

Capitolul 1: Diferențe culturale în negocierea, semnarea și respectarea contractelor între țările UE

Ghid privind strategiile
antreprenoriale transfrontaliere
digitale
în mediul de afaceri

Informații și obiective de învățare pentru cursul de formare Digier	
Conținut de instruire.....	3
Capitolul 1: Diferențe culturale în negocierea, semnarea și respectarea contractelor între țările UE.....	3
Introducere	3
Partea teoretică – GRECIA	6
Referințe.....	9
Partea teoretică – ROMÂNIA.....	10
Referințe.....	13
Partea teoretică – POLONIA.....	14
Referințe.....	19
Partea teoretică – SCOȚIA	20
Referințe.....	21
Partea teoretică – SLOVENIA.....	22
Referințe.....	25

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.



Această lucrare este licențiată în baza a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Conținut de instruire

Capitolul 1: Diferențe culturale în negocierea, semnarea și respectarea contractelor între țările UE

Introducere

Negocierea este un tip de comunicare între partenerii contractuali cu un scop în minte, un obiectiv convenit de comun acord asupra atingerii. Conceptul de bază al negocierii, ceea ce este negociabil și ce se întâmplă atunci când negociem poate varia foarte mult între culturi. Într-o negociere internațională, părțile implicate trebuie să înțeleagă cultura omologului lor, să le abordeze în conformitate cu limba, obiceiurile, tradițiile, convențiile morale și religioase. Americanii, de exemplu, tind să vadă negocierile ca pe un proces competitiv de oferte și contraoferte, dar japonezii îl văd ca pe o șansă pentru schimbul de informații (BAICU, 2014).

În ceea ce privește Europa, există două tipuri de culturi: culturi monocronice și policronice, iar unii cercetători definesc triada culturală (culturi orientate geografic nord, central și sudic). Tendința în țările europene este spre „Unitatea în diversitate”, care este adecvată pentru viitoarea familie europeană și este definită prin toleranță, înțelegere, alianțe competitive și acorduri reciproc avantajoase.

Călătoriile, rețelele sociale de afaceri, relațiile diplomatice, comerțul electronic, limbile străine, tradițiile locale, obiceiurile, istoria, obiceiurile orientate geografic, cunoștințele de afaceri, legislația și diferențele interculturale sunt toate necesare pentru a încheia acorduri într-o situație reciproc avantajoasă. Indivizii, grupurile, comunitățile, organizațiile și chiar națiunile au valori, credințe și presupuneri diferite care au sens pentru ele (YINGYUSHIIE, 2019).

Patru dimensiuni ale culturii care trebuie luate în considerare în negocierile internaționale

1. Distanța de putere

De exemplu, în Rusia, puterea tinde să fie concentrată în vârf. Executivii sau oficialii guvernamentali pot negocia un acord, doar pentru a-l renegocia de către autoritățile de nivel superior, în timp diferit.

2. Individualism/colectivism

Indivizii, într-o societate, se pot considera individuali sau ca membri ai unui grup legat sau colectiv. Acest proces mental are un impact asupra modului în care sunt organizate societățile și în ce domeniu de aplicare, cum se iau deciziile.

3. Masculinitate/Femininitate

Al treilea factor este cât de mult acceptă societatea trăsăturile tradiționale sau stereotipice masculine și feminine. Agresivitatea și concurența, de exemplu, sunt în mod tradițional trăsături „masculine”, în timp ce accentul pus pe relații și colaborare sunt în mod tradițional trăsături „feminine”. Multe țări scandinave se situează mai bine în ceea ce privește calitatea relațiilor, în timp ce alte culturi se situează mai sus în ceea ce privește concurența.

4. Evitarea incertitudinii

Evitarea incertitudinii se referă la cât de confortabil se simte o persoană într-un mediu nestructurat sau nesigur. Deoarece unele culturi sunt inconfortabile cu ambiguitatea, companiile caută norme și reguli care să le ajute să negocieze. Alte culturi se tem mai puțin de incertitudine și se simt mai confortabil să negocieze.

Negociatorii de afaceri din unele țări, cum ar fi Spania, ar putea semna un contract ca obiectiv principal, dar negociatorii din alte culturi ar putea fi mai interesați să construiască o legătură puternică, pe termen lung, cu omologul lor.

Aceste caracteristici descriu valorile culturale într-un sens larg, și nu toată lumea din fiecare cultură ar fi de acord cu fiecare dintre ele. Cu toate acestea, acestea pot fi definiții generale ale modului în care alte culturi abordează negocierile (Conlon, 2019).

Părți importante ale semnării și respectării unui acord.

Organizațiile pot colabora cu parteneri și clienți din diferite țări, la un moment dat în viitor, pentru a-și extinde rețeaua. Atunci când aveți de-a face cu părți din diferite națiuni, cunoașterea diferențelor culturale vă poate ajuta să dezvoltați acorduri de colaborare pe termen lung și viabile. Atunci când negociați contracte, ignorarea acestor mici variații culturale ar putea duce la rezultate nedorite.

Când se va întâmpla asta? Pentru a fi mai specific, atunci când s-a încheiat contractul, o parte a trecut cu vederea diferențele culturale și și-a adus gândirea la masă, rezultând inevitabilul eșec, mai târziu. Prin urmare, diferențele culturale nu au fost luate în considerare la semnarea contractului la momentul respectiv, ceea ce a dus la ignorarea acestuia.

Clasificarea culturilor pe baza anumitor calități și comportamente este o tehnică pentru a obține o mai bună înțelegere a altor culturi și modul în care aceste informații pot fi aplicate în lumea afacerilor.

Chiar dacă părțile implicate nu provin dintr-o țară vorbitoare de limbă engleză, contractele internaționale sunt scrise în mod obișnuit în limba engleză. Dezavantajul contractelor redactate în limba engleză de către vorbitorii non-nativi este că pot apărea probleme după semnarea contractului, iar una sau mai multe părți pot contesta acordul deoarece nu au înțeles ce semnau (QUILLEN, 2017).

Pentru a evita dezacordurile cu privire la contractele semnate în limba engleză,

părțile pot conveni să renunțe la drepturile lor de a susține că nu au înțeles contractul și că acesta este, prin urmare, invalid. Opțiunea alternativă este de a utiliza limba engleză ca lingua franca în contractele bilingve. Puteți face întotdeauna o combinație a celor două opțiuni.

