



# استراتژی های بازرگانی در قلمرو جهانی

مؤلف

سجاد حسینی زاده



سرشناسه

: حسینی زاده، سجاد، ۱۳۶۲-

عنوان و نام پدیدآور

: استراتژی های بازرگانی در قلمرو جهانی/نویسنده سجاد حسینی زاده.

مشخصات نشر

: تهران: انتشارات اساتید دانشگاه، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری

: ۱۳۶ص.

شابک

: ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۱۳-۲۸-۶

وضعیت فهرست نویسی

: فیبا

یادداشت

: کتابنامه: ص. ۱۳۱ - ۱۳۶.

موضوع

: بازرگانی بین المللی International trade

رده بندی کنگره

: ۱۳۷۹HF

رده بندی دیویی

: ۳۸۲

شماره کتابشناسی ملی

: ۸۵۶۳۲۸۵

اطلاعات رکورد

: فیبا

کتابشناسی

## استراتژی های بازرگانی در قلمرو جهانی

مؤلف: سجاد حسینی زاده

ویراستاران علمی و فنی: مریم عباسی و علیرضا طاهری زاده

گرافیک و طراحی جلد: شقایق طاهری زاده

ناشر: انتشارات اساتید دانشگاه

سال چاپ: پاییز ۱۴۰۰

نوبت چاپ: اول

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۶۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۱۳-۲۸-۶



## فهرست مطالب

| صفحه | عنوان                                                        |
|------|--------------------------------------------------------------|
| ۱۱   | مقدمه                                                        |
| ۱۲   | دیدگاه ها و نظریات بازرگانی بین المللی                       |
| ۱۲   | نظریه ی مرکانتیلیسم (سوداگری)                                |
| ۱۴   | نظریه ی برتری مطلق                                           |
| ۱۵   | نظریه ی برتری نسبی                                           |
| ۱۶   | نظریه ی هکچر - اهلین                                         |
| ۱۸   | نظریه ی سیکل عمر کالا                                        |
| ۱۹   | مرحله اول) اختراع و تولید کالا در آمریکا                     |
| ۲۰   | مرحله دوم) افزایش تقاضای کالاهای جدید در کشورهای توسعه یافته |
| ۲۱   | مرحله سوم) تولید کالاها در کشورهای تازه صنعتی شده آسیایی     |
| ۲۲   | نظریه مزیت های پیشتاز بودن                                   |
| ۲۴   | نظریه مزیت رقابت ملی                                         |
| ۲۴   | شرایط عوامل تولید (برخورداری از منابع اقتصادی - طبیعی)       |
| ۲۵   | شرایط تقاضا                                                  |
| ۲۶   | صنایع مرتبط و پشتیبان                                        |
| ۲۶   | استراتژی و ساختار شرکت و رقابت پذیری شرکت                    |
| ۲۶   | اقدامات دولت                                                 |
| ۲۷   | رویدادهای شانس (اتفاقات پیش بینی نشده)                       |
| ۲۸   | نمونه هایی از مدل الماس                                      |
| ۳۷   | جنبه های سیاسی و نقش دولت ها در تجارت بین الملل              |
| ۴۰   | پیدایش شکل های اقتصادی در جهان                               |
| ۴۱   | فرهنگ مشترک                                                  |
| ۴۱   | نزدیکی جغرافیایی کشورها                                      |
| ۴۲   | ویژگی های اقتصادی                                            |
| ۴۳   | استراتژی های بازرگانی در عرصه جهانی                          |

