațiile asupra foloselilor reale ale ofertelor.

6.2.3. Aplicarea stilului empathic

Stilul empathic nu este tocmai nou, dar este încă prea puțin folosit. Un atare stil presupune o regândire substanțială a corespondenței. Multora persoane le este dificil să scrie și să-și formuleze gândurile din punctul de vedere al partenerului, atunci când pun accentul pe propriile interese sau vor să-i convingă pe ceilalți de avantajele ofertei proprii. Aceștia folosesc, de regulă, formulări înr-un stil egocentric:

- „*Astăzi vă putem oferi, deosebit de avantajos, noul nostru..., care se remarcă printr-o calitate excepțională.*”
- „*Suntem cei mai buni producători ai confecțiilor de damă, destinate petrecerii timpului liber. Din clientela noastră fac parte aproape toate magazinele de confecții renomate. Prospectul anexat vă informează despre stilul abordat, elegant și modern, și despre capacitatea noastră creatoare deosebită.*”

Adesea reacția destinatarului, la citirea unor asemenea oferte, este: „*Destul de interesant ce se oferă aici, dar ofertantul pare să fie foarte plin de sine.*”; „*Mult zgomot pentru nimic; pe moment nu mă interesează*”.

Cititorii devin mai interesați, dacă textul este formulat în stil empathic, fiind presărat cu „*dumneavaastră*” și „*al dumneavaastră*”, în timp ce „*eu*” și „*noi*” vor apărea doar pe ici pe colo.

Dacă, în plus, li se mai indică și o problemă a cărei soluție reprezintă un avantaj deosebit pentru ei, atunci li se trezește interesul:

- „*Ca producător de... folosiți desigur..., deranjându-vă, probabil, timpul lung de prelucrare. Cu noul nostru... puteți să-l reduceți cu circa o treime.*”
- „*Desigur că și pentru dumneavoastră timpul înseamnă bani. Nu vă întrebați, oare, câteodată, ce se întâmplă cu prețiosul dumneavoastră timp și cum l-ați putea fructifica mai eficient? Sistemul nostru Time-Plus folosit de mulți ani, de numeroși manageri, vă poate ajuta și pe dumneavoastră să scăpați din capcana timpului.*”
- „*Ca firmă notorie din domeniul vestimentației, sunteți mereu în căutarea a ceea ce reprezintă noul în modă pentru clientela dumneavoastră, bine cunoscătoare în ceea ce privește calitatea și bunul gust. La noi găsiți, în mod sigur, o varietate surprinzătoare de articole de confecții preferate pentru petrecerea timpului liber. Pe baza prospectului anexat, vă puteți convinge de capacitatea deosebită a prestației noastre.*”

Stilul empathic se realizează și printr-o redactare corectă, un aspect plăcut și un ton cald, prietenos, nu distant și impersonal. Mai întâi de toate, scrierea trebuie scrisă din punctul de vedere al corespondentului. E bine să se spună: „*Vă va face placere să aflați că dispunem de marfa pe care o căutați*”, decât „*Îmi face placere să vă informez...*”. Multe scrisori de afaceri fac abuz de pronumele „eu”, „noi”, de parcă autorul nu s-ar gândi decât la el însuși.

Scrierea de ofertă trebuie să trateze doar un singur subiect, chiar dacă e puțin de spus în legătură cu el. Obiceiul acesta ușurează clasarea, atât pentru oferant, cât și pentru client. În unele birouri se pierd ore întregi cu căutarea unei scrisori, pentru a descoperi, până la urmă, că a fost clasată în altă parte, din cauză că oferta se referă la două subiecte diferite.

6.2.4. *Promptitudinea*, care presupune transmiterea operativă a unui răspuns oricarei cereri de ofertă, indiferent dacă acesta este pozitiv ori negativ.

6.2.5. *Precizia și caracterul complet al răspunsului*, de fapt, contribuie la reducerea timpului pentru încheierea unei afaceri și la excluderea interpretărilor greșite.

6.2.6. Persistența, care constă în informarea permanentă a clientului asupra produselor nou-apărute în nomenclatura vânzătorului.

□ **6.3. Structura ofertei**

În pofida existenței mai multor tipuri de oferte, se poate totuși contura o structură compozițională a textului acestora, care se regăsește, în linii mari, în majoritatea scrisorilor.

6.3.1. În paragraful introductiv se face referire la cererea de ofertă precedentă sau la condițiile în care s-a obținut adresa destinatarului și se exprimă satisfacția de a stabili/continua relațiile comerciale cu firma respectivă. În cazul unei oferte nesolicitate, paragraful introductiv cuprinde motivarea expedierii ofertei.

Elementul compozițional de bază cuprinde oferirea propriu-zisă a unui produs/serviciu sau a unei game sau clase întregi de produse/servicii și include:

- a) denumirea produsului;
- b) cantitatea livrabilă;
- c) prețul produsului oferit,
- d) condițiile de livrare;
- e) termenul de livrare;
- f) condițiile de plată;
- g) garanția sau jurisdicția etc.

Elementul de noutate, din punct de vedere compozițional față de cererea de ofertă, îl constituie **paragraful** cu caracter **publicitar**. El nu se atestă în toate ofertele, însă acolo unde este prezent, conferă textului o calitate în plus, trezind interesul celui căruia îi este adresată. Acest paragraf cuprinde informații suplimentare referitoare la produsele/serviciile oferite, la firma furnizoare/producătoare etc.

6.3.2. Formula A.I.D.A.

Chiar dacă oferta va respecta întocmai această structură, ea poate să nu-și atingă scopul, dacă nu se va realiza în conformitate cu formula A.I.D.A., acronimul căreia vine de la:

Atenție;

Interes;

Dorință;

ACTIONE.

Altfel spus, o bună scrisoare de vânzare trebuie:

- să câștige atenția cititorului;
- să-i trezească și să-i capteze interesul;
- să-i aprindă dorința pentru ceea ce-i propune **scrisoarea**;
- să-l îndemne la **acțiune** în direcția sugerată de scrisoare.

Etapa A (Atenție). Fraza de început este cea mai importantă din toată scrisoarea, căci dacă ofertantul nu reușește să capteze atenția cititorului, efortul sau va fi zadarnic. Scrisoarea va ajunge la coșul de hârtii, laolaltă cu alte scrisori circulare.

Cum poate fi antrenat clientul/partenerul să citească scrisoarea?

- Cu un apel la interesul lui personal;
- Cu o știre de senzație de ultima oră.

Pentru aceasta, poate fi folosită o frază obișnuită de început sau, mai bine, un titlu cum ar fi:

- „*Cum să sporiți vânzările în 2008*”;
- „*Și Dumneavoastră vă puteți spori vânzările în...*”.

Pentru un paragraf de început, cât mai captivant, există mai multe soluții:

- să se intre direct în subiect, arătându-se ce folosează poate aduce produsul sau serviciul oferit;
- să se spună esențialul: ce vrea ofertantul să facă și ce avantaje va obține clientul;
- să se aducă o noutate senzatională despre o metodă sau despre o tehnologie de ultimă oră;
- să i se ofere clientului câteva informații utile în legătură cu propria lui afacere sau profesie.

Uneori, atenția unui cititor poate fi câștigată, pur și simplu, prin vivacitatea stilului și a personalității ofertantului, chiar dacă se ignoră

cu dezvoltare orice regulă. Multe dintre cele mai reușite scrisori de vânzări sunt de genul acesta.

Etapa I (Interes). Este un paragraf scurt, care urmează, firesc, după titlul de deschidere sau după primul paragraf. Acesta trebuie să răspundă concret și satisfăcător la întrebările cititorului:

- Ce este aceasta?
- Cum îi poate fi de folos?
- De ce și-ar pierde timpul citind-o?

Interesul partenerilor poate fi trezit și prin punerea abilă a unor întrebări sugestive, aceștia fiind astfel influenți să răspundă sau să acționeze în modul dorit de cei ce întrebă. Dar atenție! Cititorii nu trebuie să se simtă constrânsi sau chiar manipulați. Supărați fiind, ei ar putea, astfel, reacționa în sens contrar celui prevăzut de către autorul scrisorii.

Propozițiile interrogative ar putea suna astfel:

- „Ca producător de ... folosiți și Dumneavoastră...?”
- „V-a deranjat și pe Dumneavoastră cu acest prilej termenul de prelucrare a produselor?”
- „Zicala: timpul înseamnă bani este valabilă și pentru Dumneavoastră?”
- „Ca magazin notoriu din domeniul vestimentației, căutați și dumneavoastră nouătile modei?”

Cu alte cuvinte, al doilea paragraf trebuie să scoată în evidență imediat primul sau cel mai important avantaj pe care îl oferă produsul sau serviciul propus. Aceasta va trezi interesul cititorului și va pregăti calea paragrafelor de stimulare a dorinței, adică „D”-ul din AIDA.

Etapa D (Dorința) – include, de obicei, mai multe paragrafe, însă, în pofida acestui fapt, scrisoarea trebuie să rămână scurtă și concisă. Puțini oameni au răbdarea să urmărească o scrisoare care continuă și pe a doua pagină.

Regula de aur pentru acest paragraf este *sublinierea avantajului* pe care îl aduce clientului produsul/serviciul: ce înseamnă produsul pentru el, pentru afacerea lui, pentru familia sau viața lui personală.

Cititorul nu întotdeauna crede doar cuvintelor. De aceea trebuie aduse dovezi, argumente. Altfel spus, e necesar să fie relevante principalele foloase care pot fi oferite și accentuate cât mai mult posibil.

Momentul loviturii finale este etapa care trebuie să-l împingă pe cititor la acțiune, acea **acțiune** pe care o dorește ofertantul. Ea va depinde foarte mult de modul în care va fi oferit produsul. Nu este necesar ca potențialul client neapărat să scrie un cec și să comande o cantitate anumită. S-ar putea ca propunerea ofertantului să implice intervenția unuia dintre reprezentanții comerciali. În acest caz, acțiunea cu pricina va fi solicitarea unei vizite a reprezentantului din partea ofertantului. Sau s-ar putea ca destinatarul să ceară o broșură, schițe sau alte materiale tipărite.

Însă oricare ar fi acțiunea dorită, ofertantul trebuie să se asigure de promptitudinea răspunsului, pentru ca interesul solicitantului să nu se „răcească”.

În plus, clientul trebuie să fie sigur de unele avantaje ale ofertei. De aceea, la redactarea conținutului, este necesar să se evite, pe cât e posibil, forma de condițional, pentru a-i sugera clientului precizia, siguranța ofertei (în loc de „*Am putea să vă livrăm*”, se folosește „*Putem să vă livrăm*”, „*Suntem dispuși să vă livrăm*”, „*Vă livrăm imediat la dorința/ la solicitarea/ la termenul indicat de dvs. etc.*”).

Pe baza considerentelor expuse, vă recomandăm o listă de cuvinte și expresii formulate diferit, dar având semnificații echivalente:

Termeni care trebuie evitați	Termeni recomandați
cheltuială-----	investiție
pret-----	valoare
revoluție-----	evoluție
sarcină-----	responsabilitate
fără risc-----	securitate
caracteristici-----	avantaje
eu-----	Dvs.
termen-----	data
concurenții-----	confrății
a ezita-----	a reflecta
trebuie-----	puteți
dezacord-----	greșit înțeles
nu vreau-----	avem rezerve
părere-----	experiență
inacceptabil-----	de revăzut

Evitați:

1. *Să nu aveți nici o grijă;*
2. *Îl puteți deranja;*
3. *Nu este nevoie de nici o garanție suplimentară;*
4. *Aceste prețuri nu sunt competitive;*
5. *Nici o problemă;*
6. *Nu mai este mult;*
7. *Nu aveți de ales;*
8. *Nu este nici un pericol;*
9. *Nu este scump;*
10. *Acest produs nu are concurență;*
11. *Fără nici un risc;*
12. *După părerea...;*
13. *Nu veți fi decepționați...;*
14. *Nu suntem de acord...;*
15. *Vă înselați.*

Scriți:

1. *Puteți fi liniștit;*
2. *Vă poate primi;*
3. *Aveți toate garanțiile;*
4. *Aceste prețuri sunt orientative;*
5. *Total este în regulă;*
6. *Este aproape gata;*
7. *Este singura posibilitate;*
8. *Este sigur;*
9. *Prețul (valoare mică);*
10. *Acest produs este singurul care permite să...;*
11. *În deplină securitate;*
12. *Experiența demonstrează că...;*
13. *Veți avea întreaga satisfacție...;*
14. *Suntem de acord, dar...;*
15. *Aveți dreptate, dar....*

6.4. Formule folosite la redactarea ofertei

Având în vedere diversitatea ofertelor, mai jos vom insera niște formule specifice unor atare scrisorii, grupate conform paragrafelor din textul scrisorii.

6.4.1. Formule introductory

Ofertă solicitată

- *Vă mulțumim pentru cererea Dvs. de ofertă din... și vă oferim cu placere după cum urmează: ...*
- *La cererea Dvs. de ofertă din..., vă comunicăm că suntem deosebit de interesați în relațiile de afaceri cu firma Dvs.*
- *Vă mulțumim pentru cererea Dvs. de ofertă și pentru interesul față de produsele noastre.*

- *Vă mulțumim pentru scrisoarea Dvs. din..., în care solicitați informații despre diferitele noastre produse pe care le livrăm.*
- *Ne bucurăm să vă comunicăm că am reluat producția de ... și că putem primi acum comenzi.*
- *Ne bucurăm că vă interesează produsele noastre, dar ne-ar fi de ajutor, dacă ne-ați da și alte detalii.*
- *Suntem încântați să vă primim cererea Dvs. de ofertă din.../ scrisoarea Dvs. din data de .../ să aflăm de Dvs...*
- *Confirmăm primirea scrisorii / textului / cererii Dvs. de ofertă din data de...*
- *După cum ați cerut prin telex.../telefonic...*
- *Ca răspuns la cererea Dvs. de ofertă din.../ scrisoarea Dvs. din data de .../ primită la data de ...*
- *Cu privire la scrisoarea / cererea Dvs. de ofertă din data de ... / primită la data de ...*
- *Ne bucură să vă comunicăm că am reluat producția de ... și că putem primi acum comenzi.*
- *Ne bucură că vă interesează produsele noastre, dar ne-ar fi de ajutor, dacă ne-ați da și alte detalii / informații despre...*

Ofertă nesolicitată

- *Suntem încântați să...*
- *Pentru a vă familiariza cu mărfurile noastre...*
- *Veți fi interesați să aflați că ...*
- *Pentru a menține / restabili relațiile noastre...*
- *Metodele perfecționate de producție ne permit să...*
- *Ca urmare a situației favorabile de desfacere...*
- *Partenerii noștri comuni de afaceri, firma..., ne-au informat că Dvs. sunteți în căutarea unui furnizor de încredere pentru următoarele produse...*
- *Sperăm că vă interesează noile noastre modele de ..., pe care tocmai le-am adus pe piață.*
- *Suntem producători de ... și am dori să vă extindeți piața prin produsele noastre...,*
- *Regretăm că de mult timp nu ne-ați făcut comenzi și sperăm că nu aveți nici un motiv să fiți nemulțumiți de executarea comenziilor anterioare.*

- *Prin ambasada noastră din... aflăm că doriți să vă refaceți stocurile de... într-un viitor apropiat.*
- *Camera de Comerț... ne-a informat că doriți să achiziționați un stoc considerabil de ...*
- *Dorim să propunem atenției Dvs. produsele noastre ...*
- *Sperăm că vă interesează noile noastre modele de ..., pe care tocmai le-am adus pe piață.*

6.4.2. Formule referitoare la descrierea produsului

- *Toate produsele noastre/Noile noastre modele sunt fabricate din material de calitate și destinate unei utilizări îndelungate. Din catalogul anexat veți constata că mărfurile noastre prezintă multe avantaje: cele mai importante sunt indicate în cele ce urmează.*
- *Aceste materiale sunt impermeabile/își mențin culoarea în mod garantat/sunt din lână pură/ sunt rezistente.*
- *Aceste materiale/ produse pot fi obținute în culorile roșu, verde, albastru etc.*
- *Livrăm aceste draperii în culori asortate și lungimile dorite.*
- *Confirmăm că produsele noastre sunt executate manual și sunt destinate...*
- *Cu poștă separată vă trimitem câteva mostre și suntem siguri: veți constata că produsele noastre sunt cele mai bune pe piață.*
- *Mănușile sunt din piele veritabilă. Dispunem de mărimele 7 și 8.*
- *Vă asigurăm că vom face tot posibilul, pentru ca produsele noastre să corespundă din punct de vedere calitativ cerințelor Dvs.*
- *Toate produsele noastre sunt supuse unui riguros control de calitate.*
- *Mostrele remise/anexate vă vor convinge, fără îndoială, de calitatea excepțională a mărfuii noastre/designul modern al produselor noastre/buchetul deosebit al vinurilor noastre.*
- *Calitatea mărfurilor noastre este impecabilă / se va bucura, fără îndoială, de aprobarea Dvs./rezistă la orice concurență.*

- Metodele de producție perfecționate ne permit să vă oferim cele mai bune condiții de preț și de calitate.
- Produsele /mașinile /instrumentele noastre sunt bine cunoscute pentru performanțele / calitatea lor ridicată /acoperă un domeniu larg de utilizare /sunt întotdeauna ușor de manevrat.
- Trimîțându-ne o comandă de probă, ați putea verifica Dvs. personal performanța ridicată a utilajului nostru / capacitatea de adaptare a produselor noastre la condiții speciale / rezistența excepțională a lucrurilor /a conductelor noastre la temperaturi ridicate, la vibrație, coroziune.

6.4.3. Formule referitoare la cantitate, stocuri

- Referitor la greutate / dimensiuni, vă rugăm să luați în considerare datele indicate în catalog.
- Cantitatea minimă pentru o comandă cu livrare în 7 zile este de 100kg/de 200 bucăți.
- Toate mostrele /articolele prezentate în catalogul nostru sunt în stoc.
- Stocul nostru considerabil ne permite să executăm prompt și comenzi ulterioare (repetate).
- Avem numai o rezervă limitată de ... și, probabil, nu vom putea repeta această ofertă specială.
- Nu ținem stocuri, suntem însă gata să confecționăm special pentru dvs....
- Vă aducem la cunoștință că vinul se livrează în damigene de 25 litri/ în sticle de 3/4 litri.
- Marfa solicitată de Dvs. se află în depozit și se livrează în recipiente de 20 kg.
- Vă putem oferi un sortiment bogat în toate mărimele și culorile din stoc, de aceea putem livra orice cantitate imediat după primirea comenzi.
- Pe moment sunt livrabile numai cantitățile limitate din produsul ... poziția nr. ... din lista de prețuri, iar comenzi mari pot fi acceptate cu livrarea în iunie.
- Marfa cerută de Dvs. nu se află în stoc, însă putem să o procurăm pentru Dvs. de la un alt furnizor.

- Pentru nici o comandă nu se prevede o cantitate minimă, aşa că putem să livrăm orice cantitate comandată.

6.4.4. Formule referitoare la preț, condiții de livrare, reduceri

- Anexăm la lista noastră de prețuri cu amănuntul și condițiile noastre pentru angrosiști.
- Toate prețurile noastre sunt cuprinse în lista de prețuri anexată.
- Prețurile indicate sunt valabile pentru cantități de cel puțin...
- Prețurile de mai sus includ ambalarea în conținere.
- Prețurile noastre sunt calculate franco-fabrică / cu plata la destinatar.
- Prețurile vor suferi fluctuații ușoare / semnificative.
- Prețurile se mențin neschimbate / stabile.
- Ultima creștere a prețurilor se datorează costurilor ridicate ale materiilor prime / prețurilor de cost ridicate.
- Ca urmare a costurilor ridicate de producție, se așteaptă, în curând, o creștere a prețurilor.
- Am fi gata să acordăm un rabat special de 5%, dacă vă sporiți cantitatea de comenzi la...
- Clienților care doresc să facă uz de oferta noastră, le acordăm un rabat de 5%, dacă ne transmit comanda înainte de sfârșitul lunii viitoare.
- Prețurile cuprinse în lista noastră sunt nete. Oferim totuși și rabaturi negociabile, care depind de volumul comenzi.
- Totul indică faptul că va avea loc o nouă creștere a prețurilor, din aceste motive, am dori să vă sfătuim că e în interesul Dvs. să remiteți comanda cât mai curând.
- Din lista de prețuri alăturate veți constata că prețurile menționate sunt foarte scăzute; sistemul nostru de producție în masă este cel care ne creează posibilitatea de a menține aceste prețuri avantajoase, fără a afecta calitatea produselor.
- Activăm pe o piață cu o concurență mare, unde suntem nevoiți să reducem la minimum prețurile noastre.
- Deoarece prețurile noastre sunt calculate foarte riguroș / reduse la limita minimă, veți înțelege de ce trebuie

respectate cu strictețe condițiile noastre de plată (în numerar la treizeci de zile).

- *Deși costurile cresc permanent, vom executa comenziile dvs. la prețurile indicate la începutul acestui an.*
- *Pentru a promova relațiile de afaceri între firmele noastre, suntem gata să vă oferim un rabat / o remiză specială de 10%, valabil(ă) însă numai în decursul lunii martie.*
- *Clienților care doresc să facă uz de oferta noastră, le acordăm un rabat de 5%, dacă ne transmit comanda înainte de sfârșitul lunii viitoare.*
- *Prețurile noastre reduse nu ne permit acordarea vreunui rabat.*
- *Anexăm condițiile noastre de încheiere a afacerilor și am fi dispuși să discutăm cu dvs. referitor la rabat, dacă ne-ați comunicat de mari vor fi comenziile preconizate de dvs.*

6.4.5. Formule referitoare la condițiile de plată

- *Plata se efectuează la remiterea comenzi, iar expedierea se face în decurs de 24 ore.*
- *Condițiile noastre de plată sunt: plata în numerar/imediată; plata în numerar la valoarea netă; plata la primirea mărfuii; plata la primirea facturii; 30 zile neto; 2% scont la plată în decurs de 10 zile; neto la 7 zile după primirea coletului prin poșta aeriană; plata efectuată lunar / trimestrial; plata în numerar contra prezentării de documente; documente contra accept; plata prin acreditiv documentar irevocabil confirmat; plata prin trată bancară la primirea facturii noastre.*
- *Plata se efectuează anticipat / prin rambursare.*
- *Plata se efectuează prin cec bancar la ..., imediat după sosirea facturii.*
- *Vânzarea se efectuează cu plata pe loc / pe credit / în locație / leasing (închiriere);*
- *Plata în decurs de 60 zile de la datele facturii.*
- *Predarea documentelor de expediere se face contra accept bancar.*
- *Putem acorda un scont de ... %, dacă plata se efectuează la livrare, sau un scont de ... %, dacă plata se efectuează în curs de ... zile de la primirea mărfuii/facturii.*

- Credit se poate acorda, la cerere, pe trei luni contra trată. Pentru plăți efectuate în decurs de 14 zile, se acordă totuși un scont de două procente.
- Plata pentru prima comandă se va face contra factură proformă.

6.4.6. Formule referitoare la termenul de livrare și modalități de expediere

- Vă putem livra marfa imediat după primirea comenzi.
- Vă putem garanta expedierea imediată a mărfui.
- Putem livra materialul în decurs de două săptămâni de la primirea comenzi.
- Toate mărfurile sunt livrate din depozit/stoc.
- Vă putem promite efectuarea livrării până la data de ...
- Trebuie să vă aducem la cunoștință că nu vă putem garanta livrarea înainte de 20 ianuarie, dacă nu primim comanda dvs. în 48 de ore.
- Deoarece stocurile noastre sunt reduse, vă sugerăm să ne comunicăți volumul exact al comenzi dvs. cât se poate de repede.
- Vă rugăm să luați în considerare faptul că pentru livrare sunt necesare cel puțin ... zile / săptămâni / luni.
- Termenele de livrare indicate sunt aproximative, însă, în nici un caz, nu vor fi depășite cu mai mult de 10 zile.
- Termenele de livrare sunt de la 3 până la 4 luni de la data comenzi.
- Livrarea se efectuează pe calea ferată în decurs de 3 zile de la primirea comenzi / facturii.
- Expedierea se poate efectua într-o lună / în 45 de zile de la primirea comenzi dvs. ferme și deschiderea acreditivului.

6.4.7. Referiri la ambalaj

- Ambalarea se face întotdeauna cu cea mai mare grijă.
- Marfa se ambalează în saci / lăzi / baloturi / cutii de carton etc.
- Toate articolele vor fi livrate în ambalaj adecvat pentru cadouri.

- Pentru a evita orice posibilă deteriorare, marfa este ambalată în talaş.
- Ambalajul este gratuit, dacă lăzile goale se returnează în decurs de ...zile.
- Ambalarea se execută conform indicaţiilor dvs.
- La returnarea lăzilor, vi se reduc cheltuielile de ambalaj cu 50%.
- Cheltuielile de ambalaj sunt incluse în preț.
- Cheltuielile de ambalaj trec în contul dvs. și se percep separat.

6.4.8. Referiri la mostre, probe, prospecte

- Cu poșta separată vă trimitem catalogul nostru de mostre / probe / diferite prospecte / lista de prețuri / care vă va / vor oferi o imagine despre calitatea excelentă a produselor noastre.
- Vă rugăm să supuneți mostrele oricărui test.
- Vă trimitem un sortiment bogat de mostre pe care le puteți verifica personal.
- Vă trimitem un set de mostre care au fost selectate special pentru scopul menționat de dvs.
- Vă trimitem spre vizionare, în mod gratuit, câte o pereche din fiecare model de pantofi din colecția anului viitor. Dacă nu optați pentru o comandă, vă rugăm să returnați mostrele.
- Dacă doriți un exemplar de probă al acestui important ghid, vă rugăm să completați formularul anexat. Vi se va trimite un exemplar prin curierul de retr.
- Mostrele alăturate / Mostrele trimise cu poștă separată sunt marcate și prevăzute cu o etichetă cu prețul...
- În cazul trimiterii comenzii dvs., mostrele pot fi considerate gratuite.
- Vă rugăm să restituviți mostrele după studierea lor.
- Mostrele trimise nu reprezintă decât un mic sortiment din amplul nostru program de producție.

6.4.9. Referiri la valabilitatea ofertei

- Oferta rămâne valabilă ... săptămâni / luni.

- Prețurile noastre sunt valabile numai în cazul unei comenzi imediate.
- Trebuie să subliniem că prețurile acestea sunt valabile până la ...
- Dorim să vă atragem atenția asupra faptului că această ofertă este valabilă numai 10 zile / că aceste condiții speciale sunt valabile până la ...
- Nu putem să ne menținem oferta deschisă mai mult de 7 zile, din aceste motive, vă rugăm să remiteți comanda prin telex fără întârziere.
- Dacă această ofertă este acceptată în decurs de 30 de zile de la data indicată mai sus, ne rezervăm dreptul de a mări prețul conform ratei oficiale a inflației.
- Prețurile sunt ferme până la ...
- Din cauza situației pe piața cerealelor, nu putem considera aceste prețuri ca ferme pe timp nelimitat.
- Vă oferim această marfă sub rezerva prețurilor fără preaviz / sub rezerva vânzării între timp.

6.4.10. Formule referitoare la garanție

- Toate produsele noastre sunt prevăzute cu un certificat de garanție.
- Garanția este valabilă numai dacă se respectă cu strictețe instrucțiunile de folosire.

6.4.11. Referiri la livrarea de probă

- Pentru a produce produsele noastre pentru piața dvs., vă oferim o livrare de probă, pentru care sunt valabile condițiile noastre generale de vânzare / o livrare de probă în condiții deosebite.
- Vă comunicăm că nu avem nici o obiecție împotriva unei livrări de probă.
- Pentru a vă da posibilitatea de a cunoaște produsele noastre, suntem gata să vă trimitem o livrare de probă.
- Referitor la livrarea de probă, regretăm că nu avem posibilitatea să dăm curs cererii dvs., deoarece astfel de livrări nu sunt prevăzute în condițiile noastre generale de vânzare.

6.4.12. Informații suplimentare cu caracter publicitar

- Suntem specializați în producția de ... din anul... Produsele / aparatele noastre sunt foarte apreciate în țară și în străinătate pentru precizia și buna lor funcționare.
- Din catalogul anexat, puteți constata că articolele noastre fac față, din punctul de vedere al calității și al prețului, oricărei concurențe.
- Aceasta este cea mai avantajoasă ofertă pe care o putem face și veți recunoaște că nici unul din concurenții noștri nu poate oferi aceleași condiții.
- Prin amplarea rețelei noastre de distribuire și a politicii noastre de eliminare a verigii intermediare uzuale de comercializare, avem posibilitatea să vă oferim cele mai avantajoase prețuri pentru mărfuri de bună calitate.
- Produsele noastre au fost confirmate de practică. Broșura noastră – pe care o expediem separat ca material tipărit – vă informează detaliat despre multiplele posibilități de utilizare a lor. Chiar dacă, pentru moment, nu vă gândiți să le achiziționați, vă putem face o demonstrație de funcționare fără obligație.
- Am reușit să încheiem acorduri ferme de livrare cu câțiva producători de prim rang, așa încât avem posibilitatea să dispunem de un depozit bine asortat. Dacă doriți să ne cunoașteți mostrele, vizita achizitorului dvs. este binevenită. Suntem gata să vă prezintăm și dvs. câteva articole.

6.4.13. Formule de încheiere

- Putem să vă considerăm cât de curând printre clienții noștri? Așteptăm cu placere să stabilim relații de afaceri avantajoase pentru ambele părți.
- Puteți fi convinși că vom executa comanda dvs. cu toată atenția și la timp.
- Ne bucurăm să primim comanda dvs.
- Sperăm că veți reuși să încheiați afacerea. Vă rugăm să ne informați prin telex / teletext / telefax. Vă mulțumim anticipat.

- *Vă rugăm să ne oferiți ocazia de a vă convinge de performanța întreprinderii noastre printr-o livrare de probă.*
- *Ne-am bucura, dacă v-ați decide să cumpărați mărfurile noastre.*
- *Sperăm că oferta noastră vă va satisface și așteptăm cu placere prima dvs. comandă.*
- *Întreaga noastră experiență vă va sta la dispoziție. Sperăm că veți face uz de ea.*
- *Sperăm / Suntem convinși că această marfă / oferta noastră / condițiile noastre (de livrare) va / vor / satisface cerințele dvs. / vor prezenta interes pentru dvs.*
- *Vom fi încântați / Sperăm să primim o comandă de la dvs. / comanda dvs.*
- *Sperăm / suntem convinși că veți accepta oferta / propunerea noastră / ne veți remite comanda/ nu veți pierde o asemenea ofertă / ocazie favorabilă.*
- *Dacă sunteți interesați de mai multe detalii, vă rugăm (nu ezitați) să ne scrieți.*
- *Vom fi încântați să vă furnizăm mai multe date / să vă dăm mai multe detalii.*
- *Vă rugăm să ne informați dacă doriți mai multe amănunte.*
- *Dacă credeți/considerați aceste condiții / condițiile noastre de livrare corespunzătoare / că oferta / propunerea noastră corespunde cerințelor dvs., vă rugăm să plasați / expediați comanda dvs. cât mai curând / imediat.*
- *Vă asigurăm că vom acorda cea mai mare atenție comenziilor dvs. / vom îndeplini, spre deplina dvs. mulțumire, orice comandă plasată / vom îndeplini comenziile dvs. prompt și cu grijă.*
- *Deoarece executăm comenziile în ordinea primirii, vă sugerăm să ne remiteți comanda de probă de îndată / vă sfătuim să comandați cât mai repede.*
- *Dacă există și alte produse de care sunteți interesați, vă rugăm să ne trimiteți ofertele ...*



Modele de oferte

Ofertă nesolicitată

Stimate domnule X,

Cum să faceți economii folosind conteinere din tablă ondulată?

Fără îndoială că și Dvs., ca toate întreprinderile de transport, sunteți în permanentă căutare de noi mijloace de a face economii cu ambalajele. Rezolvarea acestei probleme o reprezintă conteinerele noastre din tablă ondulată. Ele pot înlocui conteinerele din oțel precum și multe alte materiale scumpe, reducând considerabil cheltuielile privind ambalajul.

Unul dintre cei mai recenti clienți ai noștri (numele) din ..., obișnuia să-și expedieze chimicalele în cutii de oțel, iar cheltuiala anuală cu ambalarea era cam de În ultimul an, a trecut la conteinerul nostru din tablă ondulată, economisind nu mai puțin de ...lei.

Conteinerul nostru oferă protecție perfectă produselor firmei ... Avem și altele care s-ar potrivi la fel de bine produselor Dvs. Ele vă vor costa mai puțin de jumătate, față de conteinerele pe care le exploatați în prezent.

Ce-ar fi să sunați la nr.... și să-i cereți reprezentantului nostru să vă viziteze pentru a vă oferi detalii suplimentare.

Dacă sunteți amabil să ne reexpediați anexat cartea poștală, îl vom trimite cât mai repede pe reprezentantul nostru.

Cu stimă,



Ofertă solicitată

Ref.: Garnituri de mobilă

Stimate Domnule X,

Vă mulțumim pentru cererea Dvs. de ofertă din..., din care am dedus că vă interesează achiziționarea unor garnituri de mobilă expuse la târgul de mostre din Chișinău și vă oferim, după cum urmează:

Garnitura „Ana” din lemn de ..., culorile..., la prețul de ...

Set măsuțe “Claudia” din lemn de ..., la prețul de...

Set de scaune pliante pentru grădină, din lemn de ..., la prețul de Pentru cantități de peste 10 garnituri, suntem dispuși să acordăm un rabat de ...%.

Condiții de livrare și plată:

Plata: prin acreditiv documentar irevocabil deschis în favoarea noastră la BNM, plătibil contra factură comercială, a certificatului de calitate și a documentelor de transport.

Livrare: franco-frontieră Moldova.

Termene de livrare: 3-4 săptămâni de la primirea comenzi.

Transport – pe calea ferată.

Ne bucurăm că posibilitățile de vânzare a mobilei noastre pe piața Dvs. sunt favorabile și sperăm să primim curând comanda Dvs.

Cu stimă,

Ofertă solicitată

Ref.: Eșantioane

Ca răspuns la scrisoarea Dvs. din..., avem plăcerea să vă trimitem, prin corespondență separată, eșantioanele ultimelor noastre realizări în domeniul.

Avem comenzi importante pentru produsele pe care le fabricăm pe scară mare, astfel că avem posibilitatea să vi le oferim la prețuri moderate.

Livrăm, de obicei, F.O.B. Comanda minimă trebuie să fie de 100 de bucăți. La cererea clienților, putem asigura livrarea C.A.F.

Condițiile noastre de plată sunt, după cum urmează:

Trată de 60 de zile la vedere, contra unui acreditiv irevocabil confirmat de banca dvs.

În cazul în care propunerile noastre nu pot fi acceptate, suntem dispuși să luăm în considerare alte condiții de plată sugerate de Dvs.

Cu mult respect,



Ofertă privind cazul unei posibile întârzieri în livrare

Ref.: Cerere de ofertă nr. ...din...

Sunt încântat să intru în relații comerciale cu Dvs., cu condiția că mă veți pune pe picior de egalitate cu prețurile concurente. În ce mă privește, voi face tot posibilul pentru a amplifica afacerile noastre.

În același timp, vă rețin atenția asupra unei probleme importante privind modalitatea de plată.

Dumneavoastră faceți un mare efort acceptând un avans de 15% din valoarea totală a comenzi, în locul acreditivului. În fața facilităților de plată, clienții cedează mult mai repede și preferă, la un preț egal, pe cel care solicită un avans mai redus. Pot fi în măsură să tratez pentru un avans de 15%, dar vă pot asigura numai afaceri mari, în caz că nu veți cere un avans de 10%. În consecință, vă rog să studiați această problemă cu atenție și să-mi răspundeți cât mai curând posibil, pentru a nu impiedica derularea afacerii noastre.

Cu stimă,



Ofertă solicitată

Stimată...,

Referitor la comanda dvs. din..., spre regretul nostru, vă putem informa că nu avem posibilitatea de a obține marfă în prezent.

Cererea este atât de mare în momentul de față, încât furnizorii nu mai au stocuri. Tot ce vă putem promite este de a vă livra produsele la sfârșitul lunii iulie.

Vă rugăm să confirmați această întârziere în livrare.

Cu mult respect,

Ofertă privind negocierea condițiilor speciale de plată

Stimate Domnule...,

Avem plăcerea să confirmăm primirea comenzi dvs. din..., pentru care ne solicitați un credit de 60 de zile.

Regretăm că nu vă putem satisface această cerere, fiindcă avem practica plății imediate în cazul clienților noi care nu ne-au dat referințe.

Dorim să vă asigurăm că această măsură nu are caracter personal, ci constituie o regulă de la care nu dorim să ne abatem.

Dacă acceptați să primiți marfă pe bază de rambursare, vă rugăm să ne informați pentru a vă asigura livrarea imediată.

Cu stimă,

Ofertă solicitată

Ref.: ***Tesături din lână***

Mult stimate Domnule director...,

Vă mulțumim pentru cererea Dumneavoastră de la ... și vă expediem alăturat mostre din articolele noastre de țesături din lână. Vă reamintim, la fel, tarifele care cuprind ultimele noastre prețuri.

În ceea ce privește plata, vă vom acorda termene de la 10 până la 20 de zile, fără scont, conform referințelor pe care veți binevoi să ni le trimiteți.

În cazul unei comenzi care va depăși suma de 20000 lei, suntem gata să vă acordăm o remiză de 2%.

Dacă ne veți expedia comenzi, v-am fi foarte recunoscători să ne faceți cunoscut în ce măsură ar trebui să vă asigurăm cu transportul.

Sperând să fim favorizați de comenziile Dumneavoastră, primiți sincerele noastre salutări.

Cu respect,

Ofertă solicitată

Ref.: ***Eșantioane***

Stimați domni,

Vă rugăm să primiți alăturat ultimele materiale publicitare (documente) și eșantioanele ultimelor noastre sortimente. Am inclus, de asemenea, și o trusă ce poate fi expusă în vitrină sau pe tejghea la magazinul Dumneavoastră, pentru a trezi interesul cumpărătorilor. Veți găsi informații suplimentare referitoare la prețuri, reduceri și materiale documentare pentru serviciul de vânzări.

Așteptăm comenziile Dumneavoastră în viitorul apropiat.

Cu respect,

Ofertă solicitată

Ref.: ***Ambalaje***

Domnule director,

Mulțumindu-vă pentru cererea Dumneavoastră din 10 octombrie, vă putem furniza, cu livrare imediată din stoc, articolele menționate în scrisoarea Dumneavoastră nr. 23 din...

Condițiile noastre obișnuite sunt:

- plată lunară;
- acordarea unei remize de 5% pentru comenzi de 1000 de articole și mai mult.

Vă rugăm să ne trimiteți comanda cât mai curând posibil, deoarece oferta are limită.

Cu stimă,

Ofertă solicitată

Ref.: ***Desfaceri de solduri***

Stimate doamne și domnișoare,

Stimați domni,

Având în vedere bunele noastre relații din anul trecut, vă va face plăcere să aflați că între 10 și 20 decembrie vom proceda, ca în fiecare an, după efectuarea inventarierii la desfacerea soldurilor de costume, pardesiuri, încălțăminte, cravate, cămași, pijamale, ciorapi etc. O vizită la sediul nostru, pentru a vă face o părere proprie asupra acestei acțiuni, care nu vă va angaja la nimic, va duce la tranzacții avantajoase pentru ambele părți.

În speranța de a vă fi de folos, vă rugăm să primiți distinsele noastre salutări.

Cu mult respect,



Glosar tematic

Acredativ – 1. Sumă de bani special rezervată de un cumpărător din contul său, la o bancă ce deservește un furnizor, pentru ca acestuia să i se facă plata în momentul în care dovedește predarea furniturilor în condițiile stabilite în contract. 2. Document financiar de decontare prin intermediul băncii. – Din fr. *accréditif*

acreditiv irevocabil – Tip de acredativ față de care banca creditoare are toate garanțiile irevocabile, privind efectuarea plății.

acreditiv revocabil – Acredativ caracterizat prin faptul că poate fi anulat de emitent.

accept, accepte – Consimțământ scris pe politică, prin care o persoană desemnată de emitentul politiei se obligă să achite beneficiarului, la scadență, suma de bani din politică. – Din germ.

Akzept, lat. acceptus.

arbitraj, -e – 1. Tranzacțiile de bursă prin care se urmărește să se obțină o diferență – în funcție de momentul negocierii sau tranzacției, la prețul unor produse, acțiuni etc. 2. Soluționarea unui diferend comercial de către arbitri aleși de părțile de contract. – Din fr. *arbitrage*.

dezinvoltură – Atitudine sau comportare firească, degajată, plină de îndrăzneală. – Din fr. *desinvolture*.

impieta, impiebez – A interveni în treburile altuia, nesocotindu-i drepturile; a leza. – Din fr. **empiéter**.

locație, locații – 1. Închiriere. Chirie plătită pentru anumite lucruri luate în folosință temporară. 2. (jur.) Contract prin care una dintre părți se obligă să procure și să asigure celelalte părți folosința unui lucru pentru un timp determinat în schimbul unei sume (var. Locațjune). – Din fr. **location**, lat. **locatio, -onis**.

scont, sconturi – 1. Operație de credit care constă în cumpărarea efectelor de comerț de către bânci, cu reținerea din valoarea lor nominală a dobânzii și a unui comision. 2. Sumă de bani reprezentând dobânda la un împrumut, pe care o bancă și-o reține cu anticipație la acordarea împrumutului. 3. (Rare) Reducere acordată unui debitor din valoarea unei polițe sau a unei datorii plătite înainte de scadență; recalculare și diminuare a dobânzilor, când plata unei obligații se face înainte de termen.

talaș – Așchii lungi, subțiri și răsucite care se desprind când se prelucrează lemnul cu rindeaua (sau cu alte unelte cu tăiș lat). – Din tc. **talas**.

taxă de locație – Taxă care se plătește drept sanctiune în caz de depășire a termenului de încărcare sau de descărcare a vagoanelor de pe calea ferată sau a autovehiculelor.

tombolă, tombole – Loterie la care se câștigă diferite obiecte. – Din fr., it. **tombola**.

incaso – Sistem de decontare prin care, din însărcinarea unui creditor și pe baza unui titlu de credit, a unei polițe etc. a acestuia, banca încasează în contul lui o sumă de bani de la debitor. Din it. **incasso**.

cash – bani gheăță; numerar.

virament, viramente – Operație contabilă prin care o sumă de bani se trece dintr-un cont în altul, fără a fi nevoie ca suma să fie vărsată în numerar; plată fără numerar, prin trecerea la bancă a unei sume de bani din contul celui care face plata în contul beneficiarului. – Din it. **viramento**.

? Probleme supuse discuției

1. Care este avantajul și dezavantajul vânzării pe bază de ofertă?
2. Ce înțelegeți prin ofertă fermă (angajată)?
3. Prin ce se deosebește oferta cu termen de cea facultativă?
4. Care sunt părțile constitutive ale unei oferte?
5. La întocmirea unei oferte trebuie să se țină cont de câteva principii care ar pune în valoare eficiența acesteia. Unul dintre ele este *etalarea avantajelor sau a foloaselor produsului/serviciului oferit*. Cum veți respecta acest principiu la redactarea ofertelor?
6. O bună parte a corespondenței de afaceri lasă mult de dorit din punctul de vedere al credibilității. Deosebit de debordantă este lipsa de credibilitate în unele scrisori de vânzări. Comentați acest fapt prin exemple concrete.
7. Prin ce se deosebesc ofertele redactate într-un *stil empathic* de cele redactate într-un *stil egocentric*?
8. În ce mod veți începe o scrisoare de ofertă pentru a câștiga atenția cititorului?
9. Ce reprezintă într-o scrisoare de ofertă etapa *I (Interes)*?
10. Care este regula „de aur” a etapei *D (Dorință)* și cum o veți releva în scrisoare?
11. Ce înțelegeți prin momentul „loviturii finale” a unei oferte?



Exerciții și studii de caz

1. Să se completeze scrisorile cu paragrafele care lipsesc:
 - a) „*Oricare din costumele noastre e conceput pornind de la cerințele Dumneavoastră și vă garantăm că vă va pune în valoare silueta și va atrage privirile admirative. Culorile sunt încântătoare, croiala superbă, execuția perfectă.*”
 - b) „*Ce-ar fi să-i spuneți secretarei Dumneavoastră să ne sună? Vom fi bucuroși să venim și să vă explicăm mai*

amănușit cum afacerea poate aduce eficiență firmei Dumneavoastră.”

2. Să se redacteze o ofertă ca răspuns la cererea de ofertă:

Stimate domnule director,

La începutul toamnei avem de gând să convocăm o întrunire de afaceri pentru aproximativ 100 de invitați și ne-ar fi de foarte mare folos să ne comunicați următoarele informații:

1. *Tipul de cazare pe care ni-l puteți oferi;*
2. *Prețul diferitelor camere disponibile;*
3. *Costul cocteilor și gustărilor pentru 100 persoane.*

Localul e necesar să fie suficient de mare, ca să poată încăpea cei 100 de invitați, precum și să fie adekvat pentru panourile de afișare cu cinci suporturi. De asemenea, vom avea nevoie de multe surse de lumină electrică pentru a ilumina corespunzător panourile.

Poate că cel mai bine ar fi să amenajați un bar, dar vă lăsăm pe Dumneavoastră să ne sugerați care ar fi aranjamentul cel mai practic, ținându-se cont de numărul persoanelor.

Așteptăm cu mare interes răspunsul Dumneavoastră.

3. Să se redacteze o ofertă facultativă cu unul din obiectele:

Ambalaje pentru fructe și legume;

Produse sezoniere;

Reparație capitală.

4. Să se redacteze o ofertă fermă cu unul din obiectele:

a) *Hârtie de scris;*

b) *Paltoane de toamnă;*

c) *Fructe.*

5. Să se redacteze o ofertă fermă de prestări servicii cu unul din obiectele:

a) *Dotarea unității cu computere;*

b) *Renovări capitale ale unui magazin;*

- c) *Confecționarea căciulilor din blană naturală pentru bărbați și pentru dame.*
6. Redactați câte o ofertă după următoarele scenarii:
- Cumpărătorul se informează asupra condițiilor de livrare (termen, ieșirea produsului din fabrică, franco-domiciliu etc.) și de plată (la comandă, livrare pe credit, pe datorie, reduceri etc.) sau confirmă măsurile convenite cu ocazia unei tranzacții.*
 - O întreprindere se adresează unui client pentru a-i preciza condițiile de garanție și de transport. Sunt relevante prețurile F.O.B., condițiile de plată pentru o primă comandă, pentru comenziile ulterioare și termenul de livrare.*
 - Se dau precizări detaliate pentru expedierea de 1) mobilă de birou și 2) țesături de vară.*
 - Firmă, oferind detalii asupra condițiilor de livrare și plată, solicită plata în avans noilor săi clienți pentru primă livrare.*

7. Urmăriți situația:

O firmă a primit un telefon de la o companie care i-a făcut o ofertă pentru un proiect. Firma a acceptat prompt proiectul, după care l-a refuzat argumentând că acesta a fost prea scump. Afacerea s-a încheiat cu altcineva.

Întrebare: Există vreo cale politicoasă prin care firma ofertantă ar putea să păstreze relația cu compania?

8. Unul dintre clienții permanenți ai unui furnizor a încheiat o relație de afaceri cu acesta. Se cuvine ca furnizorul să acționeze în vreun fel la această situație?
9. Toată lumea dorește să prezinte oferte deosebite de celealte. Găsiți câteva moduri în care puteți adăuga o notă de eleganță și de stil ofertelor dvs.

Comentarii asupra principalelor tipuri de vânzări

1. *Vânzare cu plată pe loc* – Cumpărătorul plătește o marfă și o ridică. Dacă urmează să-i fie transmisă prin poștă, clientul va plăti în momentul în care i se face livrarea.
2. *Vânzarea pe credit* – Plata este amânată până la una sau mai multe date stabilite, fixate anterior. Suma care trebuie plătită este împărțită într-un anumit număr de plăți a căror achitare este exigibilă la intervale egale de timp: e vorba de o vânzare în rate. Creditorul este purtător de dobândă.
3. *Vânzare în locație* – Cumpărătorul e considerat proprietar al mărfuii livrate, dacă a efectuat ultima plată prevăzută în contract. Până atunci, el nu deține marfa decât în locație.
4. *Leasing (închiriere)* – Formă de locație aplicată adesea la următoarele produse: aparate electronice, calculatoare, avioane, construcții și materiale de construcții. Persoana care deține marfa respectivă în locație efectuează plățile fracționate de-a lungul unei perioade stipulate în contractul de închiriere.



CAPITOLUL VII

COMANDA

7.1. Tipuri de comenzi

Comanda este actul economic și juridic demarat de către consumator cu scopul furnizării unei mărfi sau executării unui serviciu, specificându-se cantitatea, calitatea (sau alte caracteristici

ale bunului sau serviciului), condițiile de plată, termenul de livrare, modul de efectuare a plății etc.

Comanda poate fi emisă oricând apare necesitatea procurării unor bunuri sau servicii. În general, ea trebuie scrisă (comanda orală este admisă numai de legislația americană). Fiind generatoare de relații economice sau juridice și îndeplinind o serie de servicii, comanda trebuie să cuprindă toate datele necesare furnizorului pentru executarea ei: să aibă un termen de valabilitate, să poarte semnăturile celor care pot angaja unitatea ș.a. De aceea ea se redactează doar după ce clientul a analizat toate informațiile asupra produsului/ serviciului pe care îl solicită (calitate, aspect, rezistență, culoare, tehnică de fabricare, tarife practicate; condiții de plată; termen de livrare etc.).

De obicei, comanda se bazează pe o ofertă primită în prealabil. De multe ori, după analiza de către solicitant a informațiilor, între el și furnizor se negociază și se clarifică – fie telefonic, fie prin corespondență (telex/telefax etc.) – condițiile în care se va derula afacerea. Numai după încheierea negocierilor, se întocmește comanda.

Cumpărătorul transmite oferentului comanda de mărfuri sau servicii, de regulă, prin:

- formular de comandă-tip.** Aceasta poate fi tipizat, dar poate fi și redactat de către furnizor și remis clienților. În acest caz, trebuie să se prevadă toate eventualitățile. Formularul este ușor de utilizat și prezintă dublul avantaj de a fi precis și de a evita redactarea unei scrisori de către client. Pe verso (sau anexate la formularul de comandă) sunt prezentate exigențele furnizorului, sub titlul de „*condiții generale de vânzare*”, uneori urmate de unele mențiuni de felul: „*orice comandă implică acceptarea acestor condiții*”, „*condițiile 1 și 4 pot fi negociate*”.

Aceste imprimante sunt numerotate și atât clientul, cât și furnizorul, câștigă un timp prețios, evitând extragerea și citirea unor paragrafe, adesea incomplete, sau înscrierea referințelor pentru clasificare.

- scrisoarea de comandă înregistrată și recomandată.** Scrisoarea de comandă este obligatorie din punct de vedere legal, de aceea trebuie să se acorde cea mai mare atenție clarității și precizia formulării.

Ca și celelalte scrisori de afaceri, comenziile trebuie numerotate, deoarece data nu este suficientă pentru a se face o identificare precisă. Este util să li se dea un număr pentru a le diferenția, chiar dacă sunt adresate unei singure firme. Fiecare parte va păstra o copie a comenzi.

c) **comenzi transmise prin telefon (cu confirmare letrică), prin telex sau prin fax.**

Aceste moduri de transmitere a comenzi sunt folosite mai rar.

- Mijlocul cel mai rapid de transmitere a comenzi este **telefonul**. Dar, pentru a evita greșelile, persoana care telefonează trebuie să recitească textul înainte de a transmite comanda, ea fiind ulterior confirmată în scris.
- **Telexul** este mijlocul principal prin care destinatarul primește un text dactilografiat chiar în momentul în care expeditorul îl tastează. Ambii pot deci să păstreze o dovdă legală a comenzi care poartă referințele corespondentului și data de expediere. Telexul este binevenit, mai ales când scrisorile sunt expediate în străinătate, fiind un sistem rapid și sigur.
- **Faxul.** Textul este redactat de mână sau la mașină sau este fotocopiat. Expedierea textului prin fax este foarte convenabilă: ea poate fi făcută și în afara programelor de birou. Atât expeditorul, cât și corespondentul, pot păstra o dovdă a comenziilor.

Conform referințelor și condițiilor stipulate, se deosebesc comenzi:

- a) *ferme* sau propriu-zise;
- b) *de probă*;
- c) *de modificare*;
- d) *repetate*.

a) Comanda *fermă* este similară cu încheierea unui contract și ține locul acestui act. Ea trebuie să repete, în mod obligatoriu, toate condițiile de ofertă sau pe cele negociate anticipat cu furnizorul și anume:

- obiectul comenzi, cu descrierea sa detaliată și exactă;
- cantitatea/numărul produselor;
- calitatea dorită;

- ambalajul și marcajul dorit;
- prețul unitar sau/și total;
- condițiile de livrare conform regulilor;
- locul și data livrării/recepției;
- condițiile de plată;
- modalitatea de transport și documentele de transport;
- termenul de livrare;
- alte instrucții și precizări.

b) Comanda *de probă* se scrie cu scopul solicitării unei mărfi pentru a fi testată. Cumpărătorul are dreptul să returneze marfa pe propria cheltuială, dacă aceasta nu-l satisface. Într-o astfel de comandă, solicitantul va lua în considerare, totodată, condițiile ofertantului, menționându-le în scrisoare:

- termenul de reținere a produsului;
- cauzele/condițiile returnării produsului;
- modul și condițiile de plată pentru produs;
- modalitatea de transportare etc.

c) În comenziile *de modificare*, solicitantul cere modificarea unora din condițiile de ofertă. În acest caz, este necesară confirmarea de acceptare integrală, care trebuie să fie expediată de furnizor în cel mai scurt timp.

d) În comanda *repetată* se solicită mărfuri sau servicii identice cu cele din comanda fermă sau din cea precedentă; se specifică numărul acesteia. În ea solicitantul mai poate atenționa furnizorul, cerându-i să respecte unele condiții ori clauze prevăzute în contract sau în comanda fermă (dacă e cazul).

7.2. Redactarea scrisorii de comandă

7.2.1. Introducerea. Deoarece întocmirea comenziilor nu presupune o mare varietate de abordări, formulele de începere a lor, în majoritatea cazurilor, pot fi asemănătoare după conținut. și totuși *introducerea*, în funcție de obiect, poate să indice ce l-a determinat pe solicitant să scrie comanda: a primit eșantioane, un catalog, vizita unui reprezentant; a văzut un material publicitar în ziar sau la televizor ori a primit o ofertă.

În introducere se mai poate sublinia că este prima oară când solicitantul se adresează acestei întreprinderi. În unele situații, preambulul poate lipsi, anunțându-se nemijlocit solicitarea: „*Vă rog să aveți amabilitatea de a-mi trimite...*”, ceea ce se face, în special, când redactantul este deja un client permanent.

Exemple de formule introductive:

- *Vă mulțumim pentru oferta dvs. din..., pe care o acceptăm în condițiile menționate...*
- *Vă mulțumim pentru livrarea din ..., pe care o acceptăm în condițiile oferite ...*
- *Mulțumim pentru lista dvs. de prețuri din... și detaliile privind condițiile dvs. ...*
- *Confirmăm convorbirea telefonică de azi-dimineață și vă trimitem în anexă comanda noastră pentru următoarele...*
- *Am analizat cu atenție catalogul/mostrele dvs. și ne-am decis să cumpărăm următoarele produse:*
- *Vă mulțumim pentru vizita reprezentantului dvs. care ne-a prezentat dictafoanele și vă trimitem alăturat o comandă pentru modelul...*
- *După convorbirile cu reprezentantul dvs., domnul..., ne-am decis pentru achiziționarea instalației... în sistemul leasing propus.*
- *Am luat cunoștință că ați primit în sortimentul dvs. un număr de noi articole și ne-am decis să vă remitem următoarea comandă de probă.*
- *Referitor la oferta dvs. din... și la schimbările produse de noi și acceptate de dvs. în scrisoarea din..., vă remitem următoarea comandă, menționând numerele articolelor indicate în catalog.*
- *Vă mulțumim că ați eliminat din condițiile dvs. generale de livrare clauza referitoare la cantitatea minimă pentru fiecare livrare și vă remitem în anexă prima noastră comandă.*
- *Vă mulțumim pentru livrarea de probă; deoarece articolele corespund cerințelor clientelei noastre, vă remitem următoarea comandă.*
- *Ne-am bucura, dacă ne-ați putea trimite cu titlu de probă...*

- *Vă remitem o comandă conform formularului de comandă alăturat.*

7.2.2. Enunțul de fond

Conținutul scrisorii de comandă trebuie să fie concis, dar, în același timp, să descrie în detaliu sau fiecare articol sau serviciu solicitat, menționându-se după caz:

- Cantitatea, exprimată în număr, de articole identice dorite și în masă - pentru produse alimentare, spre exemplu, în volum, pentru o cerere de carburant sau în dimensiuni, pentru o comandă de țesături. Când este vorba de articole vândute în seturi, se precizează numărul de seturi dorite.
- Descrierea exactă a produsului, indicându-se și un număr de referință luat din catalog sau din pliant (dacă nu este menționat în introducere), culoarea și mărimea articolelor respective.
- După ce este menționat prețul unitar, care poate fi indicat între paranteze, se scrie cantitatea fiecărui articol la capătul rândului, pentru a putea indica apoi suma totală a comenzi.
- Locul și modul de livrare cu datele complete.

7.2.3. În *încheierea scrisorii* se poate exprima speranța de a primi marfa în condițiile specificate în comandă și rugămintea de confirmare a comenzi.

7.3. Formule privind redactarea comenzi

7.3.1. Formule referitoare la cantitate și calitate

- *Referitor la calitate, vă rugăm să aveți grija de / să se potrivească / să fie conformă mostrei/ să corespundă așteptărilor noastre.*
- *Rugăm să ne livrați produse de primă calitate / în culori asortate / trimiteți mostre la prețuri medii, întrucât pe piața noastră nu au căutare produse mai scumpe.*

- Precizăm că este esențial ca materialul și execuția să fie de primă calitate / utilajele să fie în conformitate cu specificația.
- Conținutul de alcool / ulei/ apă să nu fie sub 12%: comanda noastră este remisă cu această condiție.
- Dacă ne satisface calitatea, vă vom remite noi comenzi în viitorul apropiat.
- Cantitatea minimă solicitată este de..., dar am fi dispuși să acceptăm până la un maximum de..., dacă este de calitate superioară.
- Lungimea totală a țevilor să nu depășească 10 m, iar greutatea totală a unei legături să nu fie mai mare de 1 tonă.
- Calitatea materialului trebuie să corespundă mostrelor prezentate.
- Am dori să vă amintim că este o condiție expresă a contractului nostru ca marfa să corespundă întocmai eșantionului/mostrei.
- Vă rugăm să ne livrați faianța în culorile verde-deschis, nr..., catalog „...”; galben, nr..., catalog „...”.
- Insistăm să se efectueze un control de calitate al fiecarui articol în parte; sortimentul trebuie să aibă întocmai caracteristicile descrise în oferta dvs.
- Pentru a evita reclamațiile ulterioare, vă rugăm să respectați întocmai indicațiile noastre referitoare la calitate.
- Greutatea totală nu trebuie să depășească 100 kg; dimensiunile nu au voie să depășească...
- Trebuie să existe garanții că instalațiile corespund cu exactitate descrierii noastre tehnice.

7.3.2. Formule referitoare la prețuri și reduceri

- Considerăm valabile prețurile menționate în lista dvs., confirmată în oferta dvs. din...
- Această comandă o remitem pe baza ultimei liste de prețuri.
- Conform înțelegерii, prețurile includ și ambalajul de transport.
- Vă rugăm să luați în considerare în calculul prețului pe articol un rabat de cantitate și un scont pentru plata în numerar la recepție.

- Comandăm... la prețul de ... pe unitate / bucată /m²/kg etc.
- Comandăm cu livrare imediată: 250 buc. Nr. catalog 110, la preț de 150 lei; 500 buc. Nr. catalog. 112, la preț pe bucată de 170 lei.
- Comandăm pe baza ofertei dvs. din... 20 de calculatoare, model... la prețul de... pe bucată, inclusiv ambalajul, franco-cale ferată, conform condițiilor din prospectul dvs.
- Considerăm stabilit de comun acord că pentru comenzi care depășesc, de obicei, 100 000 lei, nu se calculează ambalajul și transportul, care sunt incluse în preț.
- Considerăm prețul convenabil, dar am dori să știm dacă ați putea acorda un rabat de 2% pentru o cantitate de peste...
- Dacă prețurile și condițiile sunt convenabile, această comandă de probă va fi urmată de comenzi considerabile.
- Având în vedere comanda mare pe care o facem, sperăm că ne-ați putea acorda o reducere față de prețul din catalog.
- V-am putea remite o comandă mai mare, dacă veți găsi o posibilitate de a reduce prețul dvs. la un nivel comparabil cu piata mondială.

7.3.3. Formule referitoare la termenul de livrare

- Vă rugăm să ne trimiteți cât de curând posibil, nu mai târziu de data de ..., câte un exemplar din următoarele:...
- V-am ruga să luați măsuri ca livrarea să aibă loc imediat.
- V-am fi recunoscători pentru expedierea imediată a comenzii, fiindcă stocurile noastre sunt pe terminate.
- Vă rugăm să considerați această comandă ca deosebit de urgentă.
- Deoarece clienții noștri așteaptă o livrare imediată, v-am fi recunoscători, dacă ați face tot posibilul să urgențați afacerea.
- Așteptăm primirea mărfuii în decurs de 21 de zile, aşa cum ați indicat în scrierea dvs.
- Așteptăm primul lot de marfă până la 2 aprilie cel târziu/ până la sfârșitul lunii/ aproximativ până la mijlocul lunii următoare.

- *Dacă ne puteți livra o parte din comandă, vă rugăm să o faceți imediat. Nu blocați, vă rugăm, întreaga comandă doar în vederea expedierii complete.*
- *S-a convenit ca lucrările să nu înceapă mai târziu de ... și să se încheie până la sfârșitul lunii/ în decurs de 2 săptămâni.*
- *Ne rezervăm dreptul de a storna comanda în cazul în care data livrării nu se respectă.*
- *Deoarece data vânzărilor de sfârșit de sezon estival este stabilită, avem nevoie de asigurarea dvs. fermă că mărfurile se livrează până la ...*
- *Vă remitem această comandă cu condiția ca dvs. să livrați marfa înainte de.... De aceea ne rezervăm dreptul de a rezilia comanda și/sau a returna livrarea pe cheltuiala și riscul dvs. în orice moment după data menționată.*
- *Contăm pe o livrare în decurs de ... zile/luni.*
- *Livrarea mărfurilor comandate trebuie să aibă loc cel târziu la data de ...*
- *Contăm pe o livrare promptă.*
- *Vă rugăm să ne comunicați data cea mai apropiată la care ne puteți livra marfa/ dacă ne puteți livra prima parte a comenzii săptămâna viitoare, cu transportul aerian, având în vedere urgența comenzii noastre.*
- *Vă rugăm să ne expediați mărfurile imediat / imediat ce puteți / la primirea acestei comenzi / în 10 zile de la primirea comenzii noastre.*
- *Rugăm să faceți tot posibilul de a urgența prima tranșă.*
- *Vă rugăm să dați comanda în lucru pentru a fi livrată marfa imediat.*
- *Insistăm ca lucrarea să se efectueze în conformitate cu oferta dvs.*

7.3.4. Formule referitoare la mărfuri și servicii alternative

- *Dacă mostra / modelul nr. nu este disponibilă, vă rugăm să ne livrați în loc...*
- *Întrucât înțelegem că acest tip de produse vă lipsește momentan, vă rugăm să ne trimiteți un produs similar pe care îl aveți în stoc/ să ne livrați ce aveți mai asemănător cu moстра anexată.*

- *Dacă nu dispuneți de..., vă rugăm să ne furnizați din stoc articolul cel mai apropiat de eșantionul nostru.*

7.3.5. Formule referitoare la ambalaj și marcăre

- *Vă rugăm să expediați marfa în ambalaj corespunzător, așa încât eventualele deteriorări în timpul transportului sau la încărcare și descărcare să fie reduse la minimum.*
- *Vă rugăm să expediați marfa în lăzi căptușite cu material impermeabil.*
- *Lăzile trebuie să aibă o căptușeală impermeabilă /etanșă/ neinflamabilă.*
- *Fiecare cutie de carton trebuie să fie închisă corespunzător.*
- *Fiecare ladă trebuie bătută în cuie, întărită și asigurată cu o bandă metalică de jur-împrejur.*
- *Lăzile/Cutiile de carton trebuie tapetate cu material sintetic spongios.*
- *Vă rugăm să ambalați fiecare obiect separat în hârtie de pergamant/ hârtie satinată/ hârtie cerată/ pungă de plastic.*
- *Fiecare cutie de carton trebuie să aibă dimensiuni până la 120 cm x 60 cm x 50 cm.*
- *Trebuie să insistăm asupra anumitor condiții de ambalare, atât în propriul nostru interes, cât și pentru a îndeplini cerințele autorităților noastre vamale.*
- *Vă rugăm să respectați cu exactitate indicațiile de ambalare.*
- *Deoarece controlul vamal în ... este efectuat temeinic, cutiile/ lăzile trebuie să fie astfel, încât să poată fi ușor reînchise după deschidere.*
- *Lăzile trebuie marcate: „...” și numerotate succesiv de la 1 până la ..., iar cuvântul „casabil” trebuie să fie aplicat cu majuscule pe toate fețele containerului.*
- *În anexă veți găsi indicații exakte referitoare la ambalaj și marcaj.*

7.3.6. Formule referitoare la modalitățile de plată

- *Cecul nostru pentru întreaga sumă a comenzi plus porto se află în anexă.*
- *Vă rugăm să ne comunicați când începeți livrarea și vom dispune transferul conform înțelegерii noastre anterioare.*

- *Plata se va efectua prin transfer bancar la primirea mărfurilor / la primirea facturii.*
- *Plata: 30 de zile neto.*
- *Condițiile de plată au fost stabilite după cum urmează: 1/3 din preț la confirmarea comenzi, 1/3 la începerea procesului de producție, 1/3 - la livrare.*
- *Plata se efectuează în decurs de 30 de zile de la primirea și verificarea livrării cu un scont de 3%.*
- *Vom dispune deschiderea unui acreditiv irevocabil în favoarea dvs.*
- *Am rugat Banca ... din... să deschidă un acredativ în valoare de... în favoarea dvs. valabil până la data de ...*
- *Aceste acreditive sunt valabile până la... și vă vor fi confirmate de către Banca...*
- *Acredativul va fi confirmat de Banca... din... care va accepta trata dvs. la vedere în termen de 60 de zile, la valoarea/ suma din factură.*
- *Acredativul deschis acoperă valoarea facturii și toate celelalte taxe.*
- *Înaintea acceptării tratei dvs. care cuprinde taxele până la..., Banca... vă va solicita următoarele documente: un set complet de conosamente curate (2 exemplare), factura comercială (3 exemplare), polița de asigurare în valoare de..., certificatul de origine și factura consulară.*

7.3.7. Formule privind modalitatea de expediere a mărfii

- *Vă rugăm să expediați marfa prin coletăria de mică viteză/ prin coletăria de mare viteză/ pe cale ferată/ cu nava următoare/ expres par avion/ cu camionul.*
- *Vă rugăm să expediați marfa direct la depozitul nostru din... / la adresa sus-numită.*
- *Așteptăm livrarea în decurs de trei zile cu camioanele dvs. frigorifice.*
- *Vă rugăm să dispuneți expedierea mărfii cu camionul la... în vederea îmbarcării pe..., care va părăsi portul în direcția ... la data de...*
- *Marfa trebuie expediată de îndată cu un vapor al liniei maritime.*

- *Vă rugăm să trimiteți marfa prin firma noastră de expediție și transport.*
- *Vă rugăm să luați legătura cu firma noastră de expediție de îndată ce îi puteți preda marfa.*
- *Firma autorizată de noi va efectua transportul lotului de marfă, va prelua coletele/lăzile/ conteinerele pe data de ... de la depozitul dvs.*

7.3.8. Formule de încheiere

- *Vă rugăm să confirmați această comandă și să ne asigurați că marfa se va livra în condițiile stabilită.*
- *Sperăm că veți fi de acord cu condițiile expuse și așteptăm răspunsul prin telex / fax.*
- *Executarea atență a comenzii este premisa unor comenzi viitoare mai mari.*
- *Vă rugăm să confirmați primirea comenzii noastre și să-i acordați cea mai mare atenție.*
- *Ahem certitudinea/ suntem convinși că veți executa această comandă spre deplină noastră satisfacție.*
- *Vă vom fi îndatorați / obligați dacă veți acorda atenția cuvenită comenzii noastre.*

7.3.9. Formule privind anularea comenzii

- *Vă rugăm să anulați comanda nr. ... din data de..., pentru... și să ne trimiteți în schimb...*
- *Afacerile merg prost, de aceea suntem nevoiți să anulăm/ să suspendăm comanda noastră nr. ...*
- *Criza manifestată pe piață noastră în ultimul timp ne obligă să anulăm ultima tranșă a comenzii noastre.*
- *Întrucât poziția noastră pe piață a slăbit în ultimele luni, ne vedem siliți să reducem comanda noastră nr. ...*
- *Deoarece nu ați respectat termenul de livrare specificat în contract, ne vedem obligați să anulăm comanda.*
- *Atașăm / anexăm comanda nr. ..., dar vă rugăm să anulați / suspendați orice articol pe care nu-l puteți furniza din stoc până la 31 august.*



Modele de scrisori de comandă

Ref.: ***Copiatoare și mașini de calcul***

Stimate domnule...,

Vă mulțumim pentru oferta Dvs. din... și comandăm pe baza catalogului primit:

Poziția nr. 300 – 5 copiatoare la prețul ... pe unitate, preț total ... lei.

Poziția nr. 110 – 2 mașini de calcul preț... pe unitate, preț total...

Prețul se înțelege franco-frontieră ..., inclusiv ambalajul, exclusiv asigurarea.

Dorim să ne livrați mașinile sus-numite în termen de 30 de zile de la deschiderea acreditivului irevocabil confirmat.

Asigurarea transportului se va realiza de către noi și acoperă riscurile de la firma dvs. până la firma noastră.

Expedierea mărfii se face conform indicațiilor noastre prin firma noastră de expediere din Chișinău.

Mașinile/aparatele vor fi ambalate în lăzi destinate transportului rutier. Marcarea va cuprinde: numele destinatarului, numărul comenzii, numărul curent al lăzii, localitatea de destinație, greutatea netă și brută. După cum am stabilit de comun acord, garanția va fi 12 luni de la darea în folosință.

Vă rugăm să ne confirmați comanda.

Cu stimă,

Ref.: ***Textile***

Stimate domnule...,

Am primit în termen scurt oferta Dvs. de textile împreună cu cartea de mostre și listele de prețuri.

Deși apreciem calitatea tuturor mostrelor Dvs., considerăm că prețurile la eșantioanele nr. 235 și 236 sunt cam ridicate pentru piața noastră. Trebuie, totodată, să subliniem că alte firme au pus pe piață materiale similare foarte bune la prețuri între 7% și 10% mai mici decât ale Dvs.

Întrucât avem în vedere o comandă de aproximativ 5000 m² din fiecare mostră, am dori să stim dacă ne-ați putea oferi un preț ceva mai mic, cel puțin pentru cele două eșantioane indicate mai sus, ceea ce impune un preț foarte convenabil.

Sperăm că veți veni în întâmpinarea dorințelor noastre și așteptăm cu interes răspunsul dumneavoastră prompt.

Cu stimă,

Ref.: *Vopsea*

Domnule...,

Vă mulțumim pentru scrisoarea Dvs. din 11.09.2002 în care ne oferiți vopsea.

Întrucât marfa este cerută urgent, ne-am bucura dacă ne veți trimite imediat, până la 1 noiembrie 2002, 5000 cutii de vopsea albă, art. 213, și 6000 cutii de vopsea albastră, art. 215.

Suntem obligați să insistăm ca livrarea să fie făcută la termenul stabilit și ne rezervăm dreptul de a refuza marfa, dacă aceasta va fi livrată mai târziu.

Vă rugăm să aranjați livrarea cu tren-marfă.

Am fi bucuroși, dacă ați confirma cât mai curând posibil acceptarea comenzi noastre.

Manager,

Ref.: *Încălțăminte*

Stimate domnule...,

Confirmăm primirea scrisorii Dumneavoastră nr. 19 din 10.10.2002 și vă comunicăm cu plăcere că suntem de acord cu prețurile stabilite de Dumneavoastră.

Vă rugăm să binevoiți a ne expedia mărfurile specificate în alăturata notă de comandă, al căror cost, majorat cu cheltuielile de transport, îl vom achita la cererea Dumneavoastră.

