

درآمدی بر

اصول و کاربرد کسب و کار بین الملل

تألف

دکتر محمد تقی پیش بین

رهبر اسادات منتظری



سرشناسه :	پیش بین، محمد تقی، ۱۳۱۱
عنوان و نام پدیدآور :	درآمدی بر اصول و کاربرد کسب و کار بین الملل
مشخصات نشر :	تهران: تایماز، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری :	۲۰۳ص: مصور، جدول
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۵۷۰۳-۹۷-۹
شمعیت فهرست نویسی :	فبیا
یادداشت :	کتابنامه
موضوع :	بازرگانی بین المللی
موضوع :	شرکت های چند ملیتی
موضوع انفرادی :	منتظری، زهرا سادات، ۱۳۶۳
رده بندی کنگره :	۱۳۹۱ ۹۵۴ پ/۱۳۷۹ HF
رده بندی دهلی :	۳۸۲
شماره کتابشناختی :	۲۸۴۷۹۹

انتشارات تایماز

درآمدی بر اصول و کاربرد کسب و کار بین الملل

ناشر :	تایماز
مؤلف :	دکتر محمد تقی پیش بین، زهرا سادات منتظری
طراحی روی جلد :	فاطمه عبدالله پور
مدیر اجرایی :	موسی بهزاد
نوبت چاپ :	اول ۱۳۹۱
چاپ :	جمالی
صحافی :	جمالی
شمارگان :	۵۰۰
قیمت :	۷۵۰۰۰ ریال
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۵۷۰۳-۹۷-۹

حق چاپ محفوظ و متعلق به انتشارات تایماز می باشد.

TB

آدرس: تهران - میدان انقلاب - کوچه مهرناز - ساختمان ۳۶ - طبقه ۲ - واحد ۶ صندوق پستی: تهران ۱۴۱۴۵-۶۴۸
تلفن: ۰۲۱-۶۶۵۶۳۴۲۵-۶۶۴-۲۷۴۴ موبایل: ۰۹۱۹۸۲۴۹۴۴۲ ایمیل: taymazpub@yahoo.com

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
..... شگفتا	۹
..... فصل ۱: کسب و کار بین الملل در قرن ۲۱	۱۱
..... مقدمه	۱۲
..... کسب و کار بین الملل	۱۲
..... تبادل اطلاعات و خدمات	۱۴
..... تبادل اطلاعات و خدمات با هدف تجاری	۱۴
..... تبادلات پولی (سرمایه گذاری)	۱۵
..... فرایند بین المللی جهانی سازی	۱۶
..... صادرات	۱۶
..... سرمایه گذاری مشترک	۱۷
..... صدور مجوز	۱۹
..... تولید قراردادی	۲۰
..... قرارداد مدیریتی	۲۰
..... مالکیت مشترک	۲۰
..... ائتلاف جهانی شرکت ها (کنسرسیوم)	۲۱
..... اهمیت جهانی شدن در حوزه کسب و کار و اقتصاد	۲۱
..... مسئولیت مسائل اخلاقی اجتماعی و شهروندی شرکت	۲۲
..... نهادهای کردن اصول اخلاقی	۲۴
..... نقاط قوت و ضعف فعالیت های جهانی	۲۶

۲۹	فصل ۲: مفاهیم فرهنگی کسب و کار بین الملل
۳۰	مقدمه
۳۰	معنا و مفهوم فرهنگ
۳۱	ویژگی های فرهنگ
۳۱	مهم ترین کارکردهای فرهنگ
۳۲	تفاوت بین فرهنگی
۳۳	جزیه و تحلیل فرهنگ
۳۷	ابعاد فرهنگی ملی
۴۰	فرهنگ و دین و کار
۴۱	نمونه هایی از مبادی فرهنگی در کسب و کار
۴۳	فصل ۳: سیستم اقتصادی تجارت بین الملل
۴۴	مقدمه
۴۴	نظام پولی بین المللی
۴۷	سیاست تجاری
۴۷	تعرفه گمرکی
۴۷	سهامیه
۴۸	غیر مجاز اعلام نمودن برخی از کالاها
۴۸	محدودیت های بازرگانی از طریق کنترل ارز خارجی
۴۸	محدودیت های غیر تعرفه ای
۴۸	تشکلهای اقتصادی
۴۸	انواع تشکلهای اقتصادی
۴۹	تشکلهای منطقه ای
۴۹	منطقه آزاد تجاری
۴۹	اتحاد گمرکی

