

بازرگانی بین الملل تئوری ها و کاربردها

(با، ویکرد مدیریت صادرات و واردات)

انتتر رحیم محترم

دکتر رضانه پیری سوادکوهی



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۵

www.ketab.ir

- سرشناسه: محترم، رحیم، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور: بازرگانی بین الملل (تئوری ها و کاربردها) با رویکرد مدیریت صادرات و واردات -
مشخصات نشر: رحیم محترم، رضا نصیری سوادکوهی
مشخصات ظاهری: تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۵.
شابک: ۲۹۰ ص:، جدول.
۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۳۶-۱
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۸۷] - ۲۹۰.
موضوع: بازرگانی بین المللی
موضوع: International trade
شناسه افزوده: نصیری سوادکوهی، رضا، ۱۳۶۶ -
شناسه افزوده: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگره: HF۱۳۷۹/م۲۶ب۲۱۳۹۵
رده بندی دیویی: ۳۸۲
شماره کتابشناسی ملی: ۴۴۷۸۷۶۴



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

بازرگانی بین الملل تئوری ها و کاربردها

دکتر رحیم محترم، دکتر رضا نصیری سواد کوهی

مدیر هنری و طراح جلد: پاشا دارابی

صفحه آرایی: علی سراجی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۳۶-۱

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، نبش کوچه

همدان، شماره ۱۲۰۶ | تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹-۰۲۱

WWW.CPPC.IR



فهرست مطالب

پیشگفتار	یازده
----------	-------

فصل اول، مفاهیم بازرگانی بین الملل

مقدمه	۳
تجارت بین الملل	۴
بازرگانی بین الملل	۵
کسب و کار بین الملل	۶
اقتصاد بین الملل	۸
خلاصه و جمع بندی	۹

فصل دوم، تئوری های بازرگانی بین الملل

مقدمه	۱۳
تئوری های مربوط به سطح ملت ها	۱۴
مرکانتیلیسم ها	۱۵
تئوری برتری مطلق	۱۷
تئوری برتری نسبی	۱۹
تئوری وفور عوامل تولید (تئوری هکشر، آهلین)	۲۰
تئوری سیکل جهانی محصولات	۲۰
تئوری پیشتاز بودن	۲۲
تئوری مزیت رقابتی ملت ها	۲۳
سیاست صنعتی ملی	۲۶
تئوری تجارت جدید	۲۷
تئوری های مربوط به سطح شرکت ها	۲۸
فرآیند بین الملل سازی کسب و کارها (مدل بین المللی سازی آپسالا)	۲۸
کارآفرینی بین الملل	۳۲
تئوری مزیت انحصاری	۳۵

۳۵	تئوری درونی سازی
۳۶	پارادایم انتخابی دانینگ
۳۸	تئوری شبکه
۴۱	خلاصه و جمع بندی

فصل سوم، فرآیند صادرات و عملکرد صادراتی

۴۵	مقدمه
۴۵	فرآیند صادرات
۴۶	تحقیقات بازار برای انتخاب بازارهای هدف
۴۶	طراحی و اجرای یک برنامه بازاریابی مناسب
۴۷	دریافت مجوزهای مورد نیاز
۴۷	قرارداد فروش
۴۷	دریافت وجه
۴۸	بیمه
۴۸	بازرسی
۴۹	حمل
۴۹	ترخیص
۵۰	خدمات پس از فروش
۵۰	عملکرد صادراتی
۵۱	عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی
۵۵	استراتژی های ورود و حضور در بازار
۵۸	عملکرد صادراتی
۵۸	معیارهای سنجش عملکرد صادراتی
۵۹	عملکرد مالی
۶۰	عملکرد استراتژیک
۶۴	رضایت مدیران از عملکرد صادراتی
۶۴	خلاصه و جمع بندی

فصل چهارم، فرآیند واردات

۶۹	مقدمه
۶۹	بازارشناسی
۷۱	منبع یابی

۷۵	مذاکره و مکاتبه برای خرید و فروش
۷۶	صدور پروفرما
۷۷	ثبت سفارش کالا و اخذ مجوزهای ورود
۷۷	پرداخت بین المللی
۷۸	بیمه حمل و نقل
۷۸	بازرسی کالا و استاندارد اجباری
۷۸	حمل و نقل بین المللی
۷۹	امور گمرکی و ترخیص کالا
۷۹	خلاصه و جمع بندی

فصل پنجم، بازاریابی بین الملل

۸۳	مقدمه
۸۴	مرحله ۱: تحقیقات بازار برای انتخاب بازارهای هدف
۸۵	گام ۱: بررسی شرایط محیط کلان کشورهای مورد نظر
۸۹	گام ۲: بررسی شرایط بازار کشورهای مورد نظر
۹۲	گام ۳: بررسی شرایط رقابت در بازار مورد نظر
۹۴	مرحله ۲: طراحی و اجرای برنامه بازاریابی مناسب
۹۵	بخش بندی، هدف گذاری و جایگاه یابی (STP)
۹۵	بخش بندی
۹۶	هدف گذاری
۹۹	جایگاه یابی
۹۹	آمیخته بازاریابی
۱۰۸	بودجه بازاریابی
۱۰۹	فروش
۱۱۰	خدمات پس از فروش
۱۱۳	خلاصه و جمع بندی

