

آشنایی با مفهوم

« صادرات و واردات »

و

برخی اصطلاحات بازرگانی

مقدمه :

در برنامه سوم و چهارم ، صادرات به عنوان یک عنصر موثر و کلیدی در توسعه اقتصادی کشور محسوب شده است و بر آمادگی زیرساختهای فرهنگی و اجتماعی جهت بکارگیری استراتژی های صادراتی تأکید گردیده است .

توسعه صادرات و ورود صحیح به بازارهای جهانی و حفظ شرایط ماندگاری در آن حاصل نمی شود مگر با ایجاد یک راهبرد مشخص و پایدار صادراتی که بصورت قانون غیر قابل تغییر درآمده و هر کدام از دستگاههای اجرایی مرتبط با امر صادرات و همچنین اتحادیه ها و تشکلهای صادراتی و سازمانهای خدمات رسانی تجاری از قبیل بانکها ، بیمه ، حمل و نقل و . . . به وظایف خود به خوبی عمل نمایند و در جامعه نیز آمادگی فرهنگی تولید بهترین کالا برای صادرات بوجود آید .

در این گزارش بطور مختصر و مفید به مفهوم صادرات و بازاریابی می پردازیم با این شعار که :

« در دنیای آینده ، بازاریابی جهانی و جهان بازاری شدن ملاک عمل قرار می گیرد . »

تعریف صادرات :

صادرات عبارتست از ارتباط و کارکردن با بازارهای حرفه ای و حرفه ای های بازار در آن سوی

مرزها .

صادرات نقطه آغاز ارتباط برقرار کردن با دیگران است . صادرات برای رشد و توسعه اقتصادی

کشور است که از فروش تولیدات یا خدمات به کشورهای دیگر برای کسب درآمد ارزی حاصل می شود

و در برقراری موازنه تجاری و ایجاد تعادل اقتصادی کمک شایانی می نماید .

شرایط صادرات :

۱. اولین شرط صادرات ، تسلط بر مهارت‌های ارتباطی با انسانها و گروه‌های خارجی است .

۲. دومین شرط صادرات کار کردن است - کار به مفهوم جهانی یعنی هدف گرا کار کردن .

۳. سومین شرط صادرات ، پیکار نمودن در میدان رقابت است .

۴. چهارمین شرط صادرات ، پشتکار داشتن در امر صادرات است .

اصول و قواعد صادرات

یکی از قواعد و مقررات صادرات شناخت اصول و ضوابط حرفه ای و بین المللی بازار است .

بازار سه اصل دارد :

۱. هیچ چیز ثابت نیست .

۲. هیچ کس کامل نیست .

۳. هیچ چیز مطلق نیست .

حرفه ای های بازار پنج ویژگی دارند :

۱. تخصص داشتن علمی ، اخلاقی ، رفتاری و کاری در امر صادرات

۲. تعهد داشتن به صادرات

۳. تعلق داشتن به صادرات

۴. تداوم داشتن در امر صادرات

۵. تحول داشتن در امر صادرات

صادرات نیازمند حرفه ای شدن است چون کل صادرات شکارگاهی است که به قدرت فرصتهایی بدست می آید برای شکار ، در بازارهای جهانی فرصتها به ندرت بدست می آید و به سرعت از بین می رود .

صادرات یعنی بازاریابی فرامرزی یعنی حرکت در آنسوی مرزهای ملی که از نظر فرهنگی ، اقتصادی ، سیاسی ، اجتماعی و اقلیمی با ما فرق دارند و لذا شیوه های برخورد ما هم باید متناسب با آن باشد .

اصول بازاریابی در تمام دنیا یکی است ولی شرایط محیطی و فرهنگی فرق دارد بنابراین در بازاریابی جهانی نکات زیر را باید مورد توجه قرار داد :

۱. تلاش برای متمایز ساختن محصول و شرکت
۲. تولیدات انعطاف پذیر به جای تولیدات انبوه
۳. سرعت و نوآوری در ارائه خدمات بهتر و بیشتر
۴. بازار گرایی و توجه به نیازها و خواسته های روز بازار
۵. تلاش برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر نسبت به سایر محصولات رقبا
۶. توجه به تشکل گرایی و هم گرایی در بازار
۷. ارتباط نزدیک و دائمی با توزیع کنندگان و مشتریان
۸. توجه به تحقیق و بررسی بازار به شکل های مختلف
۹. حضور هدفمند در نمایشگاهها و انجام تبلیغات هدفمند
۱۰. توجه به خدمات فراگیر (خدمات قبل از فروش ، خدمات در جریان فروش و خدمات بعد از فروش)
۱۱. مطالعه جدی در مورد بهره وری و مدیریت کیفیت و استانداردهای بین المللی