În plus, atunci când lucrați cu o companie de peste mări, pot exista discrepanțe în modul în care lucrurile sunt tratate legal, precum și în climatul comercial. Din cauza diferențelor de abordare între diferitele sisteme juridice, pot exista diferențe considerabile în ceea ce privește practicile de contractare. Chiar înainte de începerea negocierilor, părțile sunt obligate prin propriile legi, precum și prin legile statelor cărora li se supun celelalte părți, precum și prin orice reglementări internaționale care se pot aplica. Neînțelegerile apar în contractele internaționale într-o varietate de moduri. O parte contractantă sau o națiune poate să nu respecte termenii unui contract, ceea ce duce la un conflict sau o încălcare pe care părțile trebuie să o abordeze imediat. Prin urmare, este important ca procedura de contractare să respecte diferențele culturale ale omologilor și să determine canalele comune de comunicare (de exemplu, limba engleză ca lingua franca) (UpCounsel, 2020). Mai multe informații sunt disponibile la adresa: <https://www.upcounsel.com/international-contracts>

1. Tipuri de diferențe în negociere.

Atunci când negociați, ar trebui să luați întotdeauna în considerare câțiva factori deosebit de importanți, în ceea ce privește persoana cu care vorbește. Limbajul, obiceiurile, tradițiile, preocupările morale și religioase și respectul pot duce la un rezultat pozitiv sau negativ al subiectului de negociere (BAICU, 2014).

2. Dimensiunea culturii europene în negociere.

Cultura europeană are patru dimensiuni culturale diferite care afectează procesul de negociere:

1. Distanța de putere – orientarea concentrării de putere.
2. Individualism/Collectivism – cu privire la modul în care este organizată fiecare societate și la modul în care sunt luate deciziile.
3. Masculinitate/Femininitate – acceptarea trăsăturilor tradiționale sau stereotipice masculine și feminine, în fiecare societate.
4. Evitarea incertitudinii – Cât de confortabilă este fiecare societate, din punct de vedere al ambiguității și incertitudinii, în procedurile de negociere (Conlon, 2019).

3. Diferențe lingvistice și culturale în procedurile de contracte de afaceri.

Barierile lingvistice și culturale duc adesea la situații neplăcute, atunci când semnează și respectă un contract. Importanța adaptării limbii engleze, atunci când se construiește un contract, este imperativă, deoarece lasă puțin loc

neînțelegerilor (QUILLEN, 2017).

Partea teoretică – GRECIA

În Grecia, ca și în alte țări în care piața nu a fost încă pe deplin modernizată, majoritatea companiilor consideră procesul de negociere o „formă avansată de negociere”, iar metodele pe care le folosesc sunt limitate în contexte tradiționale înguste de oameni care cred că sunt negociatori experimentați și competenți. Cu toate acestea, nu ar trebui să trecem cu vederea faptul că există un număr considerabil de companii mari și organizate în Grecia, cu activități de afaceri internaționalizate, care au fost percepute și adaptate la dezvoltarea și tendințele moderne, deoarece au subliniat și au adoptat programe de formare a directorilor lor în domeniul negocierii.

Figura 1 Sursă: D. Ballis Huffingtonpost.gr, 2020

Negociatorii greci preferă contactul personal cu partenerul lor. În timpul cunoașterii, ei dau mâna intens și, de obicei, atunci când există o cunoștință mai veche sau o prietenie, este obișnuit să faci o îmbrățișare prietenoasă. Distanțele pe care le păstrează depind de cât de familiar se simt cu interlocutorul lor, și anume, dacă este primul contact, ei păstrează o distanță fizică scurtă, în timp ce dacă există intimitate, atunci distanța se scurtează și se menține o atitudine mai relaxată. Punctualitatea este de așteptat, dar nu este critică, deoarece partenerul grec ar putea, de asemenea, să întârzie.



Managementul timpului

În Grecia, se preconizează că reuniunile vor avea o agendă predeterminată care enumeră majoritatea subiectelor care urmează să fie discutate. Cu toate acestea, există o anumită flexibilitate, deoarece punctele care nu se află pe ordinea de zi pot fi încă introduse pentru a fi discutate în timpul reuniunii. Discuțiile deschise și un schimb puternic de opinii sunt considerate necesare și deosebit de importante pentru a lua deciziile corecte, ceea ce va duce la acordul

dorit. Este, de asemenea, comun pentru mulți oameni să vorbească în același timp în timpul întâlnirilor, în timp ce sesiunile de pauză fac parte și din ordinea de zi. În plus, reuniunile informale fără o ordine de zi prestabilită pot avea loc zilnic sau săptămânal.

Rolul-cheie pregătirii

Întâlnirile companiilor de top sunt foarte frecvente și, în multe cazuri, sunt ridicate subiecte foarte importante de discuție și negociere, asupra cărora negociatorii ar trebui să aibă nu numai cunoștințe, ci și abilități de negociere. În astfel de negocieri, chiar și cea mai mică greșeală și ambiguitate ar fi fatale, deoarece deciziile luate pot viza o societate, un grup de investiții sau chiar economia națională.

Pregătirea adecvată joacă un rol crucial, nu numai atunci când negociați cu persoane de aceeași naționalitate, ci și între persoane de diferite naționalități (de exemplu, grecii cu italienii și germanii), deoarece adesea o negociere poate porni de la un motiv greșit din cauza „prejudecăților” care însoțesc o țară. Există o tendință în fața negociatorilor străini de a vedea percepțiile și emoțiile care provin din alte subculturi, dar cu o pregătire adecvată, bariera prejudecăților va fi depășită. În plus, ar trebui menționate exemplul grec și progresele înregistrate în ultimul deceniu, după apariția crizei economice din Grecia. Negociatorii respectivi ar trebui să cunoască bine subiectul negocierii, cunoscând toate aspectele acesteia. Motivul care impune cunoașterea excelentă a negocierii pentru un negociator este faptul că atunci când sunt chemați să participe la un proces, ar trebui să fie conștienți de „dorința” și concesiile pe care partea opusă este dispusă să le facă. În acest context, informațiile joacă un rol-cheie în rezultatul fiecărei negocieri; cu toate acestea, ei nu sunt întotdeauna deschiși la partea adversă și chiar dacă se întâmplă, nu este niciodată complet onest (Giannopoulos, 2018).

Semnarea și respectarea contractului, calea greacă

În Grecia, în mod tradițional, acordurile dintre două (sau mai multe) părți au, de obicei, caracteristica cuvântului gură, urmate de o strângere de mână puternică, chiar și în domeniul comerțului. Dar, din moment ce această practică este vagă, atunci când sunt implicate tranzacții cu bani, necesitatea semnării contractului a devenit imperativă.



Sursă: Cecl.gr, 2021

În ceea ce privește proprietatea, relațiile de familie, dreptul penal și contractele, Grecia urmează un sistem de drept civil. Sistemul juridic al Greciei este comparabil cu cel al Austriei, Germaniei, Finlandei și Belgiei.

Majoritatea contractelor comerciale de bază nu necesită o semnătură olografă în conformitate cu legislația elenă. Contractele sunt obligatorii din punct de vedere juridic atunci când două părți încheie un acord, dar una sau ambele părți pot fi obligate să prezinte dovezi suplimentare în instanță.

Sistemele digitale de gestionare a tranzacțiilor pot fi utilizate pentru a oferi dovezi ale unui contract existent, în conformitate cu articolul 445 din Codul de procedură civilă elen (PandaDoc, 2022).

