

بخش سوم

# امور بازرگانی بین الملل

در بخش‌های اول و دوم دربارهٔ امور عمومی بازرگانی ملی بحث کردیم. لیکن بازرگانی بین‌المللی واقعیتی است که تمامی کشورها و ملت‌های جهان، خواهی نخواهی با آن در ارتباط‌اند و در واقع می‌توان گفت که بازرگانی بین‌المللی مکمل و جزء لاینفک فعالیت‌های بازرگانی ملی است. بنابراین، در این بخش دربارهٔ بازرگانی بین‌المللی بحث خواهیم کرد. این بحث شامل سه قسمت اصلی است:

(۱) تعریف بازرگانی خارجی، اهمیت منافع و مضار آن و راه‌های مداخله دولت در بازرگانی خارجی به منظور حفظ مصالح ملی جامعه

(۲) توضیح اصطلاحات خاصی که در تنظیم روابط بازرگانی بین‌المللی به کار می‌روند.

(۳) سازمان‌ها و پیمان‌های مربوط به بازرگانی بین‌المللی

## بازرگانی خارجی

- هدف‌های رفتاری: پس از پایان این فصل از فراگیرنده انتظار می‌رود که:
- بازرگانی خارجی را تعریف کند.
  - انواع بازرگانی خارجی را توضیح دهد.
  - اهمیت بازرگانی خارجی را شرح دهد.
  - منافع و مضرات بازرگانی خارجی را بیان کند.
  - با ذکر یک مثال ساده روشن سازد که چگونه برقرار شدن تجارت خارجی تولید را در سطح بین‌المللی افزایش می‌دهد.
  - راه‌های مداخله دولت در بازرگانی خارجی را نام ببرد.
  - راه‌های مداخله دولت در بازرگانی خارجی را توضیح دهد.
  - راه‌های کنترل حجم و جهت معاملات بین‌المللی را نام ببرد.
  - راه‌های کنترل حجم و جهت معاملات بین‌المللی را توضیح دهد.
  - دلایل مخالفان رویه حمایتی را بیان کند.
  - تورم وارداتی و راه‌های مبارزه با آن را توضیح دهد.

### تعریف بازرگانی خارجی

چنان‌که قبلاً گفته شد، بازرگانی خارجی فعلیتی است شامل داد و ستد کالاها و خدمات و نقل انتقالات پولی میان یک کشور با کشورهای دیگر. پایه و اساس نظری بازرگانی خارجی «تئوری برتری نسبی»<sup>۱</sup> است که توسط دیوید ریکاردو، اقتصاددان معروف انگلیسی، در قرن ۱۹ ارائه شد. به موجب این تئوری، هر کشوری باید از منابع اقتصادی خود در تولید کالایی استفاده کند که هزینه تولید آن در

۱- تئوری برتری نسبی در بازرگانی داخلی یک کشور نیز می‌تواند راهنما و راه‌گشا باشد.

کشور مزبور از سایر کشورها کمتر است تا بتوان از فواید تقسیم کار و تخصص در سطح بین‌المللی برخوردار شد.

بازرگانی بین‌المللی بعد از جنگ جهانی دوم رواج و گسترش بیشتری یافت زیرا جنگ جهانی دوم سبب تجزیه امپراتوری‌های عظیم و پیدایش کشورهای کوچک شد و نتیجه منطقی آن «محدودیت منابع» بود. به این معنی که هر کشور کوچکی یک یا دو منبع در اختیار داشت و اکثر آنها نمی‌توانستند بدون تکیه بر منابع مالی و فنی کشورهای دیگر زندگی کنند.

از سوی دیگر، بعد از جنگ جهانی دوم مؤسسات تولیدی عظیمی پا به عرصه وجود نهادند که تولید و فروش سالانه آنها فوق‌العاده زیاد بود و در نتیجه دامنه عملیات آنها نمی‌توانست به یک کشور و یک ملت محدود باشد. مثلاً شرکت فورد که یک شرکت امریکایی است خودروی تولیدشده در آلمان را به سایر کشورها صادر می‌کند و بدین‌گونه یک شرکت چندملیتی است. همچنین در سال‌های اخیر ژاپن در امریکا کارخانه‌های تولید خودرو دایر و محصولاتش را به اروپا صادر می‌کند.

## انواع بازرگانی خارجی

بازرگانی خارجی، از لحاظ روش مبادله کالاها و خدمات، بر دو نوع است:

بازرگانی خارجی تهاتری (بدون پول): کشورهایی که یک یا چند منبع غنی در اختیار دارند لیکن از لحاظ داشتن ارز نقدی در مضیقه‌اند؛ به روش تهاتری (مبادله کالا با کالا) مسائل بازرگانی خارجی خود را حل و فصل می‌کنند. مثلاً شرکت «جنرال موتورز» خودرو را با توت‌فرنگی، شرکت «فورد» خودرو را با سیب‌زمینی اسپانیا و قهوه کلمبیا مبادله می‌کند. همچنین روسیه هواپیمای مسافربری به چین می‌دهد و به جای آن آب‌انگور از چین دریافت می‌کند. بازرگانی خارجی تهاتری با دو مشکل اساسی مواجه است:

صرف وقت و هزینه زیاد؛

اقدام به پاره‌ای معاملات زاید و غیر ضروری برای ایجاد تعادل‌های لازم

کشور ما با کشورهای آسیای میانه، کشورهای اروپای شرقی، کره شمالی و چین دارای معاملات تهاتری است. صادرات ما به این کشورها شامل مواد غذایی، کفش و پوشاک، مواد شوینده، لوازم خانگی و منسوجات و واردات ما از این کشورها شامل مواد شیمیایی، سیمان، پنبه، آهن‌آلات و آلومینیوم و کودهای شیمیایی است.

در حال حاضر، جمع معاملات بازرگانی بدون پول ۲۰ تا ۲۵ درصد کل تجارت جهانی است.

در حالی که در گذشته این درصد کمتر بود. مثلاً، در سال ۱۹۸۵ تنها ۸ تا ۱۰ درصد کل تجارت جهانی بود. بازرگانی خارجی با پول: در حال حاضر بازرگانی خارجی با پول و به طور عمده با استفاده از دلار صورت می‌گیرد. لیکن بیشتر کشورهای جهان، برای آنکه از نوسان ارزش دلار آسیب کمتری ببینند، علاقه‌مندند که مبادلات بازرگانی خود را با احتساب ارزش واقعی بین‌المللی پول چند کشور جهان، مانند آمریکا، ژاپن، آلمان، فرانسه، انگلستان، ایتالیا و ... عملی سازند.<sup>۱</sup>

در حال حاضر شرکای تجاری جمهوری اسلامی ایران برای کالاهای صادراتی به ترتیب عبارت‌اند از: امارات متحده عربی، عراق، چین، ژاپن و هند. در سال ۱۳۸۶ نزدیک به نیمی از صادرات ایران به این کشورها اختصاص یافته است.