Sperând la o colaborare și mai strânsă în viitor, vă rugăm să primiți sincerele noastre salutări.

La prezenta anexăm nota de comandă,

Cu deosebită considerație...,

Domnule...,

Avem placerea să vă trimitem alăturat comanda noastră nr. 201 pe care trebuie să ne-o execuți conform contractului nr. 105 din 14.09.2002, care prevede livrarea mărfurilor la sfârșitul fiecărui trimestru.

Am fi bucuroși, dacă ați avea grijă ca instrucțiunile de ambalare, arătate în contract, să fie respectate. Deoarece marfa va avea de parcurs o distanță mare, vă rugăm să fie folosite cele mai bune lăzi.

Avem convingerea că ne veți trimite marfă de cea mai bună calitate.

Confirmați-ne, vă rugăm, data livrării.

Director.



Glosar tematic

Casa, casez – 1. A anula (în întregime sau parțial) o hotărâre judecătoarească în urma admiterii recursului. 2. A efectua totalitatea

operațiilor privind scoaterea definitivă din folosință și din inventar a unui mijloc fix a cărui folosire, reparare sau modernizare nu mai sunt economice; a lichida. – Din fr. *casser*.

charter, -e – Tip de contract de transport naval sau aerian deosebit de cursele regulate, organizat în funcție de necesități. 2. Avion sau navă care circulă conform unui charter. (Pr. ceartă) – Din engl. *charter*.

cerat, -ă, *cerăți*, -te – (Despre materiale) Care este impregnat, acoperit cu un strat de ceară. *Hârtie cerată* – hârtie impregnată cu substanțe care o fac impermeabilă. *Tăblițe cerate* – tăblițe de lemn acoperite cu ceară, pe care vechii romani își făceau însemnări, socoteli. – Ceară + suf. -at (Din fr. *cire*).

demara, *demarez* – (Despre autovehicule, motoare etc.) A se pune în mișcare, a porni. Fig. (aici). A-și lua avânt, a porni în viteză (într-o cursă). Din fr. *démarrer*.

etanșa(a), *etanșez* – A face operațiile necesare pentru a obține etanșeitatea unui aparat, a unui recipient etc. (Aici) căptușeală etanșă – care nu permite să pătrundă sau să iasă o substanță. – Din fr. *étançer*.

irevocabil, -ă – Care nu se poate revoca sau schimba, asupra căruia nu se poate reveni: hotărât, definitiv, nerevocabil. – Din fr. *irrévocable*, lat. *irrevocabilis*.

porto¹(s.n.) – (Aici) Taxă care se plătește pentru expedierea prin poștă a unei scrisori, a unui pachet, a unei sume de bani etc. – Din it. *porto*.

porto² – Vin roșu, negru sau alb, tare și dulce, originar din Portugalia. Din fr. *porto*.

remite, *remit* – 1. A preda, a înmâna, a da. 2. A renunța la o sumă de bani datorată unui debitor, a face să se stingă o datorie. 3. (Rar) A amâna. Din lat. *remittere* (cu sensuri după fr. *remettre*).

rezilia, *reziliez* – A desface, a anula un contract, o convenție. Din fr. *résilier*.

spongios, -oasă – Care este poros ca un burete; care are proprietatea de a absorbi lichidele. – Din fr. *spongieux*, lat. *spongiosus*.

storna, *stornez* – A rectifica o înregistrare contabilă greșit făcută în cartea sau în jurnalul de contabilitate al unei întreprinderi, prin

adăugarea sau scăderea unei sume echivalente cu cea greșită. – Din it. *stornare*.

tastă, taste – Clapă. – Din germ. *Taster*.

taster, tastere – Dispozitiv mecanic al mașinii de cules monotip, prevăzut cu o claviatură și utilizat la înregistrarea textului, pe o bandă de hârtie prin perforații diferite combinate. – Din germ. *Taster*.

trată, trate – Cambie care, în virtutea unei clauze speciale, se cedează spre încasare altei persoane decât creditorul; poliță. Din it. *tratta*.

? Probleme supuse discuției

1. Care sunt deosebirile dintre o scrisoare de comandă și o cerere de ofertă?
2. În ce situații o cerere de ofertă poate înlocui o scrisoare de comandă?
3. Motivați avantajul comenzielor imprimante (tipizate) față de cele întocmite liber.
4. Cum se face o comandă prin telefon, telex sau fax?
5. Ce fel de comandă este similară cu încheierea unui contract? Motivați-vă răspunsul.
6. Care este obiectivul comenzi de probă?
7. În urma căror comenzi furnizorul este obligat să expedieze solicitantului, în cel mai scurt timp, confirmarea de acceptare integrală?



Exerciții și situații de caz

1. Găsiți termenii echivalenți sau echivalentele îmbinărilor de cuvinte:
 - a trece o sumă dintr-un cont în altul;
 - a efectua un scont;
 - a trage poliță asupra cuiva;
 - a furniza referințe;

a trimite cât mai curând posibil;
a aranja livrarea;
a lua act de instrucțiuni;
a face o comandă;
a trimite marfa;
a înmâna suma;
a credita contul;
a factura suma;
a lua notă de faptul;
a acorda o reducere;
a nu avea marfa (produsul);
stare de decădere a produsului;
a scoate în vânzare pe piață;
a opri vânzarea.

2. Găsiți sinonimele termenilor și introduceți-le în context:

Model: *a cumpără* – *a procura*, *a achiziționa*. Am dori să procurăm acest model. Am achiziționat marfa în baza contractului nr. ... din...

A furniza, avans, cambie, falit, vânzare, a pune prețul, afacere veroasă, convingător.

3. Redactați o comandă folosind formulele de mai jos, care sunt aranjate în dezordinea corespunzătoare. În locul punctelor, specificați marfa solicitată:

- *Am înțeles că puteți livra aceste ... din stoc.*
- *Comunicați-ne, vă rugăm, care este data, cea mai apropiată, de livrare a acestui produs.*
- *Așteptăm să le primim foarte curând.*
- *Vă rugăm să primiți comanda noastră pentru următoarele:*
 1. ...
 2. ... (*să se indice marfa,*
 3. ... *cantitatea, volumul, prețul)*

4. Întocmiți o comandă fermă ca răspuns la o ofertă de mese de bucătărie în număr de 200, a căte 288 lei; scaune de bucătărie în număr de 360, a căte 115 lei.

5. Redactați o comandă fermă care să vizeze livrarea din stoc de *mătase artificială* (cu solicitări de rabat).

6. Redactați o comandă fermă ca răspuns la scrisoarea de mai jos:

Stimate domnule...,

Cu multă plăcere, Vă oferim serviciile noastre, ca răspuns la scrisoarea nr. 52 din..., privind redecorarea sediului Dumneavoastră.

Echipa noastră de zugravi și decoratori lucrează în liniște și fără să deranjeze, aşa că Dumneavoastră și personalul abia îi veți observa. Nici nota noastră de plată nu vă va deranja prea mult.

În prezent, disponem de o gamă largă de vopsele, teracotă și faianță, pe care le veți putea alege din catalogul anexat la prezenta.

Alăturat, vă trimitem devizul pe care l-ați solicitat.

Dacă suprafața de decorare va depăși 200 m^2 , vă putem oferi un rabat de 5%.

Așteptăm comanda Dumneavoastră.

Director,

7. Întocmiți o comandă obișnuită în care să se precizeze: *condițiile de livrare; modificarea volumului de produse de la sfârșitul lunii (semestrului), ținându-se cont de contract.*

8. Formulați câteva variante de introducere a unei comenzi conform situațiilor:

- *ați primit vizita unui reprezentant;*
- *ați primit un catalog;*
- *ați văzut un material publicitar în ziar sau la televizor.*

9. Întocmiți o comandă anticipată de o livrare de probă în situația: *articolele corespund cerințelor clientului.*

10. Redactați o comandă în care veți descrie adekvat produsul sau veți indica un număr de referință din catalog/ pliant, specificând *culoarea, mărimea, volumul/numărul articolelor comandate.*

11. Redactați câte o comandă pentru fiecare scenariu:

- a) Un comerciant comandă huse de saltea, cu livrare parțială în colete expres;
- b) Cu ocazia unei comenzi importante, un client precizează din nou modalitățile de transport și de plată;
- c) O comandă de mașini automate de ambalat este însorită de cererea clientului care dorește o extindere a garanției.



CAPITOLUL VIII

RECLAMAȚII

O modalitate de soluționare a neînțelegerilor dintre parteneri, apărute din cauza nerrespectării obligațiilor asumate prin contracte economice sau comenzi, este reclamația.

Acest tip de scrisoare, prin care se comunică deficiențe sau lipsuri în ce privește îndeplinirea obligațiilor de către partenerul de afaceri, are drept scop să se ajungă la o soluție acceptabilă pentru ambii corespondenți.

Întocmirea unei reclamații cu adevărat eficiente cere timp și gândire. Conținutul scrisorii trebuie redactat riguros, punându-se accentul pe tonul politicos și conciliant și, în același timp, nelipsit de fermitate. Scrisoarea nu se scrie la întâmplare, cu generalizări vagi. Ea trebuie să desemneze fapte concrete, care să convingă interlocutorul să acopere, într-un fel sau altul, prejudiciile aduse. De asemenea, reclamația nu trebuie trimisă imediat după ce a fost scrisă, pentru că oglindește, probabil, mult prea relevant emoția și nemulțumirea. Ea urmează să fie recitată cu obiectivitate, corectându-se, totodată, greșelile (inclusiv cele gramaticale).

Construcția acestui tip de scrisoare este riguroasă. Ea cuprinde următoarele elemente:

- referirea la numărul comenzi, termen/dată;
- obiectul ori natura reclamației (motivele);
- baza legală a afacerilor (oferta, contractul, comanda etc.)
- documentele care legalizează reclamația (actul, procesul-verbal de constatare, documentul de transport, factura etc., invocate în susținerea celor reclamate);
- elucidarea cauzelor care au pricinuit paguba;
- dovezile de constatare;
- solicitarea și propunerile privind modul de soluționare a problemei în cauză (rezilierea contractului; acceptarea lotului de marfă contra unei reduceri de preț; solicitarea înlocuirii lotului de marfă; solicitarea unei despăgubiri etc.)
- valoarea prejudiciilor suferite;

- modul de plată a despăgubirii;
- termenele maximale de acoperire a pagubelor.

8.1. Reclamații din partea clientului

După natura emitentului, reclamațiile pot surveni atât de la client, cât și de la furnizor.

Obiectele reclamațiilor din partea clientului sunt diferite. Ele se referă, de regulă, la:

- întârzieri în livrare;
- pagube și pierderi ce intervin în timpul transportului, din cauza unei manipulări necorespunzătoare a mărfui la încărcare, descărcare, transbordare sau la depozitare;
- mărfuri necorespunzătoare mostrei/ eșantionului / analizei;
- livrarea altor mărfuri în locul celor solicitate;
- calitate necorespunzătoare;
- ambalaj necorespunzător;
- cantitate, greutate, număr lipsă;
- efectuarea defectuoasă a unor prestări de servicii;
- erori privind prețul, factura și alte documente necorespunzătoare etc.

Dacă clientul estimează că intervalul dintre momentul lansării comenzii și data livrării mărfui este prea mare, unul din mijloacele de care dispune pentru a face presiuni asupra furnizorului este să-l prevină că își retrage comanda.

Când mărfurile nu corespund solicitărilor, se cere, în cele mai dese cazuri, despăgubirea prejudiciilor prin reduceri de prețuri (în unele situații, produsele sunt returnate furnizorului pe cheltuiala acestuia).

În continuare, vom insera formule posibile privind conținutul diferitelor reclamații din partea clientului:

8.1.1. Formule introductive referitoare la întârzieri în livrare

- În comanda noastră nr.../ din data de ... am menționat, în mod expres, că marfa trebuie să sosească, cel târziu, până la...
- În scrisoarea noastră din... am comandat ... și v-am rugat să livrați marfa imediat.

- *Din păcate, mai așteptăm și acum lotul de marfă comandat la data de...*
- *La data de ... am comandat, spre livrare, până la ...*
- *La comanda noastră din..., reprezentantul dvs., domnul..., ne-a promis ferm că marfa va sosi aici pe data de ... Între timp, au trecut... zile/săptămâni, fără să fi primit marfa și nici vreo știre din partea dvs.*
- *Livrarea convenită ferm pentru data de... este scadentă de două săptămâni.*
- *Referindu-ne la comanda noastră din.../confirmarea Dvs. a comenzii noastre, datată..., am dori să vă informăm că încă nu am primit avizul Dvs. de expediere/ suntem încă în așteptarea avizării Dvs. referitoare la livrare / încă nu avem o veste în legătură cu comanda pentru...*
- *Regretăm să vă informăm că marfa comandată la dvs. nu a sosit încă / nu a ajuns încă la noi / este mult întârziată.*
- *Suntem surprinși că marfa comandată la dvs. nu a fost încă livrată.*
- *Am făcut comanda în baza înțelegerii că vom primi marfa până la... / cu condiția ca dvs. să efectuați livrarea în decurs de... săptămâni / luni.*
- *Când am făcut comanda, am stabilit, în mod special, efectuarea livrării în decurs de... săptămâni/ am subliniat că livrarea promptă a mărfuii este absolut necesară / ne-am bizuit pe executarea de către dvs. a livrării la timp.*
- *În contract s-a stabilit executarea livrării în decurs de ... săptămâni.*
- *În confirmarea dvs. a comenzii noastre ați precizat că marfa va fi expediată la timp, pentru a sosi aici în decurs de... săptămâni/ până la sfârșitul lunii.*
- *S-a convenit că livrarea va fi efectuată în decurs de ... săptămâni /luni.*

8.1.2. Formule referitoare la prejudiciile pricinuite de întârzierea în livrare

- *Nu avem în stoc aceste articole și pierdem afaceri comerciale din acest motiv / clienții noștri se îndreaptă spre*

alți furnizori/ clientul nostru va intenta acțiune în judecată pentru imposibilitatea de a livra.

- *Ne lipsesc din stoc anumite articole și orice întârziere ne va pricinui pierderi în afaceri / ne-au fost pricinuite serioase neplăceri din cauza întârzierii în livrare.*
- *Întârzierea dvs. în livrarea mărfii, conform comenzi..., ne pune într-o situație dificilă / ne pricinuiește mari neplăceri / este foarte neplăcută pentru noi.*

8.1.3. Formule referitoare la calitatea inferioară

- *Mărfurile nu sunt satisfăcătoare/ Nu suntem satisfăcuți de marfă.*
- *Am dorit să vă informăm asupra calității mărfii care este net inferioară oricărei alteia furnizată anterior / lasă mult de dorit / este departe de a fi satisfăcătoare / nu se ridică la nivelul așteptărilor noastre / este foarte slabă în raport cu prețul.*
- *Trebuie să vă aducem la cunoștință că mărfurile furnizate de dvs., conform contractului nr..., au defecțiuni de funcționare/ o proiectare defectuoasă / defecțiuni de execuție și anume:*
 - ...*
- *Am primit reclamații serioase de la clienții noștri referitoare la echipamentele furnizate de dvs. conform contractului nr.*
 - ...*
- *Trebuie să vă aducem la cunoștință că nu putem să acceptăm mașina livrată, căci ea nu este de dimensiunea și calitatea comandată de noi.*
- *La verificare, am descoperit că finisarea nu este de bună calitate.*
- *Vă scriem referitor la comanda noastră nr., pe care am primit-o ieri, pentru a vă spune că ați tratat cu puțină grijă prima noastră comandă/ această comandă de probă nu ne-a satisfăcut / nu v-ați ținut promisiunea / rezultatul verificării ne-a servit drept confirmare pentru declarația noastră anterioară.*

8.1.4. Mărfuri necorespunzătoare mostrei

- Mărfurile pe care le-am primit nu corespund cu mostra prezentată pe baza căreia am făcut comanda / pe care am avut-o la dispoziție când s-a încheiat contractul, fiindcă...
- Majoritatea mărfurilor livrate / descărcate de pe vas nu sunt la nivelul mostrei / nu corespund cu mostra pe baza căreia a fost făcută comanda.
- Ați furnizat mărfuri inferioare calității convenite / standardelor la care ne așteptăm conform mostrelor.
- Laboratorul nostru de specialitate ne informează că, în ceea ce privește conținutul, acesta nu corespunde procentajului / proporției convenite.
- Am făcut o analiză și am găsit cantitatea de apă din material prea ridicată.
- După cum indică rezultatele / puteți vedea din certificatul de analiză anexat / marfa trimisă nu îndeplinește condițiile de calitate convenite.
- Trebuie să vă comunicăm că ultimul Dvs. lot de marfă nu corespunde standardului obișnuit.

8.1.5. Livrarea altor mărfuri decât cele solicitate

- Remarcăm faptul că ne-ați trimis altă marfă și anume: ...
- În mod clar s-a făcut o greșală și marfa a fost livrată incorrect.
- Coletul nr... conține câteva articole pe care nu le-am comandat.
- În loc de mărimea nr.12 comandată de noi, ne-ați trimis mărimea nr. 22.
- Se pare că am primit marfa destinată altui client al Dvs.
- Regretăm că trebuie să atragem atenția asupra unei livrări greșite / asupra unor mărfuri primite din greșală.

8.1.6. Formule privind cantitatea produsului

- Ați livrat acest transport cu o lipsă de...
- Se pare că există o lipsă de greutate.
- Trebuie să vă atragem atenția asupra faptului că s-a constatat o lipsă de ..., când mărfurile au fost descărcate.
- Din acest transport lipsesc ... lăzi.

- *Vă informăm că transportul primit conține doar... lăzi.*
- *Transportul conține doar ... lăzi, în timp ce în conosament figurează ... lăzi.*
- *Unele baloturi sunt mai ușoare/ au lipsă la greutate.*
- *Constatăm că ... baloturi prezintă o greutate descărcată de..., față de o greutate încărcată de..., indicând astfel o pierdere de ...*
- *Au fost facturate ... mașini, deși au fost livrate doar jumătate.*
- *La verificarea mărfii primite, am constatat că unele articole de pe factura dvs. nu au fost incluse; anexăm o listă a articolelor care lipsesc.*
- *Există o inadvertență între lista de colisaj a lăzii nr. ... și factura dvs.; pe factură sunt înregistrate în mod corect ... duzini de servicii de cafea, dar în ladă se găsesc doar ... duzini.*
- *La primirea mărfii am constat că ... piese/ articole lipsesc/ lipseau din ladă.*
- *Trebuie să vă informăm că lada nr. ... conține doar... seturi de plastic, în loc de ..., înregistrate în lista de colisaj și factură. Lada nu prezintă semne de sustragere și am fi bucuroși, dacă ați vrea să verificați la secția dvs. de ambalare, înainte ca noi să facem o reclamație oficială.*
- *Vă informăm că la deschiderea vagonului / coletului, deși acesta nu prezintă urme de violare/ sigiliile erau intacte, am constatat următoarele lipsuri cantitative:...; în consecință, / am întocmit un „Proces-verbal comercial de constatare”, împreună cu organele căii ferate / am întocmit documentele de constatare.*
- *Din marfa livrată, conform contractului nr..., lipsesc următoarele: ... Vă rugăm să ne livrați cât mai urgent piesele lipsă.*
- *După descărcarea mărfii, am fost surprinși să constatăm că ați expediat acest transport cu o lipsă cantitativă de ... tone, față de cantitatea de conosament. Pentru aceasta, anexăm o copie a actului de verificare eliberat de organul oficial de control.*

- Trebuie să vă rugăm să ne trimiteți nota Dvs. de credit pentru valoarea mărfurilor expediate cu lipsă de... și anume...

8.1.7. Mărfuri livrate în plus

- Ne-ați trimis o cantitate dublă de...
- Ați depășit în mod considerabil comanda noastră cu...
- Lotul / Transportul de marfă livrat cu nava... depășește cu ... tone limita maximă admisă de uzanțele comerciale.
- Verificând factura, am constatat că ați facturat un excedent de ... tone. Vă rugăm să verificați dacă acest excedent a fost realmente expediat.
- În concordanță cu contractul întocmit / semnat încheiat cu firma Dvs..., s-a convenit doar toleranța de ...%, pentru cantitatea de ..., care urma să fie livrată.

8.1.8. Formule referitoare la mărfuri deteriorate

- Cu regret, vă informăm că una din lăzile din transportul Dvs. a sosit foarte deteriorată.
- Probabil că unii saci de polietilenă au plesnit fie ca urmare a acțiunii chimice a conținutului, fie pentru că polietilena nu e suficient de groasă. Ar fi necesar să se facă toate testările pentru a descoperi cauza ruperii sacilor.
- Banda de lipit pare să se fi uscat la unele lăzi, așa încât capacele au devenit mobile. V-am recomanda să vedeti dacă banda folosită a fost defectă în vreun fel.
- Una din piesele din lada nr. 17 s-a deplasat și s-a deformat în urma contactului cu celelalte piese. Credem că putem remedia deformarea, dar aceasta ar putea influența prețul de vânzare și, în acest caz, ne rezervăm dreptul de a apela la Dvs. pentru compenсаții.
- Cusăturile la sacii de iută nu par să fi fost destul de rezistente, ca urmare au cedat, permitând scurgerea conținutului.
- Un mare număr de lăzi au sosit avariate, capacele fiind sparte și conținutul strivit. S-ar părea că o încărcătura grea a căzut pe acestea.
- La despachetare, am găsit mai multe cești și farfurii sparte.

- *La despachetarea conteinerelor, întâmpinăm dificultăți, întrucât lăzile sunt prea joase.*
- *20 de lăzi cu lămâi ne-au parvenit avariate, marfa fiind parțial deteriorată de apa mării.*
- *Mărfurile primite erau îmbibate cu apă.*
- *Alimentele primite de la dvs. erau alterate...*
- *Transportul “carne de viață” a fost primit, dar carnea era alterată.*
- *Farfurile din transportul dvs. au marginile ciobite.*
- *Unele piese din mobilier au fost zgâriate.*
- *Unele pachete sunt parțial rupte.*
- *Transportul a fost în bună parte deteriorat.*

După semnalarea cauzei care determină reclamația, se obișnuiește să fie evidențiați factorii care, după părerea reclamantului, au determinat deficiențele sau avarierea mărfuii. Poate fi vorba de ambalarea necorespunzătoare, manipulare neglijentă sau alte omisiuni ale cărăușului, expeditorului etc. Vom prezenta unele formule folosite în acest sens, în cele ce urmează.

- *Acesta este un caz evident de avariere, pentru care cărăușii trebuie să fie făcuți răspunzători, căci avaria se datorează neglijenței încărcării/stivuirii/manipulării/necorespunzătoare.*
- *Ambalajul mărfurilor este inadecvat și nu e în concordanță cu situația locală.*
- *O cercetare a evidențiat că spargerea a avut loc în tranzit / la bordul vasului.*
- *Ambalarea în interiorul lăzii a fost prea lejeră, de aceea s-a deplasat întrucâtva conținutul și mai multe cesti și farfurii s-au spart. În lista alăturată veți găsi detalii referitoare la...*
- *Am cerut ca lada și conținutul să fie examineate de către inspectorul de asigurări și, după cum veți vedea din procesul-verbal anexat, el susține că deteriorarea se datorează unei ambalări nesatisfăcătoare și nu unei manipulări neglijente a lăzii.*
- *În opinia noastră, lăzile pentru export în care au sosit aceste aparate nu au fost suficient de solide pentru a rezista*

- a) manipulării neglijente și b) solicitărilor de strivuire determinate de marfa grea depozitată peste acestea.
- Avarierea s-a produs prin ambalarea defectuoasă și neadecvată. O mașină de asemenea mărime și greutate trebuie blocată în poziție în interiorul lăzii de transport. Dacă blocarea interioară se face în mod corespunzător, deplasarea va fi împiedicată.
- După părerea noastră, lăzile au fost, probabil, lăsate în ploaie.

8.1.9. Formule privind facturarea necorespunzătoare

- Verificând factura Dvs. nr..., am constatat că ne-ați încărcat la prețul/ ne-ați facturat cu ... mai mult / ați comis o greșală la calcularea valorii totale a articolului nr...
- Confirmăm primirea facturii Dvs. nr. ... din 10 ianuarie, privind lotul de marfă..., expediat cu nava /cu autocamionul / și vă semnalăm, totodată, că în valoarea ei ați cuprins și suma de..., pentru... cheltuieli, pe care, potrivit contractului nr..., urmează să le suportați Dvs.
- Suntem în posesia facturii Dvs. ..., din data de... Ne permitem să semnalăm că pe factură este tipărită stipulația plății în curs de 10 zile, deși am făcut comanda înțelegând că scadența e de 90 de zile.
- În factură sunt trecute condiții diferite față de cele convenite între noi. Dar la alte firme beneficiem de un rabat de 5%, nu de 3% pentru plăți lunare.
- Vă restituim factura Dvs. nr. ... din data de ..., pentru că / probabil că a fost trimisă din greșală / prețul nu este corect / trebuia emisă în trei exemplare / avem nevoie de o factură separată pentru fiecare comandă pe care o plasăm.
- Am primit conosamentul Dvs. pentru transportul de... și, cu regret, vă informăm că / documentul nu este valabil / ați prezentat un conosament expirat / mărfurile nu sunt descrise la fel ca în contract/ expedierea s-a făcut între alte porturi decât cele stipulate.
- Vă rugăm să rectificați factura conform calculului nostru alăturat și să ne creditați contul nostru cu suma de..., pe care ați încasat-o în plus/ să ne trimiteți în loc o factură

rectificată/ să efectuați rectificările corespunzătoare, ca să putem face plata.

- Dacă s-a produs o greșală, v-am ruga să corectați factura.*
- Ca urmare, v-am debitat un cont cu valoarea acestuia de ..., până la restituirea sumei menționate.*

8.1.10. Formule de încheiere privind sugerarea de soluții

a) Calitate necorespunzătoare; mărfuri nesolicitate

- Pentru noi, cea mai bună soluție ar fi să returnăm articolele nesolicitare, taxele poștale urmând să fie suportate de Dvs.*
- În cazul că vă interesează, vă trimitem anexat procesul-verbal nr... /actul de consultare întocmit de experți/buletinul de analiză/ devizul privind comenzi necesare, întocmit de o firmă specializată.*
- Deși calitatea acestor mărfuri nu este la nivelul standardelor noastre obișnuite, suntem pregătiți să le acceptăm, dacă vreți să reduceți prețul, să zicem, cu...*
- Întrucât defecțiunea a apărut în timpul termenului de garanție, mașina fiind livrată cu defecte, vă rugăm să luați de urgență măsurile necesare pentru ca defecțiunile să fie remediate la uzina noastră de către producători, care urmează să pună la dispoziție piesele de schimb pe cheltuiala Dvs. / subansamblul (agregatul) să fie înlocuit cu unul nou/ să se trimită specialiști cu scopul de a cerceta cauzele și, în funcție de concluzii, să facă sugestiile de remediere necesare.*
- Deoarece calitatea mărfuii primite este necorespunzătoare / sub nivelul nostru /, nu ne rămâne decât să v-o returnăm și să vă debităm cheltuielile de transport.*

b) Cantitate necorespunzătoare

- Am făcut cunoștință, dacă ați face cercetări în legătură cu lăzile lipsă.*
- Am putea să vă rugăm să cercetați cauzele și să ne comunicați modul în care propuneți înlăturarea prejudiciului.*

- *Cu privire la lipsurile cantitative constante, am informat și Reprezentanța/ Agenția Dvs. Comercială din... / și le-am remis copii/ un set complet / documentele de constatare.*
 - *Vă rugăm să livrați, cu următorul transport, o cantitate suplimentară, care să poată compensa lipsa cantitativă semnalată.*
 - *Am debitat suma datorată în contul Dvs. pentru mărfurile constatare lipsă și vă rugăm să ne livrați ...*
 - *Am scăzut din suma facturată de Dvs. valoarea articolelor lipsă, care se ridică la...*
- c) Mărfuri livrate în plus**
- *Nu putem reține surplusul de cantitate.*
 - *Regretăm că nu putem prelua acest excedent / întrucât nu dispunem de posibilități de depozitare / decât cu condiția de a ne acorda o bonificație / un rabat de ...%, date fiind problemele de desfacere și cheltuielile suplimentare de depozitare/, așa încât am fost obligați să o depozităm în portul..., în contul și la dispoziția Dvs.*
- d) Ambalare defectuoasă**
- *Vă rugăm să înlocuiți articolele deteriorate conform listei alăturate. Vă ținem la dispoziție articolele deteriorate până ce ne va vizita agentul Dvs.*
 - *Presupunem că veți cerceta problema la Dvs., căci ați efectuat asigurarea.*
 - *Vă rugăm să cercetați chestiunea imediat și să ne trimiteți nota de creditare/ înlocuiți pentru mărfurile deteriorate.*
- e) Întârzieri în livrare**
- Soluționarea problemei
 - *Trebuie să insistăm pentru livrarea imediată a mărfii/ să ne garantați necondiționat că marfa va fi livrată în decurs de două săptămâni / pentru executarea mai atentă a comenziilor noastre / pentru acordarea de atenție instrucțiunilor noastre.*

- Trebuie să cerem să dați de urma mărfuii, deoarece este urgent necesară / să dispuneți ca marfa să fie livrată imediat.
 - Fiți amabili să expediați marfa imediat / să efectuați livrarea cu primul transport disponibil.
 - Deoarece întârzierea în livrare a depășit..., veți fi nevoiți să ne plătiți despăgubiri stipulate și achitate conform Clauzei nr. ... din Contractul nr... / să faceți tot posibilul pentru a grăbi livrarea.
 - Vă rugăm să expediați marfa par avion / pe cheltuiala dvs.
- Avertismente
 - Regretăm, dar dacă nu livrați marfa în decurs de ..., vom fi nevoiți să reziliem comanda.
 - Dacă nu primim marfa săptămâna viitoare, vom fi obligați să o obținem din altă parte.
 - Dacă nu primim vești de la dvs. prin curierul de return, vom fi obligați să suspendăm acordul.
 - V-am avertizat că vom urmări respectarea de către dvs. a obligațiilor asumate prin contractul de livrare, iar dacă vom suferi pierderi, ca urmare a acestei întârzieri în livrare, vom intenționa acțiune în judecată.
 - Încheiere
 - Ne exprimăm profunda îngrijorare referitor la această întârziere și suntem convinși că veți acorda acestei probleme atenția imediată / veți soluționa problema fără întârziere / veți avea grijă ca un asemenea accident să nu se mai întâpte.
 - Așteptăm să aranjați o discutare a acestei reclamații / să îndepliniți comenziile cu mai multă atenție în viitor.
 - Nu este pentru întâia oară când a trebuit să reclamăm întârzierea în livrare, din aceste motive vă cerem să investigați problema imediat.
 - Vă rugăm să ne comunicați hotărârea Dvs. / să reglementați definitiv reclamația / să ne informați cum sunteți pregătiți să soluționați această problemă.

- *Vă rugăm să ne informați prin curierul de return / Ne-am bucura să aflăm când putem aștepta livrarea mărfuii, căci este urgent solicitată / care este proxima dată la care puteți livra / dacă ne puteți livra în...*

8.2. Reclamații din partea furnizorului (somații)

În relațiile cu clienții, un spațiu distinct îl ocupă somațiile purtate în scopul recuperării creanțelor: plăți restante, facturi neachitate, credite nerambursate. Aceasta este o procedură clară și sistematică de urmărire, avertizare și acțiune în instanță a datornicilor și poate fi utilă pentru diferențierea clienților în: a) *buni platnici*, b) *nu prea buni platnici* și c) *rău-platnici*.

Teoretic, plata ar trebui efectuată simultan cu sau imediat după prestarea serviciilor. Practic, acest lucru este imposibil, chiar și în cazul relațiilor comerciale curente cu partenerii care se cunosc de multă vreme. Pentru a evita crearea și circulația inutilă a unor documente (chitanțe, ordine de plată, cecuri etc.), partenerii ajung la soluția logică a unor reglări periodice de conturi (săptămânal, lunar). Aceste decontări periodice sunt considerate plăți cash, pentru că, deși se acumulează creanțe și riscuri, se renunță la dobânzi și alte genuri de bonificații.

O acumulare prea mare de creanțe neîncasate poate plasa întreprinderea într-o situație financiară precară, până la scoaterea ei din circuitul comercial. De aceea, compania / firma nu poate aștepta pasivă ca debitorii să-și onoreze obligațiile. Ea trebuie să intervină cu îndrăzneală și, totodată, cu diplomatie pentru atenționarea, somarea și, la nevoie, pedepsirea debitărilor, în sensul refacerii capacitatii de plată.

Atenționarea și somarea de plată a datornicilor poate fi făcută prin întâlniri directe, telefonic sau în scris. *Reclamația scrisă*, recomandată și însoțită de confirmare de primire, are avantajul de a putea servi drept act doveditor în justiție, dacă este cazul. Ea trebuie redactată cu tact, cu termeni suficient de politicoși și diplomatici, pentru a nu dăuna unor relații de afaceri importante. Totodată, conținutul trebuie să fie suficient de ferm și dur, pentru a fi perceptuit ca o amenințare serioasă rău-platniciilor.

Dacă o plată nu s-a efectuat, vânzătorul nu trebuie să o aștepte cât mai mult posibil, înainte de a reclama; acest interval de timp depinde de relațiile pe care le întreține cu interlocutorii, de punctualitatea lor obișnuită, de importanța sumei, de nevoia pe care o are furnizorul față de această sumă.

8.2.1. Prima somatie este redactată sub forma unei cereri politicoase, invocându-se un motiv serios care a împiedicat clientul să efectueze plata sau decontarea: „*poate nu a primit încă extrasul de cont și factura sau cecul trimis a fost pierdut.*”

La redactare se vor evita formulările la modul imperativ („trebuie să”) și se vor prefera cele la modul condițional-optativ („ar fi de dorit să”), Vor fi evitate pronumele posesive („*datoria dvs.*” sau „*soldul dvs. scadent*”), preferându-se pronumele demonstrative („*acest sold scadent*”).

În locul diatezei active și a formulărilor personalizate („*să lichidați soldul*”), pot fi folosite formulări impersonale, mai puțin prohibitive („*să fie lichidat soldul*”).

Astfel, prima reclamație ia mai curând forma unei scrisori de atenționare și aducere-aminte. În această scrisoare poate fi evitată precizarea imperativă a unei date calendaristice până la care clientul trebuie să efectueze concret plata datoriei.

Totuși, pentru a o putea folosi ca probă în justiție, prima reclamație este expediată ca și o scrisoare recomandată, cu confirmare de primire.

Formule folosite în prima scrisoare de atenționare

- *Ne referim la livrarea efectuată pe data de 20 mai și facturată cu nr., conform prevederilor articolului 14...*
- *Conform condițiilor de plată din contractul nr..., reiese că plata trebuie efectuată în 90 de zile de la data livrării, deci ați întârziat decontarea cu 20 de zile.*
- *Referitor la factura Dvs. nr. 1/5 în valoare de ... (vezi exemplarul anexat), care trebuie plătită acum patru săptămâni, încă nu am primit...*
- *Ne permitem să vă atragem atenția asupra facturii nr. 2050, în valoare de..., din 10 ianuarie 2002, care este încă neachitată/ care trebuie achitată până la data de ...*

- *Ne permitem să vă reamintim faptul că contul Dvs. indică un sold de ... în favoarea noastră, ca urmare a faptului că ați întârziat să efectuați majorarea / deschiderea acreditivului, conform protocolului din data de...*
- *Ne surprinde faptul că, deși a trecut o lună de la încheierea Contractului nr. ... din data de ..., nu ați deschis până în prezent creditul documentar convenit.*
- *Dorim să vă atragem atenția că, deși documentele nu au fost onorate la plată de către banca Dvs., ca urmare a semnalării unor discrepanțe formate față de condițiile acreditivului nr. ..., care totuși nu afectează interesele Dvs., vă revine obligația de plată imediată, conform contractului nr ...*
- *Probabil că ați omis / trecut cu vederea factura nr. ..., în valoare de ... (vezi copia), care a fost scadentă luna trecută.*
- *Am dori să vă amintim că încă nu am primit transferul bancar pentru marfa pe care v-am livrat-o acum șase săptămâni, pentru care v-am remis un extras pe data de ...*
- *Ne pare rău să vă comunicăm că încă nu am primit de la banca noastră înștiințarea de trecere în contul nostru a sumei pentru livrarea din ...*
- *Regretăm, dar trebuie să vă amintim că rata scadentă pentru instalația ... trebuia achitată de patru săptămâni. Din aceste motive, soldul de... trebuie achitat imediat.*
- *Pe data de... v-am trimis extrasul nostru de cont trimestrial. Deoarece nu am primit nici un aviz de plată, credem că nu v-a parvenit extrasul de cont și vă anexăm o copie.*

Formule folosite în mesajul scrisorii

- *Dacă vă confruntați cumva cu greutăți, vă rugăm să ne înștiințați, căci v-am putea ajuta cu ceva.*
- *Deoarece credem că nu ați primit / a scăpat atenției Dvs. scrisoarea noastră conținând factura nr....., vă trimitem anexat un exemplar al acesteia în valoare de ...*
- *V-am ruga să ne comunicați motivul pentru care nu s-a efectuat lichidarea soldului / să ne trimiteți cecul în vederea achitării integrale a contului.*

- Întrucât suma respectivă este scadentă de două luni, presupunem că a scăpat atenției Dvs. / ați trecu-o cu vederea / ați omis-o.
- V-am fi îndatorați, dacă ați putea dispune imediat achitarea / plată contului / dacă ați achita / lichida contul imediat.
- Până acum ați efectuat întotdeauna plățile la timp; din aceste motive, presupunem că, din greșeală, ați omis achitarea facturii.
- Deoarece până acum toate ratele lunare au fost achitate la timp, ne întrebăm dacă există vreun motiv special pentru întârzierea plății.
- Dacă există vreun motiv pentru refuzul efectuării plății, vă rugăm să ne comunicați acest lucru, pentru a putea clarifica/reglementa situația.
- Dacă aveți vreun dubiu în privința contului Dvs., vă rugăm să luați imediat legătura cu noi / comunicați-ne, vă rugăm, aceasta.
- Există vreo discrepanță între documentele dvs. și ale noastre? Dacă totuși extrasul de cont este corect, vă rugăm să ne remiteți acum cecul dvs., dacă nu este cumva deja trimis / vă rugăm să ne transmiteți imediat transferul bancar.
- Apreciem efectuarea plății parțiale. Regretăm însă că suma neachitată încă este considerabilă.
- Așteptăm o copie a facturii noastre și dorim să vă amintim că scadență este de 30 de zile.
- Ne vedem nevoiți să vă amintim că în oferta noastră am specificat că produsele cu prețuri reduse necesită achitarea imediată.
- După cum știți, condițiile contractului nostru nu permit prelungirea creditului cu mai mult de o lună.

8.2.2. A doua somație

Dacă prima reclamație rămâne fără răspuns, se redacteză a doua scrisoare, însă nu înainte ca solicitantul să fi sunat în legătură cu eventuala sistare a livrării următoare. Reclamația va face referire la suma restantă și la prima somație deja expediată. Însoțită de

copiile facturilor restante și de alte documente financiare, ea stipulează, în mod clar, un termen de plată a datoriei.

Tonul somației este mai presant și mai sec, dar nu lipsit de politete. Se lasă încă loc de amabilitate și se afișează disponibilitatea de a coopera. Conținutul scrisorii inserează încă o rază de speranță că este vorba de un accident sau de vreo eroare. Mai este încă timp pentru măsuri de forță și declarații ultimative.

Formule utilizate

- *Ne referim la recenta noastră scrisoare în care vă reamintim că ați întârziat mult cu plata datoriei dvs.*
- *Deoarece nu suntem niciodată siguri că scrisorile noastre au ajuns la destinatar, vă trimitem încă una în legătură cu datoria dvs.*
- *Dorim să vă reamintim că factura noastră nr. ... nu a fost achitată încă și vă solicităm să acordați neîntârziat atenție acestei chestiuni.*
- *Trebuie să vă atenționăm că, de când v-am reamintit de plata restantă, s-a mai adăugat ceva la suma datorată.*
- *Constatăm cu regret că prima somație, în care ne-am manifestat preocuparea cu privire la neplata unor facturi, a rămas fără răspuns satisfăcător din partea dumneavoastră*
- *Este greu de înțeles de ce scrisoarea noastră din... a rămas fără răspuns și nu ați achitat încă factura scadentă în valoare totală de...*
- *Dacă ne trimiteți în următoarea săptămână un cec pentru suma de ..., cu un plan privitor la achitarea în rate, suntem dispuși să vă facilităm condițiile.*
- *Vă amintim încă o dată că factura noastră este scadentă deja de trei luni și de aceea este important ca Dvs. să întreprindeți ceva imediat.*

8.2.3. A treia somație

A treia scrisoare, și ultima, poate să includă o încheiere de conturi imediată și să constituie o somație înainte de a acționa pe cale judiciară. Ea se scrie când primele cereri de lichidare au rămas fără efect. Somația are un ton ultimativ, dar nu amenințător. Se

deosebește de primele două prin faptul că este o prevenire explicită privind declanșarea unei acțiuni în justiție. În mod categoric, aceasta trebuie trimisă ca și o scrisoare recomandată, cu confirmare de primire, care, ulterior, va putea servi drept probă în justiție. În principiu, a treia somație conține următoarele elemente:

- recapitularea acțiunilor întreprinse în vederea recuperării creanței (primele două somații, soldul acumulat, termenele convenite și obligațiile neonorate de către debitor);
- amenințarea directă sau aluzivă cu declanșarea acțiunilor în instanță. (Formulările vor fi aluzive numai dacă nu s-a luat încă decizia fermă de acțiune în justiție.);
- termenul de plată ultimativ este precizat în mod obligatoriu.

Uneori însă este mai bine să fie suportate niște pierderi, dacă e vorba de o datorie neînsemnată, decât să se întreprindă o acțiune îndelungată în justiție, care va rămâne, adesea, inoperantă și costisitoare.

Formulări pentru ultima somație

- *Regretăm că, în ciuda mai multor scrisori de avertisment, contul dvs. a rămas neacoperit.*
- *Este greu de înțeles de ce ați ignorat cele două scrisori anterioare de avertizare / somații, referitoare la suma scadentă din luna... Acum ne vedem obligați să solicităm achitarea neîntârziată a facturii/ efectuarea imediată a plății.*
- *Regretăm că trebuie să vă comunicăm că, în cazul în care nu efectuați plata în curs de zece zile, vom fi nevoiți să trecem la măsuri juridice pentru obținerea sumei datorate.*
- *Ne vedem obligați să vă comunicăm că, în cazul în care nu sosește în curs de două săptămâni transferul sumei totale de ... lei, cum este specificat în extrasul nostru de cont, ne vom aviza avocații să intenteze acțiune juridică împotriva dvs.*
- *Dacă cecul dvs. nu sosește cu curierul return, nu avem altă soluție decât să înaintăm litigiul avocaților noștri.*

Dacă nici cea de-a treia somație nu provoacă reacția dorită de la debitor, problema se trece în custodia compartimentului juridic sau

se face apel la biroul de avocatură, care acordă asistență de specialitate. Se recurge la această soluție extremă, doar dacă nu există o altă ieșire. După cum am mai relevat, procesul poate dura timp îndelungat; recuperarea datoriei și a cheltuielilor de judecată se vor putea face mai târziu, parțial sau niciodată, iar relația de afaceri cu respectivul client va fi definitiv compromisă.

Avantajul constă în faptul că intentarea unui proces clientului poate servi ca și exemplu pentru a trage concluziile respective de către alți clienți „rău-platnici”.

În cazul clienților importanți, se mai poate apela la telefon și la întâlniri directe cu persoanele ce dețin funcții ierarhic superioare, într-un ultim efort informal de a salva relația de afaceri.



Modele de scrisori-reclamații din partea clientului

Ref.: ***Calitatea inferioară a transportului de anvelope***

Stimate domn,

Trebuie să vă aducem la cunoștință că ultimul transport de anvelope livrat de Dvs. nu este la nivelul standardelor obișnuite. Ne-am putut întotdeauna baza pe calitatea superioară a produselor Dvs. și suntem cu atât mai dezamăgiți de problema apărută, căci trebuie să livrăm urgent marfa unui nou client.

Veți găsi anexat un raport al experților noștri locali, care au verificat cu atenție produsele.

V-am fi recunoscători, dacă ați avea amabilitatea să ne expediați urgent un transport de înlocuire a celor 200 de anvelope care nu corespund standardelor specificate în contract.

Între timp, vom păstra marfa în depozitul nostru până la soluționarea problemei.

Anexat: Raport de expertiză.

Așteptăm să ne răspundeți cât mai curând.

Cu mult respect,

Ref.: **Livrare greșită**

Stimată Doamnă...,

Conform comenzi noastre nr. ..., am primit ieri de la Dumneavoastră un transport de 25 de scrinuri comandate din catalogul Dumneavoastră nr...

La despachetarea lor, am descoperit că fuseseră trimise 25 de scrinuri din lemn de arțar masiv, furniruite cu nuc, în loc de cele ușoare, lăcuite în alb, solicitate de noi.

Ne îndoim că vom putea găsi o piață pentru aceste produse de dimensiuni mari și mult mai scumpe, deoarece majoritatea clienților noștri locuiesc în apartamente mici. În plus, noi avem comenzi ferme pentru marfa comandată.

Așadar, suntem obligați să vă rugăm să angajați expedierea unui transport de înlocuire cât mai curând posibil și, în același timp, să trimiteți pe cineva pentru a ridica marfa greșit livrată, pe care o ținem în custodie.

Cu mult respect,

Ref.: **Cantitate subcontractuală din comanda nr...**

Stimate Domnule...,

Ca urmare a con vorbirii noastre telefonice, trebuie să vă aducem la cunoștință că la primirea ultimului Dvs. transport, conform contractului de mai sus, am constatat că acesta prezintă lipsă a diferite articole, aşa după cum veți vedea din lista anexată.

Trebuie, de asemenea, să vă informăm că avem urgent nevoie de aceste articole, pentru a le expedia în cel mai scurt timp clienților noștri. În caz contrar, vom fi obligați să plătim compensații pentru întârziere.

Întrucât considerăm că această expediere subcontractuală se datorează Dumneavoastră, vă rugăm să ne expediați articolele lipsă cât mai curând posibil.

Cu mult respect,

Ref.: **Mărfuri avariate din comanda nr... din....**

Stimate Domnule...,

Regretăm, dar trebuie să vă informăm că suntem dezamăgiți de modul cum a fost executată ultima noastră comandă. Verificând mărfurile, am descoperit că unele dintre lăzi, conținând..., au fost avariate ca urmare a unui ambalaj neadecvat sau a unei manipulări neatente în docuri.

Punem articolele zgâriate și sparte la dispoziția Dumneavoastră și așteptăm instrucțiunile ulterioare.

Vă rugăm să analizați această problemă cât mai curând posibil și să o rezolvați spre satisfacția ambelor părți.

Așteptăm cât mai curând vești de la Dumneavoastră.

Anexă: Actul de constatare a defectelor.

Ref.: ***Prețul produselor din comanda nr...***

Stimate Domnule...,

Dorim să ne referim la telexul 345 din data de..., în legătură cu importul a 15 bufete model D 256, în baza contractului nr. 3120.

Din păcate, comparând prețurile Dumneavoastră cu cele oferite de întreprinderile producătoare interne, am constat că ele sunt mult prea mari.

Considerăm absolut necesar să reduceți prețul contractual cu cel puțin 20%, ceea ce ne va permite să facem în continuare eforturi de a vă solicita comenzi substanțiale pentru piața noastră.

Dacă vă convin prețurile propuse de noi, putem reîncepe imediat negocierile cu distribuitorii interni. V-am fi foarte îndatorați, dacă ne-ați transmite telegrafic decizia Dumneavoastră.

Cu mult respect,

Ref.: ***Erori de calcul în comanda nr. ... din ...***

Stimate Domnule...,

Am primit extrasul Dumneavoastră de cont pe luna iulie pentru suma de 250000 lei și am dori să vă atragem atenția că s-au comis o serie de erori și anume:

1. Factura X332 pentru 50000 lei ne-a fost debitată de două ori.
2. Nu s-a trecut în cont creditul pentru porțelanurile pe care vi le-am returnat în luna iulie (cat. Nr. PL 25). Revedeți nota Dvs. de credit nr. SM422 pentru suma de 2000 lei, care se referă exact la această problemă.
3. Ne-ați încărcat cu 15000 lei factura nr. XL456, pentru un transport de pahare de cristal, pe care nici nu le-am comandat, nici nu le-am primit.

V-am ruga să verificați registrele Dumneavoastră de livrare. Am scăzut suma totală de 85000 lei și vă vom remite un cec de 165000 lei imediat ce ne confirmați suma respectivă.

Cu mult respect,

Ref.: *Întârziere în livrarea comenzi nr. ... din...*

Stimate Domnule...,

Regretăm că suntem încă în aşteptarea livrării celor 500 de servicii de pahare cristal tip..., la prețul..., comandate pe data de...

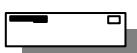
Prima noastră scrisoare de atenționare din ... a rămas fără răspuns.

Beneficiarii noștri de bază solicită zilnic acest produs și au devenit deja nerăbdători.

Vă rugăm încă o dată să livrați produsele fără întârziere.

În cazul în care marfa nu va sosi până la data de ..., suntem nevoiți să renunțăm la livrarea Dvs.

Cu stimă,



Modele de somații din partea furnizorului

Prima somație

Ref.: *Factura neachitată privind comanda nr. ... din...*

Stimați domni,

Vă comunicăm că am expediat comanda dvs. nr... pe data de ... prin firma de expediere și transport... Ne permitem însă să vă reamintim că factura pentru marfa trimisă acum şase săptămâni a rămas neachitată, deși, după cum am convenit, scadența a fost de 30 de zile de la prezentare.

De aceea vă rugăm să dispuneți neîntârziat transferul sumei respective.

Cu stimă,

A doua somație

Ref.: *Nechitarea facturii nr. ... privind comanda nr. ... din...*

Stimate Domnule...,

Constatăm cu regret că prima noastră somație, în care ne-am manifestat preocuparea cu privire la neplata facturii nr. ..., a rămas fără răspuns satisfăcător din partea Dumneavoastră.

În consecință, în termen de maximum 10 zile, vă rugăm să livrați în contul nostru nr. ..., deschis la ..., contravaloarea facturii scadente nr. ... din..., în sumă de 250000 lei.

Dobânzi și penalități – 5000 lei.

Cheltuieli cu somații – 100 lei

La suma datorată, ar urma să aplicăm penalitățile de rigoare. Totuși, în continuitatea bunelor relații dintre firmele noastre, dorim să evităm folosirea unor mijloace de presiune, dacă achitați suma scadentă până la 20 iulie a.c.

În mod firesc, următoarele livrări sunt condiționate de achitarea creanțelor.

Director,

A treia somație

Ref.: *Nechitarea facturii nr. ... privind comanda nr. ... din...*

Stimate Domnule...,

În ciuda somațiilor precedente nr. ... de pe... și nr. ... de pe... / ..., nu ați achitat încă facturile restante emise de noi, conform documentului alăturat.

Suma totală de plată, incluzând penalități și dobânzi de întârziere, ca și cheltuieli legate de procedura de somare, se ridică la ...lei.

Posibilitățile noastre de a vă acorda o nouă amânare sunt practic epuizate. Din păcate, obligațiile pe care, la rândul nostru, le avem față de furnizorii noștri, ne silesc să trecem la măsuri ultimative:

Dacă nu veți vira suma datorată până cel târziu pe data de..., vom fi obligați să declanșăm procedurile legale de executare silită.

Situația creanței:

Nr...111 din ..., în sumă de 250000 lei

Dobânzi și penalități – 10000 lei

Cheltuieli cu somații – 200 lei

Suma totală – 262000 lei

Banca ... Nr. cont ...

Director,



Glosar tematic

Bonificare, bonificări – (Aici) Sumă de bani care compensează o daună sau reprezintă o reducere; Bonificație. – Din fr. ***bonification***.

creanță, creanțe – 1. Dreptul creditorului de a pretinde debitorului să dea, să facă sau să nu facă ceva; 2. (concr.) Act care stabilește acest drept. Din fr. ***creance***.

custodie, custodii – Pază, păstrare (și administrare) a unui obiect (pus sub sechestrul). – Din lat. ***custodia***.

debita(a), debitez – 1. A vinde marfa cu amănuntul. 2. A furniza o cantitate de fluid, de material pulverulent, de energie. 3. A tăia un

material în bucăți cu formele și dimensiunile adecvate pentru folosirea sau prelucrarea lui ulterioră. 4. A trece, a înregistra în contul unei persoane, al unei întreprinderi etc. mărfurile care au fost predate sau sumele de bani care i-au fost plătite. – Din fr. ***debiter***.

discrepanță, discrepanțe – Nepotrivire sau deosebire flagrantă între două lucruri, două aspecte, două fenomene etc. – Din it. ***discrepanza***, lat. ***discrepanția***.

excedent, excedente – 1. Cantitate care depășește o anumită limită, care rămâne după satisfacerea tuturor necesităților; surplus, prisos. 2. Sumă, cantitate, valoare cu care încasările, veniturile sau resursele depășesc plătile, nevoile, cheltuielile sau consumul. – Din fr. ***excedent***, lat. ***excedens*** – *ntis*.

inadvertență, inadvertențe – Lipsă de atenție; (concr.) eroare comisă din neatenție. Nepotrivire, neconcordanță. – Din fr. ***inadvertance***.

informal, -ă; -i; -e – 1. Care se desfășoară în absența determinărilor cadrelor instituționale, oficiale, formale; 2. (despre pictura abstractiонistă) Caracterizat prin lipsa oricărei organizări a materiei picturale; abstract (despre pictori). Care practică arta informală sau abstractă. – Din engl. ***informal***, fr. ***informel***.

Intenta(a), intentez – A iniția, a porni o acțiune (juridică). Din fr. ***intenter***.

iută – 1. Plantă anuală cu tulpina înaltă până la 3 m și groasă de 1-2 cm, cu frunze galbene, ovale, cultivată în regiunile tropicale pentru fibrele textile extrase din tulpină. 2. Fibră textilă obținută din tulpina iutei (1), întrebuițată la fabricarea pânzei de sac, a covoarelor etc. – Din germ. ***Iute***, it. ***iuta***.

lejer, lejeri, – Care este ușor, comod de purtat (mai ales despre îmbrăcăminte). – Din fr. ***léger***.

litigiu, litigii – Conflict între persoane, instituții, state etc. care poate forma, obiectul unui proces, unui arbitraj etc.; diferend, neînțelegere. – Din fr. ***litige***, lat. ***litigium***.

parveni(a), parvin – 1. A ajunge, fără merite deosebite, prin mijloace necinstituite sau printr-un concurs favorabil de împrejurări, la o bună situație materială, politică sau socială; a pătrunde într-o pătură socială înaltă; a se ajunge. 2. A reuși, a izbuti. 3. (Despre știri, scrisori, colete etc.) A ajunge la destinație, a fi remis destinatarului.

(Despre lumină zgomot etc.). A se propaga prin spațiu până la un anumit punct, a se face simțit. – Din fr. *parvenir*.

post, posturi (*de marfă*) – (Aici) Categorie în care sunt înscrise într-o evidență contabilă sume de bani, materiale etc.; rubrică corespunzătoare dintr-un registru de contabilitate. Din fr. – *poste*.

presta(a), prestez – A îndeplini o muncă, a desfășura o activitate. Expr. *A presta un jurământ* = a depune un jurământ (în condițiile prevăzute de lege sau de uz.) Din lat. *praestare*.

proxim, -ă, -i, -e – Cel mai apropiat (în timp sau în spațiu).
- Din lat. *proximus*.

remedia(a), remediez – A îndrepta, a îmbunătăți o situație, o stare etc. – Din fr. *remedier*, lat. *remediare*.

scrin, scrinuri – 1. Dulăpior cu mai multe sertare suprapuse, în care se ține, mai ales, lenjerie; comodă. 2. Cutie, lădiță (căptușită cu mătase sau catifea), în care se păstrează bijuterii. – Din rus. *skrin*, lat. *scrinium*.

soma(a), somez – 1. A cere (cuiva) în chip categoric (și sub amenințare) să suporte anumite consecințe, să îndeplinească ceva. 2. (Jur.) A pune cuiva în vedere, cu forme legale, să execute (sau să nu execute) ceva. – Din fr. *sommer*.

stipula(a), stipulez – A introduce, a prevedea, a specifica o clauză într-un act, într-un contract. – Din fr. *stipuler*, lat. *stipulare*.

stiva(a), stivez (stivui) – A așeza ordonat unele peste altele o mulțime de obiecte de același fel (cu aceleași dimensiuni), pentru a forma o grămadă. Stivă – grămadă de obiecte astfel formată. – Din ngr. *stivas*.

transborda, transbordez – A trece mărfurile sau oamenii dintr-un mijloc de transport în altul. A trece, cu ajutorul unui transbordor, vagoanele sau locomotiva unui tren de pe o linie pe alta, când cele două linii nu au latură directă. – Din fr. *transborder*.

Comentarii asupra termenilor

1. Din seria de substantive sinonime: *defect, deficiență, greșeală, lipsă, imperfecțiune, cusur, meteahnă, carență, culpă* – pentru stilul oficial se folosesc primele patru, fiind adecvate pentru construcția de mesaje corecte. Cu sens de „*imperfecțiune*”, de

, „*deranjament*” – care împiedică funcționarea unei mașini, a unui aparat – este utilizat substantivul „*defect*” ori „*defecțiune*”. De exemplu: *Defect de calitate; defect de utilaj (uzinare) sau fabricare; marfa are un defect; remedierea defecțiunii.*

Cu semnificația de „*lipsă*”, „*greșeală*” se folosește substantivul „*deficiență*”: „*deficiență în funcționare*”; „*deficiența de ambalare*”; „*deficiențe de transport*”, dar „*baloturi lipsă*”.

2. Cu sensul de „*pierdere materială*” suferită din vina cuiva și adusă cuiva, în limbajul oficial se folosește termenul „*prejudiciu*”, în anumite contexte – și „*pagubă*”.

3. Cu înțelesul de a plăti cuiva echivalentul unei pagube se utilizează următoarele sinonime: „*a despăgubi*”, „*a compensa*” sau substantivele verbale: „*despăgubire*”, „*compensare*” (*a despăgubi un prejudiciu; a compensa o pagubă; despăgubiri de transport; compensarea prejudiciului*).

4. Sinonimele „*a se deteriora*”, „*a se defecta*”, „*a se avaria*”, „*a se altera*”, „*a se strica*” au o semnificație comună în structura semantică „*a se schimba din bun în rău*”. Totuși între acești termeni există niște diferențe pe care le simțim, dovedă că nu folosim cuvintele la întâmplare.

„*A se deteriora*” precizează și cauzele stricării (folosință îndelungată, accident etc.); „*a (se) avaria*” conține semnificația de „*porțiuni mari*”; „*a (se) strica*” intră în această serie cu sens general, nespecializat. Este un cuvânt mai vechi, folosit mai frecvent în limba curentă. „*A se defecta*” este un termen ce caracterizează ieșirea din funcție a unor mijloace tehnice, aparate electrocasnice etc.. Unicul neologism ce se va folosi pentru produsele alimentare care nu mai pot fi consumate și pentru materii organice este „*a se altera*”.

Studiul contextelor în care apar cuvintele în discuție, precum și posibilitatea de substituție, subliniază diferențele de sens, de unde și preferința pentru anumite combinații.

De exemplu, pentru mărfurile de genul:

- îmbrăcăminte, încălțăminte, mobilă vom utiliza: *deteriorat, -a, -e.*
- mecanisme, aparate, mașini vom utiliza: *defectat, -ă -e, deteriorat, -ă, -e.*
- mașini de proporții mari (nave, camioane), clădiri, instalații (de încălzire centrală) vom utiliza: *avariat, -ă, -e.*

- d) produse alimentare (carne, fructe, legume), materii prime perisabile, care nu mai pot fi consumate, vom utiliza: – *alterat*, *-ă*, *-e*.

8. În limbajul comercial substantivul „*ambalaj*”, cu sensul de material sau obiect în care se împachetează ceva, este folosit în următoarele îmbinări:

- a) *Ambalaje recuperabile* – ambalaje susceptibile de a fi provizoriu conservate de către terți, pe care furnizorul se angajează să le recupereze în condiții determinate.
- b) *Ambalaje pierdute (nerecuperabile)* – ambalaje destinate pentru a fi livrate cu marfa, fără a fi restituite.

Alte îmbinări de cuvinte:

Ambalaje folosite; ambalaj de lemn; ambalaj de tablă; ambalaj pentru lichide; ambalaj de inventar; ambalaj moale; ambalaj-instalație; ambalaj cu marfă; ambalaj gol; ambalaj de sticlă; ambalaj convențional; ambalaj pentru colectări; ambalaj defectuos; ambalaj neadecvat; ambalaj insuficient; ambalaj calitativ; ambalaj rău (necalitativ).

? Probleme supuse discuției

1. Care sunt motivele ce stau la baza redactării unei reclamații din partea clientului?
2. Precizați caracteristicile unei reclamații cu adevărat eficiente.
3. În ce mod poate fi făcută atenționarea și somarea privind plata datornicilor?
4. Ce aspecte trebuie să cuprindă textul unei reclamații din partea clientului?
5. Prin ce se deosebește *a treia somație de primele două*? Când se expediază o astfel de scrisoare?
6. Cum se poate cere cu tact clienților să-și plătească facturile pe care nu le-au achitat la timp?



Exerciții și studii de caz

1. Depistați greșelile din scrisoarea de mai jos. Corectați-le.

Stimați domni,

Vă informăm că transportul conținând canapele de pin masiv, pe care ni le-ați expediat în conformitate cu comanda noastră din 30 noiembrie 1993, ne-a fost livrat din vina Dvs. într-o stare deplorabilă. Deși conținerele sunt intacte, când le-am desfăcut, am văzut că un anumit număr de canapele erau stricate. Vă întoarcem canapelele stricate și vă cerem să le înlocuiji imediat.

2. Completăți paragrafele care lipsesc în această scrisoare. Redactați o reclamație din care a rezultat această scrisoare.

„Am cercetat chestiunea împreună cu serviciul nostru de ambalare și a rezultat că sticla a fost ambalată normal. Din acest punct de vedere, nu a ieșit la iveală nici un motiv de deteriorare. Putem trage doar concluzia că în timpul transportului marfa a fost manevrată în mod excesiv de brutal.”

3. Definitivați reclamația de mai jos:

„Cu privire la mărfurile expediate de Dvs., cu avizul nr. 435, vă comunicăm că prețurile inscrise în documentul de livrare sunt superioare celor indicate în catalog, drept pentru care anticipăm că vânzările la aceste mărfuri vor scădea...”

4. Redactați câte o reclamație conform scenariilor:

- *Un client cere o reducere de preț la cărțile deteriorate din cauza ambalajului inadecvat.*
- *O livrare insuficientă de lămpi de birou este contestată de către client.*
- *Un client a primit 1000 de sertare cu numărul de comandă „AB 300”, în loc de numărul de comandă „AB 400”.*

5. Redactați o reclamație având la bază unul din următoarele motive:

- a) *Lotul de pânză de mătase nu corespunde calității eșantioanelor pe baza cărora a fost făcută comanda.*
- b) *Magazinul a constatat că din 50 de televizoare recepționate de la S.A. „Tebas”, 10 sunt cu defecte.*

Propuneri de soluționare:

- a) *Cumpărătorul solicită înlocuirea mărfuii ne-calitative sau despăgubirea ei.*
 - b) *Magazinul solicită înlocuirea televizoarelor sau înlăturarea defectelor.*
6. Întocmiți o reclamație în care cumpărătorul prezintă următoarele pretenții furnizorului:
- a) *Livrare de produse ne-calitative;*
 - b) *Livrare a mărfurilor cu întârziere;*
 - c) *Lipsă de mărfuri în lot.*
7. Redactați o reclamație-avertizare, conform situației:
“*Un client pus în încurcătură de întârzierea de livrare, solicită trimiterea imediată a pieselor de tehnică de calcul. El amenință să anuleze comanda, în caz de nelivrare în termenul convenit.*”
8. Redactați câte o somație conform situațiilor de caz:
- *Furnizorul trimite o scrisoare de avertisment unui client care este în întârziere cu plata.*
 - *Furnizorul trimite a două somație clientului și-i propune un termen în care să achite o parte din datorii imediat, iar restul – la alt termen.*
 - *Primele somații au rămas fără efect. Furnizorul fixează un ultim termen clientului pentru a achita factura.*

9. Redactați o reclamație cu următorul scenariu:
„Clientul a angajat o firmă pentru tipărire invitațiilor foarte importante privind sărbătoarea celei de-a 50-a aniversări a companiei sale. Firma a executat invitațiile foarte neglijent. Drept rezultat, clientul trimite firmei o notă care conține în detaliu greșelile de tipar, dispunerea neadecvată în pagină și descompunerile de culoare necorespunzătoare ale invitațiilor.

Clientul este nevoit, în această situație, să trimită oaspeților telegrame în locul invitațiilor.”

Notă: În încheierea scrisorii, sugerați modul de achitare echitabilă a notei de plată în această situație.



CAPITOLUL IX

SCRISORI DE RĂSPUNS LA RECLAMAȚII (REMEDEIRI)

9.1. Modalități de rezolvare a reclamațiilor

Unele firme/ companii primesc în fiecare an zeci de scrisori de reclamații. Acestea li se răspunde, pe cât e de posibil, printr-o scrisoare tip. Faptul că se folosesc scrisorile-tip, în asemenea situații, nu înseamnă că li se acordă o mai mică atenție, ci, mai degrabă, că la

nivelul firmei/ companiei există o tehnologie avansată de a răspunde, în timp scurt, la un volum considerabil de corespondență.

O procesare computerizată, cu ajutorul căreia se poate răspunde imediat la aproximativ treizeci de genuri diferite de scrisori, face ca strategia corespondenței de răspuns să fie mult mai ușoară. O calitate nemaipomenită a unui asemenea computer este aceea că poate multiplica răspunsul la orice scrisoare în nenumărate copii. Originalul scrisorii de răspuns trebuie, însă, să fie marcat cu numerele și titlurile celorlalte persoane din corpul executiv, inclusiv cel al companiei, care trebuie să primească o copie a răspunsului. Astfel destinatarul știe că o mulțime de oameni își vor da seama acum de problemele pe care le are el cu compania respectivă. Acest lucru impresionează mult și satisfacă într-o măsură destul de mare eul celui care a făcut plângerea.

Dar, oricât de avansată ar fi tehnologia, ea nu trebuie să ignore niciodată latura umană a lucrurilor. Nici un sistem computerizat nu poate înlocui delicatețea și grijă umană.

Chiar dacă o reclamație primită este nepoliticoasă, răspunsul companiei trebuie să-și păstreze ceea ce numim „sâangele rece”. În primul rând, acestor plângeri „individuale” trebuie să li se dea răspuns în decurs de două săptămâni. Dacă este o problemă minoră, se poate răspunde în decurs de o lună. Dar trebuie, totuși, să se țină cont de faptul că, cu cât întârzierea răspunsului este mai mare, cu atât expeditorul protestului poate deveni mai furios.

În al doilea rând, trebuie să mentionăm că bunăvoița devine o valoare concretă în momentul vânzării unei afaceri. De aceea, primul lucru care ar trebui reținut când se face răspunsul la o reclamație este că furnizorul nu trebuie să-i demonstreze clientului că nu are dreptate, ci să-i dea satisfacție. Mulți corespondenți răspund la admonestări (de exemplu, pentru întârzierea livrării) sau la reclamații cu preteze ușor de demascat, în felul următor:

- „Întârzierea livrării se datorează nerespectării promisiunilor furnizorilor”.
- „Reclamația dvs. ne surprinde mult. Până în prezent nu am mai avut plângeri referitoare la acest articol.”
- „Nu știm de ce ați avut probleme cu... nostru. Întrucât vindem produsele cu succes de mai mulți ani și nu am avut reclamații

până acum, defecțiunile relatate de dvs. sunt absolut de neînțeles pentru noi.”

- „*Produsele noastre sunt minuțios verificate înainte de livrare. De aceea credem că nu este vorba de vreo eroare din partea noastră.*”

Este interesant de observat că în cazurile neplăcute apar des formulări pretențioase, iar vina este dată pe alții sau pe „forță majoră”.

Clienții sunt însă mai puțin interesați de cauzele deficiențelor sau lipsurilor de mărfuri. Ei așteaptă propunerile sau promisiunile pentru sprijin cât mai curând.

În mare vogă sunt și pretextele. Astfel, se întâmplă ca facturile să fie trecute cu vederea. Mai des, însă, plățile sunt tergiversate cât mai mult, mai ales în perioadele dificile din punct de vedere economic. Pretextele uzuale, ca reacții la admonestări, sunt, de regulă, evidente:

- „*Factura dvs. nu a fost, din păcate, dispusă de plată din cauza mai multor cazuri de îmbolnăviri ale personalului din contabilitatea noastră.*”
- „*Din cauza importanțelor încasări proprii restante, încă nu vă achita regulariza facturile. Într-o săptămână vom avea mari încasări, de aceea vă rugăm să mai așteptați câteva zile.*”
- „*Din cauza reorganizării compartimentului nostru finanțiar, plata noastră a suferit, din păcate, o mică întârziere.*”

Asemenea afirmații sunt taxate, de regulă, drept pretexte și reduc credibilitatea partenerului (adesea și cea privind acordarea creditelor). De aceea, explicarea sinceră a situației, rugămintea de a fi scuzat și înțeles și, mai ales, propunerile concrete pentru efectuarea plății reprezintă calea cea mai bună pentru sporirea credibilității.

Așadar, *scrierea de remediere* trebuie scrisă din punctul de vedere al clientului și e necesar să vădească dorința de a-i rezolva problema. Chiar dacă clientul este vinovat de cele întâmpilate, i se vor explica amănuntele necesare, dar cât mai diplomatic. Clientului nu trebuie să i se reprozeze că nu știe să folosească cum se cuvine produsul. Procedând astfel, se poate câștiga disputa, dar se va pierde

afacerea: clientul va relata situația tuturor cunoșcuților, provocând, în aşa mod, furnizorului prejudicii serioase.

Modul de rezolvare a reclamațiilor, în baza cărora se vor scrie remedierile, se va efectua astfel:

1. Mai întâi va fi confirmată primirea scrisorii.
2. Se vor face referiri la documente, dacă reclamația este fondată.
3. Se va solicita apoi Procesul-verbal (dacă acesta nu este anexat la reclamație).

Pentru o reclamație fondată

1. Pentru atenuarea proastei impresii produse, reclamatul poate arăta că a făcut cercetările necesare și că își recunoaște vina, semnalând pe scurt circumstanțele erorii și prezentându-și scuzele;
2. Se propune o remediere și se anunță măsurile, pentru a evita producerea acestei erori și în viitor;
3. Reclamatul își va exprima speranța de a nu-l fi deranjat foarte tare pe corespondent;
4. Dacă reclamantul propune el însuși o soluție, este preferabil ca ea să fie acceptată.

Pentru o reclamație nefondată:

1. Reclamatul își exprimă mirarea și regretul pentru cele întâmpilate.
2. Reclamatul arată corespondentului unde greșește, bazându-se pe documentele care sunt la dispoziția acestuia.
3. Reclamatul nu trebuie să-și atribuie greșeli pe care nu le-a făcut. Chiar dacă reaua-voință a corespondentului este evidentă, răspunsul reclamatului trebuie să fie politicos și curtenitor, dar din ele trebuie să se înțeleagă că acesta nu se va lăsa înșelat pe nedrept.

9.2. Formule folosite la soluționarea reclamațiilor fondate

9.2.1. Calitatea

- Dorim să vă mulțumim pentru că ne-ați adus la cunoștință eroarea noastră privind livrarea unor alte mărfuri, prin scrisoarea Dvs. din...;
- Regretăm foarte mult / Ne pare foarte rău să aflăm că sunteți nemulțumiți de transportul de... pe care vi l-am livrat de curând.
- Am aflat, cu surprindere /cu regret, din scrisoarea Dvs. din... că aveți motive să reclamați în legătură cu calitatea / marfa livrată de noi, care nu este la nivelul/ (nu corespunde) mostrei / eșantionului.
- Regretăm că transportul de... sus-menționat / marfa expediată spre executarea contractului nostru nr. ... nu a corespuns așteptării Dvs.
- Ne pare rău să aflăm că lotul livrat la ... nu corespunde comenzi Dvs.