Cetățenii și întreprinderile pot semna acum – rapid și gratuit – toate documentele și contractele cu o semnătură digitală, eliminând necesitatea ca semnăturile să fie certificate personal la un Centru de servicii pentru cetățeni (KEP), potrivit unui guvern online. Mai multe despre acest serviciu pot fi găsite la: <http://docs.gov.gr/>. Documentele semnate digital sunt apoi salvate online și pot fi tipărite sau trimise agenției guvernamentale competente (Gct & Bureau, 2021).

Referințe

BAICU, MARIANA (2014). Diferențele culturale Europene vs. Negocierile de stil german și românesc. *Jurnalul Internațional pentru Educație și Cercetare pentru Inovare*, 2(5), 51-57. <https://doi.org/10.31686/ijer.vol2.iss5.184>

Ballis, D. (2020). *Concursul de negocieri studentești Panhellenic*. Accesat de la https://www.huffingtonpost.gr/entry/panellenios-foitetikos-diayonismos-diapraymateeseon_gr_5e5a24c2c5b6450a30bee40b.

CECL (2021). *cecl.gr*. Accesat la <https://www.cecl.gr/en/category-seminars/2021/02/11/may-18-2021-modern-forms-of-contracts-in-the-internal-european-market-and-the-upcoming-reforms-of-the-greek-legislation/>.

Christianopoulou, A. (2012). *Gestionarea sistematică a negocierilor în cadrul proiectelor: studiu de caz pentru două lucrări de construcții*. [H synthmatikh diaxeirish twn diapragmateusewn sta erga: Meleth periptwshs dyo kataskeuastikwn ergwn, T.E.I. din Larissa]. ir.lib.uth.gr

Conlon, D. (2019). *Diferențele culturale internaționale pot afecta negocierile*. Michiganstateuniversityonline.com. Accesat la 2 februarie 2022, de la <https://www.michiganstateuniversityonline.com/resources/leadership/how-international-cultural-differences-can-affect-negotiations/>

GCT & Bureau, A. (2021, 19 noiembrie). *Guvernul grec lansează serviciul de semnătură digitală pentru toate documentele personale*. Vremea Orașului Grec. Accesat în 8 februarie 2022, de la <https://greekcitytimes.com/2021/11/20/digital-signature-service-greece/>

Giannopoulos, D. (2018). *Strategia negocierilor în sectorul economic, juridic și politic*. [H strathgikh twn diapragmateusewn ston oikonomiko, nomiko kai politiko tomea, Universitatea din Makedonia]. Dspace.lib.uom.gr

Contracte internaționale: Tot ce trebuie să știi. În UpCounsel. (2020, octombrie). Accesat în 2 februarie 2022, de la <https://www.upcounsel.com/international-contracts>

Quillen, R. (2017, 20 martie). *Importanța dimensiunilor culturale în negocierile contractuale*. LinkedIn. Accesat în 2 februarie 2022, de la <https://www.linkedin.com/pulse/considering-culture-contract-negotiations-reinhold-quillen/>

Influența culturii asupra negocierii: Perspective manageriale (2019). Accesat în 2 februarie 2022, de la: <http://www.yingyushijie.com/business/detail/id/3960/category/49.html>

Care sunt legile privind semnăturile electronice în Grecia? PandaDoc. (2022). Accesat în 8 februarie 2022, de la: <https://www.pandadoc.com/electronic-signature-law/greece/>

Rolul Greciei în estul Mediteranei: O conversație cu Nikos Dendias (2021), din: <https://www.youtube.com/watch?v=bhdaIk1nfxc>

Negocierea este o necesitate și o preocupare zilnică în afaceri. Scopul unei negocieri nu este doar de a finaliza o tranzacție, ci adesea de a obține o soluție tehnică sau organizațională optimă, o valoare adăugată substanțială, precum și o maximizare a rezultatului tranzacției. În economie, majoritatea oamenilor de afaceri sunt hotărâți să folosească negocierea pentru a-i influența pe alții pentru a atinge anumite obiective personale. De fapt, negocierea sau armonizarea opțiunilor nu este doar comună, ci și esențială pentru a trăi într-un mediu social. Procesul de comunicare implicat în negocierile economice este puternic influențat de ceea ce numim „cultură” în general și „cultură de afaceri” în special. Cei care nu sunt familiarizați cu „regulile jocului” de afaceri vor fi întotdeauna dezavantajați în competiția lor cu concurenții. Fiecare cultură are propriile tradiții și obiceiuri și, în funcție de acestea, pot fi identificate abordări diferite ale unei negocieri. Negociatorii fiecărei culturi preferă în mod natural să-și dezvolte propriile abilități, să-și formeze propriul „stil” și să-și promoveze punctele forte, mai degrabă decât să adopte abordări străine, ceea ce poate duce la vulnerabilități.

Cu toate acestea, în România există anumite particularități. Ca și în alte țări, și aici, tipul de negociator reprezentativ depinde în mod evident de caracteristicile companiilor de la care emană. Micile întreprinderi capitaliste formate de asociație, care a apărut după revoluția românească, au propulsat un fel de negociator bazat în principal pe propria lor intuiție și înclinații personale, în absența unei adevărate culturi antreprenoriale. Exponenții fostelor întreprinderi de stat, transformate în societăți comerciale și apoi privatizate, au devenit puternic detașate de tipul de „negociere supravegheată” și „liberă” practică înainte de 1989, când reprezentanții politici și represivi au arătat interferențe directe în toate negocierile. Controlul performanței de negociere a celorlalți membri ai echipei. Stilul comunist a fost puternic birocratic și de multe ori cu tonuri politice. Din păcate, politicienii noului val nu au scăpat de astfel de preocupări și sunt încă profund viciați de interferențele lor cu mecanismele normale de funcționare ale întreprinderilor publice. În aceste condiții, există un „stil românesc” de negociere? Nu credem că acest lucru s-a întâmplat în cei treizeci de ani de la introducerea economiei de piață, acest domeniu fiind, ca și alte secvențe ale societății românești, într-o continuă explorare și căutare a sensului, pentru a-și dobândi propria identitate, sub impactul concurenței externe care, cel puțin în primii ani, s-a dovedit a fi copleșitoare. În economia românească găsim mai degrabă un amalgam de stiluri de negociere, bazate în principal pe „împrumuturi”, adoptate și adaptate în raport cu eficacitatea lor dovedită sau percepută.

Cu toate acestea, să evidențiem câteva particularități:

Potrivit Mariane Baicu (DIFERENȚE CULTURALE ÎNCRUCIȘATE EUROPENE VS. NEGOCIERI DE STIL GERMAN ȘI ROMÂNESC – DOI: <https://doi.org/10.31686/ijier.vol2.iss5.184>), profilul negociatorului român este diferit la nivel regional.