۱۲. آشنایی و استفاده از تکنیک های مدرن فروش از جمله E-Commerce

۱۳. استفاده از قدرت روابط عمومی خود برای ایجاد ارتباط با مقامات و تصمیم

گیرندگان و هسته های قدرت

۱۴. حساس شدن به عوامل محیطی و برون سازمانی

۱۵. مدیریت و واکنش سریع در مقابل عملکرد رقبا

بطور کلی می توان گفت :

صادرات یک سیستم است با اجزاء مختلف و همه اجزاء بایستی با هم فعالیت کنند تا سیستم

بخوبی کار کند .

تعریف بازاریابی (MARKETING)

بازاریابی شامل شناخت نظام بازار و نیازها و خواسته ها و رفع آنها از طریق مبادلات مطلوب است

بازاریابی دارای سه بعد است : بازاریابی ، بازاریابی و بازاریابی

۱ - بازاریابی یعنی انجام تحقیقات بازاریابی برای شناخت نظام بازار و نظام صادرات قبل از

هرگونه انجام عملیات صادراتی .

مدل 4C برای بازار شناسی وجود دارد :

الف : شناخت خودمان (شرکت) Company

ب : شناخت مشتری یا مخاطب Costumer

- ج : شناخت رقبا Competitor
د : شناخت محیط و عوامل محیطی Change Factor

۲- بازارسازی یعنی استفاده از کلیه عوامل تکنیک ها و استراتژی ها جهت ایجاد و افزایش

سهم بازار

مدل 4P برای بازار سازی وجود دارد :

الف : محصول خوب Product

ب : قیمت مناسب price

ج : توزیع بموقع Place

د : تبلیغ بجا Promotion

بایستی این چهار عامل را طوری ترکیب کنیم که مورد قبل مشتری قرار گیرد .

۳- بازار داری یعنی روشها و تکنیک ها و ابزارهایی را بکار برد تا سهم بازار و مشتریان

حفظ شوند و روابطی بلندمدت و توأم با وفاداری برای ایجاد صادرات پایدار بوجود آورد .

مجموعه بازاریشناسی ، بازار سازی و بازار داری را **بازارگردانی** می گویند .

شناسائی ، شناساندن ، رضایت کند بازاریابی را حکایت

دریغا قدر آن را کس نداند در این آشفته بازار ولایت

نقش اطلاع رسانی در صادرات

در سیستم اطلاع رسانی مهمترین ویژگی اینست که موقعیت هر کس را در بازار شناخت و الگوبرداری کرد و نوآوری نمود و الگوی جدید ارائه داد .

یک سیستم اطلاع رسانی در صادرات و بازاریابی بایستی علائم زیر را دارا باشد .

جذابیت ظاهری (Attention)

علائق های مشتری (Interests)

کشش و جاذبه ایجاد کردن (Desire)

انجام فروش کالا (Action)

رضایت مشتری (Satisfaction)

فردی در سیستم اطلاع رسانی موفق است که یاد بگیرد هر چیزی را لازم است دریافت کند و

خوب پردازش دهد و خوب در اختیار متقاضیان قرار دهد

در مورد اطلاع رسانی می توان گفت ۲۰ درصد از اطلاعات ما هشتاد درصد نقش را در

فعالیت های ما خواهد داشت و بنابراین بایستی رفت و این ۲۰ درصد اطلاعات کلیدی را بدست آورد که

شامل تجزیه و تحلیل رقبا ، تجزیه و تحلیل شرکت ، تجزیه و تحلیل محیط و تجزیه و تحلیل بازار می

باشد .

الف : تجزیه و تحلیل رقبا :

۱ - شناخت رقبای اصلی و اهداف و رفتار آنان در بازار .

۲- سهم رقبا در بازار و میزان رشد آنان .

۳- کیفیت خدمات رقبا در بازار .

۴- جایگاه بازار رقبا .

۵- عملیات رقبا در بازار .

۶- منابع و امکانات رقبا در بازار .

ب : تجزیه و تحلیل شرکت :

۱- اهداف و آرمان های خودمان .

۲- سهم خودمان در بازار چگونه است .

۳- رشد در بازار چگونه است .

۴- کیفیت خدمات در بازار چیست .

۵- جایگاه در بازار کدام است .

۶- منابع و استراتژی ما در بازار چگونه است .