۵۰	بازار مشترک
۵۳	فصل ۴: شرکت‌های چند ملیتی
۵۴	مقدمه
۵۴	مفهوم شرکت‌های چند ملیتی
۵۵	تعریف از دیدگاه علمی
۵۵	تعریف از دیدگاه تجاری
۵۶	تعریف از دیدگاه سازمانی
۵۶	دلایل پیش شرکت‌های چند ملیتی
۵۹	ساختار شرکت‌های چند ملیتی
۵۹	ساختار بر مبنای خط تولید
۶۰	ساختار سازمان جغرافیایی
۶۱	ساختار سازمان مالی
۶۲	مشکلات ایجاد شده توسط شرکت‌های چند ملیتی در کشور میزبان (سرمایه گذار)
۶۳	مشکلات ایجاد شده توسط شرکت‌های چند ملیتی در کشور میزبان
۶۷	فصل ۵: مدیریت جهانی منابع انسانی
۶۸	مقدمه
۶۸	تعریف مدیریت منابع انسانی بین‌المللی (IHRM)
۷۰	ابعاد اصلی مدیریت منابع انسانی بین‌المللی
۷۰	جنبه‌های کلیدی چهارچوب مفهومی مدیریت منابع انسانی بین‌المللی
۷۱	نیروی کار جهانی
۷۲	شرایط بین‌المللی
۷۲	شرایط ملی
۷۳	موضوعات راهبردی
۷۳	موضوعات عملیاتی

۷۳	مسیرهای شغلی مدیریت منابع انسانی بین‌المللی
۷۴	قابلیت‌های حرفه‌ای (شایستگی‌ها و قابلیت‌های مدیریت منابع انسانی بین‌المللی)
۷۴	آینده
۷۵	عوامل موثر بر مدیریت منابع انسانی بین‌المللی
۷۸	رویکردهای مدیریت و جذب نیرو در شعبه‌های خارجی
۷۹	۱. گرا
۷۹	۲. چند مرکزی
۷۹	۳. فلیم
۸۱	مدیریت منابع انسانی بین‌الملل راهبردی
۸۱	تعریف مدیریت منابع انسانی بین‌المللی راهبردی (SIHRM)
۸۲	اهداف مدیریت منابع انسانی بین‌المللی راهبردی (SIHRM)
۸۲	بهره‌وری کار
۸۲	انعطاف پذیری سازمانی
۸۳	مسئولیت اجتماعی
۸۳	موضوعات یا برآمدهای مدیریت منابع انسانی بین‌الملل راهبردی (SIHRM)
۸۴	وظایف مدیریت منابع انسانی بین‌الملل راهبردی
۸۴	خط مشی‌ها و اعمال مدیریت منابع انسانی بین‌الملل راهبردی (SIHRM)
۸۷	فصل ۶: میانی بازاریابی بین‌الملل
۸۸	مقدمه
۸۸	تعریف بازاریابی بین‌المللی
۸۹	جایگاه بازاریابی بین‌الملل در بازرگانی بین‌الملل
۹۰	تصمیمات اساسی در بازاریابی بین‌المللی
۹۱	سطوح (سیر تکاملی) بازاریابی بین‌الملل
۹۲	۱. بازاریابی داخلی