Zona centrală, vestică, nordică	Zona sudică
---------------------------------	-------------

<p>Relații și respect</p> <ul style="list-style-type: none"> — extrem de precaut, apar destul de rezervat, continua încet — foarte de încredere, respectarea promisiunilor — axat pe certitudine și profesie, plan — axat pe timp și ordine conservator, conformist, creativ — nesiguranță, ambiguitate și risc necalificat — relațiile dintre întreprinderi 	<p>Relații și respect</p> <ul style="list-style-type: none"> — foarte, suspicios, expansiv, gură mare și vorbire rapidă neîncrederea, schimbarea de multe ori a promisiunilor lor în funcție de context — axat pe oportunități și chilipiruri — axate pe pericol și pe individ social, inovator, oportunist ușor cu incertitudine, ambiguitate și risc necalificat — relațiile dintre indivizi
<p>Negociere, atitudini și stiluri</p> <p>angajamentul pe termen lung respectuos și de încredere</p> <ul style="list-style-type: none"> — poziție superioară 	<p>Negociere, atitudini și stiluri</p> <p>angajamentul pe termen scurt egoistă, neîncredere, complicată</p> <ul style="list-style-type: none"> — poziția de negociere

<ul style="list-style-type: none"> – stil rigid – mintea îngustă – axat pe proprietate 	<ul style="list-style-type: none"> – stilul schimbător – mintea deschisă – axat pe „probleme individuale”
<p>Etapele negocierii</p> <p>pași lenti</p> <ul style="list-style-type: none"> – abordare metodică și atent <p>planificată</p>	<p>Etapele negocierii</p> <p>pași mai rapizi</p> <ul style="list-style-type: none"> – abordare provocatoare și <p>neplanificată</p>

- În IMM-urile românești, „proprietarul”, deținătorul drepturilor majoritare, este implicat în negocieri de afaceri, chiar dacă nu deține în mod oficial o poziție de conducere. El/ea depășește adesea obstacolele organizaționale prin impunerea autorității managerilor desemnați, care vor ezita întotdeauna să ia decizii importante în aceste condiții. De-a lungul timpului, această realitate a fost percepută de negociatorii străini, care arată o anumită nesiguranță cu privire la respectarea deciziilor comune atunci când au de-a face cu directori sau cu alți reprezentanți desemnați. Prin urmare, nu este neobișnuit ca partenerii străini să solicite confirmarea formală a acordurilor de către angajatori și, în special, pentru angajatori să semneze contracte.

- Când vine vorba de negocieri importante din punct de vedere strategic, este mai important să alegem liderul echipei (care trebuie să fie „demn de încredere”) mai degrabă decât structura acestuia. Chiar și în companiile în care sunt distribuite sarcini de conducere, liderul va fi persoana care va controla procesul de negociere, uneori încurajând membrii echipei să aducă anumite contribuții în negocieri. Formarea profesională a liderului nu este foarte importantă. Acest rol poate fi jucat la fel de bine și de persoanele de natură financiară, comercială și, mai puțin frecvent, de cei care provin din producție. Se consideră adesea că negociatorii buni provin de la cei care și-au petrecut primii ani de formare profesională în lumea afacerilor și nu în lumea universitară.

- Numai oamenii cheie ar trebui să stea la masa negocierilor. Eficacitatea acordurilor va fi mai mare atunci când membrii conducerii organizațiilor sunt implicați în negocieri și simt – într-un anumit sens – rezultatele negocierilor ca fiind obținute și de ei.

Modul în care acționează negociatorii români duce la un tip de „negociere” care poate fi evidențiat ca fiind mai degrabă cooperantă decât „conflictuală”. Ei vor încerca adesea să evite controversele acide, deturnând subiectul sau introducând momente de relaxare a atmosferei.

- Negociatorii străini se pot aștepta ca elementul cel mai disputat al negocierii să fie tranzacția de preț, disputa privind caracteristicile tehnice ale ofertei, calitatea sau performanța acesteia fiind mai puțin intensă. Spre deosebire de alți parteneri, negociatorii români consideră că factorul financiar este elementul esențial, o prioritate pentru succesul negocierilor. Această insistență de preț poate sugera partenerilor străini existența unor dificultăți financiare perpetue

care influențează comportamentul liderilor români implicați în luarea deciziilor.

- Pozitiile ofensive, mimica, atitudinea, limbajul corpului sau tonul nu sunt neaparat atuuri folosite si rareori fac parte din arsenalul negociatorilor romani. Le este greu să se detașeze de relațiile personale, adică rareori vor prefera să încheie tranzacții cu parteneri care nu le acordă un minim de considerație personală. Motto-ul „Eu sunt eu și eu sunt cel mai bun” nu este al lor! Negociatorul român nu are, a priori, încredere în partenerii săi. Ei trebuie să ofere motive pentru a avea încredere. Este entuziasmat de noile proiecte care îi sunt prezentate și este gata să profite de toate oportunitățile pe care le oferă organizației.

- Adesea, prea multă socializare externă și întârzieri repetate pot duce la instalarea unui climat de nemulțumire în echipa adversă. Acțiunile protocolare se materializează prin invitații la restaurante și oferirea de cadouri, acestea fiind preocupate prea mult de salvarea aparențelor.

- Companiile românești consolidate, care au contacte frecvente cu corporațiile, au imprumutat „subtilități” ale negocierii lor. Negociatorii străini nu vor putea întâlni aici, ca acum câțiva ani, tipul de negociator confuz, într-un impas permanent din care nu știe cum să iasă, nici pe cel indecis, care nu știe ce și când să decidă. În prezent, noii negociatori români din acest segment de întreprinderi se confruntă cu atitudinea dominantă a liderilor companiilor occidentale puternice. Încet, în locul negociatorului român permisiv, a apărut unul mai convingător care nu acceptă atât de ușor poziția de înfrângere. Ideea sa de bază are, de asemenea, unele inserții morale care sunt afișate partenerului, pentru a convinge că negocierea trebuie să ducă la un avantaj reciproc.

Referințe

Beudean, Ioan (2013) – *Studii de economie aplicată* – Editura Casa Cărții de Știință – Cluj Napoca

Hindle, T. (2001) – *Cum să negociem*, Grupul Editorial RAO, [23, p. 38]

Kennedy, Gavin (2001), citat de Gh. MECU – *Tehnica negocierii în afaceri*, Editura Genicod, București, [44, p. 32]

MECU, Gh. (2001) – *Tehnica negocierii în afaceri*, Editura Genicod, București [44, p. 32]

Baicu, M. (2014) *Diferențe CULTURALE CROSS EUROPENE VS. GERMAN ȘI NEGOTIAȚII STILE ROMÂNE* - DOI: <https://doi.org/10.31686/ijer.vol2.iss5.184>

Partea teoretică – POLONIA

De unde să începem?

Una dintre problemele de bază este verificarea veridicității și corectitudinii datelor clientului cu care intenționăm să încheiem un contract. Cercetarea în acest domeniu permite o evaluare adecvată nu numai a credibilității, ci mai ales a solvabilității posibile a viitorului contractant. Registrul instanțelor naționale (KRS) și Registrul central și informațiile privind activitatea economică (CEIDG) funcționează, de asemenea, în Polonia, unde puteți verifica date precum:

- denumirea entității,
- detalii cu privire la partenerii companiei,
- datele persoanelor care reprezintă o anumită entitate;
- date privind situațiile financiare prezentate;
- informații privind separarea bunurilor,
- informații privind procedurile de faliment în curs.

