

سرشناسه	زینال زاده، ایرج، ۱۳۲۵-
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت صادرات (بر اساس تجارب عملیاتی)/نویسنده ایرج زینال زاده
مشخصات نشر	تهران: قانون، ۱۳۸۸.
مشخصات ظاهری	۱۶۴ص.
شابک	۲۵۰۰۰ ریال: ۳-۹۴-۶۱۴۰-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	صادرات و واردات - - بازاریابی - - مدیریت
رده بندی کنگره	۱۳۸۸ م. ۴/۹۷/۶۱۴/۹۶۴ HF
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۴۸:
شماره کتابشناسی ملی	۱۷۰۴۲۷۷:

سال ۱۳۹۱
مدیریت صادرات (بر اساس تجارب عملیاتی)

- * نام مؤلف: ایرج زینال زاده
- * ناشر: موسسه انتشاراتی قانون
- * ویراستار فنی: سید منصور موسوی خلیق
- * طرح روی جلد: ل. عروجی
- * حروفچینی: نشر قانون
- * نوبت چاپ: چاپ اول
- * چاپ: چاپخانه حدیث
- * تیراژ: ۱۰۰ نسخه
- * قیمت: ۲۵۰۰۰ ریال
- * شابک: ۳-۹۴-۶۱۴۰-۹۶۴-۹۷۸

آدرس نشر قانون: تهران- میدان انقلاب- خیابان ۱۶ آذر- روبروی دانشکده فنی دانشگاه تهران-

شماره ۲۴- طبقه دوم

دورنگار: ۶۶۴۹۳۴۲۷

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۰۹۰-۹۲

فهرست مطالب

بخش اول - راهبردهای عملی، به منظور توانمندسازی واحدهای صادراتی ۱۳

۱۴ Brand ,Positioning

۱۴ چه عوامل باعث تمایز محصول، در بازارهای خارجی می گردد؟

۱۵ نام تجاری (از نظر کانلر) TRADE NAME

۱۵ راهبردهای رقابتی

۱۵ ایجاد جایگاه برای محصول صادراتی (Positioning)

۱۶ استراتژی رقابتی

۱۶ کاهش هزینه

۱۶ متمایز ساختن محصول

۱۷ تمرکز در بازار

۱۸ تعرفه ترجیحی G.S.P

۲۱ Case Study

موادی از آیین نامه اجرایی مقررات صادرات و واردات در رابطه با رقابتی نمودن قیمت کالاهای

صادراتی : ۲۲

ماده ۲۴- ورود موقت ۲۲

ماده ۲۵- دستورالعمل استرداد حقوق ورودی مواد اولیه اجزاء و قطعات وارداتی قطعی ۲۳

اسناد و مدارک مورد نیاز (برای استرداد حقوق ورودی) ۲۴

نحوه رسیدگی به اسناد و مدارک و پرونده متقاضی: ۲۴

نکات مهم در استرداد حقوق ورودی: ۲۵

خوشه سازی در واحدهای صادراتی (راهکار توانمند سازی) ۲۶

تعریف خوشه : ۲۶

گرایش به استفاده از رویکرد خوشه ای ۲۶

خوشه سازی ۲۷

نیازهای SME ها: ۲۷

مزیت SME ها - اشتغال زائی ۲۸

مشکلات بنگاههای کوچک و متوسط به ترتیب اهمیت ۲۹

مشکلات SME ها ۲۹

توسعه بازار : ۲۹

۳۰.....	توسعه محصول
۳۰.....	مزایای خوشه سازی در حوزه بازاریابی
۳۰.....	نمونه خوشه‌های تولیدی در برزیل:
۳۱.....	نمونه دیگری از همکاری افقی (خوشه سازی) در قبرس
۳۱.....	نمونه دیگری از خوشه سازی در صنعت کفش در ایتالیا
۳۱.....	مراحل شکل گیری خوشه‌ها:
۳۱.....	عوامل موثر بر شکل گیری: (5L)
۳۲.....	ضرورت تشکیل خوشه :
۳۳.....	شرکتهای فاملی (TNC) استراتژی ایجاد شرکتهای بزرگ صادراتی (جهت توانمندسازی)
۳۴.....	شرکت‌های چند ملیتی (Multinational Corporations)
۳۵.....	توزیع جغرافیایی شعب شرکت‌های TNC برحسب محصول:
۳۵.....	نیمه هادی‌ها
۳۵.....	بیوتکنولوژی
۳۵.....	صنعت خودرو
۳۶.....	صنعت رادیو و تلویزیون
۳۶.....	صنعت نساجی و پوشاک
۳۶.....	غذایی و آشامیدنی
۳۶.....	صنعت خودرو
۳۶.....	مونتاژ خودرو
۳۷.....	تجهیزات و قطعات صنعت خودرو
۳۷.....	صنعت الکترونیک
۳۷.....	تجهیزات و قطعات
۳۸.....	تحقیق و توسعه خدمات حرفه‌ای
۳۸.....	تامین مالی و بیمه
۳۸.....	کنسرسیوم صادراتی