ج : تجزیه و تحلیل محیط :

۱- رابطه ما با کشور بازار هدف از نظر سیاسی چگونه است .

۲- ساختار اقتصادی آن کشور چیست .

۳- فرهنگ و آداب اجتماعی کشور بازار هدف چگونه است .

۴- نوع تکنولوژی غالب در کشور بازار هدف چگونه است .

۵- قوانین و مقررات حاکم بر آن کشور چیست .

۶- اثرات محیط جهانی در آن بازار چگونه است .

۵: تجزیه و تحلیل بازار :

۱- اندازه بازار هدف به لحاظ میزان خرید و مصرف کالای مورد نظر .

۲- رشد بازار هدف چگونه است .

۳- تقسیمات جمعیتی بازار به لحاظ عرضه و تقاضا .

۴- شناخت رفتار خریداران و سبک زندگی افراد آن جامعه .

۵- شناخت واسطه ها در بازار (شرکتهای تجاری و صادراتی و ...)

۶- شناخت علائق و رضایت مشتریان .

آشنایی با برخی اصطلاحات بازرگانی

• اعتبارات اسنادی LC چیست ؟

تعهدی است که بانک گشایش کننده اعتبار بر عهده می گیرد تا در قبال دریافت اسنادی

وجه اعتبار را به فروشنده پرداخت کند .

• اعتبار اسنادی غیرفعال (LC) NON Operative کدام است؟

اعتباری است که گشایش شده و به ذینفع ابلاغ گردیده است اما در متن آن شرایطی ذکر شده تا در صورت تحقق آن شرایط این اعتبار اسنادی فعال گردد .

• اعتبار اسنادی یوزانس **Usance LC** چیست ؟

اعتباری است که پرداخت وجه کالا به فروشنده در صورت تحقق شرایط اعتبار بصورت مدت دار (۹۰ یا ۱۸۰ روز) توسط بانک گشایش کننده اعتبار یا بانک کارگزار پرداخت می گردد .

• فرم **S.A.D** در گمرک چیست ؟

سند یا اظهار نامه واحد گمرکی است که به منظور یکسان سازی جمع آوری اطلاعات و پردازش ماشینی آن طراحی گردیده است .

• **CRF** چیست ؟

یک سند گمرکی است که توسط موسسات بازرسی کالا صادر می شود و نشان می دهد که قیمت کالا در مبدأ مورد تأیید شرکت بازرسی قرار گرفته است .

• معامله **Bay back** چیست ؟

فروشنده در یک کشور خارجی ماشین آلات و دانش فنی و تأسیسات و امکانات را به کشور خریدار می دهد تا در آنجا کالا تولید شود و به کشور فروشنده برگردد .

• **فرم SD چیست ؟**

سندی که تولیدکننده کالا به موجب آن کتباً اقرار می کند که کالای تولید شده مطابق استاندارد خواسته شده آن تولید گردیده است .

• **فرم MD چیست ؟**

اظهار نامه تولید کننده کالا است که به موجب آن تأیید می کند کالا براساس ضوابط استاندارد تولید گردیده است .

• **گواهی SFR چیست ؟**

گواهی ثبت استاندارد در موسسه استاندارد است .

• **منطقه آزاد تجاری - صنعتی چیست ؟**

قسمتی از قلمرو سیاسی یک کشور که کالای عرضه شده در آنجا از لحاظ ارتباط حقوق و عوارض ورودی مشمول نظارتهای معمول گمرکی نمی شود . واردات کالا به مناطق آزاد از خارج تابع مقررات صادرات و واردات و امور گمرکی مناطق آزاد جمهوری اسلامی و مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی (UCP500) بوده و از مقررات صادرات و واردات کشور مستثنی می باشد .

• **کشورهای CIS (کشورهای مستقل مشترک المنافع) کدامند ؟**

جامعه کشورهای مستقل مشترک المنافع در سال ۱۹۹۱ تأسیس گردیده و اتحادیه ای است که از جنبه های قوانین داخلی و بین المللی جانشین اتحاد جماهیر شوروی سابق شده است و سه کشور روسیه ، اوکراین و روسیه سفید آن را بنیاد نهاده اند و کشورهای آذربایجان ، ارمنستان ، ازبکستان ، ترکمنستان ، تاجیکستان ، قرقیزستان ، قزاقستان و مولداوی و گرجستان به عضویت آن درآمده اند .