Cu toate acestea, trebuie reținut faptul că datele care apar în registre nu sunt întotdeauna actualizate sau adevărate. Adesea, motoarele de căutare pe Internet oferă informații mult mai precise (adică mai actualizate) în această privință, deci merită să cautăm pe "google" viitorul contractant. Acest lucru se aplică atât datelor în sine, cât și opiniilor despre o anumită entitate.

Ce trebuie să faceți și ce să vă amintiți pentru a semna un contract fructuos cu un antreprenor polonez? Cum să intri cu succes pe piața poloneză? Iată câteva sfaturi importante care vă vor fi utile atunci când stabiliți primele relații de afaceri, negociați contracte sau semnați acorduri de cooperare.

Contracte la recomandare

Recomandările Word-of-mouth (din gură-în gură) sunt foarte importante în Polonia, iar selectarea unui anumit contractant este adesea determinată de faptul că a fost recomandată de un prieten de afaceri. Este bine să aveți o scrisoare de referință și să câștigați succesiv încrederea pieței prin recomandări reciproce.

Cooperarea cu o entitate mare – nu vă descurajați!

Cooperarea cu companiile mari începe de obicei cu o întâlnire cu un angajat de rang inferior și numai după un anumit timp poate avea loc o întâlnire, de exemplu, cu consiliul de administrație al unei anumite societăți. Aceasta este o tactică comună în corporațiile occidentale care operează și în Polonia. Întâlnirea cu o persoană de rang inferior este, de asemenea, foarte importantă, deoarece datorită recomandării sale, este posibil să continuați să lucrați cu o anumită companie.

O întâlnire față în față este cheia încrederii în afacerile poloneze.

În ciuda progreselor tehnologice enorme, inclusiv în mediul de afaceri, contactul direct cu un potențial partener de afaceri este încă neprețuit în Polonia.

Cum să vă pregătiți pentru o întâlnire de afaceri cu un potențial partener de afaceri din Polonia?

Iată câteva dintre cele mai importante fapte pe care trebuie să le țineți minte în timp ce vă pregătiți pentru prima întâlnire care ar putea duce la un contract fructuos.

Polonezii fac foarte rar afaceri cu oameni pe care nu-i cunosc personal. De aceea este atât de important să avem o întâlnire față în față. Detaliile și pașii următori pentru cooperare pot fi determinate prin e-mail sau telefon. În domeniul afacerilor din Polonia, există o nevoie puternică de a crea un fel de încredere între partenerii de afaceri, care nu poate fi realizată numai prin contact virtual. Dacă propuneți crearea unei societăți mixte, cel mai probabil veți fi invitat în Polonia. Amintiți-vă că în Polonia primele impresii sunt foarte importante; este foarte probabil ca, în cazul în care prima întâlnire are loc într-o atmosferă relaxată, va fi semnat un contract.

Punctualitate

Punctualitatea la întâlniri este foarte apreciată în Polonia. Merită să ajungem la întâlnire la ora convenită. Întârzierea nu este privită cu ochi buni, deși pot exista ocazii în care s-ar putea să trebuiască să ne așteptăm rândul din cauza unor întârzieri. Cu toate acestea, de partea noastră este să facem o primă impresie bună și să eliminăm astfel posibilitatea de a întârzia.

O strângere de mână și un zâmbet sunt suficiente.

Întâlnirea începe de obicei cu o strângere de mână puternică, cu un zâmbet politicos; acesta este un comportament tipic atât pentru bărbați, cât și pentru femei. Sunt momente în care doamnele își pot da din cap politicos. Este important să ne amintim că sărutarea mâinilor de sex feminin nu este folosită acum și chiar ridiculizată. Un principiu similar al non-sărutului se aplică așa-numitelor sărutări masculine, încă populare în unele părți ale Europei de Est. De aici regula de aur nr. 1 – fără sărutări, ci o strângere de mână fermă și un zâmbet.

Cum să vă adresați în timpul întâlnirii? – numele persoanelor.

Adresarea corectă este încă destul de comună în Polonia. Vă rugăm să folosiți formule politicoase adecvate. În general, la începutul întâlnirii, gazda prezintă invitatul colegilor săi. Chiar dacă nu folosește titluri, amintește-ți să nu chemi oamenii pe nume decât dacă ești invitat să faci acest lucru. În cadrul relațiilor

formale, polonezii folosesc numele de familie cu „dl.” sau „dna.” (dl Kowalski, doamna Kowalska). Din păcate, unii oameni cer ca ei să fie numiți cu titlurile lor profesionale sau academice. Prin urmare, cel mai bine este să ne amintim să aplicăm titluri corespunzătoare profesorilor universitari, medicilor, altor persoane care ocupă poziții importante în educație, majorității oficialilor (în special diplomaților), medicilor și clerului.

Cadouri

Rețineți că, deși darurile sunt binevenite, ele ar trebui să fie doar simbolice și să nu fie supraevaluate. Darurile prea sofisticate și scumpe pot fi asociate cu corupția cu care Polonia s-a luptat de-a lungul anilor și la care este acum prea sensibilă.

La ce să acordați atenție atunci când vorbiți?

Un alt sfat important este să acordați atenție discuțiilor mici. Chiar la începutul întâlnirii, imediat după salut, se obișnuiește să se facă cunoștință pe scurt, ceea ce reprezintă începutul construirii încrederii reciproce și a simpatiei între viitorii parteneri de afaceri. Deci, este important ca mica discuție să dureze atât timp cât gazda are nevoie de ea, el este moderatorul acestei întâlniri. Cu toate acestea, este bine să fim vigilenți și pregătiți în mod corespunzător pentru a trece fără probleme la subiecte mai detaliate legate de cooperarea viitoare.

Merită să ne amintim că în Polonia se percepe negativ un nivel ridicat de auto-protecție sau supra-încredere. Onestitatea, integritatea, cunoștințele și experiența sunt apreciate, iar rezultatele acțiunilor ar trebui să ofere dovezi ale valorii și abilităților.

Nu vă lăudați, dar este o idee bună să pregătiți câteva propoziții sau cuvinte în poloneză; este o modalitate foarte bună de a sparge prima gheață și de a stârni simpatie. Ca parte a discuțiilor mici, există, de asemenea, întrebări despre familie sau despre ultima vacanță. Cu toate acestea, sunt întrebări oficiale și sunt un exemplu standard de întrebări de rutină. Potrivit unui sondaj recent, viața de familie este de departe cea mai importantă valoare pentru polonezi cu o sănătate bună, integritate, o carieră de succes și liniște sufletească.

Este imperativ să ne amintim regula de aur ca să nu mai vorbim de subiecte politice, religioase sau sociale. Acestea sunt subiecte extrem de sensibile și pot înstrăina un potențial partener de afaceri.

