



اصول مدیریت صادرات موفق

مذاکره بازرگانی

تألیف: علی عباسی



۱۳۹۰

سرشناسه : عباسی، علی، ۱۳۴۰-
 عنوان و نام پدید آور : اصول مدیریت صادرات موفق و مذاکره بازرگانی / تألیف علی عباسی.
 مشخصات نشر : تهران: ترمه، ۱۳۹۰
 مشخصات ظاهری : ۱۸۴ ص.
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۲۲۰-۱
 وضعیت فهرست نویسی : فیپا
 موضوع : صادرات و واردات - بازاریابی - مدیریت
 موضوع : صادرات و واردات - ایران - بازاریابی
 موضوع : مذاکرات بازرگانی
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ الف ۱۶ / ع ۱۶ HF۱۴۱۶
 رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۴۸
 شماره کتابشناسی ملی : ۲۴۵۴۶۹۵۴



♦ نام کتاب : اصول مدیریت صادرات موفق و مذاکره بازرگانی
 ♦ مؤلف : علی عباسی
 ♦ حروفچینی و صفحه آرایی : مینا طاهری
 ♦ طراح جلد : روجا غمگسار
 ♦ نوبت چاپ : چاپ اول ۱۳۹۰
 ♦ ناشر : انتشارات ترمه
 ♦ تیراژ : ۱۰۰۰ نسخه
 ♦ چاپ و صحافی : رسام - چاوش
 ♦ لیتوگرافی : فراتقش
 ♦ قیمت : ۳۳۰۰۰
 ♦ شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۲۲۰-۱

دفتر فروش انتشارات ترمه: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ فروردین- خ وحید نظری، پلاک ۲۹۰

تلفن: ۶۶۹۶۳۳۰۱ - تلفکس: ۶۶۴۱۷۳۴۶

آدرس ناشر: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ فروردین خ وحید نظری، پلاک ۱۲۶

تلفن: ۶۶۴۰۱۷۸۳ - تلفکس: ۶۶۴۸۱۵۱۴

www.termehpub.ir Info@termehpub.ir

کلیه حقوق برای انتشارات ترمه محفوظ است



در عرصه داد و ستدهای شدیداً رقابتی جهانی امروزی اغلب قواعد و ضوابط دچار دگرگونی و تغییر شده و آگاهی از این تغییرات به عنوان یک اصل مهم و اجتناب‌ناپذیر به ویژه در بخش صادرات به شمار می‌رود. در بازارهای بین‌المللی امروزی سازمان‌ها و شرکت‌ها صرفاً با نام‌های تجاری نیستند که می‌توانند سهم بازار جهانی به دست آورده و رشد کنند بلکه به عنوان یک سازمان پیشرو بایستی بدانند که در حقیقت بخش مهمی از یک زنجیره تأمین یا ارزش هستند که افزایش سهم بازار و رشد سازمان آنها بستگی به توانایی‌ها و شایستگی‌های مدیریتی و ایجاد انسجام و هماهنگی با این زنجیره پیچیده دارد.

هدف نهایی شرکت‌ها، سازمان‌ها در بخش صادرات تمرکز بسیار زیاد بر عواملی دارد که وظایفی جدید برای صادرکنندگان و فروشنندگان کالا و خدمات در صحنه جهانی تجارت بوجود آورده است که علاوه بر قیمت مناسب نیاز به تمرکز بر عوامل دیگری را اجتناب‌ناپذیر نموده است. در راستای دگرگونی جدید لازم است عرضه‌کنندگان خدمات و کالا در بازار جهانی نقش جدیدی را پذیرفته و در بسیاری موارد یک مشارکت و همکاری استراتژیک با مشتریان بالقوه و کلیدی خود تشکیل دهند. این امر به نوبه خود بدین معنی است که خریداران نقش جدیدی را به عنوان مدیر صادرکنندگان ایفا می‌کنند. موضوعاتی که در این کتاب بدان اشاره شده تمرکز بر مطالبی دارد که صادرکنندگان عزیز ایرانی اکثراً با آن مواجه بوده و اغلب برای حل منطقی آن دچار اشکال می‌گردند.

نویسنده نهایت اهتمام و تلاش خود را در زمینه ارائه یک منبع که نشان‌دهنده اصول کلی مدیریت صادرات غیر نفتی موفق باشد به عمل آورده است ضمن اینکه آگاه است که اثر ارائه شده نمی‌تواند تهی از ایراد و اشکال باشد پیشاپیش از همکاران، دوستان و خوانندگان عزیز و بزرگوار که با یادآوری‌های خود این جانب را برای تصحیح و رفع ایرادهای احتمالی یاری می‌دهند، تشکر می‌نمایم.