۴۱.....	بخش دوم- روش‌های ورود به بازار ، انتخاب آن
۴۲.....	نکات قابل مورد توجه در انتخاب بازار هدف
۴۲.....	- جذابیت از نظر اندازه بازار
۴۲.....	- جذابیت از نظر ساختار بازار
۴۲.....	روشهای ورود به بازار خارجی

- ۴۳.....(Indirect export) ورود غیر مستقیم به بازار خارجی
- ۴۴..... Joint venture تشکیل
- ۴۴..... همکاری به صورت مالکیت مشترک
- ۴۴..... Royalty حق الامتیاز
- ۴۵..... نماینده صادر کننده در بازارهای خارجی
- ۴۵..... عوامل موثر در انتخاب نماینده یا توزیع کننده در بازارهای خارجی:
- ۴۵..... - تحلیل موقعیت جغرافیایی
- ۴۵..... - وضعیت محصولات و فروش
- ۴۵..... - امکانات و تجهیزات
- ۴۵..... - شرکت‌های تحت نمایندگی
- ۴۵..... - تبلیغات
- ۴۶..... اعزام هیات تجاری به بازارهای هدف به منظورهای ذیل می‌باشد:
- ۴۸..... مزایای اعزام نسبت به سایر روشها
- ۴۸..... فرآیند مدیریت هیات‌های تجاری
- ۴۹..... تخصیص یارانه و ارائه تسهیلات به هیات‌های تجاری
- ۵۰..... اهداف اختصاص یارانه ها
- ۵۰..... سازمانهای استفاده کننده از یارانه‌های تجاری برای اعزام هیات ها
- ۵۱..... اهداف بازاریابی از طریق نمایشگاههای بین المللی Exhibition
- ۵۱..... افزایش فروش
- ۵۲..... شناسایی نمایندگی‌ها و کانالهای توزیع
- ۵۲..... قبل از شرکت در نمایشگاه، چه اقداماتی باید انجام داد؟
- آیین نامه مقررات صادرات و واردات، درمورد ارسال کالا به نمایشگاههای خارجی ونمونه
- ۵۲..... صادراتی:
- ۵۲..... ماده ۳۴: ارسال نمونه کالا
- ماده ۳۵: برگزاری نمایشگاههای بین المللی داخلی و خارجی و ورود و خروج کالاهای
- ۵۳..... نمایشگاهی:
- ۵۳..... الف- برگزاری نمایشگاه در داخل و خارج از کشور:
- ۵۳..... ب- ورود کالاهای نمایشگاهی:
- ۵۳..... ج- خروج کالاهای نمایشگاهی:
- ۵۳..... کاربرد جدول ماتریس (Swot) در انتخاب بازار هدف
- ۵۵..... بررسی SWOT و تعیین استراتژی به منظور ورود و ماندگاری در بازار

۵۵.....	تدوین استراتژی صادرات (Export Strategy Formulation)
۵۸.....	بررسی (Swot) شرکت الیاف در بازار ترکیه (محصول الیاف Fibers)
۵۸.....	بررسی Swot شرکت تولید چینی در بازار افغانستان جهت صادرات چینی بهداشتی
۵۹.....	تجزیه و تحلیل SWOT شرکت صنایع غذایی NFI
۶۰.....	فرصت‌های شرکت:
۶۰.....	Supply (عرضه)
۶۰.....	استراتژی انتخاب کشور هدف:
۶۱.....	استراتژی انتخاب شبکه توزیع
۶۱.....	استراتژی تبلیغات:
۶۲.....	فرصت‌های تجارتی قطر
۶۳.....	اطلاعات پایه کشور قطر
۶۵.....	ماتریس SWOT شرکت صادراتی در بازار قطر
۶۵.....	مبادلات بازرگانی قطر با جهان
۶۶.....	مهمترین اقلام صادراتی قطر به جهان
۶۶.....	مهمترین اقلام وارداتی قطر از جهان
۶۷.....	جدول مقایسه‌ای تعرفه واردات و صادرات در قطر از کشورهای مختلف
۷۰.....	صادرات اتصالات ایران به قطر
۷۰.....	امکان سنجی حمل و نقل به قطر
۷۱.....	بیشت وارد کننده عمده اتصالات در جهان
۷۲.....	بیشت صادر کننده عمده اتصالات در جهان