• بازارچه های مرزی چیست ؟

محوطه ای است محصور واقع در نقطه صفر مرزی و در جوار گمرکات مجاز به انجام تشریفات ترخیص کالا قرار دارند و اهالی دو طرف می تواند کالا و محصولات مورد نیاز خود را با رعایت مقررات صادرات و واردات در این بازارچه ها عرضه نماید .

• روش خریدهای متقابل چگونه است ؟

روش خریدی است که در آن پرداخت بهای کالای خریداری شده بصورت غیرنقدی صورت می گیرد .

• ورود موقت چیست ؟

رویه گمرکی است که به موجب آن برخی از کالاها بدون پرداخت حقوق ورودی عوارض به قصد خروج مجدد در مدت مقرر وارد قلمرو گمرکی می گردد و سه گونه است :

۱- ورود موقت کالا جهت تعمیر یا تولید و بسته بندی

۲- ورود موقت به منظور نمایش در نمایشگاهها

۳ - ورود موقت خودرو

• اصطلاحات اینکوترمز : international commercial

terms کدامند ؟

طبقه بندی چهارگروه اینکوترمز

گروه E	گروه F	گروه C	گروه D
تحویل کالا در	تحویل کالا به	تحویل کالا در مبدأ	تحویل کالا در
نقطه عزیمت در	خریدار بدون	به خریدار با پرداخت	مقصد
مبدأ (EXW)	پرداخت کرایه حمل	کرایه حمل	DAF
	در مبدأ	CIF – CFR	DES-DEQ
	FAS – FCA	CIP ,CPT	DDU , DDP
	FOB		

EXW تحویل کالا در محل کار (کارخانه ، انبار و ...)

FCA تحویل کالا به حمل کننده در مبدأ

FAS تحویل کالا در کنار کشتی در مبدأ

FOB تحویل کالا در عرشه کشتی در مبدأ

CFR ارزش و کرایه حمل تا مقصد

CIF ارزش ، بیمه و کرایه حمل تا مقصد

CPT تحویل با پرداخت کرایه حمل تا مقصد

CIP	تحویل با پرداخت کرایه حمل و بیمه تا مقصد
DAF	تحویل در مرز (مرز تعیین شده)
DES	تحویل در عرشه کشتی (در مقصد)
DEQ	تحویل در اسکله (در مقصد)
DDM	تحویل در مقصد بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی
DDP	تحویل در مقصد با پرداخت حقوق و عوارض گمرکی

• معنی صادرات چیست ؟

کسب درآمد ارزی برای رشد و توسعه اقتصادی است که از فروش تولیدات یا خدمات به

کشورهای دیگر حاصل می شود و می تواند در برقراری موازنه تجاری و ایجاد تعادل اقتصادی کمک شایانی نماید .

• مشکلات داخلی صادرات کدام است ؟

این مشکلات اصولاً به تولید و کیفیت و قیمت و حمل و نقل داخلی و بازاریابی و بسته بندی

برمی گردد .

• مشکلات بین المللی صادرات کدامند ؟

محور بودن اقلام صادراتی ، کشش پذیری کالاها ، وجود رقبا ، عدم انجام به موقع تعهدات ،

عدم شناخت فرهنگ مصرفی کشورهای خریدار ، ضعف تبلیغات .

• **مراحل انجام صادرات کدام است؟**

- ۱- بازاریابی (شناخت بازارهای خارجی و راههای نفوذ به آن)
- ۲- کسب مجوز صدور که در حال حاضر صدور اغلب کالاها نیاز به مجوز ندارد و فقط کالاهای خارجی نیاز به مجوز دارند .
- ۳- تعیین قیمت صادراتی توسط کمیسیون ۵ نفره نرخ گذاری .
- ۴- صدور پروفورما (سندی که توافقات اولیه فروشنده و خریدار را نشان می دهد)
- ۵- تهیه و تدارک و بسته بندی کالا
- ۶- دریافت گواهی بازرسی کالا از اداره استاندارد
- ۷- صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدا
- ۸- سپردن بیمان ارزی
- ۹- عقد قرارداد حمل و نقل و بیمه
- ۱۰- اظهار کالا به گمرک
- ۱۱- ارسال کالا
- ۱۲- دریافت واریز نامه یا تصدیق صدور

• **روش های پرداخت در معاملات تجاری چگونه است؟**

- در حال حاضر متداولترین و مهمترین شیوه پرداخت در معاملات که در دنیا متداول است روش پرداخت با شیوه اعتبارات اسنادی است .