Polonezii poartă discuții de afaceri într-o manieră deschisă și directă, deși se argumentează că la începutul relației lor au recurs la instrumente diplomatice. Afacerile sunt tratate serios în Polonia, deci nu trebuie să exagerați cu excesul de glume și veselie, ci mai degrabă să vă concentrați asupra detaliilor și profesionalismului. Atmosfera conversației ar trebui, desigur, să fie prietenoasă,

dar nu plină de comunicare veselă. Trecerea la o atmosferă mai relaxată durează, de obicei, mai mult decât este, de exemplu, în relațiile de afaceri din sudul Europei.

În plus față de câteva fraze în limba poloneză, pentru un început bun, merită să vă înarmați cu date importante și date statistice de-a lungul discuției oficiale. Polonezii iubesc faptele și foarte rar iau decizii de afaceri bazate pe emoții. Pentru a convinge partenerii polonezi cu privire la oferta depusă, este absolut necesar să o sprijinim cu cifre, cercetări sau o previziune bine justificată.

Încrederea în numere, și nu în emoții, este, de asemenea, legată de faptul că polonezilor nu le place riscul, nici în afaceri. În timpul negocierilor, este mai bine să subliniem faptul că necooperarea poate aduce unele pierderi și poate prezenta un risc, decât să promitem beneficii în viitorul îndepărtat.

Oamenii de afaceri polonezi sunt negociatori ușori spre medii. Amânarea contractului până la limită sau jocul ia-l sau lasă-l, nu este stilul lor. Polonezii cred că, dacă vă consumați timpul, merită să semnați un contract. Vechea zicală britanică „Un Domn nu vorbește despre bani” este extrem de populară în Polonia și poate îngreuna să vorbească direct despre bani și să negocieze. Stai pe loc, dar fii răbdător și nu amenința să renunți la contract.

După prima întâlnire

Merită să se creeze un rezumat al ceea ce a fost convenit sau discutat în timpul discuțiilor imediat după reuniune. Un astfel de rezumat scris ar trebui trimis, de preferință, prin e-mail participanților la reuniune. Tot ceea ce s-a convenit în cursul procesului de negociere ar trebui să fie consemnat și prezentat ambelor părți în această formă, înainte de a se face următorii pași de cooperare. Numai contractele orale sunt rare și rareori înlocuiesc contractele scrise și pot da naștere la numeroase neînțelegeri și întreruperi ale cooperării.

Cel mai bine este să negociezi și să semnezi un contract în două întâlniri. Prima ar trebui tratată ca o prezentare introductivă a ipotezelor de cooperare. Să acorde timp pentru o analiză a nevoilor și a modului în care dispozițiile acordului sunt puse în aplicare de ambele părți. Desfășurarea succesivă a întâlnirii în cadrul căreia va fi semnat contractul final. Desigur, între timp, este posibil să se prezinte schițe ale contractului, domeniul său de aplicare, prin e-mail sau apeluri telefonice.

Sfârșitul întâlnirii – rămas bun

Dacă sfârșitul întâlnirii decurge într-o atmosferă plăcută și prietenoasă, înseamnă probabil că semnarea contractului va avea loc. Merită să ne amintim că la sfârșitul sau la începutul conversației, sunt schimbate cărți de vizită; este important să le luați cu voi la întâlnire.

Cele mai importante elemente ale unui contract

Contractul trebuie să specifice exact ceea ce privește (așa-numitul obiect al contractului), cuantumul remunerației și data executării specificate în contract. Cu alte cuvinte, contractul trebuie să răspundă în mod clar la întrebările:

- „Cine?”,
- „Ce?”,
- „Când?”
- și „Cât de mult?”.

Este extrem de important să ne amintim că părțile din contract definesc așa-numita competență judiciară. Aceasta înseamnă că părțile convin asupra legii care se va aplica contractului încheiat. Din păcate, majoritatea antreprenorilor cred în mod eronat că nu au nicio influență asupra alegerii legii sau nu sunt conștienți de existența unei astfel de posibilități. În același timp, trebuie amintit că acesta este unul dintre aspectele-cheie ale oricărui contract încheiat de antreprenori din două țări diferite. Trebuie amintit că un posibil proces va avea loc, de exemplu, în Polonia, ceea ce înseamnă că acesta se va desfășura în limba poloneză și se va baza pe sistemul juridic polonez. Acest lucru, la rândul său, este adesea asociat cu necesitatea de a angaja un avocat polonez și cu costuri suplimentare. Nu trebuie uitat să se stabilească instanța competentă în fața căreia va avea loc un eventual proces.

Desigur, o chestiune importantă în contractul cu un antreprenor străin este, de asemenea, moneda în care vor fi soluționate serviciile furnizate sau bunurile vândute în străinătate. Două aspecte sunt importante aici – însăși selectarea monedei ca atare (PLN, euro, dolari sau altă monedă) și metoda de conversie a acestei monede.

O altă problemă este stabilirea limbii în care contractul va fi întocmit și încheiat. Este cel mai sigur atunci când contractul este încheiat într-una dintre limbile internaționale (cel mai adesea engleza, dar și spaniola sau franceza). O altă soluție utilă este încheierea contractului în limbile țărilor de origine ale antreprenorilor (de exemplu, poloneză și germană). Cu toate acestea, într-un astfel de caz, ar trebui să se indice care versiune lingvistică este decisivă în cazul unor discrepanțe în traducerea dispozițiilor contractuale individuale.

De asemenea, merită luată în considerare includerea unei clauze de confidențialitate în contract. Este recomandabil atunci când cooperarea dintre antreprenori implică divulgarea de informații care constituie un secret de afaceri. Un astfel de secret poate fi, de exemplu, un proces tehnologic, soluții juridice aplicate sau prețuri oferite pentru servicii sau bunuri individuale. Confidențialitatea este asigurată prin introducerea unei sancțiuni contractuale pentru încălcarea sa.

Înregistrarea așa-numitelor sancțiuni contractuale este destinată să acopere prejudiciul cauzat în cazul neexecutării de către una dintre părți a unei dispoziții indicate în mod specific în contract. Prejudiciul este acoperit prin plata unei sume fixe de bani. Important este că, în cazul stipulării unei penalități contractuale în contract, partea care solicită plata penalității de la contractantul său nu este obligată să dovedească amploarea prejudiciului suferit. Singura condiție pentru cerere este încălcarea de către cealaltă parte a dispoziției (sau a dispozițiilor) conținute în contract.

Clauza incoterms este utilizată în comerțul internațional. Aceasta se referă la răspunderea părților la un anumit contract și la asumarea riscului. Notarea incoterms specifică, printre altele, modul și locul de livrare a mărfurilor, asigurarea acestora sau aspectele legate de transportul acestora.

Uneori, este, de asemenea, o soluție bună pentru a utiliza o clauză de nereexportare. Această clauză interzice destinatarului să exporte bunurile pe alte piețe fără consimțământul furnizorului. Această clauză este utilizată cel mai adesea în cazuri legate de existența unor diferențe mari de preț pe piețele de vânzare individuale.

O siguranță în vremuri incerte este utilizarea clauzei de impreviziune, care permite renegocierea clauzelor contractuale în cazurile în care, din cauza unui eveniment neprevăzut, îndeplinirea în continuare a obligațiilor contractuale devine neprofitabilă pentru ambii antreprenori.