|         |                                                      |
|---------|------------------------------------------------------|
| ۴۳..... | جهانی شدن                                            |
| ۴۴..... | جهانی شدن بازارها                                    |
| ۴۴..... | جهانی شدن تولید                                      |
| ۴۵..... | استراتژی بین المللی                                  |
| ۴۵..... | استراتژی چند کشوری (چند محلی) Multi Country Strategy |
| ۴۶..... | استراتژی جهانی شدن Global Strategy                   |
| ۴۷..... | استراتژی فراملیتی                                    |
| ۴۷..... | شراکت استراتژیک در قلمرو جهانی                       |
| ۴۸..... | ماهیت شراکت استراتژیک بین المللی (جهانی)             |
| ۴۸..... | پیمان های استراتژیک                                  |
| ۴۹..... | مزایای پیمان های استراتژیک                           |
| ۵۰..... | معایب پیمان های استراتژیک                            |
| ۵۰..... | صرفه جویی های ناشی از منحنی تجربه                    |
| ۵۱..... | اهمیت و نقش منحنی تجربه                              |
| ۵۱..... | مدیریت تولید و عملیات در قلمرو جهانی                 |
| ۵۳..... | عوامل مربوط به کشور                                  |
| ۵۳..... | عوامل مربوط به تکنولوژی                              |
| ۵۳..... | مشخصه های تکنولوژی                                   |
| ۵۴..... | هزینه های ثابت                                       |
| ۵۴..... | حداقل مقیاس تولید اقتصادی                            |
| ۵۴..... | تکنولوژی انعطاف پذیر                                 |
| ۵۵..... | عوامل مربوط به کالا                                  |
| ۵۵..... | برپایی یا استقرار تاسیسات تولیدی                     |
| ۵۶..... | نقش استراتژیک تاسیسات تولیدی برون مرزی               |
| ۵۶..... | تصمیمات مربوط به تولید یا خرید                       |
| ۵۷..... | مزایای تولید کردن                                    |

|         |                                                   |
|---------|---------------------------------------------------|
| ۵۷..... | هزینه های تولید کم تر .....                       |
| ۵۸..... | انجام سرمایه گذاری تخصصی .....                    |
| ۵۸..... | حفاظت از مالکیت تکنولوژی شرکت .....               |
| ۵۸..... | بهبود برنامه ریزی و هماهنگی .....                 |
| ۵۹..... | مزایای روش خرید قطعات .....                       |
| ۵۹..... | انعطاف پذیری استراتژیک .....                      |
| ۶۰..... | کاهش هزینه ها .....                               |
| ۶۰..... | امتیاز های جبرانی .....                           |
| ۶۱..... | امتیاز های دو جانبه .....                         |
| ۶۱..... | مفاهیم و محدودیت های بازرگانی بین المللی .....    |
| ۶۳..... | اقتصاد بین الملل .....                            |
| ۶۵..... | تجارت بین الملل .....                             |
| ۶۶..... | بازرگانی بین الملل .....                          |
| ۶۶..... | موضوعات مهم در بازرگانی بین الملل .....           |
| ۶۷..... | کسب و کار بین الملل .....                         |
| ۶۸..... | مدیریت مالی بین الملل .....                       |
| ۶۹..... | تولید بین الملل .....                             |
| ۷۰..... | منابع انسانی بین الملل .....                      |
| ۷۱..... | جایگاه شرکت های فراملی و چشم اندازهای آینده ..... |
| ۷۳..... | استراتژی های ورود به بازار بین المللی .....       |
| ۷۳..... | صادرات .....                                      |
| ۷۵..... | قرارداد فرانشیزی .....                            |
| ۷۶..... | اینکو ترمز - اصطلاحات بازرگانی .....              |
| ۸۷..... | موافقتنامه های بین المللی .....                   |
| ۹۳..... | صندوق بین المللی پول .....                        |
| ۹۵..... | ابزارهای سیاست بازرگانی .....                     |