9.2.2. Propuneri în vederea investigării reclamației

- Reclamația Dvs. poate / va fi discutată imediat ce sosesc datele necesare.
- Puteți fi încredințați că vom analiza reclamația Dvs. cu toată seriozitatea.
- Vă rugăm să ne returnați mostrele produselor de care nu sunteți mulțumiți, iar noi le vom trimite la întreprinderea producătoare pentru verificări.
- Deoarece în momentul de față nu suntem gata de a vă putea da o explicație, vă promitem că vom analiza situația și vă vom scrie cât de curând posibil.
- V-am fi recunosători dacă ați vrea să ne returnați câteva mostre, astfel încât să putem analiza situația.
- Expertul nostru vă va vizita în două zile, așa că vă rugăm să pregătiți marfa pentru verificare.
- Vă vom trimite un expert pentru a verifica aceste defecțiuni și, în concordanță cu constatărilor sale, vă vom expedia propuneri în vederea rezolvării reclamației Dvs. până la .../ în cursul următoarelor zile.
- Suntem gata să vă acordăm o compensație / despăgubire pentru pierdere, cu condiția ca specialiștii / expertul nostru va confirma temeinicia reclamației dumneavoastră.

- *Am trimis mostra producătorilor pentru a fi examinată.*
- *Credem că cea mai bună metodă ar fi ca un specialist să examineze piesele, iar noi am putea aranja acest lucru.*
- *Reprezentantul nostru vă va vizita săptămâna viitoare și va explica problema / vă va pune la dispoziție noi detalii / va rezolva definitiv problema.*

9.2.3. Explicarea greșelii

- *Trebuie să recunoaștem că reclamația Dvs. este întemeiată.*
- *Regretăm mult de greșeala comisă, care a constatat primirea de către Dvs. a unor alte articole.*
- *În mod clar, s-a produs o eroare în marcarea mărfuii, care a determinat o livrare greșită.*
- *Eroarea s-a datorat unei schimbări / încurcături cu lăzile.*
- *În ceea ce privește mărfurile greșit livrate către Dvs., se pare că a existat o confuzie în sistemul nostru de adrese, dar această problemă a fost soluționată.*
- *Am dat instrucțiuni agenților noștri să numească un expert care să cerceteze situația și vă vom scrie imediat ce vom primi raportul său.*

9.2.4. Corectarea erorilor privind mărfurile livrate în mod eronat

- *Regretăm foarte mult din cauza acestui incident și suntem dispuși să rezolvăm problema pe cale amiabilă; vom face totul pentru a vă satisface dorințele dumneavoastră.*
- *Ne face plăcere să vă informăm că livrarea mărfuii de înlocuire a fost făcută ieri.*
- *Am expediat astăzi cele 10 lăzi care să le înlocuiască pe cele returnate.*
- *Suntem de acord să vă plătim ... lei pentru rezolvarea completă și definitivă a reclamației.*
- *Vă rugăm să fiți de acord cu o bonificație de ...% din partea noastră.*
- *Ne-am bucura dacă o reducere de preț / bonificație ar rezolva problema.*

- *Vom expedia piesele defecte cu primul transport. Tehnologii noștri, însărcinați cu activitatea de service, vor remedia defecțiunile.*
- *Suntem de acord să livrăm piesele necesare contra cost și să vă acordăm asistență tehnică necesară pentru remedieri, în scopul menținerii bunelor relații comerciale.*
- *Deoarece costul transportului de înapoiere este mai mare decât valoarea mărfurilor, vă rugăm / să luati / să păstrați marfa și să treceți pierderea în debitul nostru / să vindeți marfa și să ne creditați cu suma netă.*
- *Am cerut agenților noștri (de expediție) să preia lada de la Dvs., pentru a se livra clientului căruia trebuie să-i fi fost trimisă.*
- *Vom fi bucurosi dacă ne veți returna marfa livrată în mod eronat și suntem gata să vă acordăm ... % din prețul facturii.*

9.2.5. Soluționarea problemei privind cantitatea de marfă lipsă

- *Vom aranja ca marfa nelivrată să fie urgent expediată prin poștă.*
- *Pierdere în greutate a fost în mod clar cauzată de o scurgere și trebuie să faceți o reclamație împotriva societății de asigurare.*
- *Reclamația Dvs. este justificată și vă trimitem cu prima navă cele... lăzi care lipseau.*
- *Regretăm mult că ați primit doar... lăzi, în loc de cele comandate. În urma cercetărilor, am constatat că cei de la serviciul „Ambalaj” au citit greșit numărul, dar acum au aranjat expedierea urgentă a celor... lăzi lipsă.*
- *Cercetând motivele pentru care ați primit doar jumătate din marfă, am descoperit o expediere incompletă: partea lipsă va fi trimisă cu primul avion.*
- *Vă rugăm să ne trimiteți certificatele pentru greutățile descărcate la transporturile în cauză, pentru a ne oferi posibilitatea să le comparăm cu greutățile încărcate.*

9.2.6. Mărfuri deteriorate și ambalare defectuoasă

- *De îndată ce am primit scrisoarea Dvs., am luat legătura cu ambalatorii și le-am cerut să analizeze problema.*

- *Am expediat plângerea Dvs. firmei specializate în ambalare care s-a ocupat de acest transport și am rugat să ni se trimită un raport.*
- *Am luat legătura cu producătorii de saci și i-am rugat să folosească un material mai rezistent.*

9.2.7. Furnizorul conchide că vina pentru deteriorarea mărfuii revine unei terțe părți

- *Este evident că transportul de... a fost deteriorat în tranzit.*
- *Stocul nostru de bandă de lipit a fost examinat și pare să fie în stare foarte bună. Putem doar presupune că ambalajul metalic a fost expus la căldură sau cutiile de carton au fost stivuite lângă boilere.*
- *Întrucât mărfurile au fost ambalate cu cea mai mare grijă, nu putem decât să conchidem că lada a fost depozitată sau manipulată neglijent.*
- *Puteți obține despăgubiri de la firma de asigurări pentru spargerea mărfurilor.*
- *În problema spargerii mărfurilor, trebuie să luați contact cu firma de asigurări.*

9.2.8. Întârziere în livrarea mărfurilor

- *Vă mulțumim pentru scrisoarea Dvs. din..., referitoare la comanda Dvs. nr..., care urma să fie livrată pe data de Prin intermediul ei, aflăm că nu ați primit marfa conform contractului nr... .*
- *Ne pare foarte rău / regretăm foarte mult să aflăm că sunteți nevoiți să reclamați întârzierea în livrarea mărfui / nu ați primit încă marfa.*
- *Dorim să ne cerem scuze pentru nelivrarea mărfui la data fixată, conform comenzi Dvs. nr..., și pentru problemele pe care le-ați avut, încercând să ne contactați în legătură cu aceasta.*
- *Regretăm / Ne cerem scuze / Ne pare rău că nu am executat / îndeplinit comanda Dvs. la timp / conform înțelegерii / că am expediat marfa prea târziu / că am expediat marfa la adresa greșită.*

- Suntem surprinși să aflăm că partida de mărfuri nu a ajuns încă la Dvs. și vă promitem să corectăm greșeala fără întârziere / să-i contactăm imediat pentru investigare pe agenții noștri expeditori / să investigăm problema.
- De obicei, expediem comenziile cu promptitudine. Credem că această întârziere este cauzată de agenția de transport și facem verificări chiar acum.

9.2.9. Explicarea întârzierii în livrare a mărfurilor

- Întârzierea s-a produs (nu din vina noastră / din motive ce nu țin de noi) din cauza unui accident neașteptat.
- Întârzierea se datorează unor condiții meteorologice nefavorabile în teritoriu / unei greșeli a secției noastre de ambalaj.
- Am fost confruntați cu probleme / dificultăți considerabile cauzate de livrări întârziate de la furnizorii noștri / lipsa de materii prime / defectarea utilajelor în uzina noastră.
- Făcând investigații în această problemă, am aflat că o macara a fost defectată timp de mai multe zile, ceea ce a împiedicat încărcarea mărfurilor.
- Se pare că a existat o confuzie în sistemul nostru de evidență a adreselor, dar aceasta a fost remediată.
- Vă rugăm să fiți convinși că depunem toate eforturile pentru a micșora, pe cât e posibil, întârzierea.
- Am reușit să depășim aceste dificultăți și să expediem marfa comandată ieri / săptămâna trecută.
- Suntem în situația de a găsi noi surse de aprovizionare / de a contacta diferiți furnizori și / vom / putem efectua livrarea / expedierea mărfuii în decurs de o săptămână / până la sfârșitul...
- Am fost avizați / asigurați de agentul nostru de expediere că marfa se află în drum spre... / va ajunge la Dvs. până la sfârșitul .../ săptămâna viitoare.
- Între timp, am expediat par avion "Avizul de expediere" și credem că l-ați primit deja.

9.2.10. Prețuri și facturi necorespunzătoare

- *La o verificare atentă a registrelor / conturilor noastre, am constatat că / factura nr. ... a fost trecută din greșelă în contul Dvs. / într-adevăr, v-am supraîncărcat contul cu... / v-am trimis un alt extras de cont din cauza unei confuzii de nume și adrese / rabatul comercial din factura nr. ... ar fi trebuit să fie 12% și nu 1,2% din prețul brut.*
- *Am verificat conturile și am constatat că v-am calculat un minus în factura nr..., care ar fi trebuit să fie astfel: 100 unități x 300 lei = 30000 în factura nr. ..., nu 20000.*
- *Dorim să ne cerem scuze pentru greșeala survenită în factura nr..., care s-a datorat unei neatenții / defecțiuni la o mașină, reparată între timp.*
- *Serviciul nostru de facturare a corectat totul, așa că avem plăcerea să anexăm /să trimitem anexat o notă de credit pentru... dolari /nota noastră /de credit în valoare de ..., pentru a soluționa problema /o nouă factură prin care cea anterioară devine nulă și neavenită.*
- *În locul unei note de credit, v-am putea expedia marfă la valoarea respectivă. Suntem siguri că am rezolva astfel problema mai ușor decât inițiind o nouă reglementare.*
- *Am transferat factura respectivă în contul corespunzător și vă rugăm să acceptați scuzele noastre pentru aceasta.*

9.2.11. Formule de încheiere

- *Îl contactăm pe agentul nostru de expediere și vă vom informa imediat /fără întârziere despre cele întâmpilate.*
- *Vă rugăm să acceptați scuzele noastre pentru neplăcerea cauzată.*
- *Sperăm că ne veți oferi prilejul / ocazia de a vă recâștiga încrederea.*
- *Vă rugăm să acceptați scuzele noastre pentru eroarea comisă.*
- *Vă transmitem scuzele noastre sincere pentru această greșelă / scăpare din vedere.*
- *Vă asigurăm că vom face tot ce ne stă în putință pentru a evita repetarea situației.*

- *Ne angajăm / Vă promitem că vom intensifica controlul nostru la viitoarele comenzi.*
- *Suntem siguri că veți fi de acord cu această concesie din partea noastră. Ea reprezintă o rezolvare satisfăcătoare a problemei.*
- *Sperăm că / Fără îndoială veți uita greșeala / eroarea noastră / veți accepta marfa de înlocuire / acest aranjament vă va conveni / va întruni condițiile cerute de Dvs. / veți confirma acceptul pentru propunerea / reducerea noastră.*
- *În încheiere, dorim să ne cerem scuze pentru neplăcerea pe care v-am cauzat-o și, de asemenea, să subliniem că acest fel de erori apar rareori în legătură cu produsul nostru.*
- *Trebuie să vă aducem la cunoștință că aceasta a fost o greșală ieșită din comun și că este puțin posibil să se repete. Vă rugăm să acceptați scuzele noastre pentru neplăcerea creată.*
- *Suntem siguri că veți fi mulțumiți de felul în care am corectat greșeala și vă asigurăm că nu va mai exista în viitor o repetare a acesteia.*

9.3. Formule folosite la rezolvarea reclamațiilor nefondate

- *După părerea noastră / Dvs. vă înselați / reclamația (obiecția) Dvs. nu este chiar justificată este insuficient demonstrată / problema nu este pusă corect.*
- *Ca răspuns la reclamația Dvs. din..., putem să spunem că marfa a fost verificată cu grijă înainte de a fi expediată.*
- *Nu putem realmente să înțelegem care este motivul reclamației.*
- *Nu putem admite reclamația datorită faptului că...*
- *Noi furnizăm astfel de material de mai mult timp, dar până acum, nu am avut nici o reclamație în legătură cu el.*
- *Suntem încredințați că, după o examinare mai atentă a mărfuii ,veți retrage reclamația.*

- Marfa a fost atent verificată înainte de încărcare și a fost găsită într-o stare excelentă.
- Suntem surprinși să aflăm din telegrama dvs. și scrisoarea ce i-a urmat că refuzați să acceptați marfa expediată cu vasul..., pretinzând că calitatea este inferioară mostrei care a condus la încheierea contractului.
- Ne pare rău că nu sunteți mulțumiți de marfa livrată, dar, potrivit certificatului de calitate remis la data expedierii, aceasta corespunde tuturor condițiilor menționate în contract.
- Regretăm că nu putem să fim de acord cu reclamația Dvs., deoarece specialistul nostru a constatat că defecțiunile au apărut din cauza funcționării incorecte a mașinii / ca urmare a utilizării mașinilor în alte condiții decât cele menționate în contract / din cauza supraîncărcării / din cauza neefectuării periodice a verificărilor.
- Regretăm că nu putem fi de acord cu reclamația Dvs., deoarece specialistii noștri au constatat că nu este îndreptățită / justificată / este nefondată, după cum puteți vedea din exemplarul actului de constatare anexat.
- Aceste condiții sunt clar specificate în certificatul de garanție pe care l-ați primit în momentul când marfa a fost vândută.
- Nu vedem posibilitatea / Nu putem să vă acordăm o reducere de ...%. Maximum pe care suntem pregătiți să-l acordăm este de ...%.
- Preferăm să rezolvăm problema prin arbitraj, decât să suportăm asemenea bonificație pe care o considerăm ca fiind exagerată.
- Excludem posibilitatea ca defecțiunea să se fi datorat doar mașinii, deoarece am făcut o verificare, înainte de a o pune în funcțiune.
- Comparând marfa cu moștă Dvs. de referință, am constatat că / marfa a fost expediată în stare bună / produsele au fost de aceeași calitate ca și modelul / moșta / comanda a fost executată corespunzător condițiilor convenite / conform instrucțiunilor Dvs.

- Expertul nostru a examinat cu grijă calitatea echipamentului pe care l-ați reclamat și în raportul său ne arată că Dvs. nu l-ați întreținut corespunzător; dacă vă uitați în broșura de întreținere a produselor, veți vedea că este esențial să țineți cont de...
- Specialiștii noștri au inspectat deja echipamentul pe care ni l-ați returnat. Ei ne informează că acesta a fost folosit necorespunzător, ceea ce a condus la supraîncarcarea circuitelor. Noi vi-l putem repara, dar va trebui să achitați acest serviciu, deoarece folosirea incorectă nu este inclusă în garanția noastră.
- Vă asigurăm că am efectuat livrarea conform condițiilor stabilite în contract / am expediat marfa aşa cum am convenit.
- Am analizat problema cu agenții de expediere și am aflat că nu a avut loc nici o întârziere în livrarea mărfui / marfa ar trebui să fie în posesia dvs.

Formule de încheiere

- Sperăm că veți fi mulțumiți de explicație și vă veți retrage reclamația.
- Suntem încredințați că veți fi de acord cu noi, după ce veți examina aceste date.
- După părerea noastră, nu aveți nici un motiv să întrerupeți / să pierdeți încrederea în firma noastră.
- După cum se poate constata cu ușurință, raportul calitate-preț nu este calculat corespunzător. Vă rugăm să calculați încă o dată cifra și sperăm că aceasta va pune capăt simplei neînțelegeri.
- Rămânând la dispoziția dvs., vă rugăm să primiți salutările noastre.
- Am putea trimite la Dvs. un delegat pentru a vă pune în temă cu privire la aceste produse, ale căror prețuri credem că sunt optime. Vă asigurăm că ne vom da toată silința să vă servim cât mai bine.



Modele de scrisori-remedieri

Ref.: ***Reclamația nr. ... din...***

Stimate....,

Am primit scrisoarea Dvs. din..., prin care ne-ați informat că ultimul nostru transport de anvelope a fost reclamat de clientul dvs. ca fiind defectuos.

Am discutat despre situația în cauză cu producătorii și aceștia au descoperit că, prinț-o scăpare a marcajului, un număr de anvelope reșapate, care urmau să fie trimise unui client, au fost ambalate pentru Dvs.

Am explicitat producătorilor cât de preocupați suntem de faptul că v-a dezamăgit calitatea produselor și că Dumneavoastră le-ați livrat deja unui nou client. Ei și-au exprimat regretul pentru această situație neplăcută și am aranjat cu ei expedierea unui transport de anvelope de schimb, cu taxele plătite.

Dacă vă interesează anvelopele primite deja, am putea discuta cu Dumneavoastră vânzarea lor la un preț mai mic.

Între timp, vă rugăm să le păstrați în depozitul Dumneavoastră până la o decizie ulterioară.

Ne cerem scuze pentru neplăcerea cauzată și vom lua toate măsurile posibile, ca o asemenea greșală să nu se mai repete.

În așteptarea răspunsului Dvs., vă adresăm cele mai sincere salutări.

Ref.: ***Reclamația nr. ... din...***

Stimate....,

Ca răspuns la scrisoarea Dvs. din..., prin care ne informați că v-a fost livrată altă marfă decât cea cerută prin comanda Dvs. nr..., vă aducem la cunoștință că am analizat situația și am descoperit că s-a comis o greșală în cadrul secției de ambalaj. Am aranjat ca marfa solicitată să vă fie livrată de îndată. Am transmis instrucțiuni agentului nostru pentru a ridica celălalt transport de X de la

Dumneavaastră. V-am fi foarte obligați, dacă, între timp, veți păstra în depozitul Dumneavaastră cele 10 scrinuri din lemn de arțar masiv, furniruite cu nuc, până când agentul nostru va veni după ele.

Vă rugăm să acceptați scuzele noastre pentru neplăcerea cauzată de această eroare.

Cu stimă,

Ref.: ***Reclamația nr. ... din...***

Stimate...,

Ca răspuns la scrisoarea Dvs. din..., vă informăm că am verificat la secția noastră de ambalaj lista de articole despre care afirmați că lipsesc din ultimul nostru transport și am constatat că un număr de lăzi conținând mărfurile menționate de Dumneavaastră se află încă la agentul nostru exterior.

Regretăm mult neplăcerile pe care vi le-am cauzat și vă asigurăm că vom face tot posibilul ca articolele lipsă să fie urgent expediate cu primul vas disponibil, astfel încât acestea să vă parvină la timp.

Vă asigurăm că vom face tot ce ne stă în putință pentru a evita o repetare a situației.

Cu mult respect,

Ref.: ***Reclamația nr. ... din...***

Stimată...,

Regretăm mult, că sunteți nemulțumiți de modul în care a fost executată comanda Dumneavaastră.

Am verificat cu atenție reclamația Dumneavaastră și trebuie să admitem că personalului nostru sezonier a comis o eroare de ambalare.

Neîndoelnic, suntem gata să corectăm greșeala și vă propunem: fie să trimitem un transport de înlocuire, fie să vă acordăm 25% rabat pentru mărfurile defectate.

Regretăm neplăcerea ce v-am cauzat-o și ne exprimăm speranța că aceasta nu va afecta bunele noastre relații de afaceri.

Cu stimă,

Ref.: **Reclamația nr. ... din...**

Stimate...,

Confirmăm cu mulțumiri primirea scrisorii Dumneavoastră din data de Vă va face plăcere să aflați că, în urma reevaluării cheltuielilor de producție pentru bufetele model..., am ajuns la concluzia că am putea micșora prețul contractului cu 5%.

Sperăm ca această reducere să vă satisfacă, având în vedere calitatea superioară a furniturii și confecționarea desăvârșită a produselor însăși.

Dorim din toată inima ca relațiile noastre de afaceri să continue sub cele mai bune auspicii.

Cu cele mai calde salutări,

Ref.: **Reclamația nr. ... din...**

Stimați domni,

Ca răspuns la scrisoarea Dvs. din..., ne permitem să vă reamintim că livrarea lotului de jucării a fost efectuată într-un ambalaj ireproșabil.

De aceea declinăm orice responsabilitate pentru stricăciunile pe care ni le semnalăți. Vă sfătuim să vă adresați expeditorului care vă v-a despăgubi fără îndoială.

În caz contrar, puteți să solicitați o expertiză și să aduceți chestiunea în fața unui tribunal competent.

Sperăm că acest incident supărător nu va aduce prejudicii relațiilor noastre comerciale.

Cu stimă,

Ref.: ***Reclamația nr. ... din...***

Stimate domnule...,

Spre marele nostru regret, ne-am aflat până astăzi în imposibilitatea de a achita factura Dumneavoastră din..., în valoare de... Mai așteptăm, zilnic, de la clienții noștri achitarea mai multor facturi scadente.

Vă rugăm să acceptați, cu titlul de acont, un cec pentru jumătate din valoarea facturii. V-am fi foarte recunoscători, dacă ați putea să reeșalonăți plata sumei restante până la finalul anului curent.

Suntem siguri că vom putea onora angajamentele noastre până la sfârșitul anului, deoarece mai multe comenzi importante vor deveni scadente în următoarele luni.

Sperăm că veți arăta înțelegere pentru situația noastră și vă mulțumim pentru amabilitatea Dumneavoastră.

Cu stimă,

Ref.: ***Reclamația nr. ... din...***

Stimați Domni,

Confirmăm primirea scrisorii Dumneavoastră din... și suntem dezolați că a fost necesar să solicitați, în mai multe rânduri, achitarea facturii Dumneavoastră.

Falimentul neașteptat al unuia dintre clienții noștri, precum și o scădere temporară a volumului afacerilor, ne-au creat un prejudiciu considerabil.

Vă expediem un cec în valoare de... pentru achitarea facturii Dumneavoastră.

Vă mulțumim pentru înțelegere și vă rugăm să ne scuzați pentru întârzierea plății.

Cu cele mai cordiale salutări,



Glosar tematic

Admonesta(a), admonestez – A mustra cu severitate (în calitate oficială); a dojeni aspru (pe un subaltern). – Din fr. **admonester**.

arbitraj, arbitraje – (Aici) Soluționare a unui litigiu de către un arbitru. – Din fr. **arbitrage**.

auspiciu, auspicii – 1. (În antichitatea romană). Prevestire făcută de auguri (preoți cărora li se atribuia facultatea de a prezice viitorul sau de a interpreta voința zeilor); Expr.: *Sub cele mai bune auspicii* = în împrejurări extrem de favorabile. 2. (În expr.). *Sub auspiciile cuiva* = sub patronajul, sub protecția cuiva. – Din lat. **auspicium, auspice**.

comis-voiajor, comis-voiajori – Persoană care se ocupă cu mijlocirea vânzărilor de mărfuri, deplasându-se în diverse locuri în căutarea unor beneficiari.

declin, declinuri – (Aici) Perioadă de trecere de la avânt și prosperitate la reducere continuă a producției și comerțului. (Declin economic). – Din fr. **déclin**.

dezola(a), dezolez – 1. A încrucișat, a mâhni profund; 2. A supune unei degresiuni, a deprima. – Din fr. **desoler**.

eşalona(a), eşalonez – (fin.) A fixa din timp datele succesive de efectuare a unor operații financiare. (*A eşalona plătile*). – Din fr. **échelonner**.

reclamant, reclamanți; – Persoană care face o reclamație. 2. Persoană care se adresează justiției pentru a i se recunoaște un drept, pentru a obține restituirea unei pagube etc. – Din fr. **reclamant**.

reclamat, reclamați, -tă, -te – 1. Persoană care este învinuită de unele prejudicii provocate cuiva. 2. (jur.). Persoană care este învinuită de o infracțiune fiind chemată în judecată; părât.

reeşalona(a), reeşalonez – A eşalona din nou o datorie scadentă, stabilind un nou termen pentru plata ei.

reşapa(a), reşapez – A reconstrui banda de rulare a unei anvelope uzate prin adăugarea unui nou strat de cauciuc pe pânză. – Din fr. **rechaper**.

taxa(a), taxez – 1. A supune unei taxe; a fixa o sumă determinată (ca taxă, impozit, preț). 2. (fig.) A include pe cineva, într-o anumită categorie; a considera drept... – Din fr. **taxer**, lat. **taxare**.

vogă – Interes viu, dar trecător, provocat de o întâmplare, de o persoană, de o tendință în modă etc.; renume, modă. Din fr. **vogue**.

? Probleme supuse discuției

1. Care credeți că este una din cele mai valoroase calități ale scrisorii de răspuns la reclamație?
2. Cum poate fi taxat un astfel de răspuns la o reclamație: „*Nu credem că ați avut probleme din cauza noastră. Vindem aceste produse cu succes de mai mulți ani și nu am mai avut plângeri până acum. Defecțiunile relatate de Dvs. sunt complet de neînțeles pentru noi*”.
3. Ce înseamnă a scrie o scrisoare-remediere din punctul de vedere al clientului?
4. Care este modul de rezolvare a unei reclamații?
5. Relevați eventualele paragrafe ale unei reclamații a) *fondate*; și b) *nefondate*.



Exerciții și situații de caz

1. a) Să se completeze paragrafele care lipsesc în această scrisoare-reclamație:
„*Am cercetat chestiunea împreună cu serviciul nostru de ambalare și s-a constatat că sticla a fost ambalată adevarat. Din acest punct de vedere, nu a ieșit la iveală nici un motiv care ar fi provocat deteriorarea. Putem trage doar concluzia că, în timpul transportării, marfa a fost manevrată excesiv de brutal.*”
2. Scrieți răspuns la o reclamație fondată cu obiectul „**Livrare de cărți deteriorate**” din cauza ambalării inadecvate. În urma acestei deteriorări, rezultă o diminuare a valorii pe care clientul o estimează la 30%. Pentru a evita cheltuielile necesare pentru o returnare a cărților, cumpărătorul propune acordarea unei reduceri de X%.

3. Redactați răspunsul la o reclamație care se referă la livrarea insuficientă de lămpi: „*În loc de 150 lămpi de birou de tip LUMEN, au fost expediate doar 100 de lămpi.*”
4. Redactați o remediere conform scenariului: **Clientul**: este pus în încurcătura de întârzirea la livrare. Solicită trimiterea imediată a pieselor de tehnică de calcul. El amenință să anuleze comanda, în caz de nelivrare în termenele convenite. **Furnizorul**: motivează întârzirea prin nelivrarea la timp din Italia a unor piese pentru aparatele solicitate. El promite că marfa va parveni în trei zile prin colet expres cu transport plătit.
5. Redactați o remediere, dată fiind situația: *Clientul răspunde la a treia somație a furnizorului privind neachitarea la timp a facturii.*
6. Scrieți răspunsul la o reclamație pentru o eroare de facturare: „*Vânzătorul îi debitează 50 de mese de birou modelul A 211 la ... lei, în timp ce clientul le-a cumpărat cu... lei, conform formularului de comandă remis de comis-voiajorul firmei. Firma a mai omis scontul obișnuit de 3%.*”
7. Redactați o remediere la reclamația în care clientul nu este de acord cu prețurile înregistrate în factură, deoarece acestea nu corespund celor prezентate în catalog, drept care vânzările mărfurilor vor scădea.



CAPITOLUL X

CORESPONDENȚA PRECONTRACTUALĂ

În epoca multimedială, consumatorii se văd confruntați cu o ofertă de mărfuri și prestări servicii tot mai mare și tot mai greu de urmărit, în care produsele și serviciile individuale abia dacă se mai deosebesc între ele pe baza argumentelor faptice care, în cele mai dese cazuri, sunt exagerate peste măsură sau chiar falsificate. De aceea o firmă care vinde produse achiziționate de la un partener, înainte de a contracta cu unitatea în cauză, înainte de a investi capital într-o afacere ori de a lua o decizie în privința pieței, trebuie să se informeze asupra situației furnizorului, asupra stării financiare a unității economice, a calității produselor oferite de ea etc. Dacă se culeg date false sau dacă se folosesc metode greșite de cercetare a situației furnizorilor, se ajunge la o orientare greșită a întreprinderilor față de piață și, astfel, la insucces.

Sursele din interiorul firmei pot servi materialele statistice referitoare la desfacere și la contravaloarea acesteia, informațiile despre produse sau despre prețuri. Drept date din exterior pot servi statisticile oficiale, informațiile provenind de la asociațiile economice, din publicațiile firmei, din presă sau de la partenerii acesteia.

Aceste informații se adună cu ajutorul corespondenței precontractuale: *solicitări de referințe, cereri de ofertă prin care se solicită eșantioane, prospete etc.*

□ 10.1. Solicitare de referințe

În corespondența precontractuală, solicitarea de referințe presupune un tip de scrisoare care precede adesea alte scrisori (de ex., cererea de ofertă) ce pregătesc încheierea unei tranzacții.

Înainte de a înregistra o comandă importantă de la un client nou, furnizorul/producătorul (sau cumpărătorul) se informează despre reputația și situația financiară a potențialului partener. El scrie unei agenții de informații comerciale, unei firme citate drept referință de

către noul client sau cere băncii sale să se informeze la banca cumpărătorului sau a furnizorului (în funcție de caz). Informațiile vor viza profiturile întreprinderii, capitalul, cifra de afaceri, onestitatea personalului, filialele din țară și din străinătate, calitatea serviciilor și/sau a produselor etc.

Solicitarea de referințe este o scrisoare personală adresată unui destinatar concret. Pe o astfel de scrisoare nu vor lipsi mențiunile antetului, adresa destinatarului și formula completă de adresare: cu titlurile și numele adresantului. În afară de mențiunile obligatorii, pe scrisorile de acest gen, deseori se evidențiază și mențiunile ocazionale: „*Confidențial*”, „*Strict confidențial*”, plasate deasupra adresei destinatarului.

În cele mai dese cazuri, textul solicitării de referințe conține următoarea structură:

- *Formula de adresare;*
- *Textul scrisorii:*
 - Motivarea solicitării informațiilor despre firmă: mențiunea asupra unității economice despre care se cer referințe (denumirea sau anexa unui document/scrisoare privind unitatea în cauză; scopul întreprinderii care solicită);
 - Temeiul mențiunii (a desfășurat afaceri mulți ani cu unitatea în cauză, o cunoaște din anumite situații etc.);
 - Solicitarea informațiilor asupra societății / firmei respective (despre cifra de afaceri, starea financiară, capacitatea de plată, reputația, solvabilitatea, practicile comerciale etc.);
 - Asigurarea confidențialității informațiilor.
- *Formula de salut / de mulțumire*

Vrem să menționăm că primele trei paragrafe pot fi comasate într-unul sau două sau le pot fi schimbatе locurile.

În cele ce urmează, vom prezenta mai multe expresii uzuale privind redactarea unei atare scrisori.

10.1.1. Formule privind motivarea (cauza) solicitării de referințe despre firma respectivă

- Numele Dvs. ne-a fost dat de firma... de referință. Întrucât nu am avut până în prezent afaceri cu dumnealor, vă vom fi foarte îndatorată, dacă ne veți trimite unele informații referitoare la situația lor financiară...
- Firma... din orașul Dvs., de la care am primit o comandă de aproximativ..., ne-a îndrumat spre Dvs.
- Am dori să intrăm în contact (în relații) cu casa de comerț, (societatea, compania etc.), cu care Dvs., după cum știm, mențineți relații de afaceri deja de patru ani.
- Firma menționată în pagina anexată ne-a emis astăzi o comandă pentru mărfuri în valoare de ...lei, cu temei de plată de 8 săptămâni.
- Firma Dvs. ne-a fost nominalizată drept referință. Deoarece Dvs., de mulți ani, desfășurați afaceri cu firma menționată...
- Firma menționată în fișa anexată a solicitat comenzi exclusive a produselor noastre de ... și v-a menționat pe Dvs. cu titlu de referință.
- Compania, ale cărei date le veți găsi în fișa alăturată, tocmai ne-a transmis o comandă de... lei.
- Firma menționată alăturat a citat banca Dvs. drept referință.
- Am dori să ne oferiți câteva informații privind importanța, reputația, solvabilitatea și practicile comerciale ale firmei respective.
- Întrucât nu avem relații cu această societate, v-am fi recunoscători, dacă ne-ați oferi, cât mai curând posibil, informațiile pe care le dețineți asupra imaginii respectivei societăți.
- Vă rugăm să ne informați dacă prezintă garanții pentru un asemenea credit.
- Orice alte detalii pe care ni le-ați putea da, le vom primi cu recunoștință.
- Dat fiind faptul că pentru prima dată avem ocazia de a încheia o afacere cu firma..., am dori să obținem informații referitor la solvabilitatea acesteia.

- Considerând că solvabilitatea acestei firme vă este cunoscută, am dori să řtim dacă putem să-i oferim, fără probleme, un credit de... lei.

10.1.2. Formule privind asigurarea confidențialității informațiilor solicitate

- Este de la sine înțeles că puteți conta pe totala noastră discreție.
- Bineînțeles, informațiile pe care veți avea placere să ni le oferiți, vor rămâne absolut confidențiale.
- Vă rugăm să acceptați anticipat mulțumirile noastre, precum și asigurarea în legătură cu cea mai desăvârșită discrepanță.
- Vă puteți baza cu certitudine pe faptul că vom trata informațiile Dvs. ca strict confidențiale.
- E de la sine înțeles că informațiile Dvs. vor fi folosite de noi strict confidențial și fără răspundere din partea Dvs.
- Vă mulțumim pentru efort și vă asigurăm că vom trata informațiile Dvs. cu cea mai mare discrepanță.

□ 10.2. Scrisoare de răspuns la solicitarea de referințe

Scrisoarea de răspuns la solicitarea de referințe poate cuprinde referiri la starea financiară a unei companii sau anunță expedierea materialului solicitat. În funcție de gradul de onorabilitate a unității economice respective, răspunsul poate fi: *favorabil* (pentru firma care se bucură de o reputație bună în domeniul comercial); *evaziv* (când solvabilitatea firmei este dubioasă sau situația economică creată îi limitează posibilitățile de activitate); *defavorabil* (când firma în cauză a adus prejudicii cuiva în timpul desfășurării relațiilor comerciale); *total nefavorabil* (când competența și onorabilitatea firmei respective sunt foarte proaste, iar activitatea ei a avut un declin rapid).

Scrisoarea de răspuns trebuie redactată cât mai scurt, relansându-se numai informații adevărate și verificabile. Pot fi utilizate date statistice referitoare la activitatea firmei, la constituirea ei, la numărul de angajați, la evoluția acesteia în ultimii 2-3 ani (cifra de afaceri, câștigul), la capacitatea de plată, modul de solvabilitate, la

onorabilitatea și competența angajaților etc. Textul scrisorii trebuie să conțină cel mult 3-4 paragrafe:

- referirea la scrisoarea destinatarului;
- prezentarea datelor și a informațiilor solicitate despre unitatea respectivă;
- expunerea părerii affirmative sau defavorabile privind eficacitatea relațiilor cu firma în cauză;
- formula de încheiere.

Notă: Atunci când scrisoarea este confidențială, numele firmei nu se indică în textul scrisorii, ci pe o foaie anexată. Scopul acestei tratări este de a nu divulga numele ei, dacă scrisoarea ar putea fi citită și de alțineva.

Prezentăm, în continuare, câteva formule pentru toate tipurile de răspunsuri.

10.2.1. Răspuns favorabil

- *Ca răspuns la solicitarea Dvs. de informații din... cu referire la firma menționată, dorim să vă informăm că firma în cauză se bucură de un excelent renume în comerț;*
- *Ca răspuns la solicitarea Dvs. de informații din..., vă rugăm să luați notă că firma despre care vă interesați are o bază solidă;*
- *Conform informațiilor primite de la surse de încredere, firma pare să desfășoare tranzacții profitabile;*
- *Nu există motive să nu le acordați creditul solicitat;*
- *Întotdeauna am fost satisfacuți de metodele de plată ale firmei;*
- *Credem că puteți trata fără riscuri cu Casa de Comerț (compania/firma)...*
- *Deși operează cu un capital modest, Casa de Comerț (firma, întreprinderea) ... se bucură de încredere generală. După părerea noastră, nu vă asumați nici un risc colaborând cu această firmă;*
- *Firma este angajată în afaceri considerabile, al căror quantum este în deplină creștere;*
- *Firma ... este considerată un partener de încredere.*
- *Firma... și-a onorat până în prezent plățile cu cea mai mare regularitate;*

- Suntem convinși că Dvs. ați găsit în această firmă un partener de afaceri serios;
- Din aceste motive (enumerate...), suntem de părere că i se poate acorda, fără rezerve, o reeșalonare de plată, precum și a solicitat.

10.2.2. Răspuns evaziv

- Situația firmei... este greu de apreciat, astfel că, spre regretul nostru, nu vă putem furniza toate informațiile solicitate.
- Nu ne putem pronunța dacă se poate conta sau nu pe această firmă ca reprezentant.
- Firma există de prea puțin timp pentru a ne permite să vă furnizăm informații precise.
- În ceea ce privește mărimea creditului, noi am ezita să-i acordăm întreaga sumă.
- Nu avem cunoștințe sigure privind situația financiară reală a firmei.
- Este o firmă cu reputație, dar mijloacele sale nu justifică acordarea unui credit de mărimea celui menționat.
- Firma e solvabilă, dar noi nu am fi dispuși să-i acordăm un credit de această valoare, întrucât o mare parte a capitalului ei e blocat.
- Pe cât putem aprecia, un credit de... reprezintă un risc prea mare.
- Înținând cont de starea actuală defavorabilă a pieței, a intra în afaceri cu ei este o problemă care rămâne la discreția Dumneavoastră.

10.2.3. Răspuns defavorabil

- În circumstanțele date, personal, am fi încinați să fim precauți în orice tranzacție comercială.
- De câțiva timp, încrederea în compania... scade tot mai mult.
- Credem că este de datoria noastră să vă recomandăm de a fi prudenți în relațiile pe care le aveți cu această firmă.
- Multe obligații angajate de această firmă nu au putut fi respectate.

- Unele elemente privind calitatea tranzacțiilor comerciale pun la îndoială onorabilitatea sau competența firmei: comerțuri controversate, mărfuri refuzate pentru execuție proastă.
- Pentru această firmă, există riscul unui faliment iminent.
- Am întrerupt orice relații cu această firmă, din cauza prejudiciilor aduse nouă, care, nici până în prezent, n-au fost acoperite.
- Ne îndoim, deci, că firma numită de Dvs. ar fi potrivită pentru a deveni unic reprezentant în Moldova și nu putem decât să vă deconsiliem alegerea ei.
- Experiența noastră cu această societate este defavorabilă. Conducerea ei s-a dovedit a nu fi de nădejde ...

10.2.4. Formule de încheiere a scrisorii

- Sperăm că prin aceste informații să vă fi fost de folos.
- Vă comunicăm aceste informații cu titlu confidențial și fără nici un angajament din partea noastră/și fără responsabilitate.
- Aceste informații sunt date, desigur, fără vreo răspundere din partea noastră.
- Vă rugăm, după cum e ușor de înțeles, să păstrați cea mai mare discreție.
- Vă rugăm să tratați aceste informații cu cea mai mare confidențialitate.



Modele de solicitări de referințe și răspunsuri la ele (conform scenariilor de mai jos)

1. Scenariu: O firmă solicită unei alte firme informații confidențiale privitoare la cifra de afaceri, la starea financiară și capacitatea de plată a firmei respective. Răspunsul este favorabil.

Ref.: **Informații**

Stimate Domnule X,

Confidențial

Firma menționată în fișă anexată ne-a emis, astăzi, o primă comandă pentru mărfuri în valoare de 2500000 lei, cu termen de plată de 10 săptămâni.

Deoarece Dvs. de mulți ani desfășurați, în mod regulat, afaceri cu firma menționată, ne-ați fost nominalizați drept referință.

V-am fi foarte recunoscători, dacă ne-ați putea oferi o informație cât mai exactă despre cifra de afaceri, starea financiară și capacitatea de plată a acestei firme.

Datele Dvs. vor fi, bineînțeles, tratate cu cea mai mare confidențialitate.

Pentru amabilitatea Dvs., vă mulțumim anticipat.

Cu stimă,

Răspuns:

Ref.: **Referințe**

Stimate Domnule X,

Confidențial

Firma despre care doriți informații ne este cunoscută de 8 ani ca un partener de afaceri de încredere. Firma a fost înființată în 1990 în calitate de S.A. și are 400 de angajați.

Societatea a putut să-și mărească volumul de export, în ultimii 3 ani, de la 23% la 40%, din căte stim noi. În măsura în care putem aprecia acest lucru, cifra de afaceri și câștigul acesteia au crescut în ultimii ani.

Privitor la capacitatea de plată, nu avem informații care i-ar dezavantaja. Suntem convinși că Dvs. veți găsi în această firmă un partener de afaceri serios.

Sperăm că prin aceste informații să vă fi fost de folos.

Cu deosebită stimă,

2. Scenariu: O firmă cere referințe de la o altă firmă privitor la importanța și reputația unui potențial client. Răspunsul este defavorabil.

Ref.: ***Informații***

Stimată Doamnă X,

Confidențial

Firma menționată în fișa anexată a solicitat reprezentarea exclusivă pentru produsele noastre de înfrumusețare în Moldova și v-a menționat pe Dvs. cu titlu de referință.

Înainte de a încredința firmei amintite dreptul de reprezentare exclusivă, am dori să ne oferiți câteva informații privitoare la importanța, reputația, solvabilitatea și practicile comerciale ale societății respective.

Vă mulțumim pentru efort și vă asigurăm că vom trata informațiile Dvs. cu cea mai mare discreție.

Cu stimă,

Răspuns:

Stimate Domnule X, *Strict confidential*

Ca urmare a cererii Dvs. din data de 10.02.2002, ținem să vă facem cunoscut că, din păcate, experiența noastră cu această firmă este defavorabilă. Conducerea firmei s-a dovedit a nu fi de încredere. A solicitat de mai multe ori decalarea plășilor, mai având încă de achitat două facturi.

Ne îndoim deci că firma numită de Dvs. ar fi potrivită pentru a deveni unic reprezentant în Moldova și nu putem decât să vă deconziliem alegerea ei.

Ne pare rău că nu putem să vă oferim informații favorabile și vă rugăm, după cum e ușor de înțeles, să păstrați cea mai mare discreție.

Salutări cordiale,

3. Scenariu: O firmă „X” solicită informații de la o bancă privind situația financiară și solvabilitatea firmei “Y”. Răspunsul este evaziv.

Ref.: **Informații**

Stimate Domnule Director X,

Strict confidențial

Firma menționată în fișa alăturată a citat banca Dvs. drept referință.

În momentul de față, ducem tratative cu această firmă pentru o comandă în valoare de 500000 lei. Deoarece firma solicită o scadență de 3 luni, ne-am permis să vă solicităm informații referitoare la situația financiară și la solvabilitatea ei.

Fiți siguri, vom trata aceste informații cu cea mai mare confidențialitate.

Vă mulțumim pentru efortul Dvs.

Cu toată stima,

Răspuns:

Ref: **Cererea de informații din 22.05.2002**

Stimate Domnule...,

Confidențial

Cu privire la cererea Dvs. din data de 22.05.2002, suntem în măsură să vă comunicăm următoarele informații privitoare la firma respectivă.

Firma X este o societate pe acțiuni cu un capital de 4 mil. lei și are 100 de angajați. Ea dispune de o importantă clientelă. Cu toate acestea, având nevoie de credite importante – deoarece în ultimii ani și-a extins activitatea – a fost obligată să contracteze în banca noastră angajamente serioase, ipotecându-și chiar unele din imobile.

Până acum și-a efectuat regulat plățile, dar totuși cu unele mici întârzieri (5-10 zile). Din aceste motive, suntem de părere că inițierea cu ea a unei afaceri este o problemă care rămâne la discreția Dvs.

Confidențial și fără responsabilitate.

Cu deosebită stimă,



Glosar tematic

Controversa(a), controversez – A discuta în contradictoriu asupra unei probleme de principiu. Din fr. **controverser**, lat. **controversare**.

quantum, quantumuri – Cantitate, sumă (neprecizată) la care se urcă o cheltuială, un credit etc. Din lat. **quantum**.

decalare, decalări – Distanțare în spațiu sau în timp a unui obiect în raport cu ceva stabilit inițial; rămânere în urmă; nepotrivire, dezacord între situații, evenimente, concepții etc. Din fr. **decaler**.

deconsilia, deconsiliez – A sfătuî pe cineva să nu facă un anumit lucru. Din fr. **déconseiller**.

onorabilitate – Calitatea de a fi onorabil; cinste. – Din fr. **honorabilité**.

solidă – (Aici): (firmă solidă). Care este temeinică, serioasă sau mare. Din fr. **solide**, lat. **solidus**.

solvabil, -ă, solvabili, -e. – Care dispune de suficiente mijloace bănești sau bunuri pentru a-și îndeplini la termen obligațiile; care plătește prompt; bun de plată. Din fr. **solvable**.

? Probleme supuse discuției

1. În ce situații se redactează scrisorile precontractuale?
2. Pentru care din tipurile de scrisori precontractuale veți folosi mențiunile: „Confidential”, „Strict confidential”?
3. De ce trebuie să țineți cont la întocmirea unei scrisori cu răspuns evaziv sau nefavorabil?
4. Dacă ați solicita referințe despre o firmă de la doi parteneri ai acesteia și ați primi un răspuns favorabil, cum ați proceda ulterior?
5. Enumerați tipurile de informații eventuale pe care le-ați solicitat despre o firmă.



Exerciții și studii de caz

1. Introduceți în contexte îmbinările lexicale: *a fi solvabil; firmă solidă financiar; a cita ca referință; a lua referințe...; a solicita o amânare a...; onorabilitate a firmei; a deconsilia colaborarea; a lua notă; decalare a plășilor; declin al firmei; a furniza informații.*
2. Redactați câte cinci formule (în afară de cele examinate mai sus) care să exprime:
 - motivarea și cauza solicitării informațiilor despre o firmă;
 - solicitarea nemijlocită a informațiilor despre un client;
 - răspuns favorabil la o solicitare de informații;
 - răspuns nefavorabil la o cerere de referințe;
 - răspuns evaziv la cerere de referințe.
3. Continuați formulele astfel, încât acestea să se refere la solicitări de referințe:
 - *Deși operează cu un capital destul de redus,...*
 - *Nu ne putem pronunța, dacă...*
 - *Firma există de prea puțin timp...*
 - *Situatia firmei este greu de apreciat, aşa că...*
 - *Unele activități pun la îndoială...*
 - *Întrucât nu avem relații cu această firmă,...*

- *Cu părere de rău, această firmă...*
 - *Cum nu avem nici un motiv să ne plângem de,...*
 - *Este o firmă cu reputație, dar...*
4. Întocmiți o solicitare de referințe și o scrisoare de răspuns favorabil la aceasta conform scenariului: „*O firmă o consultă pe alta pentru a-i cere informații confidențiale despre solvabilitatea unuia dintre clienții ei.*”
5. Redactați o scrisoare în care se solicită informații despre o firmă (cu un obiect arbitrar) și două răspunsuri conform scenariilor:
- Din cauza propriilor experiențe nereușite, o firmă deconsiliază colaborarea cu unul dintre clienții săi.*
 - Tinând cont de unele situații ale activității firmei (situația pieței, mediul economic), o altă firmă dă un răspuns evaziv la cerere.*
6. Dați un răspuns defavorabil la următoarea scrisoare:

Confidențial



Ref.: **Informații**

Stimate Domnule ...,

Firma „...” din orașul Dvs., de la care am primit o comandă de aproximativ..., ne-a recomandat pe Dvs.

Considerând că solvabilitatea acestei firme vă este absolut cunoscută, deoarece, după cum știm, Dumneavoastră aveți relații de afaceri cu ea de 6 ani, v-am rugă să ne furnizați informații referitoare la imaginea acestei firme și anume: *onorabilitatea, reputația, solvabilitatea și relațiile comerciale desfășurate.*

Orice alte detalii pe care ni le-ați putea oferi, vor fi primite cu recunoștință. Vă asigurăm că puteți conta pe totala noastră discreție.

Cu stimă,



CAPITOLUL XI

CORESPONDENȚA CONTRACTUALĂ

11.1. Redactarea contractelor de operațiuni comerciale

După ce a fost selectată agenția cu / la care va lucra, partenerul / clientul / angajatul va încheia cu ea un contract de colaborare între client – agenție. Un astfel de act stipulează și prevede orice problemă care ar putea afecta interesele părților. De asemenea, contractul este documentul care arbitrează atunci când apar nemulțumiri sau neînțelegeri între partenerii de afaceri.

Așadar, **contractul** este un acord (act, înscris, convenție), ca urmare a înțelegerii între două sau mai multe persoane (fizice sau juridice), pentru crearea, modificarea sau stingerea unor drepturi și obligații în relațiile dintre ele.

Contractele sunt negociate și ratificate pentru a fi respectate. Ele protejează părțile, reducând riscurile ambilor parteneri. A nu respecta un contract înseamnă deja a pierde o parte din credibilitate. Partenerii devin mai reticenți, mai prudenti. Riscul nerespectării contractului nu se rezumă niciodată doar la plata unor penalități și daune. Ele implică imaginea, reputația și credibilitatea care „costă” bani mulți pentru a fi refăcute.

Corespondența contractuală se caracterizează printr-un stil specific, determinat de natura și obiectul contractului, de cultura și naționalitatea partenerului etc. De exemplu, un contract internațional va fi întocmit în limba de stat a țării partenerului sau în ambele limbi.

Deși contractele, de orice gen ar fi (de operațiuni comerciale, de muncă, individuale sau colective), se întocmesc conform aceleiași scheme, în ceea ce privește conținutul, foarte rar se aseamănă unul cu altul.

Contractul *de vânzare-cumpărare* a unui produs este acordul de vînță dintre doi parteneri, având sediile în același stat sau în state diferite (dacă este vorba de tranzacții internaționale), prin care una din părți se obligă să transfere celeilalte părți proprietatea asupra unui bun (marfa asupra căreia poartă obligațiile contractuale) contra unei plăți.

În funcție de obiectul operațiunii comerciale, contractele pot fi: *de executare de lucrări, de depozit, de reprezentare comercială, de transport, de expediții internaționale, de turism etc.*

O mențiune specială trebuie făcută în legătură cu tehniciile moderne de contractare comercială internațională – *leasing, vânzare*

de licențe, franchising, vânzare de know-how, consulting-engineering etc.

Contractele comerciale se încheie și se modifică, de regulă, în formă scrisă, cu respectarea condițiilor pentru validitatea convențiilor.

Din punct de vedere juridic, obiectul unui contract este constituit din ansamblul obligațiilor pe care părțile și le asumă prin acordul lor. Obiectul contractului comercial desemnează marfa asupra căreia poartă obligațiile partenerii. *Negocierea obiectului* contractului constă în identificarea mărfii, prin determinarea cantității, calității, ambalajului și mărcii, precum și în precizarea obligațiilor partenerilor în legătură cu marfa.

Astfel, conținutul unui atare contract trebuie să cuprindă:

11.1.1. Denumirea mărfii, care constituie obiectul contractului. Ea trebuie stabilită astfel, încât să evite orice posibilitate de înțelegere greșită. În cazul bunurilor fungibile, datorită calității omogene care face posibilă înlocuirea unui lot de marfă cu altul, este suficientă înregistrarea denumirii complete și a tipului de marfă, conform uzanțelor comerciale interne sau internaționale.

Pentru bunurile nefungibile și servicii este necesară enumerarea elementelor care contribuie la individualizarea produsului sau prestării de servicii: descrierea exactă, tehnologia de fabricare, caracteristicile tehnice relevante, referirea la catalog, la prospect, la norme tehnice, la mostră, eșantion, la marcă de fabrică etc.

11.1.2. Cantitatea mărfii se determină prin folosirea unităților de măsură, în funcție de uzanțele cu privire la măsuri și greutăți de pe piața clientului. De asemenea, în contract trebuie să se prevadă documentul care să ateste ce cantitate a expediat furnizorul. Cantitatea mărfii se stabilește, de obicei, la locul în care se face expedierea mărfii, dar părțile pot să cadă de acord ca stabilirea acesteia să se facă la locul de destinație, mai ales dacă la locul de expediere nu există instalațiile necesare. De asemenea, se poate conveni să aibă loc o dublă stabilire a cantității: una - la locul de expediere, alta - la cel de destinație, această variantă fiind preferată în situația în care, în termenul transportării, nu există certitudinea conservării cantitative a mărfii.

În cazurile în care nu se poate determina exact, de la început, cantitatea mărfii, fie datorită caracteristicilor pe care marfa respectivă le are, fie din cauza mijloacelor de transport, aceasta se înscrie în contract cu o anumită aproximație, indicându-se toleranța admisibilă de măsură specifică și / sau în procente.

La stabilirea greutății unor mărfuri, se ține seama de caracteristicile tehnice care definesc greutatea totală fizică și greutatea substanței efective. De exemplu, pentru cereale, bumbac, fibre, lână, minereuri, trebuie precizat procentul de umiditate; pentru îngrășăminte chimice, este necesar să fie indicată concentrația în substanță utilă etc.

11.1.3. *Calitatea mărfii.* Descrierea calității mărfii se face prin indicarea, în mod detaliat, a mai multor caracteristici tehnice ale mărfii sau ale rezultatelor prestației de servicii. Pentru mașini, utilaje și echipamente, se face, în mod obișnuit, o descriere amănunțită în anexele contractului, fiind menționată parametrii tehnico-cantitativi: capacitatea de producție, durata de funcționare, randamentul, consumurile specifice etc.

- *Mostra* poate fi o parte care prezintă marfa pusă la dispoziția cumpărătorului. Marfa livrată trebuie să corespundă mostrei - concordanță care, în caz de contestație, poate fi determinată prin expertiză. De regulă, un exemplar din mostrele acceptate se depune pentru păstrare la trete persoane, care pot fi: camere de comerț, asociații ale comercianților, agenții de bursă, comisii de arbitraj etc. (când este vorba de tranzacții internaționale). La livrarea mărfuii, mostra joacă rolul de probă pentru verificarea îndeplinirii obligației contractuale cu privire la calitate.
- În contract, *calitatea* mărfii poate fi indicată cu o noțiune abstractă, căreia trebuie să-i corespundă marfa ce urmează să fie livrată. Tipurile de marfă pot fi definite în contract și prin standarde, care, în unele cazuri, au devenit internaționale. În acest sens, menționăm existența organizației „*International Standardisation Organization*” (I.S.O.), care face recomandări organizațiilor naționale de standardizare în acest domeniu de activitate. Corespunzând acestor standarde, măfurile pot fi comercializate cu mențiunea calitativă „*I.S.O.*”.

- *Calitatea* mărfii poate fi înregistrată în contract prin indicarea mărcii de fabrică, a celei de comerț sau de serviciu. *Marca de fabrică* sau *de comerț* permite individualizarea unui produs, identificarea calitativă a lui dintr-o gamă de produse similare, care pot satisface aceeași necesitate; *marca de serviciu* atestă calitățile și competența firmelor specializate în acest scop.
- În unele contracte, în articolele privind calitatea mărfii, apare clauza „*văzut și plăcut*”, ceea ce înseamnă că cumpărătorul a văzut marfa înaintea încheierii contractului, acceptând calitatea ei, fără o descriere tehnică.

Clauza „*după încercare*” presupune că încheierea contractului este condiționată de acceptarea calității de către cumpărător, care trebuie să se pronunțe într-un timp limitat – ore sau zile – potrivit naturii mărfii și a uzanțelor sau a prevederilor contractuale.

Notă: *Dacă cumpărătorul nu acceptă calitatea mărfii, contractul se consideră reziliat.* Această variantă este mai frecvent utilizată în comerțul cu mașini, cu aparate, cu automobile etc., încercarea fiind prevăzută, de obicei, pentru perioada de garanție convenită. Vânzătorul se angajează să înlocuiască piesele defecte și să aducă îmbunătățirile necesare din contul său.

- În contractele pentru tranzacții internaționale, pentru determinarea calității mărfii, se folosesc clauze consacrate, exprimate prin formule de genul:
 - „*Tel quel*”, care înseamnă că cumpărătorul acceptă marfa “așa cum este”, fără a o vedea. Metoda este practicată, în special, în comerțul mondial cu produse agricole, cu minereuri, la comercializarea mărfurilor la care, ținându-se cont de locul de origine a lor, nu pot interveni modificări mari în calitate.
 - „*Sound delivered (S.D.)*” – „*Marfă sănătoasă la descărcare*” – este clauza care indică faptul că importatorul nu va accepta marfa decât dacă aceasta sosește la destinație intactă, fără degradări calitative.
 - Clauza „*Rus terms (R.T.)*” – „*Comerțul cu secară*”, obligă cumpărătorul să accepte marfa chiar dacă sosește la destinație cu unele deficiențe. În acest caz, exportatorul trebuie să ofere o bonificație la preț, indicat în contract;

Se consideră că vânzătorul nu și-a îndeplinit obligația de a livra marfa în următoarele situații, care, la fel, se stipulează în contract:

- când a remis o cantitate în plus sau în minus față de cea stipulată;
- dacă a livrat altă marfă decât cea prevăzută în contract sau un produs de altă specie, un produs neconform cu mostra, cu modelul trimis cumpărătorului, cu excepția cazului în care acestea au fost prezentate cu titlu indicativ;
- în cazul în care marfa nu posedă calitățile necesare pentru utilizarea comercială;
- când a fost remisă o marfă care nu posedă calitățile și particularitățile prevăzute în mod expres sau tacit în contract.

Contractul trebuie să prevadă și clauza care prevede modul de constatare a deficiențelor și termenul de înștiințare a vânzătorului despre acestea.

Cumpărătorul pierde dreptul de a beneficia de despăgubiri, dacă nu-l înștiințează pe vânzător de cele constatate într-un termen bine stabilit, de obicei cât mai scurt, începând cu data în care a efectuat sau ar fi trebuit să efectueze examinarea. Dacă a reclamat la timp deficiențele constatate, cumpărătorul poate să pretindă: executarea în continuare a contractului, reducerea prețului, plata unor penalități, rezilierea acestuia etc.

11.1.4. Tipul și prețul ambalajului

În contract trebuie menționat, în mod expres, tipul ambalajului. Dacă, anticipat, vânzătorul și cumpărătorul nu se înțeleg asupra ambalajului, vânzătorul este obligat, conform normelor generale de livrare, să predea marfa cumpărătorului într-un *ambalaj ușual pentru transportare*.

În contractul de vânzare-cumpărare sunt necesare precizări în legătură cu faptul că ambalajul trece în proprietatea cumpărătorului, rămâne în cea a vânzătorului sau doar se împrumută acestuia.

În ceea ce privește prețul ambalajului, se stipulează, cel mai adesea, una din următoarele clauze:

- „*neto*” - vânzătorul nu pretinde nimic pentru ambalaj, costul acestuia fiind cuprins în prețul mărfuii;

- „*neto plus ambalajul*” – vânzătorul calculează separat costul ambalajului;
- „*bruto per neto*” – ambalajul este calculat la prețul unitar al mărfii.

11.1.5. Marcarea ambalajului este o altă cerință întâlnită, de regulă, atât în contractele interne, cât și în cele externe.

Această operație are două scopuri:

- manipularea operativă a mărfii în timpul transportării;
- realizarea publicității comerciale în cazul revânzării de către cumpărător.

Contractul trebuie să cuprindă o descriere amănunțită a marcajelor (limba utilizată, locul și modul de aplicare) și să prevadă, dacă este cazul, obligația cumpărătorului de a furniza şabloane, etichete, viniete, ambalaje individuale marcate.

De regulă, pe fiecare colet trebuie să se marcheze: numărul contractului, cel al coletului, numele vânzătorului, numele și adresa destinatarului, greutatea bruto și neto, seria utilajelor, inscripția „*Made in...*” (pentru produse importate).

Contractul poate specifica și alte marcaje:

- „*Special*”, pentru mărfurile la care se cere o manipulare atentă (aparate de mare precizie, materii explozive, obiecte fragile etc.);
- „*Originar*”, când marfa rămâne în lăzile sau în sacii în care a fost ambalată de către producător, purtând marca originală a acestuia;
- „*Neutru*”, când ambalajul nu poartă nici un semn distinctiv care să ateste țara de origine a mărfii, modul de manipulare a ei în timpul transportării etc.

11.1.6. Clauze privind stabilirea prețului în contracte. Prețul se înscrie în contract fie pe unitatea de produs, fie ca o sumă globală pentru întreaga cantitate a mărfuii care face obiectul contractului. În general, conținutul clauzelor privind stabilirea prețului în contracte depinde de natura produselor negociate. De exemplu, pentru mărfurile nefungibile, care nu se cotează la bursă, prețurile se înscriu în contracte ferm, atât pe unitate de măsură, cât și ca valoare totală; pentru mărfurile care se cotează la bursă, se pot stabili atât prețuri

fixe, cât și prețuri determinabile, cu indicarea elementelor de referință - anumite situații care pot apărea pe parcurs – care să permită o determinare a prețurilor fără echivocuri.

De exemplu, pentru produsele petroliere, clauza privind prețul poate fi formulată astfel:

- „*Preț provizoriu ...lei/tonă, franco-... Prețul definitiv va fi calculat pe baza cotației medii a produsului în Republica Moldova din ziua încărcării. Dacă data încărcării inserată în factură / conosament / fraht / scrisoare de trăsură coincide cu o zi de duminică sau de sărbătoare, când nu apar cotații, atunci prețul se va calcula după cotațiile din ziua anterioară zilei de sărbătoare...*

În funcție de caz, se mai poate adăuga:

- „*La prețul rezultat din calculul cotației de mai sus, vânzătorul acordă cumpărătorului un rabat de..., lei/tonă, reprezentând cheltuieli de transport de la X la Chișinău, taxe vamale etc.*”

Contractele trebuie să mai prevadă și alte aspecte legate de prețul mărfii, cum ar fi: cantitatea pentru care se calculează prețul, valuta în care se face plata și reducerile de preț pe care le acordă vânzătorul cumpărătorului.

În practica comercială, vânzătorul se obligă, prin clauzele stabilite în contract sau ulterior, să acorde cumpărătorului bonificații fie prin mărirea volumului / greutății mărfii facturate, fie prin scăderea prețului.

Reducerile asupra prețului convenit, de care poate beneficia cumpărătorul din partea vânzătorului, sunt:

- *scontul de reglementare*, numit și „*cassa sconto*”, acordat clienților care plătesc achizițiile lor înainte de termenul de scadență;
- *rabitul*, acordat asupra prețului de vânzare convenit în prealabil, din cauza unui defect de calitate, a calității neconforme cu obiectul contractului sau a întârzierii în livrare;
- *remiză*, acordată, de obicei, asupra prețului de vânzare, luându-se în considerare, de exemplu, importanța vânzării sau a clientului.

11.1.7. Clauze privind condițiile de livrare și de plată. În contractele comerciale e necesar să se acorde o atenție deosebită condițiilor legate de determinarea locului de trecere a mărfii de la vânzător la cumpărător, odată cu care are loc și transferarea cheltuielilor și riscurilor pe care le implică livrarea.

Așadar, clauzele contractului trebuie să prevadă:

- obligația vânzătorului de a livra și pe cea a cumpărătorului de a prelua și a plăti marfa;
- modul de suportare a cheltuielilor de ambalare care revin, în cele mai dese cazuri, vânzătorului, cu excepția cazului în care mărfurile se livrează neambalate;
- obligația vânzătorului de a efectua toate operațiile aferente controlului calitativ și cantitativ (și a suporta cheltuielile), în scopul de a pune marfa la dispoziția cumpărătorului conform condițiilor contractuale;
- stabilirea locului de trecere a cheltuielilor și, respectiv, a riscurilor de la vânzător la cumpărător;
- obligația vânzătorului de a-l aviza pe cumpărător că marfa a fost pusă la dispoziția acestuia. În cazul în care angajarea mijlocului de transport îi revine cumpărătorului, acesta este obligat de a-l aviza pe vânzător asupra condițiilor în care marfa urmează să fie predată persoanei desemnate;
- obținerea documentelor legate de livrare și a altor documente aferente transportului: autorizație, certificat de origine, factură etc.;
- organizarea vămuirii și plata taxelor vamale.

11.1.8. Clauze privind termenul de livrare și condițiile de plată.

Data livrării poate fi fixată expres de cele două părți contractante sau poate să rezulte din uzanțele comerciale. În ambele cazuri, clauza trebuie să determine că vânzătorul este obligat să livreze marfa la data sau luna respectivă.

În principiu, data exactă a livrării o fixează vânzătorul. Când contractul nu prevede o dată concretă de livrare, vânzătorul este obligat să remită marfa cumpărătorului într-un termen cât mai scurt de la data încheierii contractului, în funcție de natura mărfii și de împrejurările existente.

Termenul de remitere a mărfii cumpărătorului la locul de destinație poate depinde de termenul de achitare a acesteia de către

cumpărător. De aceea o clauză a contractului poate fi: „*Remiterea mărfii către cumpărător după achitarea ei în contul nr...* ”.

Fiind vorba de un contract extern, situația se complică atunci când livrarea mărfuii se încheie cu predarea acesteia unei organizații specializate care-i asigură transportul la destinație; chiar și în acest caz, vânzătorul are posibilitatea să-și păstreze dreptul de dispoziție asupra mărfuii pe parcursul transportării și să se opună eliberării mărfuii până în momentul în care obține achitarea ei.

Clauzele privind condițiile de plată se vor referi la determinarea:

- locului de plată;
- termenului de decontare a prețului;
- modalităților de plată;
- monedei în care se va efectua plata;
- garanției oferite de cumpărător;
- documentelor ce atestă livrarea mărfuii.

Așadar, luând în considerare clauzele corespunzătoare obiectului, un contract comercial de prestări servicii trebuie să conțină:

1. Titlul contractului:
- 1. Contract de efectuare a lucrărilor**
2. Specificarea locului de încheiere și data:
2. Or. Chișinău, 12 iulie 2007-03-08
3. Numele și prenumele Beneficiarului, precedat (în cele mai dese cazuri) de cuvântul „**subsemnatul**”/„**subsemnată**”; actual invocat, numele și prenumele executantului:
3. – 4. *Subsemnații LUNGU Maria, acționând în baza Statutului, denumit în continuare Beneficiar, pe de o parte, și RADU Olga, domiciliată pe str. Gh. Asachi, 13/2 născută la 25.05.1950, titular al buletinului de identitate seria 13-X 2116506781, emis de....., denumit în continuare executant, pe de altă parte, au contractat următoarele:*
4. Domiciliul, seria și nr. buletinului de identitate, locul și data nașterii:
5. Obligațiile executantului (prin enumerare):
5. Executantul se obligă să efectueze următoarele lucrări:
- *Vopsirea a 10 uși din birourile...;*
 - *Zugrăvirea pereților din birourile..., a căror suprafață este de 250 m²;*
 - *Vopsirea ramelor la ferestre (20 ferestre = 200 m);*
 - *Instalarea a 6 chiuvete ... tip A5121;*
 - *Instalarea teracotei pe 60 m².*
6. Stipularea termenului de executare a lucrărilor:
6. Termenul de executare a lucrărilor: *de la 01.06.2007 până la 30. 06. 2007.*
7. Indicarea obligațiilor beneficiarului:
7. *Pentru executarea calitativă și în termenul stipulat la pct. 2 al prezentului contract, Beneficiarul se obligă să plătească Executan-tului corespunzător:*
- 2500 lei;
 - 5000 lei;
 - 1500 lei;

- 4800 lei;
 - 6500 lei;
- În total:** 18300 lei.
8. Clauza ce specifică drepturile Beneficiarului în caz de nerespectare de către Executant:
- a termenului de executare;
 - b) a calităților respective a lucrărilor
8. - *În cazul în care Executantul nu respectă termenul de executare a lucrărilor, Beneficiarul are dreptul să prelungească sau să rezilieze contractul, modificând suma de plată corespunzător:*
- *Minus 5% pentru fiecare zi întârziată;*
 - *Rezilierea contractului, după 15 zile întârziate.*
 - *În cazul în care lucrările au fost executate necalitativ, Beneficiarul are dreptul să modifice suma de plată sau să rezilieze contractul în baza examinării lucrărilor de către o comisie din ambele părți și în baza „Procesului-verbal de constatare a deficiențelor de executare necalitativă a lucrărilor”.*
9. Semnăturile și adresele părților
9. Beneficiar, Executant,
Semnătura, Semnătura,
- Adresa: ... Adresa: ...

Contractul dintre parteneri este unul din actele cele mai importante de legalizare ale colaborării, pentru că, după cum am menționat, el trebuie să stipuleze și să poată prevedea orice problemă care ar putea afecta interesele părților.

Fiecare din articolele contractului reprezintă un capitol distinct și poate conține mai multe sau mai puține detalii, în funcție de specificul colaborării.

De exemplu, în contractul dintre o agenție de publicitate și un client nu vor lipsi niciodată paragrafele care se referă la:

- Produsul sau serviciul pentru care va lucra agenția (obiectul contractului);

- responsabilitățile agenției;
- obligațiile clientului față de agenție;
- modul cum este plătită agenția;
- cine păstrează proprietatea asupra creațelor emise de agenție;
- termenii generali ai colaborării;
- modul în care se încheie colaborarea.

Să examinăm câteva dintre ele:

11.1.9. Stabilirea produsului sau serviciului pentru care va lucra agenția

- Acest capitol trebuie să prevadă, exact, care este produsul sau serviciul pentru care va lucra agenția;
- Tot aici se stipulează dacă produsul sau serviciul are anumite caracteristici speciale de care agenția trebuie să se ocupe (de exemplu, desig-nul unui ambalaj);
- Vor fi specificate restricțiile, dacă este necesar: agenția va lucra numai asupra unei anumite părți a proiectului / se va ocupa doar de o anumită arie geografică sau de un anumit mediu etc.

11.1.10. Responsabilitățile agenției

Contractul trebuie să indice care sunt responsabilitățile agenției de publicitate și ce are aceasta de făcut. Unele dintre ele vor fi:

- studierea produsului clientului și a pieței acestui produs, a canalelor de distribuție, precum și a modalităților optime de distribuție;
- analiza canalelor de publicitate și alegerea celui mai potrivit scop urmărit de client;
- alcătuirea planului de publicitate;
- executarea planului, care cuprinde: crearea mesajului publicitar specific fiecărui canal de publicitate din mass-media, negocierea spațiului publicitar pentru diferite canale de publicitate, distribuirea reclamelor produse pe canalele alese;
- anularea oricărora relații de afaceri ale agenției, pe perioada contractului, cu alți clienți, care sunt competitori direcți ai clientului actual;

- efectuarea doar a cheltuielilor, pe perioada contractului, de comun acord cu clientul;
- intrarea producției publicitare în proprietatea clientului doar după achitarea de către acesta a tuturor datoriilor către agenție.

11.1.11. Obligațiile clientului

În marea majoritate a cazurilor, într-un contract obișnuit pot fi stipulate următoarele obligații ce țin de client:

- anularea de către client, pe perioada contractului, a tuturor relațiilor de publicitate cu o altă agenție, în afara cazului în care se obține acordul agenției cu care se derulează contractul;
- furnizarea din partea clientului, către agenție, a cât mai multor informații, pentru a o ajuta să-și formuleze un proiect de publicitate optim;
- achitarea de către client a tuturor sumelor pe care agenția le-a plătit, la rândul ei, către terți, în cadrul acestui contract, în condițiile în care clientul va renunța la aceasta;
- clientul nu va obliga agenția să distribuie reclame pe care aceasta le consideră defectuoase sau ilegale.

La încheierea unor atare contracte cu clienții sau, partenerii de negocieri, potențialii beneficiari întreabă, adesea, dacă executantul este asigurat și de către cine anume.

□ 11.2. Scrisoarea de prezentare a firmei

O scrisoare care va anticipa sau va însobi contractul este cea de prezentare a firmei, a prestărilor de servicii pe care le realizează sau a prezentării produsului. Ea este una din garanțile invocate către beneficiari. O atare scrisoare poate fi redactată cu mai mult sau mai puțin profesionalism. Rolul ei, de regulă, este acela de inițiere a unei relații. În principiu, aceasta trebuie să conțină:

- a) Un preambul scurt și sincer asupra motivațiilor care au condus la propunerea făcută potențialului partener de afaceri;
- b) O scurtă descriere a trecutului și a experienței firmei;
- c) O carte de vizită, o broșură cu date și imagini asupra succeselor firmei sau ale produsului pe care îl oferă firma

- (dacă există), asupra prestărilor de servicii sau câteva fotografii;
- d) Dacă este vorba de o propunere de concesiune, de acordare a unui credit sau de realizare a unui parteneriat, va fi necesară și o descriere convingătoare a pieței actuale și potențiale;
 - e) O listă a ofertelor de produse și servicii, eventual însotită de fișe tehnice sumare;
 - f) O argumentare pertinentă asupra avantajelor pe care le va avea partenerul din afacerea propusă;
 - g) Mențiuni sumare atât asupra condițiilor de preț, de livrare, de plată, de termen de garanție, de asistență tehnică, cât și asupra altor facilități care pot fi precizate, înainte de negocierea propriu-zisă cu eventualul partener.