همچنین شرکای تجاری جمهوری اسلامی ایران برای کالاهای وارداتی به ترتیب عبارت‌اند از: امارات متحده عربی، آلمان، چین، سوئیس، کره جنوبی. در سال ۱۳۸۶ اندکی بیش از نصف واردات ایران از این کشورها صورت گرفت.

ملاحظه می‌شود که امارات متحده عربی بزرگ‌ترین شریک تجاری و همکار فنی و اقتصادی ایران است. در سال ۱۳۸۶ حدود ۱۵ درصد از صادرات و حدود ۲۵٪ از واردات کشورمان با این کشور انجام پذیرفته است.

در ترکیب صادرات کشور ما، فرش، نفت، کالاهای سنتی، کالاهای نفتی، میعانات گازی، پسته، پروبان، بوتان، متانول، آهن، فولاد، مس و انواع خودرو اهمیت خاصی دارند. از طرف دیگر، بنزین، آهن‌آلات (پروفیل)، قطعات خودرو، ذرت و برنج، مهم‌ترین اقلام کالاهای وارداتی کشور ما هستند.

ملاحظه می‌شود که تاکنون در صدور کالاهای غیرنفتی به بازارهای جهانی بسیار ضعیف عمل کرده‌ایم. پاره‌ای از دلایل این ضعف عبارت‌اند از: بالا بودن قیمت تمام‌شده کالاهای صادراتی، پایین بودن کیفیت محصول، پایین بودن دانش مدیریت بازار، ضعف در تجهیزات زیربنایی (حمل و نقل، انبار، بانک و بیمه)، فقدان سیستم پولی و مالی منسجم، بسته‌بندی نامناسب و گاهی عرضه فله‌ای و نرخ تورم بالای داخلی و کنترل نرخ ارز در قیمت‌های بسیار پایین‌تر از قیمت‌های رقابتی، که سال به سال از توان رقابتی صادرکنندگان کشور می‌کاهد.<sup>۲</sup>

---

۱- کشورهایی که نام برده شدند شش کشور عمده صادرکننده و واردکننده جهان‌اند، حجم صادرات و واردات آنها تقریباً  $\frac{۲}{۳}$  تجارت کل جهان است. بقیه کشورها (۱۴۰ کشور) فقط  $\frac{۱}{۳}$  کل تجارت جهان را در اختیار دارند.

۲- رقم صادرات ایران در سال ۱۳۸۶ معادل ۲۱ میلیارد دلار (با به حساب آوردن میعانات گازی) و معادل ۱۵/۲ میلیارد دلار (بدون به حساب آوردن میعانات گازی) بوده است.

## اهمیت بازرگانی خارجی

از گذشته‌های دور تا به امروز این واقعیت انکارناپذیر وجود داشته است که هیچ کشوری به تنهایی به تولید تمامی کالاها و خدمات مورد نیاز خویش قادر نیست. به همین سبب همواره ملت‌ها دست‌به‌دست نیاز به سوی همدیگر دراز کرده‌اند.

چنان‌که قبلاً توضیح داده شد، بعد از جنگ جهانی دوم تجزیه امپراتوری‌های بزرگ و پیدایش شرکت‌های عظیم تولیدی و بازرگانی ضرورت و اهمیت بازرگانی خارجی و حجم مبادلات بین‌المللی را به طور بسیار چشمگیری افزایش داد.

شرایط فعلی اقتصادی - اجتماعی حاکم بر جهان، هر کشور و ملتی را ناگزیر می‌کند که از طریق تنظیم یک سیاست بازرگانی منطقی، از سویی کالاها و خدمات مورد نیاز مردم خود را تأمین کند و از سوی دیگر راه رشد و توسعه اقتصادی خویش را هموار سازد. در گذشته، بازرگانی خارجی عمدتاً در انحصار تولیدکنندگان غربی و شرکت‌های چندملیتی بود اما در حال حاضر کشورهای دیگری مانند چین، اندونزی، مالزی، کره و ... نیز در اکثر بازارهای جهان حضور فعال دارند.

## منافع بازرگانی خارجی

بازرگانی خارجی برای تمامی افراد و مؤسساتی که در آن دخالت دارند، می‌تواند فواید بسیاری داشته باشد که ما به پاره‌ای از آنها اشاره می‌کنیم:

تولیدکنندگان این فرصت را پیدا می‌کنند که به بازار فروش وسیع‌تری دسترسی داشته باشند و کالاهای اضافی خود را به قیمت بالاتر و با شرایط بهتر بفروشند.

واسطه‌ها، بانکداران، مؤسسات بیمه و حمل و نقل و سایر کسانی که در صادرات و واردات کالا دخالت دارند، فرصت کسب درآمد پیدا می‌کنند.

بازرگانی خارجی از طریق تنظیم عرضه و تقاضا و از بین بردن تغییرات شدید و ناگهانی آنها، راه را بر تثبیت نسبی قیمت‌ها هموار می‌سازد. مثلاً مانع از آن می‌شود که تولیدکننده برای تولید در تنگنای کمبود مواد اولیه قرار نگیرد. زیرا برای او این امکان فراهم است که مواد اولیه را از خارج وارد کند. همچنین مانع از آن می‌شود که تولیدکننده و فروشنده در تنگنای محدود بودن بازار فروش و کمبود تقاضا گرفتار شوند. زیرا راه برای صادر کردن کالای تولید شده باز است.

بازرگانی خارجی با امکان‌پذیر ساختن ورود کالاهای خارجی، تولیدکنندگان داخلی را به تولید بهتر و کارآمدتر وادار می‌سازد. زیرا در عرصه رقابت گسترده‌ای که به علت بازرگانی خارجی پدید می‌آید،

هر کس که بدتر و گران تر تولید کند، شکست خواهد خورد. نتیجه منطقی تولید بهتر و کارآمدتر کالاها، ارزان بودن کالا و رفاه بیشتر مصرف کنندگان است.

تخصص بین المللی در تولید کالاها و خدمات، بر طبق تئوری برتری نسبی ریکاردو، به تمامی کشورها و ملت ها که در بازرگانی بین المللی مشارکت دارند، نفع می رساند.