علی عباسی

تابستان ۱۳۹۰

فصل اول: مدیریت صادرات موفق

۱	 مدیریت صادرات موفق
---	--------------------------

فصل دوم: اصول ابتدایی برای انجام صادرات موفق

۷	 صادرات موفق - تعریف
۷	 صادرات در مقابل واردات
۸	 عوامل تأثیرگذار در صادرات کالا
۹	 کیفیت مناسب
۹	 مقدار مناسب
۱۰	 زمان مناسب
۱۰	 زمان تحویل مناسب
۱۰	 تأمین کننده مناسب
۱۰	 قیمت مناسب
۱۲	 ویژگی های یک مدیر صادرات

فصل سوم: چگونگی معرفی شرکت

۱۷	 چگونگی معرفی شرکت و دریافت استعلام بهاء یا دعوت به مناقصه
۱۷	 ضمانت نامه های بانکی - وारانتی ها
۱۸	 شرایط ضمانت نامه
۱۸	 ضمانت نامه شرکت در مناقصه یا استعلام بهاء
۱۸	 ضمانت نامه حسن اجرای تعهدات (P.B.G)
۱۹	 ضمانت نامه دوره گارانتی
۱۹	 ضمانت نامه پیش پرداخت
۱۹	 وारانتی ها
۲۰	 نکات مهم در وारانتی
۲۰	 دعوت به مناقصه یا درخواست پیشنهاد قیمت و شرایط

فصل چهارم: مراحل صادرات، اسناد حمل

۲۵		مراحل صادرات
۲۶		شرایط و مدارک لازم برای صادرات
۲۶		اسناد حمل
۲۶		طبقه‌بندی اسناد حمل
۲۷		اسناد حمل خاص
۲۷		بارنامه
۲۷		ویژگی‌های بارنامه
۲۷		مطالب کلی در متن بارنامه
۲۸		راهنما (بارنامه) کامیون (C.M.R.)
۲۸		مانیفست
۲۹		صورتحساب فروش / سیاهه تجاری / فاکتور (commercial invoice)
۲۹		سیاهه گواهی شده (certificate invoice)
۲۹		سیاهه تأیید شده (Legalized invoice)
۳۰		سیاهه کنسولی (consular invoice)
۳۰		گواهی مبدأ (certificate of origin)
۳۰		لیست بسته‌بندی و مشخصات کالا (packing list)
۳۱		گواهی آزمایش و بازرسی (Test/inspection certificate)
۳۲		شرایط شرکت‌های بازرسی براساس ضوابط W.T.O
۳۲		طرف‌های قرارداد بیمه
۳۳		عوامل مهم در حق بیمه
۳۳		انواع بیمه

فصل پنجم: حمل با کانتینر

۳۷		حمل با کانتینر - مزایا، شناخت انواع آن در امر صادرات
۳۷		مزایای حمل با کانتینر
۳۷		مزایای یکپارچه‌سازی کالا در حمل با کانتینر (consolidated)
۳۸		انواع کانتینر

فصل ششم: اهم اطلاعات مورد نیاز برای صادرات موفق

- ۴۱..... اهم اطلاعاتی که یک صادرکننده برای موفقیت در بازار هدف نیاز دارد
- ۴۱..... عوامل مؤثر در رقابت به منظور افزایش سهم بازار
- ۴۲..... راه‌های غلبه بر رقیب یا رقبای بالقوه در بازارهای جهانی

فصل هفتم: عوامل مهم در صادرات کالا

- ۴۵..... عوامل مهم در صادرات کالا
- ۴۵..... بهره‌وری و نقش آن در صادرات غیر نفتی
- ۴۵..... تعریف بهره‌وری
- ۴۶..... اقدامات مربوط به آغاز و پایان فرایند صادرات
- ۴۷..... فلوچارت یا نمودار جریان صادرات
- ۴۸..... دوایر سازندگی و ارتقاء و تخریب صادرات غیرنفتی
- ۴۸..... دایره ارتقاء
- ۴۸..... دایره تخریب

فصل هشتم: مدارک مورد نیاز برای صادرات

- ۴۵..... مدارک مورد نیاز برای صادرات
- ۵۱..... الزامات صدور کالا
- ۵۲..... موارد خاص برای صدور کالا
- ۵۲..... تشریفات گمرکی برای صدور کالا
- ۵۳..... نکاتی چند در مورد صادرات موفق