Secretul reușitei unei astfel de scrisori de anticipare a contractului constă în maniera în care sunt exprimate sentimentele și atitudinile personale și în modul în care este măgulită vanitatea persoanei căreia îi este adresată. De aceea ele nu trebuie trimise unei întreprinderi, ci unei persoane concrete. De pildă, dacă este trimisă o scrisoare către redacția unei publicații, la care autorul nu cunoaște pe nimeni, ea trebuie adresată expres pe numele unei persoane, luat din caseta tehnică. Într-o altă situație, va fi folosit un nume din stuff-ul firmei. Prima scrisoare de răspuns poate fi dublată de o a doua scrisoare sau de o convorbire telefonică.

O atare prezentare trebuie să se deosebească de altele, trimise de alți parteneri către același destinatar, printr-un element original. Astfel, autorul are mai multe șanse să fie remarcat și să încheie contractul așteptat.

11.3. Contractul de muncă

Un contract de muncă de asemenea trebuie să conțină specificările ambelor părți: termenele de angajare, salariul, durata muncii / zi, dreptul la concediu, drepturile angajatului în caz de boală, drepturile beneficiarului în caz de neîndeplinire a obligațiilor de către angajat etc.

Pentru asemenea contracte, sunt binevenite formule de genul:
– *Între domnul „X” și „Y” se încheie următorul contract;*

- *Durata de valabilitate a acestui contract este limitată la trei ani;*
- *Prezentul contract este încheiat pentru o perioadă de probă de 6 luni;*
- *La expirarea perioadei de probă, contractul va fi în mod tacit prelungit cu trei ani;*
- *Firma își rezervă dreptul de a rezilia contractul cu efort imediat;*
- *Contractul este reziliabil de una sau de alta dintre părți cu un termen de preaviz de trei luni;*
- *Domnului X i se va plăti un comision de ... % din cifra de afaceri realizată;*
- *Ca remuneratie pentru activitatea sa, domnul „X” primește lunar o sumă fixă de ... lei;*
- *În caz de boală, i se va plăti, în continuare, salariul întreg pentru o perioadă de şase luni;*
- *Drept plată pentru activitatea sa, dl „X” va primi o sumă forfetară lunară de..., pentru cheltuieli curente (telefon, fax și.a.m.d.); cheltuielile de călătorie nu se vor deconta;*
- *După scurgerea perioadei de ...ani, contractul poate fi reziliat de oricare dintre părți cu un termen de preaviz de ...luni;*
- *Orice modificare a contractului se va face în scris;*
- *Angajarea se va face cu respectarea condițiilor prezentate mai jos:...;*
- *Relația de muncă dintre părți este limitată până la...;*
- *Orice drepturi care rezultă din această angajare temporară se vor conforma condițiilor legale ale contractului colectiv pentru angajații firmei...;*
- *Pentru o încetare înainte de termen a angajării temporare, este necesar un termen de preaviz de 10 zile pentru ambele părți;*
- *Relația de muncă poate să fie încheiată la sfârșitul unui an calendaristic, cu respectarea termenului de reziliere de... luni;*
- *În caz de boală, salariul va fi plătit mai departe pe o durată de X săptămâni;*

- *Domnul „X” are dreptul în fiecare an la un concediu de odihnă plătit de... săptămâni.*



Model de contract

CONTRACT de publicitate negociat de Compania... și Agenția...

Prezentul Contract de publicitate a fost încheiat astăzi..., între **Compania...**, reprezentată prin **Manager Companie „X”**, pe de o parte, și **Agenția „Y”**, reprezentată prin **Manager Agenție...**, pe de altă parte.

Cap. 1. Obiectul Contractului

Scopul acestui contract este prestarea de servicii de intermediere și creație publicitară.

Compania împunericște Agenția să o reprezinte în campania de promovare pentru produsul...

Agenția este de acord să lucreze în calitate de reprezentant al Companiei „X” pentru campania de promovare a produsului... și este de acord să îndeplinească obligațiile asumate mai jos.

Cap. 2. Obligațiile Agenției „Y”

Agenția are sarcina de a presta următoarele tipuri de servicii:

a) Studii, cercetări:

Agenția va studia produsul Y al Companiei, piața de lansare a acestui produs, canalele de distribuție, politicile de preț practicate la piață și va întocmi un raport care va fi prezentat echipei manageriale a Companiei.

b) Proiect de campanie promotională:

Agenția va face o propunere de proiect de campanie promotională pe care îl va prezenta echipei manageriale a Companiei.

c) Plan media:

Agenția va selecta canalele media și va propune programe media care vor fi introduse în planul general de publicitate, iar acestea vor fi supuse analizei echipei manageriale a Companiei.

d) Creație:

Agenția va pregăti toate materialele care presupun creație, respectiv: desene, machete sau alte tipuri de grafică, texte, fragmente muzicale, clipuri etc.

e) Cumpărare spații:

Agenția va cumpăra, în numele Companiei și cu acordul scris al ei, spațiu de reclamă la radio, televiziune, în reviste sau în cotidiene, precum și în alte canale ale mass-media. Agenția va face tot posibilul pentru a cumpăra, la prețuri optime oferite și negociate cu vânzătorul. Modul în care se va face plata către vânzător va fi specificat într-o anexă la contract.

- f) Agenția va realiza reclama în forma cerută de canalul mass-media pe care o transmite și se angajează să o trimită fiecărui canal în parte, în condițiile cerute și specificate de aceste canale. Agenția va însobi aceste reclame cu instrucțiuni despre modul de asamblare și de distribuție. În relația Agenție-Companie, prezентarea defectuoasă a acestora este imputabilă Agenției.*
- g) Agenția va verifica dacă reclamele apar în limitele spațiului cumpărat, la orele stabilite, în forma convenită anterior între Agenție și vânzătorul spațiului de publicitate.*

Cap. 3. Modalități de plată

În calitate de împuñnicit al Companiei pentru campania de publicitate a produsului..., Agenția va solicita Companiei aprobări în scris pentru cheltuielile pe care Agenția le va face în numele Companiei.

- a) Timpul de antenă la radio și televiziune și spațiul în presa scrisă va fi facturat către Companie, la tarifele vânzătorului, Agenția urmând să primească comision de la vânzător. Atunci când Agenția dovedește că vânzătorul nu oferă comision, Compania va acorda Agenției un comision de 15-17% din valoarea facturii vânzătorului respectiv.*

- b) Dacă Agenția va elabora diverse materiale publicitare, cu acordul Companiei, la terțe societăți, atunci Compania este de acord să ofere Agenției un comision de 15% din valoarea acestei facturi.
- c) Alte proiecte speciale, cum ar fi cercetări pe piață, analize specializate și alte solicitări care nu fac obiectul expres al acestui contract, vor fi achitate de către Companie, conform unor tarife menționate în anexe la acest contract.
- d) Serviciile de relații publice și promovarea vânzărilor vor fi facturate de către Agenție către Companie la un tarif de ... lei/oră, care va fi consensuat, după negocieri ulterioare, într-o anexă la acest contract.
- e) Compania poate anula anumite comenzi sau proiecte aflate în derulare, dar va trebui să plătească Agenției toate cheltuielile efectuate pentru proiect până în momentul anulării proiectului respectiv.
- f) Dacă apar costuri de expedieri poștale, de mesagerie, costuri speciale telefonice (convoxbiri internaționale sau interurbane de lungă durată), precum și costuri de transport, acestea vor fi facturate de Agenție către Companie, la valoarea lor reală.
- g) Toate texte legate de apariția reclamelor vor fi achitate de către Companie.

Cap. 4. Modalități de facturare

Părțile acceptă următoarele modalități de facturare de la Agenție către Companie:

- a) Facturi separate pentru creație grafică sau fotografică;
- b) Facturi separate pentru tipar;
- c) Facturi separate pentru transport, poștă sau comunicații;
- d) Copii după facturile vânzătorilor în cazul radioului, televiziunii, presei sau al altor canale ale mass-media.

Cap. 5. Confidențialitate

Agenția este de acord cu faptul că toate informațiile furnizate de Companie, în sprijinul realizării obiectului acestui contract, reprezintă informații confidențiale.

Agenția va înapoia Companiei, la finisarea acestui Contract sau, oricând, pe parcursul derulării lui, toate datele care i-au fost puse la dispoziție.

Cap. 6. Proprietate

Toate reclamele, imaginile, textele, grafica, scenariile, fotografiile și documentele produse sau achiziționate de Agenție, pe cheltuiala Companiei, sunt proprietatea Companiei și la cerere, vor fi înapoiate acestiei.

Cap. 7. Durată

Prezentul contract are o durată de 1 (un) an de la data semnării lui.

Cap. 8. Diverse

- a) Pe perioada derulării acestui contract, Agenția permite Companiei, cu un preaviz de două zile, să verifice toate datele financiare legate de activitatea Agenției pe parcursul derulării acestui contract.
- b) Toate notificările între părți vor fi expediate în scris, la următoarele adrese:.....

Cap. 9. Modificările și rezilierea contractului

1. Prezentul contract se va modifica numai prin acordul de voință al părților, la inițiativa oricareia dintre ele și cu o prealabilă prezentare a motivelor și propunerilor de modificare.
2. Rezilierea contractului se va putea cere de către oricare dintre părți, în cazul în care cealaltă parte își încalcă cu reavoință obligațiile din prezentul contract.
3. Reaua-voință se va dovedi prin orice mijloace de probă admise de legislația Republicii Moldova.
4. Rezilierea contractului nu se va putea cere decât după o prealabilă punere în întârziere și o justificare prin probe a acuzațiilor aduse celeilalte părți.
5. Rezilierea contractului va putea fi evitată în situația în care partea aflată în culpă își recunoaște greșeala și achită eventualele obligații care îi sunt imputate în mod justificat.

6. Rezilierea contractului operează de drept în cazul în care una dintre părți s-a dizolvat, intrând în lichidare.
7. Rezilierea contractului, de drept sau judiciară, dă dreptul părții ce nu se află în culpă să ceară orice daune justificate, în afara punerii în situația anterioară a ambelor părți.

Cap. 10. Forța majoră

1. Forța majoră exonerează de răspundere contractuală pe oricare dintre părțile afectate, în condițiile acționării legii.
2. Forța majoră va fi adusă la cunoștință celeilalte părți de către partea afectată, în termen de maximum 20 zile de la apariția ei.
3. În afară de situațiile de catastrofă naturală, război, grevă ori schimbări legislative majore, forță majoră va fi considerată și orice altă împrejurare despre care părțile au convenit în scris, de comun acord, ca fiind forță majoră.

Cap. 11. Litigii

1. Eventualele litigii între părți, cu privire la îndreptarea și executarea contractului, se vor rezolva amiabil, după o prealabilă notificare.
2. Litigiile nesoluționate amiabil se vor soluționa de către instanța de drept comun.

Încheiat astăzi,..., prin împunericții legali, în 4 (patru /exemplare, câte 2 (două) pentru fiecare parte.

Din partea Agenției, „....”,

Din partea Companiei „...”,



Model de contract de vânzare-cumpărare

Contract nr. 1123/20...

Încheiat astăzi, 05 septembrie 200..., între subsemnații:

- **GENERAL EXIM, SRL**, cu sediul în bdul Moscovei nr. 6, mun. Chișinău, Republica Moldova (înregistrată în Registrul Comerțului cu numărul B/ 1100/1997), reprezentată prin dl **Alexandru MIRON**, denumită în continuare „**Vânzător**”, pe de o parte, și
- **UNIVERSAL ROM**, cu sediul la Iași, bdul V. Alecsandri nr. 15, România (înregistrată în Registrul Comerțului cu numărul 3001/1992), reprezentată prin dl **Ion IONESCU**, denumită în continuare „**Cumpărător**”, pe de altă parte, prin care s-au convenit următoarele:

În conformitate cu condițiile și clauzele specificate în continuare, **Vânzătorul** a vândut și este de acord să livreze Cumpărătorului, iar **Cumpărătorul** a cumpărat și este de acord să preia următoarele mărfuri:

Art. 1. Obiectul contractului

Aluminiu – 99,5% Al., sub formă de lingouri, de dimensiunile 500 x 100 x 100 mm și 600 x 100 x 100 mm...

Art. 2. Cantitatea

Total 1000 tone lingouri, din care 500 t – conțin lingouri de dimensiunile: 500 x 100 x 100 mm și 500t – dimensiunile 600 x 100 x 100 mm, numite în continuare „marfă” (sau mărfuri).

2.a. Vânzătorul nu va putea livra marfa cu o abatere mai mare de +/- 5% față de cantitățile de mai sus pentru fiecare dimensiune.

2.b. Nu se admit livrări parțiale.

Art. 3. Calitatea

Aluminiu A5 – conform normelor A.L.N.

Calitatea: Conform Certificatului de Calitate anexat, emis de FENIX S.A. (unitate producătoare), care va însobi marfa la destinație.

Certificatul de calitate va fi emis în trei exemplare, după cum urmează:

- Un exemplar se va anexa la documentele de plată;
- Un exemplar se va anexa la documentele ce însotesc transportul;
- Un exemplar se va trimite **Cumpărătorului**, prin poștă recomandată aeriană, în momentul în care mărfurile se expediază sau sunt predate agentului de transport.

La solicitarea **Cumpărătorului**, controlul mărfii se va putea face de către Cumpărător sau de către reprezentanții acestuia, în funcție de principalele etape ale procesului de fabricare a mărfuii respective. Acest control nu va afecta cu nimic răspunderea **Vânzătorului** pentru calitatea necorespunzătoare a mărfii livrate.

Art. 4. Prețul contractual

Prețul unitar este de 1000 euro/tonă (pentru fiecare dimensiune), respectiv o valoare totală de 1 milion euro, franco-depozit cumpărător, incluzând ambalajul.

Art. 5. Ambalajul

Vânzătorul trebuie să ia toate măsurile și să dispună ca marfa să fie ambalată corespunzător. Ambalajul constă din palete de lemn cu rezistență controlată și trebuie să asigure integritatea și protecția mărfuii pe toată durata transportării, până la utilizatorul final.

Art. 6. Livrarea

Condiția de livrare este *franco-cale-ferată* Iași, România. **Vânzătorul** se obligă să livreze marfa în cantitatea și de calitatea stipulată în prezentul contract (conform mostrei prezentate **Cumpărătorului**). Data livrării este considerată a fi 20 octombrie 200...

Vânzătorul va aviza **Cumpărătorul** prin telex sau fax, cel târziu la 1 octombrie 200..., că marfa este gata de încărcare. În termen de 48 de ore de la data livrării, **Vânzătorul** ii va comunica prin telex sau fax **Cumpărătorului** următoarele detalii privind expedierea mărfuii: numărul contractului, destinația, data livrării/încărcării, descrierea mărfurilor, numărul de colete pentru

fiecare dimensiune, greutatea brută/netă, valoarea mărfurilor și numărul instrucțiunilor date de agentul de expediții al **Vânzătorului**.

În cazul în care **Vânzătorul** nu livrează mărfurile franco-gară-frontieră Iași, pentru pozițiile avizate, toate cheltuielile rezultate din aceasta (staționarea vagoanelor, depozitare, manipulare suplimentară etc.) vor fi suportate de către **Vânzător**.

Cumpărătorul va transmite prin telex sau fax numele, pavilionul și data sosirii trenului în gara feroviară Iași, cu 7 zile înainte și va notifica definitiv cu 24 de ore înainte de sosirea trenului.

În cazul neavizării sau al întârzierii sosirii trenului peste data stabilită, **Vânzătorul** va fi îndreptățit să prelungească în mod corespunzător termenul de livrare, iar toate cheltuielile suplimentare vor fi suportate de **Cumpărător**.

Art. 7. Condițiile de plată

Plata mărfurilor se va efectua prin acreditiv documentar irevocabil, deschis în termen de către **Vânzător**, prin fax sau telex.

Acredativul este valabil 30 de zile de la data deschiderii pentru livrare și 45 de zile pentru depunerea documentelor.

Aceleași termene se vor aplica oricărora modificări ale acreditivului sau majorării valorii acestuia.

Acredativul va fi plătit la vedere contra prezentării următoarelor documente:

- a) Factura comercială, în 5 exemplare în favoarea lui UNIVERSAL ROM-Iași.
- b) Specificarea mărfurilor livrate;
- c) Lista de ambalaj în trei exemplare;
- d) Scrisoarea de însotire a vagoanelor (fraht);
- e) Certificatul de calitate emis de către producător, în copie;
- f) Fotocopia/copia licenței de export sau mențiunea **Vânzătorului** pe factura comercială că nu este necesară licență de export;
- g) Confirmarea **Vânzătorului** prin care acesta atestă că la data încărcării au fost trimise **Cumpărătorului** câte un exemplar după factura și certificatul de calitate;
- h) Copia după faxul sau telexul de comunicare dat în 48 de ore de la livrare, conform art. 6 de mai sus.

Spezele bancare pentru deschiderea și utilizarea acreditivului vor fi suportate de către **Cumpărător**.

Spezele bancare pentru modificarea acredativului vor fi suportate de către **Vânzător**.

Cumpărătorul nu va suporta cheltuielile cu modificarea acredativului decât în cazul în care întârzierea va fi cauzată de deschiderea greșită sau în cazul unui supliment al valorii acredativului.

Art. 8. Recepția mărfurilor

Recepția cantitativă și calitativă a mărfurilor trebuie efectuată în maximum 5 zile de la data sosirii mărfui la **Cumpărător**, conform contractului.

- a) Recepția cantitativă va fi făcută prin cântărire și menționată într-un proces-verbal de livrare / recepție, certificându-se atât greutatea, cât și lipsurile, de către reprezentanții **Cumpărătorului** și cei ai **Vânzătorului**;
- b) Recepția calitativă va fi făcută printr-un certificat de control emis de către o organizație neutră.

Controlul de calitate va fi efectuat în funcție de condițiile de calitate stipulate în contract.

Mărfurile sau partea de mărfuri găsite necorespunzătoare la recepția calitativă vor fi puse la dispoziția **Vânzătorului** în maximum 7 zile de la data receptiei, pe cheltuiala acestuia; mărfurile respective vor putea fi folosite numai cu acordul expres al **Vânzătorului**.

Termenul menționat mai sus poate fi extins cu acordul ambelor părți.

Art. 9. Reclamații

Reclamațiile pot fi adresate de **Cumpărător** **Vânzătorului**, după cum urmează:

- a) Pentru cantitate – timp de 15 zile de la data la care mărfurile au fost primite la destinația finală, pe baza procesului-verbal menționat în art. 6.
- b) Pentru calitate – timp de 30 de zile de la data sosirii mărfurilor la destinația finală pe baza certificatului de control emis de o organizație neutră, conform art. 6.

- c) Pentru defectele de calitate cauzate de unele vicii ascunse, apărute pe durata perioadei de utilizare a mărfurilor, reclamațiile vor fi prezentate în termen de 15 zile de la data apariției lor și vor fi însotite de unul din următoarele documente, emise de către o organizație autorizată: *certificatul de inspecție, certificatul de control sau buletinul de analiză, fotografii și mostre, după caz.*

În maximum de 15 zile de la data primirii reclamației, **Vânzătorul** are obligația să-i comunice cumpărătorului punctul său de vedere față de reclamațiile acestuia.

În cadrul aceluiași interval, **Vânzătorul** va comunica dacă dorește să vadă mărfurile reclamate, iar, în acest caz, inspecția va fi făcută în intervalul când mărfurile sunt ținute la dispoziția sa.

Durata stingerii reclamației este de 30 de zile de la data la care a fost declanșată. Acoperirea prejudiciilor va consta fie în înlocuirea acestor mărfuri, fie în restituirea contravalorii cantității lipsă, fie prin alte căi de stingere convenite de părți.

Dacă **Cumpărătorul** nu-l avizează pe **Vânzător** asupra reclamației sale în perioada stabilită prin contract, vânzătorul va fi îndreptățit la reclamații, ca și în cazul unei încălcări neesențiale a contractului.

În afara stingerii reclamațiilor pe căile menționate, **Cumpărătorul** va fi îndreptățit la compensații pentru daune, interese și penalizări.

Art. 10. Penalizări

Părțile au convenit asupra următoarelor penalizări care vor fi aplicate în cazul nerespectării obligațiilor:

- În cazul reclamațiilor privind: cantitatea, calitatea, suplimentul față de rabat, înlocuirea mărfurilor defectate, **Vânzătorul** va plăti penalizări pentru nelivrarea mărfurilor în termenul și valoarea stabilită prin contract pentru întârzieri de livrare.
- Penalizările vor fi calculate de la data livrării, conform contractului, până la data acordării rabatului sau a livrării / înlocuirii mărfurilor reclamate.

- Pentru întârzieri în livrare, sunt calculate și deduse din sumele ce urmează a fi plătite **Vânzătorului** următoarele penalizări:
 - 0,05% pe zi pentru primele 15 zile;
 - 0,08% pe zi pentru următoarele 15 zile;
 - 0,12% pe zi pentru întârzieri mai mari de 30 zile.

Penalizările se calculează din valoarea loturilor întârziate și sunt ireductibile.

Pentru întârzieri mai mari de 30 de zile, **Cumpărătorul** are dreptul să renunțe la partea de mărfuri nelivrată și să ceară acoperirea acestora de către **Vânzător** după cum urmează:

- Pentru neexpedierea certificatelor de calitate, conform prevederilor din contract, **Vânzătorul** va plăti aceleași penalizări ca și pentru întârzieri în livrare.
- Penalizările vor fi plătite de către **Vânzător** la prima solicitare a **Cumpărătorului** sau vor fi deduse din sumele datorate de **Cumpărător** **Vânzătorului**.

Această clauză nu exclude acoperirea totală a daunelor suferite de **Cumpărător**.

Art. 11. Forța majoră

- a) Forța majoră reprezintă evenimentele și / sau situațiile ce nu se supun controlului părții care invocă forța majoră și sunt imprevizibile, de neînlăturat; apar după ce contractul a fost încheiat, împiedicând sau întârziind total sau parțial îndeplinirea obligațiilor contractuale (accidente, întreruperi de energie, incendii, inundații, mișcări sociale, crize de guvern, catastrofe, calamități naturale, războie, întârzieri ale transporturilor etc.).
- b) Dacă o situație calificată ca forță majoră împiedică sau întârzie parțial sau total realizarea prevederilor contractuale, partea afectată va fi exonerată de răspundere pe perioada în care a acționat forța majoră.
- c) Fiecare parte va depune toate eforturile pentru reducerea cu cât mai mult posibil a deficiențelor datorate forței majore.
- d) Partea care este pusă în imposibilitatea îndeplinirii obligațiilor sale contractuale trebuie să avizeze, prin telex sau fax, cealaltă parte, urmând ca, în termen de 5 zile, să

efectueze avizarea prin scrisoare recomandată, confirmând existența evenimentelor sau situațiilor calificate drept forță majoră, trimițând, totodată, și un document oficial emis de Camera de Comerț sau de o altă autoritate cu competență similară, care trebuie să certifice exactitatea faptelor, datei și împrejurărilor notificate. Aceeași procedură și modalitate de notificare se aplică și pentru înșetarea situației de forță majoră.

Dacă notificarea și confirmarea începerii și înșetării situației de forță majoră nu se efectuează în termenele stabilite, partea care neglijeză această procedură este responsabilă de prejudiciile create celeilalte părți, datorită acestei omisiuni.

- e) La primirea notificării și confirmării menționate, cele două părți se vor consulta și vor decide, în termen de 15 zile, asupra acțiunilor și măsurilor ce se impun în interesul ambelor părți, pentru a limita și a contracara efectele situației de forță majoră.
- f) În situația în care forță majoră a fost notificată și justificată față de celalătă parte, drepturile și obligațiile celor două părți vor fi automat prelungite cu o perioadă egală cu cea justificată prin forță majoră.
- g) Dacă în termen de 30 de zile de la notificarea forței majore părțile nu ajung la un acord pentru clasificarea relațiilor lor contractuale, partea față de care s-a notificat și s-a justificat forță majoră are dreptul de a rezilia contractul printr-o scrisoare recomandată, fără nici o altă formalitate.

Părțile vor stabili condițiile rezilierii contractului conform voinței lor și / sau conform prevederilor legale care guvernează contractul.

- h) Pentru orice întârziere și / sau neîndeplinire a obligațiilor contractuale de către oricare din părțile implicate, drept consecință a forței majore, notificată și justificată conform celor de mai sus, nici una din părți nu va avea dreptul de a solicita părții afectate penalități, dobânzi sau compensații.
- i) Situația de forță majoră nu va exonera părțile de plata obligațiilor pentru măsurile livrate și pentru serviciile prestate până la data apariției forței majore.

Art. 12. Arbitrajul

Toate eventualele litigii rezultate din prezentul contract sau în legătură cu acesta, pe care părțile nu le pot soluționa pe cale amiabilă, vor fi rezolvate în final prin arbitraj, cu excluderea instanțelor ordinare.

Instanța arbitrală competentă va fi Comisia de Arbitraj de pe lângă Camera de Comerț din..., care va judeca litigiile pe baza propriilor sale reguli.

Decizia Comisiei de Arbitraj este obligatorie și definitivă.

Art. 13. Alte clauze

- a) **Vânzătorul** trebuie să obțină licență de export (dacă este necesară) pe spezele sale, licență care să-i permită îndeplinirea la timp și în bune condiții a obligațiilor sale contractuale pentru a evita plata daunelor.
- b) Contractul poate fi modificat în scris înainte sau în timpul derulării sale, cu acordul ambelor părți.
- c) **Cumpărătorul** are dreptul să reexporteze mărfurile care constituie obiectul prezentului contract.
- d) Acest contract intră în vigoare numai după confirmarea lui de **Cumpărător** în decurs de 15 zile de la semnare.
- e) Toate negocierile și corespondența purtată înainte de data semnării contractului și cele care sunt contrare prevederilor lui sunt nule și neavenite.

Contractul a fost încheiat în 3 (trei) exemplare, toate având aceeași valabilitate la Iași, România – Chișinău, Moldova.

Vânzător,

Cumpărător,



Contract individual de muncă

Nr. _____
30 august 2003

Între firma „AVICO” și domnul Emil RUSU se încheie următorul contract:

1. Domnul **Emil RUSU** este angajat al firmei „AVICO” în calitate de şef al departamentului aprovizionare. Perioada cuprinsă între 01.09.2003 și 11.11.2003 este considerată de probă.
2. Salariul este de... lei pe lună.
3. Relația de muncă poate să fie încheiată la sfârșitul unui an calendaristic, cu respectarea termenului de reziliere de ... luni.
4. Durata muncii este de ... ore pe săptămână.
5. Domnul **Emil RUSU** are dreptul în fiecare an la un concediu de odihnă de... săptămâni plătit.
6. În caz de boală, salariul va fi plătit în continuare pe o durată de ... săptămâni.
7. Orice modificare a prezentului contract se va face în scris.

Din partea **Agenției**,

Angajat,

Director,

Categorii de contracte comerciale internaționale

Comentarii scurte

Din tipurile de contracte comerciale internaționale cele mai frecvent întâlnite sunt:

1. Contractul comercial ***de factoring***

Prin acest contract, o parte, denumită *factor*, își asumă obligația ca, în baza unui comision, să realizeze creațele, sub formă de facturi, pe care cealaltă parte, denumită *aderent*, se obligă să le transmită contra plată, prin subrogarea factorului în toate drepturile pe care le are asupra debitorilor (cumpărători ai mărfurilor livrate).

2. Contractul comercial de *forfaiting*

Acest contract prevede mobilizarea creditelor de către exportatorii pe termen scurt și pe termen mediu prin scoaterea de titluri de credite, în special sub formă de cambii.

Firmele comerciale, industriale etc., care prezintă băncilor spre scontare cambii, sunt creditate de către instituțiile bancare respective. Creditul de scont ce se acordă acestor firme are o valoare egală cu cea a cambiilor, din care se scade taxa scontului.

3. Contractul comercial de *leasing*

Prin acest contract, finanțatorul pune la dispoziția beneficiarului mijloace de producție pe care le-a achiziționat în acest scop, uneori cu concursul tehnic al beneficiarului. Plata se face în rate periodice, fiecare rată incluzând cota de amortizare plus beneficiul finanțatorului. Este un contract special de finanțare pe termen lung.

4. Contractul comercial de *licență de brevet de invenție*

Este contractul prin care o parte (licențiatorul) transmite celeilalte părți (licențiatul) dreptul de folosință asupra unei invenții protejate printr-un brevet de invenție, în schimbul unui preț, imprimându-i astfel un caracter oneros.

5. Contractul comercial de transfer de *know-how*

Este contractul prin care o parte transmite celeilalte părți, contra unui preț, cunoștințele sau procedeele tehnice pe care le deține și care nu au fost brevetate sau nu sunt brevetabile, necesare fabricării unui anumit produs, comercializării lui sau prestării unui anumit serviciu prin metode necunoscute.

Noțiunea de *know-how* nu implică neapărat condiția nouății absolute. Este suficient ca deținătorul unor informații să facă ceva mai bine decât o persoană interesată, care achiziționează aceste cunoștințe, pentru a realiza acceptia lui *know-how*.

6. Contract comercial *de mandat*

Este contractul prin care o persoană fizică sau juridică, numită *mandatar*, se obligă către o altă persoană, numită *mandatant*, să îndeplinească însărcinarea primită, în numele și în contul acestuia.

7. Contractul comercial *de comision*

Este contractul prin care o parte, numită *comitent*, împuternicește cealaltă parte, numită *comisionar*, să încheie în contul ei acte de comerț. Ca și în contractul de mandat, contractul de comision prezumă existența a două persoane: *comitentul* – persoana în contul căreia se încheie acte de comerț; *comisionarul* – persoana care încheie actele de comerț în numele său, dar în contul comitentului, având calitatea de comerciant independent.

8. Contractul comercial *de consignație*

Este contractul prin care o persoană, numită *consignant*, încredințează celeilalte părți, numită *consignatar*, mărfuri în depozit pentru a fi comercializate în condițiile stabilite, contra unui comision. Este o varietate a contractului de comision. Trăsătura specifică a acestui contract este aceea că mărfurile nu trec în proprietatea consignatarului, ci numai în posesia lui. Actul de vânzare este făcut în nume propriu, iar efectele lui se regăsesc în gestiunea comitentului, prin obligația primitorului de a-i deconta prețul încasat.

9. Contractul comercial *de depozit*

Este contractul, prin care o parte, denumită *deponent*, predă pentru păstrare și conservare celeilalte părți, denumită *depozitar*, mărfuri, pe care acesta se obligă să le restituie la termenul convenit.

10. Contractul comercial *de consulting și de engineering*

Este contractul în care o parte (*prestator*) se obligă față de cealaltă parte (*client*) ca, în schimbul unui preț, să ofere consultații tehnice de specialitate și să asigure asistență tehnică privind realizarea unui anumit obiectiv industrial, social etc.



Glosar tematic

Amiabil, -i, amiabilă -e – 1. Care este înțelegător, prietenos, binevoitor. 2. (Despre litigii, conflicte etc.) Care rezolvă prin negocieri, pe cale diplomatică. Din fr. **amiable**.

arbitra(a), arbitrez – 1. A soluționa un litigiu în calitate de arbitru. 2. A conduce desfășurarea unei competiții sportive. – Din fr. **arbitrer**.

competitor, competitore – Persoană care face concurență alteia care luptă pentru ocuparea pieței. // concurrent. Din fr. **compétiteur**, lat. **competitor**.

concesiune, concesiuni – 1. Convenție prin care o persoană (fizică sau juridică) dobândește dreptul de a exploata anumite servicii publice sau anumite bunuri ale statului, în schimbul unor beneficii care revin acestuia din urmă. 2. Fin. Bunurile care formează obiectul acestei convenții. – Din fr. **concession**, lat. **concessio, -onis**.

cota(a), cotez – 1. (Despre acțiuni, hârtii de valoare etc.) A avea o anumită valoare, un anumit curs. 2. (Fin.) A stabili cursul acțiunilor, al titlurilor de creață etc. (la bursă). – Din fr. **cote**.

design – Domeniu multidisciplinar interesat de ansamblul factorilor (social-economici, funcționali, tehnici, ergonomici, estetici etc.), care contribuie la îmbunătățirea aspectului și calității produsului de mare serie. 2. Aspect exterior, fel în care se prezintă un lucru (d.p.d.v. estetic) Din engl., fr. **design**.

exonera(a), exonerez – A scuti pe cineva, total sau parțial, de o datorie, de o obligație, de o sarcină. Din fr. **exonerer**, lat. **exonerare**.

forfetar, -ă, – forfetari, -e – (Despre tarife, taxe, impozite etc.) Care este dinainte stabilit la o sumă globală și invariabilă. – Din fr. **forfaitaire**.

fungibil, -ă, fungibili, -e – (Despre lucruri). Care poate fi înlocuit, în executarea unei obligații, cu altul de același fel. – Din fr. **fongible**, lat. **fungibilis**.

imputa(a), imput – 1. A reproșa cuiva ceva. A atribui cuiva fapte, atitudini greșite, nepotrivite, condamnabile. 2. A face pe cineva răspunzător de o pagubă adusă instituției, întreprinderii unde lucrează, impunându-l la despăgubiri. Din fr. **imputer**, lat. **imputare**.

neavenit, -ă, neaveniți, -te – Lipsit de valabilitate, considerat ca inexistent. – Nul și neavenit. (Despre acte juridice). Din fr. **non avenu**.

oneros, -i, oneroasă, -e – (despre contracte, convenții etc.) Care impune cuiva sarcini; împovărător, apăsător, necinstit. Ex. *Act cu titlu oneros* – act juridic prin care o persoană se obligă să execute o prestație, fără a urmări să primească ceva în schimb. Din fr. **onereux**, lat. **onerous**.

preaviz, *preavize* – 1. Înștiințare prealabilă de concediere făcută unui angajat; 2. Interval de timp în care un angajat mai lucrează după primirea acestei înștiințări. 3. Salariu care se cuvine celui concediat de la primirea înștiințării până la concedierea sa. Din fr. **preavis**.

prezuma(a), *presum* – A considera probabil, ipotetic. Din fr. **presumer**.

randament, *randamente* – 1. Raportul dintre efectul obținut și efortul depus într-o activitate; eficiență. Efectul util al unui factor al procesului de producție într-o unitate de timp. 2. Raportul dintre valoarea unei mărimi (energie, putere etc.) cedată de un sistem tehnic (mașină, aparat) sub o formă utilă și valoarea aceleiași mărimi absorbită de acest sistem. Din fr. **rendement**.

ratifica(a), *ratific* – A-și manifesta, printr-un act, acordul de a fi parte la un tratat, la o convenție. A aproba. Din lat. **ratificare**.

redevență, *redevențe* – Datorie, obligație, rentă care se plătește periodic la date fixe și sub formă de cotă fixă. Din fr. **redevance**.

reticent, -i, *reticență*, -e – (despre oameni și cuvintele lor). Care manifestă reținere, care omit voit, trec sub tacere un lucru care trebuie spus. Din fr. **réticence**.

speze – (rar)//spese - Cheltuieli. Din fr. **spese**.

subroga(a), *subrog* – A înlocui pe cineva în exercitarea unumitor drepturi sau obligațiilor; a înlocui un bun cu altul în cadrul unui patrimoniu, al unor raporturi juridice; a substitui. Din fr. **subroger**, lat. **subrogare**.

tacit, -ă, *taciți*, -te – (Despre un acord, o convenție, o înțelegere etc.). Care nu este exprimat formal, dar care este subînțeles și admis ca atare. Din fr. **tacite**, lat. **tacitus**.

vanitate, *vanități* – Ambiție neîntemeiată; dorință de a face impresie; înfumurat, trufaș. Din fr. **vaniteux**.

uzanță, uzanțe – Practică, obișnuință, obicei statornicit, regulă.
Din fr. *usage*.

Vinieta, viniete – Mic desen folosit ca ornament la începutul sau la sfârșitul unei cărți ori al unui copiator; ornament pe coperta unei cărți. Din fr. *vignette*.

? Probleme supuse discuției

1. Care sunt elementele unui contract?
2. Ce probleme trebuie să fie stipulate într-un contract?
3. În ce cazuri contractele sunt însoțite / anticipate de scrisori de prezentare?
4. Ce veți relata într-o scrisoare de prezentare a produsului sau a firmei?
5. De ce o atare scrisoare trebuie să se evidențieze printr-un stil original și deosebit de altele?



Exerciții și studii de caz

1. Redactați un contract individual de muncă în care ar urma să fie angajat temporar un student (care-și câștigă banii pentru studii) la o firmă ce prestează anumite servicii.
2. Redactați un contract de muncă conform scenariului:
 - a) *Beneficiarul solicită Executantului să efectueze anumite lucrări privind amenajarea cu mobilă a birourilor;*
 - b) *Executantul realizează lucrările într-un anumit termen, specificându-le.*
3. Redactați un contract individual de muncă în care dl „X” este angajat la compania „Y” în calitate de șef de departament **Marketing**.



CAPITOLUL XII

CORESPONDENȚA CU INSTITUȚIILE SISTEMULUI FINANCIAR-BANCAR

□ 12.1 Noțiuni generale de corespondență finanțiar-bancară

Unitățile care își coordonează activitatea referitoare la perceperea impozitelor, taxelor și a altor venituri care revin bugetului de stat sunt instituțiile finanțiar-bancare: Ministerul Finanțelor, Direcția Generală a Finanțelor Publice, instituțiile fiscale, băncile de stat și particulare, casele de economii etc.

Ca urmare, aceste unități economice devin, în textele aparținând corespondenței cu instituțiile sistemului finanțier, emițatorul general al corespondenței, respondenții fiind, după caz:

- o regie autonomă;
- o societate/firmă comercială;
- o societate nonprofit (fundație, asociație);
- un alt agent economic evaluat drept persoană juridică;
- o persoană fizică etc.

Vizând acțiuni ce au un caracter legal și obligatoriu, scrisorile finanțiar-bancare au valoare de acte juridice, fiind imperitive nu prin tonul lor, ci prin obligativitatea legală pe care o implică. Or, scrisorile emise de instituțiile finanțiar-bancare reprezintă acte legal constituite, indiferent de intenția sau voința destinatarului, iar nerespectarea prevederilor lor atrag după sine penalizarea acestuia pentru fiecare zi de întârziere peste data limită stabilită pentru plată/rambursare. Reieseind din aceste calități normative, tipurile de mesaje din corespondență finanțiar-bancară au finalitate imediată și inevitabilă.

În funcție de natura emitentului și de specificul problemei la care se referă scrisoarea sau actul, corespondența finanțiar-bancară poate fi divizată în:

- a) **corespondența finanțiară** (*Aviz/înștiințare de plată, Confirmare de primire, Executare silită, Proces-verbal de constatare a insolvenței sau de sechestrul etc.*);

- b) corespondența bancară** (*Cerere de deschidere de cont, Cerere de oferire de credit, Fișa cu specimene de semnături, Cerere de transfer de cont etc.*).

De exemplu, *Direcția Generală a Finanțelor Publice* coordonează activitatea de percepere a taxelor și impozitelor, fiind emițatorul actelor și scrisorilor oficiale privind încasarea impozitelor pe profit, pe salarii, clădiri, terenuri agricole, pe taxe de populație etc.

În activitatea unităților economice administrative sau comerciale, corespondența cu unitățile bancare ocupă o poziție preponderentă față de ansamblul relațiilor de corespondență de afaceri a acestora, atât ca frecvență, cât și ca valoare și importanță. Aceste relații dau naștere la drepturi și obligații ale unităților economice, care se realizează, în cea mai mare parte, pe calea încasării sau achitării prin virament prin intermediul băncii. Decontările cu numerar conduc, de asemenea, la menținerea relațiilor cu băncile, prin intermediul ridicării sau depunerii banilor la bancă.

Pentru efectuarea acestor operații, unitățile economice și instituțiile bancare întocmesc frecvent acte și scrisori oficiale privind deschiderea de conturi la bancă, cumpărarea de carnete de cecuri cu limită de sumă și fără limită de sumă, cumpărarea hârtiilor de valoare, efectuarea operațiunilor de încasări și plăți etc.

În baza cererilor depuse la bancă, unităților economice comerciale și persoanelor juridice și fizice, pentru efectuarea operațiilor de încasări și plăți, li se pot deschide mai multe tipuri de conturi sau subconturi, cum ar fi: *conturi (subconturi) curente, conturi de disponibilități, conturi de împrumut etc.*

Conform „*Regulamentului de deschidere, modificare și închidere a conturilor la băncile autorizate din Republica Moldova*” (*Hotărârea BNM Nr. 297 din 25.11.2004*), pentru deschiderea conturilor, întreprinderile de tip „S.A”, „S.R.L.”, Asociațiile Obștești trebuie să prezinte următoarele documente:

- Cererea de deschidere a contului în forma stabilită de bancă;
- Statutul, actul de constituire a întreprinderii (originalul și copia);
- Contractul de constituire/declarația de constituire/sau decizia de constituire a întreprinderii (originalul și copia);

- Certificatul de înregistrare a întreprinderii emis de către *Camera Înregistrării de Stat* (originalul și copia);
- Certificatul de atribuire a codului fiscal, emis de către *Inspectoratul Fiscal de Stat* (originalul și copia);
- Extrasul din Registrul de Stat al întreprinderilor și organizațiilor, eliberat de *Camera Înregistrării de Stat* (originalul);
- Fișa cu specimenele de semnături și cu amprenta stampilei legalizată notarial (2 exemplare).

Persoana care depune la bancă documentele necesare pentru deschiderea contului este obligată să prezinte, pe lângă documentele enumerate, și actul care confirmă identitatea sa.

Față de persoanele fizice și juridice care vor să se folosească de produsele creditare, băncile înaintează anumite cerințe și anume:

- situația satisfăcătoare financiar-economică a întreprinderii/companiei;
- existența unui business stabil și de perspectivă;
- existența unui capital privat;
- existența fluxului bănesc lunar prin conturile de decontare deschise în banca corespunzătoare;
- existența asigurării solvabile a creditelor;
- concordanța scopului solicitării de credit cu obiectivele, profilul, domeniul de activitate a companiei, cu particularitățile businessului acestuia și cu politica creditară curentă a Băncii;
- etc.

Pentru solicitarea unui credit bancar, titularul va depune la bancă un șir de documente, printre care:

1. Cererea solicitantului privind acordarea creditului bancar;
2. Statutul întreprinderii (originalul) cu toate modificările și completările;
3. Certificatul de reînregistrare a întreprinderii (originalul);
4. Documentele ce confirmă sediul real (oficial – în cazul în care acesta diferă de adresa juridică) a solicitantului;
5. Contractul de constituire a întreprinderii (originalul);
6. Business-planul sau argumentarea tehnico-economică a proiectului sau a afacerii creditate;

7. Contractele cu furnizorii și cumpărătorii, facturile și alte acte ce se referă la utilizarea creditului;
8. Licențele la dreptul de a efectua activitatea curentă și cea creditată (în cazul dacă activitatea se supune licențierii);
9. Bilanțurile pentru două-trei perioade de activitate;
10. Descifrarea capitolelor de bază ale bilanțului;
11. Extrasul din registrul de stat al comerțului de pe lângă Camera Înregistrării de Stat privind confirmarea directorului și a fondatorilor Solicitantului. Pentru Societăți pe Acțiuni – extrasul din Registrul Acționarilor de la Registratorul Independent;
12. Extrasul din contul de decontare privind circulația lunară pe ultimele 6-12 luni;
13. Documentele ce confirmă proprietatea averii propuse în gaj;
14. Cererea pentru deschiderea contului de împrumut;
15. Alte documente la viziunea expertului de creditare.

Rezoluția în vederea posibilității de finanțare de către bancă este prezentată solicitantului în urma examinării tuturor documentelor financiare depuse.

Termenul creditării depinde de scopul creditului și de solvabilitatea debitatorului. Astfel, există credite *pe termen scurt* (un an și mai puțin), *pe termen mijlociu* (de la 1 an la 5 ani) și credite *pe termen lung* (mai mult de 5 ani).

□ 12.2 Trăsăturile specifice ale corespondenței financiar-bancare

Sub aspect stilistic, mesajul corespondenței financiar-bancare se deosebește de ce al corespondenței de afaceri prin tonul său lipsit de afectivitate.

În scrisorile de afaceri, emițătorul este implicat afectiv în mesajul transmis, urmărește cu mare interes reacția receptorului, dorind să obțină de la el un răspuns favorabil. Scopul urmărit nu este expus autoritar, ci cu multă diplomatie, deoarece există undeva, în spatele textului, echipa de a nu fi respins.

Dimpotrivă, în corespondența financiar-bancară, emitentul își prezintă punctul de vedere neutru, imparțial, indiferent de reacțiile receptorului. Acest tip de mesaj prezintă situația, de fapt, cu răceleală,

cu obiectivitate și are drept consecință rezolvarea nemijlocită a problemei expuse, cu sau fără acordul interior al receptorului, invocându-se temeiul legal în baza căruia se cere sau se vorbește. Scopul urmărit este întotdeauna atins, iar conflictul soluționat. Este tipul de corespondență care intervine, de cele mai multe ori, după ce între emitent și receptor este încheiată deja o rundă de corespondență.

Pentru claritatea și concizia stilului corespondenței financiar-bancare, sunt folosiți termeni financieri și contabili tradiționali, unii preponderent în forma genului masculin (*cont, sold, cec, debit, credit, ordin*), alții – în forma genului feminin (*factură, fișă, plată, trată*).

Spre deosebire de scrisorile de afaceri și de unele scrisori ce fac parte din corespondența judiciară, cea mai mare parte a corespondenței financiar-bancare nu se redactează în formă liberă, ci se completează pe formulare aprobate de către organe speciale (Ministerul Finanțelor, Banca Națională etc.).

Dat fiind acest fapt, textele de acest gen conțin o serie de abrevieri, utilizate în scop de economie de timp și spațiu. O parte din ele sunt generale, altele – specializate domeniului financiar-bancar. De exemplu:

Abrevieri generale

- a.c.** – anul curent
- adr.** – adresa
- dos.** – dosar
- l.c.** – luna curentă
- nr.** – numărul
- ord.** – ordin
- etc.**

Abrevieri specifice domeniului financiar-bancar

- ct.** - cont
- ct. crt.** – cont curent
- u/m** – unitate de măsură
- U\$** - dolari
- bil.** - bilanț
- bal.** - balanță
- cod. st. dest.** – codul stației de destinație
- fact. fisc.** - factură fiscală
- scad.** – scadență

Corespondența financiar-bancară, ca și cea juridică, se caracterizează printr-o serie de construcții, clișee, formule de redactare, care se atestă mai ales la începutul și la sfârșitul actelor. De exemplu:

- *Pentru efectuarea operațiunilor în cont/decurgând din îndeplinirea sarcinilor noastre ...;*
- *Vă prezintăm datele persoanelor cu drept provizoriu de semnatură ...;*
- *Ne obligăm să păstrăm cecurile sub cheie ...;*
- *Delegăm pentru primirea carnetului de cecuri ...;*
- *Declarăm pe proprie răspundere ...;*
- *Am luat act de obligațiunea noastră ...;*
- *Certificăm semnaturile persoanelor autorizate*

Sub aspectul volumului, textele de acest tip sunt de dimensiune redusă, cu structură componențială strictă, conținând informații cuantificate, ceea ce înseamnă ca latura afectivă lipsește.

12.3 Tipuri de scrisori financiar-bancare

12.3.1 Cererea de deschidere a contului

Cererea de deschidere a contului este un act normativ, care cuprinde solicitarea persoanei juridice sau fizice adresată băncii, cu scopul de a deschide contul/conturile sau subcontul/subconturile corespunzătoare.

Structura cererii de deschidere a contului cuprinde:

1. **Antetul** (plasat, ca și la scrisorile comerciale, sus, în partea stângă a colii);
2. **Adresa destinatarului;**
3. **Textul propriu-zis** al scrisorii care cuprinde:
 - *datele de identificare a titularului de cont (numele, prenumele, adresa, codul fiscal al persoanelor fizice, denumirea unității economice-titular, adresa, codul fiscal, tel./fax, e-mail-ul persoanei juridice);*
 - *solicitarea de a deschide contul/subcontul;*
 - *menționarea documentelor anexate la cerere.*
4. **Semnatura/semnăturile** autorizate ale titularului de cont (persoană fizică; persoană juridică: conducător, contabil-șef);
5. **Amprenta ștampilei.**

Partea a doua a formularului inserează nota/mențiunile băncii privind corectitudinea documentelor depuse de titular și rezoluția responsabilului băncii privind aprobarea de a deschide contul.



Model orientativ de cerere de deschidere de cont nr.1

Către
Banca „_____”
Dlui director _____

Subsemnatul _____,
(numele, prenumele persoanei fizice)
rog să deschideți un cont curent în _____,
(denumirea băncii)
pe numele _____.

(numele, prenumele persoanei fizice – titularul de cont)
În conformitate cu normele Băncii _____,
anexez următoarele documente:

1. Actul de identitate: seria _____ nr. _____, eliberat de _____
la data de _____, valabil până la data de _____
Cod fiscal _____.
Domiciliat în _____, str. _____.
Tel./fax _____, e-mail _____
„_____” _____ anul _____
2. _____
3. _____
4. _____ etc.

Semnătura titularului de cont

Mențiunile Băncii

Documentele privind deschiderea contului au fost verificate
„____” _____ anul.
De deschis un cont _____
(denumirea contului)

Numărul contului deschis _____

Conducătorul, _____

(semnătura)

Contabil-șef, _____

(semnătura)



Model orientativ de cerere de deschidere de cont nr.2

Către

Banca Comercială „Energbank” S.A.

Mun. Chișinău, str. Vasile Alecsandrii, 78

Dlui director _____

Prin prezenta, _____
(Denumirea unității economice titular de cont)

Situată pe adresa _____, tel./fax _____,
e-mail _____, codul fiscal _____, rugăm
de a ne deschide un cont _____

(denumirea contului, valuta)

În acest scop, anexăm următoarele documente cerute de normele
Băncii:

1.
2.
3.
4.
5.

Semnăturile autorizate ale titularului

Director,

(semnătura)

Contabil-șef,

(semnătura)

Nota băncii:

Documentele privind deschiderea contului au fost verificate.

De deschis un cont _____
(denumirea și valuta contului)

Conducător,

(semnătura)

Contabil-șef,

(semnătura)

„_____” _____ anul

_____ numărul contului deschis

12.3.2 Fișa cu specimene de semnături

Fișa cu specimene de semnături reprezintă o scrisoare oficială adresată băncii, prin care se notifică funcțiile, numele și semnăturile persoanelor împuternicite să dispună de sumele din cont.

Structura fișei cu specimene de semnături

1. Antetul/denumirea unității economice emitente;
2. Adresa băncii destinatar;
3. Textul scrisorii care este divizat în două părți.

Prima parte a scrisorii reprezintă un text adresat băncii prin care se notifică trimiterea fișei cu specimenele de semnături.

Partea a doua a scrisorii inserează lista persoanelor împuternicite să dispună de sumele din cont, specimenele semnăturilor și amprenta ștampilei titularului.

În unele formulare antetul lipsește, datele de identificare ale titularului de cont fiind inserate în contextul fișei cu specimene de semnături (Model orientativ nr. 2)



Model orientativ nr. 1

Fișa cu specimene de semnături și amprenta stampilei

Denumirea societății comerciale

Adresa:

Nr. de telefon:

Către
Banca _____

Vă comunicăm prin prezenta specimenele de semnături împreună cu amprenta stampilei, valabile de la data de _____. Certificăm, totodată, semnaturile persoanelor autorizate să disponă de cont, după cum urmează:

Nr. crt.	Nr. contului	Numele, prenumele persoanei autorizate să disponă de cont	Funcția I sau a II-a	Specimenul de semnături
1.				
2.				Amprenta stampilei
Conducătorul unității, (semnătura) Contabil șef, (semnătura)				



Model orientativ nr. 2

Fișă cu specimene de semnături și amprenta ștampilei

Către _____
Banca _____

Titularul de cont _____
(denumirea completă)

Codul fiscal _____

Adresa _____

Nr. tel. _____, Nr. fax _____

Nr. conturilor _____

Funcția I sau a II-a	Numele, prenumele	Specimenul de semnături	Termenul de valabilitate a autorizației persoanelor cu drept provizoriu de semnatură
Prima semnatură			
A doua semnatură			Specimenul amprentei ștampilei

Data _____

Conducător, _____

Contabil şef, _____

L.Ş.

Nota băncii: Autorizarea privind specimenele de semnături

Contabil şef, (semnătura)

Persoana împoternicită, (semnătura)

, _____ ” _____ anul _____

12.3.3 Cererea de credit bancar

Cererea de credit bancar prezentată băncii de o persoană juridică trebuie să cuprindă următoarele elemente:

- adresa destinatarului băncii de la care se solicită creditul;
- denumirea completă a unității economice-solicitant;
- datele de identificare a persoanei împoternicate să solicite creditul. De regulă, acesta este conducătorul întreprinderii;
- tipul creditului;
- suma, ce constituie creditul, scrisă cu cifre și litere;
- menționarea termenului pentru care se solicită creditul;
- identificarea concretă a scopului pentru care se solicită împrumutul;
- semnătura conducătorului întreprinderii și a contabilului-șef.



Model orientativ de cerere de credit bancar

Către

B.C. „Victoriabank” S.A.

Filiala nr. 11, mun. Chișinău

Directorului filialei,

Dlui _____

Prin prezenta, _____,
(denumirea solicitantului)

În persoana _____,
(numele, prenumele conducătorului, unității economice)

Rugăm să ne acordați un credit în sumă de _____ lei/USD/EUR
(suma cu cifre)

_____ (suma cu litere)
pe termen de _____ luni.

Scopul și asigurarea creditului

Scopul creditului:

Asigurarea propusă:

1. _____
2. _____
3. _____

Alte clauze specifice:

(Semnături:)

Conducătorul/managerul întreprinderii, _____

Contabilul şef, _____

L.Ş.

12.3.4 Înștiințarea de plată

Înștiințarea sau *avizul de plată* constituie o primă etapă a creanței fiscale, reprezentând începutul activității de urmărire a impozitelor și taxelor de către instituțiile fiscale. Acest act se înmânează, în situație de caz, sub luare de semnătură a contribuabilului, ceea ce dovedește că emitentul vrea să se asigure că mesajul a ajuns la destinatar și a fost corect recepționat de către acesta.

Structura avizului de plată

Textul avizului de plată poate fi divizat în două părți. Prima parte a textului inserează elementele:

1. Antetul;
2. Titlul actului: „*Aviz de plată*”;

3. Obiectul la care se referă avizul: „*Impozitul pe bunurile imobiliare*”;
4. Adresa destinatarului;
5. Valoarea obiectului impozitat;
6. Cota impozitată (în procente);
7. Menționarea actelor în baza cărora se efectuează acțiunea.

Partea a doua a textului, care cuprinde datele privind sumele calculate (restante, penalități, sumele curente), apare sub formă de tabel.



Model orientativ

Aviz de plată a impozitului pe bunurile imobiliare pentru anul 200_

Adresa: _____

Costul (imobilului) _____ Cota impozitelor: 0,30%

Calculul s-a efectuat în baza legii R.M. nr. 1056-XIV din 16.06.2000
„pentru punerea în aplicare a Titlului VI din Codul Fiscal”

Restanță (anii precedenți) (lei)	Penalitate la: (data) (lei)	Recalculara pe anii precedenți (lei)	Calculul pentru an. 200_ (lei)	Total (lei)
0,00	0,00	0,00	35,23	35,23

Şeful Oficiului Fiscal _____
(semnătura)

12.3.5 Somații bancare sau executarea silită

În scopul recuperării cu cerebitate a creațelor bugetare de la debitorii rău-platnici, băncile și organele fiscale întreprind acțiuni concrete în sensul aplicării operative și eficiente a măsurilor de executare silită, prin comunicarea masivă, către debitorii datornici, a somațiilor sau executărilor silite.

E important de reținut că o scrisoare de încasare se aseamănă, din toate punctele de vedere, cu o scrisoare de vânzări, doar că, în loc de a vinde marfa, instituțiile financiar-bancare își „vând” inteligența persuasivă contra sumei creditate, restante la moment. De exemplu, primele somații bancare, ca și reclamațiile de afaceri, vor urmări să-i convingă pe datornici, într-un mod amiabil și fără ceartă, să ramburseze creditul/creditele sau restanțele la termenul stabilit de către creditori.

Orice avocat poate susține că nu poți, în același timp, să te cerți cu cineva și să-l influențezi în favoarea ta. De aceea, structura de conținut a primelor somații/scrisori de încasare trebuie să urmeze aceeași schemă ca și a scrisorilor de vânzări și anume:

- să aibă un început capabil să rețină atenția;
- să aibă o încheiere în care să se menționeze clar ce se cere de la datornic.

În cazurile când primele atenționări nu dau rezultatele scontate, finanțștii trec la măsuri de *executare silită*: blocări de conturi bancare sau scoaterea la licitație a bunurilor datornicilor.

Executarea silită se realizează în baza unui act ce reprezintă un *Proces-verbal* privind stingerea debitului pe calea opririi legale a sumei aferente statului din alte venituri ale debitorului (de exemplu, oprire de salariu). Procesul-verbal respectiv trebuie să conțină:

- date de identificare a inspectorului fiscal;
- date de identificare a receptorului;
- data și locul încheierii Procesului-verbal;
- eventual, martori care au asistat la desfășurarea acestui eveniment;
- motivul prin care se acționează într-un mod sau altul;
- data intrării în vigoare a prezentului „Proces-verbal” cu valoare de act legal.

Textul va fi scris concis, obiectiv, cu enunțuri scurte și clare.



Model orientativ de Proces-verbal:

Proces-verbal

de constatare a insolvenții nr. _____ din _____
În baza _____

Având în vedere că debitorul _____ cu ultimul domiciliu cunoscut în/domiciliat în localitatea _____ str. _____, are de plătit suma de _____, menționăm:

Natura debitorului	Data când s-a debitat suma			Suma debitată	
	an	lună	zi	debit	majorări

Pentru urmărirea și încasarea acestor sume, au fost luate următoarele măsuri:

- s-au efectuat cercetări la ultimul domiciliu cunoscut al debitorului și s-a constatat că _____;
- s-au cerut relații de la unitățile cunoscute de noi, unde debitorul a lucrat în ultimii 2 ani și ni s-a comunicat că _____;

În urma cercetărilor și constatărilor de mai sus, rezultă că debitorul se încadrează în dispozițiile _____ și este insolvent, întrucât _____.

Prezentul Proces-verbal s-a încheiat în X exemplare, din care

_____ (semnături)

După cum se vede, acest tip de corespondență implică obligativitatea totală în îndeplinirea mesajului până la cea din urmă cerință a sa. În caz contrar, se apelează la foruri competente în drept să reglementeze respectarea prevederilor sale.



Glosar tematic:

Creanță,-te – Înscris care confirmă dreptul creditorului de a pretinde debitorului executarea unei obligații. Din fr. *créance*.

poprire,-i – Măsură luată de o instituție judecătorească de oprire a sumelor de bani datorate unui debitor de către o persoană, urmând ca ele să servească plășii creditorului după validarea interzicerii.

titular,-ă, -ri,-e – 1. Persoană care ocupă un post sau îndeplinește o funcție cu caracter de permanență, pe baza unei numiri legale; 2. (Jur.) Persoană care se bucură de un drept = *titular de cont*.

credit,-e – Împrumut acordat de creditor (cu titlu rambursabil și condiționat de obicei de plata unei dobânci), unei persoane fizice sau juridice, numită debitor. Din fr. *crédit*.

creditor,-oare,-i – 1. Instituție/persoană care acordă un credit. 2. (Despre sume) care se înseriează în creditul unui cont. Din fr. *créateur*.

credita(a) – 1. A acorda sau a deschide cuiva un credit; a împrumuta pe cineva cu o sumă de bani; 2. A face o înregistrare în creditul unui cont. Din fr. *créditer*.

débit,-e – 1. Datorie pe care o are o persoană creditată. 2. Coloană într-un registru de contabilitate sau într-un extras dintr-un asemenea registru, în care se înscriv sporurile de activ sau, respectiv, reducerile de pasiv; (concr.) Sumă înscrisă în această coloană. Din fr. *débit*.

debita(a) – 1. A trece, a înregistra în contul unei persoane, al unei întreprinderi etc. mărfurile care i-au fost predate sau sumele de bani care i-au fost plătite. 2. (Înv.) A vinde marfa cu amănuntul. 3. (Fig.) A spune, a rosti ceva neînsemnat, plăcitor. Din fr. *débiter*.

trată,-e – (Bancară) Ordin din partea unui vânzător (sau exportator) prin care acesta cere ca banca cumpărătorului (sau importatorului) să-i plătească vânzătorului o anumită sumă, la data și la locul stabilit; Cambie. Din it. *tratta*.

debitant,-ă,-ți,-te – Persoană care vinde într-un debit. (Înv.) Persoană care desface marfa cu amănuntul. Din fr. *débitant*.

debitor,-i,-e,-oare – 1. (Adj; s.m. și f.) (Despre sume de bani) Care se găsește la debitul unui cont; 2. Persoană (fizică sau juridică) care datorează creditorului mărfuri sau sume de bani; datorat. Din fr. *débiteur*, lat. *debitor*.



Exerciții și studii de caz

1. Întocmiți o cerere de credit adresată unei bănci, în care să relevați:
 - *scopul solicitării creditului;*
 - *argumentele pe care se intemeiază solicitarea de credit bancar;*
 - *identificarea condițiilor de creditare a băncii pentru suma de X lei pe un termen de Y ani.*
2. Redactați o scrisoare de răspuns din partea băncii, la cererea pe care ați întocmit-o în baza condițiilor de mai sus.(Ex. nr. 1)
3. Întocmiți o cerere de transfer de cont, de la bancă la o sucursală a acesteia, care să cuprindă elementele:
 - *contul nr. _____ pe care îl posedă titularul de cont la această bancă;*
 - *extrasul de identitate bancară a noului cont pe care-l posedă solicitantul;*
 - *formula de mulțumire pentru serviciile oferite timp de X ani.*
4. Redactați o scrisoare către o bancă în care declarați pierderea carnetului de cecuri sau a cardului. Solicitați anularea cecurilor sau a cardului.
5. Redactați, în formă liberă, o cerere de deschidere de cont, adresată unei bănci, care să cuprindă elementele pertinente acestui fel de document.
6. Sunteți managerul serviciului credit al unei bănci. Redactați o somație adresată unui titular de cont care nu a rambursat creditul la scadența acceptată în contract.
7. Continuați textul somației bancare și completați elementele lipsă ale scrisorii. „*Ne referim la recentele două scrisori în care vă reaminteam că ați întârziat cu mult cu rambursarea creditului Dvs. _____.*”.



CAPITOLUL XIII

CORESPONDENȚA CU INSTANȚELE JUDECĂTOREȘTI

13.1 Notiuni de corespondență judiciară

Corespondența cu instanțele judecătoarești este definită ca modalitate practică, prevăzută de lege, de solicitare unui organ de jurisdicție rezolvarea unor litigii între titulari sau recunoașterea unui drept subiectiv preexistent, pentru construirea unei situații juridice noi; despăgubirea sau acoperirea prejudiciilor provocate unei persoane etc.

Formele sub care întâlnim corespondența cu organele de justiție sunt:

1. Cererea de acționare în judecată;
2. Întâmpinarea;
3. Cererea de recurs înaintată de reclamant sau părât;
4. Citația emisă de organul judecătoresc;
5. etc.

Protagoniștii acestor tipuri de scrisori au statut juridic clar determinat și se situează pe una din cele două părți posibile într-un conflict, care se cere a fi rezolvat de o terță persoană: ei sunt **reclamantul și părâtul sau reclamatul și instanța de judecată**.

Schematic, situațiile de comunicare pot fi prezentate astfel:

1. *acționare în judecată*: reclamant → mesaj → instanță de judecată
2. *recurs*: părât (emitent) → mesaj → instanță de judecată
3. *întâmpinare*: părât (emitent) → mesaj → instanță de judecată
4. *citație*: instanță de judecată (emitent) → mesaj → părât

În vedea soluționării problemelor ce țin de rezarea drepturilor, persoanele interesate în apărarea lor au posibilitatea de a se adresa unui organ jurisdicțional competent cu cereri de chemare în judecată, care, în funcție de obiectivele abordate, pot fi:

1. **Cereri cu caracter general** adresate instanțelor de fond, privind: recuzarea împotriva cuiva, eliberarea unui act din

dosar, îndreptarea erorilor materiale, refacerea înscrisurilor și hotărârilor dispărute, executarea silită etc.;

2. **Cereri depuse în căile de atac**, având obiectivele: suspendarea hotărârilor executării de drept sau hotărârii cu execuție vremelnică; contestația în anulare; suspendarea executării hotărârii atacate cu contestație în anulare; revizuirea și suspendarea hotărârilor; introducerea recursului în anulare etc.;
3. **Cereri ce se referă la diverse proceduri judecătorești**, cu obiectivele: chemare în judecată; constatarea nulității unor acte de înstrăinare; contestarea procesului-verbal de aplicare a sancțiunii contravenționale cu amendă; reexaminarea hotărârii judecătorești etc.;
4. **Cereri cu caracter administrativ privind**: chemarea în judecată de către cei vătămați într-un drept printr-un act administrativ; suspendarea executării unui act administrativ etc.;
5. **Cereri ce țin de dreptul civil**, având obiectivele: răspunderea civilă contractuală; constatarea nulității actelor; revocarea contractelor de donație, rezilierea contractelor; constatarea/declararea simulației; anularea vânzării sau reducerea prețului dintr-un contract de vânzare-cumpărare din cauza viciilor ascunse; chemarea în judecată pentru evicțiune (acțiunea cumpărătorului evins împotriva vânzătorului); revendicarea de bunuri mobile; punerea sub interdicție; anularea/rectificarea/completarea unei înregistrări în registrul de stare civilă; acoperirea prejudiciilor produse din cauza nerespectării clauzelor contractuale etc.;
6. **Cereri cu obiective ce țin de drepturile familiei**: stabilirea paternității sau contestarea recunoașterii paternității; acordarea pensiilor; desfacerea căsătoriei; plata alocației de stat; încuviințarea sau desfacerea adoptiei; împărțirea bunurilor comune etc.;
7. **Cereri cu referință la dreptul locativ**, având obiectivele: predarea lucrului închiriat, evacuarea persoanelor care ocupă o suprafață locativă fără contract de închiriere, în mod abuziv sau prin fraudă etc.;

8. **Cereri cu obiective ce se referă la dreptul muncii:** desfacerea contractului de muncă; contestarea deciziei de imputare; revendicarea drepturilor bănești pentru o muncă prestată etc.;
9. **Cereri ce țin de dreptul comercial:** înmatricularea în registrul comerțului a societății comerciale; autorizarea funcționării unei societăți etc.;
10. **Cereri specifice fazei urmăririi penale;**
11. **Cereri specifice fazei judecării în prima instanță;**
12. **Cereri adresate instanței în faza execuțării hotărârilor penale privind:** eşalonarea plății amenzii, revocarea măsurilor de siguranță etc.

Cererile adresate instanțelor judecătoarești pot fi redactate atât de persoane juridice, cât și de cele fizice. Acțiunea emitentului scrisorii va fi întemeiată în baza anumitor condiții de admisibilitate ce țin de:

- **capacitatea procesuală:** persoanele fizice sau juridice pot deveni părți ale unui proces civil numai dacă sunt capabile de a avea drepturi și îndatoriri;
- **calitatea procesuală:** aptitudinea persoanei de a sta în proces, în calitate de reclamat/părât, în cauză concretă (indicată în cerere). De exemplu, emitentul poate participa în proces în nume propriu sau în numele altuia, în calitate de reprezentant (calitatea de reprezentant se indică în cuprinsul cererii de chemare în judecată, menționându-se și actul care îi conferă această calitate);
- **existența în drept:** dreptul care se cere a fi valorificat trebuie să fie ocrotit de lege, să fie actual și să nu fie prescris;
- **justificarea unui interes judiciar:** conținutul cererii trebuie să cuprindă scopul reclamantului și avantajul pe care l-ar putea obține. De exemplu, emitentul cererii a suferit o anumită pagubă prin fapta culpabilă a părâtului. În acest caz, în cerere, reclamantul trebuie să evidențieze că părâtul este obligat să-l despăgubească într-un anumit mod.

□ 13. 2 Specificul redactării cererilor de acționare în judecată

Cererile de chemare în judecată, indiferent de obiectul lor, au structură similară. Textele cererilor trebuie să includă următoarele informații:

- datele de identificare ale reclamantului și ale părâțului;
- solicitarea reclamantului privind modul de soluționare a litigiului;
- valoarea litigiului pentru acționare în judecată;
- menționarea tuturor celorlalte forme de rezolvare a litigiului, folosite înainte de a se apela la instanțele judecătoarești;
- datele privind baza legală pe care sunt fundamentate cerințele reclamantului;
- indicarea probelor;
- data depunerii cererii;
- semnătura;
- adresa destinatarului.

ACTIONAREA ÎN JUDECATĂ ESTE UN TEXT REDACTAT CU PROCEDELE STILULUI JURIDIC AVÂND URMĂTOAREA STRUCTURĂ:

- ***Formula de adresare***
- ***Introducerea:***
 - menționarea datelor de identificare personală a reclamantului;
 - specificarea numelui complet al părâțului;
 - menționarea obiectului adresării.
- ***Corpul scrisorii:***
 - precizarea datelor de identificare a părâțului;
 - formularea clară a valorii litigiului;
 - solicitarea modului de soluționare a litigiului în favoarea reclamantului;
 - expunerea clară a motivelor care l-au determinat pe reclamant să acționeze în judecată;
 - menționarea actelor doveditoare anexate la prezenta acțiune judecătoarească.
- ***Încheiere:***
 - insistarea asupra rezolvării acțiunii în favoarea reclamantului;
 - menționarea sumei pe care reclamantul o pretinde ca daună materială sau morală de la părât;
 - identificarea numărului de exemplare a scrisorii în calitate de măsură de prevedere;
 - adresa destinatarului;

- data depunerii cererii;
- numărul înregistrării;
- semnătura.

În funcție de natura obiectului, cererile sunt adresate președintelui unei judecătorii, președintelui de tribunal, președintelui curții de apel etc.

- **Formula de adresare** se compune din substantivul de referință, „*Dominule*”, „*Doamnă*” și substantivul ce indică funcția destinatarului: „*Președinte*”, scrise cu majusculă. De exemplu : „*Dominule Președinte*”, „*Doamnă Președinte*”.
- **Formulele de prezentare** a părților implicate în acțiunea de judecată și a menționării obiectului adresării includ:
 - numele și prenumele reclamantului și ale pârâtului;
 - domiciliul/locul de reședință a părților;
 - obiectul acțiunii juridice.

De exemplu:

„Subsemnatul Ion Condrea, domiciliat în mun.. Chișinău, str. Gh. Madan 45/4, ap. 15, chem în judecată pe pârâul Ilie Gârbu, domiciliat în mun. Chișinău, str. Vasile Alecsandri, 16.”

sau:

„Subsemnatul, directorul S.C. _____, _____,
 (denumirea S.C.) _____, numele, prenumele
 cu sediul în _____, formulăm prezenta ... ”

• În cerere trebuie să se menționeze **calitatea juridică** în care părțile stau în judecată, atunci când acestea nu stau în nume propriu.

Notă: Este vorba de cazul în care acțiunea nu este exercitată de titularul dreptului însuși, ci de o altă persoană care acționează în numele titularului și pentru acesta, în calitate de reprezentat legal sau convențional. Lipsa mențiunii corespunzătoare înseamnă că acțiunea este introdusă în nume propriu.

Într-o pricina ce urmează între două persoane, poate interveni o terță persoană, când aceasta invocă în dreptul său sau sprijină apărarea uneia din părți. În acest caz, scrisoarea va fi intitulată: „**Cerere de intervenție în nume propriu**” sau „**Cerere de intervenție accesorie**”, ambele părți (reclamantul și pârâul) vor fi menționate după titlul cererii. De exemplu:

Model orientativ

Domnule președinte,

Subsemnatul(a) _____, domiciliat(a) în _____

Formulez

Cerere de intervenție în nume propriu

în acțiunea care formează obiectul dosarului civil nr. _____ al acestei instanțe, cu termen de judecată la data de _____, în care figurează ca părți:

- reclamant(ă) _____, domiciliat(ă) în _____
- părât(ă) _____, domiciliat(ă) în _____

Model orientativ

Domnule președinte,

Subsemnatul(a) _____, domiciliat(a) în _____

Formulez

Cerere de intervenție accesorie

În acțiunea care formează obiectul dosarului nr. _____ al acestei instanțe, cu termen de judecată la data de _____, în care figurează ca părți:

- reclamant(ă) _____,
- părât(ă) _____.

Intervenția o fac în sprijinul (reclamantului sau părâțului).

- **Obiectul acțiunii** îl constituie pretenția formulată de reclamant împotriva părâțului. Ele pot fi: respectarea dreptului de proprietate și posesie a unui bun imobil, restituirea sau plata unei sume, solicitarea pensiei de întreținere, reîntegrarea în domiciliul din care a fost alungat etc. Obiectul acțiunii trebuie să fie formulat clar și exact, fără a lăsa loc unor echivoci. Aceasta prezintă importanță atât pentru soluționarea eficientă a problemei care formează obiectul

pricinei supuse judecății, cât și pentru luarea unei hotărâri corecte de către judecători.