Pentru a vă asigura fondurile investite în cooperare, vă puteți gândi, de asemenea, la crearea așa-numitului cont de garanție. Acesta este un tip special de cont bancar utilizat pentru decontarea numerarului. Acest cont poate asigura fonduri în tranzacțiile între antreprenorii care tocmai au început cooperarea. Fondurile plătite în acest tip de cont sunt acordate numai la îndeplinirea obligațiilor specificate în contract.

Referințe

<https://www.biznesowerewolucje.com/roznice-kulturowe-biznes/>
<https://businessculture.org/eastern-europe/poland/business-etiquette/>
<https://culturalatlas.sbs.com.au/polish-culture/polish-culture-business-culture>
<https://www.protocolww.com/8-culture-tips-for-doing-business-with-poland/>
<https://culture.pl/en/article/how-to-survive-a-business-meeting-with-poles>

Partea teoretică – SCOȚIA

Regatul Unit este format din patru părți: Anglia, Țara Galilor, Scoția și Irlanda de Nord. Reformele din anii 1980 și tendința de globalizare au zguduit credințele tradiționale și atitudinile de afaceri. La fel ca în majoritatea țărilor anglo-saxone, dreptul comun în Regatul Unit se bazează pe interpretare. Există un set de reguli, legislația scrisă și există interpretarea normelor numite jurisprudență. https://www.contractorcalculator.co.uk/contract_law_signing_contracts_esp_contractor.aspx

La următorul link puteți găsi informații detaliate privind încheierea de acorduri în Regatul Unit, coplăți ale Regatului Unit și informații care ar trebui luate în considerare în procesul de încheiere a acordurilor.

Negocierea afacerilor internaționale – Regatul Unit:
<http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/UnitedKingdom.pdf>

Potrivit www.simmons-simmons.com, legislația engleză nu include o obligație de bună-credință în negocierile contractuale. Negocierile precontractuale nu sunt, în general, obligatorii din punct de vedere juridic pentru părți și, în general, oricare dintre părți poate încheia negocierile ori de câte ori dorește acest lucru.

În conformitate cu legislația engleză, principiul general este că o persoană care a primit informații confidențiale nu trebuie să profite în mod necuvenit de acestea.

În conformitate cu legislația engleză, o persoană nu poate utiliza informațiile confidențiale în mod arbitrar. Cu toate acestea, pentru a oferi claritate, cele două părți încheie, de obicei, acorduri de confidențialitate adecvate. Este foarte important ca acordurile de confidențialitate să fie elaborate cu atenție de ambii membri, deoarece o promisiune este obligatorie din punct de vedere juridic numai dacă este executată ca un act sau dacă promisiunea este susținută de considerație. În cazul în care oricare dintre părți încalcă promisiunea de confidențialitate și cealaltă parte poate dovedi că a suferit un prejudiciu ca urmare a acestei încălcări, aceasta poate solicita despăgubiri.

În plus, nu există nicio obligație de exclusivitate în temeiul legislației engleze, astfel încât părțile pot fi obligate să anexeze separat un acord de exclusivitate. Și în acest caz, se aplică cele de mai sus. De asemenea, acordul nu ar trebui să aibă o durată nedeterminată.

Textele obligatorii din punct de vedere juridic în temeiul legislației engleze trebuie să conțină intențiile de bază ale părților, de exemplu, obiectul tranzacției, prețul, durata etc. Cu toate acestea, trebuie avut în vedere faptul că un document care conține detalii ale unei tranzacții și termenii acesteia poate constitui un acord obligatoriu din punct de vedere juridic (cel puțin în cazul în

care nu există dispoziții specifice care să specifice statutul său neobligatoriu din punct de vedere juridic) (Simmons & Simmons). (Simmons & Simmons) (<https://www.simmons-simmons.com/en/features/pre-contractual-obligations/ck10mcovz5sxr0b23r0a2b6ce/pre-contractual-obligations-uk>)

Acordurile privind comisioanele de întrerupere sunt, în general, interzise în cazul preluărilor de către societăți publice cărora li se aplică Codul de preluare din Regatul Unit. Cu toate acestea, acestea sunt observate într-o serie de preluări și achiziții private cărora nu li se aplică codul (<https://www.simmons-simmons.com/en/features/pre-contractual-obligations/ck10mcovz5sxr0b23r0a2b6ce/pre-contractual-obligations-uk>)

În Regatul Unit există Legea privind drepturile consumatorilor din 2015, care protejează consumatorii în contextul acordurilor, astfel încât clauzele contractuale și alertele să nu fie abuzive și să pună clientul într-un dezavantaj abuziv. Pe acest site, puteți găsi mai multe informații despre taxele excesive și pedepsele disproporționate, anularea contractului, drepturile instituționale și modificarea condițiilor contractuale.

În cele din urmă, ghidul de aici este, de asemenea, un instrument important și util pentru negocierea contractelor și dreptul contractual relevant.

Referințe

Cum să scrieți contracte corecte: informații pentru întreprinderi. (2016, 23 martie). GOV.UK. <https://www.gov.uk/guidance/how-to-write-fair-contracts>
Katz, L. (2008). *Negocierea afacerilor internaționale – Regatul Unit.*

Leadership Crossroads.

<http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/UnitedKingdom.pdf>

Contractor Calculator (2010, noiembrie 1) [www.Contractorcalculator.Co.Uk](http://www.contractorcalculator.co.uk).

<https://www.contractorcalculator.co.uk/contract-law-signing-contracts-expat-contractor.aspx>

O prezentare generală a obligațiilor precontractuale în legătură cu Regatul Unit. (n.d.). Simmons & Simmons.

<https://www.simmons-simmons.com/en/features/pre-contractual-obligations/ck10mcovz5sxr0b23r0a2b6ce/pre-contractual-obligations-uk>

Orientări privind clauzele contractuale abuzive. (2008, septembrie). Biroul de comerț echitabil.

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284426/oft311.pdf

Eticheta întâlnirilor

Întâlniri de afaceri în Slovenia

Slovenii iau o întâlnire de afaceri foarte în serios și se pregătesc pentru ea cu atenție. Ei se așteaptă ca partenerul să fie pregătit să prezinte produsele, serviciile și oferta și să poată răspunde la orice întrebări suplimentare.

Prima întâlnire este dedicată cunoașterii reciproce și, chiar dacă nu este necesară o agendă strictă, obiectivele ar trebui formulate în mod clar. Lunile iulie și august ar trebui evitate, deoarece majoritatea slovenilor își iau vacanțele de vară în această perioadă, iar întreprinderile pot fi închise sau pot lucra cu personal redus.

Importanța întâlnirilor de afaceri

Ierarhia este o parte esențială a mediului de afaceri sloven, iar nivelul de educație și de experiență al unei persoane este important pentru statutul și progresul în carieră. Oamenilor li se acordă respectarea titlului și poziției lor în cadrul ierarhiei de afaceri. Managerii sloveni sunt obișnuiți cu un stil occidental de management și afaceri.

