



به نام خدا

آموزش کارمند سفارشات خارجی و ترخیص کار

مؤلف:

دکتر علی اشرف احمدیان

(دکترای مدیریت بازرگانی از دانشگاه تهران)



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: آموزش کارمند سفارشات خارجی و ترخیص کار

◀ مولف: علی اشرف احمدیان

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: نرگس مهرید

◀ صفحه آرای: فرنوش عبدالمهی

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۱

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۱۳۴۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۵۷۸-۷

◀ نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱-تلفن: ۰۴۶-۶۶۴۱۰۰۴۶-۲۲۰۸۵۱۱۱

◀ فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagaran-tehran.com

سرشناسه: احمدیان، علی اشرف، ۱۳۶۰- Ashraf, Ali Ahmadiyan
عنوان و نام پدیدآور: آموزش کارمند سفارشات خارجی و
ترخیص کار/مولف: علی اشرف احمدیان؛
ویراستار: نرگس مهرید.
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۱
مشخصات ظاهری: ۲۰۶ ص: مصور، جدول.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۵۷۸-۷
وضعیت فهرست نویسی: فیبا کتابنامه: ص. ۱۸۱-۱۹۱
موضوع: خرید(کالا و خدمات)-مدیریت
موضوع: purchasing-management
موضوع:بازرگانی - مدیریت commerce-management
موضوع: واردات-مدیریت imports-management
موضوع: خرید(کالا و خدمات)-مدیریت-آزمون ها و تمرین ها(عالی)
موضوع: purchasing-management-examinations. questions, etc. (higher)
موضوع: خرید(کالا و خدمات)-ایران-مدیریت
موضوع: purchasing-Iran-management
موضوع: بازرگانی-ایران-مدیریت
موضوع: commerce-management-Iran
موضوع: واردات-ایران-مدیریت
موضوع: imports-management-Iran
رده بندی کنگره: ۳۹/۵ HD
رده بندی دیویی: ۶۵۸۷۳۰
شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۸۵۸۸

نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید علمی و شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

فصل اول / کلیات تجارت خارجی و سفارشات ۱۵

۱۶.....	مقدمه
۱۶.....	تجارت خارجی
۱۷.....	صادرات
۲۰.....	واردات
۲۱.....	خرید خارجی
۲۱.....	چالش‌های بازرگانی بین‌الملل در بخش واردات و خریدهای خارجی
۲۲.....	ساختار شرکت
۲۲.....	قوانین و مقررات تجارت خارجی
۲۳.....	محاسبه هزینه و استراتژی قیمت‌گذاری کالاهای وارداتی
۲۳.....	انتخاب روش‌های مناسب حمل‌ونقل در تجارت خارجی
۲۳.....	مشکلات ارتباطی و تفاوت‌های فرهنگی
۲۴.....	خطرات و ریسک‌های سیاسی
۲۴.....	مسائل زیست‌محیطی
۲۵.....	از دیدگاه اقتصاد کشور
۲۵.....	از دیدگاه بنگاه کسب‌وکار
۲۶.....	از دیدگاه مشتری
۲۹.....	زنجیره ارزش پورتر
۳۰.....	فعالیت‌های اصلی
۳۰.....	فعالیت‌های پشتیبانی
۳۱.....	شبکه ارزش
۳۲.....	از دیدگاه واحد بازرگانی بین‌الملل
۳۴.....	وظایف واحد خرید خارجی
۳۵.....	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۳۵.....	سوالات پایانی فصل

فصل دوم / الزامات یک خرید خارجی موفق ۳۶

۳۷.....	مقدمه
۳۷.....	تعریف خرید خارجی
۳۸.....	فرایند خرید بین‌المللی

۳۹	اهداف خرید و حوزه‌های آن
۴۰	تعریف تدارکات
۴۲	چرخه خرید و چرایی آن
۴۴	راهبرد خرید جهانی
۴۷	مدیریت روابط در خرید خارجی
۴۷	مهارت‌های لازم برای خرید موفق
۴۸	ملاحظات کلیدی برای خرید در سطح جهانی، منبع‌یابی و مدیریت تأمین
۴۹	خرید خارجی
۵۱	بررسی دقیق در خریدهای خارجی
۵۱	گونه‌شناسی ریسک در خریدهای خارجی و مدیریت آن
۵۳	مراحل انجام یک خرید خارجی
۵۵	انتخاب منبع فروش کالا
۵۶	اخذ پروفرما
۵۷	تنظیم قرارداد خرید خارجی
۵۷	اخذ اسناد حمل و مورد نیاز جهت آماده‌سازی کالا و ارسال
۵۸	پرداخت بهای خرید کالای خارجی
۵۸	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۵۸	سوالات پایان فصل