Prezentăm câteva modele de formulare a obiectului acțiunii:

- „*Vă rog să se constate că eu sunt proprietar terenului asupra căruia părțile se judecă, urmând să fie obligate să-mi respecte dreptul de proprietate și să-mi plătească cheltuielile de judecată pe care le voi face în acest proces*”.
- „*Vă rog să respingeți acțiunea reclamantului și să-l obligați să-mi plătească cheltuielile de judecată pe care le voi face.*”
- **Valoarea litigiului** trebuie să fie menționat prin termeni de cuantificare. De exemplu:
 - *cer să-mi restituie cantitatea de X kg fructe/legume/semințe etc., pe care le-a ridicat fără drept de pe terenul proprietate a mea, sau contravaloarea în sumă de Y lei;*
 - *cer să-mi plătească suma de X lei, reprezentând contravaloarea bunurilor mobile pe care mi le-a distrus;*
 - *cer să-mi plătească suma de X lei, reprezentând repararea prejudiciului pe care mi l-a cauzat, constând din ambalarea neglijentă a produselor ușor perisabile.*
- Următorul paragraf al cererii va relata, în mod concis, **motivele acțiunii** și a împrejurărilor care susțin pretenția reclamantului, temeiul juridic și textelete de lege aplicabile.

Sub aspect lexical, textelete cererilor de chemare în judecată se deosebesc de textelete corespondenței de afaceri prin folosirea, cu precădere, a termenilor, a unităților lexicale și frazeologice specifice limbajului juridic. În acest sens, vom face referință la cele două formule ale indicațiilor cererii sau acțiunii în justiție care s-au impus și în dreptul roman prin termenii „**de facto**” (în fapt) și „**în drept**”, la care face trimitere și articolul 128, punctul 4 al Codului de Procedură Civilă al Republicii Moldova, unde se stipulează: „*Cererea trebuie să cuprindă: arătarea motivelor de fapt și de drept, pe care se intemeiază aceasta, precum și a dovezilor pe care se sprijină fiecare pretenție*”. Cu ajutorul formulei „**în fapt**” se introduce în contextul cererii acea parte a acțiunii în justiție, care conține o trecere în revistă a unor anumite evenimente, a căror consecințe l-au determinat pe reclamant să apeleze la justiție. La această parte, reclamantul va expune succint subiectul, respectând

cronologia celor întâmpilate. În același timp, vor fi evitate evenimentele ce nu se află în legătură directă sau indirectă cu cererea înaintată.

Formula „*în drept*” semnifică baza legală pe care sunt fundamentate cerințele reclamantului sau ale altor persoane îndreptățite să se adreseze în justiție. Partea „*în drept*” trebuie să cuprindă atât norma materială, cât și cea de procedură. Indicarea normelor într-o cerere adresată organelor de justiție nu numai că facilitează activitatea organelor care examinează cererea, dar îl face pe reclamant să studieze mai adânc instrumentele juridice pe care acesta trebuie să le utilizeze pentru atingerea scopurilor sale.

Între noțiunea „*în fapt*” și cea „*în drept*” trebuie să existe o legătură, în sensul că prima trebuie să cuprindă acele fapte care sunt fundamentate în partea a doua a cererii.

Model orientativ:

„Motivele acțiunii:

„*In fapt, printr-un act sub semnatură privată, intitulat „Act de vânzare-cumpărare”, părătul mi-a vândut un autoturism marca _____, an de fabricație _____, culoarea _____, la prețul de _____.*”

Conform înțelegерii părților, peste o lună trebuia să ne prezentăm la notarul public în vederea încheierii actului autentic.

Deși termenul a expirat, părătul refuză să se prezinte la notar, motiv care mă determină să introduc această acțiune în vederea obținerii unei hotărâri care să țină loc de act de vânzare-cumpărare, cu scopul de a înmatricula mașina pe numele meu.”

• **Elucidarea dovezilor pe care se sprijină obiectul cererii.** Pe lângă pretențiile relevante succint, este necesar ca persoana care formulează cererea să indice probele, dovezile care sprijină cererea. Acestea vor fi:

- dovezi prin înscrisuri, care sunt anexate în copii (expertize tehnice, contabile, medico-legale etc.);
- menționarea, în conținutul cererii, a martorilor, indicându-se numele, prenumele, domiciliul acestora.

Întemeierea acțiunii se inserează în contextul cererii cu îmbinarea „*în drept*”:

Model orientativ:

„*În drept, îmi întemeiez acțiunea pe dispozițiile art. _____ (se indică textul de lege).*

Dovada acțiunii o fac cu interogările celorlalte părți din proces, cu expertiza tehnică și cu martorii: (se indică numele, prenumele și domiciliul acestora).

Depun acțiunea în X exemplare, unul - pentru instanță și celelalte - pentru a fi comunicate părților în proces.”

• ***Timbrul fiscal.*** În textul cererii, se notifică și achitarea taxei de timbru, prevedere ce se aplică obligatoriu acțiunilor și cererilor în justiție. Aceasta se poate menționa în felul următor:

„*Depun/anexez chitanța nr. _____ din _____, în valoare de X lei, privind taxa de timbru și timbrul judiciar în valoare de X lei.*”

• ***Data și semnatURA.*** Cererea de chemare în judecată care nu cuprinde data și semnatura este declarată nulă. Ca și la scrisorile de tip „cerere”, data se plasează în partea stângă, sub text, iar semnatura – în partea dreaptă a textului.

• ***Adresa destinatarului*** se scrie în subsolul scrisorii. Ea cuprinde funcția persoanei, titlul și reședința instituției judiciare. De exemplu:

„*Domnului Președinte al Judecătoriei populare din or. Bălți*”,



Model orientativ de cerere de chemare în judecată

Domnule Președinte,

Subsemnatul(a) _____, domiciliat(ă) _____, în
_____, chem în judecată pe _____, cu
sediul în _____, pentru a fi obligat(ă) să-mi plătească
suma de _____ lei, reprezentând drepturi bănești care mi se cuvin
pentru munca depusă în perioada _____, precum și cheltuielile
de judecată pe care le voi face cu acest proces.

Motivele acțiunii

În fapt, în perioada _____ am desfășurat activitate în
cadrul unității economice părâte, îndeplinind funcția de
_____, iar aceasta refuză să-mi plătească drepturile bănești
în sumă de _____, reprezentând _____.

În drept, îmi intemeiez cererea pe dispozițiile art. _____
„Codul muncii”.

În vederea acțiunii, mă voi servi de proba cu interrogatoriu scris,
pe care vă rog să-l comunicați unității; de proba cu acte, de proba
cu expertiză și cu următorii martori: _____,
_____, _____.

Depun prezenta cerere în dublu exemplar, pentru a fi
comunicată celeilalte părți din proces, chitanța de plată a taxei de
timbru în valoare de _____ lei și timbrul judiciar în valoare de
_____ lei.

Data depunerii _____

Semnătura _____

Domnului Președinte al Judecătoriei ...,



Model orientativ de contestare a deciziei judecătorești

Domnule Președinte,

Subsemnatul(ă) _____, domiciliat(ă) în _____, cu sediul _____ formulez:

Cerere de contestare împotriva deciziei de imputare
nr. _____, din _____, emisă de ___, prin care mi s-a imputat suma de X lei (sau: Vă rog să anulați angajamentul de plată pe care mi-l au asumat, din data de _____, prin care m-am obligat la plata sumei de ___ lei față de ___ lei).

Până la soluționarea acestei contestații, vă rog să suspendați executarea deciziei de imputare (sau a angajamentului de plată). De asemenea, vă rog să obligați pe intimat(ă) să-mi plătească cheltuielile de judecată pe care le voi face cu acest proces.

Motivele contestației:

În fapt, prin angajamentul de plată, s-a reținut că mă fac vinovat(ă) de alterarea produselor alimentare indicate în nota pe care o anexez, a căror vânzare s-a interzis, fiind depășit termenul de garanție.

Cu actul „_____”, fac dovada că produsele respective au fost primite în gestiune după expirarea termenului de garanție, ceea ce înseamnă că nu sunt vinovat(ă) de depășirea acestui termen (sau de alterarea produselor) și, deci, decizia de imputare(sau angajamentul de plată) nu corespund adevărului, pentru că nu am nici o culpă.

În drept, îmi întemeiez contestația pe dispozițiile art. _____, codul muncii.

Cer admiterea contestației (sau cererii) și anularea sus-numitei decizii (sau a angajamentului de plată); obligarea unității intimate la restituirea sumelor pe care le-a reținut din salariu și la plata cheltuielilor de judecată.

În dovedirea contestației, depun următoarele acte: _____. Mă voi folosi și de proba cu următorii martori: _____, iar în caz de nevoie, de proba cu expertiză.

Depun prezenta cerere în dublu exemplar.

Data depunerii _____

Semnătura _____

Domnului Președinte al Judecătoriei ...,



Model orientativ de cerere de reziliere a contractantului

Domnule Președinte,

Subsemnatul(ă) _____, domiciliat(ă) în _____, cu sediul în _____, chem în judecată pe pârâtul _____, directorul _____, cu sediul în _____, și

Formulez

Cerere de rezilire a contactului de vânzare-cumpărare, pentru că:

- a) bunurile pe care le-am cumpărat de la pârât (mese și scaune pentru sălile de curs) au vicii ascunse;
- b) pârâtul refuză să-mi facă act autentic de vânzare-cumpărare și să-mi restituie prețul plătit în sumă de X lei.

De asemenea, vă rog să obligați pe pârât să-mi plătească cheltuielile de judecată pe care le voi face cu acest proces.

Motivele acțiunii:

În fapt, prin contractul de vânzare-cumpărare autentificat cu nr. _____ din _____, am cumpărat de la pârât mobilă pentru sălile de curs, evaluată la suma de X lei, pentru care a fost achitată arvuna de X lei.

Cer să reziliați acest contract, pentru că a fost încălcată o clauză importantă care vizează calitatea bunurilor cumpărate.

În drept, îmi intemeiez acțiunea pe dispozițiile art. _____.

Dovada acțiunii o fac cu interogatoriul părătului, cu proba cu acte, cu expertiza tehnică și cu următorii martori: _____, _____.

Depun acțiunea în dublu exemplar, pentru a se comunica părătului; chitanța de plată a taxei în valoare de X lei și timbrul judiciar în valoare de Y lei.

Data depunerii _____

Semnătura _____

Domnului Președinte al Judecătoriei ...,

13.3 Apelul

Apelul reprezintă cererea de acțiune a emitentului, cu titlul de apelant, în care acesta își exprimă nemulțumirea față de hotărârea luată de către judecători în prima instanță.

Cererea de apel cuprinde:

- numele, domiciliul sau reședința părților;
- relatarea hotărârii ce se atacă;
- motivele **de fapt și de drept** pe care se întemeiază apelul;
- dovezile invocate în secțiunea apelului;
- semnătura apelantului.



Model orientativ de apel:

Domnule președinte,
Subsemnatul, directorul S.A. „_____”, cu sediul în _____,
Declar

Apel

Împotriva sentinței civile nr. _____ din _____ a
Judecătoriei _____, pronunțată în _____, prin care mi-a
fost respinsă acțiunea în revendicare împotriva intimatului S.A.
„_____”, cu sediul în _____.

De asemenea, urmează ca intimatul să fie obligat să-mi plătească cheltuielile de judecată pe care le voi face cu acest proces.

Motivele apelului:

1. *În fapt*, (se anunță situația de fapt din dosar, respectiv: numele reclamantului care a introdus acțiunea, obiectul acțiunii, probele care s-au administrat și soluția pronunțată);
2. *Motivele de fapt și de drept pe care se intemeiază apelul sunt ... (urmează prezentarea lor);*
3. *Dovezile pe care le invoc în susținerea apelului le constituie ... (vor fi indicate: înscrișuri, martori, expertize, cercetări locale etc.).*

Aceasta fiind atât starea de fapt și de drept din dosar, cât și dovezile pe care înțeleg să le invoc.

Vă rog:

- a) *să încuviințați refacerea sau completarea probelor administrate de primă instanță, precum și administrarea altor probe, dacă le veți considera necesare în soluționarea cauzei;*
- b) *să schimbați în tot (sau în parte) hotărârea atacată;*
- a) *să definiți hotărârea atacată pentru că:*
 - *procesul a fost rezolvat fără a se intra în cercetarea fondului problemei;*
 - *judecarea s-a făcut în lipsa mea, căci nu am fost legal citat.*

În drept, îmi intemeiez apelul pe dispozițiile art. ____.

Depun apelul în dublu exemplar, pentru ca să fie comunicat intimatului odată cu citația.

Anexez chitanța de plată a taxei de timbru în valoare de ____ lei și timbrul judiciar în valoare de ____ lei.

Data depunerii _____

Semnătura _____

Domnului Președinte al Judecătoriei ... ,

13.4 Recursul

Recursul constituie o cerere întocmită de reclamant, obiectul căreia îl constituie atacarea hotărârii judecătoarești în vederea anulării sau modificării în cazul când se constată că ea este neîntemeiată sau nelegitimă.

Scrisoarea de recurs se scrie atunci când cererea de apel în judecată este respinsă. Ea poate fi formulată atât de reclamant, cât și de părăt, în situația când unul dintre ei este nemulțumit de hotărârea pronunțată.

Mesajul acestui tip de text, având structura asemănătoare cu a cererilor de acțiune în judecată, este construit pe axe temporale diferite: „*introducerea*” și „*încheierea*” – la *indicativul prezent*, iar corpul scrisorii – la *perfectul compus*, fapt îndreptățit, deoarece ceea ce se relatează în corpul scrisorii s-a petrecut într-un trecut apropiat, evenimentele fiind doar actualizate în text.

Structura cererii de recurs conține elementele:

1. *Introducerea:*

- numele, prenumele și domiciliul părților;
- referința emitentului la dosarul anterior al acționării în judecată;
- obiectul adresării: „*Cerere de recurs*”.

2. *Corpul recursului:*

- obiectul recursului și detalierea fiecărui motiv (prezentate într-un capitol aparte, decupat de restul textului);
- reformularea scopului recursului;
- dovada motivelor.

3. *Menționarea anexelor;*

4. *Data depunerii;*

5. *Semnătura;*

6. *Adresa destinatarului.*



Model orientativ de cerere de recurs

Domnule președinte,

Referitor la dosarul nr. _____ din 200_ privind litigiul cu Societatea _____ S.C. _____, adresa _____, reclamant în litigiu cu _____, pentru suma de _____ lei cu titlul de daune, reprezentând diferența de sumă neachitată, privind sentința civilă nr. _____ din data de _____, formulează, prin reprezentanții săi legali, prezenta

Cerere de recurs,

Solicitând desființarea hotărârii atacate și admiterea acțiunii aşa cum a fost formulată pentru următoarele

Motive:

În fapt, prin pronunțarea sentinței de respingere a acțiunii, instanța de judecată nu a avut în vedere totalitatea actelor normative care reglementează măririle de prețuri.

Menționez astfel Decretul nr. ___, Legea nr. _____ și Decretul nr. _____, în baza cărora am acționat.

Pentru motivele expuse și față de conținutul actelor anexate, rugăm a ni se admite prezenta cerere de recurs și, în consecință, a admite cererea aşa cum a fost formulată, obligând părâtul la plata sumei de X lei și de Y lei taxă de timbru.

În drept, îmi întemeiez recursul pe dispozițiile art. _____.

Depun recursul în dublu exemplar, pentru a se comunica intimatului odată cu citația.

Anexez chitanța de plata sumei de X lei, reprezentând taxa de timbru judiciar în valoare de Y lei.

Data depunerii _____

Semnătura _____

Domnului Președinte al Curții de Apel,

□ 13.5 Citația

Citația este invitația oficială prin care organele judecătorești citează (cheamă) în instanță persoane fizice sau juridice la o anumită dată.

Persoanele citate de organele judecătorești pot avea calitatea de pârât sau de martor. Citația face parte din corespondență cu formă tipizată și cuprinde următoarele elemente:

- autoritatea emitentă (instanța, gradul, localitatea, secția);
- titlul corespondenței: „**Citație**”;
- datele de identificare a destinatarului;
- locul unde urmează a se îndeplini procedura;
- obiectul citației (nr. dosarului, cauză, părți);
- data la care a fost trimisă citația;
- semnătura;
- stampila.



Glosar tematic

Adjudeca(a) – A atribui (prin hotărâre judecătoarească) un bun scos la licitație persoanei care oferă prețul cel mai mare. Din lat. *adjudicare*.

adjudecătar, -ă, -tari, -e – Persoană căreia i se adjudecă un bun la o licitație publică. Din fr. *adjudicataire*.

adjudecație, -ii – Act prin care se adjudecă un obiect, o antrepriză la o licitație publică. – din fr. *adjudecation*, lat. *adjudecatio*.

adjudecător, -oare, -ori – Persoană care face adjudecarea la o licitație publică. Din fr. *adjudecateur*.

antrepriză, -ze – Întreprindere care execută lucrări industriale, comerciale, de construcție etc; lucrarea propriu-zisă. = Expr. *A da în antrepriză* = a da o lucrare spre executare unei întreprinderi sau unui antreprenor. *A lua în antrepriză* = a lua conducerea unei lucrări. Din fr. *entreprise*.

evicțiune, -ni. – Pierdere a posesiunii unui bun (imobil) ca urmare a exercitării de către o altă persoană a dreptului său asupra acestui bun. Din fr. *éiction*, lat. *evictio, -onis*.

impieta(a) – A interveni în treburile altuia, neluându-i în considerare drepturile; a-i leza drepturile. Din fr. ***empiéter***.

imputa(a) – **1.** A (i se) reproşa, a (i se) atribui cuiva fapte, atitudini, gesturi nepotrivite, condamnabile. **2.** A face pe cineva răspunzător de o pagubă adusă unei instituții, întreprinderi (unde lucrează), obligându-l la despăgubiri. Din fr. ***imputer***, lat. ***imputere***.

intimat, -ă, -ți, -te – Parte într-un proces care se află în situația unui părât în caz de recurs sau în altă cale de atac. Din fr. ***intimer***, lat. ***intimare***.

dol, -uri – Acțiune făcută cu rea-credință, cu viclenie, pentru a determina pe cineva să încheie un contract nefavorabil sau să admită o clauză defavorabilă într-un contract. Din fr. ***dol***, lat. ***dolus***.

în drept/de/în fapt (loc. adv.) – conform legii; în mod legitim, firesc.

leza(a) – **1.** A aduce (cuiva) un prejudiciu, a păgubi (pe cineva); **2.** (Fig.) A ofensa. Din fr. ***léser***.

revendica(a) – A reclama, a cere un bun care se cuvine unei persoane, asupra căruia aceasta are drepturi. Din fr. ***revendiquer***.



Exerciții și situații de caz

1. Redactați câte o cerere de chemare în judecată în baza obiectivelor:
 - a) eliberarea unui act din dosar;
 - b) acoperirea prejudiciilor materiale și morale aduse reclamantului;
 - c) achitarea unei sume de X lei, reprezentând contravaloarea bunurilor mobile distruse;
 - d) constatarea nulității absolute a unui contract.
2. Întocmiți o cerere de chemare în judecată în baza situației: „*Consimțământul reclamantului pe care l-a exprimat la încheierea contractului nu este valabil, datorită incapacității acestuia de exercițiu sau surprinderii prin dol.*”

3. Redactați o cerere de chemare în judecată, având ca reper contextul: „*De la data perfectării vânzării, părâtul(a) s-a mutat în imobilul (casa) pe care i l-am vândut și se folosește de toate bunurile. Cu toate acestea, refuză să-și îndeplinească obligația de întreținere pe care și-a asumat-o, eu fiind întreținut de alte persoane, care nu au nici o obligație față de mine.*”
4. Invocând situația de mai jos, redactați o cere de chemare în judecată: „*Terenul revendicat de reclamant este posedat de părât(ă), fără nici un drept, părâtul refuzând să-l cedeze reclamantului în deplină proprietate și posesie. Aceast refuz l-a determinat pe reclamant să-l cheme pe părât în judecată și să-l oblige să-i lase terenul în deplină proprietate, cu toate construcțiile și plantațiile pe care părâtul(a) le-a efectuat.*”
5. Completați cererea de chemare în judecată, de mai jos cu elementele care lipsesc:
 - „1. Să fiu restabilit la lucru în funcția de economist la _____ (unitate)
 2. Părâtul să fie obligat să-mi plătească salariul pentru lipsa forțată de la muncă, reieșind din câștigul mediu lunar, pentru absența forțată (din ziua concedierii până la restabilirea la muncă).
 3. Hotărârea instanței să fie imediat adusă la îndeplinire.

Motivele cererii sunt următoarele:

În fapt,
.....
În drept,
.....
În sprijinul acțiunii,
.....



CAPITOLUL XIV

CORESPONDENȚA PRIVIND DIVERSE ASPECTE ALE ACTIVITĂȚII INTERNE

Activitatea de gestionare a societății comerciale, precum și a instituțiilor bugetare, generează zeci de scrisori și acte cu caracter intern. Le vom examina pe cele mai des întâlnite în desfășurarea activității de administrare, consemnate în procese-verbale, rapoarte, referate, cereri oficiale. Fiecare dintre aceste documente se poate referi la diverse domenii, cum ar fi: gestionarea bunurilor, unele activități de verificări, modificarea unor stări de lucruri, lucrările de întreținere și renovare, recepționarea produselor, constatărilor cu privire la modul de gestionare a mărfurilor în magazine etc.

14.1. Raportul

O expunere făcută în scris, în care cineva prezintă ceea ce informații despre o activitate sau despre un aspect al ei, adunate, examineate și aranjate într-un anumit text, constituie *un raport*.

Există mai multe tipuri de rapoarte, în funcție de situația prezentată și de persoanele care le redacteză sau le solicită. De cele mai multe ori, prin raport sunt prezentate informații cu privire la anumite stări de lucruri din unitate sau cu privire la modul în care au fost îndeplinite sarcinile decurgând din actele de dispoziție.

Redactarea unui raport necesită anumite competențe. Principala calitate a acestui document este aceea de a prezenta faptele corect și complet, într-o formă inteligibilă.

14.1.1. Structura raportului

Structura unui raport obișnuit cuprinde trei părți: *introducerea, tratarea și încheierea*.

Introducerea este partea care generalizează expozeul de fapte și aprecieri ale tratării. Această secțiune cuprinde:

- relatarea concisă a scopului expus în raport;
- definirea temei și a subiectului expunerii;

- prezentarea structurii în care este redactat raportul (capitolele, paragrafele, titlurile, problemele și sarcinile abordate în raport);
- rezumarea concisă a concluziilor, noutăților și recomandărilor formulate în raport.

14.1.2. Tratarea conținutului

Prima etapă în redactarea unui raport constă în elaborarea unei schițe de plan de lucru, care va servi drept punct de reper. Se pornește de la alegerea titlurilor potrivite, atât al raportului însuși, cât și ale paragrafelor, care ajută cititorul să cuprindă materialul dintr-o privire și să-l înțeleagă mai ușor.

Titlurile trebuie să corespundă conținutului și să nu fie evidențiate unul după altul, fapt care irită cititorul. Ele trebuie să fie scurte, definitorii și sugestive.

Maniera în care este structurat conținutul – modul de numerotare a capitolelor și a paragrafelor – este o problemă atât de corelare logică a textului, cât și de prezentare estetică.

Dacă modalitatea în care este structurat textul este clară prin forma de evidențiere a titlurilor și a ideilor principale, numerotarea nu este necesară. Dacă numerotarea este iminentă, atunci cel mai comod sistem de numerotare este cel decimal (1.1.1., 1.1.2. etc.)

La început, se expun ideile principale, acordându-se atenție ajustărilor și stilizărilor, care se lasă pentru etapa finală - cea a evaluării și a criticii. Demonstrațiile și probele expuse în fragmente și părți, indiferent de ordinea lor în cuprins, se sistematizează în final. Numai după obținerea formei brute a raportului, se trece la sistematizări, modificări, stilizări și corectări. În final, este posibil să se ajungă la un alt cuprins decât cel întocmit inițial.

De aceea, de regulă, introducerea se redactează la sfârșit, după dresarea raportului propriu-zis – pentru a corespunde în exhaustivitate conținutului.

□ 14.2. Raportul de afaceri

Spre deosebire de rapoartele obișnuite, rapoartele de afaceri (de audit, de cercetare de piață, de constatare comercială etc.) sunt mai

complexe, având o structură mai sofisticată, inserând următoarele paragrame:

I. Preambulul

1. Pagina de titlu;
2. Prefață;
3. Cuprinsul;
4. Lista schemelor, tabelelor, figurilor.

II. Rezumatul

III. Concluziile și recomandările

IV. Tratarea propriu-zisă

1. Introducere;
2. Probleme, fapte, demonstrații, probe, afirmații;
3. Concluzii detaliate;
4. Propuneri, recomandări.

V. Suplimente

1. Anexe;
2. Referințe bibliografice;
3. Index.

Preambulul cuprinde informațiile de bază pentru perceperea și acceptarea conținutului ca atare.

Pagina de titlu cuprinde titlul raportului, numele unității/secției/ serviciului care l-a solicitat, numărul deciziei administrative, al contractului sau comenzi, numele raportorilor, data și locul elaborării raportului.

Prefața include lista capitolelor și a paragrafelor care sintetizează întregul conținut și logica structurii raportului.

Rezumatul cuprinde ideile generale ale raportului.

Bibliografia cuprinde lista lucrărilor și autorilor la care s-a făcut apel în redactarea raportului.

Anexele sunt un adăos sau un supliment la raport, care includ informații și documente invocate în sprijinul afirmațiilor aduse în raport.

Indexul cuprinde explicarea unor cuvinte, a unor nume sau cifre care facilitează asimilarea informațiilor.

Unul dintre tipurile de rapoarte mai des întâlnite de către unitățile comerciale este cel *de constatare a modului de păstrare și aranjare* a produselor de consum sau *a modului de recepție* a produselor.

Structura acestui raport trebuie să conțină următoarele elemente:

1. Titlul;
2. Numele persoanelor care au efectuat controlul;
3. Mențiuni cu privire la actele (ordin, declarație, decizie etc.) ce permit efectuarea controlului;
4. Constatările (concrete, precise) referitoare la problemele prezentate (în aliniate separate și numerotate);
5. Propunerile, urmărind aceeași ordine ca și constatările;
6. Formula de încheiere „*drept care a fost încheiat prezentul raport, astăzi...*”;
7. Semnăturile, precedate de funcția persoanelor care au efectuat controlul.



Model orientativ:

Raport

PRIVIND VERIFICĂRILE EFECTUATE LA

În baza ordinului / deciziei... privind..., ..., subsemnații..., în calitate de ..., am constatat următoarele:

- Mărfurile sunt (sau nu sunt) depozitate corespunzător, pentru a se evita degradările / alterarea;
- Expunerea în rafturi se face / nu se face potrivit regulilor comerțului modern;
- Vesela din butique-urile "...", "..." nu este spălată și dezinfecțată corespunzător;
- Paharele din plastic de unică folosință sunt reîncărcate;

- Temperatura din frigiderele în care se păstrează majoritatea produselor este mai joasă decât cea prevăzută de normă;
- Lipsesc aparatele de condiționare a aerului în butique-uri. Aceasta ar putea constitui una din cauzele reducerii numărului de clienți;
- În butique-urile... lipsesc chiuvetele pentru spălatul pe mâini;
- În baza celor constatate, propunem:
 1. ...
 2. ...
 3. ...

Prezentul a fost întocmit la (data)... de către subsemnații:

1. ...
2. ...
3. ...

Prezentul raport a fost întocmit de către subsemnații _____,
la _____.

(semnături)



Model de raport privind controlul finanțier intern

Raport

PRIVIND DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII DE RECEPTIE CALITATIVĂ A MATERIALELOR INTRATE ÎN DEPOZITUL ÎNTreprinderii „.....”

În perioada ..., ca urmare a Deciziei nr. ... din... a Societății Comerciale..., a fost efectuată de către subsemnații... o verificare a felului cum s-a desfășurat activitatea de recepție calitativă a materialelor intrate în depozitele întreprinderii..., în perioada ...

A fost verificată activitatea următoarelor depozite:

1. Depozitul de covoare al fabricii „Floare”;
2. Depozitul de preșuri al fabricii „Floare”.

În tabelul de mai jos sunt inserate numărul de loturi de materiale intrate în cele 2 (două) depozite ale întreprinderii, numărul de covoare admise și respinse la recepție.

	Depozitul	Loturi intrate	Nr. total de covoare (în loturi) intrate	Nr. de loturi și covoare receptionate				Covoare nerecepționate	
				Admise		Respinse			
				lot	cov	lot	cov		
1	Depozitul de covoare „Floare”	900	(5x900) 4500	895	4000	5	25	100	
2	Depozitul de preșuri „Floare”	650	(5x650) 3250	600	3000	4	20	250	

Cauzele nerecepționării produselor:

1. 5 loturi de covoare (25 de covoare) au fost respinse, fiindcă au deficiențe care depășesc prevederile contractului nr. 214 (clauzele din art. 12 și 13);

2. 4 loturi de preşuri „Floare” au fost respinse, pentru că au deficiențe care depășesc prevederile contractului nr ..., din... (art. 12 și 13);

Concluzii și propuneri:

S-a constatat că activitatea de recepție calitativă a covoarelor în depozitele întreprinderii s-a desfășurat corespunzător. Totodată, s-au atestat unele lipsuri.

Pentru remedierea situației constatațate, propunem:

1. Comisia de recepție să verifice și să întocmească actele pentru loturile nerecepționate: 5 loturi de covoare „Floare” și 4 loturi de preşuri „Floare”. Termenul de întocmire a actelor este de...;
2. Serviciul ... să urmărească trimiterea imediată de către furnizorii a certificatelor de calitate. Termen...
3. Serviciul ... să avertizeze furnizorii cu privire la înlocuirea și expedierea promptă a celor 5 loturi de covoare „Floare” și 4 loturi de preşuri „Floare” respinse la recepție.
4. Serviciul ... să anunțe prin notă scrisă serviciul ..., dacă au fost făcute remedierile propuse. Termen...

Prezentul raport a fost întocmit la ... de către subsemnatii:

1. ... (semnături)
2. ...
3. ...

□ 14.3. Procesul-verbal

Unul dintre documentele interne, cu utilizare în aproape toate domeniile de activitate a agenților economici, este *procesul-verbal*, actul care consemnează fapte sau situații concrete din activitatea economică și socială.

În funcție de problemele consemnate, procesele-verbale se clasifică în trei categorii:

- *procese-verbale cu conținut economic*, care consemnează operații referitoare la recepția unor mijloace de producție (fixe sau mobile), cu privire la transformarea unor mijloace,

- la constatarea unor diferențe față de datele inserate în evidențe; procese-verbale de predare-primire a unor gestiuni, a unor bunuri etc.;
- *procese-verbale cu conținut tehnic*, care consemnează date cu privire la starea unor mijloace în urma accidentelor sau date privind desfășurarea tehnologiei de producție, sau cu privire la funcționarea unor mijloace tehnice;
 - *procese-verbale cu conținut social*, care consemnează date cu privire la desfășurarea unor ședințe, întruniri.

Majoritatea proceselor-verbale cu conținut economic sunt tipizate, prezentându-se într-o multitudine de variante, în funcție de obiectul la care se referă.

14.3.1. Procesul-verbal de constatare are o utilizare extrem de variată, fiind întocmit de organe împuernicite (financiare, bancare, poliție etc.) cu scopul de a efectua controale sau verificări de recepție, de a desemna comisii de inventariere etc.

Indiferent de domeniul de activitate sau de conținutul lor, *procesele-verbale de constatare* trebuie să respecte următoarea structură:

- denumirea: **proces-verbal** de ...;
- numărul de ordine și data;
- numele și funcția celui care face constatarea sau ale fiecărui membru al comisiei (dacă este cazul);
- documentul care motivează constatarea (legitimatie, delegație etc.) și actul nominativ în baza căruia se face constatarea (baza legală);
- consemnarea detaliată, pe cât e posibil, a celor constatate, a stării mijloacelor receptionate, a diferențelor, avarierilor, lipsurilor, dereglațiilor;
- mențiuni pentru înlăturarea deficiențelor constatate (dacă este cazul);
- propuneri privind sancționarea vinovaților (dacă este cazul);
- semnăturile persoanelor care l-au întocmit (și ale celor verificate, dacă este cazul).

Procesul-verbal de constatare se întocmește, de regulă, în două exemplare, din care unul se predă celui verificat, organului de

conducere al acestuia sau contabilității (după caz), iar celălalt rămâne la emitent.

În cadrul unităților economice, în afară de procesele-verbale întocmite de organele cu drept de control, se pot întocmi și alte procese-verbale, cum ar fi:

- *proces-verbal de recepție* a mijloacelor fixe (elaborat în mai multe variante);
- *proces-verbal de recepție* (sau de constatare a diferențelor la recepție) a materialelor;
- *proces-verbal de stocare*, de scoatere din uz a mijloacelor fixe (sau, în altă variantă, a obiectelor de inventar).

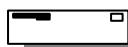
14.3.2. Procesul-verbal de predare-primire a unei gestiuni reprezintă o altă variantă a acestui document, încheiat de persoana care predă cuiva un obiect sau un act și de recepționar. El cuprinde următoarele elemente:

- denumirea unității în care se examinează problema economică;
- titlul documentului: „*Proces-verbal de predare-primire...*”
- data la care se încheie actul;
- invocarea actelor legale în a căror bază are loc operația;
- perioada pentru care se face predarea gestiunii;
- numele și funcția persoanelor care fac operația;
- mențiunarea bunurilor care fac obiectul operației de predare-primire;
- dacă inventarul este voluminos, se face o listă aparte, care se anexează la procesul-verbal cu mențiunea: „*Se anexează la prezentul...*”.

În mod deosebit, ne vom referi la procesele-verbale ce consemnează datele privind lichidarea loturilor de produse alimentare, de legume și fructe. Acestea se completează în două exemplare, din care primul se predă serviciului finanțe sau contabilitate, iar cel de-al doilea rămâne la depozit/secția de producție. Un atare *proces-verbal* cuprinde următoarele elemente:

- mențiunarea unităților economice pe care le vizează procesul-verbal;
- mențiunarea serviciilor care controlează acțiunea;

- denumirea actului de referire la acțiunea în cauză („**PROCES-VERBAL de lichidare a ...**”);
- mențiuni cu privire la numele și funcțiile membrilor comisiei de consemnare și semnăturile lor (pot fi inserate într-un tabel);
- mențiuni cu privire la temeiul deciziei de realizare a acțiunii („... *în baza deciziei... din...*”);
- sesizările făcute (volumul/cantitatea de produse intrate; numărul laziilor, cantitatea brută, cantitatea netă, cantitatea alterată - în procente, diferențele etc.). Pentru ca procesul verbal să fie mai explicit, sesizările pot fi inserate într-un tabel aparte;
- concluziile comisiei.



Model orientativ de PROCES-VERBAL

Societatea Comercială „MOLDOVA”

*Controlul financiar
preventiv.....*

*Serviciul
comercial.....*

PROCES-VERBAL DE LICHIDARE DE LOT

Subsemnatii:

1. (Numele și prenumele, funcția, semnătura)
2.
3.

Constituiți în comisie la ..., în baza Decizie... din..., având în vedere sesizarea făcută de... la data de..., avizată de serviciul comercial, am procedat la stabilirea situației finale rezultate în urma lichidării stocului de..., refarisirii lotului de... și am constatat următoarele:

Lotul lichidat a intrat în secție la data de ..., cu actul de recepție nr., sosit de la..., lichidat la data ..., iar refarisirea a început la data de....

Nr. crt.	Explicația	Nr. de lăzii	Cantitatea brută	Greutatea ambalajelor		Cantitatea netă	Legume alterate	
				ladă	în total		kg	%
1.	Cantitatea receptionată	-	-	-	-	-	-	-
2.	Cantitatea livrată (rezultată din refarisire)	-	-	-	-	-	-	-
3.	Diferența	-	-	-	-	-	-	-

S-a constatat:

1. S-a recuperat și s-a valorificat cantitatea de ... kg;
2. Cantitatea de ... kg fructe / legume alterate, fără posibilitate de cumpărare, respectiv...% din cantitatea netă, s-a denaturat în prezența comisiei și s-a transportat la ... cu mijlocul de transport... la data de ...,
3. Cantitatea recuperată, respectiv ... kg, s-a valorificat la prețul ... lei/kg, conform aprobării nr..., și s-a încasat suma totală de ... lei.

Concluziile comisiei:

14.3.3. PROCESUL-VERBAL al ședinței

Acest act se întocmește de secretariatul organelor care organizează ședința sau de alte persoane desemnate în acest scop.

Elementele de structură ale acestui gen de proces-verbal sunt:

- titlul documentului – **PROCES-VERBAL al ședinței ...** (denumirea ședinței);
- data la care are loc ședința;
- mențiuni cu privire la cadrul, împrejurările în care se întocmește documentul;

- mențiuni cu privire la numele și funcția reprezentanților organelor superioare, a delegaților sau a invitaților, numele sau numărul persoanelor care participă la ședință (după împrejurări);
- mențiuni cu privire la prezidiul ales (dacă este cazul): „*Au fost aleși în prezidiu...*”;
- ordinea de zi (prin numerotarea problemelor examineate);
- mențiuni cu privire la numele persoanei care deschide ședință;
- mențiuni cu privire la prezentarea rapoartelor sau referatelor.

Dacă raportul sau referatul este amplu, de un volum mare, acesta se anexează la procesul-verbal. În acest caz, se fac mențiuni de felul: „*A luat cuvântul asupra problemei*” „...” *dl/dna...*” (*Referatul se anexează la prezentul*).

Inserarea celor relatate poate fi făcută la persoana întâi sau a III-a sau I (în primul caz, în modul exact în care au fost expuse de către raportor).

Alocuțiunile sau întrebările referitoare la cuvântări sunt, la fel, inserate prin consemnarea nominală a participanților.

Mențiunile cu privire la hotărârile (deciziile luate) se fac după fiecare chestiune pusă în discuție.

Procesul-verbal este semnat de cei care l-au încheiat (secretariatul sau persoanele desemnate), iar în unele cazuri, și de membrii prezidiului.

□ 14.4. Protocolul

Acest act poate fi clasificat în aceeași grupă de documente cu procesul-verbal. Documentul consemnează discuțiile sau înțelegările intervenite între subunitățile aceleiași unități sau între persoane fizice și juridice antrenate în rezolvarea diverselor probleme ale agenților economici. Astfel de înțelegeri pot să intervină cu privire la folosirea în comun și în anumite condiții a unor bunuri (spații comerciale sau alte mijloace) de către două sau mai multe unități de desfacere.

Protocolul poate fi întocmit, de exemplu, și pentru neînțelegerea intervenită între unitățile de desfacere a mărfurilor și societățile de

asigurare, în vederea asigurării bunurilor de valori ridicate, vândute populației de către societățile comerciale sau pentru asigurări de persoane sau asigurări de altă natură.

În aceste documente se consemnează condițiile în care se face asigurarea și vărsarea sumelor rezultate din prime de asigurare, precum și comisionul ce revine celui care încheie documentele, încasează sumele și le depune în contul societății de asigurare.

Prezentăm mai jos modelul unui protocol întocmit cu ocazia reorganizării unei întreprinderi de legume și fructe, din care s-a desprins complexul de legume și fructe „Toamna”.



Model de protocol

S.R.L. Legume și fructe „MOLDOVA”

**Complexul comercial
de legume și fructe
„TOAMNA”**

Nr. .../ 200..

PROTOCOL

Încheiat azi, 5 octombrie 2007, între **Întreprinderea comercială de legume și fructe „MOLDOVA”**, în calitate de persoană juridică care predă marfa, și **Complexul comercial de legume și fructe „TOAMNA”**, în calitate de recepționer.

Persoana care predă marfa este reprezentată de Gheorghe MÂNDRU, director, și Viorel MIOARĂ, contabil-șef.

Recepționerul este reprezentat de Victor OANEA, director, și de Elena MURGU, contabil-șef.

Predarea s-a făcut ca urmare a inventarierilor fapte efectuate unilateral, la 3 magazine, de comisiile de inventariere, numite de **S.R.L. „Moldova”**.

În urma inventarierii fapte, s-au predat mărfuri în valoare de **1330240** lei și ambalaje în valoare de **402911** lei.

Contravaloarea acestor mijloace circulare a fost facturată și încasată la prețul de vânzare cu amănuntul minus rabatul comercial în sumă de **90500** lei.

Prezentul protocol a fost încheiat în 6 exemplare din care:

- 2 exemplare pentru recepționer;
- 2 exemplare pentru persoană care predă marfa;
- 1 (un) exemplar pentru Banca de Investiții “...” în vederea transferării creditelor și a obligațiilor pentru societate.

(semnături)



Glosar tematic

Asambla(a), asamblez – A reuni, într-un sistem tehnic, elementele componente. Din fr. **assembler**.

consemna(a), consemnez – 1. A înregistra, a trece anumite mențiuni într-un înscris constatator. 2. A depune o sumă de bani la o instituție specializată. Din fr. **consigner**.

definitoriu, -ie, definitorii – Care definește, care caracterizează ceva. Din fr. **definitoire**.

Sorginte, sorginți – 1. Loc unde se produce, unde se poate găsi sau de unde se propagă ceva; obârșia unui lucru. 2. (Fig.)Loc de unde se emană o informație, o nouitate. Izvor, sursă; origine. Din it. **sorgente**.

✗ Probleme supuse discuției

1. Ce tipuri de rapoarte cunoașteți?
2. De ce urmează să țineți cont la elaborarea titlurilor unui raport?
3. De ce se recomandă redactarea introducerii numai după elaborarea conținutului?
4. Prin ce se deosebește raportul de afaceri de raportul obișnuit (oficial)?

5. Ce elemente trebuie să conțină structura unui raport de afaceri?
6. Definiți noțiunea de *proces-verbal*. Ce categorii de procese-verbale cunoașteți și ce consemnează ele?
7. Ce trebuie să conțină un proces-verbal economic?
8. Prin ce se deosebește *procesul-verbal de constatare de cel de primire-predare*?
9. Ce consemnează „*Protocolul*” și când se întocmește acest act?
10. Ce elemente trebuie să conțină un „*Protocol*”?



Exerciții și studii de caz

1. Redactați un raport de afaceri de verificare a unui magazin în care se vând produse lactate. Relevați părțile pozitive și negative ale modului de păstrare și de vânzare a produselor.
2. Redactați un raport cu obiectul: „*Recepția unor produse (sparte) perisabile (din sticlă și ceramică)*”. Verificați loturile admise și respinse. Scrieți concluziile și propunerile.
3. Întocmiți un proces-verbal cu conținut economic având următorul obiect: „*Lichidarea loturilor de produse sparte: veselă din sticlă și ceramică*”.
4. Întocmiți un protocol privind predarea-primirea unor produse alimentare, evidențiind următoarele:
 - *persoana care predă și receptorul (persoane / unități economice);*
 - *numărul / volumul produselor predate;*
 - *valoarea produselor predate;*
 - *mențiuni cu privire la numărul exemplarelor întocmite și modul de repartizare a lor;*
 - *semnăturile.*



CAPITOLUL XV

CORESPONDENȚA PRIVATĂ DE AFACERI

15.1. Forma potrivită a unei scrisori personale de afaceri

Multe din scrisorile pe care și le trimit oamenii de afaceri din corpul executiv sau administrativ (căci au și ei de scris astfel de scrisori) ar putea fi numite scrisori de prietenie sau de relații personale, care au menirea de a influența sau de a încânta într-un fel sau altul.

Din ele fac parte corespondența cu serviciile publice (poștă, asigurări sociale etc.) sau cu cele private (birouri de turism, servicii de abonament etc.)

Mediul de lucru generează el însuși schimbul de corespondență (raportul față de colegi, invitații, petreceri), care se află pe o poziție intermedieră între relațiile profesionale și cele personale.

Chiar și corespondența privind chestiunile de afaceri poate avea un caracter personal, fără a aborda problema banilor. O persoană din conducere poate folosi scrisorile pentru a-și exprima prietenia față de colegi și asociați printr-o manieră personală. O scrisoare amabilă poate fi un mod de reinnoire a unei relații vechi, care s-a perimat, și, întâmplător, poate avea drept rezultat o afacere neașteptată de bună doar pentru că expeditorul a penetrat, într-un mod agreabil, în sistemul de gândire al destinatarului. Or, sunt de ajuns câteva minute pentru a compune și expedia o scrisoare de prietenie, dar influența ei poate fi durabilă și utilă.

De fiecare dată, când într-o scrisoare strict de afaceri se adaugă o propoziție personală – ca, de exemplu, într-o cerere adresată unei persoane din conducere este atinsă și problemă personală – scrisoarea respectivă este considerată și personală, și de afaceri.

Volumul acestui gen de afaceri este impunător.

În ceea ce privește forma și conținutul, aceste scrisori private se aseamănă cu cele din corespondența comercială și necesită atât o tehnică pragmatică, cât și o mare claritate în exprimare. Scrierea lor

ar trebui să constituie un reflex condiționat pentru toți membrii conducerii.

Ea presupune nu numai o structură, o formă și o etichetă. Pentru a comunica un mesaj, cel ce redactează trebuie să folosească și sentimentele la fel de bine ca și stiloul sau clapele mașinii de scris. Compunerea și expedierea unei scrisorii reușite, care să conțină și o notă personală, dar care să fie și de afaceri, este nu numai un lucru amiabil, dar și intelligent.

Ca și o scrisoare comercială, scrisoarea personală trebuie să arate profesionalism, căci ea îl reprezintă pe autorul său.

Pentru început, se alege hârtia de scris potrivită pentru ocazia dată și designul ei. Nu trebuie să uităm: imaginea personală poate fi distrusă în parte de ceva atât de neînsemnat, cum ar fi calitatea inferioară a hârtiei. Or, respectarea următoarelor reguli generale ar face ca scrisoarea să dețină eficiență în orice situație:

- O notă de mulțumire sau o scrisoare de felicitare nu se trimit pe o foaie de birou cu antet sau pe una pentru însemnări de birou, ci pe hârtie de calitate sau pe o foaie specială pentru astfel de scrisorii.
- Titlul scrisorii trebuie să fie formulat adecvat și bine evidențiat de textul scrisorii.
- Textul trebuie să fie îngrijit, fie că scrisoarea este scrisă de mâna sau dactilografiată.
- Din scrisorile de mulțumire scrise de mâna fac parte notele trimise cuiva pentru o amabilitate pe care destinatarul a avut-o față de autorul ei, “ca de la om la om”. Poate fi scrisă de mâna și o scrisoare de felicitare, un mesaj de condoleanțe sau alte scrisorii similare. Dar, totuși, când este trimisă o scrisoare care, probabil, va fi păstrată sau va fi văzută și de altcineva (o invitație), e bune să fie dactilografiată.
- Nu se admit greșeli de ortografie sau sublinieri.
- Prea multă familiaritate, în unele din aceste scrisorii, în funcție de personalitatea destinatarului, poate face ca lucrurile să înceapă prost.

O atenție deosebită trebuie să se acorde, mai ales, folosirii numelor proprii și formulelor de început ale scrisorilor personale.

Propunem câteva formule de adresare inițiale:

Circumstanțe	
Pentru o persoană cunoscută, mai mult sau mai puțin apropiată:	<i>Stimate / stimată / domn, doamnă...; Dragă...,</i>
Pentru o persoană mai puțin cunoscută este folosită o adresare cu un semn mai rigid sau mai formal:	<i>Mult stimate domnule...,</i>
Pentru o persoană mai în vîrstă, când se adresează un Tânăr, chiar dacă deține o funcție ierarhic superioră primului:	<i>Stimate..., Mult stimate..., Dragă domnule...,</i>
Pentru Președintele țării:	<i>Domnule Președinte,</i>
Pentru un ambasador:	<i>Domnule Ambasador, Excelența Voastră,</i>
Pentru un ministru:	<i>Domnule Ministru,</i>
Pentru un procuror:	<i>Domnule Procuror,</i>
Pentru un deputat sau senator:	<i>Domnule Deputat, Domnule Senator,</i>

În scrisorile adresate unor oameni din alte țări, formulele de adresare sunt mai puțin oficiale. De exemplu, americanii sunt considerați, în folosirea formelor de adresare, excesiv de neoficiali, cum îi caracterizează și formulele:

Circumstanțe:	Adresarea potrivită:
Pentru o persoană care devine mai mult sau mai puțin apropiată după o întâlnire de afaceri, la sfârșitul căreia î se poate spune pe nume:	<i>Dragă Joe,</i>
Pentru o persoană din executiv, care tocmai a fost cunoscută, sunt folosite ambele nume în adresare – un semn că cel care se adresează nu vrea să fie rigid sau excesiv de formal:	<i>Dragă Joe Williams</i>
Pentru un director Tânăr, care se adresează unui director mai în vîrstă, nu se folosește “ <i>Dragă Joe</i> ”, fiindcă este prea agresiv și extrem de familiar:	<i>Dragă domnule Williams,</i>

Unii oameni sunt recunoscuți pentru modul foarte stilizat al formulelor cu care își încheie scrisorile personale. Pentru oamenii de afaceri este suficientă o expresie cum ar fi:

- *Cu sinceritate, ...*
- *Al dumneavoastră, ...*
- *Al dumneavoastră cu respect, ...*
- *Cu stimă, ...*
- *Cu cea mai înaltă considerație, ...*
- *Cu cele mai bune sentimente, ...*
- *Cu sentimente alese, ...*
- *Cu multe salutări, ...*
- *Cu multe mulțumiri, ...*
- *Cu salutări cordiale, ...*
- *Urările cele mai călduroase, ...*
- *Cu urări de fericire, ...*
- *Cu multă prietenie, ...*
- *Cu mult regret, ...*

15.2. Scrisori de recunoștință și de mulțumire

Multe persoane consideră că un cuvânt de mulțumire spus la telefon exprimă îndeajuns recunoștință pentru o favoare, un cadou, o invitație. Și totuși o notă scrisă de mână sau dactilografiată este mult mai eficientă și mai apreciată decât un telefon. Aceste mulțumiri pot fi înregistrate și păstrate, dar pot fi arătate și altor persoane.

Atunci când se scrie o notă de mulțumire, este bine să se știe următoarele:

- O scrisoare de mulțumire trebuie scrisă pe o hârtie corespunzătoare, și nu pe orice fel de hârtie, care, mai ales, nu se asortează cu plicul;
- Dacă autorul are o caligrafie frumoasă, e bine ca scrisoarea să fie scrisă de mână, dacă nu, este de preferat să fie dactilografiată;
- Dacă mulțumirile se adreseză și altor persoane decât destinatarului, se solicită acestuia să transmită mesajul și celorlalți;
- Notele de mulțumire e necesar să fie formulate scurt și fără fraze banale. De exemplu, formula „*Vă mulțumesc foarte mult*” nu trebuie să apară în scrisoare mai mult de o singură dată.
- Într-o scrisoare de mulțumire nu se cere o favoare. Ea trebuie doar să fie expresia gratitudinii celui care o scrie. Dacă se va cere o donație sau orice altceva ce ar impune destinatarului o acțiune concretă, se distrugă impactul gestului de recunoștință.

Notă: Orice favoare cerută e de dorit să fie exprimată într-o altă scrisoare și trimisă altă dată.

Pentru facilitarea redactării, se propun următoarele fraze-tip:

- *Am dori să vă mulțumim din inimă pentru ...*
- *Vă mulțumim foarte mult și sperăm că acest contract va conduce la relații de durată...*
- *Nu avem cuvinte să ne exprimăm recunoștința...*

- *Sper ca într-o zi să mă pot revanșa pentru acest gest de prietenie.*
- *Vă rămânem foarte îndatorați...,*
- *Nu voi fi niciodată capabil să vă mulțumesc îndeajuns.*
- *Ați fost foarte drăguț că m-ați primit astăzi, în ciuda programului Dumneavoastră atât de încărcat.*
- *Mi-a făcut plăcere să.... Vă mulțumesc.*
- *Vă mulțumesc pentru orice ati putea face în acest sens.*
- *Mii de mulțumiri pentru...*
- *Am fost în mod special încântați să fim invitații... și vă mulțumim mult pentru aceasta.*
- *Vă mulțumesc că ne-ați oferit posibilitatea să ... / de a fi...*
- *Apreciez mult gestul Dumneavoastră și vă transmit toate cele bune de sărbători.*
- *De-abia aştept să vă aduc nemijlocit mulțumirile mele,*
- *Cu mulțumiri anticipate,*
- *Cu multe și calde sărutări de mâna.*



Modele de scrisori de mulțumire



Mulțumiri pentru organizarea stagierii

Stimate Domnule...,

După întoarcerea mea în Moldova, aş dori să vă mulțumesc pentru primirea prietenoasă. Practica de nouă săptămâni la firma „...” mi-a permis să mă familiarizez cu tehniciile de management ale unei firme notorii.

Colaboratorii Dvs. au dat dovedă de multă răbdare și mi-au stat alături pentru rezolvarea diferitelor probleme pe care mi le-ați încredințat.

În anexă vă trimit raportul meu de practică și sper că el conține cele mai importante aspecte ale activității mele.

Cu salutări cordiale,

Mulțumiri pentru organizarea vacanței

Stimată Doamnă...,

Fiul nostru... este de câteva zile din nou acasă. Aflarea lui la..., în mijlocul familiei Dumneavoastră, a fost pentru el foarte plăcută, căci vorbește mereu cu căldură despre Dvs. și prietenii săi....

Am dori să vă mulțumim din inimă pentru primirea prietenoasă pe care i-ati făcut-o. Cele trei săptămâni petrecute la Dumneavoastră i-au permis să-și îmbunătățească cunoștințele de limba engleză și, totodată, pe cele din istoria și cultura țării Dumneavoastră.

Am fi fericiti, dacă am putea să îi primim la noi, în următoarea vacanță, pe cei doi fi ai Dumneavoastră.

Vă mulțumim foarte mult și sperăm că acest contact va conduce la relații prietenești și de durată.

Cu salutări cordiale,

Scrisoare de mulțumire pentru un ajutor privind realizarea unui proiect

Stimate Domnule...,

Banchetul nostru de primire nu ar fi avut niciodată loc, dacă Dumneavoastră și angajații Dumneavoastră nu s-ar fi străduit să ne ajute. Grupul Dumneavoastră ne-a furnizat forță și inteligență, de care am avut atâtă nevoie. Nu vom fi niciodată capabili să vă mulțumim îndeajuns.

Am fost încântați să lucrăm cu Dumneavoastră, pentru că, în mod miraculos, bunătatea, simțul umorului și imaginația tuturor n-au încetat să se manifeste, în ciuda unor mici deficiențe.

Vă suntem foarte recunoscători,



Scrisoare de mulțumire adresată salariaților

Stimați...,

Acum, când se apropie Crăciunul și sfârșitul de an, aş dori să vă mulțumesc pentru splendidele eforturi făcute în cursul anului.

A fost un an excelent pentru întreprinderea noastră și aveți tot dreptul să plecați în vacanță cu încrederea că ați făcut o treabă bună și că meritați să vă bucurăți din plin de sărbători.

Ne dăm foarte bine seamă că asemenea rezultate n-ar fi fost posibile fără cooperarea entuziaștă și efortul fiecărui dintre dumneavoastră și vreau să-mi arăt prețuirea într-o formă palpabilă, adică, în forma unor bonificații sporite.

Suma pe care o veți primi este scrisă în josul acestei scrisori și sper că vă va satisface.

Vă sunt recunoscător pentru tot.

Continuați tot aşa!

□ 15.3. Scrisori de felicitare sau de marcare a unor ocazii speciale

Scrisorile de felicitare, calde, amicale, pot fi de mare ajutor, mai ales, în relațiile manager – subaltern, coleg – coleg. Orice se poate face pentru ca noul angajat să se simtă bine primit, să se integreze cât mai repede în serviciu sau pentru un coleg, cunoscut, prieten – să se simtă remarcat într-o clipă importantă din viața lui.

Poate părea surprinzător, dar într-o astfel de scrisoare se poate spune aproape orice și nu există absolut nici un motiv ca o scrisoare de acest fel – ***de felicitare*** – să nu fie pătrunsă de sinceritate, căldură și de toate aprecierile pozitive.

Formule folosite în scrisori de felicitare:

- *Singurul scop al acestei scrisori este ca să vă urez de Crăciun, Dvs. și familiei, toate cele bune.*
- *E o placere reală pentru mine să-ți (vă) trimit sincere felicitări pentru...*

- *Ne face plăcere să vă aduc(em) cele mai sincere felicitări cu ocazia...*
- *Am aflat de curând despre ... și mă grăbesc să Vă trimit felicitări din inimă și cele mai bune urări pentru...*
- *Felicitări din inimă pentru... și cele mai bune urări pentru / cu ocazia...*
- *Dorim să știți cât de mult apreciem remarcabilele Dvs. rezultate pe care le-ați obținut și Vă aducem cele mai sincere felicitări cu această ocazie.*
- *Acum, cu ocazia sărbătorilor de iarnă, dorim să Vă trimitem cele mai bune urări pentru Dumneavoastră și familia Dumneavoastră.*
- *Să aveți un Nou an fericit și prosper!*
- *Suntem mândri să avem printre noi oameni ca Dumneavoastră și ținem mult la calitățile deosebite cu care v-ați afirmat în mijlocul colectivului nostru.*
- *Știm cât de serios ați muncit, ca să atingeți acest țel, și vă felicit cu toată sinceritatea pentru succesul Dumneavoastră.*
- *Vreau să vă felicit pentru rezultatele Dumneavoastră și să vă spun cât suntem de mândri să vă avem în echipa noastră...*
- *... până atunci, dați-mi voie să fiu primul (a) care vă felicită pentru acest frumos succes.*
- *Ne mândrim, în mod deosebit, cu lucrătorii noștri cei mai consacrați și-mi face mare plăcere să vă urez bun venit în acest grup de elită.*
- *Aș vrea să vă urez mult succes în noua funcție și să vă felicit pentru rapida Dumneavoastră ascensiune.*
- *Fie ca Dvs. și familia Dvs. să vă bucurați de mulți ani de viață fără umbre și regrete.*
- *Dați-mi voie să fiu primul care vă felicită pentru obținerea acestui statut de elită.*
- *Noua Dvs. poziție este, cu siguranță, o recunoaștere a contribuțiilor Dvs. din ultimii ani la bunul mers al acestei companii.*

- *Nimeni altcineva nu merită mai mult această promovare.*
- *Suntem mândri de marea performanță profesională pe care ați căpătat-o...*
- *Această zi este un prilej de mândrie pentru tine, dar și pentru noi, cei din companie...*
- *Ați lucrat la... timp de ... ani, timp în care ați muncit cu dăruire și talent.*
- *Oameni cu entuziasmul și devotamentul tău au adus firmei succesul real de care se bucură în prezent.*
- *Felicitări! Suntem mândri să te avem în echipă și îți dorim încă ...de ani fericiți, sănătoși și productivi alături de noi.*
- *Vă aducem cele mai sincere felicitări și cele mai respectuoase sentimente cu ocazia zilei Dumneavoastră de naștere.*
- *Vă rugăm să primiți omagiile celui mai profund respect întru prețuirea profesionalismului și devotamentului față de vocație.*
- *Ani mulți și sănătate!*
- *Considerațiile noastre față de profesionalismul Domniei Voastre nu pot fi estimate.*
- *Cu ocazia jubileului, vă aducem omagiile noastre și ne exprimăm considerația față de ...*
- *Să trăiți mulți ani fiind glia de tămadă și cuibul de înviere al neamului unde doinește fluiere și naiul...*
- *Să fiți izvorul de sănătate, de viață și de bucurii al celor ce intră în casa Dvs.*
- *Vă dorim ca discipolii Dvs. să fie demni de marii pedagogi...*
- *În aceste zile de lumină sufletească, permiteți-ne să vă aducem omagiile noastre întru împlinirea frumuseții cununii Dvs.*
- *Să vă însوtească mereu tot ce e mai bun pe lume: sănătatea, înțelepciunea, dragostea și visele împlinite.*
- *Fie-vă alături mereu copiii, prietenii, norocul și amintirile frumoase.*

- *La împlinirea anilor, când virtutea vă încununează opera firii autentice, vă aducem omagiile noastre...*
- *Ani mulți și sănătate, entuziasm și vigoare emoțională, prieteni devotați și oameni dragi!*
- *Prin munca Dumneavoastră asiduă ați reușit să creați o imagine de savant cu o înaltă ținută...*
- *Ca Prometeu, ați purtat torța de iluminist prin labirinturile vieții, semănând lumină și dragoste pe acest pământ.*
- *Ați demonstrat o perseverență și o tenacitate de invidiat!*
- *Cele mai alese cuvinte vă aducem cu ocazia zilei/ sărbătorii/ jubileului...*
- *Această zi îmi oferă un deosebit prilej de a vă aduce cele mai sincere felicitări și urări de sănătate, fericire și pace în suflet.*
- *Ai dovedit a fi un bun organizator: conferința a trecut minunat! Omagiile mele!*
- *Am o mare plăcere să fiu alături de Dumneavoastră, pentru a Vă aduce, cu ocazia jubileului..., cele mai sincere felicitări din partea...*
- *Cuvintele nu sunt capabile să exprime tot respectul ce îți-purtă...*
- *Primiți căldura urărilor noastre de bine.*
- *Urându-vă, pe această cale, cu multă considerație, entuziasm și vigoare emoțională, prieteni și oameni dragi, ani mulți și sănătate durabilă, vă zicem: Vivas! Valeas! Floreas!*



Modele de scrisori de felicitare



Felicitare cu ocazia jubileului unei instituții

Stimate...,

Am o mare plăcere să vă aduc, cu ocazia jubileului..., cele mai sincere felicitări din partea Corpului Diplomatic al Ambasadelor ţărilor prietene care se află în Moldova.

Afăt pentru Dvs., cât și pentru noi, acești 10 ani s-au încununat cu o sărbătoare de mare importanță, ea relevând faptul că instituția Dvs. s-a afișat prin activitatea sa ca una dintre cele mai importante din învățământul superior economic din Republica Moldova, deținând, astfel, pozițiile de lider și coordonator între ele. Îmi dau bine seama că aceste rezultate n-ar fi fost posibile fără o cooperare entuziasată și fără efortul fiecărui dintre dumneavoastră, stimați profesori, și vreau să-mi arăt prețuirea salutându-vă călduros și zicându-vă: "Cele mai sincere felicitări pentru succesul Dumneavoastră!"

Este notoriu faptul că ați promovat, încă de la înființare, o largă deschidere internațională, îmbinând strategia activității Dumneavoastră, tradiția școlii din Moldova, cu experiența acumulată de instituții similare din alte țări, și ne bucurăm nespus de mult că și relațiile noastre de colaborare sunt în deplină înflorire. Dați-ne voie să vă asigurăm că nu vor lipsi ocaziile să vă susținem și mai departe, în limita posibilităților, în diferitele modalități de desfășurare a schimburilor și contactelor interuniversitare, care își vor găsi concretizarea în inițierea unor noi și complexe compartimente ale activității Dvs.

Tinem în mod deosebit la instituția Dumneavoastră și vă urăm să vă afirmați în același mod în cadrul instituțiilor europene notorii.

Încă o dată primiți, mult stimați..., felicitările noastre.

Continuați tot aşa!



Felicitări cu ocazia jubileului unor persoane oficiale

Stimate Domnule..., Alteța Voastră!

În aceste zile de lumină sufletească, permiteți-ne să vă zicem tot ce gândim despre Domnia Voastră.

Am înțeles că, pe parcursul vieții Dumneavoastră, *Cartea* și *Omul* au constituit sorgintea adevărului.

V-ați condus de principiul: zis și făcut. Ați demonstrat în activitatea Dumneavoastră o perseverență și o tenacitate de invidiat. Ați vâslit la galere, purtând torța de savant, pedagog, manager, navigând prin labirinturile acestei instituții și semănând lumină și dragoste de carte.

Prin munca Dumneavoastră asiduă, ați reușit să creați o minunată imagine de pedagog cu o înaltă ținută de conducător.

Vrem să mai adăugăm că, alături de lumina sufletească pe care o emanați și munca asiduă pe care ați depănat-o pe parcursul a celor 34 de ani de activitate, v-ar sta bine strălucirea unui ordin de felul...

Deocamdată, Domnule..., primiți căldura urărilor noastre de bine. Vă aducem cele mai înalte omagii întru prețuirea inteligenței și înțelepciunii Dumneavoastră, a profesionalismului și devotamentului pentru vocație.

Vă urăm, pe această cale, cu multă considerație, entuziasm și vigoare emoțională, prieteni și oameni dragi, ani mulți și sănătate durabilă.

Onorată Doamnă...,

La împlinirea anilor, când virtutea Vă încununează opera firii autentice, permiteți-mi să Vă aduc omagiile mele întru împlinirea frumuseții cununii Dvs.

Să Vă însoțească mereu tot ce e mai bun pe lume: sănătatea, înțelepciunea, dragostea și visele împlinite. Să vă fie mereu alături copiii, prietenii, norocul și amintirile frumoase.

Mulți ani Vă urez cu drag,

Felicitări pentru o activitate bine realizată

Stimată /Dragă...,

Te-ai dovedit a fi o bună organizatoare: conferința a trecut minunat! Grupul tău poate fi mândru de această treabă bine făcută și de marea performanță profesională. Este evident că s-a muncit conștiincios și corect.

Sper să transmiți felicitările mele personale tuturor celor care au luat parte la organizare și și-au folosit întregul profesionalism, pentru ca prezentarea delegațiilor să aibă succes.

Omagiile mele!

Felicitare cu ocazia unei sărbători

Stimată Doamnă...,

A sosit încă o dată acea perioadă a anului în care lăsăm de o parte, pentru o vreme, grijile afacerilor, pentru a sărbători Crăciunul, împreună cu familiile noastre. Singurul scop al acestei scrisori este de a vă ura Dumneavoastră și familiei o sărbătoare cât mai fericită.

A fost, din mai multe puncte de vedere, un an dificil, dar, cu toate acestea, rezultatele sunt excelente, mulțumită muncii serioase și entuziasmului Dumneavoastră, al tuturor.

Acum, când începe vacanța de Crăciun, doresc să vă trimit cele mai calde urări pentru Dumneavoastră și familia Dumneavoastră.

Să aveți un An Nou fericit și prosper.

Stimăte...,

Luminoasele sărbători de iarnă, Crăciunul și Anul Nou, îmi oferă un deosebit prilej de a vă aduce cele mai sincere felicitări și urări de sănătate, fericire și pace în suflet.

Crăciun fericit și la mulți ani!

Felicitare cu ocazia unui triumf

Stimăte...,

Cele mai sincere felicitări! Vreau să știți că suntem deosebit de mândri să avem printre noi oameni ca Dumneavoastră și ținem în mod deosebit să Vă afirmați calitățile și să preluăți responsabilitățile sporite în cadrul societății noastre. Dați-mi voie să Vă asigur că nu Vă vor lipsi ocaziile.

Știm cât de serios ați muncit, ca să atingeți acest țel, și Vă felicit cu toată sinceritatea pentru succesul Dumneavoastră.

Continuați tot aşa!

15.4. Invitații

Prestigiul expeditorului este pus într-o lumină favorabilă sau nefavorabilă și după modul de redactare și de prezentare a invitațiilor.

Aspectul de ansamblu al invitației este foarte important. Mărimea, culoarea, aspectul grafic, conținutul – toate trebuie să corespundă imaginii firmei și să comunice natura manifestării: ceea ce este potrivit producătorului de lenjerie nu poate să corespundă unei bânci și viceversa. De aceea, este un lucru important ca persoana care redactează invitațiile să cunoască atât modul corect de formulare a ei, cât și regulile de expediere. Firește, dacă este găzduit un eveniment de proporții, la care vor participa persoane din afara orașului, trebuie să li se comunice din timp data la care va avea loc activitatea: aceasta le va da posibilitate să-și programeze acțiunea companiei-gazdă în agenda lor, pentru a-și rezerva timpul necesar.

15.4.1. Structura unei invitații

O invitație corect formulată și eficientă trebuie să conțină următoarele elemente:

1. Simbolul / Emblema firmei / companiei, care poate fi plasată la începutul sau la sfârșitul invitației;
2. Numele gazdelor;
3. Fraza de invitație;
4. Genul de eveniment;
5. Scopul evenimentului;
6. Data la care va avea loc evenimentul;
7. Ora la care va începe evenimentul;
8. Indicarea locului;
9. Instrucțiuni speciale (dacă e cazul);
10. Telefon de relații, adresa.

13.4.2. Reguli elementare de redactare a invitațiilor

1. Dacă numele firmei / companiei face parte din antetul de pe invitație sau dacă este inclus în adresa de pe invitație, nu trebuie să fie repetat în context. De exemplu, denumirea companiei plasată în antet nu se mai scrie după numele gazdei. Se va scrie: „**Marcu PĂDURARU, președinte**”, și nu „**Marcu PĂDURARU, președintele Companiei.....**”.

- Multe invitații poartă doar numele companiei-gazdă, textul având, astfel, o amprentă rece și impersonală. Un eveniment poate fi găzduit de o persoană din cadrul companiei, de aceea în invitații vor fi specificate numele și titlul gazdei.
- Când este cazul, poate fi specificat în calitate de gazdă un grup: “*Consiliul directorilor de la... are plăcerea să vă invite.*”
- Când invită două gazde, titlurile gazdelor și numele companiilor pot fi plasate orizontal sau vertical, în funcție de rangul acestora:

Marcu PĂDURARU, președinte, și **Ana VÂLCU**, director,
Vă invită cu plăcere...”

sau

„**Marcu PĂDURARU**, președinte,
Ana VÂLCU, Director,
Vă invită cu cordialitate...”

- Numele a trei gazde pot apărea scrise vertical sau într-o formă triunghiulară, menținându-se titlurile gazdelor.

Dr. în economie, Constantin POPA , președinte, Compania „X”	Dr. în economie Ana CRUDU , director
---	---

Dr. în economie, Irina ALBU , președinte, Compania „Y”
--

2. Când un cuplu găzduiește o petrecere, pe invitație apare mai întâi numele celui sărbătorit.

3. Formulele de inițiere a invitațiilor diferă în funcție de ocazii, de statutul social al invitatului, de genul relațiilor stabilite între gazdă și invitat. Cele mai frecvente formule sunt:

- „Apelăm la amabilitatea firmei / companiei etc. dvs. de a participa la...”
- „Cu cordialitate vă invit(ă) (ăm) la ...”
- „Sperăm la prezența dvs. la...”
- „Vă invit(ă) (ăm) la...”
- „Vă rugăm să ne onorați cu prezența dvs.”

Notă: Ultima formulă este folosită pentru ocazii oficiale, cum ar fi invitarea unui primar, președinte, guvernator, demnitar străin etc.

4. Scopul evenimentului și numele oaspetelui de onoare trebuie să urmeze după fraza care indică tipul de eveniment. De exemplu:

- „în onoarea (sau mai oficial „în cinstea”);
- „pentru a marca a XX-a aniversare a...”;
- „pentru a sărbători deschiderea”;
- „cu ocazia”;
- „pentru a inaugura”;
- „pentru sărbătorirea”.

5. Numele oaspetelui de onoare poate fi evidențiat prin litere aldine, în colțul de sus, din stânga, al invitației sau în mijlocul textului invitației:

„în onoarea dlui **Valeriu ARION**, dr. în economie”.

Notă: Numele oaspetelui de onoare și câteva informații despre activitatea lui se recomandă a fi scrise pe o pagină separată.

6. Data evenimentului poate apărea în următoarele variante:

- „Marți, pe 20 mai (oficial)”

- „*Marți, 20 mai (mai puțin oficial)*”
- „*Marți, mai 20 (cel mai puțin oficial)*”

Notă: Nu se permite abrevierea zilelor săptămânii (de exemplu, „*Mierc.*”, „*Sâmb.*”).

7. Ora se scrie în rândul de sub dată:

- „*la șase jumătate*” (*oficial*);
- „*la ora 18.30*” (*mai puțin oficial*);
- „*la 18.30*” (*cel mai puțin oficial*).

În unele cazuri (recepții), este specificat intervalul de timp în care pot sosi oaspeții: pentru cocteil „*orele 17.30 și 19.30*”

8. Adresa la care va avea loc evenimentul trebuie să apară pe rândul de sub cel în care se specifică ora. Dacă locul respectiv este un local renunțat dintr-un orășel, nu este absolut necesar să fie inclusă și strada, ci numai orașul.

9. Instrucțiunile speciale în vederea unor informări sunt plasate jos, în partea dreaptă sau în cea stângă a invitației. Ele pot fi tipărite pe o pagină separată, anexată la invitație. De exemplu:

- „*Vă rugăm să prezentați invitația la intrare*”;
- „*Invitația nu este transmisibilă*”;
- „*Invitația este valabilă doar pentru o persoană/două persoane*”;
- „*Pentru călătoria de întoarcere vor exista taxiuri*”;
- „*Tinută de afaceri*”.

