
تجارت خدمات

واردات و صادرات خدمات فنی

صادرات خدمات فنی، مهندسی، گردشگری، حمل و نقل، خرید خدمات حمل و نقل، راه اندازی و تست ماشین آلات، مراحل خرید و صادرات خدمات فنی، بازاریابی خدمات، استراتژی ورود به بازار خدمات فنی، مهندسی، Bench Marking در خدمات فنی

ایرج زینال زاده



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۶

سرشناسه:

عنوان و نام پدیدآور:

مشخصات نشر:

مشخصات ظاهری:

شابک:

وضعیت فهرست نویسی:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

زینال زاده، ایرج، ۱۳۲۵ -

تجارت خدمات (واردات و صادرات خدمات فنی) / ایرج زینال زاده

تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۶.

۱۳۳ ص.: مصور، جدول، نمودار.

۹-۵۸۵-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

فیفا

صادرات و واردات -- بازاریابی

Export marketing

خدمات مشتری

Customer services

صادرات و واردات -- توسعه و ترویج

Foreign trade promotion

ت ۳۱۳۹۶ / ۹۷۴ / ۱۶ HF۱۴۱۶

۸۴۸ / ۶۵۸

۵۰۵۱۶۶۶

تالمنه تالمنه

رمنه تالمنه تالمنه تالمنه



شرکت چاپ و نشر نازانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازاریابی

تجارت خدمات (واردات و صادرات) شرکت فنی

نویسنده: ایرج زینالزاده

مدیر هتری: پاشا دارابی

صفحه آرای: سولماز دمندانی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۸۵-۹

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

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتراز بلوار کشاورز، نبش کوچه همدان، شماره

۱۲۰۶ | تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱

ایمیل: info@c PPC.ir

WWW.CPPC.ir



فهرست مطالب

۹	مقدمه
	بخش اول: کلیات، ماهیت خدمات Nature of Service، استراتژی های توسعه اقتصادی، صادرات
	خدمات گردشگری و پزشکی
۱۴	ماهیت خدمات
۱۵	ویژگی های امور خدماتی
۱۵	تعدیل عناصر ماهیت خدمات (Over Coming Services Characteristics)
۱۸	اهمیت تجارت خدمات - رشد اقتصادی
۱۹	تجارت خدمات - سازمان جهانی تجارت (WTO)
۲۰	طبقه بندی خدمات
۲۱	ابزارهای دستیابی به اطلاعات در مورد تجارت خدمات
۲۱	اشتغال زایی در بخش خدمات
۲۲	موقعیت حوزه های بخش خدمات
۲۴	صادرات پزشکی، پرسودترین تجارت کوبا
۲۹	آثار اقتصادی و اجتماعی گردشگری
۲۹	جایگاه و اهمیت گردشگری
۳۳	نگاهی به سند چشم انداز ۱۴۰۴ ایران در حوزه گردشگری
۳۴	مقایسه ایران و کشورهای منتخب در حوزه گردشگری
۳۷	نتیجه گیری
۳۹	آمار صادرات خدمات ایران

۴۰	صادرات خدمات
۴۰	ویژگی های کسب و کار بین المللی خدمات
۴۰	رشد اقتصادی
۴۱	استراتژی توسعه صنعتی - رشد اقتصادی
۴۱	آرزیابی استراتژی توسعه صنعتی
۴۴	تحلیلات رشد اقتصادی سال ۱۳۹۵

بخش دوم: بازاریابی خدمات Marketing Service

۴۸	آمیخته بازاریابی خدمات 8P
۴۸	بازاریابی خدمات
۶۰	چارچوب تصمیم گیری در مورد خدمات
۶۱	روش های قیمت گذاری خدمات
۶۲	سه پایه قیمت گذاری
۶۲	هزینه های پرداختی بابت خدمات (از دیدگاه مشتری)
۶۳	کالا و خدمات اصلی و تکمیلی
۶۴	اجزا و ویژگی های خدمات اصلی و تکمیلی
۶۹	تلفیق بازاریابی با مدیریت عملیاتی و منابع انسانی
۷۳	طبقه بندی خدمات تکمیلی
۷۹	سفارش پذیری و تعهد انجام و تحویل خدمت یا کالا
۸۱	خدمات استثنایی

بخش سوم: الگوبرداری Benchmarking

۸۶	BENCHMARKING
۸۹	مراحل الگوبرداری Bench Marking
۹۸	خدمات شرکت های حمل و نقل هوایی

بخش چهارم: استراتژی صدور خدمات فنی و مهندسی

۱۰۴	استراتژی تجارت خدمات در ایران
۱۰۴	مفاهیم استراتژی
۱۰۵	انواع استراتژی
۱۰۶	ماموریت سازمان Mission
۱۰۷	طراحی استراتژی

بخش پنجم: فرایند صدور خدمات فنی و مهندسی

۱۱۴	فرایند صادرات خدمات
۱۱۵	ضمانت نامه (Guarantee)
۱۱۶	ضمانت نامه ارزی (Letter of Guarantee)
۱۱۸	انواع ضمانت نامه ارزی مورد استفاده در صدور خدمات فنی و مهندسی

بخش ششم: خرید خارجی خدمات فنی (خدمات مشاوره، کارشناسان خارجی، نصب و راه اندازی دستگاه ها، تست موتور، تعمیر و ...) از طریق اعتبار اسنادی، حواله ارزی

۱۲۶	واردات خدمات از طریق گشایش اعتبار اسنادی و حواله ارزی
۱۳۱	واردات (خرید) خدمت از طریق ثبت سفارش برات اسنادی ارزی
۱۳۲	برات اسنادی دیداری

۱۳۳ منابع و مراجع

مقدمه

تجارت خدمات، انقلاب در رشد اقتصادی

رشد خدمات، موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. اشتغال‌زایی در بخش خدمات نسبت به دیگر بخش‌ها، مانند کشاورزی یا صنعتی سریع‌تر گسترش می‌یابد و نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی را می‌کشد.

رشد اقتصادی ایران در سال‌های (۷۱ تا ۹۰) با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی همواره در نوسان بوده است. رشد اقتصادی ملکی به درآمد نفت ریسک‌پذیر است.

راهکار توسعه صنعتی به منظور رشد اقتصادی هشت درصد طراحی شده بود.

رشد اقتصادی در طول برنامه از طریق رشد صنعتی فاصله زیادی گرفته است.

موتور محرکه رشد اقتصادی، از طریق توسعه صنعتی امکان‌پذیر نبوده، کاهش

سرمایه‌گذاری خارجی، داخلی موجب کاهش رشد اقتصادی توسعه صنعتی بوده است.

ایرج زینال‌زاده

زمستان ۱۳۹۶