

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بازرگانی بین المللی

مؤلف:

دکتر حسن اسماعیل پور



نشر نگاه دانش

سرشناسه	:	اسماعیل پور، حسن
عنوان و نام پدیدآور	:	بازرگانی بین‌المللی / مولف حسن اسماعیل پور
مشخصات نشر	:	تهران: نگاه دانش، ۱۳۹۰
مشخصات ظاهری	:	۲۶۰ صفحه
شابک	:	۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۱۴۸-۳
پادداشت	:	واژه‌نامه
موضوع	:	بازرگانی بین‌المللی
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹۰ ب ۲ الف ۱۳۷۹ HF
رده‌بندی دیوینی	:	۳۸۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۲۴۸۷۲۱۹

گواهانگده گرامی ۱
انتشارات نگاه دانش از سال ۱۳۸۸، به عضویت شبکه اینترنتی ناشران ایران درآمده و از این پس، شما خواننده عزیز می‌توانید با مراجعه به وب سایت انتشارات به آدرس www.negahedaneh.ir از نمایشگاه کتاب دیدن نمایید و از همین طریق، کتب مورد نظر خود را انتخاب نموده و سفارش دهید. شایان ذکر است که با مراجعه به این وب سایت می‌توانید علاوه بر سهولت در انتخاب و خرید کتاب از موارد زیر بهره‌مند شوید:
• دسترسی مناسب کتابها و اطلاعات کامل در مورد هر کتاب
• امکان مشاهده کتاب‌های مرتبط از همین ناشر و دیگر ناشران
از وب سایت ما دیدن کنید و آن را به دوستان خود نیز معرفی نمایید.



انتشارات نگاه دانش

نام کتاب :	بازرگانی بین‌المللی
مؤلف :	دکتر حسن اسماعیل پور
ناشر :	نگاه دانش
حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی: (نگاه دانش)	هما مرادی
طراح :	امیر محمدی
نوبت چاپ :	اول - ۱۳۹۰
تیراژ:	۱,۰۰۰ نسخه
قیمت :	۵,۰۰۰ تومان
لیتوگرافی / چاپ و صحافی:	باختر / گنج شایگان
شابک :	۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۱۴۸-۳

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

انتشارات نگاه دانش: انقلاب، خ ۱۲ فروردین، ساختمان ناشران پلاک ۲۷۱ - طبقه ۲ - واحد ۴

تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۲ - تلفکس: ۶۶۴۸۶۱۵۴

پیشگفتار

این کتاب برای درس بازرگانی بین‌المللی دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، MBA و مدیریت اجرایی به رشته تحریر درآمده است. البته سایر دانشجویان رشته مدیریت که لزوماً درسی با نام بازرگانی بین‌المللی ندارند نیز می‌توانند از این کتاب به عنوان کتاب کمکی درسهایی همچون واردات و صادرات استفاده کنند.

درس بازرگانی بین‌المللی فقط به تجارت و داد و ستد نمی‌پردازد بلکه در آن به کسب و کار بین‌المللی پرداخته می‌شود. هنوز بسیاری از مفاهیمی که شرکتهای بزرگ بین‌المللی در کشورهای گوناگون با آن درگیر هستند مثل مدیریت منابع انسانی، مدیریت تولید و مسایل کارگری در این کتاب گنجانده نشده اما سعی شده است که اصول اولیه کسب و کار بین‌المللی بخصوص آنچه یک دانشجوی ایرانی رشته مدیریت نیاز به دانستن آن دارد، پوشانده شود. با اینحال پیشنهاد می‌شود همراه با این کتاب از سایر منابع بخصوص از سایتهای مفید و مرتبط در اینترنت نیز بهره گرفته شود.

این کتاب شامل هفت فصل، پیوست و واژه‌نامه می‌باشد در آخر هر فصل سؤالاتی مطرح شده است که دانشجو برای پاسخگویی به آنها، نه تنها باید با مطالب آن فصل آشنا باشد بلکه باید از سایر منابع نیز کمک بگیرد. علاوه بر آن واژه‌های کلیدی انگلیسی که به نظر اینجانب، دانشجویان بخصوص دانشجویان کارشناسی ارشد باید نسبت به آنها تسلط کامل داشته باشند آورده شده است. بسیاری از این مفاهیم در ترجمه دچار مشکل می‌شوند و گاهی معنای واقعی خود را از دست می‌دهند به این دلیل دانشجو باید آنها را با توجه به واژه‌های انگلیسی آنها بیاموزد. فصل اول این کتاب شامل کلیات بازرگانی بین‌المللی و مفاهیم آن است.

در فصل دوم نظریه‌های تجارت بین‌المللی و سرمایه‌گذاری توضیح داده می‌شود. فصل سوم، اختصاص به شناخت محیط اقتصادی کشورها دارد. در این فصل سیاستهای تجاری، سازمانهای تسهیل‌کننده تجارت، گروه‌بندی بازارها و سایر مسایل اقتصادی مطرح می‌شود.