۷۳.....	بخش سوم- روشهای صادرات
۷۴.....	روشهای صادرات کالا:
۷۴.....	تعریف صادرات
۷۵.....	انواع صادرات:
۷۵.....	(۱) صادرات قطعی:
۷۵.....	صادرات قطعی در حجم تجاری:
۷۶.....	صادرات قطعی غیر تجاری:
۷۷.....	(۲) صادرات مجدد RE-EXPORT
۷۸.....	دستورالعمل گمرک در رابطه با استرداد حقوق ورودی Re-Export
۸۰.....	(۳) ترانزیت خارجی

۸۰.....	۴) صادرات موقت
۸۰.....	۵- صادرات از طریق قرارداد (SWAP)
۸۱.....	مواد قرارداد SWAP در مورد صادرات سیمان:
۸۱.....	ماده ۱- طرفین قرارداد :
۸۱.....	ماده ۲- موضوع قرارداد :
۸۱.....	ماده ۳- مدت، مقدار قرارداد :
۸۲.....	ماده ۴- تعهدات طرفین قرارداد :
۸۳.....	ماده ۵- شرایط قرارداد :
۸۳.....	ماده ۶- فورس ماژور :
۸۴.....	ماده ۷- فسخ قرارداد:
۸۴.....	ماده ۸- داوری :

بخش چهارم..... ۸۵

۸۶.....	تامین مالی صادرات (FINANCE)
۸۶.....	۱- اعتبار خریدار (Buyer's Credit)
۸۶.....	۲- اعتبار فروشنده (Supplier's Credit)
۸۶.....	تامین مالی - بانک توسعه صادرات
۸۷.....	صدور ضمانت نامه ارزی و ریالی
۸۷.....	تامین مالی (از طریق شبکه بانکی)
۸۹.....	روشهای تامین مالی و پرداخت تسهیلات در بانک توسعه صادرات ایران
۹۲.....	ضمانت نامه های داخلی، با کاربرد در تامین و تهیه کالای صادراتی
۹۳.....	مراحل انجام کار:
۹۳.....	بیمه نامه های صادراتی (بیمه نامه خاص)
۹۴.....	واجدین شرایط اخذ بیمه نامه
۹۴.....	مراحل صدور بیمه نامه خاص صادرات
۹۵.....	بیمه نامه پوشش خرید دین اسناد صادراتی
۹۵.....	بیمه نامه کل گردش صادرات
۹۵.....	میزان حق بیمه
۹۵.....	بیمه نامه بلااثر شدن قرارداد صادراتی

۹۷.....	بخش پنجم- مدارك و اطلاعات مورد نیاز در مراحل عملی صادرات
۹۸.....	تهیه کارت بازرگانی
۹۸.....	فهرست منفی صادرات (Negative List)
۱۰۱.....	صادرات کالای مستعمل
۱۰۱.....	ضوابط فنی صادرات، (گواهی فنی)
۱۰۲.....	شرایط صدور محموله‌های صادراتی مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی
۱۰۲.....	شرایط صدور محموله‌های صادراتی مشمول استاندارد اجباری
۱۰۲.....	شرایط صدور گواهی بهداشت نباتی
۱۰۳.....	شرایط صدور گواهی بهداشت دامی
۱۰۳.....	ضوابط فنی در بازارهای هدف
۱۰۴.....	ضوابط فنی اتحادیه اروپا CE
۱۰۴.....	۱- دایرکتیوهای خاص
۱۰۴.....	۲- دایرکتیوهای کلی
۱۰۴.....	۳- دایرکتیوهای پایه
۱۰۶.....	ضوابط فنی صادرات مواد غذایی به ژاپن
۱۰۶.....	ضوابط صادرات دارو و مواد غذایی در بازارهای هدف
۱۰۹.....	PROFORMA (تهیه پروفرما) هزینه یابی، قیمت گذاری کالاهای صادراتی
۱۰۹.....	Terms of payment
۱۰۹.....	Cash on delivery (COD)
۱۱۱.....	صدور پروفرما Proforma
۱۱۲.....	قیمت کالاهای صادراتی
۱۱۴.....	مراحل صدور کالا
۱۱۴.....	۱- عملیات قبل از صدور :
۱۱۴.....	تهیه کالا :
۱۱۴.....	وسایل بسته بندی :
۱۱۵.....	۲- تشریفات گمرکی :
۱۲۵.....	بخش ششم- مشوق‌های صادراتی Export incentive
۱۲۶.....	مشوق‌های صادراتی Export incentive
۱۲۶.....	بازپرداخت حقوق ورودی :
۱۲۷.....	دستورالعمل استرداد :