ریکاردو برای بیان منافع بازرگانی خارجی مثال هایی ارائه کرده است که ما فقط یک نمونه از آنها را بیان می کنیم. در این مثال برای سادگی کار فرض شده است که فقط دو کشور در تجارت بین المللی شرکت دارند و فقط دو کالا بین آنها مبادله می شود :

فرض کنیم دو کشور نروژ و اسپانیا غله و ماهی تولید می کنند اما اسپانیا هم ماهی و هم غله را آسان تر و ارزان تر از نروژ تولید می کند (اسپانیا در تولید هر دو کالا بر نروژ برتری مطلق دارد). تعداد ساعات کار نیروی انسانی در تولید هر تن از این دو محصول در این کشورها در جدول ۱-۹ آمده است :

جدول ۱-۹ ساعات کار لازم برای تولید یک تن ماهی و غله در دو کشور اسپانیا و نروژ

نوع کالا	اسپانیا	نروژ
ماهی	۴۰ ساعت	۵۰ ساعت
غله	۲۰ ساعت	۵۰ ساعت

بازهم برای سادگی کار فرض می کنیم که سایر هزینه ها، برای تولید، متناسب با ساعات کار نیروی انسانی تغییر می کند. ملاحظه می شود هزینه واقعی تولید یک تن ماهی در نروژ معادل یک تن غله است ولی هزینه واقعی تولید یک تن ماهی در اسپانیا معادل دو تن غله است. بنابراین، بهتر است اسپانیا همه منابع خود را صرف تولید غله و نروژ همه منابع خود را صرف تولید ماهی کند. آنگاه این دو کشور تولید مازاد بر نیاز خود را با همدیگر مبادله کنند و مثلاً در این مبادله، قیمت ماهی را به  $1/5$  برابر قیمت غله افزایش دهند. چنین کاری هر دو کشور را منتفع خواهد کرد. زیرا اگر هر یک از دو کشور اسپانیا و نروژ  $10,000$  ساعت کار داشته باشند و شرایط عرضه و تقاضا در این دو کشور مطابق جدول ۲-۹ باشد، داریم :

جدول ۲-۹- عرضه و تقاضای ماهی و غله در دو کشور اسپانیا و نروژ

نوع کالا	اسپانیا	نروژ	جمع
ماهی	۷۵	۱۰۰	۱۷۵
غله	۳۵۰	۱۰۰	۴۵۰

$$\begin{aligned}
 100 \times 50 &= 5000 & 75 \times 40 &= 3000 \\
 100 \times 50 &= \frac{5000}{10000} \text{ جمع} & 350 \times 20 &= \frac{7000}{10000} \text{ جمع}
 \end{aligned}$$

حال اگر اسپانیا همه منابع خود را صرف تولید غله و نروژ همه منابع خود را صرف تولید ماهی کند، مقدار ماهی و غله تولید شده به شرح زیر تغییر خواهد کرد:

جدول ۳-۹- مقدار ماهی و غله تولید شده در دو کشور اسپانیا و نروژ بعد از برقراری تجارت بین المللی بین آنها

نوع کالا	اسپانیا	نروژ	جمع
ماهی	۰	۲۰۰	۲۰۰
غله	۵۰۰	۰	۵۰۰

$$200 \times 50 = 10000 \qquad 500 \times 20 = 10000$$

ملاحظه می شود که با برقرار شدن تجارت خارجی بین دو کشور اسپانیا و نروژ، تولید ماهی ۲۵ تن و تولید غله ۵۰ تن افزایش یافته است. در نتیجه این افزایش مردم هر دو کشور اسپانیا و نروژ منتفع خواهند شد.

### مضرات بازرگانی خارجی

بی تردید، بهره گیری از بازرگانی بین المللی یک ضرورت است، لیکن چگونگی روش بازرگانی خارجی می تواند سازمان اقتصادی کشور را در صحنه بین المللی به ترقی سوق دهد یا آن را تضعیف



کند. پاره‌ای از مضرات بازرگانی خارجی عبارت‌اند از :

الف) در عمل، بر سر راه اجرای آزاد اصل برتری نسبی، موانع و محدودیت‌هایی وجود دارد، از آن جمله :

— دخالت دولت‌ها در امر داد و ستدهای خارجی و نابرابر بودن توانایی‌های دولت‌های مختلف در این زمینه؛

— فقدان تحرک عوامل تولید بین کشورها و حتی بین بخش‌های مختلف در یک کشور؛

— وجود سیستم‌های مختلف بانکی و پولی در کشورهای مختلف؛

ب) بازرگانی بین‌المللی در مواردی با دفاع ملی سازگار نیست. مثلاً، اگر کالاهای اساسی (مواد غذایی، انرژی‌های لازم و...) در داخل یک کشور تولید نشود و کشور با جنگ و تحریم اقتصادی از جانب بیگانگان مواجه شود، استقلال و تمامیت ارضی آن کشور به خطر خواهد افتاد.

ج) بازرگانی خارجی ممکن است به بی‌ثباتی اقتصادی منجر شود. مثلاً، اگر ماده‌ای اولیه محصولی را از خارج خریداری کنیم، در صورتی که با زیاده طلبی یا کارشکنی بیگانگان مواجه شویم، چاره‌ای جز توقف تولید نخواهیم داشت و بدین‌گونه ثبات اقتصادی ما به خطر خواهد افتاد.

د) صاحب‌نظرانی از جمله میردال<sup>۱</sup> و پریش<sup>۲</sup> معتقدند آزادی کامل تجارت خارجی، رکود و عقب‌ماندگی کشورهای فقیر و کم‌رشد جهان را تشدید می‌کند و بازار بین‌المللی با ایجاد اقتصاد نامتعادل و به سبب سقوط رابطه مبادله<sup>۳</sup>، به زیان کشورهای در حال توسعه عمل کرده‌اند. از این رو خواهان حمایت از صنایع داخلی، تشویق و تسهیل ورود کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای و مواد خام هستند تا ظرفیت تولیدی کشورهای کم‌رشد گسترش یابد و آنان استقلال اقتصادی پیدا کنند. به عبارت دیگر، این صاحب‌نظران خواستار مداخله دولت در بازرگانی خارجی هستند.

## مداخله دولت در بازرگانی خارجی

اکنون که با ضرورت مداخله دولت در بازرگانی خارجی و به خصوص در کشورهای کم‌رشد

---

۱- Mirdal

۲- Perbish

۳- رابطه مبادله عبارت است از نسبت بین عوامل تخصیص‌یافته به صادرات و عوامل تخصیص‌یافته به واردات هم‌ارز آن. مثلاً اگر در گذشته کشوری ۱۰ بشکه نفت می‌داد و ۲۵ عدد رادیو می‌گرفت حال اگر در ازای ۱۰ بشکه نفت ۲۷ عدد رادیو به دست آورد رابطه مبادله برای آن کشور بهتر شده است ولی اگر اکنون در برابر ۱۰ بشکه نفت ۲۲ عدد رادیو به دست بیاورد، رابطه مبادله برای آن کشور سقوط کرده است.

جهان آشنا شدیم<sup>۱</sup>، باید راه‌های چنین مداخله‌ای را مورد بحث قرار دهیم. راه‌های مداخله دولت در بازرگانی خارجی عبارت‌اند از:

### کنترل بازرگانی خارجی به وسیله حقوق گمرکی و سود بازرگانی

**الف) حقوق گمرکی:** حقوق گمرکی مالیاتی است نقدی که، به منظور حمایت از محصولات داخلی یا تأمین درآمد، به هنگام عبور کالاها از مرزها به درون کشور از صاحبان کالاها دریافت می‌شود. وجود حقوق گمرکی، مردم کشور را به خرید بیشتر کالاهای داخلی وا می‌دارد. حقوق گمرکی به سه صورت مختلف از کالاهای وارداتی گرفته می‌شود:

— به صورت مالیات بر ارزش: به این معنی که درصد مشخصی از ارزش کالاهای وارداتی به عنوان حقوق گمرکی دریافت می‌شود.