فصل چهارم به یکی از مسایل مهم در بازرگانی بین‌المللی یعنی شناخت مسایل سیاسی در کشورهای گوناگون و تأثیر آن بر روی تجارت و همچنین شناخت سیستم‌های حقوقی و تأثیر آن بر فعالیتهای شرکتهای بین‌المللی و همینطور محصولات عرضه شده توسط آنها، اختصاص دارد.

فصل پنجم به فرهنگ جوامع می‌پردازد شناخت فرهنگهای بیگانه و کسب سواد فرهنگی لازمه موفقیت در کسب و کار بین‌المللی است. دانشجویانی که دارای «معیار خود مرجعی» هستند یعنی تمام فرهنگهای جهان را با معیار فرهنگی

خودشان مورد قضاوت قرار می‌دهند، نه تنها نمی‌توانند در آینده در بازارهای جهانی ایفای نقش نمایند بلکه این مدیران آینده، بازارهای داخلی را نیز به رقبای خارجی خواهند سپرد. به دلیل اهمیت شناخت محیط فرهنگی، مطالب این فصل بیش از سایر فصول می‌باشد.

فصل ششم به استراتژیها و روشهایی می‌پردازد که شرکتهای بین‌المللی با توجه به نقاط قوت و ضعف خود می‌توانند با استفاده از این استراتژیها، وارد بازارهای بین‌المللی شوند. در این فصل دانشجویان نه تنها با شیوه کار شرکتهای ایرانی آشنا می‌شوند، بلکه نسبت به چگونگی کار شرکتهای چند ملیتی نیز شناخت پیدا می‌کنند.

فصل هفتم به نظام پولی بین‌المللی و بازار ارز می‌پردازد.

پیوست کتاب به اصطلاحات و شرایط بازرگانی بین‌المللی یا اینکوترمز می‌پردازد. به دلیل در دسترس نبودن همگانی اینکوترمز ۲۰۱۰ که در سال ۲۰۱۱ ارائه شده است، ضمن ذکر تغییرات، خلاصهای از اینکوترمز ۲۰۰۰ آورده شده است.

در انتهای کتاب مفاهیم انگلیسی بازرگانی بین‌المللی، با ترجمه و توضیح تفسیری آورده شده است. این واژهنامه، ماورای واژههای ذکر شده در متن کتاب است و شما می‌توانید با اصطلاحات بیشتر بازرگانی بین‌المللی و توضیح دقیق آنها آشنا شوید. برخی از این مفاهیم می‌تواند خود پایه کار کلاسی دانشجویان شود.

دکتر حسن اسماعیل پور

مهرماه ۱۳۹۰

فهرست مندرجات

عنوان

صفحه

فصل اول - مروری بر بازرگانی بین‌المللی

بازرگانی بین‌المللی چیست؟	۱۱
چرا باید بازرگانی بین‌المللی را آموخت؟	۱۲
فعالیت‌های بازرگانی بین‌المللی	۱۴
واژه‌های کلیدی	۱۹
سئوالات مورد بحث	۱۹

فصل دوم - تجارت بین‌المللی و اقتصاد جهانی

تجارت بین‌المللی و اقتصاد جهانی	۲۳
نظریه‌های کلاسیک تجارت مبتنی بر کشور	۲۴
مرکانتیلیسم	۲۵
مزیت مطلق	۲۶
مزیت نسبی	۲۷
نظریه هکشر-اهلین	۲۸
تئوری‌های جدید تجارت مبتنی بر شرکت	۳۰
تئوری کشورهای مشابه	۳۰
منحنی عمر محصول در تجارت بین‌المللی	۳۱
نظریه رقابت استراتژیک جهانی	۳۳
مالکیت حقوق معنوی	۳۳
سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R & D)	۳۴
دستیابی به صرفه‌جویی‌های اقتصادی از طریق تولید انبوه و یا فروش انبوه	۳۴
بهره‌جویی از منحنی تجربه	۳۵
مزیت رقابتی ملی پورتر	۳۵
صنایع مرتبط و پشتیبان	۳۷
استراتژی، ساختار و توان رقابتی شرکت	۳۷
انواع سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی	۳۹
مزیت مالکیت	۴۱
نظریه بین‌المللی شدن	۴۱
نظریه ترکیبی دانینگ	۴۲
عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی	۴۳
عوامل تقاضا	۴۴
واژه‌های کلیدی	۴۶
سئوالات مورد بحث	۴۶

