

# سیستم های خرید، انبارداری و توزیع

نویسنده: علی حیدری  
دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی

انتشارات پژوهشگر برتر

تهران ۱۳۹۷

|                        |                                                      |
|------------------------|------------------------------------------------------|
| سرشناسه :              | حیدری، علی، ۱۳۵۹-                                    |
| ن و ان و نام پدیدآور : | سیستم‌های خرید، انبارداری و توزیع/نویسنده علی حیدری. |
| مشخصات نشر :           | تهران: پژوهشگر برتر، ۱۳۹۷.                           |
| مشخصات ظاهری :         | ۹۴ص.                                                 |
| شابک :                 | ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۹۷-۱۲-۷ : ۲۵۰۰۰۰ ریال                      |
| وضعیت فهرست نویسی :    | فیا                                                  |
| مادداست :              | کتابنامه.                                            |
| موضوع :                | خرید (کالا و خدمات) -- مدیریت                        |
| موضوع :                | Purchasing -- Mananemei...                           |
| موضوع :                | انبارداری                                            |
| موضوع :                | Warehouses -- Mananemei...                           |
| موضوع :                | توزیع کالا                                           |
| موضوع :                | Physical distribut... of goods                       |
| رده بندی کنگره :       | ۴۵۳۰۵/ج۵ : ۲۹۷                                       |
| رده بندی دیویی :       | ۷۳/۶۵۸                                               |
| شماره کتابشناسی ملی :  | ۵۴۳۰۳۴۵                                              |

نشانی مرکز نشر: تهران، کدپستی ۱۷ ۱۶۶۷۹۷۸

دفتر مرکزی نشر: ۳۳۱۸۶۵۲۹، ۳۳۱۷۴۸۰۷، دورنگر: ۳۳۱۶۹۴۶

W\_Site: [www.bookpb.ir](http://www.bookpb.ir)

E\_mail: [info@bookpb.ir](mailto:info@bookpb.ir)

نام کتاب: سیستم های خرید، توزیع و انبارداری

نویسنده: علی حیدری

طراح جلد: محبوبه سربندی فراهانی

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قطع کتاب: وزیری

صفحه آرا: محمدحسین عین‌الهی

نوبت و سال چاپ: اول ( ۱۳۹۷ )

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۹۷-۱۲-۷

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب برای مؤلف و ناشر محفوظ است.

## فهرست مطالب

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| فصل اول: نقش مدیریت خرید در بازرگانی و اقتصاد ایران و سازمان ها..... | ۹  |
| تفکر سیستمی.....                                                     | ۱۰ |
| تعریف سیستم.....                                                     | ۱۰ |
| سیر انواع تفکر بشری.....                                             | ۱۰ |
| دوره اول: تفکر خطی، ادراک شنیداری.....                               | ۱۱ |
| دوره دوم: تفکر سیستمی، ادراک نوشتاری.....                            | ۱۱ |
| دوره سوم: تفکر سیستمی، ادراک بصری.....                               | ۱۱ |
| دوره چهارم: تفکر هوشمند، ادراک چندجانبه.....                         | ۱۲ |
| انواع سیستم ها.....                                                  | ۱۲ |
| الف: سیستم های مکانیکی.....                                          | ۱۲ |
| ب: سیستم های ارگانیکی.....                                           | ۱۲ |
| ج: سیستم های اجتماعی.....                                            | ۱۳ |
| نگاه سیستمی به پدیده های اجتماعی.....                                | ۱۳ |
| الف: نگاه سیستمی به اقتصاد : مدل چهاربخشی اقتصاد.....                | ۱۳ |
| ب: نگرش سیستمی به تجارت : زنجیره تامین.....                          | ۱۴ |
| نقش مدیریت خرید در بازرگانی و اقتصاد ایران و سازمان ها.....          | ۱۶ |
| فصل دوم: قیمت، منبع، کیفیت، زمان و مقدار مناسب.....                  | ۱۷ |
| آمیخته خرید چیست ؟.....                                              | ۱۸ |
| ماتریس قیمت - کیفیت.....                                             | ۱۸ |
| قیمت گذاری اقتصادی.....                                              | ۱۸ |

