

بسمه تعالی

# صادرات

فرایند، موانع، و راه کارها

نویسنده:

داوود خانی

مربی گروه مدیریت دانشگاه پیام نور

|                     |                                                         |
|---------------------|---------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | خانی، داوود، ۱۳۵۹ -                                     |
| عنوان و نام پدیدآور | صادرات، فرایندها، موانع و راهکارها/ نویسنده داوود خانی. |
| مشخصات نشر          | مشهد: ارسلان، ۱۳۹۶.                                     |
| مشخصات ظاهری        | ۸۴ ص. ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.                                  |
| شابک                | ۱۰۰۰۰۰ ریال ۴-۳۶-۵۴۲۰-۶۰۰-۹۷۸:                          |
| وضع فهرست نویسی     | فیا                                                     |
| موضوع               | صادرات                                                  |
| موضوع               | Exports                                                 |
| موضوع               | ادرات -- ایران                                          |
| موضوع               | Export -- Iran                                          |
| رده بندی کنگره      | ۱۳۹۶ ۲ ص ۲/۴/۱۴۱ IF                                     |
| رده بندی دیویی      | ۳۸۲                                                     |
| شماره کتابشناسی ملی | ۴۸۲۱۱۹۰                                                 |



انتشارات ارسلان

صادرات، فرایند، موانع و راهکارها  
تالیف: داوود خانی  
طراحی جلد: کانون آگهی و تبلیغاتی نقش نو  
قطع: رقعی، ۸۸ صفحه  
شمارگان: ۲۰۰ جلد  
نوبت چاپ: اول، چاپخانه دانشگاه فردوسی مشهد  
قیمت: ۱۰/۰۰۰ تومان

شابک: ۴-۳۶-۵۴۲۰-۶۰۰-۹۷۸

۱ ..... پیش گفتار

۳ ..... فصل اول صادرات، حرکت در مسیر توسعه

۳ ..... صادرات و جهانی شدن

۴ ..... انگیزه‌ها و منافع صادرات

۵ ..... صادرات در ایران

۹ ..... فصل دوم فرایند صادرات

۱۱ ..... صادرات و ادغام آن

۱۱ ..... صادرات کالا

۱۳ ..... صادرات خدمات

۱۵ ..... تشریح فرایند صادرات

۱۸ ..... فرایند صادرات

۱۸ ..... فعالیت‌های بازاریابی و عقد قرارداد با مشتری

۱۹ ..... فعالیت‌های بازرگانی (ارسال محصور به مشتری)

۲۶ ..... فصل سوم نهادها و سازمان‌های متولی امور اداری - خدماتی صادرات

۲۷ ..... وزارت بازرگانی

۲۷ ..... گمرک

۲۷ ..... اتاق تعاون و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن

۲۸ ..... سازمان استاندارد و سایر سازمان‌های گواهی دهنده

۲۸ ..... شرکت‌های ارتباطی (شرکت‌های مخابراتی و پستی)

۲۹ ..... مراجع حل و فصل اختلافات بین‌المللی

۲۹ ..... بهره‌گیری از نظر کارشناس

۲۹ ..... سازش

۳۰ ..... رسیدگی در دادگاه

۳۰ ..... داوری

۳۰ ..... شرکت‌های حمل و نقل

۳۰ ..... حمل و نقل دریایی

۳۰ ..... حمل و نقل زمینی

|    |                                                |
|----|------------------------------------------------|
| ۳۱ | حمل و نقل هوایی                                |
| ۳۱ | مؤسسات بازرسی                                  |
| ۳۲ | انتقال دهندگان وجه کالای صادر شده به داخل کشور |

## فصل چهارم عوامل مؤثر بر عملیات صادرات

|    |                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------|
| ۳۳ | بررسی نظر کانفر و آرمسترانگ                                     |
| ۳۵ | مشکلات داخلی                                                    |
| ۳۶ | مشکلات بین‌المللی                                               |
| ۳۶ | تعرفه‌ها                                                        |
| ۳۶ | سیاهه تعرفه‌ها                                                  |
| ۳۷ | ایزازه‌ها غیر تعرفه‌ای                                          |
| ۳۷ | پایین بودن ارزش و تولید اقلام صادراتی                           |
| ۳۷ | افزایش تقاضای داخلی و پایین بودن سطح تولید برخی اقلام صادراتی   |
| ۳۷ | مشکلات مربوط به نیروی انسانی                                    |
| ۳۷ | عدم امکانات، تسهیلات و تشویقاتی در صادرات                       |
| ۳۸ | عدم آشنایی به مقررات گمرکی                                      |
| ۳۸ | سیاست‌های پولی و مالی و ارزی                                    |
| ۳۸ | تورم و بالا بودن هزینه تمام‌شده محصولات                         |
| ۳۹ | عدم آگاهی از بازارهای مصرف خارجی، بازاریابی و تبلیغات           |
| ۳۹ | عدم استفاده از علامت‌های تجاری                                  |
| ۳۹ | قوانین دست‌وپاگیر و سازمان‌های هم‌عرض در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی |
| ۴۱ | ضعف کیفیت و بسته‌بندی محصول                                     |
| ۴۱ | ضعف در تأمین مالی صادرات                                        |
| ۴۲ | رکود بازار جهانی                                                |
| ۴۲ | نقصان در تسهیلات زیر بنایی                                      |
| ۴۲ | اعمال تحریم‌های اقتصادی                                         |
| ۴۳ | فرایند بررسی دعاوی بازرگانی                                     |