— به صورت مالیات بر واحد: به این معنی که از هر عدد کالا (مانند هر اتومبیل سواری چهار سیلندر) یا از هر واحد وزن کالا (مانند هر تن سیمان) یا از هر واحد حجم کالا (مانند هر فوت مکعب گاز) مبلغ مشخصی به عنوان حقوق گمرکی دریافت می‌شود.

— به صورت مختلط: این نوع حقوق گمرکی هم بر اساس واحد وزن یا واحد حجم کالا و هم بر اساس ارزش کالا، دریافت می‌شود. مثل آنکه حقوق گمرکی عبارت باشد از ده درصد ارزش کالا به علاوه ۱۰۰ ریال بابت هر واحد.

**ب) سود بازرگانی:** حق انحصاری ورود کالاها به کشور به دولت تعلق دارد. حال اگر دولت این حق خود را، در زمینه کالای خاصی، به اشخاص واگذار کند از آنان سودی دریافت می‌کند که در اصطلاح «سود بازرگانی» نامیده می‌شود.

### کنترل بازرگانی خارجی به وسیله محدودیت‌های مقداری بازرگانی

در این روش برای هر کالایی، با توجه به نوع و ویژگی‌های آن، مقدار معینی «سهمیه ورود» تعیین می‌شود. انواع گوناگون محدودیت‌های مقداری عبارت‌اند از:

**الف) به کار بستن ممنوعیت:** به کار بستن ممنوعیت عبارت است از منع کردن بخش خصوصی از وارد یا صادر کردن یک یا چند قلم کالا به منظور رسیدن به هدف‌های زیر:

— **هدف‌های امنیتی:** مثل آن که ورود اسلحه و مواد غذایی فاسد، آلوده و بیماری‌زا ممنوع باشد.

---

۱- البته باید دانست که اگر مداخله دولت در بازرگانی خارجی و به کار بستن سیاست‌های حمایتی ضرورت داشته باشد این مداخله در کوتاه‌مدت باید اعمال شود زیرا اگر طولانی شد در کشور صنایعی با کارآیی پایین و غیرقابل رقابت با دنیا شکل می‌گیرد و در نهایت مصرف‌کنندگان داخلی هزینه تعرفه و سایر ابزارهای حمایتی را تحمل می‌کنند.

— هدف‌های فرهنگی و اخلاقی: مثل آن که ورود مواد مخدر و نشریه‌های مضر برای اخلاق جامعه ممنوع باشد.

— هدف‌های سیاسی: مثل آنکه ورود کتاب‌ها و نشریات مغایر با هدف‌های ملی — میهنی ممنوع باشد؛

— تأمین تعادل تراز پرداختها از طریق افزایش صادرات و کاهش واردات  
— تأکید بر اجرای مراحل تولید در داخل کشور از طریق منع صدور مواد خام یا منع ورود بعضی از کالاهای ساخته شده

ب) سهمیه بندی: سهمیه بندی عبارت است از تعیین حدی برای واردات یا صادرات. بنابراین، سهمیه بندی بر دو نوع است:

— سهمیه بندی وارداتی: سهمیه بندی وارداتی، معمولاً برای حمایت از صنایع و تولیدات داخلی صورت می‌گیرد. مانند آن که مقرّر شود از کالایی مانند یخچال، فریزر، اجاق گاز و ... تعداد معینی از کشور خاصی وارد شود. یا مثلاً مقرّر شود ورود کالایی تا ۵۰۰۰ دستگاه مشمول ۴۰٪ و از ۵۰۰۰ دستگاه به بالا مشمول ۶۰٪ حقوق گمرکی است.

— سهمیه بندی صادراتی: این نوع سهمیه بندی به منظور تثبیت قیمت کالایی در داخل کشور یا در بازارهای جهانی، همچنین برای جلوگیری از خروج کالاهای ضروری و استراتژیک از کشور و یا به عکس به منظور افزودن بر صادرات کالایی (از طریق دادن جوایز و مساعده‌های صادراتی برای حجم‌های بالای صادرات) برقرار می‌شود.

### راه‌های دیگر کنترل حجم و جهت معاملات بین‌المللی

علاوه بر حقوق و عوارض گمرکی، سود بازرگانی و سهمیه بندی که شرح داده شد، دو راه دیگر نیز برای کنترل حجم و جهت معاملات بین‌المللی توسط دولت وجود دارد، که عبارت‌اند از:

الف) نظارت بر ارز: دولت ارزهای خارجی را بر حسب مقصودی که خریدار از خرید ارز دارد، به قیمت‌های کاملاً متفاوت به فروش می‌رساند و از این طریق به طرز مؤثری واردات

---

۱- تراز پرداخت‌ها عبارت است از مجموع دریافت‌های ارزی یک کشور در برابر پرداخت‌های ارزی همان کشور. صادرات و واردات کالاها رقم عمده و اصلی تراز پرداخت‌های خارجی یک کشور را تشکیل می‌دهند لیکن اقلام دیگری مانند توریسم، حمل و نقل، بهره و سود سهام، هزینه‌های نظامی و سرمایه‌گذاری و انتقالات یک جانبه نیز از عوامل تشکیل دهنده تراز پرداخت‌ها هستند.

بهای کالاها و خدمات صادرشده، وجوه خرج‌شده توسط جهانگردان خارجی، سرمایه‌گذاری خارجی و سود آن، کمک‌های دولت‌های خارجی در یک سمت تراز پرداخت‌ها و متقابلاً بهای کالاهای وارداتی، وجوه خرج توسط اتباع کشور در کشورهای دیگر، وام‌ها و کمک‌های اعطایی به کشورهای دیگر در سمت دیگر تراز پرداخت‌ها ثبت می‌شود.

بعضی از کالاها را محدود می‌کند.

ب) اعطای کمک‌های مالی : در این روش، ورود کالاهای خارجی بدون محدودیت ادامه دارد و مصرف‌کنندگان در صورت داشتن توانایی مالی و میل به خرید می‌توانند آنها را خریداری کنند. لیکن تولیدات داخلی از کمک‌های مالی دولت (سوبسید) برخوردارند و تولیدکنندگان می‌توانند محصولات خود را، با منظور کردن سود متعارفی، به قیمتی پایین‌تر از قیمت محصولات خارجی به فروش برسانند. صورت دیگر اعطای کمک به تولیدکنندگان داخلی، تثبیت قیمت محصولات آنان از جانب دولت است که در فصل دوم همین کتاب توضیح داده شده است.