|    |                                         |
|----|-----------------------------------------|
| ۱۹ | قیمت گذاری نفوذی.....                   |
| ۱۹ | قیمت گذاری اسکیمینگ.....                |
| ۲۰ | قیمت گذاری بالا یا پرمیوم.....          |
| ۲۱ | منبع مناسب.....                         |
| ۲۱ | زمان مناسب.....                         |
| ۲۲ | کیفیت مناسب.....                        |
| ۲۵ | فصل سوم: مذاکره.....                    |
| ۲۶ | فرایند مذاکره.....                      |
| ۲۶ | عوامل موثر بر قدرت چانه زنی خریدار..... |
| ۲۷ | مراحل زمانی مذاکرات تجاری.....          |
| ۲۷ | فرایند کامل یک مذاکره تجاری موفق.....   |
| ۲۸ | حفظ آرامش در طول مذاکرات.....           |
| ۲۹ | تکنیک های مذاکرات تجاری موفق.....       |
| ۳۱ | تاکتیکهای مذاکرات تجاری موفق.....       |
| ۳۱ | رابطه فرهنگ و مذاکره.....               |
| ۳۷ | فصل چهارم: قرارداد.....                 |
| ۳۸ | عناصر اصلی قراردادهای خرید.....         |
| ۴۱ | مدت قرارداد (مهلت اجرای قرارداد).....   |
| ۴۵ | سیاهه تجاری.....                        |
| ۴۷ | صورت بسته بندی.....                     |
| ۴۷ | پرفرما (Proforma).....                  |

|    |       |                                              |
|----|-------|----------------------------------------------|
| ۴۸ | ..... | بارنامه                                      |
| ۴۸ | ..... | سیاهه بازرگانی یا فاکتور تجاری               |
| ۴۹ | ..... | گواهی مبدا ساخت کالا                         |
| ۴۹ | ..... | لیست بسته بندی                               |
| ۴۹ | ..... | سند بیمه                                     |
| ۵۱ | ..... | فصل چهارم: اعتبارات اسنادی                   |
| ۵۴ | ..... | ضمانت نامه های ارزی                          |
| ۵۷ | ..... | فصل پنجم: منافعه و مزایای تجارت              |
| ۵۸ | ..... | انواع مختلف روش های خرید                     |
| ۶۱ | ..... | مراحل کلی انجام معاملات/خرید خارجی (واردات)  |
| ۶۲ | ..... | ثبت سفارش در وزارت بازرگانی                  |
| ۶۳ | ..... | ترخیص کالا از گمرکات                         |
| ۶۵ | ..... | فصل ششم: پرداخت بین المللی و اعتبارات اسنادی |
| ۶۶ | ..... | مراحل انجام صادرات                           |
| ۶۸ | ..... | نقش های اصلی مدیریت خرید                     |
| ۶۹ | ..... | نقش های سنتی خریدار                          |
| ۶۹ | ..... | مهمترین اطلاعات مرتبط با بخش خرید            |
| ۷۱ | ..... | فصل هفتم: بیع متقابل                         |
| ۷۲ | ..... | تاریخچه تجارت متقابل                         |
| ۷۳ | ..... | انواع تجارت متقابل                           |
| ۷۴ | ..... | مهمترین ویژگی های قراردادهای بیع متقابل      |



|    |                                                               |
|----|---------------------------------------------------------------|
| ۷۶ | ..... معایب قراردادهای بیع متقابل                             |
| ۷۷ | ..... نمونه قرارداد بای بک در صنعت نفت                        |
| ۷۹ | ..... فصل هشتم: اینکوترمز                                     |
| ۸۰ | ..... EXW (EX works) تحویل در محل کار (محل تعیین شده)         |
| ۸۰ | ..... FCA تحویل به حمل کننده (در محل تعیین شده)               |
| ۸۱ | ..... FAS (تحویل در کنار کشتی)                                |
| ۸۱ | ..... FOB تحویل روی عرشه رنار تعیین شده)                      |
| ۸۲ | ..... CFR هزینه و کرایه حمل (در مقصد تعیین شده)               |
| ۸۶ | ..... CIF هزینه، بیمه و کرایه حمل (در مقصد تعیین شده)         |
| ۸۷ | ..... CPT کرایه حمل پرداخت شده تا مقصد تعیین شده)             |
| ۸۸ | ..... CIP کرایه حمل و حق بیمه پرداخت شده در مقصد تعیین شده)   |
| ۸۸ | ..... DAT                                                     |
| ۸۹ | ..... DAP                                                     |
| ۹۰ | ..... DDP تحویل با پرداخت عوارض و حقوق گمرکی (مقصد تعیین شده) |
| ۹۱ | ..... فهرست منابع                                             |