جایزه صادراتی	۱۲۸
بخشنامه وزارت بازرگانی در مورد عدم شمول جایزه صادراتی به کالای مستعمل و نحوه تعیین	
قیمت پایه	۱۲۸
مراحل و مدارک دریافت جوایز صادراتی جهت صادرکنندگان	۱۲۹
شرایط دریافت کنندگان جوایز	۱۲۹

بخش هفتم- صادرات خدمات فنی و مهندسی	۱۳۵
تعریف صادرات خدمات فنی و مهندسی	۱۳۶
ویژگی بازاریابی خدمات	۱۳۶
ناملموس بودن	۱۳۶
نامشابه بودن و ناپیوستگی	۱۳۶
تفکیک ناپذیری	۱۳۷
غیرقابل ذخیره بودن	۱۳۷
بررسی SWOT در صادرات خدمات	۱۳۷
الف) نقاط قوت	۱۳۷
ب) نقاط ضعف	۱۳۸
ج) فرصتها	۱۳۹
د) تهدیدها	۱۳۹
توصیه‌ها و پیشنهادات:	۱۳۹
مراحل کار در صادرات خدمات و مشکلات مربوطه	۱۴۰
بازاریابی	۱۴۰
شرکت در مناقصات یا گرفتن کار	۱۴۱
تامین مالی و پوشش بیمه‌ای	۱۴۱
ارائه ضمانت نامه	۱۴۱
تجهیز کارگاه یا حضور در محل اجرای کار	۱۴۱
اجرای کار؛	۱۴۱
آئین نامه مقررات حمایتی دولت برای صادرات خدمات فنی و مهندسی	۱۴۲
طبقه بندی خدمات در موافقتنامه عمومی تجارت (GATS)	۱۴۸
بازاریابی صادرات خدمات	۱۴۹
تهیه ابزار تبلیغاتی (متناسب با استانداردهای جهانی)	۱۵۰
فهرست ابزارهای بازاریابی و مشخصات آنها	۱۵۰

- راهنمای انتخاب بازارهای هدف ۱۵۱
- توصیه‌های عملی کارشناسان I.T.C (مرکز تجارت بین الملل) در مورد صادرات خدمات ۱۵۱
- چگونه تصمیم بگیریم گواهی «ایزو ۹۰۰۱» اخذ کنم؟ ۱۵۱
- موسسه استانداردهای ملی ۱۵۲
- اینترنت ۱۵۳
- کاتالوگهای تجاری ۱۵۴
- مزایای اخذ گواهینامه «ایزو ۹۰۰۰» چیست؟ ۱۵۴
- برخی راهبردهای قیمت گذاری، به شرح زیر، ارائه می‌شود: ۱۵۵
- مبنای قیمت گذاری خدمات رقابیم را چگونه دریابیم؟ ۱۵۵
- چگونه راجع به قیمت خدماتم مذاکره کنم؟ ۱۵۶
- برای اطمینان از دریافت پول چه شرایطی باید در قرارداد تصریح شود؟ ۱۵۶
- چگونه می‌توانم ریسک ناشی از مبادلات ارزی را مدیریت کنم؟ ۱۵۹
- چگونه توانایی پرداخت مشتری را ارزیابی کنم؟ ۱۵۹
- چطور می‌توانم محدودیتهای مربوط به سفرهای خارجی به بازارهای ویژه را دریابم؟ ۱۶۰
- چطور می‌توانم تا جای ممکن با سهولت از مرز عبور کنم؟ ۱۶۱
- چگونه از تعطیلات عمومی در بازار هدفم مطلع شوم؟ ۱۶۲
- منابع و مآخذ: ۱۶۳