## دلایل مخالفان رویه حمایتی

مخالفان رویه حمایتی در دفاع از نظر خود به دلایل زیر استناد می‌کنند :

تضاد با اصل برتری نسبی : به طور کلی اندیشه رویه حمایتی در جهت خلاف اصل برتری نسبی است و با به کار بستن این اندیشه، مزایای تخصص در سطح بین‌المللی از بین خواهد رفت و در نتیجه، محصول کلی جهانی کمتر از مقداری خواهد بود که با به کار بستن اصل برتری نسبی می‌توانست تولید شود. بنابراین، رویه حمایتی موجب انحراف منابع تولید به رشته‌هایی خواهد شد که بازده و قابلیت تولید کمتری دارند.

محدود ساختن صادرات در بلندمدت : رویه حمایتی واردات کالاهای خارجی را به داخل کشور محدود می‌کند و خارجیان را در به دست آوردن واحد پول کشوری که رویه حمایتی به کار بسته است، دچار مضیقه می‌کند. نتیجه این امر در بلندمدت محدود شدن صادرات است زیرا مثلاً اگر کشوری ریال به دست نیاورد، نمی‌تواند کالای ایرانی بخرد.

کاهش حجم مبادلات بین‌المللی : به کار بستن رویه حمایتی و برقرار کردن حقوق و عوارض گمرکی بر واردات یک کالا معمولاً با عمل مقابله به مثل کشور صادرکننده آن کالا مواجه می‌شود. در این صورت یک افزایش عمومی در حقوق گمرکی تمامی کشورها به وجود می‌آید که نتیجه آن کاهش حجم مبادلات بین‌المللی است.

بالا رفتن نسبی هزینه زندگی : برقرار کردن حقوق و عوارض گمرکی به معنای افزایش قیمت کالاهای وارداتی است و مردم کشور باید این افزایش قیمت را تحمل کنند. لذا حقوق و عوارض گمرکی، هزینه زندگی را در کشوری که این حقوق و عوارض را به اجرا گذاشته است نسبت به کشورهای دیگر بالا می‌برد.

## تورّم وارداتی و آثار آن در اقتصاد ایران

درآمدهای هنگفت نفتی (به ویژه در سال های اخیر) و تبدیل ارز حاصل شده از فروش نفت به ریال، موجب افزایش شدید نقدینگی و به دنبال آن موجب افزایش نرخ تورّم داخلی می شود. از سوی دیگر، نرخ ارز بر اثر دخالت بانک مرکزی پایین تر از نرخ رقابتی تعیین می شود و هماهنگ با نرخ تورّم تغییر نمی کند. در نتیجه صادرات کالاهای غیرنفتی دشوار و واردات ارزان و آسان می گردد، در نتیجه:

- اول: قدرت رقابت اکثر تولیدکنندگان داخلی کاهش می یابد.
- دوم: بخش خدمات بسیار سریع تر از بخش تولید رشد می کند.
- سوم: واردات کالاهای مصرفی افزایش می یابد. لیکن زمین و ساختمان که امکان واردات ندارند، افزایش قیمت پیدا می کنند.<sup>۱</sup>

## راه های مبارزه با تورّم وارداتی

برای مبارزه با تورّم وارداتی می توان برنامه ای شامل موارد زیر تدوین و اجرا کرد:

- ارز حاصل شده از فروش نفت کلاً به صندوق ذخیره ارزی واریز و در اختیار هیئت امنای مستقل قرار گیرد (این تدبیری است که از دهه ششم قرن بیستم تاکنون نروژی ها به کار بسته اند. اکنون صندوق ارزی نفتی نروژ ۳۰۰ میلیون یورو موجودی دارد. بخش مهمی از این ثروت هنگفت را نروژی ها در بازارهای جهانی سرمایه گذاری کرده اند).
- ارز حاصل شده از نفت و ارز حاصل شده از صادرات کالاهای غیرنفتی از هم جدا شوند و تبدیل ارز حاصل شده از نفت به ریال ممنوع شود.
- بودجه دولت آن چنان که در چشم انداز بیست ساله جهت گیری شده غیرنفتی و براساس درآمدهای مالیاتی تدوین گردد.

---

۱- حجم واردات ایران در سال ۱۳۸۶ حدود ۵۰ میلیارد دلار است، که برای اقتصاد ایران رقم بالایی است. این رقم دو سال پیش

و قبل از افزایش شدید قیمت نفت ۲۴ میلیارد دلار بوده است.

## سوالات

- ۱- بازرگانی خارجی را تعریف کنید و انواع آن را توضیح دهید.
- ۲- بازرگانی خارجی تهاتری با چه مشکلاتی مواجه است؟ توضیح دهید.
- ۳- شرکای تجاری ایران را برای کالاهای صادراتی و برای کالاهای وارداتی، به ترتیب اهمیت، نام ببرید.
- ۴- ترکیب صادرات و ترکیب واردات جمهوری اسلامی ایران را بیان کنید.
- ۵- اهمیت بازرگانی خارجی را شرح دهید.
- ۶- منافع و مضرات بازرگانی خارجی را بیان کنید.
- ۷- با ذکر یک مثال توضیح دهید که برقرار شدن تجارت خارجی چگونه سطح تولید را در جهان افزایش می‌دهد.
- ۸- راه‌های مداخله دولت در بازرگانی خارجی را نام ببرید.
- ۹- حقوق گمرکی را تعریف کنید و راه‌های وصول حقوق گمرکی از کالاهای وارداتی را شرح دهید.
- ۱۰- سود بازرگانی را تعریف کنید.
- ۱۱- توضیح دهید که منظور از «محدودیت‌های مقداری بازرگانی» چیست؟ این محدودیت‌ها برای رسیدن به چه هدف‌هایی برقرار می‌شوند؟
- ۱۲- راه‌های کنترل حجم و جهت معاملات بین‌المللی را نام ببرید و هر کدام را توضیح دهید.
- ۱۳- دلایل طرفداران و مخالفان رویه حمایتی را بیان کنید.
- ۱۴- تورم وارداتی و آثار آن را، در اقتصاد ایران، توضیح دهید.
- ۱۵- راه‌های مبارزه با تورم وارداتی را بیان کنید.

### اصطلاحات بازرگانی بین‌المللی

- هدف‌های رفتاری : پس از پایان این فصل از فراگیرنده انتظار می‌رود که :
- بازرگانی بین‌المللی را تعریف نماید.
  - اتاق بازرگانی بین‌المللی و اهداف آن را توضیح دهد.
  - وظایف اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران را توضیح دهد.
  - مجموعه مقررات اینکوترمز (اصطلاحات بازرگانی بین‌المللی) و نقش آن را در عرصه بازرگانی بین‌المللی تعریف نماید.
  - اختصارات بازرگانی بین‌المللی (اینکوترمز ۲۰۱۰) به شرح ذیل را توضیح دهد :  
EXW/FCA/CPT/CIP/DAT/DAP/DDP/FAS/FOB/CFR/CIF
  - وظایف اصلی فروشنندگان و خریداران را در فروش بین‌المللی کالا نام ببرد.
  - انواع قراردادهایی که در فروش بین‌المللی کالا منعقد می‌گردد را توضیح دهد.
  - اسناد حمل (SHIPPING DOCUMENTS) را توضیح دهد.
  - انواع پرداخت وجه بین‌المللی را توضیح دهد.
  - انواع اعتبارات اسنادی را توضیح دهد.
  - فاینانس را توضیح دهد.
  - ریفاینانس را توضیح دهد.
  - بیع متقابل را توضیح دهد.