اعتبارات اسنادی تعهدی است که بانک گشایش کننده اعتبار برعهده می گیرد تا در قبال اخذ اسناد معینی ، مطالبات ذینفع اعتبار یا فروشنده را بپردازد ، یا برات وی را قبول نویسی کند ، یا حواله های درخواستی وی را پرداخت کند و یا بانک دیگری را مأمور این عملیات نماید .

این پرداخت یا از طریق برات ارزی (B/E) و یا اعتبارنامه (L/C) صورت می گیرد .

• اعتبار نامه (L/C) یا (latter of credit) چیست ؟

فرم قراردادی است که به موجب آن بانک بازکننده اعتبار بنا به درخواست خریدار ، بانک دیگری را که بانک ذینفع یا کارگزار نام دارد مجاز می دارد حداکثر تا پایان مدت تعیین شده ، اسناد حمل کالاهای مورد معامله را به بانک تسلیم کند و آن بانک حداکثر تا میزان اعتبار را پرداخت نماید .

بانک کارگزار سپس اسناد مزبور را جهت واگذاری به خریدار برای بانک دستور دهنده ارسال می کند .

اعتبار نامه قابل معامله نمی باشد .

• برات ارزی (B/E) یا (Bill of Exchange) چیست ؟

برات ارزی توسط فروشنده (ذینفع) نوشته می شود و از طریق بانک ابلاغ کننده یا بانک ذینفع ارسال می شود و پس از قبول نویسی ، صادرکننده یا فروشنده می تواند بلافاصله و یا بعد از تاریخ تعیین شده مبلغ مندرج در آن را دریافت کند . برات قابل معامله است .

• فاینانس (Finance) چیست ؟

در مواقعی که فروشنده کالا حاضر به قبول اعتبار اسنادی مدت دار نمی گردد و خریدار به خاطر فقدان نقدینگی قادر به افتتاح اعتبار اسنادی نمی باشد معمولاً خریدار از یک شرکت مالی درخواست می کند که وارد معامله شود و وجه معامله را به فروشنده نقداً پرداخت کند و بهره گیرد. این موسسات را فاینانس مالی می گویند.

• کنوانسیون های حمل و نقل کدامند؟

۱ - کنوانسیون CMR :

این کنوانسیون جهت تأمین منافع و حقوق دست اندرکاران حمل و نقل جاده ای و یکنواخت کردن شرایط حاکم بر قرارداد حمل و نقل بین المللی جاده ای ایجاد شده است.

۲ - کنوانسیون TIR :

این کنوانسیون برای ایجاد تسهیلات در رابطه با تشریفات گمرکی کامیونهای حامل کالا که در جاده های بین المللی تردد و از گمرکات کشورهای ثالث عبور می کنند تدوین و به مرحله اجرا درآمده است.

۳ - کنوانسیون کوتیف COTIF :

این کنوانسیون مربوط به حمل و نقل بین المللی با راه آهن است.

• ارزش CIF کالا چگونه محاسبه می شود؟

ارزش کالا (COST) + بیمه (IN SURANC) + کرایه حمل (FRESGHT)

• ترانزیت چیست ؟

روش گمرکی است که براساس آن کالاها تحت نظارت گمرک از یک گمرک به گمرک دیگر

حمل می گردد .

• ترخیص چیست ؟

به معنی تسویه حساب با گمرک پس از انجام تشریفات قطعی گمرک است .

• اظهار نامه گمرکی چیست ؟

عبارتست از هر اظهار یا اقدامی راجع به اطلاعات خاص مورد نیاز گمرک به هر شکل که توسط

گمرک توصیه شده یا مورد قبول واقع شده است .

• کابوتاژ چیست ؟

حمل کالا از یک نقطه به نقطه دیگر در یک کشور از راه دریا یا رودخانه های مرزی .

انواع واردات : ۱ - واردات قطعی . ۲ - ورود موقت . ۳ - کالای مرجوعی . ۴ - ترانزیت که

شامل : داخلی و خارجی می باشد .

• حق العمل کاری گمرکی چگونه است ؟

حق العملکار در گمرک به شخصی اطلاق می شود که تشریفات گمرکی کالای متعلق به اشخاص دیگر را به وکالت از طرف آن شخص در گمرک انجام دهد .

• **تعرفه چیست ؟**

تعریف اول : طبقه بندی (NOMENCLATURE) مثلاً تعرفه ۸۵/۱۵ تعیین کالا در فصل ۸۵ و ردیف ۱۵ قرار دارد .

تعریف دوم : حقوق و عوارض گمرکی (TARIFE) مثلاً می گویند تعرفه تلویزیون ۳۰٪ است یعنی حقوق و عوارض گمرکی آن ۳۰٪ است .