|     |                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------|
| ۹۵  | تعرفه های گمرکی – Custom Duty                                 |
| ۹۶  | آثار برقراری تعرفه گمرکی – Custom Duties Effect               |
| ۹۷  | سوبسیدها (یارانه ها) – Subsidy                                |
| ۹۷  | سهمیه بندی واردات – Import Quota                              |
| ۹۸  | محدودیت داوطلبانه بر واردات – Volunteer Restriction on Import |
| ۹۸  | سیاست های ضد دامپینگ – Anti Dumping Policy                    |
| ۹۹  | سیاست های اداری – Administrative Policy                       |
| ۱۰۰ | آشنایی با سازمان اکوو اپک                                     |
| ۱۰۲ | گشایش اعتبار (LC)                                             |
| ۱۰۲ | مزایای اعتبارات اسنادی                                        |
| ۱۰۳ | انواع اعتبار اسنادی                                           |
| ۱۰۳ | اعتبار اسنادی وارداتی یا صادراتی                              |
| ۱۰۳ | اعتبارات اسنادی قابل برگشت Revocable L/C                      |
| ۱۰۴ | اعتبار اسنادی غیر قابل برگشت Irrevocable L/C                  |
| ۱۰۴ | اعتبار اسنادی تایید شده Confirmed L/C                         |
| ۱۰۵ | اعتبار اسنادی تایید نشده Unconfirmed L/C                      |
| ۱۰۵ | اعتبار اسنادی قابل انتقال Tranferable L/C                     |
| ۱۰۶ | اعتبار اسنادی غیر قابل انتقال Untransferable L/C              |
| ۱۰۶ | اعتبار اسنادی نسیه یا مدت دار (Usance L/C)                    |
| ۱۰۶ | اعتبار اسنادی دیداری At Sight L/C                             |
| ۱۰۶ | اعتبار اسنادی پشت به پشت (اتکایی Back to Back L/C)            |
| ۱۰۷ | اعتبار اسنادی ماده قرمز Red Clause L/C                        |
| ۱۰۷ | اعتبار اسنادی گردان Revolving L/C                             |
| ۱۰۸ | مدارک لازم برای گشایش اعتبار اسنادی                           |
| ۱۰۹ | مراحل اصلی گشایش اعتبار اسنادی                                |
| ۱۱۰ | سازمان تجارت جهانی                                            |

خدای منان را شاکرم که در کالبد وجودمان تفکر، تعقل و قدرت انتخاب را نهاد تا نه به اجبار، عبادت کننده درگاهش باشیم؛ بلکه خود، با چشم دل و اندیشه، عظمتش را در دنیای درون خود و برون از خود به دیده منت بنگریم و از اعطای این همه الطاف و نعمات نازل شده شاکرانه و تعظیم کنان سر بر درگاهش فرود آوریم.

انسان، همواره با تأکید بر ذات کنجکاو خود به دنبال شناخت اسرار هستی و قوانین طبیعت بوده تا به کمالات خود بیافزاید و این سیر تکاملی، بی پایان بوده زیرا ذات انسان نشأت گرفته از ذات الهی می باشد و این نوع علم را زیبایی عقل باید دانست، علمی که انسان خداپرست در ذره ذره اش نشانی از آفریدگار می یابد و هرچه علمش افزون تر گردد، تقریب به خدای تعالی بیشتر می شود. علم و علم آموزی محتاج ابزاری است که مهمترین آن کتاب است. کتاب دریچه ای به سوی علم و ترقی است و باعث پیشرفت کیفیت آموزش در هر مکانی می باشد.

در پایان از تمامی کسانی که مرا در مراحل نگارش این کتاب، صمیمانه یاری کردند تشکر می نمایم و از کلیه صاحب نظران و خوانندگان محترم خواهشمندم نظرات خود را با پست الکترونیکی [sajad.hosseinizadeh@gmail.com](mailto:sajad.hosseinizadeh@gmail.com) در میان بگذارند.

سجاد حسینی زاده

ای نسخه ی نامه ی الهی که تویی

ای آینه ی جمال شاهی که تویی

بیرون ز تو نیست هر چه در عالم هست

از خود بطلب هر آنچه خواهی که تویی