10. Desig-nul unei invitații trebuie executat de un profesionist. E necesar să corespundă stilului firmei/companiei. O unitate economică, căreia îi pasă ce gândesc despre ea partenerii, clienții, va selecta designul invitației cu mare grijă și se va îngriji de aspectul acesteia.

11. Invitațiile care conțin spații libere pot fi completate și gravate cu emblema companiei, plasată în centrul invitației, mai sus de text. Semnătura este făcută de către președintele/directorul unității. Ceilalți executivi vor avea un spațiu gol în care să-și scrie numele și funcțiile, atunci când sunt gazdele evenimentului.

O invitație poate arăta astfel:

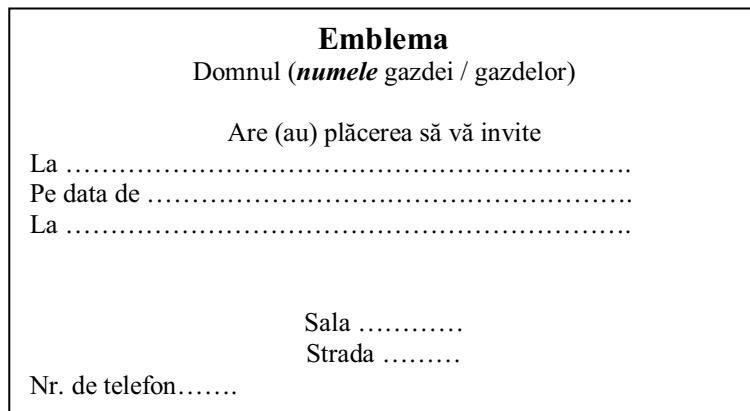


Figura 1. Model de invitație

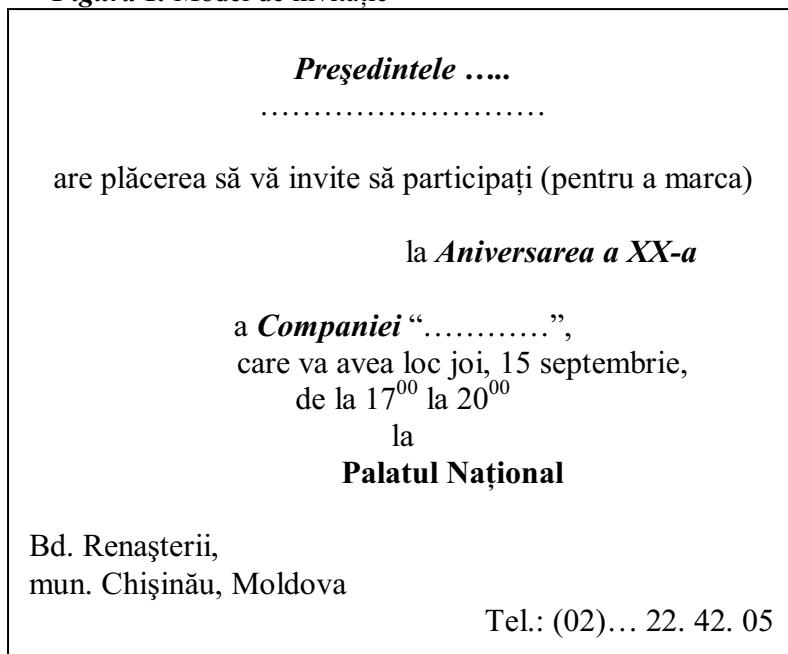


Figura 2. Model de invitație

12. Invitația nu trebuie tipărită întotdeauna în combinația sobră - de alb și negru. Desig-nul ei poate varia puțin. Numai oamenii de afaceri conservatori folosesc în special invitațiile clasice, tipărite sau gravate cu negru pe o carte de vizită sau pe o hârtie cartonată, împăturită în două (cum sunt invitațiile de nuntă), cu un caracter tradițional de litere.

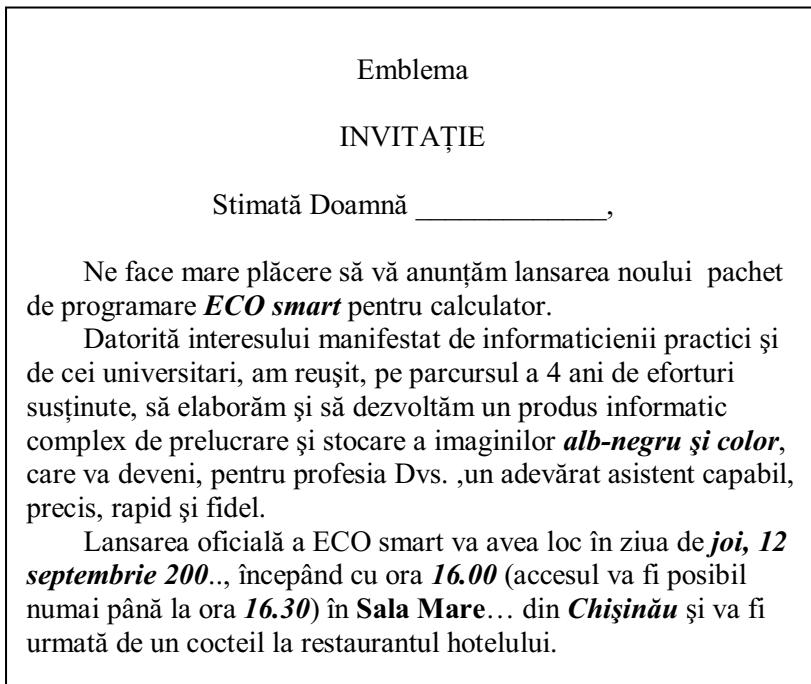
- Culoarea obișnuită a hârtiei și a literelor poate fi schimbată. De exemplu, literele *maro-închis* au un aspect frumos pe o hârtie de culoare *crem*; literele *bleumarin* – pe hârtie de culoare *albastru-pal* și literele de culoare *roșu-închis* – pe hârtie *gri*.
- Invitația poate fi încadrată cu o linie de altă culoare.
- De asemenea, plicurile pot fi de o culoare care să se asorteze cu cele ale invitației, dându-i un aspect modern.

13. Invitațiile cu un aspect modern sunt folosite pentru comerțul de produse cosmetice, comerțul cu amănuntul, comerțul cu mobilă pentru interioare, pentru case de modă etc. Pentru acest gen de afaceri, ele sunt scrise pe hârtie cu pori mari, de culori metalizate, întunecate, luminoase sau cromate.

14. Invitațiile pentru recepții oficiale trebuie să fie tipărite sau gravate (preferabil, gravată) cu negru, pe hârtie albă sau ecru. Numele oaspeților pot fi completate de mână, după modelele de mai jos:

Emblema
Domnul _____
are plăcerea să invite/să Vă invite/pe
Domnul _____ (scris de mână)
la o recepție cu ocazia deschiderii Târgului Național

Figura 3. Model de invitație



Relații la tel: 22.22.22

Nu uitați să aduceți cu Dvs. această invitație!

Accesul în sală și surprizele din timpul evenimentului vor

Figura 4. Model de invitație

15.5. Cărțile de vizită de afaceri

Prima formulă grafică, cu adevărat importantă pentru majoritatea oamenilor de afaceri, este *cartea de vizită de afaceri*. Un Tânăr întreprinzător din ziua de azi își face cartea de vizită la primul succes al întreprinderii la care activează.

Cartea de vizită de afaceri și felul în care ea este înmânată reprezintă un mijloc personal de comunicare al unui cadru executiv. Pentru interlocutor, este una dintre primele impresii despre posesorul ei.

Cartea de vizită e necesar să fie executată și înmânată în aşa fel cuiva, încât să-l facă să dorească să mai ia legătura cu stăpânul ei.

Ea poate fi prezentată cu următoarele intenții:

- pentru a-i aminti cuiva cine este autorul ei, unde se află și cum poate fi găsit.
- fiind anexată la un raport anual, la o revistă sau la orice alt lucru promis de a fi expediat unei persoane, căreia i-ar face plăcere să-l primească.
- pentru a fi folosită ca anexă la un cadou sau la un buchet de flori;
- etc.

O carte de vizită executată reușit și prezentată corect va produce o impresie plăcută și eficientă în relațiile de afaceri.

13.5.1. Prezentarea cărții de vizită. Este deosebit de important să se știe, mai ales pentru un Tânăr cadru executiv, cum poate fi

prezentată corect cartea de vizită de afaceri. Oferind-o unei persoane anumite, posesorul ei nu trebuie să pară nici prea insistent și nici prea nehotărât.

Or, următoarele recomandări l-ar ajuta neîndoilenic:

- Cartea de vizită de afaceri nu trebuie impusă unui superior în funcție, fără ca acesta să o ceară;
- Cartea de vizită de afaceri nu trebuie oferită unei persoane, complet necunoscute, întâlnite întâmplător, după o primă conversație (de ex., unei persoanei întâlnite într-o călătorie în tren sau la un prânz într-un restaurant), neștiind adeveratele ei intenții.
- Cărțile de vizită nu trebuie răspândite într-un mare grup de necunoscuți. Aceștia pot să suspecteze faptul că sunt impuși să cumpere ceva și se vor descotorosi de potențialul „vânzător”. La o întâlnire de afaceri, cea mai bună cale de prezentare a cărții de vizită de afaceri este ca ceilalți să nu-și dea seama când cuiva îi este înmânată cartea de vizită. Schimbul se face în particular, numai între cei doi, nu ca un gest bătător la ochi – în public.
- Participând la o ședință în afara serviciului, schimbul cărților de vizită se face la începutul întunirii sau, rareori, la sfârșitul ei. În timpul întunirii, ea poate fi prezentată celor ce stau în preajmă, cu scopul ca aceștia să afle cine vorbește.
- Nu trebuie prezentată, în nici un caz, o carte de vizită de afaceri murdară, depășită sau cu defect.
- Cărțile de vizită pot fi prezentate și în cadrul invitațiilor particulare, în cazul în care apare ocazia unei afaceri bune. În aceste situații – dineuri, prânzuri la restaurante sau acasă la cineva, cocteiluri – cărțile de vizită nu trebuie oferite niciodată în timpul mesei.
- Cea mai importantă parte a ceremonialului cărții de vizită de afaceri este „personalizarea” ei, ceea ce presupune scrierea unei informații cu caracter personal cu un stilou pe verso-ul ei. De exemplu, atunci când este prezentat cineva, de posesorul cărții de vizită, unui coleg de-al său, acesta poate scrie pe recto sau pe verso-ul cărții de vizită: „*Sunt sigur că-*

“ti va face placere să discuți cu domnul X”, semnat cu prenumele.

13.5.2. Desig-nul cărții de vizită de afaceri

O carte de vizită de afaceri nu face parte numai din papetăria personală a unui cadru executiv, ci este și o parte a unui program mai larg de unificare grafică a unei întreprinderi.

Un cadru executiv își tipărește cartea de vizită în timp ce urcă scara socială. Pentru tipărirea acestui tip de papetărie, există mai multe desig-nuri, tradiționale și originale, care reprezintă întreprinderile în circulație.

Persoana care lucrează într-o întreprindere de prestigiu trebuie să aibă și o carte de vizită cu un standard de calitate, ceea ce-i imprimă acesteia rafinament și importanță. Un design de prost gust al cărții de vizită prezintă o imagine fără valoare a posesorului, pentru acei cărora le rămâne numai cartea de vizită, ca să-și amintească de el.

Dimensiunea standard a unei cărți de vizită de afaceri variază în jurul mărimilor 8x4x1/2 mm.

Cărțile de vizită pot avea forme neobișnuite, în funcție de tipurile de afaceri. Ingeniozitatea unor designeri privind mărimile și forma cărții de vizită ajunge până la excentricitate. Unii oameni de afaceri, pentru a-și face cartea de vizită memorabilă, le dau forma produselor ce țin de afacerea lor: *hamburger, automobil, diferite automate, cărți* etc. Nu se știe dacă cu o astfel de carte întotdeauna se câștigă respect. Oamenii nu pot pune cu ușurință în portofelele sau în suporturile lor speciale o carte de vizită cu o formă ciudată.

Materialul din care este executată cartea poate fi lucios sau mat, gros sau subțire, dar trebuie să fie îndeajuns de rezistent, ca să nu se șifoneze.

Conducătorii de întreprinderi folosesc două tipuri de cărți de vizită: primele - pentru a le trimite prin poștă, iar celealte – pentru a le prezenta persoanelor de afaceri foarte importante.

Culoarea cărților de vizită trebuie să se potrivească cu cea a papetăriei companiei.

Conținutul cărții de vizită de afaceri e necesar să cuprindă următoarele elemente:

1. *Antetul, marca sau simbolul* întreprinderii. *Simbolul* trebuie să reprezinte genul de activitate al întreprinderii. De exemplu: pentru un informatician sau un contabil – poate fi un calculator, care are diferite cifre pe ecran; pentru o florăreasă – un buchet de flori; pentru un specialist în domeniul institutelor de înfrumusețare – un pahar plin cu perii de cosmetică; pentru o persoană care lucrează la o casă de modă – un manechin cu o eșarfă înfășurată în jurul gâtului etc.
2. *Numele;*
3. *Funcția* (dacă este oportun);
4. *Numele întreprinderii;*
5. *Adresa;*
6. *Telefonul;*
7. *Numărul de telex* (dacă este potrivit);
8. *Numărul de telefon de la domiciliu* (pentru persoanele care lucrează și în afara oficiului / întreprinderii);
9. *Adrese ale altor birouri din țară* (dacă este un lucru oportun).

13.5.3. Informații necesare execuțării design-ului cărții de vizită de afaceri

- Proprietarul mai multor întreprinderi este preferabil să aibă cărți de vizită separate, pentru fiecare întreprindere câte una.
- Dacă birourile proprietarului se află în mai multe locuri, este bine ca adresa lor să fie inclusă pe cartea de vizită.
- Dacă proprietarul cărții de vizită are un titlu profesional (*doctor, doctor în economie etc.*), nu se folosesc cuvintele „*domnul*”, „*doamna*”, „*domnișoara*”, ci doar titlurile.

Cărțile de vizită de afaceri pentru străinătate se tipăresc în două limbi: pe o parte în limba oficială a țării unde se află întreprinderea și pe cealaltă parte – în limba țării cu care se face tranzacția.

Unii oameni de afaceri europeni tipăresc și informații suplimentare pe cărțile de vizită. De exemplu, tipul de întreprindere, numărul de angajați, veniturile anuale, realizările mai importante etc. Acest gen de cărți de vizită de afaceri reprezintă un mijloc de furnizare de informații.

Există un ritual al prezentării cărților de vizită pentru fiecare țară în parte. De aceea, înainte de a pleca într-o țară, trebuie studiate subtilitățile momentului și modului în care trebuie oferită cartea de vizită. De exemplu, în Japonia, la fiecare întâlnire de afaceri are loc schimbul cărților de vizită între toți participanții. Dacă la o întâlnire participă 100 de persoane, atunci toți 100 își oferă cărțile de vizită.



Glosar tematic

Cromat, -ă, cromați, -te – **1.** Care conține crom; acoperit cu un strat de crom. **2.** (aici) de culoare cenușie deschisă (de la crom – element chimic, metal dur, de culoare cenușie). Din fr. **chromate**.

Ecru – De culoarea mătasei nespălate, care nu a fost înălbită; bej-deschis. Din fr. **ecru**.

Excentricitate, excentricități – Situație, fenomen ieșit din comun, care este extravagant. Originalitate; ciudătenie, bizarerie, extravagânță. Din fr. **excentricité**.

✗ Probleme supuse discuției

1. Enumerați tipurile de scrisori care fac parte din corespondența privată de afaceri;
2. Ce subiecte abordează scrisorile personale de afaceri?
3. Ce fel de scrisoare este considerată și *scrisoare personală și de afaceri*?
4. Caracterizați forma potrivită a unei scrisori personale.
5. De ce chiar și o scrisoare personală, în unele situații, nu admite prea multă familiaritate?

6. Când poate fi scrisă o scrisoare personală de mâna și când poate fi dactilografiată?
7. Ce formule-adresări veți folosi pentru circumstanțele: *când vă adresați unei persoane cunoscute; când vă adresați unei persoane mai puțin cunoscute; când vă adresați unei persoane mai în vîrstă; când vă adresați unui ambasador sau unui ministru?*
8. Ce formulă de încheiere veți prefera să utilizați la sfârșitul unei scrisori personale? De ce?
9. Care sunt regulile de care trebuie să se țină cont la scrierea unei scrisori de mulțumire?
10. Enumerați elementele care alcătuiesc structura unei invitații.
11. Care sunt cele mai frecvente formule de începere a unei invitații?
12. Cu ce scop este prezentată cartea de vizită de afaceri?
13. De ce reguli trebuie să țineți cont la prezentarea unei cărți de vizită?
14. Ce înseamnă „personalizarea” unei cărți de vizită?
15. Ce trebuie să reprezinte simbolul unei cărți de vizită?



Exerciții și studii de caz

1. Se dă situația: *Sunteți managerul unei companii de transport.* Redactați o scrisoare de mulțumire adresată salariaților cu ocazia sărbătorilor de Crăciun.
2. Redactați o scrisoare de mulțumire unor persoane care au luat parte la un concert de binefacere.
3. Adresați o scrisoare directorului unei bănci, în care vă exprimați mulțumirile pentru o sponsorizare.
4. Redactați o scrisoare de felicitare pentru o persoană pe care o cunoașteți bine, conform situației:
Persoana a urcat treptele succesului în investigațiile sale științifice și a fost onorată cu un premiu.

5. Redactați o felicitare pentru un angajat cu ocazia unei aniversări importante, conform situației:
Persoana a lucrat la o firmă 25 de ani în funcție de manager și-și sărbătorește aniversarea a 50-a.

6. Se dă situația: *La data de ... veți sărbători aniversarea a X-a a firmei / companiei Dumneavoastră.*
Redactați o invitație cu această ocazie, indicând toate informațiile necesare acestui tip de scrisoare.



CAPITOLUL XVI

REDACTAREA UNUI CURRICULUM VITAE

16.1. Reguli generale de redactare a unui C.V.

Chiar dacă trăim într-o conjunctură economică dintre cele mai nefavorabile, în ciuda multor frustrări și decepții, fiecare individ aspiră la un loc de muncă, și nu oricare ar fi el, ci unul care l-ar investi într-un proces de reușită.

La acest început de secol - XXI, concurența este atât de acerbă, încât căutarea unui astfel de loc de muncă a devenit aproape o meserie – o acțiune ce constă în justificarea performanțelor inițiale, prealabile demersului nostru către reușită. O arma importantă pentru a reuși în această campanie de angajare este *Curriculum vitae*. El relevă imaginea de marcă a individului, este reclama „produsului”.

Îmbinarea de cuvinte „curriculum vitae” (abreviat C.V.) provine din limba latină și înseamnă „cursul vieții” sau „o scurtă istorie a

carierei autorului”. Drept că, în anumite profesii (în cazul artiștilor, arhitectilor, designerilor etc.), este mai bine de a aduce exemple concrete din activitatea precedentă, decât de a enumera aptitudinile. Dar, în toate cazurile, este necesar să învățăm cum să ne redactăm propriul C.V.

De ce trebuie să ținem cont, în primul rând, când medităm asupra conținutului unui C.V.? Există o rețetă-miracol care să prescrie reușita unui C.V.?

Un bun C.V., care ar putea ajuta la găsirea unei slujbe bune, trebuie să corespundă standardelor impuse de comunicare din ce în ce mai acerbe de pe piața muncii și a forței de muncă. Iată de ce vom aborda câteva secrete ale redactării unui C.V., nepretinzând a fi exhaustive și incontestabile, dar capabile să confere șanse majore pentru reușită.

Așadar, un C.V. va fi convingător, dacă va realiza următoarele condiții:

16.1.1. C.V.-ul trebuie să aibă o formă de prezentare impecabilă. Suficient de mulți interviewatori încep prin a pipăi hârtia, pentru a sesiza calitatea acesteia. Dacă greutatea hârtiei este sub 80 g/mp, înseamnă că autorul C.V.-ului are, deja, o însușire apriori negativă: pierde din vedere elemente esențiale.

Or, forma de prezentare a C.V.-ului creează prima impresie asupra imaginii interviewatului. Pentru a reuși, trebuie să fie favorabilă. Pentru a produce o impresie de persoană clasică și bine îngrijită, trebuie să fie folosită o hârtie de calitate superioară (100 gsm) față de hârtia standard pentru fotocopiate (doar 80 gsm), uni (fără dungi sau caroiaje), impecabil de curată, fără colțuri îndoite sau urme de degete pe ea. Nu mai este necesar să menționăm că C.V.-ul ar trebui tipărit sau procesat (exceptând cazul în care ar exista un anumit motiv pentru a-l prezenta în manuscris). Pe lângă faptul că aceasta îi dă un aspect profesional, îl face mult mai ușor de actualizat sau de modificat. Tipărirea se face respectând marginea de 5 cm în partea stângă, 2 cm în dreapta, 7-8 cm până la primul rând. Caracterele trebuie selectate în funcție de text: majuscule, italice (cursive) etc.; pentru evidențierea titlurilor, sunt folosite sublinierile: marcatoarele – culoare de text nu sunt recomandate. Toate rubricile

trebuie prezentate în același mod: aceleași margini, aceleași spațieri, aceleași caractere.

Sunt absolut interzise retușările, supraimprimările, greșelile de punctuație și ortografie.

16.1.2. Un bun C.V. trebuie să fie scris clar, concis, hotărât, precis și clasic. Idealul volumului este de o singură pagină. Nici un interviewat nu va medita asupra conținutului unei broșuri din 5-6 pagini, care relatează detaliat activitatea individului în domeniul managementului, marketingului, contabilității, comunicării etc. Chiar și un C.V. de două pagini poate să aibă un efect nefavorabil asupra interviewatului.

C.V.-ul nu este o autobiografie, ci este o schiță a rezultatelor activității profesionale. Deci conținutul lui trebuie să fie structurat în propoziții scurte, concise. Ceea ce poate fi exprimat într-un singur rând, nu trebuie enunțat în 3 fraze și 20 de cuvinte. Aceasta nu înseamnă că totul trebuie prezentat “lapidar”. Să nu uităm că informațiile comunicate în formă limitată sunt singura modalitate care relevă valoarea aptitudinilor și a experienței necesare câștigării concursului organizat pentru ocuparea unui post.

Claritatea este cea dintâi calitate cerută. Inițialele “A.S.E.M.” pentru mulți sunt destul de vagi. Abrevierile trebuie prezentate descifrat între paranteze (Academia de Studii Economice din Moldova).

În schimb, numeralele e mai bine să fie scrise cu cifre, nu cu litere: **125** este percepț mai bine decât „*o sută douăzeci și cinci*”. Trebuie evitate detaliile: informațiile marginale pe lângă faptul că plăcătesc, nu aduc nimic important cititorului.

Alegerea vocabularului este foarte importantă, căci într-un C.V. fiecare cuvânt contează: el trebuie să aibă o semnificație foarte precisă. Cuvântul potrivit, termenul exact, care permite să exprime gândul într-un mod clar, concis, va adăuga imaginii interviewatului încă o nuanță favorabilă. De asemenea, nu este recomandat abuzul de termeni anglo-saxoni sau unele expresii la modă. Utilizarea lor ar putea fi apreciată ca lipsă de personalitate.

Trebuie evitate, firește, cuvintele sau termenii care exprimă noțiuni imprecise, cuantificând prin cifre noțiunea: *mulți, numeroși, cea mai mare parte, diversi, important, variați, diferit, mare, câteva,*

diverși, vast, mic, puțin. S-a constatat că acest limbaj este folosit în C.V.-urile concepute de firmele de consultanță. Un astfel de C.V. impresionează cititorul care nu este inițiat în regulile de redactare. De fapt, el ascunde calitățile care trebuie scoase la iveală. Fiind scris de cineva care cunoaște doar fraze, şabloane, și nu persoana în cauză, C.V.-ul abundă de informații vagi și imprecise: „*manager experimentat*”, „*personalitate puternică*”, „*inteligiență performantă*”, „*profesionalism în economie*” etc.

Pentru redactarea paragrafului „*Experiență profesională*” și, mai ales, pentru definirea funcțiilor deținute și rezultatelor obținute, sunt recomandate verbele:

<i>am acoperit</i>	<i>am fabricat</i>	<i>am realizat</i>
<i>actualizat</i>	<i>facturat</i>	<i>redactat</i>
<i>adaptat</i>	<i>finanțat</i>	<i>redresat</i>
<i>administrat</i>	<i>finisat</i>	<i>reducus</i>
<i>antrenat</i>	<i>furnizat</i>	<i>reformulat</i>
<i>aplicat</i>	<i>am gestionat</i>	<i>reglementat</i>
<i>aprovisionat</i>	<i>guvernat</i>	<i>regrupat</i>
<i>asociat</i>	<i>am informat</i>	<i>primit</i>
<i>adus</i>	<i>importat</i>	<i>produs</i>
<i>aflat</i>	<i>implantat</i>	<i>programat</i>
<i>ameliorat</i>	<i>inițiat</i>	<i>proiectat</i>
<i>amenajat</i>	<i>inovat</i>	<i>promovat</i>
<i>amplificat</i>	<i>instalat</i>	<i>propus</i>
<i>analizat</i>	<i>instaurat</i>	<i>prospectat</i>
<i>angajat</i>	<i>integrat</i>	<i>publicat</i>
<i>animat</i>	<i>intervievat</i>	<i>rentabilizat</i>
<i>am calculat</i>	<i>investit</i>	<i>reprezentat</i>
<i>câștigat</i>	<i>am încadrat</i>	<i>restructurat</i>
<i>cercat</i>	<i>încheiat</i>	<i>reunit</i>
<i>colaborat</i>	<i>înlocuit</i>	<i>reusit</i>
<i>comercializat</i>	<i>întărit</i>	<i>revalorizat</i>
<i>conceput</i>	<i>întreprins</i>	<i>revizuit</i>
<i>condus</i>	<i>învățat</i>	<i>am schimbat</i>
<i>construit</i>	<i>am lansat</i>	<i>selecționat</i>
<i>contabilizat</i>	<i>lichidat</i>	<i>sporit</i>
<i>cooperat la</i>	<i>livrat</i>	<i>stabilit</i>
<i>creat</i>	<i>lărgit</i>	<i>stabilizat</i>
<i>am deschis</i>	<i>lucrat</i>	<i>stocat</i>
<i>definitivat</i>	<i>am manevrat</i>	<i>structurat</i>
<i>demarat</i>	<i>mobilizat</i>	<i>studiat</i>

<i>dezvoltat</i>	<i>montat</i>	<i>sugerat</i>
<i>difuzat</i>	<i>am negociat</i>	<i>suprimat</i>
<i>dirijat</i>	<i>am obținut</i>	<i>suspendat</i>
<i>distribuit</i>	<i>oferit</i>	<i>susținut</i>
<i>dobândit</i>	<i>operat</i>	<i>am testat</i>
<i>am economisit</i>	<i>optimizat</i>	<i>transferat</i>
<i>edificat</i>	<i>organizat</i>	<i>transformat</i>
<i>editat</i>	<i>am participat</i>	<i>tranșat</i>
<i>efectuat</i>	<i>planificat</i>	<i>tratat</i>
<i>elaborat</i>	<i>practicat</i>	<i>trimis</i>
<i>examinat</i>	<i>precizat</i>	<i>am ținut</i>
<i>executat</i>	<i>preconizat</i>	<i>am urmărit</i>
<i>experimentat</i>	<i>pregătit</i>	<i>utilizat</i>
<i>exploatat</i>	<i>prevăzut</i>	<i>am vândut</i>
<i>exportat</i>	<i>prezentat</i>	<i>verificat</i>
<i>extins</i>	<i>prezidat</i>	

16.1.3. Un C.V. câștigător trebuie să fie optimist: să releve competențe, abilități, potențial, energie creatoare, aspirații care urmează a fi valorificate în cadrul viitorului loc de muncă al candidatului. De aceea vor fi omise cuvintele sau expresiile cu rezonanță pesimistă sau negativă. Se poate degaja o impresie de tristețe, de pesimism, care să-l eliminate din cursă pe aplicat. Candidatul se va baza pe principiul: nu se cere un post, ci se oferă serviciile. Rezultatul este același, dar abordarea psihologică – diferită. Se înțelege, este dificil să fii optimist când, de un an, cauți fără succes un loc de muncă. Dar cei care recrutează personalul se lasă rareori convinși de candidații depresivi.

Or, trebuie să se evite, pe cât e posibil, următoarele cuvinte și expresii:

„Probleme”, „greutăți”, „dificultăți”, „griji”, „insucces”, „fiasco”, „vicisitudini”, „nenorocire”, „îndoială”, „expectativă”, „încurcătură”, „a spera”, „a sconta”, „a renunța”, „a abandona”, „a abdica”, „a eșua”, „a rata”;

„Nu am izbutit”, „nu am reușit”, „nu am putut”, „nu am ajuns”, „nu mai am speranță”, „nu știu cui să mă adresez”, „nu mai știu ce să fac”, „n-am avut noroc”, „am fost împiedicat să” ... etc.

C.V.-ul joacă un rol de „avocat”, de aceea trebuie să includă în conținutul lui cuvinte care sugerează acțiune, care relevă potențialul aplicantului, rezultatele notabile înregistrate de acesta, punctele sale forte. Asemenea C.V.-uri sunt optimiste și profund “comerciale” din punct de vedere profesional, fiindcă scopul lor este de a vinde cel mai prețios produs: *profesionalismul, abilitățile, inteligența* candidatului.

16.1.4. Un C.V. trebuie să fie convingător: să-i trezească cititorului interesul și să-i genereze dorința de a se întâlni cu autorul C.V.-ului.

După cum am mai menționat, mulți dintre recrutați consideră că C.V.-urile nu sunt deosebit de importante, chiar dacă ele reprezintă prima linie de atac, căci ele pot să aparțină unui grup de oameni care gândesc și scriu la fel. Si atunci singura metodă de a cunoaște candidatul este intervievarea lui.

Cel mai reușit pas pe care ar putea să-l realizeze candidatul este ca, în baza C.V.-lui, să provoace o întrevedere la care ar putea să-și arate adevărata valoare. Pentru aceasta, potențialul interviewat trebuie să urmeze regulile:

- *Să păstreze un oarecare mister*, pentru a provoca celui care îi citește C.V.-ul dorința de a-l vedea, de a-l asculta: să-i atragă atenția, să-i trezească curiozitatea, dar să nu-și dezvăluie toate calitățile. În acest caz, este binevenită o frază de felul: „*Un interviu cu Dvs. îmi va oferi oportunitatea și șansa de a vă releva motivațiile, aptitudinile și abilitățile mele ...*”
- *Să fie realist*. Cititorul C.V.-ului trebuie să întâlnească în frazele aplicantului dovezi de voință, ambiție, dinamism etc., de aceea nu-i bine să se apeleze la formule de genul: „*Eu aș vrea/dori să ...*”, „*Eu aș căuta/caut*” sau „*Doar eu pot/am putut să ...*” etc., căci ele relevă un spirit individualist și chiar egoist. Candidatul plin de sine, cu siguranță, va fi respins.

Dacă aveți convingerea că posedați calități inestimabile, lăsați interlocutorului plăcuta surpriză de a le descoperi el însuși; dorințele nu trebuie să se dea drept realități. Omul nu poate fi cel mai bun în toate. El doar trebuie să tindă spre performanțe.

16.1.5. Pertinența – una dintre calitățile principale ale unui C.V. reușit. Pentru un post anume se primesc zeci de C.V.-uri și recrutantul nu-și va reține atenția prea mult asupra unuia care aduce informații inutile ce nu relevă calitățile autorului: enumerări banale de experiențe profesionale, care nu au tangență cu postul pentru care se aspiră, exemple de critică asupra autorităților de la fostul loc de muncă, unde aplicantul n-a fost estimat la justa lui valoare etc. Orice critică deliberată, de genul: „*Şeful de serviciu era incompetent; secretarul general era incapabil, patronul era preocupat mai mult de insuccesul subalternului decât de dezvoltarea întreprinderii etc.*” creează o imagine defavorabilă.

Experiențele profesionale precedente este util a fi enumerate doar dacă acestea cadrează cu postul care se dorește a fi ocupat. Dacă este vorba de „Experiență în afaceri”, e bine să fie inclus în C.V.-ul redactantului o rubrică: „*Experiență în afaceri/comercială*”, în care să fie incluse toate rezultatele profesionale notabile în domeniu.

16.1.6. C.V.-ul – „scară” de comensurare a performanțelor autorului

C.V.-ul este unul dintre cele mai adecvate și mai inteligibile mijloace de evaluare a rezultatelor obținute în activitatea profesională. În acest sens, este important a releva ceea ce pare a fi mai important: propriile rezultate obținute în cadrul unității, și nu descrierea lapidări și neelocventă a sarcinilor îndeplinite. Să examinăm exemplul unui candidat care, pur și simplu, își descrie succint cea mai importantă responsabilitate anterioară: „*Şef-secție de producție la S.C. „Electromaș”. Responsabil de execuția producției, de coerentă actului managerial. Am condus un colectiv de 80 de persoane. Bune cunoștințe în comunicarea interpersonală.*” C.V.-ul care conține o simplă descriere a modului în care conducătorul și-a petrecut timpul în cadrul unității economice va pierde imediat din valoare. „Pasajul” de mai sus este recomandabil să fie redactat corespunzător: „*Şef-secție de producție în cadrul S.C. „Electromaș”. Am fost responsabil de gestionarea unei secții de producție în care erau angajați 80 de salariați, pe care am redinamizat-o revizuind și schimbând tehnologia. Rezultatul l-a constituit creșterea cifrei de afaceri a S.C. cu 25% în cursul primului meu an de activitate. Știu să*

motivez oamenii prin aplicarea tehnicielor și metodelor de comunicare, asigurând coerenta actului managerial”.

Evident, un recent absolvent nu are posibilitatea de a-și exprima valoric realizările profesionale, dar poate găsi alt mijloc de a fi apreciat. Spre exemplu, să presupunem că în timpul anilor de studii el a publicat articole referitoare la domeniul managementului resurselor umane/politicii monetare sau la noile standarde contabile. Candidatul poate scrie: „*Autor a cinci articole în domeniul managementului resurselor umane*” sau „*Autor a cinci articole cu titlurile: „Tehnici de comunicare managerială”, „Bariere de comunicare interpersonală”, „Organizarea unei comunicări de afaceri” etc.*

Chiar dacă această descriere este adeverată, nu este suficientă pentru evidențierea calităților candidatului. Următoarea reformulare a pasajului respectiv va satisface așteptările interlocutorului, căci va dezvolta imaginea applicantului: „*Am conceput și realizat cinci articole științifice aplicative privind principiile de comunicare managerială, ceea ce permite ameliorarea performanțelor de comunicare interpersonală în cadrul activității manageriale*”.

Această versiune este mult mai relevantă pentru interlocutor. Accepțiile verbelor „*a concepe*”, „*a realiza*”, „*a ameliora*” – semnificația de fond a textului – îi conferă candidatului imaginea unei persoane inteligente, care poate aduce performanțe în domeniul de activitate managerială.

Omiterea titlurilor lucrărilor poate genera doar curiozitatea cititorului, dorință de a realiza un interviu cu redactantul pentru a-l cunoaște mai bine (a se vedea regula nr. 3)

16.1.7. Forma de redactare a C.V.-lui trebuie să fie determinată de personalitatea cititorului.

Conform școlii clasice, forma de redactare cronologică se începe cu studiile aplicantului și se încheie cu ultima lui activitate. Este logic și recomandat pentru un candidat care are multe diplome și puțină experiență. Aceasta permite celui care citește C.V.-ul să aprecieze desfășurarea și evoluția carierei. Chiar dacă prezentarea nu este originală, ea are, cel puțin, avantajul de a fi neutră și de a nu irita pe cel care selecționează candidații. Dacă conținutul C.V.-lui este

redactat în forma anticronologică, redactare modernă, introdusă de școala americană, atunci se recomandă:

- Să fie prezentate mai întâi pregătirea candidatului și, în interiorul fiecărui paragraf, ultimele diplome, pentru a ajunge până la bacalaureat. Apoi va urma rubrica „*Experiență profesională*”, începându-se descrierea cu ultimul post ocupat, revenindu-se spre primul post.

Ordinea anticronologică este indicată pentru a scoate în evidență ultima experiență profesională, care e deosebit de interesantă și importantă.

Anticronologia, însă, are un dezavantaj major: cititorul apreciază cu greu evoluția unei cariere; el trebuie să facă un mare efort de memorare, ceea ce este destul de obositor pentru o persoană care se confruntă cu zeci de C.V.-uri pe zi.

Așadar, ordinea optimă de redactare a C.V.-ului este cea **clasică**; ea pune în valoare pregătirea, demonstrează evoluția carierei; ordinea anticronologică este **modernă**; ea privilegiază ultima experiență, dar este **dificil de urmărit**.

16.1.8. Un C.V. reușit e necesar să fie bine structurat în domeniul de activitate solicitat.

Într-un C.V., relevarea funcțiilor ocupate de-a lungul timpului trebuie să se facă în strânsă corelație cu un obiectiv precis și clar, stabilit de solicitant și urmat cu fidelitate pe parcursul carierei profesionale. Candidatul își „vinde” experiența pe care o are într-un anumit domeniu (economie, inginerie, avocatură, informatică etc.).

Dacă, de exemplu, se solicită un post în domeniul contabilitate, C.V.-ul trebuie structurat în această direcție, domeniul respectiv constituind “firul roșu” al conținutului de fond. În acest sens, e necesar să fie relevată orice experiență avută în domeniul contabilității, evidențiind realizările obținute în cadrul și pentru unitatea economică în care s-a activat. Redactantul care a ocupat pe parcursul activității mai multe funcții distințe va întocmi un C.V. *funcțional*, la care va anexa scrisori de recomandare la postul din domeniul vizat.

16.1.9. Un bun C.V. trebuie să aibă o imagine originală, să nu semene cu o circulară banală. Un C.V. neatrăgător, care abundă în

fraze-clîșee repetitive pe parcursul textului, nu va suscita și nu va implica, cu prilejul interviului, decât întrebări „tradiționale”.

În schimb, un C.V. original, care conține aspirații, subiecte problematice, „misterioase”, este capabil să-l determine pe interviewant să realizeze o comunicare cu potențialul candidat, urmărind scopul de a-i releva punctele forte sau realizările lui deosebite: interviewantul va pune întrebări în baza realizărilor deosebite, descrise de candidat.

Chiar dacă candidatul are la dispoziție lucrări din care se poate inspira sau câteva reguli elementare de prezentare și întocmire a unui C.V., ele nu trebuie copiate în întregime sau respectate exhaustiv. Fiecare individ este unic, la fel este și traseul său personal și profesional. Individului nu-i rămâne decât să-și implice marca propriei personalități.

16.1.10. C.V.-ul trebuie să fie sincer.

Cine nu are puncte slabe și greșeli în activitatea sa, oricare ar fi ea? Fiecare medalie are și un revers. Inconvenientele trebuie compensate prin avantaje; punctele delicate trebuie omise și scoase la iveală cele forte, dar candidatul nu trebuie să mintă niciodată: se poate verifica întotdeauna nivelul de cunoștere a unei limbi străine, realitatea unei diplome sau exactitatea unei date. Or, nivelul calităților pregătirii, experienței, aptitudinilor deosebite trebuie evaluate în C.V. cu exactitate, căci ele vor fi estimate, la rândul lor, de către un cititor profesionist al recrutărilor de personal, și nu de un diletant.

16.1.11. Un bun C.V. trebuie să fie bine prezentat, adică să fie însotit întotdeauna de scrisori de recomandare favorabile, de unele copii ale unor diplome, certificate, atestate etc.

Scrisoarea de referință produce primul impact asupra cititorului, prima reflectare a personalității candidatului la post: cheia care deschide ușa. Cât de sclipitor ar fi diamantul, îmbrăcat fiind într-un material ieftin, își pierde din valoare. Însotit de o scrisoare de recomandare cu greșeli ortografice, cu exprimări greoaie, eronate, absconse și exagerate, de felul: „*talent nedisimulat/notoriu*”, „*reuşite de excepție*”, „*rezultate admirabile*”, „*personalitate proeminentă și marcantă*”, „*minune a contemporaneității*” etc.,

C.V.-ul va proiecta o lumină defavorabilă pentru candidat, indiferent de cine va fi semnat. În acest caz, greșeala nu aparține semnatarului, ci a celui care o acceptă.

Menționăm că importanța modului de redactare a textului scrisorii de recomandare este de natură să-i confere valoare C.V.-ului, dacă aceasta se remarcă printr-un real profesionalism al elementelor incluse, al formulărilor și exprimărilor folosite, dacă va evidenția conexiunea dintre nevoile cititorului și ceea ce poate oferi candidatul la post. Aceasta ar putea semnală faptul că semnatarul îl cunoaște bine pe recomandant.

□ 16.2. Elementele unui Curriculum Vitae

Un Curriculum Vitae are și alte destinații, afară de cea de document elementar al dosarului de candidatură, în vederea ocupării unui post. El poate avea rolul de:

- memoriu de activitate (*aide-memoire*) [pron. *ed-memoar*], în care se expune activitatea într-un anumit domeniu și constituie o solicitare de bază pentru un ciclu de pregătire tip master, studii aprofundate, specializare, doctorat etc.;
- propunere a unei viitoare potențiale afaceri, consultanțe, prestări servicii etc.;
- angajare temporară, pe anumite perioade (vacanță, sezon etc.);
- solicitare la bancă în scopul obținerii unui credit;
- solicitare de a ocupa un post scos la concurs.

Oricare ar fi destinația unui C.V., el trebuie să fie structurat în următoarele elemente:

Foto _____ în funcție de caz

Starea civilă
Date personale

..... obligatoriu

Pregătirea /
Formarea

..... esențial

<i>Stagii de pregătire</i> facultativ
<i>Experiență profesională</i> fundamental
<i>Rezultate obținute</i> primordial
<i>Limbi străine</i> la solicitarea ofertantului
<i>Pretenții salariale</i> la cererea ofertantului
<i>Abilități/activități extraprofesionale</i> facultativ
<i>Diverse</i> la aprecierea autorului
<i>Referințe</i> la cererea ofertantului

Aceste „casete” obligatorii, esențiale, facultative etc. pot fi introduse exhaustiv într-un C.V. sau în corespondere cu tradițiile firmei (unității) către care se adresează C.V.-ul. În general, un C.V. cuprinde următoarele rubrici: „Date personale (starea civilă)”; „Formarea profesională”; „Experiență profesională”; „Limbi străine”; „Abilități”; („Activități extraprofesionale”); „Referințe”.

În cele ce urmează, vom examina detaliat fiecare element al unui C.V.

Este strict necesar de a începe redactarea acestei “cărți de vizită” cu titlul „***Curriculum vitae***”? Este recomandabil să nu se înscrie în antetul paginii de debut titulatura „***Curriculum vitae***”, fiindcă însăși prezentarea conținutului relevă natura documentului în cauză, iar respectiva mențiune (C.V.) agasează “deseori, pe cititorii de „curriculumuri”. Din cele menționate, nu reiese însă că înscrierea titlului este o greșală ce va avea un impact negativ asupra condiționării.

16.2.1. „Starea civilă”, întâlnită mai des cu titlul „***Date personale***”, este prima informație a C.V.-ului. Ea cuprinde: numărul de telefon, data nașterii (vârsta), naționalitatea, situația familială, serviciul militar, starea sănătății (dacă e cazul).

16.2.2. Numele și prenumele. Este suficient să se indice doar numele ușual în ordinea: prenume, nume. De exemplu, mențiunile: ***Maria CIOBANU, în loc de CIOBANU Maria***. Se recomandă ca inițiala prenumelui să se scrie cu majusculă, următoarele litere – cu minuscule, iar numele – integral cu majuscule.

În situația în care applicantul are un prenume de origine străină, de exemplu, ***Mary, Gaby, Dany*** etc., indiferent de naționalitate, este recomandabil să se preceadă înscrierea acestuia cu abrevierile ***Dl, Dna, Dra*** (în limba română); ***M., Mme, M-elle*** (în limba franceză); ***Mr., Mrs., Ms.*** (în limba engleză) etc.

Nu se recomandă:

- să se înscrie prenumele în formă abreviată (***M. Ciobanu***), încrucișând abrevierea „M.” nu spune nimic;
- să se indice numele de domnișoară pentru femeile căsătorite;
- să se „înflorească” sau să se sublinieze numele și prenumele, deoarece aceasta diminuează imaginea simțului estetic al redactantului.

16.2.3. Adresa se scrie imediat după nume, în următoarea ordine: denumirea străzii cu indicarea numărului de casă, apartament; denumirea orașului, a județului și a codului poștal. Se recomandă ca denumirea străzilor și, respectiv, cea a localității, să se scrie într-un rând cu codurile aferente. De exemplu:

MD-2043, str. Teilor, 6

MD-2027, Chișinău;

16.2.4. Numărul de telefon se scrie complet, indicându-se și prefixul țării sau al localității de reședință. Spre exemplu: „(8 10) 247 48 30542” și nu doar „247 48 30542”. Înscrierea în C.V. a adreselor telefonice profesionale indică faptul că potențialul angajat poate fi deranjat, pe tot parcursul zilei, la locul de muncă. În situația inversă, este preferabil să înscrie în C.V. o adnotare de genul: „*Evit, de regulă, să utilizez apelurile telefonice private în timpul programului meu de lucru, dar mă puteți contacta la numărul ...*”.

16.2.5. Data nașterii. Data nașterii se înscrie în C.V. în maniera: „30 iunie 1970” și nu „30. 06.70” sau se indică vârsta, ceea ce-l scutește pe cititor de a face calculul, oricât de simplu ar fi el. Unele persoane preferă să înscrie vârsta sau data nașterii în finalul C.V.-ului, în rubrica „*Diverse*”, incluzând, tot aici, o formulă de genul: „*Peste 15 ani de experiență în domeniul marketingului comercial*” etc., ceea ce este foarte riscant. C.V.-ul are, drept scop priorității, acceptarea accesului candidatului la post pentru interviu. De aceea, realele capacități sau disponibilități profesionale de care dispune potențialul interviewat trebuie lăsate pentru interviu.

16.2.6. Naționalitatea și cetățenia nu este o informație primordială, dar nu e nici inutilă, dacă acest fapt îi poate conferi persoanei un atu pentru postul la care aspiră sau dacă ea are un nume cu rezonanță străină.

16.2.7. Situația familială este un element de stabilitate care nu trebuie neglijat, dar nici relatat cu maximum de detalii. Acestei rubrici e bine, însă, să i se acorde, asemenea celorlalte, o importanță majoră, mai ales că unele firme preferă angajații căsătoriți (de regulă, bărbați), cu domiciliul în localitatea de reședință. Situația familială poate influența mult decizia angajării în unele posturi, spre exemplu, când se solicită un post care presupune o oarecare mobilitate geografică, de reprezentant comercial, sau unul ce ține de planificare conjugală etc.

În acest caz, formulările de genul: „*Văduv, tată a doi copii*” sau „*Divorțată, mamă a doi copii*” sunt în dezavantajul candidatului. Este mult mai apreciat să se înscrie în C.V., într-o asemenea

conjunctură, „*celibatar(ă)*”, ceea ce va elimina alte posibile interpretări.

Persoanele cu o vîrstă de peste 45 de ani este recomandabil ca, în rubrica destinată situației familiale, să scrie: „*Un copil/doi copii căsătoriți, încadrați în muncă*”, ceea ce denotă o situație financiară stabilă, fapt care poate releva că candidatul nu va solicita, prea curând, o majorare de salariu.

16.2.8. Serviciul militar / situația militară. În cazul efectuării stagiului militar, este necesar a înscrie în C.V. perioada aferentă acestuia și gradul de deținere ca rezervist (dacă e necesar). În cazul neefectuării stagiului militar, unitatea care angajează va trebui să adopte măsuri adecvate situației de întrerupere temporară a lucrului.

14.2.9. Studii. Formare profesională. Modul de relatare a conținutului acestui paragraf se face în raport cu experiența profesională a persoanei. Cu cât experiența profesională este mai bogată, cu atât este mai puțin necesar să se vorbească despre școlile absolvite și diplomele obținute. Și totuși este recomandabil ca etapele pregătirii profesionale să fie înscrise în ordine cronologică inversă, indicându-se nivelul cel mai înalt al studiilor: nu este menționat liceul economic, când se dispune de o diplomă a Academiei de Studii Economice sau de una în științe economice, de exemplu: „*2000 – Doctor în științe economice, Academia de Studii Economice din Moldova*”. Nu este recomandabil, când se dispune de mai multe diplome, să se indice toate, ci doar cele care au legătură cu postul solicitat. Aceasta este deseori interpretat drept lipsă de coerentă, semn al unui spirit dezordonat.

Cursurile, specializările, seminarele, stagiile etc. de scurtă durată nu se descriu cu lux de amănunte. De exemplu: „*Stagiere în management, 30 de zile, A.S.E., București, cu susținerea unui colocviu*”. Se recomandă: „*1999 – Stagiere, Universitatea din Orleans, Franța*”.

În finalul acestui paragraf, poate fi inserată o rubrică intitulată „**Obiective personale**”, în care se poate reda, în două-trei formulări, principalul obiectiv: „*Director administrativ și finanțier al unei firme de prestigiu*”; „*Manager comportament de comunicare internă în BNM*” etc. Această rubrică poate fi menționată doar în cazul când

se știe că unitatea, la care solicită în serviciu persoana în cauză, dispune de posturi vacante de acest gen sau măcar posturi tangențiale cu obiectivul personal. De altfel, relatând un obiectiv profesional mult prea precis, se poate comite o greșeală: C.V.-ul poate fi arhivat pentru un termen mult prea îndelungat, în aşteptarea profesiei corespunzătoare. Între timp, persoana poate evoluă pe un alt obiectiv profesional, riscând să nu mai corespundă primului.

Dacă persoana care își oferă serviciile este Tânără, cu o experiență recentă, atunci va avea tot interesul să scoată în evidență elementele pregătirii, care constituie, pentru moment, activul și bagajul ei de cunoștințe.

De exemplu:

Pregătirea

1990: *bacalaureatul cu calificativul „foarte bine”*.

1995: *diploma Academiei de Studii Economice*.

2005: *diplomă de doctor în științe economice*.

Stagiile nu trebuie să fie prea numeroase și prea diversificate: se va presupune că persoana n-are dorință să-și reia viața profesională și n-are un proiect pe termen lung. Este recomandabil să se indice doar cele mai importante stagii sau cele care au legătură cu postul (în aceeași ramură de activitate, la același nivel de responsabilitate).

Schema prezentării stagiorilor:

Data	Întreprindere	Funcția
2006	Școala Superioară de Comerț, București	Atașat comercial

16.2.10. Experiența profesională este partea cea mai importantă a C.V.-ului. Acest paragraf relevă imaginea candidatului: experiența profesională, aptitudinile, competențele (cunoștințele aprofundate dobândite prin experiență). Această rubrică include realizările și viitorul candidatului, de aceea evoluția carierei trebuie redactată complet. Dacă experiența profesională a candidatului este scurtă, conținutul va fi memorat ușor de către cititor. Este totuși indispensabil să se menționeze toate etapele carierei profesionale, dar în mod concis și coerent.

Propunem câteva reguli de redactare a acestui paragraf:

- Experiența profesională urmează a fi înscrisă în funcție de tipul C.V.-ului elaborat (cronologic, funcțional, crono-funcțional etc.).
- Dacă se apelează la C.V.-ul cronologic, e de preferat să se înscrive posturile cu ordinea inversă a perioadelor aferente. Dacă se redactează un C.V. funcțional, se începe cu funcțiile cele mai importante, deținute până în momentul întocmirii C.V.-ului.
- În nici un caz nu se comentează și nici nu se înscriu eșecurile sau motivele pentru care au fost schimbate locurile de lucru.
- Se recomandă a se înscrive și principalele sarcini sau atribuții de serviciu avute în decursul carierei profesionale și, în cazuri relevante, rezultatele obținute, dar fără a se face abuz de amănunte.
- Activitățile sezoniere se înscriu doar dacă candidatul caută un prim-loc de lucru.
- Se evită înscrirea cazurilor de genul: „*somer între... din ...*”, „*concediat din motive disciplinare la ...*”.
- Nu este recomandat să se indice salariile avute la locul precedent de muncă, căci această problemă poate fi soluționată doar în cadrul interviului. Mențiunile privind mărimea salariului pot fi indicate doar în situația când anunțul firmei solicită acest lucru.
- În cazul când potențialul candidat are publicații (autor de carte, de lucrări de specialitate sau de referință), poate fi creată o rubrică („casetă”) special în care se înserăză titlurile de publicații.

Textul trebuie să fie bine structurat, respectându-se o ordine logică de prezentare pentru fiecare post. El trebuie să includă:

- *Date autentice;*
- *Numele societății – activitatea, cifra de afaceri – numărul de salariați;*
- *Titlul postului;*
- *Descrierea funcției;*
- *Realizări concrete;*
- *Competențele deosebite ale candidatului (dacă există).*

Câteva recomandări pentru a facilita modul de redactare a acestei secțiuni:

<p>Nu se recomandă:</p> <p><i>o societate de service; responsabil de serviciu; însărcinat cu publicitatea; tinerea unui fișier de clienți; organizarea unei expoziții;</i></p> <p><i>informatician; atașat comercial;</i></p>	<p>Se recomandă:</p> <p><i>o întreprindere de curățare industrială; responsabil cu serviciul personal (400 salariați); gestionarea unui buget de publicitate de... lei; gestionarea unui fișier de 280 clienți; pregătirea participării întreprinderii la expoziția Europlastique (închiriere, amenajare, stand, conducere, echipă la fața locului ...);</i></p> <p><i>inginer programe de bază; atașat comercial sector mașini-unele:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>- urmărirea clienților industriali;</i> <i>- responsabilitatea clienților;</i> <i>- legătura între uzină și clienți.</i>
<p><i>Redactor; şef de serviciu; şef de produs;</i></p> <p><i>însărcinat cu afaceri;</i></p> <p><i>şef serviciu finanțier;</i></p> <p><i>inginer marketing</i></p>	<p><i>responsabil serviciu „...”;</i></p> <p><i>responsabil contabilitate și trezorerie;</i></p> <p><i>responsabil cu dezvoltarea unei game de noi produse de birotică; selectarea furnizorilor;</i></p> <p><i>supravegherea piețelor și a politicii de vânzări; elaborarea și punerea în aplicare a planului de marketing; pregătirea personalului din compartimentul de vânzări.</i></p> <p><i>conducerea echipei însărcinate cu realizarea relațiilor cu furnizorii și subalternii; supravegherea șantierelor.</i></p> <p><i>pregătirea, monitorizarea și executarea bugetelor; control și analiza gestiuni;</i></p> <p><i>gestionarea trezoreriei; gestiunea salarilor; elaborarea declarațiilor fiscale și sociale; contabilitate informaționalizată;</i></p> <p><i>identificarea necesităților clienților;</i></p> <p><i>definirea politicii comerciale și promovaționale;</i></p> <p><i>coordonarea rețelei de service;</i></p>

<i>director comercial</i>	<i>conducerea unei echipe de negoциatori (15 persoane); dezvoltarea strategiei comerciale și implementarea ei în activitatea firmelor;</i>
<i>însărcinat cu relațiile externe</i>	<i>organizarea expozițiilor (Paris-Düsseldorf-Chicago); urmărirea realizării suporturilor de prezentare (broșuri, video etc.); contacte cu comercianții internaționali;</i>
<i>director de depozit</i>	<i>conducerea unei echipe de 215 persoane; gestiunea stocurilor.</i>

C.V.-ul va fi exhaustiv numai completându-se funcțiile exercitate cu o expunere a realizărilor obținute în îndeplinirea sarcinilor. Bilanțul pentru fiecare post, aportul candidatului la întreprindere trebuie cuantificate, pentru ca cititorul să le poată aprecia valoarea. De ex.:

Functiile:

- *Responsabil de o echipă de vânzători:*
- *Responsabilul sectorului „Ediție” al întreprinderii:*
- *Director de marketing:*
- *Sef serviciu personal:*
- *Director administrativ:*

Rezultatele obținute:

- „Am realizat o cifră de afaceri cu 20% mai mare decât a celorlalte echipe”.
- „Am reușit să reduc cu 10% costul de producție al plachetelor publicitare”.
- „Am îmbogățit fișierul de clienți cu 500 de nume”.
- „Am introdus o grilă de salarizare care a condus la încheierea conflictelor sociale repetitive și a antrenat o creștere a productivității cu 10%”.
- „Am negociat pentru a încheia contracte cu diferiți transportatorii, care au permis o economie de 25% la capitolul „Cheltuieli de deplasare” ale colaboratorilor”.

- Director al unui supermagazin: „Am înființat un serviciu centralizat de cumpărări, ceea ce a permis realizarea unei economii anuale de 5%”.
- Responsabil cu fiscalitatea: Am reușit să diminuez sarcina fiscală a întreprinderii utilizând posibilitățile legate de credit și de reducere de impozit”
- Responsabil cu serviciile de vânzări: „Am creat un departament „Vânzări către colectivități”, sporind, astfel, cu 25% cifra de afaceri a întreprinderii”.

16.2.11. Limbi străine. Pentru unele profesii, cunoașterea limbilor străine este indispensabilă, iar pentru alte funcții, este mai puțin importantă, dar este apreciată. Practic, însă, puțini tineri conștientizează atât importanța pe care o prezintă cunoașterea limbilor străine, cât și modul de apreciere a nivelului de cunoaștere. În cele mai dese cazuri, se face o apreciere sau o autoapreciere subiectivă, nedefinindu-se clar criteriile de evaluare. Responsabilitatea asupra oricărei aprecieri trebuie să fie maximă, fiindcă potențialul interviu va fi prima ocazie de a se verifica sinceritatea celor declarate în C.V.

Așadar, trebuie să se țină cont de câteva reguli de redactare a acestei casete:

- Să nu se (supra)aprecieze nivelul de cunoaștere a unei limbi: dacă utilizarea ei este necesară, candidatul va fi supus unor teste de evaluare;
- Să nu se folosească formule de tipul: „7 ani de engleză”, „Limbii străine învățate”, pentru că aceste indicații nu indică calitatea. Multe lucruri care au fost învățate odată, pot fi uitate;
- Este recomandabil să se renunțe la formula des întrebuințată: „scris”, „citit”, „vorbit”, ceea ce semnifică respectiv: „noțiuni excelente de gramatică și un vocabular destul de bogat”, „capabil de a decifra un text cu vocabular curent”, „înțeles fără mari dificultăți”, apelându-se la exprimări de genul: „**bilingv – Franceză/Engleză** (este una din limbile

materne ale candidatului); ***Germana – current*** (vorbește și scrie fără greșeli de sintaxă, dispunând de un vocabular bogat); ***Noțiuni de italiană*** (debutant) – (presupune o abordare școlară fără nici o practică)”.

16.2.12. Abilități. În unele C.V.-uri sunt solicitate și competențele care caracterizează personalitatea candidatului (cunoștințe pentru limbajele de programare la nivel de redactare/elaborare/utilizare a lor); cunoaștere de „navigare” pe Internet; abilități de comunicare interpersonală; abilități de organizator și de conducere a unei echipe (aici pot fi precizate eventualele performanțe pe care candidatul le-a înregistrat pe parcursul carierei: „*Am fost administrator de rețea în cadrul firmei X*”, „*Am condus timp de 5 ani o echipă de programatori PC și am elaborat 3 programe pentru facilitarea evidenței contabile a firmei X*”).

16.2.13. Activități extraprofesionale. Se consideră că hobbyurile reflectă tendințele profunde ale candidatului. De aceea acest paragraf poate fi întâlnit și sub denumirile: „***Hobbies***”, „***Hobby-uri***”, „***Informații adiționale***”.

În această casetă vor fi relatate numai pasiunile extraprofesionale care au contribuit la dezvoltarea unor calități ce se referă la postul solicitat sau calității care au permis candidatului să dobândească o oarecare experiență socială. Subliniem faptul că pasiunile extraprofesionale relevă multe dintre potențialele trăsături definitorii ale personalității candidaților. Spre exemplu, practicarea sporturilor de echipă presupune o bună capacitate de integrare, un pronunțat gust pentru contacte umane; practicarea sporturilor individuale denotă un spirit de independență; pictura, fotografia, desenul indică o fire de artist; săhul, lectura – o înclinare spre reflexie; călătoriile în străinătate – o mare curiozitate, o fire sociabilă și comunicativă.

Pasiunile extraprofesionale trebuie arătate original și sincer, descriindu-se exact ceea ce-i place și/sau îl atrage pe candidat. În același timp, se recomandă să fie evitate formulările „vagi”, generale, de genul: „*Îmi place sportul, muzica, dansul*”; exagerările (indiferent de voință), activitățile de coloratură politică, religioasă sau mondenă

(nu toată lumea împărtășește opinia candidatului), mai devreme sau mai târziu, vor fi depistate. De asemenea, nu trebuie întocmită o listă lungă de diverse activități (face impresie că potențialul candidat nu mai are timp și pentru lucru).

16.2.14. Referințe. Acest paragraf se redactează doar la o solicitare respectivă. În acest caz, este de ajuns de a fi indicate două nume de persoane care pot da referințe despre candidat. Dacă caseta respectivă nu este inserată în C.V., se poate înscrive, pur și simplu: „Referințe – disponibile la cerere”.

16.2.15. Informații ce trebuie scoase în evidență.

În cariera fiecărei persoane există elemente considerate preponderente, care riscă să fie estompată de multimea altor informații. Este recomandabil să fie puse în valoare, pentru a fi observate imediat de cititor, pentru a-i stârnii curiozitatea și a-l îndemna să continue lectura. Aceste informații pot fi prezentate la începutul C.V.-ului, într-un chenar. De exemplu:

Bilingv – engleză-română 3 ani la Omaha 2 ani la New-York	Director de personal 500 salariați 8 ani experiență
Expert financiar 5 ani într-un birou de audit internațional	Serviciul Export Franceză – curent 7 ani – agent comercial, Paris

În astfel de chenare vor fi inserate informații de felul:

- *Experiență* (adesea se cere o experiență de 5 până la 7 ani într-o anumită ramură de activitate),
- *Cunoașterea unor limbi străine* (cu condiția ca nivelul să fie foarte bun: *bilingv* sau *curent*),
- *Calificarea, funcția*, însotite de câteva detalii semnificative (sectorul profesional, cifra de afaceri, șederi în străinătate, competențe deosebite).

Așadar, înainte de a începe redactarea propriului C.V., este recomandabil să știți să răspundeți la următoarele întrebări:

- a) *De ce cunoștințe teoretice dispuneți?*
- b) *Ce știți să faceți?*
- c) *Ce vă place să faceți?*

Pe lângă aceasta, la redactarea unui C.V. câștigător trebuie să se respecte regulile de scriere a elementelor de bază, care sunt:

- prenumele și numele;
- adresa (permanență și / sau – dacă este cazul – temporară);
- număr post telefonic, fax, e-mail;
- starea civilă și situația familială;
- data și locul nașterii;
- naționalitatea (în cazul întocmirii unui C.V. pentru o firmă străină);
- obiectivele profesionale;
- pregătirea profesională a candidatului (pe etape calendaristice);
- experiența profesională (se precizează, pe etape calendaristice, numele complet al organizației, al departamentului, menționându-se concis realizările obținute în activitatea desfașurată);
- limbile străine cunoscute (nivel de cunoaștere);
- lucrări didactice, studii, articole publicate; premii obținute;
- pasiuni și / sau preocupări extraprofesionale / sau “alte detalii, date”;
- cluburile, asociațiile etc. frecventate (care oferă indicii relevante asupra importanței pe care o acordați carierei dumneavoastră);
- persoanele care pot da referințe despre dumneavoastră;
- data redactării C.V.-ului și semnatura.

În continuare, vom prezenta câteva modele de C.V.

Curriculum vitae cronologic

 **Andrei NEGRU-VODĂ**

B-dul Renașterii nr. 58/2, ap. 20
2020-MD, mun. Chișinău
30 ani; necăsătorit; stagiu militar nesatisfăcut.

Experiență profesională:

1995-1998: Comitetul de Expoziții al Moldovei (organizare de expoziții internaționale profesionale și pentru publicul larg. Cifra de afaceri – ... mil. lei)

1998-2001: Agent coordonator; șef adjunct de expoziție. Am fost însărcinat cu organizarea „Salonului Grădinii”. 110 expozații. Cifra de afaceri – de ... lei. Contactarea expozițiilor, montarea standurilor, organizarea campaniei de publicitate directă. În acest post, am sporit cu 10% numărul expozaților față de anul ..., cu ajutorul unei tehnici personale de prospectare. Printr-o distribuire bine direcționată „a cărților de cumpărător”, am reușit să sporesc cu 5 % numărul de vizitatori ai salonului.

2001-2006: Șef adjunct de expoziție. Am fost însărcinat cu organizarea „Salonului Grădinii”, „Salonului Artelor Culinare”; 350 de expozații. Cifra de afaceri ... mii lei. Am diminuat cheltuielile tehnice, utilizând material recuperat.

Din 2006: Șef expoziție. Am organizat 6 expoziții ale Saloanelor Casei, Artelor Culinare, Artei Populare Moldovenești.

2006-2007: Saloanele au regrupat 70 de expoziții, inclusiv 50 de firme, și le-au vizitat 250.000 de persoane, inclusiv turiști din alte țări.

Bacalaureat: Colegiul Național de Comerț – 1986
Absolvent: Academia de Studii Economice – 1991
Absolvent: Masterat A.S.E.M. – 1992

Absolvent: Școala Superioară de Comerț – Paris – 1994

Limbi străine cunoscute: *Engleza:* curent
Franceza: curent
Italiana: curent
Spaniola: cunoștințe medii

Abilități: Cunoștințe operare PC: WORD, EXCEL

Pasiuni extraprofesionale: Literatura, istoria, fotografia.

Referințe: Cornel Moraru, Manager, S.C. „Mugurel”.
Andrei Odobescu – Manager, Centrul Comercial „Modern”

Elena MOLDOVANU
Str. Valea Morilor nr. 15
2020-MD, mun. Chișinău
Tel.: 224023; Fax: (244)221415
Căsătorită – 1 copil școlarizat

Experiență profesională:

1995: Elaborarea proiectului de licență cu tema: „Probleme actuale ale RFVI ale Republicii Moldova”

1996-1997: Asistent manager la Fundația Internațională de Management Organizarea meselor rotunde pentru membrii Fundațiilor Internaționale de Management din Moldova, România, Franța, Anglia, Rusia, Ucraina, Belorusia. M-am implicat în îmbunătățirea metodelor de organizare a meselor rotunde, realizând un program deosebit al discuțiilor.

1998-2000: Colaborarea în cadrul unei echipe-colectiv de la Agenția de Dezvoltare Economică Chișinău, în vederea realizării suportului grafic pentru proiecte de interes internațional.

Studii:

1990: Diploma de bacalaureat. Liceul „Gh. Asachi”; Chișinău;
1990-1995: Facultatea de Management Internațional, Academia de Studii Economice din Moldova, mun. Chișinău;

Limbi străine cunoscute: *Franceza*: fluent;

Engleză: fluent;

Italiană: cunoștințe medii;

Limba rusă: fluent.

Abilități: Cunoștințe profunde în sisteme de operare:

MS-DOS, WINDOWS, Unix;

MS EXCEL, MS WORD.



Nicolae VANGHELI

Bd. Renașterii nr. 22, ap. 28

2020-MD, mun. Chișinău

Tel.: 228080

Data nașterii: 20.06.74

Studii:

1990-1993: Colegiul Național de Comerț din Chișinău. Media de absolvent: 9,45; media de bacalaureat: 9,35.

1991: Diploma – atestat operator calculator;

1993-1998: Facultatea. Contabilitate și Audit, Academia de Studii Economice din Moldova. Media generală: 8,5; media de licență: 8,9. Lucrarea de licență: „Elaborarea politiciei de contabilitate a unei întreprinderi”

Limbi străine: *Engleză* – excelent;

Franceza – acceptabil;

Limba rusă – fluent.

Experiență în informatică:

1995-1996: Am colaborat la proiectul: „Informatizarea Limbii Române”. Am elaborat o variantă a programului computerizat, menit să contribuie la însușirea rapidă a terminologiei și limbajelor de specialitate.

Hobby-uri: Tenis de câmp; informatică; muzică clasică.

Referințe: Ion ABABII – profesor de informatică, Colegiul de Comerț din Chișinău;
Maria DONȚU – șef catedră „Contabilitate”, Academia de Studii Economice din Moldova.



Glosar tematic

Abdica(a), abdic – (Aici). (fig). A renunță la ceva, a ceda în fața greutăților. Din fr. **abdiquer**, lat. **abdicare**.

abscons, -ă, absconși, -se – Ceva ce este greu de înțeles; ascuns, tainic, obscur. Din fr. **abscons**, lat. **absensus**.

acerb, -ă acerbi, -e – Care este necruțător, înverșunat, aspru, agresiv, caustic, sarcastic. Din fr. **acerbe**, lat. **acerbus**.

agasa(a), agasez – A irita, a enerva, a plăcăti pe cineva cu insistențele; a exaspera. Din. fr. **agacer**.

atu, atuuri / atale – 1. Carte sau culoare de joc socotită a avea cea mai mare valoare. 2. Element care, într-o anumită împrejurare, oferă cuiva un avantaj sau o șansă în plus. Din. fr. **atout**.

delibera(a), deliberez – 1. A chibzui în comun și a discuta (în secret) asupra luării unei hotărâri. 2. A decide, a rezolva (ceva). Din fr. **deliberer**, lat. **deliberare**.

expectativă, expectative – Așteptare bazată pe anumite drepturi, promisiuni, probabilități sau calcule; neintervenție în anumite chestiuni sau situații și așteptarea unui moment potrivit; expectație. Din fr. **expectative**.

fiasco – Eșec total într-o acțiune întreprinsă; insucces, nereușită. Din it. **fiasco**.

frustra(a), frustrez – A lipsi pe cineva de un drept sau de un bun; a păgubi; a înșela. – Din fr. **frustrer**; lat. **frustrari**.

lapidar, -ă, *lapidari*, -e – **1.** (Despre inscripții, ornamente) Săpat în piatră. **2.** (Fig. Despre stil, vorbire) Care se caracterizează prin concizie (asemenea stilului inscripțiilor latine); laconic, scurt, concis. Din fr. *lapidare*.

pertinent, -ă, *pertinenți*, -te – Care se potrivește exact obiectului despre care este vorba, care este adekvat pentru ceea ce vrea să argumenteze; care denotă profunzime, competență și care se raportează exact la chestiune, la fondul cauzei; potrivit, nimerit, convenabil. Din fr. *pertinent*.

procesa(a), *procesez* – A prelucra semnalele înregistrate pe bandă magnetică prin intermediul unui procesor. Din engl. *to process*.

rata(a), *ratez* – **1.** A scăpa, a pierde o ocazie; a nu reuși, a nu izbuti într-o împrejurare, a da greș; **2.** (Despre oameni) A nu reuși să se afirme sau să realizeze ceva la nivelul posibilităților sale. Din fr. *rater*.

vicisitudine, *vicisitudini* – Concurs de împrejurări grele, nefavorabile pentru cineva; necaz, suferință. Din fr. *vicissitudine*, lat. *vicissitudo*, – *inis*.

? Probleme supuse discuției

1. Enumerați elementele unui C.V.
2. De care reguli trebuie să se țină cont la întocmirea unui C.V.?
3. Care este cea dintâi calitate necesară redactării unui C.V.? Motivați-vă răspunsul.
4. De ce conținutul unui C.V. trebuie să fie optimist?
5. Ce reguli trebuie să urmați scriind un C.V., pentru a convinge să provocați o întrevedere?
6. Pertinența este una din calitățile principale ale unui C.V. reușit. De ce?
7. Explicați cum înțelegeți: „*Un C.V. reușit trebuie să devină o „scără” de comensurare a performanțelor autorului*“.
8. Cum trebuie relatate informațiile în cazul când C.V.-ul este redactat în ordine antcronologică?

9. Cum veți structura informațiile într-un C.V., atunci când solicitați o funcție într-un domeniu concret de activitate?
10. Se consideră că partea cea mai importantă a C.V.-ului este „*Experiența profesională*”. De ce reguli trebuie să se țină cont la redactarea acestui paragraf?
11. Invocați regulile de redactare a paragrafului: „*Limbi străine*”.
12. Cum trebuie relevate pasiunile extraprofesionale („*hobby-urile*”)?
13. În cariera fiecărei persoane există elemente considerate preponderente, care trebuie puse în valoare pentru a stârni curiozitatea cititorului. Cum pot fi prezentate astfel de informații?
14. Care sunt principalele trăsături de caracter ale personalității dumneavoastră pe care le-ați putea insera în C.V.-ul personal?