فصل سوم / فرآیند منبع‌یابی در خریدهای خارجی ۵۹

۶۰	مقدمه
۶۰	منبع‌یابی جهانی تعریف، اهمیت و فرایند اثرگذاری
۶۳	منبع‌یابی یا برون‌سپاری فرایند
۶۴	معیارها در تصمیم‌گیری برای منبع یا برون‌سپاری
۶۵	مدیریت خرید از بازارهای جهانی
۶۷	چرایی منبع‌یابی خارجی
۶۷	ملاحظات دیگر در منبع‌یابی
۶۸	مراحل منبع‌یابی
۷۰	منبع‌یابی در خریدهای خارجی
۷۱	مزایای تأمین منابع در خارج از کشور
۷۲	روش‌های منبع‌یابی
۷۳	چالش‌های تأمین منابع در خارج از کشور
۷۴	مشکلات مرتبط با تأمین منابع در خارج از کشور
۷۴	درگیری با تأمین‌کنندگان خارج از کشور

۷۶	راه‌های شناسایی و انتخاب تأمین‌کننده خارجی
۷۷	منابع اطلاعاتی راهگشا برای یافتن تأمین‌کنندگان برتر
۷۸	تأمین‌کنندگان خدمات
۷۹	قراردادهای تأمین‌کننده خارج از کشور
۷۹	اهمیت قرارداد با تأمین‌کنندگان خارج از کشور
۸۰	مفاد قرارداد با تأمین‌کننده/فروشنده خارجی
۸۱	پرداخت به تأمین‌کنندگان در خریدهای خارجی
۸۱	پیش‌پرداخت
۸۲	اعتبار اسنادی
۸۳	روش براتی (مبادله مجموعه اسناد)
۸۴	روش حساب باز
۸۴	مدیریت ریسک‌های مرتبط با پرداخت به تأمین‌کنندگان خارجی
۸۶	حمل‌ونقل و توزیع بین‌المللی
۸۷	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۸۷	سوالات پایانی فصل

فصل چهارم / اعتبارسنجی فروشندگان خارجی و انتخاب گزینه مناسب

۸۹	مقدمه
۸۹	تعریف و تاریخچه اعتبارسنجی
۹۰	مدیریت ریسک زیرساخت اصلی فرایند اعتبارسنجی
۹۱	گونه‌شناسی ریسک و مدیریت آن‌ها
۹۱	ریسک کشور خارجی
۹۴	ریسک بنگاه کسب‌وکار
۹۴	روش‌های اعتبارسنجی و کاربردهای آن
۹۴	معیار 5C
۹۵	معیار 5P
۹۶	معیار LAPP
۹۷	مدل ریتان
۹۸	اعتبارسنجی در خریدهای خارجی
۱۰۰	الزامات اعتبارسنجی موفق در خرید خارجی
۱۰۰	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۰۱	سوالات پایانی فصل

فصل پنجم / مروری بر راهبردهای ورود به بازارهای بین‌المللی ۱۰۲

۱۰۳.....	مقدمه
۱۰۳.....	آمدگی همه‌جانبه برای شروع فرایند تجارت بین‌المللی
۱۰۶.....	مروری بر راهبردهای ورود به بازارهای خارجی
۱۰۸.....	نظریه بازی
۱۰۹.....	دیدگاه منبع‌محور
۱۱۰.....	رویکرد شبکه
۱۱۳.....	ائتلاف‌های راهبردی
۱۱۴.....	تعریف و ویژگی‌های اتحاد استراتژیک
۱۱۵.....	انواع و حوزه‌های اتحادهای استراتژیک
۱۱۷.....	عوامل مؤثر در موفقیت اتحادهای استراتژیک
۱۱۸.....	انواع ائتلاف‌های راهبردی
۱۱۸.....	مشارکت در فروش
۱۱۹.....	سرمایه‌گذاری مشترک
۱۱۹.....	توسعه مشترک
۱۲۰.....	تحقیق و توسعه مشترک
۱۲۱.....	موافقت‌نامه‌های برون‌سپاری بلندمدت
۱۲۱.....	مشارکت در سرمایه
۱۲۴.....	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۲۵.....	سوالات پایانی فصل