فصل ششم، اسناد بازرگانی بین الملل

۱۱۷	مقدمه
۱۱۸	پیش فاکتور (PI)
۱۲۳	فاکتور یا سیاهه تجاری
۱۲۳	اسناد حمل (بارنامه و راهنامه)

۱۳۰	گواهی مبدأ
۱۳۱	گواهی بازرسی
۱۳۳	لیست عدل‌بندی
۱۳۴	خلاصه و جمع‌بندی

فصل هفتم، اینکوترمز

۱۳۷	مقدمه
۱۳۷	اتاق بازرگانی بین‌الملل
۱۳۸	اینکوترمز
۱۴۰	اینکوترمز ۲۰۱۰
۱۴۷	قواعد حذف شده در اینکوترمز ۲۰۱۰
۱۴۹	اینکوترمز چه کاری انجام می‌دهد
۱۵۰	نکات اساسی در استفاده از اینکوترمز
۱۵۲	انتخاب بهترین قاعده اینکوترمز
۱۵۳	خلاصه و جمع‌بندی

فصل هشتم، بیمه

۱۵۷	مقدمه
۱۵۷	بیمه
۱۵۹	بیمه حمل و نقل کالا
۱۶۱	کلوز C
۱۶۱	کلوز B
۱۶۲	کلوز A
۱۶۴	شرایط مشترک در بیمه‌نامه‌های کلوز A، B و C
۱۶۷	اصول اساسی حاکم بر قراردادهای بیمه
۱۷۰	پرداخت خسارت
۱۷۱	خلاصه و جمع‌بندی

فصل نهم، روش‌های پرداخت بین‌الملل

۱۷۵	مقدمه
۱۷۵	حساب باز (تسیه)
۱۷۶	پیش‌پرداخت

۱۷۷	پرداخت براساس وصولی ها یا برات
۱۸۱	اعتبار اسنادی
۱۸۵	انواع اعتبارات اسنادی
۱۹۴	سیستم سوئیفت
۲۰۱	روش تعهد پرداخت بانکی
۲۰۲	عوامل مؤثر بر انتخاب روش پرداخت
۲۰۵	خلاصه و جمع بندی

فصل دهم، حمل و نقل بین الملل

۲۰۹	مقدمه
۲۰۹	انواع روش های حمل و نقل بین المللی
۲۱۰	حمل و نقل دریایی
۲۱۲	حمل و نقل جاده ای
۲۱۲	حمل و نقل هوایی
۲۱۲	حمل و نقل ریلی
۲۱۲	حمل و نقل مرکب
۲۱۳	عاملین اصلی حمل
۲۱۳	فورواردر
۲۱۴	حمل کننده
۲۱۴	روش های مختلف بسته بندی کالا
۲۱۷	خلاصه و جمع بندی

فصل یازدهم، قرارداد بین الملل

۲۲۱	مقدمه
۲۲۲	انواع قرارداد های بین المللی
۲۲۳	قرارداد خرید و فروش بین الملل
۲۲۸	نمونه قرارداد خرید و فروش بین الملل
۲۳۲	خلاصه و جمع بندی

فصل دوازدهم، گمرک

۲۳۵	مقدمه
۲۳۵	سیستم هماهنگ شده

۲۴۲	رویه های گمرکی
۲۴۳	رویه های ورودی
۲۴۷	رویه کالاهای صدوری
۲۴۹	سایر رویه ها
۲۵۱	مجوز ثبت سفارش کالا
۲۵۳	فرآیند ترخیص کالا
۲۵۴	مراحل قبل از اظهار
۲۵۶	مرحله اظهار کالا
۲۶۷	ارزیابی و کنترل کالای اظهار شده
۲۷۴	بازبینی و اقدامات بعد از ترخیص
۲۷۵	سایر مباحث مربوط به گمرک
۲۸۴	خلاصه و جمع بندی
۲۸۷	منابع