فصل نهم: اینکوترمز

- ۵۷..... اینکوترمز - تعریف، تاریخچه
- ۵۸..... اینکوترمز قرارداد خرید و فروش نیست
- ۶۱..... تحویل در محل کار (محل مشخص شده)
- ۶۱..... تحویل به حمل‌کننده (در محل مشخص شده)
- ۶۱..... تحویل در کنار کشتی (در بندر مشخص شده)
- ۶۲..... هزینه و کرایه حمل (در بندر مشخص شده)

- کرایه حمل پرداخت شده تا (مقصد مشخص شده)..... ۶۲
- کرایه حمل و بیمه پرداخت شده تا (مقصد مشخص شده)..... ۶۳

فصل دهم: روش‌ها و ابزارهای متفاوت پرداخت در تجارت خارجی

- انواع روش‌ها و ابزار..... ۶۷
- ۱- پیش‌پرداخت نقدی..... ۶۷
- ۲- حساب باز (حساب جاری)..... ۶۸
- ۳- امانی..... ۶۸
- ۴- بروات..... ۶۹
- انواع بروات..... ۶۹
- بروات وصولی..... ۷۰
- روش وصولی اسنادی..... ۷۰
- مزایای روش وصولی اسنادی..... ۷۱
- ۵- اعتبارات اسنادی..... ۷۲
- حداکثر مطلوب طرف‌های درگیر در فرایند اعتبار اسنادی..... ۷۳
- ویژگی‌های اعتبار اسنادی..... ۷۳
- محدودیت‌های اعتبار اسنادی..... ۷۴
- مراحل یازده‌گانه اعتبار اسنادی از آغاز تا پایان..... ۷۴
- مزایا و معایب روش اعتبار اسنادی..... ۷۵
- مهم‌ترین مزایا..... ۷۵
- مهم‌ترین معایب..... ۷۵
- چگونگی و انواع واریز یا تسویه حساب اعتبار اسنادی..... ۷۵
- تاریخ‌های مهم در متن اعتبار اسنادی..... ۷۹
- طریق ممکن برای پرداخت در عرصه تجارت بین‌المللی..... ۷۹
- چک..... ۷۹
- چک بانکی (برات بانکی)..... ۸۰
- دستور پرداخت کتبی (پستی)..... ۸۰
- دستور پرداخت تلگرافی..... ۸۰
- سوئیفت (انجمن جهانی مخابرات مالی بین بانکی)..... ۸۰
- مفاهیم کدهای مرتبط با Full telex در اعتبارات اسنادی..... ۸۲

فصل یازدهم: گام‌های اساسی در ارتقاء صادرات غیرنفتی

- تعریف..... ۱
- سازمان‌ها و افراد مرتبط با صادرات که در تعامل با صادرکننده هستند..... ۸۶
- تأمین‌کنندگان و تهیه‌کنندگان..... ۸۶
- تولیدکنندگان، سازندگان و ارائه‌دهندگان کالاها و خدمات گوناگون..... ۸۶
- خریداران، مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی و عوامل مؤثر در خرید..... ۸۶
- عوامل واسطه‌ای یا تسهیل‌کننده..... ۸۶
- مقایسه بنگاه‌ها و شرکت‌های صادراتی در گذشته و حال..... ۸۷
- راه‌های نفوذ و ایجاد سهم بازار در عرصه صادرات..... ۸۷
- چگونه برای ایجاد فرصت در صادرات از زنجیره مصرف استفاده کنیم؟..... ۸۸
- چه نکاتی را بایستی در مورد بازار صادراتی و تحقیق در آن مورد بررسی قرار داد؟..... ۸۸
- کانال‌های جمع‌آوری اطلاعات برای صادرات..... ۸۹
- محیط کلان..... ۸۹
- محیط کاری..... ۸۹
- محیط کلی سازمان صادرکننده..... ۹۰
- چند سؤال اساسی و ضروری در مورد ورود به بازارهای بین‌المللی..... ۹۱
- اهم مجهولاتی که بایستی به آن پاسخ داده شود عبارت‌اند از:..... ۹۱
- چند گزینه برای ارتقاء و بقای کالا در بازار هدف..... ۹۲
- انتخاب نام تجاری..... ۹۲
- چند نکته درباره انتخاب نام تجاری..... ۹۳
- معمولاً نام‌های تجاری موفق و جالفتاده حداقل از دو ویژگی برخوردارند:..... ۹۳
- سرزندگی و قدر و احترام..... ۹۳
- عوامل به وجودآورنده مزیت نسبی یا رقابتی برای محصول..... ۹۳
- ۱- تفاوت فیزیکی، عینی..... ۹۳
- ۲- تفاوت در چگونگی عرضه..... ۹۴
- ۳- تفاوت در خدمات..... ۹۴
- ۴- تفاوت در قیمت..... ۹۴
- ۵- تفاوت در چگونگی ایجاد تصویر ذهنی از محصول در مخاطب..... ۹۴
- مجموعه عواملی که متضمن موفقیت در امر صادرات به شمار می‌رود..... ۹۴
- ماتریس سهم بازار، رشد بازار گروه مشاوره‌ای BCG..... ۹۴