### بازرگانی بین‌المللی

بازرگانی بین‌المللی فعالیتی است که کلیه کشورهای جهان در زمینه صادرات و واردات کالا و خدمت و براساس سیاست‌های بازرگانی تدوین شده توسط اتاق بازرگانی بین‌المللی با یکدیگر انجام می‌دهند.

امروزه کلیه کشورهای جهان برای تأمین نیازهای علمی، صنعتی، کشاورزی، فرهنگی، ورزشی، تجاری و سایر موارد خود، نیاز به مراوده جهانی و استفاده از مزیت‌های سایر کشورها دارند.

## اتاق بازرگانی بین‌المللی و اهداف آن

اتاق بازرگانی بین‌المللی که مرکز آن در پاریس می‌باشد، سازمانی غیرانتفاعی است که در سال ۱۹۱۹ توسط جمعی از فعالین و صاحب نظران در تجارت بین‌الملل به منظور دستیابی به اهداف زیر تشکیل یافته است:

- ۱- تسهیل فعالیت‌های بازرگانی بین‌المللی و تلاش در جهت از میان برداشتن موانع و مشکلات توسعه آن
- ۲- تقویت سیستم اقتصاد بازار بر مبنای رقابت بین مؤسسات بازرگانی
- ۳- تسریع در پیشرفت اقتصاد کشورها اعم از توسعه یافته و یا در حال توسعه با تأکید بر مشارکت کلیه کشورها در فعالیت‌های اقتصادی جهانی
- ۴- یکسان‌سازی مقررات بازرگانی بین‌المللی از طریق تدوین مقررات متحدالشکل
- ۵- آموزش مبانی تجارت بین‌المللی از طریق برقراری سمینارها و انتشار کتب و نشریات
- ۶- کوشش در حل اختلاف بازرگانی بین‌المللی از طریق داوری و فراهم ساختن امکان سازش بین طرف‌های ذینفع

## وظایف اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

- ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن
- همکاری با دستگاه‌های دولتی و سازمان‌های وابسته به دولت یا تحت نظارت آن و شهرداری‌ها
- در مورد تهیه لوايح و سایر مقرراتی که با امور بازرگانی و صنایع و معادن ارتباط دارد از طریق اظهار نظر مشورتی و انجام مطالعات لازم برای پیشرفت و توسعه امور بازرگانی و صنعتی و معدنی کشور
- کوشش در رفع اختلاف و دعاوی بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن و احیاناً مصرف‌کنندگان و همچنین قبول حکمیت کارشناسی

## مجموعه مقررات اینکوترمز (اصطلاحات بازرگانی بین‌المللی)

یکی از تأثیرگذارترین ضوابط تجاری در عرصه معاملات بین‌المللی (صادرات و واردات کالا)



مقررات اینکوترمز می‌باشد و این مقررات نقش تعیین‌کننده‌ای در مشخص نمودن وظایف و مسئولیت‌های طرفین یک قرارداد یعنی خریدار و فروشنده ایفا می‌نماید.

اینکوترمز مخفف سه کلمه انگلیسی به شرح ذیل می‌باشد:

### International Commercial Terms = INCOTERMS

مقررات اینکوترمز اولین بار در سال ۱۹۳۶ توسط کارشناسان اتاق بازرگانی بین‌المللی (International Chamber Of Commerce) تدوین و پس از تصویب به جامعه بازرگانی جهان ارائه گردید. این مقررات با توجه به پیشرفت و تغییرات به عمل آمده در روش‌های حمل و نقل، بیمه، بانکداری و تحولات شکرگف در سیستم ارتباطات جهانی مورد بازنگری قرار گرفته و باعث تجدیدنظر مقررات اینکوترمز در سال‌های ۱۹۵۳، ۱۹۶۰، ۱۹۷۶، ۱۹۸۰، ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ گردید.

طریقه استفاده از مقررات اینکوترمز ۲۰۱۰ به شرح ذیل می‌باشد:

– گنجانیدن مقررات اینکوترمز ۲۰۱۰ و درج اصطلاح توافق شده در قرارداد فروش

– انتخاب اصطلاح مناسب از مقررات اینکوترمز

– مشخص نمودن محل یا بندر به دقیق‌ترین شکل ممکن

– توجه نماییم که مقررات اینکوترمز نشان‌دهنده قرارداد فروش کاملی نیست.

ویژگی‌های اینکوترمز ۲۰۱۰ نسبت به اینکوترمز ۲۰۰۰: در اینکوترمز ۲۰۱۰ تعداد

اصطلاحات از ۱۳ اصطلاح به ۱۱ اصطلاح کاهش یافته که ۲ اصطلاح جدید یعنی DAT و DAP

جایگزین ۴ اصطلاح DES، DAF، DEQ و DDU در اینکوترمز ۲۰۰۰ گردیده است.

### اختصارات بازرگانی بین‌المللی (اینکوترمز ۲۰۱۰)

۱۱ اصطلاح اینکوترمز ۲۰۱۰ در دو دسته متمایز تقسیم شده‌اند که به شرح ذیل می‌باشد:

اصطلاحات قابل استفاده برای هر نوع روش یا شیوه‌های حمل

تحویل در محل کار (فروشنده) **EXW (EX WORKS)**: در این اصطلاح فروشنده باید

کالا را در محل کار خود یا محل تعیین شده دیگری مانند کارگاه، کارخانه، انبار و غیره در اختیار

خریدار قرار دهد، وظیفه بارگیری روی وسیله حمل و ترخیص کالا برای صدور (در صورت لزوم)

برعهده فروشنده نمی‌باشد. در این اصطلاح حداقل وظیفه برای فروشنده است.

تحویل به حمل‌کننده **FCA (FREE CARRIER)**: در این اصطلاح فروشنده باید کالا را

در محل کار خویش یا در محل تعیین شده دیگری، به حمل‌کننده یا شخص دیگری که از سوی خریدار

تعیین شده، تحویل دهد. طرفین باید نقطه تحویل کالا در محل تعیین شده را به روشن ترین شکل ممکن مشخص کنند که ریسک نیز از آن نقطه به خریدار منتقل می شود. ترخیص کالا برای صادرات برعهده فروشنده می باشد.

**کرایه حمل تا مقصد پرداخت شده (CPT (CARRIAGE PAID TO):** در این اصطلاح فروشنده کالا را در محل تعیین شده (در مبدأ) به حمل کننده یا شخص دیگری که توسط فروشنده انتخاب شده است تحویل می دهد. فروشنده باید قرارداد حمل را به هزینه خود برای رسیدن کالا به محل تعیین شده در مقصد بپردازد. وظیفه فروشنده با تحویل کالا به اولین حمل کننده به پایان می رسد. فروشنده موظف به ترخیص کالا برای صدور می باشد.