Exerciții și studii de caz

Studiu de caz nr.1

1. Citiți cu atenție C.V.-ul de mai jos. Pronunțați-vă asupra aspectelor critice privind conținutul lui:



Maria ENACHE

2046-MD, str.Calea Ieșilor 13, ap.15

Mun. Chișinău

Tel./fax (033)51-56-18

Date personale: Născută la 25.03.1973;
Necăsătorită;
Naționalitate: moldoveancă;

Pregătire profesională:

- Școala generală nr.22, Chișinău – 1980-1988;
- Liceul Economic nr.2, Chișinău – 1988-1992;
- Academia de Studii Economice,
Facultatea Management – 1992-1996

- Diploma de Licență – 1996

Experiență profesională:

- Fabrica “Bucuria”, S.A. contabilitate, august-octombrie, 1996
- Fabrica “Bucuria” S.A., marketolog, octombrie-septembrie, 1999
- Fabrica “Bucuria” S.A. Vânzări, septembrie 1999-octombrie 2001

Preocupări extraprofesionale: Muzică și sport.

Studiul de caz nr. 2

Înținând cont de principiile care stau la baza redactării unui C.V. câștigător (este concis, este tonic și fortifiant, este pertinent, are „relief”, are o prezentare impecabilă, prezintă rezultate, reflectă fidel experiența profesională, este însotit de scrisoarea de motivație; incită dorința interlocutorului de a vă întâlni), redactați un C.V. câștigător.

Studiul de caz nr. 3

În vederea angajării dumneavoastră, ați redactat propriul C.V. și ați depus candidatura la una dintre firmele notorii cu activitate în domeniul informaticii. În urma selectiei C.V.-urilor primite, managerul compartimentului „Resurse umane” vă programează pentru susținerea unui interviu. Portofoliul de C.V.-uri care au reținut atenția echipei de resurse umane este prezentat în următoarele pagini.

Presupunând că sunteți unul din cei care au candidat pentru posturile respective, atribuiți personalității dumneavoastră unul dintre aceste C.V.-uri și susțineți calitățile psihosocioprofessionale de care dispuneți.

În formularea răspunsurilor dumneavoastră, vă rugăm să nu uitați că, întotdeauna, printre scopurile principale ale recrutantului, se înscriv și următoarele:

- verificarea detaliată, prin cele mai „neasteptate” mijloace, metode, a posibilităților și/sau performanțelor individuale ale candidatului;
- identificarea profilului moral și aptitudinilor specifice ale candidatului;

- testarea capacitateii si a modalitatilor specifice de a furniza si de a recepta informatii din mediul ambiental, in timpul procesului de lucru, mai ales, in situatii de stres;
- testarea capacitateii de a folosi modalitati concrete de solutieare a „eventualelor conflicte” intervenite in activitatile cotidiene;
- testarea voinei („forfei”) de a suporta esecul, victoria, stresurile, prin prisma „decodificarii” reacțiilor comportamentale verbale si nonverbale exteriorizate;
- etc.

Curriculum vitae nr.1

Nume: **Alexandra RADU**

Adresa: Str. Petru Rareş, 215, ap.101
2081-MD, mun. Chişinău

Telefon: 44-12-21

Date personale: data nașterii: **5 mai 1972**

locul nașterii: **mun. Chişinău**

naționalitatea: **ucraineană**

Pregătire școlară:

2001 – În prezent, studentă Academia de Studii Economicice din Moldova – Facultatea „Marketing”; mediile anilor de studii: I – 8,82; II – 9,52; III – 9,58.

1998-2001 – Colegiul Național de Comerț, Chișinău. Media de absolvire: 9,02; bacalaureat: 9,48.

Premii obținute:

Mai, 2001 – am obținut premiul II la Simpozionul Științific al Studenților A.S.E.M.

Octombrie, 2001 – am obținut premiul I la Olimpiada Republicană de Informatică.

Cunoștințe: Cunoștințe de specialitate economică: Matematică aplicată în economie; microeconomie; contabilitate; management; marketing.

Cunoștințe operare P.C.: Operare texte: Microsoft Word, Excel Programare: Fox Pro

Limbi străine: Engleza: *fluent*
Franceza: *cunoștințe medii*.

Hobby-uri: Sporturile (membru al echipei de baschet a A.S.E.M.)

Referințe: Prof. dr. **Vlad MIHAI** – Academia de Studii Economice,
facultatea Marketing
Prof. **Maria BUJOR** – catedra Economie Generală

Data: 6 noiembrie 2001

Curriculum vitae nr.2

Teodora VASILACHE

Adresa: Str. Miron Costin 26/4, ap. 56
2023-MD, mun. Chișinău

Telefon: 44-75-18

Data nașterii: 12.08.1971

Obiectiv profesional: Angajarea într-unul din Departamentele:
Marketing, Financiar, Contabilitate, din
cadrul unei firme moldo-americane.

Formare profesională:

1987-1991 – Liceul „Gh. Asachi”, mun. Chișinău. Bacalaureat:
9,09.

1991-1996 – Facultatea „Management”, Academia de Studii
Economice, mun. Chișinău. Media de absolvire:
8,16. Media de licență – 8,89.

1996-1997 – Masterat, cursuri aprofundate de management.
Media de absolvire: 9,75.

Experiența profesională:

1996 – Stagiul practic de 8 săptămâni la Compania VOXTEL.
Am efectuat diverse traduceri româno-ngleze pentru
Companie.

1996 – Până în prezent: Firma „Contabil SERVIS” – economistă
în cadrul serviciului „Finanțe și Planificare”.

Limbi străine cunoscute: limba engleză – *fluent*

limba franceză – *cunoștințe medii*

Cunoștințe operare PC: Microsoft office (Word, Excel);

Activități diverse: Muzică clasică și pop; literatura română (M. Eminescu, T. Arghezi, M. Eliade, G. Călinescu, M. Preda)

Data înălțării: 20 mai 2002

Curriculum vitae nr.3

Luminița GROSU

Adresa: Str. Florilor 20/4
2013-MD, mun.Chișinău

Data nașterii: 25 iunie 1977

Obiective: 1. Îmbogățirea cunoștințelor de specialitate;
2. Operaționalizarea cunoștințelor dobândite în finanțe și contabilitate;
3. Aplicarea cunoștințelor și a capacităților profesionale în cadrul unei firme notorii.

Studii: 1993-1996: - Liceul „Mircea Eliade” din Chișinău. La bacalaureat, am obținut media 8,28.
1996-2000: - Academia de Studii Economice din Moldova.
Media de absolvire: 8,50. Media de licență: 8,25.

Experiență profesională:

August 2001 – august 2002. - Am lucrat în Societatea Mixtă „VEST”, contabil, în serviciul contabilitate.

Februarie 2002 – august 2002. - Am efectuat diverse traduceri pentru Societate. Română- spaniolă-română.

Limbi străine: Spaniolă – fluent;

italiană – *fluent*;
engleză – *cunoștințe medii*;
franceză – *cunoștințe medii*.

Cunoștințe operare PC: Microsoft Office (Word NT, Excel);
Programare FOXPRO2.0; Internet.

Activități extraprofesionale: Șah, filozofie, psihologie

Data redactării C.V.-lui: 30 august 2001.

Curriculum vitae nr.4

Doru OPREA

Foto

Str. Mircea cel Bătrân 20/6, ap. 3
2023-MD, mun. Chișinău
Tel. 23-50-16; 46-12-18

Date personale: **Statut familial:** necăsătorit

Naționalitate: moldovean

Data nașterii: 06.01.1978

Părinți: mama – contabil, tata – matematician

Obiective: Angajarea într-o unitate economică, într-unul din departamentele: **marketing, vânzări, informatică**.

Studii:

1997-2001 – Academia de Studii Economice, București; media de absolvire: 8,23; media de licență: 8,82.

1994-1997 – Liceul „Prometeu”, mun. Chișinău.

1987-1994 – Școala medie generală nr.2, or. Orhei

Experiență profesională:

Iunie 2000–iunie 2001, ZEPTER Internațional, mun. Chișinău – **agent de vânzări:** am încheiat 5 contracte în valoare de 5000 dolari.

Iulie 2001 – prezent, VOXTEL

– **agent de vânzări:** Am încheiat 3 contracte cu dealerii Companiei în valoare de 8000 dolari.

Limbi străine: Engleza – *fluent*;
franceza – *fluent*;
rusa – *fluent*.

Cunoștințe profunde operare PC:

sisteme operare (MS.DOS, UNYX);
programare (TURBO – PASCAL);
procesare de texte (Microsoft Office-Word, Excel);
Internet.

Hobby-uri: Literatura clasică; călătorii.

Data: 01 iulie 2002

(Semnătura)



Curriculum vitae nr.5

Vitalie ARHIRI

Născut la 22 iulie 1973

Str. Petru Movilă 12, ap. 15
2014-MD, mun. Chișinău

Formare profesională:

1991-1996 – Facultatea „Relații Economice Internaționale”, A.S.E.M.. Anul III de studii – 4 săptămâni de practică lingvistică în Franța, Universitatea „Pierre Mendes”, Grenoble.

1995 – Bacalaureat, media 9,25.

1980-1991 – Școala medie generală. jud. Edineț.

Experiență profesională:

Iulie 1998–iulie 2000 – Firma „LUIZ” Internațional.

- economist, translator;
- august 1996 – iunie 1998 – Firma „LUIZ” Internațional
 - agent de vânzări. Am încheiat trei contracte valoroase pentru doi ani de zile, cu trei magazine, în sumă de 300 000 lei.

Limbi străine: Engleza – *fluent*
franceza – *fluent*
spaniola – *începător*
rusa – *fluent*

Activități extraprofesionale: – Sporturi: tenis, fotbal. Membru al clubului sportiv „Moldova”;
– lectură; muzică; teatru.
– informatica; Works, Words, WordPerfect, Excel.

Data: 5 aprilie 2002

Studiul de caz nr. 4

Personajul s-a prezentat la un interviu pentru a fi angajat la o companie notorie. La sfârșitul interviului, i s-a spus că, dacă va fi acceptat, i se va da de știre. Candidatul a evaluat că această organizație nu a procedat potrivit bunelor maniere.

Dacă nu, atunci, după părerea dumneavoastră, cum ar fi trebui să procedeze interviewantul? Avea dreptate candidatul?

Studiul de caz nr. 5

Reacționați, prin maximum trei formulări, la afirmația: „*C.V.-ul Dvs. este frumos redactat, dar cred că nu aveți elemente originale, calitative, care să vă diferențieze de alți candidați!*”...



CAPITOLUL XVII

SCRISORI DE REFERINȚĂ ȘI DE RECOMANDARE

17.1. Structura scrisorilor de referință și de recomandare. Reguli de redactare

Scrisoarea de referință este unul din elementele decisive în vederea selectării candidaților la ocuparea unor posturi. Ea completează informațiile despre candidat relatate în C.V. și în scrisoarea de motivație.

În multe cazuri, recomandările și, îndeosebi, referințele sunt neobiective. Puțin probabil că cel care-l cunoaște pe candidat de 10 ani de zile îi va scrie o referință ce-i va fi în detriment.

La redactarea scrisorii de referință și de recomandare e necesar să se țină cont de următoarele:

- Conținutul scrisorii trebuie să fie comparat cu cel al C.V.-lui, pentru a nu repetă unele detalii referitoare la activitatea persoanei;
- Înainte de a se redacta scrisoarea, trebuie să se facă o listă cu caracteristicile pozitive ale persoanei, pentru a fi sigur că au fost abordate toate în scrisoare;
- Dacă referința este făcută pentru o persoană care vrea să obțină un credit sau să arendeze un imobil etc., trebuie să se menționeze „solvabilitatea financiară a respectivului”.

La elaborarea unei recomandări pentru cineva care prezintă suspiciuni, scrisoarea se redactează fără entuziasm, cu indiferență, motiv care-l va pune în gardă pe destinatar. De exemplu: „*O cunosc pe dna... de acum 10 ani. Este prietenoasă și, după câte știu, onestă și cumsecade. Nu am nici un temei să consider că dumneaei nu va face față activității propuse...*”

O scrisoare de recomandare trebuie să includă următoarele informații:

- numele întreg al persoanei;

- titlul și adresa întreprinderii unde lucrează;
- adresa de la domiciliu, dacă este cazul;
- numele membrilor familiei sale și vârsta copiilor (dacă e cazul);
- numele persoanei care l-a propus;
- orice calitate a candidatului necesare serviciului solicitat;
- calitățile deosebite, realizările avute la serviciu sau în timpul anilor de studii (dacă e cazul);
- fraza de recomandare.

Când managerul este nevoit să concedieze pe cineva din cu totul alte motive decât incompetența sau încălcările de activitate, scrisoarea de recomandare (dacă este solicitată) va conține următoarele:

- **Datele** privind perioada în care a lucrat pentru companie și randamentul corespunzător: „Domnul... a lucrat pentru..., de la ... până la ... în calitate de contabil-șef”.
- **Motivele concedierii**: „Din cauza unei reorganizări a personalului din conducere și a unor dificultăți financiare ale companiei, suntem nevoiți să renunțăm la serviciile domnului...”.
- **Realizările avute**: „În timpul celor 4 ani de activitate, s-a dovedit a fi un membru loial, inteligent și cu multe idei novatoare, fiind interesat de obiectivele companiei, sprijinindu-ne în acest sens”.
- **Calitățile deosebite**: „Este gata oricând să participe la elaborarea de noi proiecte și propuneri pentru noi afaceri. Are păreri creative și este capabil să elaboreze soluții practice. Are un spirit bun de echipă”.
- **Fraza de recomandare**: „Îl recomand cu toată răspunderea ca pe o persoană capabilă și conștiincioasă”.
- **Oferirea de a discuta cu orice patron**: „Vă stau la dispoziție cu plăcere pentru a răspunde la orice întrebare despre serviciul prestat de domnul... în această companie”.

În scrisoarea de referință fraza de recomandare a persoanei lipsește. Autorul scrisorii nu aduce decât informații despre activitatea, rezultatele activității, cifra de afaceri realizată, calitățile deosebite de caracter etc.

17.2. Formule folosite la redactarea scrisorilor de referință și de recomandare

15.2.1. Formule de introducere

- Este o onoare pentru mine să susțin pe domnul / doamna...
- Prin prezenta, am plăcerea să recomand pe dna / dl...
- Adresez această scrisoare Consiliului Dvs., pentru a recomanda pe...
- Scopul acestei scrisori este de a o (a-l) propune pe dna / dl vicepreședinte a (al) ...
- Dl/dna ... a lucrat pentru compania / firma ... timp de...
- O (l) recomand cu multă plăcere / cu toată răspunderea pe dna (dl) ...

17.2.2. Formule de conținut

- Îl (o) cunosc pe dl/dna ... de 10 ani... și am urmărit evoluția carierei sale pe măsură ce s-au multiplicat activitățile lui/ei...
- Detaliile biografiei lui/ei, numeroasele premii pe care le-a primit în domeniul..., precum și activitatea sa ca membru al câtorva consiliilor de conducere a unor firme, cu profit de valoare, o (l) recomandă pe ...
- Dl/dna a avut contribuții de valoare în ... și are reputația de a fi o persoană activă în ...
- A reușit să combine viața de familie cu cea profesională cu o deosebită șicusință.
- Perfecta cunoaștere a domeniului administrativ și a celui informațional i-a permis dezvoltarea unor abilități și competențe în cadrul...
- Aș fi încântat să vă relatez despre calificarea și despre cât este de potrivit pentru...
- Veți observa în scrisoarea de motivatie anexată că dl (dna) ... a înaintat rapid în cariera sa, având o vîrstă de numai... ani.
- Dl(Dna)... este un investigator important într-unul din proiectele...

17.2.3. Formule de încheiere

- Sunt onorat să propun pe dl (dna) ... pentru...
- Sper că această propunere privind obținerea postului de ... va fi examinată cu atenție de Dvs.
- Vă stau la dispoziție cu plăcere, pentru a vă oferi informații suplimentare despre serviciul prestat de...
- O/ Îl recomand cu toată răspunderea ca pe o persoană capabilă și conștiincioasă.
- Sunt convins (ă) că dl/dna ..., fiind în mod deosebit interesat (ă) de ... Dvs. și dând doavadă de deosebite calități morale și abilități de studiere, va face față cerințelor instituției Dvs.
- Am convingerea că este tocmai genul de persoană care să ocupe acest post și este într-adevăr o plăcere să o recomand.



Modele de scrisori de recomandare a unei persoane

Stimate Domnule ...,

Îmi permit să vă prezint, în cele ce urmează, aptitudinile și disponibilitățile, în domeniul Relațiilor Economice Internaționale, ale absolventului Academiei de Studii Economice din Moldova, **Andrei HÂNCU**, care participă la concursul DESS “**Gestion et Dynamisation du Developpement**”.

Pe parcursul anilor de studii universitare, Andrei HÂNCU a acumulat cunoștințe teoretice ample în domeniul economiei, în domeniul managementului și al finanțelor, dând doavadă de abilități de sintetizare și prezentare a opinioilor personale.

Dispunând de cunoștințe bune în aceste domenii și de posedare a patru limbi (română, rusă, franceză, engleză), Andrei HÂNCU a activat în calitate de specialist coodonator în proiectul „Privatizare și Restructurare”, sponsorizat de USA ID, demonstrând cunoștințe avansate în procesul de asistență al economiei Moldovei.

În prezent, Andrei Hâncu își face studiile cu frecvență redusă la facultatea Finanțe, , pe care o va absolvî în...

Sunt convins(ă) că Andrei HÂNCU, fiind în mod deosebit interesat de programul Dvs. de studiu și dând doavadă de deosebite calități morale și abilități de studiere, va face față cerințelor instituției Dvs.

Cu deosebit respect,

Şef catedră „Relații Economice Internaționale”...,

Stimate Domn (Domnule...),

Este o onoare pentru mine să susțin numele lui X, pentru angajarea lui în calitate de Supun examinării Dumneavoastră următoarele informații:

Dl X, în vîrstă de 34 de ani, a lucrat în calitate de șef al Departamentului Resurse Umane.

Este absolvent al Academiei de Studii Economice din Moldova, unde și-a făcut cu succes doctoratul. Perfecta cunoaștere a domeniului administrativ și a celui de management i-a permis însușirea și dezvoltarea unor abilități și competențe în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii și, mai ales, în domeniul Resurselor Umane.

Opt ani a condus o echipă de 20 de consultanți specializați în domeniul vânzărilor și în cel administrativ/de gestiune. Are experiență în prospectarea piețelor și în selectarea de noi clienți pentru firmă. A încheiat 20 de contracte în valoare de circa 400 mil. lei / an.

Am onoarea să-l recomand, cu toată răspunderea, ca pe o persoană capabilă și conștiincioasă, și sper că această propunere privind ocuparea postului de manager al departamentului ... la Compania Dvs. va fi examinată cu atenție de Consiliul...

Manager al Companiei...,

Stimate Domnule...,

Domnul Marin HADÂRCĂ a lucrat pentru firma noastră, în calitate de contabil, timp de 4 ani de zile.

Pe toată durata activității a dat dovadă de energie și competență, de aceea regretăm cu toții plecarea lui. Suntem siguri că experiența lui îi va permite să se încadreze repede în activitatea firmei Dvs.

Dl Marin HADÂRCĂ se bucură de o foarte bună reputație pe care credem că și-o va spori în continuare, dacă va fi angajat la firma Dumneavoastră.

Vă rugăm să primiți asigurarea întregii noastre stime.

Managerul Firmei „ADONIS”,

? Probleme supuse discuției

1. Ce deosebire este între scrierea de *referință* și cea de *recomandare*?
2. De ce reguli trebuie să se țină cont la întocmirea scrisorilor de referință și de recomandare?
3. Sunteți nevoit să condeiați pe cineva din motive de reducere a personalului. Ce informații trebuie să indicați, obligatoriu, într-o scriere de referință?
4. Faceți o scriere de recomandare pentru o persoană care solicită unei bănci un credit. Ce trebuie să se menționeze în această scriere?



Exerciții și studii de caz

1. Redactați o reclamație favorabilă pentru funcția de șef al serviciului Formare profesională, conducându-vă de informațiile:
 - *îl cunoașteți de 8 ani;*
 - *a lucrat șef serviciu 7 ani;*
 - *a realizat următoarele ...;*
 - *caracteristici de caracter;*
 - *calități deosebite.*
2. Redactați o referință nefavorabilă motivând-o cu următoarele:
 - *caracteristici negative de caracter (nervozitate pronunțată);*
 - *integrare incorectă în echipa de lucru;*

- abandonare a serviciului fără îndeplinirea angajamentelor.*
3. Sunteți șeful echipei de merceologi dintr-o firmă. Redactați pentru colegul dumneavoastră, pe care-l cunoașteți bine, o recomandare pentru funcția de marketolog la o altă firmă evidențiindu-i aptitudinile și abilități profesionale.
 4. Redactați o scrisoare de recomandare unei persoane care a fost demisionată din motive de reducere a personalului.
 5. Redactați o recomandare pentru o persoană care dorește să obțină un credit de la o bancă din Republica Moldova.
 6. Redactați o referință și o recomandare favorabilă ca răspuns la următoarea scrisoare:

„Stimate domnule **Marin DINU**,

Trebuie să vă informăm că cererea și Curriculum-ul Dumneavoastră pentru funcția de șef al Serviciului relații externe neau interesat mult.

Am dori însă ca, până la data de ..., să ne prezentați o referință sau o recomandare din partea managerilor dumneavoastră, care ar fi o reflectare a calificării dumneavoastră de o terță persoană, ceea ce ne-ar ajuta să ne determinăm într-un mod cât mai obiectiv la selectarea candidaților.

Aceasta vine din motivul că numărul candidaților este neobișnuit de mare și, prin urmare, n-am vrea să comitem o greșeală în alegerea celei mai competente candidaturi.

Vă mulțumim că ne-ați contactat și aşteptăm scrisoarea Dumneavoastră.

Cu mult respect, ”



CAPITOLUL XVIII

SCRISOAREA DE PREZENTARE

18.1. Reguli generale privind redactarea scrisorii de prezentare (motivație)

Scrisoarea de prezentare, numită și *scrisoare de motivație*, este un element decisiv în vederea selectării unui candidat la un post. Cu alte cuvinte, ea trebuie să însوțească obligatoriu C.V.-ul. Scrisoarea de prezentare precedă C.V.-ul, îl anunță, constituind primul contact al candidatului cu persoana care selecționează candidații. Cei care angajează, citind o scrisoare banală sau confuză, sunt tentați să întrerupă lectura și să treacă la candidatul următor. De aceea, ca și C.V.-ul, *motivația* trebuie să se conformeze unor reguli de prezentare și de stil:

- Scrisoarea poate fi dactilografiată, dar și manuscrisă, astfel putând constitui și obiectul unei analize grafologice (dacă unitatea dispune de experți în grafologie);
- Trebuie folosită hârtie de cea mai bună calitate de format 21x27 cm, fără linii sau cariojă;
- Nu se expediază niciodată o fotocopie imprimată sau o scrisoare-tip. Dacă există mai mulți destinatari, conținutul scrisorilor e bine să fie diferit, conform stilului întreprinderii sau anunțului;
- Textul scrisorii se structurează în trei paragrafe plasate pe o singură pagină, respectându-se astfel forma estetică de redactare a scrisorii de afaceri;
- Prezentarea numelui și adresei trebuie să fie impecabile: în stânga, sus, se plasează prenumele, numele, adresa și numărul de telefon. În dreapta, ceva mai jos – data;
- Scrisoarea de motivație este adresată unei persoane fizice, și nu juridice sau, cu atât mai mult, unei funcții. De aceea destinatarul trebuie identificat. Nu se va scrie: *Managerului, Directorului, ci: Domnului director Nicolae DONȚU*;
- Paragrafele trebuie să fie aliniate, respectându-se marginile colii.

18.2. Reguli de stil și de conținut

Textul scrisorii de motivație trebuie să fie concis, cu fraze clare și termeni precisi. Nu sunt recomandate exprimările impersonale

și/sau condiționale de tipul: „*se poate realiza*”, „*pot fi făcute*”, „*s-ar putea face*”, „*cred că aş putea face față*” etc.

Stilul nu trebuie să fie nici prea original, ieșit din comun, nici prea banal: și unul, și celălalt displace. Se recomandă a evita cu strictețe:

- Stilul administrativ („*Alăturat vă trimit ...*”);
- Stilul pompos („*Prin prezenta, vă rog să luați în considerare ...*”);
- Tonul implorator („*Sunt șomer de trei ani, sunteți ultima mea speranță...*”);
- Tonul lăudăros („*Sunt persoana de care aveți nevoie ...*”);
- Tonul agresiv („*Cum se face că produsele dumneavoastră sunt atât de puțin competitive?*”);
- Stilul narcistic („*Sunt convins că eu pot să vă aduc un profit de ...*”).

18.2.1. Introducerea autorului în context

Conținutul trebuie să demonstreze că destinatarul nu a copiat fraze din niște scrisori-tip sau „standard”. Candidatul trebuie să sublinieze faptul că este la curent cu activitățile și obiectivele firmei, cunoaște rezultatele de ansamblu ale acesteia și îl interesează soarta ei. În acest context, pot fi folosite formulări de genul: „*Recent, am făcut un sondaj asupra întreprinderilor care domină piața produselor ... și am constatat că întreprinderea Dvs. deține un segment important pe piață ...; „Activitatea societății de consulting managerial pe care o conduceți este extrem de utilă pentru mine, de aceea am luat cunoștință de rezultatele pe care le aveți înscrise în fișierele informatic ale Camerei de Comerț și Industrie a Moldovei, care m-au interesat și mai mult ...”; „Am luat cunoștință de activitățile firmei Dvs. încă din anii studenției, cu prilejul stagiorilor practice pe care le-am desfășurat în perioada ..., în cadrul compartimentelor ... ” etc.*

18.2.2. Expunerea motivațiilor și definitivarea obiectivelor

Un paragraf distinct al scrisorii de prezentare trebuie să evidențieze faptul că experiența profesională a candidatului (dacă o are) corespunde nevoilor firmei pentru care candidează acesta. În

acest caz, va fi suficientă o simplă referire la activitatea profesională anterioară sau la capacitatele relevante ale candidatului. Spre exemplu: „*Luând în considerare experiența mea profesională, îmi permit să apreciez că voi reuși să contribui la ameliorarea rezultatelor firmei Dumneavoastră*”; „*Îmi permit să vă asigur că sunt pregătită în domeniu și pot să-mi asum sarcinile implicate de problematica activităților specifice unității Dumneavoastră*”.

18.2.3. Sugerarea unei întrevăderi

În finalul scrisorii, poate fi solicitată, în mod fin, o întrevădere anticipată prezentării C.V.-lui, menționându-se faptul că o întâlnire cu domnia sa va fi de natură să clarifice unele dintre problemele comune care necesită o abordare mai detaliată. Se poate apela la formulări de genul: „*Aș putea (îmi permiteți) să vă contactez la începutul săptămânii viitoare, pentru a putea stabili, de comun acord cu Dumneavoastră, data unei întrevăderi?*”, „*Sper că veți fi de acord să ne întâlnim săptămâna viitoare, astfel încât să putem discuta despre problema ...*” etc.

18.2.4. Post-scriptum

Scrisoarea de prezentare poate fi încheiată cu un post-scriptum (P.S.), deoarece, în general, aşa cum experiența o demonstrează, cel mai atent sunt citite primul paragraf și P.S.-ul. Acesta din urmă poate conține un exemplu cifric al unei realizări personale sau un aspect important din C.V., dar expus unei analize mai detaliate. În acest fel, candidatul se arată a fi convingător și un fidel exponent al trăsăturilor unei persoane care acordă maximum de atenție detaliilor celor mai semnificative. De exemplu: „*În ciuda unei conjuncturi economice defavorabile a firmei Z, am reușit să închei trei contracte cu firmele X, Y și W, stabilizând, astfel, în decursul ultimilor ani ai activității mele, cifra de afaceri a exporturilor, care era în constantă scădere*”; „*În urma propunerii și aplicării măsurilor de marketing, departamentul de export al firmei X a reușit ca, până astăzi, să-și mărească vânzările cu 140%*”.

Conținutul scrisorii de prezentare nu trebuie să repete informațiile incluse în C.V., dar să reflecte, într-o manieră cât mai convingătoare, elementele fundamentale care l-au determinat pe candidat să opteze pentru postul scos la concurs.

În general, o scrisoare de prezentare, fie că este scrisă în baza unui anunț de publicitate, fie că se referă la depunerea unei candidaturi spontane, trebuie să urmeze schema de mai jos:

Primul paragraf: *Cum v-am cunoscut?* (introducerea în mod succint a autorului în contextul dat);

Al doilea paragraf: *De ce vă scriu?* (expunerea motivațiilor care stau la baza depunerii candidaturii);

Al treilea paragraf: *Ce pot să vă aduc?* (definitivarea obiectivelor și a posibilităților pentru realizarea lor).

Al patrulea paragraf: *Vă cunosc și am putea să ne întâlnim* (prezentarea elementelor cunoscute despre firma pentru care candidează autorul; sugerarea unei întrevederi).

18.2.5. Referirea la un anunț

1. Atunci când se răspunde la un anunț, firul călăuzitor este deja găsit: textul anunțului. Referirea la anunț se poate face în stânga, sus, sau în introducere, citându-se publicația și data apariției:

- *Oferta de serviciu, apărută în ziarul „...” din ... 2003.*
- *Anunțul din... 2003, apărut în „Reclama”...*

Tot aici urmează explicația de ce anunțul a fost remarcat: postul propus corespunde cu cel solicitat de candidat sau cu postul pe care-l ocupă, însă având caracteristici deosebite, ce i-ar „călăuzi eforturile” continue depuse de candidat pentru reușita carierei sale.

În continuare, sunt prezentate motivațiile pentru care se solicită postul. Descrierea motivațiilor trebuie să fie simplă, succintă, la obiect, să releve, nuanțat și fin, principalele trăsături de caracter ale candidatului: *are pregătirea necesară; cunoaște bine sectorul de activitate; are capacitatea de a lucra în echipă; reușește în toate acțiunile întreprinse; se poate adapta la condițiile impuse de mediul ambiental, concurențial; are marea dorință de a reuși; „spiritul mentalității specifice învingătorului etc.”*

2. Pentru crearea unei imagini complexe asupra personalității și a motivațiilor acesteia, este obligatoriu ca emitentul scrisorii de prezentare să releve, în contextul elaborat, un plan de carieră, definitivând obiectivele, posibilitățile și disponibilitățile personale, în scopul demonstrării atât a unei înalte adaptabilități, cât și a capacității sale de a se integra rapid și eficient în echipa viitorilor colegi.

3. Relevând elementele cunoscute despre firma pentru care candidează, autorul va demonstra cititorului că este original și dinamic în activitatea sa.

În continuare, în baza elementelor incluse în considerațiile expuse, vom prezenta, pentru analiză, câteva dintre modalitățile posibile de redactare a conținutului unei scrisori de motivație (de prezentare).



Scrisori de prezentare



Exemplul nr.1

Elena DORU

Str. Gh. Madan nr. 51,
2020-MD, mun. Chișinău

16 septembrie 2001

Stimate domnule manager al ...,

Anunțul Dumneavoastră din 15 septembrie 2003 mi-a reținut întreaga atenție.

Am 38 de ani, sunt necăsătorită și sunt absolventă Academiei de Studii Economice din Moldova, facultatea Finanțe și Asigurări.

Sunt atașată la *Direcția Generală a Băncii Naționale* de 10 ani și absența posibilității de promovare mă determină să-mi schimb serviciul.

Vă trimit alăturate Curriculum vitae.

Sunt la dispoziția Dumneavoastră pentru o eventuală întrevedere.

Vă rog să primiți expresia devotamentului meu.

Comentarii

Această scrisoare este prea banală:

- Nu se face suficient de multă referire la anunț;

- Scrisoarea reia toate elementele expuse în C.V.: nimeni nu va mai avea dorința să-l mai citească, pentru că s-a spus deja totul;
- Stilul este prea sec, prea administrativ;
- Formulele de politețe și de adresare trebuie revăzute: „*salutări distinse*” și indicarea numelui managerului ar fi mai potrivite.

Exemplul nr. 2

Dumitru LUNGU

Bd. C. Negruzzi nr. 57, ap.18
2020-Md, mun. Chișinău
20 octombrie 2002

Domnilor....,

Anunțul Dumneavoastră mă interesează, pentru că sunt în căutarea unui post.

Sunt în şomaj de 10 luni și nu am reușit până în prezent să găsesc un post corespunzător.

Vă trimit alăturate C. V.-ul meu.

Sper că vă v-a interesa candidatura mea, pentru că doresc să-mi reiau activitatea cât mai repede.

În speranță de a vă întâlni, vă rog, să acceptați distinsile mele salutări.

(Semnatura)

Comentariu

Această scrisoare nu aduce nimic C.V.-ului.

– Termenii folosiți sunt negativi și dau o impresie de tristețe și descurajare;

– Nu se identifică anunțul, ceea ce constituie o greșală, pentru că unele întreprinderi publică simultan anunțuri pentru diferite posturi;

– Nu trebuie să se vorbească de şomaj; era mai bine să se menționeze: „*disponibil imediat*”. Termenul de „*şomaj*” nu este deosebit de valorizant. Din contra, disponibilitatea imediată poate fi un factor pozitiv pentru candidat.

Exemplul nr. 1 (redactat)

Elena DORU
Str. Gh. Madan nr. 51, ap.15
MD-2020, mun. Chișinău

16 septembrie 2001

Stimate domnule Președinte (numele și prenumele),

Subsemnata **Elena DORU**, am luat cunoștință de anunțul publicat în ziarul „Monitorul” din 15 ianuarie 2002.

Însuflare de dorință de a reuși și de realele posibilități de afirmare, propun atenției Dvs. candidatura mea pentru ocuparea postului de economist la Banca Comercială.

Beneficiind de o pregătire universală adecvată, inclusiv de o diplomă de absolventă a Academiei de Studii Economice din Moldova, facultatea Finanțe și Bănci, sunt pregătită să pun la dispoziția instituției pentru care candidez avantajele formării mele teoretice, pe cele ale semnificativei experiențe de care dispun (îndeosebi în domeniul financiar-bancar).

Documentându-mă asupra activității derulate de banca pe care o conduceți, am constatat, cu nedisimulată satisfacție, că profilul și realizările acesta corespund pe deplin aspirațiilor mele. Iată de ce îmi permit să apreciez că dorința mea de afirmare, entuziasmul, adaptabilitatea, fidelitatea și pasiunea pentru reușita totală sunt numai câteva dintre trăsăturile de caracter pe care voi fi onorată să le expun la dispoziția unei echipe tinere și dinamice.

În același context, subliniez faptul că experiența acumulată de mine pe parcursul a 15 ani de activitate, adăugată principiilor neconformiste de simplificare a acțiunilor întreprinse și dorinței de finalizare eficientă pe care se bazează întreaga mea activitate, poate dovedi din plin utilitatea și aportul benefic la creșterea rezultatelor unității în cadrul căreia aş dori să mă integrez, oferind, și pe această cale, maximum de satisfacții celor care îmi vor acorda încrederea lor.

Cu convingerea că atenția Dumneavoastră va fi reținută de candidatura mea, vă mulțumesc pentru timpul acordat, sperând că un interviu va fi de natură să releve aspecte suplimentare aferente personalității, capacităților și disponibilităților mele.

Vă rog să primiți, stimate Domnule Președinte, expresia sentimentelor mele cele mai distinse.

(Semnătura)

Exemplu nr. 2 (redactat)

Dumitru LUNGU

Bd. C. Negruzzi nr. 57, ap.18

MD-2020, mun. Chișinău

Stimate domnule director ...,

Luând cunoștință de avizul publicat în ziarul „Economica” din 15 octombrie 2006, îmi permit să Vă prezint, în cele ce urmează, scrisoarea mea de motivație, anexată C.V.-ului.

În calitatea mea de absolvent al facultății Business și Administrare din cadrul Academiei de Studii Economice din Chișinău, caut un loc de muncă capabil să-mi permită valorificarea aptitudinilor și disponibilităților mele în domeniul managementului resurselor umane. Motivul pentru care solicit acest post este atât interesul meu major pentru domeniul menționat, cât și puternica dorință de a reuși în cadrul unei echipe tinere și dinamice.

În timpul ultimilor doi ani de studenție am lucrat sezonier în perioada vacanțelor de vară, într-o firmă de consultanță, în domeniul managementului resurselor umane. Experiența acumulată de mine în domeniul relațiilor de comunicare pe parcursul anilor de studii și pe parcursul stagiuului practic din domeniul tehniciilor de comunicare, în intervalul de 2 februarie 2006–10 mai 2006, în cadrul Firmei „*Project*” din or. Chișinău, mi-a conferit o și mai puternică motivație pentru a mă implica în problematica managementului resurselor umane.

La cunoștințele de specialitate dobândite, ca urmare a stagiorilor de perfecționare, mai pot adăuga fidelitatea mea față de echipa de apartenență, entuziasmul, puternica dorință de afirmare și înalță adaptabilitate și capacitate de efort de care dispun.

Cu speranța că voi primi, cât mai curând, un răspuns din partea Dumneavoastră, precum și cu convingerea că am reușit să vă rețin

atenția prin candidatura mea, sper că veți avea posibilitatea de a-mi oferi o întrevedere cu Dumneavoastră, care va putea dezvăluî unele dintre tangențele pe care ați dori să le aflați.

Primiți expresia întregii mele considerații.

(Semnătura)

Ana GURĂU

Bd. Dacia nr. 115, ap. 16
MD-2020, mun. Chișinău

10 august 2002

Stimate Doamne, Stimați Domni,

Cu referire la anunțul Dumneavoastră apărut în „FLUX”, îmi permit să-mi depun candidatura pentru postul de translatoare-șefă de formație trilingvă.

Din fotocopiiile alăturate ale examenelor de translatoare în franceză și engleză, puteți vedea că îndeplineșc condițiile solicitate de Dumneavoastră pentru acest post. În perioada studiilor, am absolvit cu succes examenele „Camerei de Comerț Moldo-Franceze” și pe cele ale „Camerei de Comerț Britanice”.

Pe lângă cunoștințe bune de translatoare, am și o mare experiență în domeniul biroticiei (prelucrare de texte și de fișiere pe calculatoare compatibile IBM), pe care le-am căpătat în cei patru ani de activitate în departamentul de export al unei firme multinaționale.

În speranță că candidatura mea vă V-a trezit interesul, vă stau la dispoziție pentru o discuție.

Cu mult respect,

Ana GURĂU

? Probleme supuse discuției

1. De ce reguli trebuie să țineți cont la redactarea unei scrisori de prezentare?

2. Care este schema (structura) unei scrisori de motivație?
3. Ce veți releva în paragraful „*Experiența profesională a candidatului*”?
4. În ce mod veți solicita o întrevedere anticipată? Exemplificați prin câteva formulări concrete.
5. Ce trebuie să releve descrierea motivațiilor?
6. Cum veți încheia o scrisoare de prezentare?



Exerciții și studii de caz

1. Redactați o scrisoare de motivație folosind următoarele cuvinte și îmbinări lexicale: *anunț publicat; dorința de a reuși; ambiție; perseverență; posibilități de afirmare; postul de economist; pregătire universitară; experiență; profilul firmei; aspirații; posibilități; disponibilități; a contribui la dezvoltarea activităților; analiza condițiilor; formarea mea în domeniul*
2. Redactați o scrisoare de motivație, ce urmează să fie anexată la un C.V., în care emitentul relevă următoarele:
 - *a realizat creșterea cifrei de vânzări lunare cu...*
 - *a implementat un nou sistem de distribuție a produselor firmei care a determinat creșterea vânzărilor cu ...%;*
 - *cunoaște fluent limbi străine: italiană, franceză, engleză.*
3. Ați absolvit recent Academia de Studii Economice din Moldova. Nu aveți nici o experiență profesională. Redactați o scrisoare de prezentare în care să relevați calitățile personale ce ar impresiona cititorul și l-ar face să accepte o întrevedere cu Dumneavoastră.
4. Răspundeți la un anunț de mică publicitate evidențiind următoarele:
 - *Postul propus corespunde cu ceea ce căutați Dumneavoastră;*
 - *Aveți pregătirea cerută;*
 - *Cunoașteți bine sectorul de activitate;*

- Aveți un plan de carieră;
 - Sugerați o întrevedere.
5. Depuneți o candidatură spontană adresând scrisoarea conducătorului întreprinderii care vă interesează. Indicați persoana căreia îi adresați scrisoarea. În primul paragraf, arătați cum ați ales întreprinderea: *la sfatul unui prieten, după imaginea de marcă a societății, în urma unui articol apărut în presă...* Explicați motivele pentru care căutați acest post. Menționați faptul că sunteți disponibil. Sugerați mobilitatea, dorința de a pleca în străinătate, de a urma stagii de limbi străine.



CAPITOLUL XIX

CEREREA PERSONALĂ

19.1. Funcția cererii personale

Unul din cele mai frecvente acte de corespondență personală este *cererea personală*. Aceasta este scrisoarea prin care o persoană fizică solicită unității unde lucrează sau unui organ de stat anumite drepturi legale.

Cererea personală mai este numită și *petiție*; persoana care o redactează – *petiționar*, iar drepturile prevăzute de lege – *drepturi de petiționare*.

Aceste scrisori pot aborda următoarele probleme:

1. *Raporturile dintre salariați și unitatea economică:*

- solicitare de diferite concedii;
- transfer la o altă funcție;
- trecere la o altă categorie de retribuție;
- plata alocației pentru copii sau ajutor material, sau a altor drepturi bănești;
- eliberare sau certificare de acte.

2. *Angajarea în câmpul muncii/ înscrierea la instituții de învățământ:*

- cereri de angajare în serviciu;
- cerere de înscriere într-o formă de învățământ;
- înscriere la cursuri de specializare;
- înscriere într-o asociație de profil (asociații sportive, asociația vânătorilor etc.).

3. *Conferirea de drepturi și obligații prin solicitarea anumitor acte administrative:*

- cereri de pensionare;
- solicitări de certificate sau adeverințe care certifică sau adeveresc dreptul persoanelor de a obține, pe baza desfășurării unei activități anterioare, exercitarea unei profesii / meserii într-o perioadă corespunzătoare de timp (carnet de conducere, diplome de absolvire etc.).

4. *Drepturile sau obligațiile determinate de administrarea publică:*

- atribuirea unui teren pentru construcția de imobil – proprietate privată;
- cerere de autorizare sau certificare a unei activități etc.

5. *Lezarea persoanelor în drepturi:*

- cereri adresate organelor de justiție.

19.2. Structura cererii personale. Reguli de redactare

Structura cererii personale se deosebește de cea a scrisorilor oficiale prin elementele de compunere și prin modelul de plasare a lor pe coala de hârtie, corespunzător schemei:

Adresa destinatarului

Formula de adresare

Tratarea problemei

1. *Adresa destinatarului* se plasează la începutul textului, în partea dreaptă, sau în subsolul paginii, la 2,5 cm de marginile foii. Ea conține:
 - denumirea unității, precedată de prepoziția „Către” (*Către Primăria municipiului Chișinău*);
 - denumirea funcției destinatarului (la cazul Dativ) (*Domnului director al firmei „OLIMP”*);
2. Formula de adresare menționează funcția persoanei căreia solicitantul îi adresează cererea și se plasează sub adresă, la 1-2 cm mai sus de centrul foii. Funcția este precedată de cuvintele „*Domnule*”, „*Doamnă*”, „*Stimate(ă)*”. De exemplu: „*Domnule director*”, „*Stimate domnule Primar*”. Formula de apel se izolează de textul scrisorii prin virgulă.
3. Textul scrisorii se plasează cu 2-3cm mai jos de formula de apel și include trei paragrafe: **a) prezentarea solicitantului;** **b) concluzia;** **c) motivarea.**
 - a) Prezentarea începe cu cuvântul „*Subsemnatul(a)*” urmat de mențiunile privind prenumele, numele, locul de muncă și adresa solicitantului (*Subsemnatul Ilie GÂRLEA, student la anul IV, facultatea Business și Administrare, domiciliat în mun. Chișinău, str. Vasile Alecsandri, 12*);

- b) Concluzia sau obiectul cererii - al doilea element al textului începe cu clișeele: „*Rog să dispuneți/ aprobați /aprobarea, confirmați/confirmarea...*”; „*Rog să dispuneți recalcularea salariului pe anul ...*”; „*Rog aprobarea Dumneavoastră pentru a fi transferat la serviciul...*”;
 - c) Motivarea, care în cazul cererilor simple poate lipsi (în legalizări de acte, cereri de concedii, angajare la serviciu etc.), poate fi amplasată atât după concluzie, cât și înaintea ei, legându-se cu cuvintele: „*deoarece*”, „*din motivul*”, „*fiindcă*”, „*dat fiind faptul*”. Motivarea poate fi și o propoziție independentă. De ex.: „*Solicit acest transfer din următoarele motive: ...*”, „*Rog să dispuneți acest transfer, din motivul...*”.
4. Cererea se încheie cu o formulă facultativă de respect, de mulțumire sau de salut, amplasată cu un rând mai jos de text. Spre exemplu: „*Cu stimă*”, „*Cu mulțumire*”, „*Vă mulțumesc anticipat*”.
 5. Data se amplasează la stânga, sub text. Din punct de vedere legal, data cererii personale este considerată data înregistrată la unitatea destinatară.
 6. Semnatura se amplasează vizavi de dată, în dreapta colii de hârtie.

În unele cazuri, în funcție de concluzie, se cere o motivare mai detaliată. În asemenea situație, cererea îmbracă forma unui memoriu. Astfel de scrisoare relatează amănunțit problemele sau evenimentele dintr-o anumită perioadă din activitatea solicitantului.

În acest context, se deosebesc memorii *de activitate (de titular)* și *justificative*.

Memoriul de activitate se redactează cu scopul promovării în muncă sau pentru obținerea unui grad de serviciu. În scrisoare se invocă fapte, enumerări bine documentate, care susțin obiectul solicitat. Scopul se arată, de obicei, în finalul memorialui.

Memoriul justificativ este redactat cu scopul de a obține aprobarea unui organ ierarhic superior a unei acțiuni în cauză: cheltuirea unor mijloace bănești, folosirea de materiale, amplasarea de construcții etc. Pentru aceasta, sunt motivate anumite acțiuni care

se deduc din activitatea de serviciu a titularului și, în funcție de caz, se întocmește și un deviz de cheltuieli, o schiță de plan, un grafic, care demonstrează utilitatea acțiunii.



Modele de cereri personale



Cerere de angajare în câmpul muncii

Directorului S.R.L. „BUCURIA”,
Dlui **Vladimir ROBU**

Stimate domnule director,

Subsemnatul **Gheorghe LAVRIC**, absolvent al *Academiei de Studii Economice* din Moldova, specialitatea “Contabilitate și Audit”, domiciliat în mun. Chișinău, str..., rog să dispuneți angajarea mea în funcția de contabil cu începere de la data de 30 august 200....

În sprijinul cererii, menționez următoarele:

- Am absolvit facultatea cu media 9,86;
- Pe parcursul anilor de studii, în perioada august 2001 – iulie 2002, am lucrat în funcția de contabil la firma „**ORION**”.

La cerere anexez următoarele acte:

1. Curriculum vitae;
2. Copia diplomei cu nr. 112534;
3. Carnetul de muncă.

29 august 2002

(Semnătura)



Cerere de eliberare din funcție

Directorului
firmei „X”,

Dlui **Marin GROSU**

Domnule director,

Subsemnata Maria Condrea, rog să dispuneți eliberarea mea din funcția de contabil-șef, în legătură cu transferul în alt serviciu, începând cu data de...

_____ 2002

(Semnătura)

Cerere pentru concediu de odihnă

Domnului Președinte
al **Companiei „X”**,

Alexandru MIRON

Domnule Președinte...,

Subsemnatul **Victor Moraru**, rog să-mi aprobați plecarea în concediu de odihnă pentru anul 2002, începând cu data de _____ 2002.

Data _____ (Semnătura)

Cerere pentru concediu fără plată

Directorului
firmei _____ ,

Dlui Ion GÂRLEA

Domnule director,

Subsemnatul **Victor MORARU**, rog să-mi aprobați o lună de concediu fără plată, în legătură cu plecarea mea în România, la A.S.E. București, cu scopul finisării tezei de doctorat.

Solicit concediul începând cu data de

_____ 2002

(Semnătura)

? Probleme supuse discuției

1. Prin ce se deosebește redactarea cererii personale de a celei oficiale?
2. Cum se mai numește cererea personală?
3. Ce elemente trebuie să conțină structura unei cereri personale?
4. Care sunt clișeele de introducere a concluziei într-o cerere personală?
5. Ce înțelegeți prin memoriu de activitate?
6. În ce caz se redactează un memoriu justificativ?



Exerciții

1. Redactați cereri personale cu obiectele:
 - a) *Angajare în cîmpul muncii (menționându-se funcția solicitată și anexându-se actele necesare);*
 - b) *Solicitare de concediu plătit pentru îngrijirea copilului (cu anexarea actelor corespunzătoare);*

- c) *Solicitare de concediu fără plată (menționându-se motivul);*
 - d) *Trecerea la o altă categorie de retribuție;*
 - e) *Atribuire de teren pentru construirea de locuință (sau pentru o altă proprietate privată);*
 - f) *Solicitare de ajutor social (cu indicarea motivului).*
2. Redactați câte o cerere-memoriu de activitate cu unul din obiectele:
- a) *Transfer la un alt post de lucru;*
 - b) *Obținerea unui grad de serviciu.*
3. Redactați o cerere cu obiectul: “*Transfer la o muncă mai ușoară*”. Motivați-vă cererea.



GLOSAR DE TERMENI UTILIZAȚI DE OAMENII DE AFACERI DIN LUMEA ÎNTREAGĂ

Absenteism – 1. Absența îndelungată a deținătorului unei proprietăți funciare, pe care o exploatează prin-tr-un intermedier. 2. Procentajul din totalul forței de muncă angajate în cadrul unei companii care absentează într-o anumită zi lucrătoare.

Abuz de încredere – Acțiune constând în a profita de încrederea cuiva pentru a obține din aceasta un avantaj ilicit;

Accept - Consimțământ scris pe o poliță, prin care o persoană desemnată de emitentul poliței, se obligă să achite beneficiarului, la scadență, suma de bani din poliță;

Acceptare – 1. Acțiunea de a accepta și rezultatul ei. 2. Consimțământ al întreprinderii cumpărătoare pentru achitarea unei cereri de plată emise de întreprinderea furnizoare. 2. Semnătură de aprobată pusă pe o poliță prin care semnatarul se obligă să plătească la scadență suma din poliță respectivă; accept.

Acceptare în alb – Acceptarea unei cambii pe care nu este înscrisă suma;

Acceptare fără rezerve – Acceptarea necondiționată a unui instrument de credit;

Account director – Manager principal al unei agenții de publicitate care conduce o echipă însărcinată cu coordonarea realizării unei companii publicitare și cu deservirea unui client;

Acont – Parte dintr-o sumă plătită sau încasată anticipat, la o cumpărare sau la încheierea unei tranzacții ca garanție; avans, acontare, arvună;

Acredativ – 1. Formă a creditului documentar prin care o bancă comercială, în baza contractului încheiat cu clientul său, își ia obligația de a plăti o sumă de bani beneficiarului indicat, până la termenul stabilit, în schimbul setului de documente comerciale indicate în avizul de deschidere a creditului. 2. Document financiar de decontare prin intermediul băncii sau al unei case de economii;

Acredativ revocabil – Tip de acreditiv caracterizat prin faptul că poate fi anulat de emitent;

Acredativ irevocabil – Tip de acreditiv față de care banca creditoare are toate garanțiile irevocabile privind efectuarea plății;

Activ – Totalul bunurilor (terenuri, construcții, mașini, stocuri de produse), debite spre încasare (facturi de încasat), alte drepturi (de licență, patente etc.) deținute în proprietate de o companie.

Activ circulant – Partea activului reprezentată într-un bilanț contabil realizat de o companie, care poate fi vândută sau comisionată (în cazul activelor financiare) în perioada de timp corespunzătoare următorului exercițiu contabil. (Exemple de active circulante sunt: bani în numerar, stocuri de materii prime și conturi debitoare);

Activ fix – Activ utilizat într-o afacere pe o perioadă mai lungă de timp, a cărui deplasare dintr-un loc în altul este dificilă sau imposibilă. (În această categorie intră clădirile, terenurile sau utilajele);

Activ intangibil – Activ al unei afaceri care nu poate fi atins, cum ar fi fondul comercial, marca de fabrică sau potențialul de inventivitate al departamentului de cercetare-dezvoltare dintr-o companie. (Activele intangibile au, în mod evident, o valoare considerabilă, însă este dificil să fie evaluate exact);

Active înghețate – Active care, în urma hotărârii unei instanțe judecătoarești, nu pot fi utilizate de către proprietarul acestora.

(Adesea, activele sunt blocate în situația în care există neclarități asupra regimului de proprietate al acestora);

Activ în lucru – Ansamblul de bunuri semifinite care se află într-o întreprindere și sunt pe cale de a deveni bunuri finite. (În S.U.A., se utilizează termenul „*work in process*”);

Activ net – Valoarea reziduală a capitalului firmei după deducerea tuturor obligațiilor față de terți (alții decât acționarii);

Activ tangibil – Activul care poate fi atins cu mâna (imobil, automobil, numerar);

ACTIONAR – Persoană sau organizație care deține proprietate asupra unei acțiuni într-o companie;

Actionar minoritar – Acționar care deține mai puțin de 50% de acțiuni dintr-o companie;

Acțiune – Hârtie de valoare care reprezintă o parte anumită, fixă și dinainte stabilită a capitalului unei societăți și care dă deținătorului dreptul să primească dividende;

Acțiune cu plată amânată – Acțiune a unei companii care, în caz de lichidare, nu este răscumpărată până ce acționarii preferențiali și ordinari nu primesc în întregime valoarea nominală a tuturor acțiunilor deținute;

Acțiune de aur – Acțiune care conferă deținătorilor drepturi speciale, mai ales dreptul de veto, în momentul în care are loc o ofertă de preț pentru preluarea unei companii;

Acțiune la purtător – Acțiune emisă de o societate, individualizarea lor făcându-se prin numărul (seria) acțiunii, înscris pe titlul respectiv;

Acțiune nominativă – Acțiune emisă de o societate cu specificarea numelui deținătorului, spre deosebire de acțiunile la purtător;

Acțiune fără drept de vot – Acțiune a unei companii care nu conferă deținătorului dreptul de a vota la ședința companiei;

Acțiune ordinată – Cea mai simplă formă de acțiune, care îi conferă titularului dreptul de vot în cadrul ședinței oficiale a acționarilor și dreptul la o parte din dividendele declarate;

Acțiune preferențială – Tip special de acțiune pentru care plata dividendelor are prioritate asupra plăștilor de dividende către deținătorii de acțiuni ordinare. (În eventualitatea lichidării

companiei, titularii de acțiuni preferențiale sunt despăgubiți înaintea acționarilor ordinari);

Agent – Reprezentant (oficial) al unei instituții, al unei organizații, al unui stat etc., care îndeplinește anumite însărcinări în numele altel persoane, agent diplomatic, numită ordonator, cu acordul său prealabil.

Agent de expediție – Agent care se ocupă cu expedierea de bunuri și materii prime pentru un producător;

Agent de vânzare – Persoană a cărei principală atribuție este să vândă diverse bunuri sau servicii;

Agent comercial (broker) – Persoană fizică sau juridică, intermedier profesionist, care desfășoară o activitate permanentă, independentă, negociind afaceri comerciale în numele și în contul altel firme, în baza unui contract de mandat;

Agent de bursă – Persoană sau firmă care îndeplinește rolul de agent pentru investiții, în cumpărarea și vânzarea de titluri la o bursă de valori;

Agent de navă – Persoană fizică sau juridică al cărei obiect de comerț constă în a reprezenta, în porturile în care activează, interesele navei, acționând în nume propriu, dar în contul armatorilor, cu activități vizând: intrarea navei în port, încărcarea / descărcarea, întocmirea și negocierea conosamentelor etc.;

Agent vamal – Persoană care îndeplinește formalitățile vamale în numele comerciantului exportator sau importator;

Agenție de creditare a exporturilor – Organizație înființată cu scopul de a administra garantarea creditelor pentru export;

Agenție de plasare – Agenție care încearcă să echilibreze oferta de muncă cu cererea de forță de muncă, specializate în depistarea și plasarea persoanelor care dispun de anumite calificări, cum ar fi operarea pe computer, munca de secretariat sau contabilitate etc.;

Agenție de publicitate – Companie specializată în proiectarea și producerea de mesaje publicitare pentru alte organizații;

Agenție de transport – Societate specializată care efectuează transportul mărfurilor pe cale ferată, maritimă, fluvială, aeriană sau pe rută, contra unei sume de bani;

Afiliere – Acțiune de alăturare a unei organizații/instituții alteia, stabilindu-se între ele raporturi de colaborare sau subordonare;

Alocație – Sumă de bani sau bunuri acordate de stat, în anumite condiții, unei persoane fizice sau juridice, pentru un anumit scop; Ajutor, indemnizație;

Alocație pentru investiții – Alocație acordată în scopul realizării de investiții;

Ambalare blister – Formă de ambalare care permite unui cumpărător potențial să vadă un produs gata împachetat, înainte de a-l cumpăra;

Amendament – Modificare, îmbunătățire aduse unui document juridic, care este acceptată de toate părțile semnatare;

Amonte – Activitatea situată în apropierea sursei operațiunii, a exploatarii de materii prime utilizate într-un proces (în special, în rafinarea petrolierului). (De exemplu, „*Operațiunea de forare într-un desert se află în amonte față de fabricația de produse petrochimice*”);

Amortizare – 1. Pierderea în valoare a unui activ pe măsura uzurii sale fizice și morale. 2. Stingerea treptată a creditelor pe termen lung prin plăți succesive sau prin răscumpărarea creațelor;

Andosare – Depunerea unei semnături pe verso-ul unui cec sau al unui alt instrument finanțier, transferându-se, astfel, efectiv, dreptul de posesie asupra titlului de la semnatari la purtător;

Analiza breșelor – Tehnică de marketing utilizată într-o cercetare de piață pentru identificarea „spațiilor goale” de pe o anumită piață;

Andosant – Posesorul unui titlu de credit care acceptă să îl transmită prin andosare;

Andosare în alb – Transmiterea titlului de credit către un nou posesor (girator), al cărui nume nu este cunoscut (în baza semnării actului, pe verso, de către ultimul posesor);

An finanțiar – Interval de 12 luni în activitatea unei societăți; perioada care nu trebuie, în mod obligatoriu, să coincidă cu anul calendaristic;

An fiscal – Perioada de 12 luni care servește unui guvern în scopuri contabile;

Anuitate – O sumă fixă incluzând o parte din capital și dobânda corespunzătoare, care se plătește anual sau la intervale regulate de timp, spre a rambursa un capital sau o datorie;

Arbitraj – 1. Operațiune de cumpărare și vânzare de bunuri și servicii pe diferite piețe, cu scopul de a profita de diferențele de preț

existente. 2. Soluționarea unui diferend comercial de către arbitri aleși de părțile din contract;

Arierate – Debite rămase restante după expirarea scadenței;

Armator – Persoană care echipează și lansează în serviciu o navă; proprietar de navă;

Articol – Variantă a unui model sau tip de produs destinat comercializării. (Exemplu: *Pentru o vestă a unui costum pentru bărbați (produs), diferențele de material sau croială corespund modelelor, în timp ce diferențele de mărime și culoare corespund articolelor*);

Artizanat – Sector economic ce se bazează pe lucrători care produc bunuri la domiciliul lor, acestea adesea obiecte de ceramică și îmbrăcăminte;

Asigurare – Operație financiară decurgând dintr-un contract între o parte (asiguratorul) și o altă (asiguratul), prin care primul se angajează să plătească celui din urmă (o anumită sumă de bani) în cazul în care acesta ar suferi anumite daune într-un interval de timp stabilit;

Asigurare cu primă – Asigurare comercială a mărfurilor, prin care asiguratorul se obligă, în schimbul unei prime, să îl despăgubească pe asigurat de daunele suferite prin producerea unui sinistru, acoperit prin contractul de asigurare;

Asigurare a exporturilor – Poliță de asigurare emisă în scopul reducerii oricărui risc de pierdere a bunurilor exportate pe perioada transportării acestora;

Asigurare a responsabilității directorilor și funcționarilor – Tip de poliță de asigurare apărută pentru a proteja directorii și membrii executivilui superior al corporațiilor împotriva riscului de a fi urmăriți în justiție ca persoane fizice, în urma unei neglijențe dovedită de companie;

Asigurare maritimă – Asigurare contra pierderilor care pot surveni pe parcursul transportului maritim al mărfurilor;

Asigurare de transport – Asigurare împotriva pierderilor ce pot apărea pe parcursul transportului, indiferent dacă vina aparține sau nu cărăușului;

Asigurări sociale – Ansamblu de legislații care au drept scop de a proteja indivizii și familiile acestora contra anumitor riscuri sociale;

Asigurat – Persoană care plătește o sumă de bani în cadrul unui contract de asigurare, cu scopul de a fi despăgubit pentru eventualele daune ce le-ar suferi în situații de risc;

Asigurător – Societate specializată care își asumă responsabilitatea, în cadrul unui contract de asigurare, de a despăgubi total sau parțial pe asigurat pentru daunele suferite;

Asistență judiciară – Sprijin, ajutor acordat unor persoane (cu venituri modeste), pentru ca să poată recurge la justițiile sau la serviciile unui avocat;

Asociație – Grupare de persoane, liber reunite într-un interes comun, organizată pe baza unui statut, dar fără scop lucrativ;

Asociație familială – Tip de societate în care capitalul aparține unei singure familii, care, de regulă, asigură exclusiv, prin membrii săi, activitatea de afaceri;

Asortiment – Totalitatea mărfurilor, produselor de aceeași categorie, dar de diferite forme, calități etc.;

Audioconferință – Convorbire telefonică la care participă mai mult de două persoane și care permite să poarte discuții îndelungate în birouri diferite ale aceleiași corporații, fără a fi nevoiți să străbată distanțe mari;

Audit – Procesul regulat și sistematic de verificare a înregistrărilor contabile privind oglindirea reală și corectă a situației dintr-o unitate economică;

Audit ecologic – Audit al impactului pe care îl are o întreprindere asupra mediului înconjurător;

Audit legal – Activitatea de audit al unei firme a cărei întocmire este cerută de legile țării în care este înregistrată respectiva firmă;

Audit trail – Calea pe care un auditor efectuează verificarea pornind înapoi de la un anumit post din înregistrările contabile, la activitatea care a dat naștere acestuia;

Auditor – Persoană care efectuează activitatea de audit pentru înregistrările contabile realizate de o companie;

Autentificare – Certificarea legalității (validității) unui act, a unei semnături prin intermediul oficialității autorizate;

Aval – Garanție dată, de regulă, de o bancă beneficiarului unei cambii, înscrisă direct pe titlu sau pe un înscris separat, prin care avalistul se obligă să plătească la scadență suma înscrisă în cambie, în cazul în care nu este plătită de debitorul garantat;

Avalist – Garantul (de regulă o instituție bancară) pentru un titlu de credit (cambie);

Avans – 1. Sumă de bani (parte din prețul unei mărfi comercializate) plătită cu anticipație de beneficiar; 2. Plată prealabilă, ex. înaintea salariilor;

Avantaj competitiv – Ceva prin care o firmă atinge un „vârf” în concurență cu alte firme, aceasta fiind calitatea proprietății intelectuale, capacitatea de a genera calitate înaltă sau abilitatea de a procura materii prime sau muncă ieftină;

Aviza (a) – A informa pe cineva, a notifica cuiva, de ex., despre sosirea mărfurilor;

Aviz de expedite – Act, înștiințare cu caracter oficial în care se notifică faptul că mărfurile au fost îmbarcate pentru transport;

Aviz de încărcare – Listă păstrată de căpitanul navei, cuprinzând o evidență a tuturor mărfurilor transportate de vasul lui;

Barieră comercială – Piedică în calea fluxului liber al comerțului, în special referindu-se la taxele vamale de import și la alte elemente care fac bunurile importate mai puțin competitive decât cele produse în țară;

Bariere la ieșire – Obstacole care împiedică o companie să părăsească o piață atunci când nu mai are perspective să câștige bani pe ea;

Bariere la intrare – Obstacole pe care o companie, care intră pe o piață pentru prima dată, trebuie să le depășească cu scopul de a reuși pe acea piață;

Bariere netarifare – Bariere în calea comerțului, altele decât taxele vamale, percepute direct asupra importurilor la punctele de intrare în țară ale acestora, cuprinzând elemente ca: regulamentele de protecție pe care le satisfac numai firmele naționale; sistemele de distribuție care discrimină importurile; reglementările guvernamentale care prevăd prestarea de servicii (cum ar fi finanțele publice) de către anumiți indivizi;

Barter – Modalitate prin care bunurile și serviciile sunt plătite prin intermediul altor bunuri și servicii (se referă la tranzacțiile care nu implică un transfer de bani);

Bază de date – Ansamblul informațiilor „depozitate” electronic în memoria unui computer;

Beneficiu – Câștig, profit sau folos pe care-l are cineva din ceva; profit financiar al unei întreprinderi, reprezentând diferența dintre veniturile realizate și cheltuielile ocasionate de acestea;

Beneficii acumulate – Partea din profitul net al unei companii care nu se distribuie ca dividend;

Beneficiu de diviziune – Dreptul garanților unui credit de a plăti numai pentru partea din creditul respectiv pentru care s-a angajat fiecare;

Bilet la ordin – Titlu de credit prin care emitentul se obligă să plătească suma menționată, la scadență, în mod necondiționat, beneficiarul devenind astfel creditor pentru suma respectivă;

Bon– 1. Bilet provizoriu pe baza căruia se elaborează o marfă, un bun etc. 2. Hârtie de valoare emisă de stat sau de o instituție financiară recunoscută de stat: *Bon de tezaur* – obligație emisă de stat pentru sumele împrumutate pe termen scurt și pentru care statul plătește dobânda;

Bon de comandă – Ordin de cumpărare emis de client și purtând, în general, antetul său;

Bonifica – A scădea dintr-o factură o sumă oarecare (ca despăgubire pentru lipsa de marfă, pentru o pierdere sau o deteriorare întâmplătoare); A face rabat;

Bonificație – Sumă de bani suplimentară acordată de Trezorarie sau avantaj acordat acționarilor sau angajaților în plus față de prevederile contractuale;

Brainstorming (anglo-saxon) – Metodă de lucru (ședință) având drept scop stimularea imaginării creative a participanților, permitându-le să se exprime spontan, fără vreun plan prestabilit și fără să fie supuși criticii;

Brevet de invenție – Document acordat unui inventator de către o autoritate recunoscută prin care i se acordă acestuia drepturile exclusive de fabricare și de vânzare a invenției sale pe o anumită perioadă de timp bine determinată;

Broker – Agent care cumpără și vinde active (de obicei, active financiare) în numele altor persoane și care câștigă un comision stabilit în funcție de valoarea tranzacțiilor efectuate;

Brut – Care nu a fost încă prelucrat sau transformat în produs finit; (*despre greutatea mărfurilor*) din care nu s-a scăzut daraua; (despre un profit) din care nu s-a scăzut impozitul sau amortizarea;

Bunuri albe – Bunuri de consum electrice care, în mod tradițional, se fabricau numai în carcase albe, cum ar fi frigiderele și mașinile de spălat;

Bunuri de capital – Bunuri care se folosesc la producerea altor bunuri: utilaje industriale și imobile cu birouri, precum și excavatoare și computere;

Bunuri intermediare – Bunuri care se găsesc, undeva, pe linia de producție între materiile prime și produse finite. (De exemplu, rolele de oțel sunt bunuri intermediare în procesul de fabricare al automobilelor; minereul de fier este materie primă, iar automobilul este produs finit);

Bunuri perisabile – Bunuri a căror durată de viață este destul de scurtă, cum ar fi peștele proaspăt, fructele sau produsele lactate;

Bursă de comerț – Organizație nonguvernamentală, compusă din reprezentanți aleși de comercianți și funcționari executivi, având drept sarcină apărarea intereselor comerțului în toate domeniile;

Bursă de valori mobiliare – Piață de titluri, acțiuni, obligațiuni sau fonduri de stat, unde monopolul negocierilor aparține agenților de schimb;

Camătă – Perceperea de rate de dobândă exorbitante la împrumuturi;

Cambie – Ordin din partea unui vânzător (sau exportator) prin care acesta cere ca banca cumpărătorului (sau importatorului) să plătească vânzătorului o anumită sumă;

Cameră de Comerț – Asociație a oamenilor de afaceri privată sau guvernamentală, cu funcții consultative și informative, având ca scop apărarea intereselor organizațiilor comerciale;

Camera Internațională de Comerț – Organizație cu sediul la Paris care activează în calitate de forum internațional al camerelor de comerț naționale și ca arbitru în litigii legate de activitatea de comerț internațional;

Capacitate de transport – Greutatea totală pe care o poate transporta o mașină, navă (marfă plus echipaj, apă potabilă, combustibil etc.) în condiții normale de navigație;

Capital social – Capitalul total înscris în statutul societății, deținut de acționari și declarat la înregistrare;

Capital autorizat – Valoarea totală a acțiunilor pe care o companie are dreptul legal să le emite în baza statutului său;

Capital de interes – Orice proprietate asupra unui număr important de acțiuni într-o companie;

Capital de lucru – Diferența dintre activele și pasivele curente ale unei firme;

Capital de risc – Bani oferiti de o instituție financiară sau de persoane bogate pentru a susține un proiect riscant, fie în primele stadii ale acestuia, fie în situația în care necesită o nouă intrare de capital;

Card – Document dotat cu microprocesor și cu memorie, care dovedește identitatea persoanei și permite exercitarea anumitor drepturi;

Capital propriu – Capital de risc vărsat de acționari într-o afacere; valoarea cu care activele unei companii depășesc pasivele (către bănci, furnizori etc.), acest sold reprezentând fonduri suplimentare ale companiei, care aparțin în mod echitabil acționarilor săi;

Capital speculator – Capital care nu se supune nici unei piețe, deplasându-se rapid și în mod frecvent acolo unde găsește cea mai mare rată a randamentului pe termen scurt, având scopul ca autoritățile fiscale sau investigatorii unor cazuri de fraudă să îi piardă urma;

Capital vărsat – Acea parte din capitalul social al unei companii pentru care s-a făcut integral plata de către acționarii acesteia;

Caracteristică unică (a produsului) – Caracteristica care diferențiază un produs de toate produsele rivale și care devine punctul central într-o campanie de publicitate. (Expresia este cunoscută sub abrevierea USP);

Cargou (cargobot) – Navă maritimă comercială destinată transportului de mărfuri la mare distanță;

Cash – Plată în numerar pentru stingerea obligațiilor, efectuată în comerțul cu amănuntul imediat, iar în comerțul cu ridicata – la un anumit termen convenit, care nu coincide obligatoriu cu data livrării;

Catalog – Registrul, culegerea, în general tipărită, care enumera caracteristicile și prețurile produselor unei firme, oferite spre alegere clientelei sale;

Cec – Document nominal sau la purtător, prin care posesorul unui cont curent sau de decontare ori altă persoană împuternicită dispune plată unei sume din disponibilul aflat în contul titularului;

Cec în alb – Cec în care nu sunt înscrise numele beneficiarului și suma ordonată a fi plătită acestuia de banca stabilită;

Cec de călătorie – Cec cu valori fixe, emise de bancă, destinat persoanelor care se deplasează în străinătate, cu scopul de a face plăți;

Certificat de calitate – Document emis de producător, în care se înscrui indicatorii de calitate a mărfii, potrivit condițiilor prevăzute în contract;

Certificat (fito)sanitar – Certificat emis de organe competente, care atestă că marfa corespunde normelor de calitate, este conservată corespunzător și poate fi dată în consum;

Certificat de origine – Document semnat de un exportator sau de o instituție oficială care dovedește proveniența mărfii, necesar cumpărătorului mărfii în momentul vămuirii;

Cesiune – Transmiterea unui obiect ori a unui drept de către proprietarul sau titularul acestora altei persoane, în temeiul unui contract;

Cifră de afaceri – Valoarea tuturor bunurilor și serviciilor vândute de o organizație într-o perioadă de timp (exclusiv banii restituși pentru produsele returnate);

Citație – Invitație oficială, prin care o persoană este somată să se prezinte în fața unei instanțe judecătoarești sau în fața altiei autorități pentru depunere de mărturie, declarație;

Clasament – Aranjarea documentelor după anumite criterii;

Clauză aur – Clauză a unui acord de împrumut care stipulează că debitorul va rambursa datoria la un preț calculat în funcție de valoarea unei anumite cantități de aur;

Clauza națiunii celei mai favorizate – Statut acordat de o țară altrei țări, prin care prima țară impune exporturile celei de-a doua țări la tarifele sale vamale cele mai scăzute, ceea ce înseamnă că exporturile nici unei alte țări nu vor beneficia de un tratament mai bun;

Clauză roșie – Clauză marcată cu culoarea roșie pe un acreditiv, pentru a indica faptul că un exportator poate primi întreaga sumă care i se datorează și este înscrisă pe acreditiv, înainte de a expedia bunurile;