۹۲	۲. بازاریابی صادرات
۹۲	۳. بازاریابی بین‌المللی
۹۲	۴. بازاریابی چند ملیتی
۹۳	۵. بازاریابی جهانی
۹۳	بازاریابی تطبیقی و تحلیل محیطی
۹۶	محیطات ورود به بازار بین‌الملل
۹۹	فصل ۷: محیط بازاریابی بین‌الملل
۱۰۰	مقدمه
۱۰۲	محیط اقتصادی
۱۰۳	محیط سیاسی - حقوقی
۱۰۳	عقیده درباره خرید بین‌المللی
۱۰۳	ثبات سیاسی
۱۰۴	مقررات پولی
۱۰۵	بوروکراسی دولتی
۱۰۷	فصل ۸: استراتژی‌های بازاریابی بین‌الملل
۱۰۸	مقدمه
۱۰۹	تعریف استراتژی بازاریابی بین‌الملل (در سطح سیستم)
۱۱۰	ابعاد و رویکردهای استراتژی‌های بازاریابی بین‌الملل
۱۱۱	انواع استراتژی‌های بازاریابی بین‌الملل
۱۱۲	استراتژی استاندارد سازی
۱۱۲	استراتژی انطباق
۱۱۵	استراتژی‌های زیر سیستم: انتخاب بازار بین‌الملل
۱۱۶	استراتژی‌های زیر سیستم: ورود به بازار بین‌الملل
۱۱۹	استراتژی‌های زیر سیستم: آمیخته بازاریابی بین‌الملل

۱۲۵	رهنمودهایی برای موفقیت در صحنه رقابت جهانی
۱۲۹	فصل ۹: تجزیه و تحلیل بازارهای خارجی
۱۳۰	مقدمه
۱۳۰	تجزیه و تحلیل بازار- یک برخورد دو مرحله ای
۱۳۳	روش غربالی
۱۳۵	برنامه ارزیابی
۱۳۸	یگانه اطلاعات برای استفاده در برنامه ریزی
۱۴۳	فصل ۱۰: سرمایه گذاری خارجی در ایران
۱۴۴	مقدمه
۱۴۴	تاریخچه قوانین مربوط به جلب سرمایه و سرمایه گذاری خارجی در ایران
۱۴۶	اهداف سرمایه گذاری خارجی
۱۴۶	سرمایه گذاریهای خارجی در جستجوی مواد خام و منابع اولیه
۱۴۶	سرمایه گذاریهای خارجی در جستجوی بازار
۱۴۶	سرمایه گذاری در جستجوی کارایی
۱۴۷	سرمایه گذاریهای خارجی در جستجوی داراییهای استراتژیک
۱۴۷	مزیتها و موانع در ایران برای جذب سرمایه گذاری
۱۴۷	مزیتها
۱۴۸	موانع و مشکلات
۱۵۰	رهنمودها و راهکارهای لازم به منظور سرمایه های خارجی
۱۵۳	فصل ۱۱: قراردادهای بین المللی
۱۵۴	مقدمه
۱۵۴	انواع قراردادهای بازرگانی بین الملل
۱۵۹	نکات مهم در تنظیم قراردادها
۱۵۹	-تهیه پیش نویس اولیه

۱۵۹	توافقات مقدماتی
۱۶۰	شکل قرارداد
۱۶۰	مختصر یا مفصل بودن متن قرارداد
۱۶۰	پیچیده و ساده بودن متن قرارداد
۱۶۱	بازارت - قابل
۱۶۱	انواع تجارت متقابل
۱۶۲	۱. معاملات تهاتری ساده
۱۶۲	۲. خرید متقابل
۱۶۲	۳. بیع متقابل (بای بک)
۱۶۳	۴. افسست
۱۶۴	۵. خرید از پیش
۱۶۴	۶. تعویض (سوآپ)
۱۶۴	۷. قراردادهای تسویه تهاتری
۱۶۵	۸. قراردادهای واگذاری تهاتری
۱۶۵	۹. معاوضه دیون
۱۶۷	فصل ۱۲: ضمانتنامه های بین المللی
۱۶۸	مقدمه
۱۶۸	ضمانتنامه های عادی
۱۶۸	مفهوم ضمانتنامه های عادی
۱۶۹	انواع ضمانتنامه های عادی
۱۷۱	ضمانتنامه های بانکی
۱۷۱	مفهوم ضمانتنامه های بانکی
۱۷۲	ویژگی های ضمانتنامه های بانکی
۱۷۳	انواع ضمانتنامه های بانکی