## سابقه تحقیقات و مطالعات

|    |               |
|----|---------------|
| ۴۶ | مطالعات خارجی |
| ۵۲ | مطالعات داخلی |

## فصل پنجم اصلاحات سازمانی و تشکیلاتی در بازرگانی خارجی

- الف - لزوم اصلاحات سازمانی و تشکیلاتی (تشکیلات موازی و غیرمترسبی) در بازرگانی خارجی ..... ۶۷
- ب - اقدامات صورت گرفته و وضعیت موجود در اصلاحات سازمانی و تشکیلاتی بازرگانی خارجی ..... ۷۰
- ج - تبیین وضعیت مطلوب و ارائه پیشنهاد در راستای تحقق چشم‌انداز کشور ..... ۷۳
- منابع ..... ۷۶

## پیش گفتار

رهایی از اقتصاد تک محصولی و ایجاد تنوع در درآمدهای ارزی و افزایش مستمر سهم صادرات غیرنفتی، موجب کاهش آسیب پذیری ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه و جلوگیری از تعویق اجرای برنامه های اقتصادی کشور از نوسانات غیرطبیعی بازار شده و ریسک سرمایه گذاری ها را پوشش می دهد. در این شرایط است که رکن اصلی در کارآمدی سرمایه، یعنی امنیت سرمایه گذاری مهیا شده و حرکت چرخ توسعه آغاز می گردد.

باطور کلی دادوستد کالا میان افراد بشر و جوامع مختلف، از دیرباز تابع ضوابط و قواعد مشخصی بوده است. هرچند این ضوابط یا مقررات ممکن است بسیار ساده و ابتدایی بوده و به شکل مکتوب نداشته باشد. به مرور زمان با رشد جوامع و رونق و توسعه هر چه بیشتر دادوستد، ضوابط و مقررات تجارت از اهمیت و اعتبار لازم برخوردار شد و دولت ها با اهدافی نظیر «ایجاد نظم و برقراری ضابطه در امر مبادلات خارجی»، «کسب درآمدهای ارزی»، «نظم مصالح جامعه»، «حمایت از حقوق مصرف کنند»، «پشتیبانی از صنایع نوپا»، «برگشتی از رقابت های ناسالم» و «حفظ سطح اشتغال» و در پاره ای موارد «ملاحظاتی سیاسی» به تدوین و تصویب مقرراتی دست زدند که «اصول و قواعد تجارت» یا «مقررات صادرات» و واردات» نامیده شد.

اما افزایش بی رویه قوانین و مقررات، نه تنها بازرگانان را در سردرگمی و یاس می کند، بلکه کارمندان و مدیران آنها و حتی قانون گذاران را در دلت صحیح قوانین مختلف عاجز می سازد. البته این نکته نیز قابل ذکر است که هدیه و بود مقررات موجب پیدایش تشریفات نمی شود؛ گاه، فقدان مقررات و روش های روشن، زمینه از ایجاد تشریفات خود ساخته است.

توسعه صادرات و بین المللی شدن شرکت ها، در یک تقسیم بندی کلی به وضعیت دو عامل وابسته است: الف) محیط داخلی سازمان و ب) محیط خارج سازمان. یک مجموعه از عوامل خارجی مؤثر بر عملکرد صادراتی سازمان را می توان عوامل

«اداری - خدماتی» نام نهاد. به عبارت دیگر یک بنگاه صادراتی پس از بازاریابی، تولید و آماده سازی محصول، در فرایند خروج کالا از کشور (بازرگانی محصول)، با عملکرد نهادها و دستگاه های مختلف دولتی و خصوصی مواجه می شود در نوشته حاضر، ضمن تشریح این بخش از فرایند صادراتی، با بررسی ادبیات موضوع به تحلیل انواع مواعع پیش روی فرایند صادرات با تمرکز بر حوزه اداری - خدماتی پرداخته شده است. در ادامه، خواننده با سازمان ها و نهادهای متولی امور اداری - خدماتی صادرات آشنا می شود.

موجب امتنان است با ارائه نظرات پیشنهادی خود به نشانی [Davoud\\_khaji@yahoo.com](mailto:Davoud_khaji@yahoo.com) ما را در ارائه بهتر مطالب یاری فرمایید.

با سپاس - داوود خاجی، تابستان ۱۳۹۶