Clauză suspensivă de executare a contractului – Clauza care îl exonerează de răspundere pe unul dintre parteneri pentru neexecutarea contractului;

Clauză valutară – Condiția contractuală privind alegerea monedei în care urmează a se efectua plata (comerț, titluri de credit, obligațiuni etc.);

Cod de aplicare – Listă redactată de către o industrie sau o associație profesională care cuprinde principii pe care membrii unei societăți cad de acord să le respecte, în speranța de a-și apăra reputația în fața unor profesioniști necinstituiți;

Cod personal de identificare – Număr prin care individul poate avea acces la informațiile electronice personale și confidențiale;

Comandă – Ordin cu valoare obligatorie pentru părți de a cumpăra sau a vinde bunuri sau servicii;

Comandă specială – Produs sau serviciu care este special adaptat astfel, încât să corespundă cerințelor unui anumit client;

Comanditar – Asociat în cadrul unei societăți în comandită, persoană sau întreprindere care contribuie cu fonduri la organizarea acestei societăți, primind o cotă-partea din profit cu răspundere în limitele capitalului social investit de el;

Comanditat – Persoană sau întreprindere care se asociază la câștig și pierderi cu comanditarii și răspunde nelimitat față de creditori pentru capitalul societății;

Comerț electronic – Tranzacționarea de afaceri pe cale electronică, în general, prin intermediul internetului;

Comerț ilicit – Comerț ilegal, cu mărfuri prohibite, care se face pe un anumit teritoriu;

Comerț prin poștă – Comerț realizat cu ajutorul serviciilor poștale, care se manifestă prin expedierea la comandă a catalogelor și bunurilor într-un interval de timp presatibil;

Comerț vizibil – Comerț cu bunuri manufacture, adică lucruri vizibile, cum ar fi automobile și computere, fără a oferi o asigurare sau servicii de room-service;

Comfort letter – Scrisoare redactată de un auditor independent, care declară că nu a avut loc nici o modificare importantă în înregistrările contabile ale unei companii în perioada care s-a scurs de la momentul pregătirii unui prospect pentru o nouă emisiune de

acțiuni și momentul în care prospectul este distribuit investitorilor potențiali;

Comisie de cenzori – Organ însărcinat să controleze gestiunea directorului, neavând putere asupra administrării societății;

Comis-voiajor – Reprezentantul împăternicit al unei case de comerț (interior sau exterior) cu care acesta se află în raporturi de muncă și care se deplasează la cumpărătorii potențiali (sau prospectând noi clienți), preluând comenzi, de regulă, pe bază de mostre sau cataloage, în contul și în numele patronului, respectiv al societății comerciale pe care o reprezintă prin procură;

Comision – Remunerație, de regulă, sub formă procentuală, a comisionarului de comerț, de asigurări etc., calculat din valoarea vânzărilor efectuate;

Comisionar – Intermediar având calitatea de comerciant, care negociază tranzacții în nume propriu, dar în contul comitentului pe care îl reprezintă indirect, în schimbul unui beneficiu;

Comisionar vamal – Persoană care efectuează, în contul altei persoane, toate formalitățile vamale ce privesc declararea cu amănuntul a mărfurilor;

Comitent – Persoană fizică sau juridică, care încredințează cuiva un mandat prin care îl împăternicește să realizeze anumite tranzacții sub controlul său și conform directivelor sale;

Companie – Entitate juridică creată de un grup de persoane fizice, în scopul realizării unei afaceri;

Companie cotată – Companie pentru care prețul acțiunilor este cotat la o bursă de valori recunoscută;

Companie fiduciарă – Companie a cărei activitate este să acționeze ca administrator pentru persoane fizice și alte firme;

Companie inactivă – Companie care nu desfășoară nici o activitate la un moment dat, are un nume înregistrat, directori, statut etc., dar nu are cifră de afaceri;

Companie închisă – Companie ale cărei acțiuni sunt deținute de câțiva investitori și care nu intră pe o piață în întregime deschisă;

Companie înregistrată – Companie care este înregistrată la autoritățile țării în care și-a stabilit sediul;

Companie necotată – Companie ale cărei acțiuni nu sunt cotate la o bursă de valori recunoscută;

Companie multinațională – Companie care desfășoară activități productive și de vânzare în cel puțin două țări pe cale le coordonează dintr-un sediu unic;

Concediu patern – Perioadă de timp în care unui bărbat angajat i se permite să nu lucreze, pentru a-și ajuta partenera care tocmai a născut;

Concern – Uniune economică, a mai multor societăți din ramuri diferite de activitate, care își păstrează independența activității economice;

Concesiune – 1. Convenție prin care o persoană dobândește dreptul de a exploata anumite servicii publice sau anumite bunuri ale statului, în schimbul unor beneficii care revin acestuia din urmă. 2. Bunurile care formează obiectul convenției;

Conciliere – Proces prin care se încearcă împăcarea negociatorilor care au încetat să poarte discuții, cum ar fi: *concilierea între conducere și sindicate*;

Condiții de livrare – Condițiile contractuale privind efectuarea unei operațiuni comerciale privind cantitatea, calitatea mărfurilor, data și locul livrării etc.;

Condiții de plată – Condiții inserate în contractul de vânzare-cumpărare care include: mijlocul de plată (moneda de decontare), instrumentul de plată (trată, cec), termenul de plată, modalitatea de plată (ordin de plată, acreditiv), documentele necesare pentru încasarea contravalorii mărfuii livrate, locul de plată etc.;

Conditionare (a mărfurilor) – Ansamblu de operațiuni care asigură protejarea unui produs, articol sau obiect și care facilitează vânzarea și folosirea acestuia;

Confirmare de primire – Aviz ce informează că un obiect a fost primit de destinatarul său;

Conosament – Document eliberat de comandantul unei nave, pe care se transportă mărfurile, și prin care se atestă un drept de proprietate asupra mărfurilor pe perioada transportării acestora;

Conosament „curat” – Document atașat de către o companie de navigație bunurilor care sunt livrate în perfectă stare;

Conosament foul – Conosament cu mențiuni restrictive (privind starea mărfuii sau a ambalajului, obligația primitorului fiind de a suporta cheltuieli suplimentare etc.);

Conosament „la bord” – Conosament în care se menționează că marfa se află încărcată la bordul vasului de transport;

Conosament la ordin – Conosament emis la ordinul, de regulă, al beneficiarului creditului documentar (andosat apoi de către acesta), la ordinul băncii care a deschis creditul sau la ordinul cumpărătorului-ordonator; remitente), sau direct la ordinul acestei bănci;

Conosament „murdar” – Document atașat de către o companie de navigație la mărfuri și care conține o clauză privind starea necalitativă a produselor;

Conosament nominativ – Conosament pe care se specifică numele persoanei căreia îi vor fi livrate mărfurile;

Conosament „primit pentru îmbarcare” – Conosament emis în condițiile în care, din cauza aglomerării portuare, marfa este depozitată în port în vederea îmbarcării;

Consignant – Persoană sau companie menționată în documentele de expediție ca fiind expeditorul inițial de bunuri;

Consignatar (în afaceri) – Comerçant (persoană sau companie) menționată în documentele de expediție ca fiind ultim primitoar al unor bunuri expediate;

Consignație – Act în baza căruia consignantul încredințează consignatarului mărfuri pentru comercializare, în condițiile stabilite, contra plății unui comision;

Consiliu de administrație – Grup de persoane (directorii) desemnate în mod oficial de către acționarii dintr-o companie pentru a urmări și a asigura realizarea intereselor acestora;

Container – Unitate standardizată în care sunt transportate bunuri pe cale terestră, feroviară sau maritimă;

Contencios – Serviciu de avocați în cadrul unei întreprinderi care apără drepturile și interesele instituției;

Contingent de mărfuri – Cantitatea maximă de mărfuri care poate fi importată sau exportată într-o anumită perioadă;

Contract de închiriere – Contract prin care se cedează posesiunea unui bun mobil sau imobil pentru un anumit preț și într-un termen bine determinat;

Contract de navlosire – Contract prin care armatorul se obligă ca, în schimbul unei plăți (navlu), să procure celui care închiriază vasul folosința acestuia în scopul convenit; la închetarea contractului, nava este restituită în aceeași stare în care a fost preluată;

Contract de muncă – Convenția prin care o persoană fizică se obligă să presteze activitatea de muncă prevăzută în contract, iar cel care o angajează se obligă să îi asigure retribuirea în raport cu activitatea prestată;

Contracta (a) – A stabili un raport juridic între două părți, cu obligații și drepturi reciproce, convenite sub forma unui acord între părți;

Contravenient – Persoană care încalcă legile sau regulamentele;

Contribuție pentru pensie – Suma plătită periodic de salariat sau patron în contul asigurărilor sociale;

Convenție – Acord verbal sau înțelegere scrisă între două sau mai multe părți;

Convenție asupra dublei impuneri – Acord încheiat între două state prin care se garantează persoanelor fizice și companiilor că un venit nu va fi sub nici un motiv impozitat de două ori;

Convenție pentru transportul de mărfuri generale – Reglementări uniforme pentru navlosirea navelor maritime la transportul de mărfuri generale;

Convertibilitate – Dreptul deținătorului de bancnote de a le preschimba într-o valută, la cursul oficial, la banca de emisiune;

Cooperativă – Tip de organizare a unei afaceri care se află în proprietatea colectivă a unor persoane și funcționează în beneficiul lor reciproc, nu neapărat pentru obține a profit;

Cooperativă de consum – Organizație cooperativă care vinde bunuri membrilor săi sau unor persoane din afară în anumite condiții prestabilite;

Cost de tranzacție – Cost al desfășurării unei tranzacții, de exemplu, costul reglementării unui cec sau al cumpărării unui produs la licitație;

Cost direct – Cost care poate fi atribuit în mod direct unui anumit proces de producție;

Cost eficient – Costul unui produs care produce suficient profit în urma vinderii produsului;

Cost fix – Cost care nu variază în funcție de volumul de bunuri produse și de servicii prestate;

Cost istoric – Cost al unui activ la data achiziției;

Cost mediu – Raportul dintre costul total al producerii de bunuri (sau prestării de servicii) și numărul de unități produse sau prestate;

Cost unitar – Cost al producerii unei unități dintr-un produs sau serviciu;

Cost, insurance and freight – Expresie cunoscută frecvent sub forma abreviată „CIF” atașată documentelor de expediție, care indică faptul că exportatorul va plăti costul bunurilor, asigurarea lor în timpul tranzitului;

Costul vietii – 1. Factor luat în considerare în situația în care un angajat este trimis să lucreze într-o altă țară sau într-o altă regiune. 2. Alocare rezultată din indexarea salariilor pentru a compensa nivelurile diferite de prețuri, plătită angajatului trimis să lucreze într-o altă țară/regiune, în cazul în care costul vietii în acea regiune este mai ridicat decât în zona în care a lucrat angajatul;

Cotă de piață – Procentul tuturor vânzărilor pe o piață, înregistrate de un singur participant;

Cotă de vânzări – Volumul sau valoarea vânzărilor pe care o companie așteaptă să le realizeze într-un anumit interval de timp;

Cotație de preț – Indicarea unui preț pe care un furnizor îl cere pentru livrarea (viitoare) de bunuri sau servicii;

Creanță – Dreptul creditorului de a pretinde de la debitor să dea, să facă sau să nu facă ceva;

Credit cumpărător – Credit acordat de vânzător (sau de o bancă) cumpărătorului pentru efectuarea unei operațiuni comerciale;

Credit ipotecar – Împrumut pe termen lung acordat pentru a achiziționa o proprietate imobiliară, în care respectiva proprietate se utilizează ca o garanție pentru credit;

Credit lombard – Creditul garantat cu bunurile mobiliare ale solicitantului;

Credit-spot – Împrumut acordat pe termen scurt ce îndeplinește rolul unei „punți” între un articol de cheltuieli și un venit comercial care le va acoperi;

Creditor – Persoana fizică sau juridică care creditează o operațiune comercială, cu toate obligațiile și drepturile ce decurg din raportul juridic apărut între el și beneficiarul creditului;

Criză – Recesiune economică majoră în viața economică a unei țări;

Cupon – Rarte numerotată și detașabilă a unui titlu, care reprezintă dreptul proprietarului de a încasa o sumă corespunzătoare dobânzii unei obligațiuni sau dividendelor unei acțiuni;

Curtaj – 1. Ocupația curtierului. 2. Remunerație acordată curtierului la încheierea unei tranzacții;

Curtier – Persoană care are ca ocupație mijlocirea tranzacțiilor de bursă;

Cvorum – Numărul minim de persoane care se cer a fi prezente la o ședință oficială;

Datorie publică – Totalitatea împrumuturilor contractate (la nivel național) de autoritățile naționale ale unei țări, care include: obligațiile emise de guvern, împrumuturile atrase pe termen scurt (bonuri de tezaur etc.), alte datorii pe termen scurt (obligațiuni cu termen, unele plătibile în valute străine sau obligațiuni necomercializabile);

Datorie secundară – Orice datorie care poate fi lichidată numai după achitarea altor datorii;

Daună – Pierdere, prejudiciu, pagubă adusă unei întreprinderi din cauza calității inferioare a produsului sau a altor condiții contractuale nerespectate;

Dealer – Persoană care tranzacționează bunuri sau servicii pe care le cumpără în nume propriu pentru a le vinde altcui;

Debitor – Persoană sau organizație care datorează cuiva ceva;

Debitor ipotecar – Persoană sau organizație care deține imobilul asupra căruia se institue ipoteca;

Debriefing – Practică de management prin care un angajat își descrie, în organizație, propriile experiențe (cum ar fi relația cu un potențial client străin) în prezența celorlalți;

Declarație financiară – Înregistrare în scris a situației financiare dintr-o organizație care, de obicei, cuprinde un bilanț contabil, o declarație de venit și o declarație despre fluxul de numerar;

Declarație fiscală – Formă în care se trimit autorităților fiscale detaliile privind venitul, cheltuielile și câștigurile de capital ale unui contribuabil;

Deflație – 1. Fenomen economic care urmează unei perioade inflaționiste, fiind caracterizată prin retragerea din circulație a veniturilor în cifre comparative. 2. Scăderea nelimitată a prețurilor care periclitează mediul de afaceri prin faptul că o companie poate ajunge să-și vândă producția la prețuri inferioare costurilor acestuia;

Degrevare – 1. Reducerea sarcinilor sau obligațiilor impuse unei persoane fizice sau unei instituții. 2. Micșorarea valorii unei obligații, în special, fiscale;

Depreciere – 1. Reducerea valorii mijloacelor fixe ca urmare a utilizării sau distrugerii acestora; 2. Reducerea valorii unei monede în raport cu aurul sau cu alte valute, în condițiile pieței libere, care se manifestă prin scăderea cererii pentru acea valută;

Deplasament – Greutatea totală a unei nave. 2. Greutatea volumului de apă dezlocuit de o navă care plutește;

Dereglementare – Procesul de eliminare a restricțiilor legale și a birocrației care restricționează capacitatea firmelor, dintr-un anumit sector economic, de a concura liber;

Descooperit de cont – Împrumut pe termen scurt, acordat de către o bancă titularului unui cont curent, peste valoarea contului;

Despăgubire – Recompensă stabilită de către o instanță juridică sau un tribunal pentru plata de daune ce i s-au cauzat unui reclamant;

Detailist – Persoană care vinde mărfuri cu amănuntul;

Devalorizare – Efect al unei măsuri administrative, prin care se hotărăște reducerea valorii unei monede în raport cu altele;

Deviz – Situație/listă întocmită anticipat în care se prezintă detaliat cheltuielile necesare executării unei lucrări;

Devize – Document de credit și de plată (cambii, cereri etc.) emise în valută străină, pe baza cărora beneficiarul obține o anumită cantitate de valută dintr-o altă țară; mijloc de plată în valută străină;

Dezintermediere – Excluderea intermediarilor financiari din procesul alocării economiilor;

Diluare – Reducerea valorii acțiunilor ce formează capitalul social al unei companii, prin emisiunea de noi acțiuni la un preț mai mic decât valoarea de piață a acțiunilor;

Din raft – Articol care este achiziționat direct de pe un raft al magazinului, un produs fabricat în avans, în așteptarea că va găsi un consumator care este dispus să-l cumpere; „*companie din raft*” – firmă care beneficiază deja de un statut legal, care nu a desfășurat

niciodată vreo activitate, dar care are un nume, un statut și o adresă înregistrată;

Director executiv – Persoană însărcinată cu conducerea permanentă într-o organizație;

Director financiar – Persoană însărcinată cu înregistrările contabile și cu conducerea activității financiare într-o companie (atragerea de împrumuturi sau emiterea de noi titluri financiare);

Director general – Persoană care direcționează activitatea de management într-o organizație;

Director neexecutiv – Orice director dintr-un consiliu de administrație al unei companii care nu face parte din executiv;

Director operativ – Persoană care deține responsabilitatea pentru activitățile de zi cu zi ale unei afaceri;

Discount – Valoarea cu care se reduce un preț;

Discount comercial – Discount acordat de o parte a unui contract de comerț celeilalte părți; (de exemplu, reducere acordată de către un vânzător en gross de confecții proprietarului unui magazin de modă);

Discount de volum – Discount acordat unui cumpărător, raportat la volumul de bunuri pe care acesta le achiziționează;

Discount important – Discount de valoare mare raportat la prețul bunurilor sau serviciilor, în mod probabil, depășind valoarea de 25%;

Discount pentru numerar – Discount acordat de vânzător cumpărătorului care plătește în numerar prețul unui produs;

Dispensă – 1. Scutire a cuiva de îndeplinirea unei anumite obligații (legale). 2. Act care atestă această scutire;

Diurnă – Alocăție zilnică acordată unui angajat pentru a-și acoperi unele cheltuieli, de exemplu, cele privind deplasările sau programe de divertisment antrenate de realizarea atribuțiilor lor profesionale;

Dividend – Partea din profitul unei societăți care se distribuie acționarilor, exprimată ca procent din valoarea nominală a capitalului subscris de acționari sau ca valoare absolută pe acțiune;

Dividend provizoriu – O parte a sumelor anuale a dividendelor unei companii, care se plătește în tranșe (de obicei la 6 sau la 3 luni) înainte de sfârșitul anului;

Dobânda – Sumă de bani plătită pentru privilegiul de a împrumuta bani;

Dobânda acumulată – Dobândă care a fost câștigată, dar nu este încă plătită;

Dobânda ajustabilă – Rata dobânzii la un împrumut, care variază în funcție de cursul pieței (nivelul ratei dobânzii pe piață);

Dobânda compusă – Dobânda care se încasează într-o anumită perioadă de timp, calculată procentual pe baza sumei dintre valoarea capitalului și toate sumele acumulate din dobândă în perioadele precedente;

Dobânda de depozit – Dobândă acordată de bănci pentru perioada de depunere, ca dobândă fixă sau variabilă, potrivit reglementărilor specifice;

Door-to-door – Metodă de vânzare, în prezent mai puțin utilizată, care constă în faptul că un agent de vânzări merge din ușă în ușă, încercând să convingă diferite persoane să achiziționeze bunuri sau servicii;

Drept de autor – Dreptul de proprietate intelectuală, reprezentând dreptul legal al creatorului unei opere literare, muzicale, artistice de a detine în proprietate această creație;

Drept de preemțiune – 1. Dreptul uneia din părți de a fi preferată altelor persoane la cumpărarea unui bun, la vânzarea de active ale unei societăți etc. 2. Dreptul titularului unei creații asupra urmăririi bunului ce constituie un drept real accesoriu al creației;

Drept de proprietate – Dreptul dat prin lege unei persoane sau firme de a dispune, potrivit voinei sale, asupra unui bun material, a unei mărci de fabrică, mărci de comerț, patent etc.;

Drept real – Dreptul unei persoane asupra unui bun, apărat în raport cu oricare altă persoană;

Dumping – Introducerea produselor unor țări pe piața altor țări la preț inferior prețului la care aceleași produse sunt vândute pe piața internă, cauzând sau riscând să cauzeze prejudicii producției naționale în spete;

Echilibrul bugetar – Situația în care încasările curente sunt egale cu suma cheltuielilor curente;

Economie de gamă – Economia realizată prin producerea unei game largi de bunuri sau prestarea unei game largi de servicii;

Embargo – Măsură prohibitivă luată, de regulă, de autoritățile administrative ale unei țări în vederea interzicerii accesului mărfurilor de import; interdicție asupra anumitor transferuri dintr-o parte în alta;

Emisiune – Punerea în circulație de către stat sau de către o instituție, o societate autorizată, a hârtiilor de valoare, a bancnotelor, a acțiunilor etc.; **emitere**;

Ergonomie – Studiul condițiilor în care indivizii muncesc și al căilor prin care aceste condiții pot fi îmbunătățite pentru ca forța de muncă să devină mai eficientă;

Etalon – Măsură a unui element care servește ca bază pentru evaluarea altor elemente de același tip;

Etică comercială (de afaceri) – Codul moral după care oamenii de afaceri își ghidează relațiile profesionale cu acționarii, angajații, furnizorii, clienții etc.;

Eșantion – Porțiune de dimensiuni mici, decupată dintr-o bucată de stofă, sau cantitate mică dintr-un produs care permite aprecierea calităților acestuia;

EURATOM – Comunitatea Europeană pentru Energie Atomică;

Eurodolari – Denumirea atribuită dolarilor care se află depozitați în afara S.U.A., în special în băncile europene și în filialele europene ale băncilor americane;

Evaziune fiscală – Utilizarea de mijloace ilegale pentru a reduce valoarea de impozit datorat;

Excedent bugetar – Surplus în intrările curente în raport cu plățile pe perioada de timp acoperită de bugetul estimat;

Ex-divident – Indicație care însoțește prețul pe care îl are o acțiune și care arată că acest preț nu include plata unui dividend declarat, dar încă neachitat de companie;

Exercițiu contabil – Perioadă de timp la sfârșitul căreia se stabilește și se publică soldul contului de profit și de pierderi al unei companii;

Exercitare – Punerea în practică a unui drept conferit prin clauzele unui contract;

Factoring – Activitate de recuperare a datoriilor în numele altcuiu;

Factură – Document doveditor privind marfa livrată sau serviciul prestat, având menționate prețul și alte specificații necesare de identificare în vederea platii;

Factură consulară – Document solicitat de legislația anumitor țări, din motive comerciale și vamale, prin care se adverește că prețul facturat reprezintă valoarea de piață în țara importatoare;

Factură de cumpărare – Factura înaintată de agent persoanei în numele căruia aceasta a efectuat cumpărături de mărfuri;

Factură pro formă – Documentul de informare care conține elementele aferente comercializării;

Factură de vânzare – Factura înaintată de agent pentru vânzările efectuate în numele celui pentru care lucrează;

Factură detaliată pe posturi – Tip special de factură, ca de exemplu, nota de plată a conborbirilor telefonice, care se detaliază punct cu punct;

Faliment – 1. Situație de insolvență în care se află un comerciant, un industriaș etc., pe care o instanță judecătoarească a declarat-o incapabilă să-și achite datorii;

Fără avarie – (Indicație contractuală) Excluderea riscului de avarie în asigurarea mărfurilor cu perisabilitate mare;

Fără avarie particulară – (Clauză în contractul de asigurare maritimă) Asigurătorul este exonerat pentru avarii particulare;

Fidelitate – Capacitatea consumatorilor de a cumpăra aceleași bunuri și servicii în mod repetat;

Filială – Societate al cărei capital este constituit în proporție de peste 50% din capitalul altor societăți, cu o anumită independență de afaceri, cu sediu separat și clientelă diferită;

Fișă (dosar) maestru-șah – Fișă (dosarul) cu înregistrări contabile în sistem bilanțier;

Floor – 1. Ring al bursei; locul unde se desfășoară tranzacțiile într-o bursă de valori. 2. Limita minimă a unui preț variabil dintr-un contract;

Flotație – Lansarea unei noi emisiuni și obținerea de cotare bursieră a acțiunilor unei companii la o bursă de valori recunoscută;

Flux de fonduri – Modul în care banii circulă în sistemul finanțier al unei țări, de la bănci către consumatori, către producători, către guvern și apoi înapoi către bănci;

Flux de numerar – Volumul de bani în numerar aflat în circulație într-o organizație pentru o perioadă de timp dată;

Fond de amortizare – Fondul creat special de emitentul de obligațiuni distribuite sub formă de credit, în vederea asigurării mijloacelor necesare în momentul scadent al rambursării;

Fond comercial – Termen contabil pentru diferența dintre suma pe care o companie o plătește pentru a cumpăra o altă companie și valoarea de plată a activelor acesteia din urmă;

Fond de rezervă – Fondul constituit din profitul societății, pentru a fi folosit în scop de a stimula dezvoltarea firmei;

Fonduri de modernizare tehnologică – Fondurile reținute din profitul firmei pentru înlocuirea capitalului fix, uzat fizic sau moral;

Formular de comandă – Ordin de cumpărare, cu antetul furnizorului, prezentat de către acesta clientului pentru completare;

Forfait – Activitatea de scontare a instrumentelor financiare în scopul finanțării exportului de bunuri de capital;

Forță majoră – Clauză a unui contract care absolvă părțile de responsabilitate în cazul unor evenimente ce nu se află sub controlul acestora – de exemplu, un cutremur sau izbucnirea unui război – care împiedică să-și îndeplinească obligațiunile contractuale;

Franco – Termen atașat unei cotații de preț ce semnifică că toate cheltuielile de transport al mărfurilor, de asigurare etc., sunt cuprinse în prețul de vânzare până la un loc anumit;

Franco bord – Livrarea mărfii la bordul vasului, cu suportarea de către vânzător a tuturor cheltuielilor până în acest punct;

Franco la chei – Livrarea mărfii de către vânzător până la cheiul portului de îmbarcare, cu suportarea cheltuielilor până aici;

Franco domiciliu – Suportarea de către vânzător a cheltuielilor până la depozitele beneficiarului;

Franco lângă navă (F.A.S.) – Vânzătorul se obligă să aducă marfa lângă navă, la data de încărcare indicată de cumpărător, în portul de încărcare convenit și în modul uzitat în acel port, după care îl înștiințează imediat pe beneficiar de livrarea mărfii;

Franco wagon – Livrarea mărfii cade în sarcina vânzătorului până la stația de cale ferată convenită;

Franco la bord (FOB) – Exportatorul se angajează, pentru prețul respectiv, să livreze bunuri folosind modalitatea de transport aleasă de cumpărător – de exemplu, naval sau feroviar;

Franșiză – Marjă de toleranță la livrarea mărfurilor, provenind din scurgeri, evaporare etc., precum și clauză din contractul de asigurare prin care asigurătorul este exonerat în caz de avarie particulară, în procente variabile, în funcție de perisabilitatea mărfurilor;

Fraudă – Înșelătorie comisă cu scopul de a obține un câștig ilicit în detrimentul altora;

Furnizor de navă – Persoană fizică sau juridică în atribuțiile contractuale ale căreia intră asigurarea vasului cu toate furniturile auxiliare și serviciile necesare;

Fungibil – Caractestică a unui produs, care poate fi schimbat cu un altul, exact de același tip, cu aceleași calități, comercializat de mai mulți producători pe piață;

Furnizor – Persoană care aprovizionează o organizație cu bunuri sau servicii de care are nevoie;

Furnizor privilegiat – Furnizor care întreține o relație specială cu un client;

Futures – Contracte prin care se stabilește o cumpărare în viitor la un preț convenit în prezent;

Fuziune – Reorganizarea, prin contopire, într-o singură unitate omogenă a unor întreprinderi sau a unor instituții;

Gaj – 1. Bun corporal cu care un debitor garantează datoriile sale față de creditor până la stingerea datoriei; 2. (*contract de*) = Contract accesoriu, constitutiv de drepturi reale, prin care debitorul remite creditorului un bun mobil, drept garanție pentru executarea obligației asumate printr-un contract principal;

Gamă de articole – Ansamblu, serie de articole distințe ale aceluiași produs;

Garanție – Angajament prin care o persoană se obligă față de un creditor să îndeplinească obligațiile debitorului principal, dacă acesta nu le îndeplinește el însuși;

Garanție bancară – Depunere bancară cu scopul de a garanta o acțiune comercială;

Garanție de execuție – Angajament scris de a realiza o muncă sau o lucrare la un anumit standard și într-un anumit interval de timp;

Garanție pentru calitate – Garanție pe care o acordă un vânzător de bunuri asupra faptului că bunurile vor îndeplini condițiile de calitate promise;

Gera(a) – A administra pe socoteala și în locul cuiva;

Gerant – Mandatar plasat în fruntea unei instituții comerciale sau a unei societăți;

Gestiune – Administrare a patrimoniului sau a unor bunuri ale unei instituții sau a unor persoane de către reprezentantul ei;

Gir – 1. Semnătură pe o cambie prin care proprietarul cambiei dispune plata sumei prevăzute în document către o anumită persoană și la o dată anumită. 2. Mijloc, act prin care cineva garantează pentru acțiunea, cinstea, angajamentele cuiva;

Gir „pentru încasare” – Încasarea de către giratar a cambiei care se face în calitate de mandatar al gerantului;

Gir „în garanție” – Andosare pentru garantarea altor creanțe ale gerantului;

Giratar – Persoana în favoarea căreia este girată o cambie, un titlu de credit;

Grefă – Serviciu în cadrul unei instanțe judecătorești care întocmește, păstrează, comunică etc. actele de procedură;

Grefă tribunalului – Registrul cazurilor compărute în fața unei instanțe;

Greutate netă – Greutatea unui produs fără ambalaj;

Greutate livrată – Greutatea mărfuii înregistrată la locul de descărcare de pe mijlocul de transport;

Grup de consumatori – Grup de consumatori care se reunesc la chemarea departamentului de marketing dintr-o companie, cu scopul ca membrii acestui departament să poată examina și discuta atitudinile acestora față de produsele respectivei companii și de cele ale companiile rivale

Holding – Companie care controlează activitatea uneia sau a mai multor companii, ca urmare a faptului că detine legal majoritatea acțiunilor acestor filiale;

Import – Introducere, într-o țară, a mărfurilor provenind din străinătate;

Impozit la sursă – Impozit care este reținut de „la sursă”, adică înainte ca un venit sau un capital impozitat să ajungă în mâinile contribuabilului;

Impozit pe profit – Impozit care se percepă asupra profitului unei companii;

Impozit pe vânzări – Orice impozit calculat la volumul sau valoarea vânzărilor;

Impozit pe venit – Impozit percepțut asupra indivizilor sau firmelor, stabilindu-se proporțional cu venitul acestora;

Indemnizație de disponibilizare – Sumă de bani pe care angajații sunt îndreptățiți să o primească dacă li se desface prematur contractul de muncă, fără ca aceștia să fi comis vreo greșeală;

Insolvabilitate – Incapacitatea unei companii de a-și achita datoriiile la timp;

Instrument de plată legal – Orice bani acceptați în mod legal pentru plata unei datorii;

Instrument negociabil – Instrument finanțier, cum ar fi o obligație la purtător sau o acțiune, care poate fi transmisă de la un proprietar la altul, fără a trebui să fie informat emitentul inițial al instrumentului;

Integrare orizontală – Integrarea companiilor care activează mai mult sau mai puțin în același domeniu;

Integrarea verticală – Reuniunea în cadrul unei organizații a unor operațiuni care se succed secvențial;

Inteligенță artificială – Aptitudine a unei mașini de a reproduce și de a exploata procese cognitive umane în anumite domenii, precum: lingvistică (traducere, înțelegere a textului), rezolvare a unei probleme logice etc.;

Intermediar – Persoană fizică sau juridică care mijlocește târgul, contra unei remunerații, între vânzător și cumpărător, fără ca să fie nevoie să devină ea însăși cumpărător al mărfuii, sau care încheie o tranzacție între două părți, cu împăternicirea acestora;

Inventar – Totalitatea materialelor și produselor utilizate în activitatea unei companii, la care se adaugă produsele finite nevândute, care sunt păstrate în depozite sau în alte locuri;

Investiție – Achiziționarea unui activ de capital cu scopul de a obține un venit de pe urma acesteia sau de a realiza câștig de capital;

Investiție alternativă – Alte investiții decât cele în titluri de valoare și bani, cum ar fi investițiile în opere de artă, în colecții numismatice și filatelice, bijuterii și aur;

Investiție străină directă – Investiție substanțială a unui rezident dintr-o țară în industria altrei țări;

Investitor imobiliar – Persoană care realizează creșterea valorii unui teren, fie construind pe suprafața acestuia, fie prin transformarea într-un activ care poate produce un flux de venituri;

Împrumut cu dobândă – Împrumut care se acordă debitorului în condiții mai generoase decât cele care ar putea fi obținute pe o piață deschisă;

Împrumut garantat – Împrumut care conferă creditorului dreptul de a lua în posesie anumite active specificate apartinând debitorului, în cazul în care împrumutul nu va fi rambursat la termen;

Împrumut glonte – Împrumut pe durata căruia beneficiarul plătește numai dobânda aferentă;

Împrumut la termen – Orice împrumut care trebuie achitat integral într-o perioadă stabilită de timp;

Împrumut obligatoriu – Formă de împrumut public pe baza emiterii de obligațiuni cu dobândă fixă;

Împoternicire – 1. Mandat prin care un asociat dă unui alt asociat facultatea de a-l reprezenta și de a lua o decizie în numele său într-o adunare. 2. Acțiunea de a împoternici;

Împoternicit – 1. Persoană autorizată de a săvârși ceva în numele altei persoane sau al unei societăți;

Înlocuitor – Produs care poate substitui un altul existent în mod obișnuit pe piață;

La accept – Situația în care anumite bunuri sunt furnizate conform înțelegерii că persoana care cumpără le poate returna, dacă demonstrează că nu corespund dorințelor lui;

Lanț al ofertei – Fluxul de materiale care intră și ies dintr-o organizație; deplasarea produselor în interiorul organizației în timpul unui proces de producție și livrarea lor finală (ca produs) la un punct de vânzare;

Lansare – Introducerea unui nou produs sau serviciu pe o piață;

Laptop – Tip de computer cu baterii interne care pot fi reîncărcate și care poate funcționa independent de continente;

Legalizare – 1. Declarație prin care un funcționar public atestă autenticitatea semnaturilor de pe un act. 2. Acțiunea de a legaliza și rezultatele ei;

Licență – Drept acordat de o organizație alteia de a utiliza un proces, o marcă de comerț, un brevet etc., aparținând primei organizații, în schimbul plății unui onorariu sau a unei redevențe;

Licențiat – Individ sau organizație căreia i se acordă o licență;

Licență de import – Autorizația administrativă pentru operațiunea comercială respectivă, oferind dreptul de a importa mărfuri;

Licențiator – Individ sau organizație care acordă o licență altuiă;

Licențiere – Metodă de extindere a unei afaceri prin acordarea de licențe unor organizații independente ce activează pe alte piețe (în special pe piețe străine);

Lichidare – Procesul de redistribuire a activelor unei companii după ce aceasta a încetat să funcționeze;

Lichidarea activului – Procedeu prin care o companie sau o persoană fizică cumpără un activ (în general, o companie cotată) și apoi procedează la vânzarea treptată a acestuia;

Licita (a-) – Participarea la oferte prin licitație, prin prezentarea disponibilităților în ce privește prețul și cantitățile pe care licitatorul consideră că le poate angaja pentru termenul stabilit;

Licităție închisă – Licităție la care ofertele de preț se trimit în plic închis, până la o anumită dată înaintea zilei licitației;

Licităție de vânzare – Procedeu organizat în mod sistematic prin care se vinde ceva (o proprietate imobiliară, lucrări de artă, produse din pește etc.) persoanei care oferă și plătește prețul cel mai ridicat dintre potențialii cumpărători;

Lider de piață – Organizație care deține cel mai mare segment de pe orice piață specifică și ale cărei tactici sunt urmărite cu cel mai mare interes de ceilalți participanți la piață;

Litigiu – Conflict ce dă loc unui arbitraj sau unui proces;

Lingou – Argint sau aur netransformat în monede, având forme și greutăți standard;

Livrare – Transferarea unui drept de proprietate asupra unui activ de la o persoană la alta;

Livrare la chei (nevămuit) – Punerea mărfui la dispoziția cumpărătorului, la chei, în portul convenit, suportând cheltuielile de descărcare și alte cheltuieli prevăzute în contract (ambalare, verificare, măsurare, cântărire etc.), fără plata taxelor vamale;

Livrare la chei (vămuit) – Livrarea până la cheiul portului convenit, cu toate obligațiile și cheltuielile prevăzute în contract referitor la descărcare, inclusiv plata taxelor vamale;

Livrare la depozit – Punerea mărfii la dispoziția cumpărătorului, pentru a fi încărcată în mijloace de transport care aparțin cumpărătorului;

Livrare la poarta fabricii – Preluarea mărfui de către cumpărător de la locul fabricării ei, având sarcina de a suporta toate obligațiile de transport;

Locatar – Persoană fizică sau juridică care ia cu chirie un apartament;

Locație – Contract prin care se acordă dreptul la utilizarea unei proprietăți pe o perioadă de timp și în schimbul unei anumite plăți (sau tranșe de plăți);

Loco – Condiție de livrare prin care cumpărătorul se obligă să preia marfa din depozitul fabricii, din portul (gara) care deservește localitatea unde a fost produsă marfa etc.;

Logo – Designul sau simbolul care identifică în mod specific/individual o anumită organizație sau marcă de fabrică;

Lucrător pe cont propriu – Persoană care lucrează pentru ea însăși și nu are un contract de muncă cu nici o organizație;

Magazine în lanț – Magazine cu aceleași produse, ce aparțin unei singure firme, fiind răspândite în aceeași localitate sau în mai multe localități;

Mandant – Persoană pentru care se încheie un act juridic;

Mandat (contractul de-) – 1. Împuternicire (contractuală) de a reprezenta o persoană fizică sau juridică și de a acționa în numele ei. 2. Act prin care se dă această împuternicire;

Mandat postal – Ordin de plată prin poștă;

Mandatariat – Activitatea desfășurată de agentul comercial în baza contractului de mandat;

Manipularea materialelor – Activitatea prin care materialele antrenate în funcționarea unui proces (materii prime, bunuri semifinite sau produse finale) sunt plasate astfel, încât acestea să se găsească la locul potrivit la momentul potrivit;

Marcă de comerț – Semnul distinct folosit de o firmă de producție pentru a-și individualiza produsele realizate, serviciile prestate, față de cele identice sau similare ale altor producători sau prestatori de servicii;

Marcă de fabrică – Ansamblu de valori reprezentate de numele sau simbolul unei companii, care o diferențiază de concurență;

Marca distribuitorului – Nume de marcă atribuit unui produs de către un detailist; (De exemplu, marca proprie aplicată de un supermarket asupra unor produse pe care le comercializează în concurență cu aceleași produse purtând marca fabricantului);

Marca înregistrată – Marca de fabrică sau de comerț depusă la autoritățile de resort pentru a fi protejată și pentru a se bucura de toate drepturile acordate de lege acestei instituții;

Marfă fungibilă – Produs care este vândut în cantitate foarte mare și, practic, nu diferă de la un producător la altul;

Marjă de profit – Diferența dintre costul unui element și prețul cu care acesta este vândut;

Mentor – Persoană numită să lucreze cu un manager cu scopul specificat de a oferi consultanță independentă asupra performanțelor managerului la locul de muncă;

Mentoring – Activitatea unui mentor;

Mesaj publicitar – Prezentarea calităților unui produs sau serviciu, ce are ca suport diferite mijloace de informare: ziară și reviste, televiziune și cinema, panouri de afișaj și alte spații exterioare, pagini web internet etc;

Mică publicitate – Mesaj publicitar de dimensiuni mici, de obicei în format alb-negru, care cuprinde doar o coloană și al cărui preț se calculează în funcție de numărul de rânduri, numărul de centimetri sau numărul de cuvinte;

Mijloace circulante – Capitalul folosit în operațiile comerciale curente ale firmei, constituit ca diferență dintre activele lichide (stocuri, debitori, obligațiuni etc.) și debitele pe termen scurt;

Mijloace fixe – Toate bunurile și valorile destinate să rămână pe o durată lungă, sub aceeași formă, în întreprindere;

Moratoriu – 1. Perioadă de garanție acordată unui debitor pentru intervalul când încă nu s-a redresat, astfel încât să-și poată plăti datoria scadentă și neonorată; 2. Măsură legislativă vizând încetarea temporară a plăților externe din cauza unei lipse majore a disponibilităților valutare;

Mostră – Eșantion dintr-un produs, expus în vederea aprecierii calității mărfuii oferite spre vânzare;

Mostră din marfa preluată – Mostră reținută pentru a face dovada calității mărfuii în momentul preluării de către beneficiar;

Navă de linie – Vas de transport de mărfuri care are cursă regulată pe un traseu determinat;

Navă tramp (întâmplătoare) – Navă angajată care nu are un traseu stabilit în prealabil; se deplasează în funcție de necesități și are cheltuieli de transport mai reduse decât cele liner;

Navlosire – Transportul de mărfuri prin închirierea unui mijloc de transport (vas, avion) contra unei plăți denumită „navlu”;

Navlositor – Persoană care transportă (în nume propriu, ca intermedier) mărfuri, închiriiind în acest scop o navă, integral sau parțial;

Navlu – Chirie plătită pentru folosirea unui vas maritim; costul transportului pe apă al mărfurilor convenit între armator și navlositor;

Navlu plătit – Navlu plătit anticipat în portul de încărcare;

Navlu mort – Navlu plătit pentru spațiul neocupat cu marfă pe transportul maritim;

Nerambursabil – Sumă de bani avansată care nu se restituie cumpărătorului în cazul în care acesta se răzgândește în ceea ce privește achiziția de produse și servicii pentru care a plătit avansul;

Nivel de subzistență – Nivel de trai minim, calculat după criterii naționale sau internaționale;

Notifica (a) – A face cunoscută o decizie unei persoane, într-o formă legală;

Notificare de reziliere – Anunțare cu preaviz asupra încetării unor raporturi contractuale (de comerț, de muncă etc.);

Novătie – 1. Modalitate de stingere a unei obligații contractuale, prin înlocuirea cu o altă obligație ce trebuie să aibă un conținut diferit de obligația stinsă. 2. Act juridic prin care o obligație nouă și cu alt conținut se substitue unei obligații vechi;

Obligațiune – Instrument finanțier emis de o companie sau un guvern, în schimbul unui împrumut pe termen lung, purtător de dobândă, care pot fi cumpărate și vândute de către investitori pe piață secundară;

Obligațiune cu cupon zero – Obligațiune care nu plătește deloc dobândă, este vândută cu un discount important la valoarea nominală a acesteia;

Ofertă – Oferirea de bunuri sau prestarea de servicii în vederea vinderii pe bază contractuală;

Ofertă fermă – Oferta care conține toate elementele unui contract (obiect, preț, termene de livrare etc.), fiind acceptată întocmai de către beneficiar și având efect de contract încheiat;

Ofertă cu timp de probă – Acțiune de promovare care are specificul de a permite unui consumator să încerce un produs pentru o anumită perioadă de timp, înainte de a decide dacă îl cumpără sau nu;

Ofertă tender – Ofertă de cumpărare a unui anumit număr de titluri la un anumit preț;

Operațiune triunghiulară – Modalitate de comerț (de regulă, în comerțul exterior), prin care marfa circulă între țara exportatoare și cea importatoare prin intermediul unei case de comerț dintr-o țară terță;

Ordin de cumpărare – Cerere detaliată în scris adresată unui furnizor pentru livrarea de bunuri sau prestări de servicii la un anumit preț;

Ordin de plată – Instrucțiune prin care un client solicită unei instituții financiare că efectueze plata regulată (adesea lunară) a unei sume fixe către un creditor specificat;

Perioadă de grătie – Intervalul de timp între acordarea unui împrumut și prima tranșă de rambursare;

Perioadă de probă – Perioada în legătură cu calificarea la locul de muncă sau cu testarea noului angajat;

Perioadă de preaviz – Intervalul de la înmânarea preavizului privind încetarea contractului de muncă până la intrarea sa legală în vigoare;

Perioadă sabatică – Perioadă prelungită de concediu luată de un angajat, adesea ca un drept stipulat în contractul său de muncă;

Persoană juridică – Organizație de persoane sau de capital, înființată pe cale juridică, care funcționează într-un cadru legislativ determinat;

Piața cumpărătorului – Piața dominată de cumpărător, unde oferta este mai mare decât cererea;

Piață de capital – Piața care are ca obiect tranzacționarea instrumentelor financiare pe termen lung (cum ar fi acțiunile și obligațiunile) care constituie capitalul companiilor;

Piața „neagră” – Piața care funcționează în afara legii și a reglementărilor guvernamentale;

Piață titlurilor necotate – Piață a titlurilor financiare care nu sunt listate la o bursă de valori recunoscută (este cunoscută mai ales sub abrevierea USM);

Piață vânzătorului – Piață pe care cererea depășește oferta și unde vânzătorii pot vinde oricără produse ar avea;

Piață „cenușie” – Piață pe care se tranzacționează acțiuni neemise încă; înainte ca o nouă emisiune să fie repartizată investitorilor, acțiunile sunt vândute și cumpărate pe baza mențiunii „la emitere” (when issued) și marcate cu literele WI;

Piață de încercare – Încercarea unui produs sau serviciu nou prin lansarea acestora pe o arie restrânsă;

Piață primară – Piață pe care se vând instrumentele financiare imediat după emiterea lor, adică, în momentul în care se transmit de la emitent către primul cumpărător al acestora, în continuare, acestea fiind tranzacționate pe piața secundară;

Piață secundară – Piață pentru bunurile și serviciile care deja au parcurs un proces de vânzare către un consumator; (se referă, în special, la piețele instrumentelor financiare, cum ar fi obligațiunile și acțiunile);

Piață spot – Piață pe care prețurile fixate pentru bunuri și servicii sunt pentru plată și livrare imediată;

Piață suplă – Piață pe care oferta este superioară cererii; acest tip de piață favorizează cumpărătorii (care stau în aşteptarea unor scăderi de prețuri) și nu vânzătorii;

Planning – Suport ce permite vizualizarea și programarea unei activități a întreprinderii: deplasări ale reprezentanților, concedii etc.;

Plată anticipată – Achitarea unei datorii înaintate ca aceasta să devină scadentă;

Plată în avans – Creditarea de către cumpărător a livrării;

Plată la vedere – Plată a unei trate la simpla ei prezentare;

Plată prin ramburs – Livrarea mărfii la destinatar contra plății costului acesteia;

Polită – Document emis de către o instituție de asigurare prin care aceasta certifică un contract de asigurare a vieții sau a bunurilor materiale ale cuiva;

Polită în alb – Asigurare în care lipsește numele asiguratului, actul putând circula, prin andosare, la purtător;

Poliță deschisă – Poliță de asigurare în care se precizează suma asigurată, fără obiectele asigurate;

Portofoliu – Ansamblu de active (de obicei, financiare) care aparțin unui singur proprietar, fie persoană fizică, fie instituție, și care cuprinde acțiuni, obligațiuni, aur și numerar;

Postdata (a-) – A pune pe un document date ulterioare celei întocmirii actului respectiv;

Poziție à la hausse – Poziția agentului de bursă care speculează în perspectiva unei creșteri ulterioare a prețului;

Prejudiciu – Pagubă materială, morală sau de alt tip, cauzată cuiva;

Prestație – Serviciu furnizat cuiva;

Prestație socială – Sumă alocată cu titlul unei legislații sociale;

Preț de cumpărare – 1. Cursul de schimb stabilit de banca națională pentru moneda națională, în vederea achiziționării unei valute străine; 2. Prețul plătit de cumpărător la livrarea mărfuii;

Preț conform listei – Preț formal, pentru bunuri și servicii, aşa cum este înregistrat pe o listă realizată de fabricantul sau prestatorul de servicii; acesta nu coincide neapărat cu prețul la care un vânzător este dispus să vândă;

Preț cu amănuntul recomandat – Preț pe care producătorii îl recomandă detaliștilor cu scopul ca aceștia să îl aplice consumatorilor la vânzarea produselor lor;

Preț de exercitare – Preț înscris în contractele pentru opțiuni, la care un titlu de valoare poate fi cumpărat sau vândut în viitor;

Preț de intervenție – Preț minim stabilit de guvern pentru un anumit produs în scopul garantării faptului că producătorii vor obține un anumit venit din vânzările lui: de obicei, se practică pentru produsele agricole;

Preț de transfer – Transferarea de profit de la un membru al unui grup către altul prin încărcarea de prețuri artificiale (nesupuse pieței) pentru procurarea de bunuri și servicii între părți;

Preț estimativ – Preț stabilit cu aproximație, pe care un vânzător îl indică unui client potențial;

Preț prag – Preț pentru bunuri importate sub care intră în vigoare restricții prestabilite asupra importurilor: aceste restricții au scopul de a preveni invadarea pieței cu importuri ieftine și cauzarea de daune producătorilor interni;

Pret spot – Prețul unui articol în cazul în care acesta se cumpără pe loc și cu plata în numerar;

Procesarea unui text – Compunerea unui text care se vizualizează, se corectează, se modifică, apoi se înregistrează prin intermediul unui aparat dotat cu tastatură, memorie și ecran;

Procură – Act prin care o persoană împuterniceste pe altă persoană (denumită în comerț „procurist comercial”) să negocieze, să administreze în numele ei, în parte sau în totalitate, patrimoniul unei firme sau al unei persoane fizice;

Procurist – Persoana/moderator care este împuternicit de a reprezenta, prin procură, interesele unei persoane juridice sau ale unei persoane fizice;

Producție de serie – Produse de același tip, realizate pe cale industrială în loturi mari;

Produs cu cerere elastică – Produs sau serviciu ale cărui vânzări fluctuează în mod dramatic la fiecare modificare de preț;

Produs generic – Produs care nu se vinde sub un nume cunoscut de marcă de fabrică: se spune că produsele farmaceutice devin generice în momentul în care încetează protecția lor prin brevet, ele pot fi fabricate și vândute de oricine;

Produs finit – Bun al cărui proces de fabricație s-a încheiat și care este gata să fie vândut unui consumator final;

Produs returnat – Produs care este returnat unui furnizor de un cumpărător căruia i se rambursează prețul de achiziție;

Proiect la cheie – Proiect de construcții de mari dimensiuni pe care contractantul se angajează să-l realizeze în cele mai mici detalii;

Promovare – 1. Acțiune prin care se avansează un angajat pentru a ocupa o poziție mai importantă. 2. Concentrarea de eforturi excepționale de marketing pentru intensificarea vânzării unui anumit produs sau serviciu;

Promovare specială – Acțiune specială de promovare;

Promovarea vânzărilor – Efort specific pe termen scurt pentru promovarea sau lansarea unui produs sau serviciu;

Prospect – 1. Imprimat publicitar care dă o imagine asupra unui produs și asupra condițiilor sale de vânzare. 2. Document care achiziționează planurile unei companii pentru emisiune de noi titluri de valoare și pentru ceea ce aceasta intenționează să facă cu banii pe care îi colectează în urma emisiunii;

Protest de neacceptare – Neacceptarea unui titlu de credit;

Protest de neplată – Neacceptarea la plată a unui titlu de credit;

Publicitate – Ansamblu de mijloace de informare folosite pentru a face cunoscută o întreprindere sau un produs;

Punct de vânzare – Spațiu unde are loc o vânzare: un magazin, un telefon sau un formular de comandă dintr-un catalog utilizat în comerțul prin poștă;

Punct de vânzare cu amănuntul – Orice rețea de distribuție prin care se vând bunuri și servicii cu amănuntul: un magazin, un catalog utilizat în comerțul prin poștă sau web site;

Putere de cumpărare – Cantitatea de bunuri sau servicii care pot fi achiziționate de o unitate monetară sau la un anumit nivel al veniturilor;

Putere de cumpărare paritară – Echilibrul dintre raportul de schimb al unei valute față de alta, când puterile lor de cumpărare interne, în funcție de raportul de schimb, sunt echivalente;

Rabat – Reducere de preț față de prețul cu amănuntul al unei mărfi, în anumite situații;

Rabat comercial – Parte din prețul de vânzare cu amănuntul, stabilită ca o cotă procentuală, destinată să acopere cheltuielile de circulație și să asigure beneficii organizațiilor comerciale; adăos comercial;

Ramburs -are – Sistem de expediere a mărfurilor, conform căruia contravaloarea acestora sau taxa de transport este achitată de destinatar la primire;

Rate (vânzare în) – Sistem de vânzare prin care cumpărătorul se achită prin plăți eșalonate în timp;

Războiul prețurilor – Formă violentă de concurență, în care vânzătorii își subminează unii altora prețurile, pentru a câștiga cote de piață;

Recall – Cerere efectuată de un producător privind returnarea produselor achiziționate la un anumit moment (platite fiind prin rambursare): cel mai adesea, această tehnică se utilizează atunci când se descoperă că un produs este deficent;

Recesiune – Etapă a economiei unei țări, caracterizată prin scăderea producției și a productivității, prin sporirea șomajului sau deprecierea veniturilor;

Reciclare – 1. Reutilizarea deșeurilor industriale și comerciale ca materii prime, pentru un nou proces industrial; de exemplu, utilizarea deșeurilor de hârtie în fabricarea pastei de hârtie. 2. Procesul prin care băncile acumulează economiile suplimentare dintr-o parte a lumii și le investesc în alte regiuni unde acestea lipsesc;

Recipisă – Dovadă de primire a mărfuii, a unei sume de bani etc., la data și în condițiile stipulate;

Reclamație – Plângere adresată unei autorități pentru a-și face respectat un drept;

Recrutare – Procesul de identificare și selectare de noi angajați;

Recurs (a face-) – Cale de atac prin care se cere unei instanțe superioare să verifice legalitatea și temeinicia unei hotărâri judecătorești în vederea anulării sau modificării acesteia;

Redevență – Chirie plătită de cineva pentru utilizarea unui anumit tip de proprietate aparținând altcuiva (o astfel de proprietate sunt operele scrise ale autorilor, mineralele aflate în subsolul unui teren și elementele protejate de un brevet);

Reesalonare – Modificarea scadenței datoriilor unui debitor (âtât cu acordul acestuia, cât și cu al creditorului) pentru a spori șansele debitului de a plăti la timp;

Re-engineering – Proiectarea radicală a unui proces de fabricație;

Registru de cadastru – Registrul proprietăților de terenuri, cu precizări privind coordonatele, modificările de proprietate, situația impozitelor etc.;

Registru de casă – Înregistrările de intrări și ieșiri în numerar, de obicei în cursul unei zile;

Registrul comertului – Registrul oficial la care se înregistrează obligatoriu, la înființare, societățile comerciale, cu precizarea obiectului de activitate, a sediului, a capitalului, membrilor fondatori etc.;

Regulator – Persoană angajată a unei agenții (sau departament guvernamental), care s-a înființat în scopul introducerii de reglementări într-o anumită industrie sau pe o anumită piață;

Remitere – Trimiterea/predarea/înmânarea unor sume de bani de către o persoană alteia;

Remitere de datorie – Renuntare parțială sau totală a unui creditor la dreptul său împotriva debitorului; iertare de datorie;

Repartizarea costurilor – Distribuirea costurilor generale pe unitate de produs;

Repoziționare – Modificarea percepției consumatorilor asupra unui produs sau serviciu prin modificarea/schimbarea ambalajului acestuia sau a modului de comercializare;

Repatrierea capitalului – Dreptul de transferare în străinătate a profitului capitalizat de către un investitor extern sau un asociat străin într-o societate mixtă;

Reprezentant – Salariat al cărui rol este să primească sau să obțină comenzi de bunuri sau servicii, în numele și în contul unuia sau mai multor patroni;

Resort – Zonă de competență a unei jurisdicții sau a unei administrații; de asemenea, de competență a unei persoane;

Retorsiune – Măsură restrictivă luată de o țară privitor la comerțul său exterior, cu o altă țară, pentru a determina pe aceasta să renunțe la practicile sale restrictive;

Retur – Trimiterea înapoi a unei mărfi expeditorului;

Revendicare – Cererea prin care partea asigurată solicită asigurătorului o despăgubire pentru o pierdere subscrisă condițiilor unui contract de asigurare;

Rezilia (a-) – A desface, a anula o convenție sau un contract;

Roll over – Activitatea de a prelungi scadența unui împrumut peste data inițială a rambursării;

Scadență – Dată de plată a unei datorii sau de executare a unei obligații;

Scadență trimestrială – Zilele în care se obișnuiește să se efectueze plățile trimestriale (chiria și altele);

Scont – 1. Taxă percepută, de regulă, de o bancă, cu ocazia plății unui titlu de credit înainte de termen (la taxa scontului), banca adăugând, de asemenea, și comisionul pentru eventualele riscuri generate de astfel de operațiuni. 2. Reducere acordată unui debitor din valoarea unei polițe sau a unei datorii plătite înainte de scadență;

Scontarea facturii – Vânzarea facturii unei companii către o firmă financiară cu un discount la valoarea nominală;

Scrisoare de credit – Formă a creditului documentar, concretizată într-un document, prin care banca emitentă se obligă să

platăescă, fără rezerve, o sumă determinată, în condițiile în care beneficiarul respectă întocmai clauzele convenite și înscrise;

Scrisoare de intenție – Scrisoare oficială care exprimă intenția de a întreprinde ceva în mod special, necreind obligațiilor juridice;

Scrisoare de trăsură – Documentul care atestă încheierea contractului de transport de mărfuri, în urma predării mărfurilor, conținând și confirmarea de primire din partea cărăușului;

Scrisoare de trăsură pentru transportul aerian – Document ce conține lista de bunuri ce fac obiectul transportului aerian internațional efectuat de un expeditor;

Scutire – Privilegiu care anulează o obligație;

Sediul social – 1. Sediul declarat al firmei, respectiv unde funcționează aparatul administrativ. 2. Adresa pe care trebuie trimisă corespondența oficială a firmei ca mijloc de dovdă legală;

Semifabricate – Produse nedestinate consumului final, aflându-se în continuare pe fluxul de producție în vederea obținerii unui produs finit;

Societate comercială – Asociație de oameni de afaceri care au contribuit cu capital sau bunuri la executarea unei acțiuni comerciale în vederea obținerii unor beneficii comune;

Societate (anonimă) pe acțiuni – Societate comercială în care asociații activează în mod limitat, adică în limita capitalului social subscris și vărsat, exprimat prin acțiuni;

Societate în comandită – Tip de societate în care asociații comanditați răspund solidar și indivizibil, administrând direct societatea, iar asociații comanditari răspund direct numai în limita capitalului adus, fără a avea dreptul de a participa la administrarea societății;

Societate cooperativă – Tip special de societate în care asociații își stabilesc un regim specific de realizare a activității economice, pentru a-și asigura interesele comune în producție, în comercializare etc.;

Societate-mamă – Companii care dețin una sau mai multe filiale;

Societate în nume colectiv – Societatea care se caracterizează printr-un număr mic de membri, cu capital redus, cu răspundere solidară și nemărginită pentru datoriile neacoperite din patrimoniul societății;

Societate utilitară – Orice companie care furnizează servicii esențiale pentru funcționarea confortabilă a locuințelor și birourilor, cum ar fi electricitatea, gazul și apa;

Sold – 1. Diferența dintre debit-credit: rest de plată după compensarea reciprocă a unor obligații. 2. Stoc de mărfuri rămase nevândute la încheierea unui sezon și care se vând cu preț redus. 3. Reducere specială a prețurilor ca o modalitate de a stimula vânzările;

Sold debitor – Diferența negativă a bilanțului contabil;

Sold mediu zilnic – Metodă utilizată de bănci pentru a calcula dobânda contului unui client, care a rămas neplătită;

Solvabil – Persoană fizică sau juridică a cărei situație financiară îi permite să-și onoreze debitele din capital;

Solvabilitate – Capacitatea de onorare a datoriilor la nivelul societății;

Sondare a datelor – Utilizarea de programe sofisticate de computer, în scopul unei cercetări sistemică a unei baze de date complexe;

Spălarea banilor – Transferarea de bani „murdari” prin locuri „curate”, cum ar fi centre financiare reputabile, astfel, încât să pară că banii ar fi câștigați în mod legitim, sau că s-ar fi plătit întregul impozit datorat statului pentru respectiva sumă de bani;

Specimen (mostră) – Exemplar tip al unui produs, al unei mărfi etc.;

Stivuire (arimare) – Repartizarea metodică a mărfurilor pe navă, conform planului de încărcare;

Stoc – Cantitatea mărfurilor finite (materii prime, materiale) disponibile în depozit pentru livrare;

Stoc tampon – Stoc de materiale păstrat ca rezervă;

Stop-loss order – Ordin de oprire a pierderii, prin care brokerul de bursă urmează să lichideze pozițiile de cumpărare-vânzare pentru evitarea sau, cel puțin, limitarea pierderilor;

Subantreprenor – Persoana care preia o parte din lucrări în sistem de subcontractare de la contractantul (antreprenorul) principal (general);

Studiu de fezabilitate – Analiză a probabilității ca un proiect să își îndeplinească obiectivele planificate;

Sub linie – Înregistrări care apar sub valoarea profitului net într-un cont de profit și pierderi;

Subcapitalizare – Alimentarea unei afaceri cu capital insuficient, pentru ca aceasta să-și desfășoare activitatea fără eforturi financiare;

Subcontract – Orice individ sau firmă căreia o persoană, care are un contract de efectuare a unei lucrări, îi încredințează executarea unei părți a acelei lucrări;

Subînchiriere – Contract de închiriere a unui bun de la cineva care deja deține în proprietate acel produs, printr-un contract de leasing încheiat cu o altă persoană;

Sub-produs – Produs auxiliar rezultat din procesul principal de producție a altui produs;

Subproducție – Volum al producției sub necesarul considerat la un moment dat;

Subrogare – Modalitate de transmitere a unui drept de creață, cu toate garanțiile sale, către un terț, numit *solvens*, care a plătit creditorului inițial în locul debitului;

Swap – Operațiune prin care o bancă centrală se angajează față de o altă bancă centrală ca, în caz de nevoie, să-i împrumute acesteia o sumă în monedă națională, pe o perioadă determinată, cu posibilități de prelungire, în schimbul unei sume echivalente în moneda națională a partenerului, fiecare bancă urmând, la expirarea termenului, să-și recupereze sumele respective;

Switch (operațiuni de-) – Operațiuni comerciale combinate în care, de exemplu, se realizează un import pe valută de cliring și un reexport pe valută convenabilă;

Şomaj sezonier – Șomaj determinat de dispariția sezonieră a locurilor de muncă;

Şomaj structural – Fenomenul de șomaj care apare ca urmare a modificărilor macroeconomice;

Tale Quale – Condiție de livrare prin care expeditorul nu se obligă la controlul calitativ al fiecărei partide de marfă, aceasta urmând a fi acceptată de beneficiar în condiția în care se prezintă la recepție;

Tarif – Preț pentru servicii prestate;

Tarif de navlosire „ad valorem” – Taxă percepută în funcție de valoarea expediată;

Tarif vamal protecționist – Taxă care constituie măsuri restrictive la import în vederea protejării anumitor sectoare ale economiei naționale;

Tarife vamale prohibitive – Taxe majorate, de natură să reducă importul la anumite produse, în vederea stimulării producătorilor interni;

Taxă de acciză – Impozit indirect, instituit în unele state cu scopul de a descuraja consumul unor produse – în special băuturi, tutun, produse de lux – pentru a influența repartizarea unor resurse ori pentru a obține venituri suplimentare;

Taxe bancare – Taxe impuse de bănci pentru serviciile pe care le prestează, cum ar fi transferul de bani (cecuri de virament și multe altele), conversia de monedă și acordarea de împrumuturi;

Taxă compensatorie – Instrumente fiscale protecționiste impuse de o țară importatoare asupra produselor care beneficiază de subvenții la export din partea țării exportatoare;

Telematică – Ansamblu de servicii de natură sau de origine informatică, ce pot fi furnizate prin rețea de telecomunicații: consultarea unor fișiere sau baze de date, rezervări, poștă electronică, comenzi de mărfuri;

Taxe bancare – Taxe impuse de bănci pentru serviciile pe care le păstrează, cum ar fi transferul de bani (cecuri de virament și multe altele), conversia de monedă și acordarea de împrumuturi;

Teleconferință – Conversație telefonică prelungită între cel puțin două persoane situate în diferite locuri;

Telemarketing – Utilizarea telefonului în calitate de rețea de comercializare de bunuri și servicii;

Telex – Serviciu de dactilografiere la distanță, pus la dispoziția utilizatorului, prin intermediul teleimprimatoarelor;

Termen de livrare – Intervalul de la încheierea contractului până la intrarea beneficiarului în posesia mărfuii, în condițiile stabilite prin contract;

Termen-limită – Termen programat pentru îndeplinirea unei sarcini, în trecut utilizat cu referire la termenul-limită (în traducere directă, linie moartă) până la care jurnaliștii trebuiau să își realizeze articolele pentru ziar;

Termen de valabilitate – Marcă aplicată pe ambalajul unor bunuri perisabile indicând data până la care acestea ar trebui vândute și, de asemenea, data până la care ar trebui consumate;

Testare psihometrică – Utilizarea testelor care măsoară caracteristicile personalității unui individ, cu scopul de a stabili dacă este potrivit pentru o anumită slujbă;

Timp de așteptare – Intervalul de timp scurs între momentul în care se transmite o comandă și recepționarea bunurilor cerute;

Timp mort – Perioadă de timp din decursul unui proces de producție care se pierde cu întreținerea utilajelor sau cu așteptarea unor materiale necesare;

Titlu de creață – Act, de regulă, privat, declarație semnată de o singură persoană prin care aceasta consimte asupra faptului că datorează o sumă de bani;

Titluri de ordin – Titluri de credit cuprinzând clauza prin care devin exegibile la ordin;

Tonaj registru brut (T.R.B.) – Capacitatea totală în volum a navei;

Tonaj registru net (T.R.N.) – Volumul spațiilor închise, destinate transportului mărfurilor și/sau pasagerilor;

Transbordare – Transferul mărfurilor de pe un mijloc de transport pe altul, în cursul același transport;

Transport de tramp – Transport efectuat cu o navă de cursă neregulată, folosită pentru transportul mărfurilor de masă, în cantități mari;

Tranzacție spot – Tranzacție de bursă cu mărfuri disponibile pentru livrare imediată, spre deosebire de livrările “futures” (la termen);

Tranzit – Transportarea mărfurilor pe teritoriul unei țări, fără drept de comercializare, depozitare, consignație etc., pentru a ajunge în țara de destinație;

Tras – Persoana indicată pe cambie pentru a plăti o sumă de bani determinată, la scadență și la locul menționat în titlul de credit;

Trată bancară – Ordin din partea unui vânzător (sau exportator, prin care acesta cere ca banca cumpărătorului (sau importatorului) să plătească vânzătorului o anumită sumă;

Trată la vedere – Trata la vedere plătibilă la prezentare;

Trăgător – Persoana care dă ordin trasului să plătească o cambie;

Valoare comercială (efect comercial) – Titlu de credit ce conține angajamentul de a plăti debitorului;

Valoare declarată – Valoarea pentru care se stabilește asigurarea (mărfurilor);

Valoare nominală – Valoarea înscrisă pe partea din față a unui instrument financiar;

Viteză de circulație (rotație) a banilor – Indicator care exprimă numărul de tranzacții la care servește o unitate monetară într-o anumită perioadă;

Vânzare cu amănuntul – Livrarea comercială către consumatorul final (spre deosebire de vânzarea cu ridicata) practicată între angrosiști;

Vânzare în forță – Efort extrem de mare depus de un agent de vânzări pentru a vinde bunuri sau servicii unui consumator;

Vânzare în pierdere – Produs pe care un fabricant sau un detailist îl vinde în pierdere pentru a atrage (adică a determina) un client să cumpere alte produse ale aceluiași fabricant sau detailist;

Vânzare „pe încercate” – Clauză care permite cumpărătorului să renunțe la livrările ulterioare, după ce a încercat marfa primită în prima tranșă;

Vânzare în sistemul piramidal – Sistem de vânzare a produselor, care se bazează pe formarea unei piramide din „straturi” successive de agenți de vânzări: primul agent vinde o contitate de produse unui număr oarecare de alți agenți și primește pentru aceasta un comision, apoi fiecare agent vinde, la rândul lui, altora;

Vânzare „forward” – Contracte practicate, de regulă, pentru produse agricole, încheiate înainte de recoltare, la prețuri fixe;

Vânzare legată – Practica de a oferi, la un preț special, și alte produse sau servicii ce însotesc acel produs care se vinde;

Vânzare lichidatorie – Vânzare specială prin care un detailist lichidează întregul stoc sau, cel puțin, un anumit tip de produse, în întregime;

Vânzare silită – Orice vânzare care trebuie să fie efectuată imediat, nelăsându-i vânzătorului oportunitatea de a studia piața și de a aștepta un preț mai bun;

Verificare inopinată – Verificare aleatorie neanunțată, pentru a observa dacă lucrul se realizează corect;

Viață de raft – Durata de timp în care un produs poate fi lăsat pe raft într-un punct de desfacere cu amânuntul, aflându-se în condiții corespunzătoare consumului;

Viață economică – Perioada de timp în care un utilaj sau un echipament va produce un venit comercial mai mare decât costurile de întreținere a acestuia;

Videoconferință – Modalitate de comunicare între grupuri de persoane aflate în locuri îndepărtate, prin intermediul telefonului și televiziunii;

Vrac (mărfuri în-) – Modalitate de transport a mărfurilor neambalate, în cazul căreia determinarea greutății se face indirect, prin formule de calcul etc.

BIBLIOGRAFIE

Accesul la justiție. (Culegere). Chișinău, 1999

Baldridge Letitia. *Codul manierelor în afaceri.* – Ediție adăugită și revăzută. Business Tech International Press S.R.L., București, 2000.

Berth, Rolf. *Succesul.* – Ed. Economica, Düsseldorf, 1995.

Boelcke Jurgen; Carrere Christel; Straub Bernard; Thiele Paul. *Corespondența comercială în limba germană.* – Ed. Niculescu, București, 2001.

Borcoman Raisa. *Acte și scrisori de afaceri. Modele,* Chișinău, 1995.

Borcoman Raisa. *Corespondență comercială.* – Tipografia A.S.E.M., Chișinău, 1998.

Borcoman Raisa. *Tendințe actuale ale evoluției limbajului terminologic de afaceri.* // Economie, Finanțe, nr.5/2001.

Bostico Mari. *Scrisori de afaceri.* – Ediția a doua. – Ed. Tehnică, București, 1992.

Butunoiu Gheorghe. *Tehnici de vânzare.* – Ed. ALL, București, 1995.

Condrea Irina. *Norma literară și uzul local.* – Firma editorial-poligrafică „Tipografia centrală”, Chișinău, 2001.

Crișu Constantin, Crișu Ștefan. *Ghidul juristului*. - Ed. ARGESSION, Curtea de Arges, 1996.

Dobinson David. *Eticheta în afaceri*. București, 1999.

Dobrescu Andrei, Turcu Fulvia. *Modele de contracte de afaceri în română și engleză*. Ed. – Niculescu S.R.L., București, 2000.

Gatjens-Reuter, Margit; Bebrens, Claudia. *Manual de secretariat și asistență managerială*. – Ed. Tehnică, București, 2001.

Le Bras Florence. *Secretele unui bun Curriculum vitae*. – Ed. Teora, București, 1998.

Manekeller, Frank / Manekeller, Wolfgang. *Cum se scriu astăzi scrisorile*. – Ed. Holzmann, Bad Worishofen, 1994.

Marriott Sean, Jacobs Paula. *Profesionistul independent, perfect*. – Ed. National, 1998.

Mohl, Werner. *Scrisorile de afaceri scrise rapid și ușor, cu modele pe dischetă*. – Ed. Economică, Düsseldorf, 1997.

Nina Vârgolici. *Redactare și corespondență* - Ed. UB, București, 2004.

Popa Ioan. *Tranzacții internaționale*. – Ed. Recif, București, 1992.

Popescu Dan. *Arta de a comunica*. – Ed. Economică, București, 2000.

Popescu Dan. *Conducerea afacerilor*. – Ed. Economică, București, 1997.

Pruteanu Ștefan, Munteanu Corneliu, Caluschi Cezar. *Inteligența Marketing*. – Ed. Junimea, Iași, 1997.

Pruteanu Ștefan. *Comunicare și negociere în afaceri*. – Ed. Polirom, Iași, 1998.

Pruteanu Ștefan. *Manual de comunicare și negociere în afaceri*. – Ed. Polirom, 2000.

Vivien Georges, Arne Veronique. *Secretara perfectă. Ghid practic de corespondență comercială și administrativă*. – Ed. “Larousse”, “Sigma”, “Primex”, 1996.

Zoica Vlăduț, Temeș Ana. *Corespondența comercială*. – Ed. Didactică și Pedagogică. – R.A., București, 1993.

Ghid de comerț internațional și corespondență de afaceri în limbi străine. Supliment la Revista “Tribuna economică”, București, 1992.

Документы и делопроизводство. Справочное пособие.
Москва, Экономика, 1991.