فصل ششم / تنظیم قرارداد با فروشندگان خارجی ۱۲۶

۱۲۷.....	مقدمه
۱۲۷.....	قرارداد و اهمیت آن در کسب‌وکار
۱۲۸.....	مفاد قرارداد در خرید خارجی
۱۲۸.....	زیرساخت‌های تنظیم یک قرارداد جامع در تجارت بین‌الملل
۱۲۹.....	ورودی‌های مذاکرات تجاری موفق
۱۲۹.....	مهارت‌های مورد نیاز برای مذاکره تجاری موفق
۱۳۰.....	مدیریت مذاکرات تجاری
۱۳۰.....	فرایند مذاکرات تجاری
۱۳۱.....	ویژگی‌های یک مذاکره‌کننده موفق
۱۳۱.....	سبک‌های مذاکرات در فرایند تجارت بین‌الملل
۱۳۲.....	ویژگی‌های روس‌ها در مذاکرات تجاری
۱۳۲.....	ویژگی‌های هندی‌ها در مذاکرات تجاری

۱۳۳.....	دسته‌بندی اهداف در مذاکرات تجاری
۱۳۳.....	راهبردهای اصلی در مذاکرات تجاری
۱۳۵.....	استفاده از زبان بدن در مذاکرات تجاری
۱۳۶.....	بندهای راهبردی در یک قرارداد تجاری
۱۳۶.....	قرارداد استاندارد در بازرگانی بین‌الملل
۱۳۷.....	نکات مهم در تنظیم قراردادهای تجاری
۱۳۸.....	جمع‌بندی و خلاصه فصل
۱۳۸.....	سوالات پایانی فصل

فصل هفتم / قوانین و مقررات در تجارت خارجی..... ۱۳۹

۱۴۰.....	مقدمه
۱۴۰.....	قوانین و مقررات صادرات و واردات
۱۴۱.....	روش محاسبه حقوق ورودی
۱۴۲.....	روش‌های اخذ حقوق ورودی
۱۴۲.....	سود بازرگانی
۱۴۲.....	سایر مطالب مربوط به قوانین و مقررات صادرات و واردات
۱۴۳.....	قوانین و مقررات گمرکی
۱۴۳.....	اماکن گمرکی
۱۴۳.....	کریر و فورواردر
۱۴۴.....	مفاهیم خاص گمرکی
۱۴۶.....	دموراژ و دیسیج
۱۴۶.....	هزینه‌های دموراژ
۱۴۷.....	دلایل افزایش هزینه‌های دموراژ
۱۴۷.....	راه‌های مدیریت هزینه‌های دموراژ
۱۴۷.....	زمان آزاد در سیستم حمل‌ونقل
۱۴۸.....	کالاهای تجاری و محصولات غیر تجاری در قانون
۱۴۹.....	کابوتاژ
۱۴۹.....	کالای متروکه در قانون
۱۵۰.....	تعرفه گمرکی
۱۵۰.....	کشور مبدأ
۱۵۰.....	گونه‌شناسی کالاهای وارده به گمرک
۱۵۱.....	اصطلاحات تجارت بین‌المللی (اینکوترمز)
۱۵۱.....	اینکوترمز ۲۰۲۰ و مشخصات آن
۱۵۲.....	مقایسه اینکوترمز ۲۰۲۰ و اینکوترمز ۲۰۱۰

۱۵۲.....	گروه E
۱۵۳.....	گروه F
۱۵۵.....	گروه C
۱۵۷.....	گروه D
۱۵۹.....	خلاصه و جمع‌بندی
۱۵۹.....	سوالات پایانی فصل

فصل هشتم / آموزش‌های مورد نیاز جهت موفقیت در سفارشات خارجی و ترخیص ۱۶۰

۱۶۱.....	مقدمه
۱۶۱.....	آموزش و اهمیت آن در بازرگانی خارجی
۱۶۲.....	آموزش‌های مورد نیاز برای نیروی انسانی بخش بازرگانی بین‌الملل
۱۶۲.....	سیستم خرید خارجی و لزوم نگاه سیستمی به آن
۱۶۴.....	توانمندسازی بنگاه در بخش تجارت خارجی
۱۶۶.....	سازمان یادگیرنده
۱۶۸.....	ویژگی‌های اساسی سازمان یادگیرنده
۱۶۹.....	خلاصه و جمع‌بندی
۱۶۹.....	سوالات پایانی فصل