فصل سوم - محیط اقتصادی

۴۹	تجارت بین‌المللی
۵۳	سیاستهای حمایت‌گرایانه و محدودیتهای تجاری
۵۴	سیاست تجاری
۵۵	سازمانهای تسهیل‌کننده فعالیتهای تجاری
۵۷	گروه‌بندی بازارهای بین‌المللی
۵۸	رشد گروه‌بندی‌های رسمی بازارهای بین‌المللی
۶۱	عمده‌ترین ائتلافهای بین‌المللی
۶۱	اتحادیه اروپا
۶۲	انجمن تجارت آزاد اروپا
۶۲	موافقت‌نامه تجارت آزاد بین ایالات متحده و کانادا
۶۲	موافقت‌نامه تجارت آزاد آمریکای شمالی
۶۲	سازمان همکاریهای اقتصادی
۶۳	انجمن ملل جنوب شرقی آسیا - آسه‌آن
۶۳	سایر گروههای منطقه‌ای
۶۴	بازارهای بزرگ جدید
۶۴	سیستم مالی بین‌المللی
۶۵	اندازه بازار
۷۲	سایر جنبه‌های اقتصادی
۷۲	ثروت‌های فیزیکی
۷۳	فعالیتهای اقتصادی
۷۵	ساختار زیربنایی (زیر ساخت)
۷۵	درجه شهرنشینی
۷۶	تورم
۷۷	واژه‌های کلیدی
۷۷	سئوالات مورد بحث

فصل چهارم - محیط سیاسی - حقوقی

۸۱	مقدمه
۸۱	محیط سیاسی
۸۲	نیروهای سیاسی کشور میزبان
۸۴	تصمیمات دولت میزبان
۸۶	نیروهای سیاسی کشور خودی
۸۸	تغییر ناگهانی در جو سیاسی
۸۹	ارزیابی ریسک سیاسی
۹۱	استراتژی کاهش ریسک
۹۳	بیمه ریسک سیاسی
۹۳	محیط حقوقی

قوانین خارجی و بازاریابی خارجی	۹۴
قوانین مربوط به علائم تجاری	۹۵
محافظت از علامت تجاری در برابر دزدی	۹۶
حل اختلافات تجاری بین المللی	۹۸
داوری تجاری	۹۹
دیوانهای داوری تجاری	۱۰۰
واژه‌های کلیدی	۱۰۱
سئوالات مورد بحث	۱۰۱

فصل پنجم - محیط فرهنگی

فرهنگ چیست؟	۱۰۵
اجزاء فرهنگ	۱۰۶
تکنولوژی و فرهنگ مادی	۱۰۶
زبان	۱۰۸
زیباشناسی	۱۱۱
تعلیم و تربیت	۱۱۴
دین	۱۱۵
گرایشها و ارزشها	۱۲۲
نهاد اجتماعی	۱۲۳
سایر اجزاء فرهنگ	۱۲۴
فرایند ذهنی و یادگیری	۱۲۶
ویژگی‌های فرهنگ در جوامع مختلف	۱۲۷
فرهنگهای مونوکرونیکی و فرهنگهای پلی کرونیکی	۱۳۰
ابعاد پنجگانه هاف استد	۱۳۱
درک فرهنگهای دیگر	۱۳۷
واژه‌های کلیدی	۱۳۸
سئوالات مورد بحث	۱۳۹

فصل ششم - استراتژی‌های ورود به بازارهای خارجی

مقدمه	۱۴۳
صادرات غیر مستقیم (INDIRECT EXPORTING)	۱۴۴
صادرات مستقیم	۱۴۸
وظیفه مدیریت صادرات	۱۴۸
انتخاب بازارهای خارجی	۱۴۸
روشهای صادرات مستقیم	۱۴۹
کنترل توزیع کنندگان	۱۴۹
توزیع فیزیکی و مدارک صادراتی	۱۵۰
تولید در کشور خارجی به عنوان استراتژی ورود به بازار خارجی	۱۵۰

۱۶۰	مالکیت کامل یک شرکت تولیدی در خارج
۱۶۳	فروش خدمات
۱۶۵	واژه‌های کلیدی
۱۶۵	سئوالات مورد بحث

فصل هفتم - شناخت نظام پولی بین‌المللی و بازار ارز

۱۷۰	تاریخچه نظام پولی پایه طلا
۱۷۱	سقوط نظام پولی پایه طلا
۱۷۲	کنفرانس برتن وودز
۱۷۴	صندوق بین‌المللی پول
۱۷۵	پایه طلا مبتنی بر دلار
۱۷۶	نظام پولی از سال ۱۹۷۳ تا کنون
۱۷۸	یورو
۱۷۹	سیسم حسابداری تراز پرداختها
۱۸۰	اجزاء مهم تراز پرداختها
۱۸۲	حساب سرمایه
۱۸۳	حساب ذخایر دولتی
۱۸۳	مغایرت‌های آماری
۱۸۳	تعادل و عدم تعادل در تراز پرداختها
۱۸۶	واژه‌ها و تعاریف
۱۸۷	بازار سلف
۱۸۸	ماهیت بازار ارز
۱۸۸	تبدیل‌پذیری و قابلیت پذیرش ارز
۱۸۹	محدودیت‌های ارزی
۱۸۹	صدور مجوز
۱۸۹	نرخ‌های ارزی چندگانه
۱۹۰	سپرده‌های الزامی برای واردات
۱۹۰	آریترتز و بازار ارز
۱۹۵	آریترتز پول
۱۹۶	واژه‌های کلیدی
۱۹۶	سئوالات مورد بحث
۱۹۷	پیوست
۲۱۳	واژه‌نامه