۹۶	 بسته‌بندی packaging
۹۸	 ضوابط و معیارهای شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی

فصل دوازدهم: حذف اعمال سیاست‌های کنترلی

۱۰۳	 حذف اعمال سیاست‌های کنترلی به منظور تشویق و ارتقاء صادرات کالای غیرنفتی در کشور
۱۰۴	 سیاست‌های تشویقی در امر صادرات
۱۰۵	 معافیت از تعرفه گمرکی
۱۰۶	 تأسیس مناطق تجارت آزاد
۱۰۶	 منطقه ویژه اقتصادی
۱۰۷	 منطقه تجارت آزاد کیش
۱۰۷	 بندر تجارت آزاد قشم
۱۰۸	 منطقه تجارت آزاد چابهار
۱۰۸	 منطق ویژه اقتصادی ایران
۱۰۹	 مؤسسات مالی توسعه صادرات غیرنفتی
۱۰۹	 بانک توسعه صادرات
۱۱۰	 صندوق تضمین صادرات ایران
۱۱۰	 ۱- اعتبار خرید
۱۱۰	 ۲- پشت‌نویسی
۱۱۰	 ۳- اعتبار فروش

فصل سیزدهم: اختلاف و رفع اختلاف در معاملات صادراتی

۱۱۳	 اختلاف و رفع اختلاف
۱۱۴	 ۱- تقاضای نظر کارشناسی
۱۱۴	 ۲- سازش
۱۱۴	 ۳- رسیدگی در دادگاه داخلی

فصل چهاردهم: اصول و فنون مذاکره بازرگانی در صادرات

۱۱۹	 مذاکره چیست؟
۱۲۳	 چه نوع معاملاتی نیاز به مذاکره دارند؟
۱۲۴	 مذاکره برای صادرات را چگونه آغاز کنیم؟

۱۲۵.....	ویژگی‌های مذاکره‌کنندگان چند منطقه مهم جهان
۱۲۶.....	مقایسه روش‌های مذاکره غرب و روسیه
۱۲۶.....	فرهنگ کشورها
۱۲۶.....	نکاتی در مورد مذاکره بازرگانی و انجام معامله با چینی‌ها
۱۲۷.....	نکاتی که یک صادرکننده بایستی در خلال مذاکره بازرگانی رعایت کند
۱۲۸.....	در خلال مذاکرات بازرگانی
۱۲۸.....	چک لیست مذاکره بازرگانی
۱۲۹.....	معیارها برای قضاوت درباره موفقیت یا عدم موفقیت مذاکره بازرگانی
۱۲۹.....	ده فرمان برای تضمین و استمرار موفقیت در کسب و کار (صادرات)
۱۳۰.....	۱۰ نکته کلیدی برای مذاکره بازرگانی موفق
۱۳۰.....	ویژگی‌ها و صفات و اخلاق حرفه‌ای برای مذاکره‌کننده موفق
۱۳۱.....	ویژگی‌های دیگر یک مذاکره‌کننده خوب
۱۳۱.....	مهم‌ترین عناصر قوت و ضعف یک مذاکره‌کننده
۱۳۲.....	برخی از تاکتیک‌های مذاکره بازرگانی
۱۳۳.....	نتایج ممکن در پایان هر جلسه مذاکره بازرگانی
۱۳۳.....	مزیت نسبی کالای صادرکننده
۱۳۵.....	عوامل مهم در مذاکرات / مکاتبات تجاری به ویژه صادرات
۱۳۵.....	نقش واژه‌ها در برقراری ارتباط و روابط انسانی در طول مذاکرات
۱۳۶.....	و بالاخره آخرین توصیه‌ها در مورد ویژگی‌های مورد نیاز صادرکننده
۱۳۹.....	پیوست‌ها