فصل نهم / چالش‌های مربوط به سفارشات خارجی در بازار ایران و مدیریت موفق در این حوزه . ۱۷۱

۱۷۲.....	مقدمه
۱۷۲.....	آمارهایی از تجارت خارجی کشور
۱۷۸.....	پاندمی کووید ۱۹ و دیگر بحران‌های اثرگذار بر فضای کسب‌وکار جهانی
۱۷۸.....	تحریم‌ها و اثرات آن
۱۷۹.....	مدیریت ریسک در فرایند خرید خارجی
۱۸۰.....	راهکارهای بهبود شرایط
۱۸۰.....	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۸۰.....	سوالات پایانی فصل

منابع و ماخذ ۱۸۱

واژه‌نامه ۱۹۲

فهرست جداول

جدول ۱-۱: نسل‌های مشتریان از دیدگاه فیلیپ کاتلر و همکاران (۲۰۲۱).....	۲۷
جدول ۱-۵: تمرکز پژوهش‌های حوزه نوآوری برای تغییر	۱۰۴
جدول ۲-۵: زیرساخت‌های لازم برای اجرای راهبردهای نوآورانه	۱۰۵
جدول ۱-۹: رتبه بین‌المللی ایران در شاخص‌های مهم اقتصادی و کسب‌وکار	۱۷۳
جدول ۲-۹: نرخ رشد اقتصادی در بخش‌های مختلف اقتصاد ایران (سال پایه = ۱۳۹۰) به درصد	۱۷۶
جدول ۳-۹: رتبه ایران در گزارش‌های فضای کسب‌وکار بانک جهانی	۱۷۷
جدول ۴-۹: رتبه ایران در زیربخش‌های ده‌گانه در سال‌های ۲۰۱۸ لغایت ۲۰۲۰	۱۷۶
جدول ۵-۹: آمار تجارت خارجی دوماهه اول سال ۱۴۰۱ بدون احتساب نفت و تجارت چمدانی	۱۷۷
جدول ۶-۹: آمار مقایسه‌ای رشد واردات و صادرات کالا و خدمات طی سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰	۱۷۷

فهرست اشکال

شکل ۱-۱: زنجیره ارزش پورتر (پورتر، ۱۹۹۱).....	۳۱
شکل ۱-۲: بازیگران شبکه ارزش (نیلیاف و برندنبرگر، ۱۹۹۷، ص ۳۰).....	۳۲
شکل ۲-۱: مثلث خرید خارجی.....	۵۷
شکل ۱-۵: راهبردهای ورود به بازارهای خارجی (آنکوویت و شاو، ۲۰۰۹).....	۱۰۶
شکل ۲-۵: روابط مبتنی بر همکاری بین شرکتها.....	۱۱۳
شکل ۳-۵: انواع ارتباطات متقابل بین شرکتها.....	۱۱۶
شکل ۴-۵: اتحادهای متقارن و نامتقارن (یاسودا، ۲۰۰۵).....	۱۱۸
شکل ۵-۵: عوامل مؤثر بر شکل‌گیری موفق اتحادهای استراتژیک (بیگس، ۲۰۰۶).....	۱۱۸
شکل ۶-۵: دامنه ارتباطات میان‌شرکتی.....	۱۲۲
شکل ۱-۶: برخی تشریفات مذاکره تجاری در فرانسه (فرهنگ و خرده‌فرهنگ‌های تجاری).....	۱۳۵

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که تواند
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست‌دارید تألیف "جناب آقای دکتر علی اشرف احمدیان" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشر گشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
dibagaran@mftplus.com

پیش‌گفتار

در فضای کسب‌وکار امروزی، بنگاه‌ها، شرکت‌های چندملیتی و کسب‌وکارها در هر اندازه‌ای، فشار رقابت جهانی و نیاز به کاهش هزینه‌ها و تولید محصولات با هزینه کم‌تر را احساس می‌کنند. کلید موفقیت و بقا، مدیریت این مسائل و چالش‌های دیگر در این حوزه است.