**کرایه حمل و بیمه تا مقصد پرداخت شده (CIP (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO):** فروشنده، کالا را در محل توافق شده (در مبدأ) به حمل کننده یا شخص دیگری که توسط فروشنده انتخاب شده است تحویل می دهد. فروشنده باید قرارداد حمل را به هزینه خود برای رسیدن کالا به محل تعیین شده در مقصد بپردازد. فروشنده همچنین به هزینه خود قرارداد بیمه را برای پوشش ریسک خریدار (پوشش حداقل) نسبت به فقدان یا خسارت وارده به کالا در جریان حمل آن منعقد می کند. وظیفه فروشنده با تحویل کالا به اولین حمل کننده به پایان می رسد. فروشنده موظف به ترخیص کالا برای صدور می باشد.

**تحویل در پایانه حمل (DAT (DELIVERED AT TERMINAL):** فروشنده زمانی کالا را تحویل می دهد که کالا از وسیله نقلیه در پایانه حمل تعیین شده در بندر یا محل تعیین شده در مقصد شامل هر محل سرپوشیده یا روباز، از جمله اسکله یا بارانداز، انبار، محوطه کانتینری یا پایانه حمل جاده ای، راه آهن یا هوایی تخلیه و در اختیار خریدار قرار گیرد. طرفین باید به روشن ترین شکل ممکن نقطه مشخصی در پایانه حمل واقع شده در محل های فوق الذکر در مقصد را تعیین کنند زیرا ریسک تا آن نقطه برعهده فروشنده است. ترخیص کالا برای صدور برعهده فروشنده و ترخیص کالا برای ورود برعهده خریدار می باشد.

**تحویل در محل (مقصد تعیین شده) (DAP (DELIVERED AT PLACE):** فروشنده زمانی کالا را تحویل می دهد که کالا روی وسیله حمل، آماده تخلیه، در محل تعیین شده در مقصد در اختیار خریدار قرار گیرد. ریسک های مربوطه تا محل تعیین شده برعهده فروشنده است. فروشنده باید نسبت به انعقاد قرارداد حمل به هزینه خود متناسب با انتخاب محل تحویل اقدام نماید. ترخیص کالا برای صدور برعهده فروشنده و ترخیص کالا برای ورود برعهده خریدار می باشد.

## تحويل پس از پرداخت عوارض گمرکی (DDP (DELIVERED DUTY PAID):

فروشنده باید کالا را برای واردات ترخیص نموده و در محل تعیین شده در مقصد، کالا را آماده تخلیه، روی وسیله حمل در اختیار خریدار قرار دهد. فروشنده موظف به پرداخت کلیه هزینه‌ها و تقبل کلیه ریسک‌های مربوط به آوردن کالا تا مقصد تعیین شده می‌باشد. وظایف ترخیص کالا برای صدور و همچنین ترخیص کالا برای ورود و پرداخت کلیه هزینه‌های مربوطه برعهده فروشنده می‌باشد. این اصطلاح بیانگر حداکثر وظیفه برای فروشنده است.

## اصطلاحات قابل استفاده برای حمل دریایی و آبراه داخلی

### تحويل در کنار کشتی (FAS (FREE ALONGSIDE SHIP): این اصطلاح فقط برای

حمل دریایی یا آبراه داخلی استفاده می‌شود و فروشنده باید کالا را در کنار کشتی تعیین شده توسط خریدار، در بارانداز (اسکله) یا روی دوبه در بندر حمل تعیین شده (مبدأ) تحويل دهد. انتقال ریسک ناشی از فقدان یا خسارت وارده به کالا در زمانی که کالا در کنار کشتی قرار می‌گیرد و کلیه هزینه‌ها از این لحظه به بعد برعهده خریدار است. در این اصطلاح فروشنده ملزم به ترخیص کالا برای صدور و پرداخت هرگونه عوارض آن می‌باشد.

### تحويل روی عرشه (FOB (FREE ON BOARD): این اصطلاح فقط برای حمل دریایی

یا آبراه داخلی استفاده می‌شود و فروشنده باید کالا را روی عرشه کشتی تعیین شده توسط خریدار، در بندر حمل تعیین شده (مبدأ) تحويل دهد. انتقال ریسک ناشی از فقدان یا خسارت وارده به کالا در زمانی که کالا در کشتی بارگیری می‌شود و کلیه هزینه‌ها از این لحظه به بعد برعهده خریدار است. در این اصطلاح فروشنده ملزم به ترخیص کالا برای صدور و پرداخت هرگونه عوارض آن می‌باشد.

### هزینه (ارزش) و کرایه حمل (CFR (COST AND FREIGHT): این اصطلاح فقط

برای حمل دریایی یا آبراه داخلی استفاده می‌شود و فروشنده باید کالا را روی عرشه کشتی (مبدأ) تحويل دهد. فروشنده باید به هزینه خود قرارداد حمل کالا را تا رسیدن به بندر مقصد تعیین شده منعقد نماید. انتقال ریسک ناشی از فقدان یا خسارت وارده به کالا در زمانی که کالا در کشتی بارگیری می‌شود به خریدار منتقل می‌شود.

در این اصطلاح فروشنده ملزم به ترخیص کالا برای صدور و پرداخت هرگونه عوارض آن می‌باشد.

### هزینه (ارزش)، بیمه و کرایه حمل (CIF (COST INSURANCE AND FREIGHT):

این اصطلاح فقط برای حمل دریایی یا آبراه داخلی استفاده می‌شود و فروشنده باید کالا را روی عرشه کشتی (مبدأ) تحويل دهد، فروشنده باید به هزینه خود قرارداد حمل کالا را تا رسیدن به بندر مقصد

تعیین شده منعقد نماید. انتقال ریسک ناشی از فقدان یا خسارت وارده به کالا در زمانی که کالا در کشتی بارگیری می شود به خریدار منتقل می شود.

فروشنده همچنین به هزینه خود قرارداد بیمه برای پوشش ریسک خریدار (پوشش حداقل) نسبت به فقدان یا خسارت وارده به کالا در جریان حمل آن را منعقد می کند. در این اصطلاح فروشنده ملزم به ترخیص کالا برای صدور و پرداخت هرگونه عوارض آن می باشد.