La prima întâlnire, este obișnuit pentru sloveni să facă schimb de cărți de vizită. Ar trebui să vă asigurați că cartea dvs. include titlurile academice și poziția dvs. la locul de muncă, astfel încât să vă puteți prezenta în mod corespunzător.

De regulă, o primă întâlnire nu urmează o agendă exactă, ci servește ca o introducere generală, astfel încât ambele părți să se cunoască și să determine dacă există suficient potențial pentru o cooperare utilă.

De obicei, este nevoie de o serie de reuniuni înainte de a se ajunge la un acord, deoarece majoritatea companiilor slovene sunt ierarhice, iar cele mai importante decizii sunt luate de conducere. Puterea de luare a deciziilor este rareori delegată oricui de sub conducere, iar afacerile de familie sunt forma de întreprindere cu cea mai rapidă creștere.

Procesul de negociere

Negocierile din Slovenia sunt un fel de a da și a lua. Pentru a obține o situație reciproc avantajoasă, ar trebui să le arătați slovenilor avantajele dumneavoastră personale și antreprenoriale, astfel încât afacerea să aibă o mare șansă de succes.

În cadrul negocierilor, managerii generației mai în vârstă preferă, de obicei, să-și ia timpul necesar pentru a lua o decizie. De asemenea, nu le place să fie grăbiți și resping comportamentul agresiv de negociere; de asemenea, preferă să vorbească cu o persoană din grupa lor de vârstă. Deși nu au un atașament emoțional, ei încearcă să creeze o atmosferă prietenoasă și să fie plini de umor.

Managerii generației tinere tind să fie mai orientați spre vest, deoarece mulți dintre ei și-au făcut studiile postuniversitare în Europa de Vest sau America, iar stilul lor de negociere este mai american decât sloven.

Atunci când se prezintă, este important să se asigure că toate cercetările au fost efectuate pentru a oferi un argument valabil și convingător, care să ofere motive întemeiate pentru a atrage slovenii să participe. Un punct cheie îl reprezintă beneficiile parteneriatului pentru compania gazdă. Pentru a-și susține reputația, slovenii vor furniza o listă de referințe de la partenerii lor de afaceri și se așteaptă să furnizați referințe din partea propriilor parteneri, dacă este posibil.

Negocierile cu sectorul public durează, de obicei, mai mult decât cu sectorul privat. Alți factori esențiali pentru încheierea contractelor sunt calitatea produselor sau serviciilor și flexibilitatea negocierilor privind prețurile.

Odată ce s-a ajuns la un acord verbal, slovenii se vor aștepta ca un contract scris să fie întocmit cu termenii și condițiile detaliate în întregime, pentru ca acordul să devină oficial.

Sfaturi pentru întâlniri de afaceri

Gazdele slovene se așteaptă ca partenerii lor să vină pregătiți și încrezători, fără nicio preconcepție și să se comporte într-un mod modest. Orice opinie ar trebui să fie prezentată, dar nu forțată, să ofere reprezentanților sloveni suficiente oportunități pentru a-și exprima propriile idei și moduri de a privi lucrurile. Egalitatea, respectul și deschiderea sunt esențiale la masa negocierilor (Passport to Trade 2.0, 2019).

Semnarea contractelor

Acordurile de afaceri de succes și negocierile cu partenerii de pe piețele externe culminează cu încheierea și semnarea unui acord comercial internațional.

Contractarea poate fi plină de multe capcane ascunse și greșeli.

Diferențele se vor găsi:

- în legislația fiecărei țări,
- în dreptul contractual,
- în reglementarea juridică.

Regulile Convenției de la Viena se aplică automat încheierii unui contract internațional de vânzare. În cazul în care părțile contractante nu doresc acest lucru, acestea trebuie să excludă în mod expres dispozițiile CISG.

Elemente esențiale ale unui contract de vânzare

La încheierea contractelor de achiziție, acordați o atenție deosebită următoarelor aspecte:

- obiectul contractului este definit cu precizie
- adresa exactă a cumpărătorului pentru facturare, adresa de livrare a bunurilor
- metoda și condițiile de plată a mărfurilor și stabilirea instrumentelor de garanție de plată

- specificarea parității Incoterms
- în funcție de paritatea aleasă, ar trebui specificate obligațiile privind exportul (țara vânzătorului) și vămuirea la import a mărfurilor (țara cumpărătorului)
- tipul de transport al mărfurilor și asigurarea de transport (valoarea acoperirii în caz de pierdere sau deteriorare a mărfurilor)
- metoda de ambalare a produselor
- soluționarea litigiilor, legislația națională aplicabilă

Încheierea de contracte internaționale

Un contract comercial internațional bine elaborat și încheiat este un instrument juridic excelent pentru optimizarea repartizării riscurilor de afaceri între părțile contractante!

Elaborarea prealabilă a unui contract internațional ar trebui să fie efectuată de experți juridici care ar trebui să fie familiarizați cu normele juridice ale țării străine și de către juriști care cunosc bine obiectul contractului.

Este necesar să verificați dacă partenerul nostru de afaceri este o persoană impozabilă și are un număr fiscal valabil. Un contract poate fi încheiat oral, în scris, implicit sau prin acte implicite, dar în practică, pentru toate tranzacțiile majore, contractul este de obicei încheiat numai în scris.

Un contract între părțile de afaceri se formează atunci când partea care acționează în calitate de ofertant primește confirmarea de la cealaltă parte de afaceri că acceptă oferta sa și atunci când ambele părți convin asupra tuturor elementelor esențiale ale contractului. De asemenea, acestea trebuie să convină asupra elementelor neesențiale.

Locul și momentul încheierii contractului sunt deosebit de importante pentru stabilirea legii aplicabile.

Locul încheierii contractului este locul în care societatea, în calitate de ofertant, își are sediul social la momentul semnării (SPIRIT Slovenia, agenție publică, 2008-2022).

Respectarea contractelor

Societățile slovene respectă, în aproape toate cazurile, contractele, termenii și condițiile acestuia. Cooperarea economică internațională este esențială pentru Slovenia, întrucât exporturile reprezintă peste 80 % din PIB-ul acesteia. Astfel, companiile slovene nu își pot permite să aibă o reputație proastă și, prin urmare, venituri mai mici, deoarece depind în mare parte de piața externă.

Referințe

BSH (2022). *Conformitate & Angajamente*. BSH. <https://www.bsh-group.com/about-bsh/compliance-commitments>

Pașaport pentru comerț 2.0. (2019). *Pașaport pentru comerț 2.0*. <https://businessculture.org/southern-europe/business-culture-in-slovenia/meeting-etiquette-in-slovenia/>

Spirit Slovenia, agenție publică. (2008-2022). *Gospodarske pogodbe*. Agenția pentru Dezvoltarea Afacerilor Spirit Slovenia.
<https://www.izvoznookno.si/mednarodno-trgovanje/gospodarske-pogodbe/>
Termoelektrarna Brestanica. (2022). *Etični kodeks*. Termoelektrarna Brestanica.
<https://www.teb.si/si/o-druzbi/eticni-kodeks/>