مدیران تجاری به طور فزاینده‌ای در حال توسعه اهداف خرید در بازارهای خارج از کشور؛ به ویژه در بازارهای معتبر هستند. این افزایش فعالیت در خرید کالاهای نهایی، مواد خام و قطعات در بازارهای خارجی چالش‌های متعددی را در لجستیک، تطابق تجارت، توزیع و فروش سودآور ایجاد می‌کند و می‌طلبد که نیروهای حوزه خرید و سفارشات خارجی سازمان از اطلاعات و دانش کافی در این حوزه‌ها و سایر جنبه‌های تجارت خارجی؛ به ویژه ابعاد فنی، حقوقی و قانونی آن برخوردار باشند.

کتاب حاضر با همین هدف طراحی و تألیف گردیده و در آن سعی شده همه موضوع‌های مهم و مورد نیاز جهت تربیت پرسنل توانمند در موضوع سفارشات و خریدهای خارجی را به طور عمیق و کاربردی پوشش دهد، البته با چارچوبی منظم، آسان و قابل درک، به نحوی که هر کسی که واردات و صادرات انجام می‌دهد، بتواند با مطالعه این کتاب و پیاده‌سازی اصول آن در عملیات تجاری خود، موفقیت سازمانش را تضمین کند.

این کتاب با تمرکز بر آموزش کارکنان و همکاران بخش خرید و سفارشات خارجی به عنوان یک مورد ضروری برای ارتقاء دانش آن‌ها در حوزه‌های مهمی؛ مانند زنجیره تأمین، تدارکات و سازمان‌های درگیر در این بخش طراحی شده‌است، به نحوی که با مطالعه و شناخت همه‌جانبه آن‌ها، برنامه‌های خرید و تدارکات، منبع‌یابی و سفارشات خارجی از حیث قوانین و مقررات، مباحث تخصصی و حرفه‌ای، فرایندهای کاری، اسناد و مدارک لازم و ابزارهای مورد نیاز را به خوبی شناسایی، تحلیل و ارزیابی نموده و با لحاظ کردن مدیریت ریسک و منابع مالی بنگاه، تصمیم‌گیری در خصوص خرید خارجی، زمان و محل خرید، ثبت سفارش، حمل‌ونقل و بیمه، تأمین مالی و همچنین فرایندهای مربوط به تشریفات گمرکی و ترخیص نهایی را در یک چارچوب علمی، دانش‌محور و حرفه‌ای به پیش ببرد.

قبل از اقدام به خرید خارجی موضوع آمادگی سازمانی برای خرید در حوزه‌های مختلف مدیریتی، نیروی انسانی و منابع سازمان لازم است مورد بررسی قرار گیرد. در کتاب حاضر سعی شده ضمن معرفی سفارشات و خریدهای خارجی و فرایندهای آن‌ها، مباحث مختلف این حوزه به گونه‌ای ترسیم گردد که نیروهای انسانی درگیر با این مباحث با آمادگی کامل به امر خرید اقدام کنند.

خرید و سفارشات؛ به ویژه در بخش بین‌المللی دارای یک چارچوب خاصی است که موفقیت در آن مستلزم پیمودن گام‌های مختلف این فرایند و به نتیجه رساندن آن است. شروع این فرایند با احصاء نیازهای سازمان آغار و نهایتاً با ترخیص کالای خریداری‌شده از گمرک و رساندن آن به انبارهای بنگاه پایان می‌یابد. در کتاب حاضر مراحل اصلی کار بر اساس استانداردهای جدید و همگام با قوانین و مقررات داخلی بیان شده و به گونه‌ای تدوین گردیده که یک نیروی تازه استخدام‌شده در این بخش با مطالعه کتاب بتواند فعالیت‌های مختلف فرایند را یاد بگیرد و نیروهای باتجربه نیز با مطالعه کتاب ضمن آشنایی با رویکردهای نوین، مبانی علمی کار را به صورت حرفه‌ای خواهند آموخت. برای مدیران حوزه بازرگانی بین‌المللی نیز مطالعه کتاب حاضر می‌تواند به مدیریت بهتر و مؤثرتر خریدهای خارجی کمک شایانی نماید. برای سازمان نیز مدیران ارشد با مطالعه این کتاب بهتر خواهند توانست اهداف و راهبردهای بنگاه را در زمینه فعالیت‌های برون‌مرزی تدوین و اجرا نمایند.

بنابراین نوآوری کتاب حاضر در توجه همزمان به نیازها و خواسته‌های هر چهار حوزه فوق‌الذکر و علاوه بر آن بیان اقتضائات و رویکردهای نوین در این حوزه مهم می‌باشد، که سعی شده به زبانی ساده و همه‌فهم بیان شوند.