۱۷۳	۱. ضمانتنامه شرکت در مناقصه یا مزایده
۱۷۴	۲. ضمانتنامه پرداخت (بازپرداخت، پیش پرداخت)
۱۷۴	۳. ضمانتنامه تعهد
۱۷۵	۴. ضمانتنامه حسن انجام کار
۱۷۷	فصل ۱۳: داوری بین‌المللی
۱۷۸	مقدمه
۱۷۸	ریخچه داوری
۱۷۹	مبانی و اشکال مراجعه به داوری
۱۷۹	۱. داوری اختیاری
۱۸۰	۲. داوری اجباری
۱۸۱	مقررات آنستیتال
۱۸۳	فصل ۱۴: اینکوترمز ۲۰۰۰ به همراه اصلاحات آن در ۲۰۱۰
۱۸۴	مقدمه
۱۸۵	اینکوترمز ۲۰۰۰
۱۸۸	اصلاحات اینکوترمز ۲۰۱۰
۱۸۸	تقسیم بندی جدید
۱۸۹	دو اصطلاح جدید DAT و DAP
۱۸۹	تحويل در پایانه (DAT)
۱۹۰	تحويل در محل (DAP)
۱۹۳	منابع و مأخذ

پیشگفتار

گسترش تجارت، جهانی شدن محصولات و خدمات و بین‌المللی شدن شرکت‌ها، همواره بر اهمیت روابط بازرگانی بین‌الملل افزوده است. روابط بازرگانی بین‌الملل ابعاد مختلفی را در بر می‌گیرد که اثربخشی شرکت‌ها را در بازار بین‌المللی به ویژه بازار صادرات تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به شرایط بازار پیچیده و دست‌خوش تغییرات مداوم و پی در پی، کسب سریع اطلاعات بازرگانی اغلب رمز موفقیت در بازارهای بین‌المللی است و بازار محوری به عنوان دیدگاه یک مرحله با تعیین توانایی سازمان در پیش‌بینی، واکنش و تبدیل به سرمایه کردن تغییرات محیطی داخلی است که عملکرد شرکت‌ها را بهبود می‌دهد.

با توجه به این مورد، کتاب حاضر به دنبال معرفی کاربردهای مهم در کسب و کار بین‌الملل است. ساختار کتاب بدین صورت است: در فصل اول کتاب مقدمه ای بر کسب و کار بین‌الملل در قرن ۲۱ و فرایند بین‌المللی جهانی سازی، در فصل دوم مفاهیم فرهنگی کسب و کار بین‌الملل و تفاوت‌های فرهنگی که در کسب و کار بین‌الملل باید مد نظر قرار داد و فصل سوم سیستم اقتصادی تجارت بین‌الملل و فصل چهارم اطلاعاتی مربوط به شرکت‌های چند ملیتی و فصل پنجم مدیریت جهانی منابع انسانی و فصل ششم، هفت و هشتم به ترتیب مبانئ، محیط و استراتژی بازاریابی بین‌الملل و فصل نهم تجربه و تحلیل بازارهای خارجی و فصل دهم به اطلاعاتی در مورد سرمایه‌گذاری خارجی در ایران و فصل یازدهم، دوازدهم، سیزدهم و چهاردهم در رابطه با قوانین تجارت بین‌الملل که به ترتیب قرارهای بین‌المللی، ضمانت‌نامه‌های بین‌المللی، داوری بین‌المللی، و اینکوترمز ۲۰۰۰ به همراه اصلاحات ۲۰۱۰ پرداخته شده است.

در خاتمه از تمام کسانی که در تهیه و تدوین و انتشار این مجموعه، یاری رسانیدند و به سرکار خانم سودابه نیازی، تشکر و قدردانی می‌نماییم و امیدواریم این کتاب مورد استقبال و استفاده پژوهشگران، اساتید، مشاوران، مدیران و دانشجویان قرار گیرد.

محمد تقی پیش‌بین - زهرا سادات منتظری