

مدیریت خرید و تجارت بین الملل

تالیف
مصطفی آقارضی

انتشارات آرون

سرشناسه	: آقارضى، مصطفى، ۱۳۵۰
عنوان و پديدآور	: مدیریت خرید و تجارت بین الملل / تألیف مصطفى آقارضى
مشخصات نشر	: تهران: آروَن، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۶۸ ص.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۱-۰۸۷-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا.
موضوع	: خرید - مدیریت .
موضوع	: بازرگانی - مدیریت .
رده بندی کنگره	: ۱۳۸۹ م ۴ ۳۹/۵/آ۷ HD
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۷۲
شماره کتابخانه ملی	: ۲۰۶۳۱۷۵

مدیریت خرید و تجارت بین الملل

تألیف : مصطفى آقارضى

ناشر : انتشارات آروَن

حروفچینی : نشر آروَن

چاپ اول : ۱۳۸۹

چاپخانه حیدری : ۲۵۰۰ نسخه

۱۵۰۰ تومان

فهرست مطالب

۵	 مقدمه
۷	 شناخت مدیریت خرید
۸	 تعریف مدیریت خرید
۹	 عقد قرارداد
۱۰	 پارامترها و نکات مورد توجه در عقد قراردادها
۱۳	 معاملات ارزی و اسناد حمل
۱۳	 (۱) اعتبار اسنادی و انواع آن
۱۷	 محاسن استفاده از اعتبار اسنادی
۱۸	 (۲) برات
۲۲	 (۳) حواله‌های ارزی
۲۳	 خرید خارجی
۲۴	 ضمانتنامه‌های ارزی
۲۷	 بیمه و بیمه‌نامه

۲۷	تقسیم‌بندی کلی بیمه‌ها
۳۰	انواع طبقه‌بندی در بیمه‌های باربری
۳۴	اسناد خرید و حمل کالا
۳۸	گمرک
۳۸	تعرفه‌های بین‌المللی و گمرکی در ایران
۴۰	سود بازرگانی
۴۰	حقوق گمرکی
۴۰	انواع واردات کالا
۴۱	مراحل واردات کالا
۴۱	ترخیص گمرکی
۴۱	اسناد مورد نیاز جهت ترخیص کالا
۴۲	اسناد گمرکی
۴۵	اصطلاحات بانکی مورد استفاده در گمرک
۴۸	اتاق بازرگانی، صنایع و معادن
۴۹	دامپینگ Dumping
۴۹	مقاوله‌نامه سی.ام. آر
۵۰	کارنه تیر
۵۰	کارنه آ.ت.آ A.T.A
۵۱	برگه شناسایی ایمنی مواد شیمیایی
۵۱	قانونی کردن اسناد (Legalization of Documents)
۵۲	دریافت‌رادی و کشتی‌رانی
۵۴	طبقه‌بندی کشتی‌ها (Classification of Ship)
۵۵	تقسیم‌بندی و انواع کشتی‌ها
۵۷	اینکو ترمز (INCOTERMS) (سودا واژگان)

مقدمه

مبادله کالا و خدمات و تجارت ملل با همدیگر راحتی و سهولت در تهیه مایحتاج زندگی افراد را در پی دارد، توزیع متنوع عوامل تولید در مناطق مختلف کره زمین دلیل وابستگی و مبادله بین المللی می باشد. با نگاهی به آمارهای موجود در زمینه تجارت بین الملل و مشاهده حجم آن ملاحظه می شود که حجم تجارت بین الملل روند رو به رشد سریعی دارد. در دنیای کنونی موتور رشد استراتژی توسعه ملل بهره‌وری از روابط تجاری بین الملل می باشد.

تجار آگاه در سطح بین الملل به دنبال یافتن یک نیاز یا تقاضای بین المللی و ارضاء آن از طریق فروش کالا از نقطه‌ای به نقطه دیگرند و تجارت بین الملل به دنبال یافتن مبنائی برای مبادلات کالاها و خدمات بین کشورها می باشد. به طور کلی دلایل برقراری تجارت بین الملل را می توان در چهار عامل خلاصه کرد:

- برخورداری از عوامل تولید

- اختلاف قیمت ها

- اختلاف در کیفیت کالاها

- هزینه حمل و نقل

برقراری تجارت بین الملل و بهره‌مندی کشورها از مبادلات کالا منبعث از نظریه مطلق آدام اسمیت و نظریه مزیت نسبی دیوید ریکاردو می باشد. برای برقراری روابط تجاری بین الملل شناخت و درک مقررات و مؤلفه‌های این فرآیند ضرورت دارد. بدین منظور تجربیات ناشی از سال‌ها فعالیت در امر بیمه‌های باربری و حمل و نقل که مدت مدیدی به عنوان کارشناس در تمام بخش‌های گمرک، بانک، حمل و نقل و بازرگانی خارجی دخالت کاری داشته‌ام و با این نمادها و مؤلفه‌ها آشنا گردیدم را با مطالعات تکمیلی و تطبیقی متون متعدد و استفاده از محضر اساتید و صاحب‌نظران این فنون تلفیق نموده و به صورت کلید واژه‌های کاربردی مورد بررسی و مطالعه و به عنوان مجموعه‌ای نسبتاً جامع در دسترس کارکنان سازمان‌های گمرک، حمل و نقل، بانک و بیمه و دانشجویان و پژوهشگران و کارآموزان قرار داده تا خلاءهای اطلاعاتی موجود را بعضاً پوشش دهد.

به‌زعم خویش این مجموعه حامل پیامی است جهت بالندگی و درک درست واژگان مورد استفاده که امید می‌رود کارآمدی و اثربخشی خود را در تحقق اهداف تعالی فردی و سازمانی داشته باشد.

با این حال ارائه رهنمودهای لازم در زمینه مفاهیم و واژگان مورد اشاره از سوی اساتید و صاحب‌نظران و کارشناسان صنوف مرتبط مزید امتنان است.