کتاب در نُه فصل طراحی گردیده و سعی شده‌است همه مباحث مربوط به سفارشات و خریدهای خارجی به صورت یک بسته جامع و همه‌جانبه مطرح شود.

در فصل اول کتاب کلیاتی پیرامون خرید خارجی و سفارشات بیان شده و یک چارچوب جامع درمورد اینکه فضای کسب‌وکار در تجارت بین‌المللی چگونه است، مطرح گردیده‌است. به عبارت بهتر، در این فصل سعی شده یک نقشه کلی از آنچه در تجارت خارجی مهم است، برای خواننده ترسیم شود.

در فصل دوم کتاب، الزامات یک خرید خارجی موفق، مطرح شده‌است. در اینجا به یک مثلث اثرگذار در فرایند تجارت بین‌الملل اشاره شده که اضلاع مهم آن را منبع‌یابی، خرید و مدیریت روابط تشکیل می‌دهند. در این فصل این سه کلیدواژه خرید خارجی به طور کلی مطرح شده و به گونه‌ای سعی شده نحوه اثرگذاری هر کدام از آن‌ها بر عملکرد کلی بنگاه بحث شود.

در فصل سوم کتاب، فرایند منبع‌یابی در تجارت خارجی مطرح شده‌است. نکته مهمی که در اینجا لازم است به آن اشاره شود این است که موضوع منبع‌یابی یک فرایند علمی و با گام‌های مشخص و بعضاً طاقت‌فرسایی است که بدون طی کردن آن‌ها و شناخت درست مکانیسم‌های مدیریتی جهت مواجهه با چالش‌های پیش رو، موفقیت در آن امکان‌پذیر نبوده و به همین خاطر نویسنده سعی کرده یک فصل کامل را به این موضوع مهم و اثرگذار تخصیص دهد.

در فصل چهارم کتاب، موضوع مهم اعتبارسنجی فروشندگان خارجی مطرح شده است. اگرچه در این فصل تمرکز بر روی فروشندگان و تأمین کنندگان خارجی قرار گرفته؛ اما برای صادرکنندگان ایرانی نیز مطالعه این فصل در نحوه ارزیابی مشتریان خارجی؛ به ویژه آن‌هایی که قصد دارند به صورت اعتباری با آن‌ها در تعامل باشند، مفید خواهد بود.

در فصل پنجم به موضوع پروفرما اینویس یا پیش فاکتور پرداخته و اهمیت این ابزار و همچنین الزامات آن را ترسیم کرده ایم.

در فصل ششم کتاب نیز به موضوع قراردادهای خارجی پرداخته شده و همه آنچه در یک قرارداد خارجی لازم است بدانیم، در یک بسته جامع تشریح شده است.

در فصل هفتم کتاب به قوانین و مقررات مهم و کاربردی در عرصه تجارت بین الملل پرداخته شده و ضمن برشمردن قوانین مهم، چالش‌های حوزه حمل و نقل بین المللی نیز بیان شده است.

فصل هشتم کتاب به موضوع مهم آموزش‌های کلیدی و مورد نیاز نیروی انسانی شاغل در بخش تجارت بین المللی بنگاه اشاره شده است.

در فصل نهم و پایانی کتاب نیز به چالش‌های تجارت بین الملل در ایران پرداخته شده و با توجه به شناخت نویسنده و پژوهش‌هایی که در این حوزه داشته است، سعی شده راهکارهای عملیاتی برای بهبود اوضاع در این بخش ارائه شود.

علی‌رغم تمام تلاشی که صورت گرفته، به حکم انسان بودن و اینکه اثر انسانی همواره در معرض نقد و آزمون قرار دارد، حتماً این اثر نیز نمی‌تواند خالی از اشکال و ایراد باشد. بر این اساس، از همه اساتید گرانقدر، دانشجویان مهربان و همه مدیران اندیشمند و سایر عزیزانی که کتاب را مطالعه خواهند نمود، تقاضای بیان خطاها و ایرادات احتمالی را داشته و تلاش می‌کنم نقطه نظرات ارزشمند آنان را در ویرایش‌های بعدی کتاب، لحاظ نمایم.

خدایا چنان کن سرانجام کار تو خشنود باشی و ما رستگار

علی اشرف احمدیان

بهار ۱۴۰۱