www.ketaboo.ir

پیشگفتار

رشد بازرگانی بین‌المللی پس از پایان جنگ جهانی دوم چشمگیر بوده است. آمار سازمان تجارت جهانی نشان می‌دهد تجارت بین‌المللی فقط در حوزه کالا در سال ۲۰۱۵ نزدیک به ۲۰ هزار میلیارد دلار بوده. کارآمدی بازرگانی بین‌المللی باعث توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته کاملاً روشن و بدیهی در نظر گرفته می‌شود. به همین سبب است که سیاست‌گذاران و دولتمردان در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه مشتاقانه در پی یافتن مسیرهایی برای تسهیل بیشتر بازرگانی بین‌المللی هستند. با این وجود در برخی از کشورهای کمتر توسعه‌یافته سیاست‌گذاران آید تردید به بازرگانی بین‌المللی و خصوصاً واردات می‌نگرند. واقعیت آن است که تئوری‌های بازرگانی بین‌المللی به طور گسترده‌ای از تسهیل بازرگانی بین‌المللی حمایت می‌کنند. بازرگانی بین‌المللی از آن طرف با افزایش کیفیت و کاهش هزینه‌ها منافع مصرف‌کنندگان را تامین می‌کند، و از طرف دیگر تولیدکنندگان کمک می‌کند تا رقابت‌پذیر شده و محصولات خود را به بازارهای گسترده جهانی عرضه کنند؛ بازرگانی بین‌المللی همچنین به دولت‌ها کمک می‌کند تا با اخذ مالیات بیشتر، رفاه و عدالت را در جامعه گسترش دهند.

نویسندگان کتاب با باور به این موضوع که توجه بیشتر به بازرگانی بین‌المللی منجر به بهبود وضعیت اقتصادی کشور منجر شود، اقدام به نگارش این کتاب نمودند. کتاب حاضر در ریحرد تئوری و عملی را به طور هم‌زمان دنبال می‌کند. به عبارت دیگر هدف کتاب آشنایی خواننده با مفاهیم تئوری و عملی بازرگانی بین‌المللی است. بخش تئوریک کتاب تلاش می‌کند تبیین کاملی از بازرگانی بین‌المللی ارائه نماید. بررسی طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌های اقتصاددانان و نظریه‌پردازان حوزه بازرگانی بین‌المللی گواه این مدعا است. بررسی این تئوری‌ها می‌تواند برای خواننده تصویر کلانی از موضوع ایجاد کرده و بینش لازم برای درک عمیق و تحلیل در این حوزه را فراهم آورد. این تئوری‌ها می‌توانند ارزش بازرگانی بین‌المللی برای توسعه جامعه را روشن نمایند. این موضوع خصوصاً در کشور ما ضروری به نظر می‌رسد، چرا که مخالفت با بازرگانی بین‌المللی و خصوصاً واردات در بین قشرهای مختلف دولتی، تولیدکنندگان و حتی مصرف‌کنندگان مشهود است.

با این وجود بررسی تئوری ها به تنهایی نمی تواند راه گشا باشد و لازم است دیدگاه عملی و اجرایی به بازرگانی بین الملل داشت. بر همین اساس در این کتاب تلاش شده با رویکرد فرآیندی به جنبه عملی بازرگانی بین الملل نیز پرداخته شود. برای دستیابی به این هدف، دیدگاه ما تمرکز بر فرآیند صادرات و واردات است. بر همین اساس در کتاب تلاش شده تا فرآیند واردات و صادرات به شیوه ای روشن و عملی تشریح و تبیین شود.

برای دستیابی به این اهداف، در فصل نخست به تعریف مفاهیم کلیدی در حوزه اقتصاد بین الملل پرداخته می شود. فصل دوم به موضوع تئوری های بازرگانی بین الملل اختصاص یافته است. در این فصل مطالب تئوری های مهم بازرگانی بین الملل ارائه شده است. از فصل سوم مطالب با رویکرد عملیاتی ارائه می گردند. در فصل چهارم موضوع صادرات مطرح شده؛ و در فصل چهارم بر فرآیند واردات تمرکز شده است. فصل پنجم به خصوصیات بازاریابی بین الملل و فصل ششم به موضوع اسناد در بازرگانی بین الملل اختصاص یافته؛ اینکوترمز، فصل هفتم و ییمه محور فصل هشتم این کتاب خواهد بود. روش های پرداخت و حمل و نقل بین الملل، رضوان رسول نهم و دهم کتاب هستند. فصول یازدهم و دوازدهم نیز به موضوعات قرارداد بین الملل و ترخیص و امور مرکی پرداخته اند.

... و اما سخن پایانی؛ بازخورد صبرانه و فکریانه؛ متون علمی خارج از ایراد نیستند و هیچ نویسنده ای نمی تواند ادعا کند که کاری بدون نقص ارائه نموده؛ ما نیز از این قاعده مستثنی نیستیم. با وجود تلاش بسیاری که برای نگارش این کتاب صورت شده، خود را از دریافت بازخورد بی نیاز نمی دانیم، لذا از خوانندگان گرامی درخواست داریم تا نظرات خود را در خصوص این کتاب، از طریق پست الکترونیکی، با ما در میان بگذارند. همچنین فایل های تکمیلی مرتبط با کتاب و موضوع بازرگانی بین الملل در سایت www.mcsway.com در دسترس خوانندگان، علاقه مندان و فعالان حوزه بازرگانی بین الملل است.

دکتر رحیم محترم
rmohartaram@yahoo.com

دکتر رضا نصیری سوادکوهی
Reza57.nasiri@gmail.com