## وظایف اصلی فروشندگان و خریداران در فروش بین المللی کالا

در فروش بین المللی کالا، وظایفی وجود دارد که فروشندگان کالا و خریداران کالا براساس روش و اصطلاح بازرگانی انتخاب شده (از اصطلاحات اینکوترمز) باید آنها را برعهده بگیرند. این وظایف به شرح ذیل می باشند:

تهیه کالا مطابق با قرارداد فروش

Provide the Goods In Conformity With the Contract

Pay the price of the Goods پرداخت وجه کالا

Commercial Invoice تهیه سیاهه بازرگانی مطابق با قرارداد فروش

Export Licence اخذ پروانه صدور کالا

Contract of Carriage انعقاد قرارداد حمل

Contract of Insurance انعقاد قرارداد بیمه

Contract of Inspection انعقاد قرارداد بازرسی

Import Licence اخذ پروانه ورود کالا

Delivery تحویل کالا

Taking Delivery تحویل گرفتن کالا

Transfer of Risks انتقال ریسک

Allocation of Costs تخصیص هزینه ها

Notices to the Buyer اطلاع به خریدار

Notices to the Seller اطلاع به فروشنده

Delivery Document سند تحویل

Proof of Delivery مدرک تحویل

بازبینی - بسته‌بندی - علامت‌گذاری  
Checking - Packaging - Marking  
بازرسی کالا  
Inspection of Goods  
کمک به اخذ اطلاعات و پرداخت هزینه‌های مربوطه  
Assistance With Information And Related Costs

## قراردادهای مرتبط با فروش بین‌المللی کالا

**قرارداد حمل:** قراردادی است که بین حمل‌کننده و صاحب یا فرستنده کالا منعقد می‌گردد و در آن، حمل‌کننده متعهد می‌گردد در ازای دریافت وجهی معین، کالای مربوطه را به مقصد مورد توافق تحویل نماید.

**قرارداد بیمه باربری:** قراردادی است که یک طرف تعهد می‌نماید که در ازای دریافت وجه یا وجوهی از طرف دیگر، در صورت وقوع یا بروز حادثه، خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی را بپردازد.

بیمه‌ها بر مبنای نوع پوشش بر ۴ نوع تقسیم می‌شوند:

۱- بیمه با شرایط تمام خطر All Risks

۲- بیمه با شرایط B

۳- بیمه با شرایط (حداقل پوشش) نوع C

۴- بیمه با شرایط خسارت کلی Total Loss

**قرارداد بازرسی:** به سندی اطلاق می‌شود که بین مشتری و سازمان بازرسی‌کننده در خصوص موضوع بازرسی منعقد می‌شود و در آن موضوع‌های ذیل باید مشخص گردد:

نوع کالای مورد بازرسی

وضعیت بسته‌بندی

مقدار

کیفیت

زمان‌های بازرسی

دفعات بازرسی

حدود و دامنه بازرسی

کارمزد بازرسی و نحوه پرداخت آن

## اسناد حمل (Shipping Documents)

به کلیه اسنادی که در قالب یک اعتبار اسنادی درخواست می‌شود اصطلاحاً Shipping Documents گفته می‌شود. لذا اصطلاح مذکور خاص سند حمل (بارنامه) نمی‌باشد. مهم‌ترین اسنادی که معمولاً در یک اعتبار اسنادی مطالبه می‌شود به شرح زیر است:

Way Bill/Bill of Lading	سند حمل (بارنامه یا راهنامه)
Commercial Invoice	سیاهه تجاری
Certificate of Origin	گواهی مبدأ ساخت
Packing List	لیست بسته‌بندی
Freight Invoice	سیاهه حمل
Inspection Certificate	گواهی بازرسی
Insurance Document	سند بیمه (در ترم‌های CIF, CIP)
	شامل:

Insurance Policy

Insurance Certificate

Declaration under an open cover

(Draft/ Bill of Exchange)

برات (در صورت لزوم)

Certificate of Analysis

گواهی تجزیه

Fumigation Certificate

گواهی ضد عفونی

Weight Certificate

گواهی وزن

Health Certificate

گواهی سلامت

Etc.

و سایر ...

## انواع پرداخت وجه بین‌المللی

### الف) حساب باز تجاری Open Account Trade

در این روش فروشنده، همزمان کالا و اسناد حمل را مستقیماً برای خریدار می‌فرستد و خریدار پس از گذشت مدتی، قیمت کالا را پرداخت می‌کند. طبیعتاً این روش برای فروشنده ریسک زیادی دارد ولی کاملاً به نفع خریدار است.

## ب) پیش پرداخت کامل Full Advance Payment

در این روش خریدار بهای کالا را قبل از دریافت آن به فروشنده می پردازد. بدیهی است این روش کاملاً به نفع فروشنده است. در حال حاضر در ایران با توجه به مقررات موجود، در صورتی که کل مبلغ به صورت ارز توسط خریدار تأمین گردد (ارز متقاضی) از این روش می توان استفاده نمود.

## ج) وصولی ها Collections

وصولی ساده **Clean Collection**: اصولاً Collection به مفهوم وصول قیمت کالا به وسیله بانک می باشد؛ در روش وصولی ساده، فروشنده کالا و اسناد را مستقیماً برای خریدار می فرستد و همزمان برات و دستور وصول آن را به بانک خود (Remitting Bank) داده تا از طریق بانک کارگزار (Collecting Bank) در کشور خریدار نسبت به وصول آن اقدام کند.

**وصولی اسنادی Documentary Collection**: در این روش، فروشنده کالا را برای خریدار ارسال می کند اما اسناد حمل و مالکیت کالا را، به همراه برات (و یا بدون برات) و دستور وصول (Collection Instruction) به بانک خود جهت ارسال به بانک کارگزار در کشور خریدار، می دهد، که به شرح ذیل عمل می گردد:

*اسناد در مقابل پرداخت*: به محض ارائه اسناد به بانک و عدم وجود مغایرت، وجه اسناد

پرداخت می گردد  $\text{Documents against Payment} = \text{D/P}$

*اسناد در مقابل قبولی*: به محض ارائه اسناد به بانک و عدم وجود مغایرت، وجه اسناد در

سررسید پرداخت می گردد  $\text{Documents against Acceptance} = \text{D/A}$

## د) اعتبار اسنادی Documentary Credits یا (Letter of Credits)

اعتبار اسنادی عبارت است از تعهد برگشت ناپذیر بانک صادرکننده (Issuing Bank)، به درخواست متقاضی (Applicant) (یا حتی از طرف خودش) به پرداخت مبلغ معین به فروشنده کالا یا خدمات (Beneficiary)، به شرط آن که فروشنده اسناد و مدارک حاکی از ارسال کالا یا انجام خدمات را که منطبق بر شرایط ذکر شده در اعتبار اسنادی می باشد، در مدت زمان مشخص شده ارائه دهد.

## انواع اعتبارات اسنادی

**اعتبار اسنادی دیداری Sight L/C**: در این نوع اعتبارات اسنادی وجه اسناد در زمان ارائه آن به بانک (در صورت ارائه مطابق) قابل پرداخت است.

**اعتبار اسنادی مدت دار Deferred Payment L/C**: در این نوع اعتبار، وجه اسناد

هم‌زمان با ارائه آن پرداخت نمی‌شود بلکه فروشنده تعهد پرداختی را از بانک گشایش کننده یا تأیید کننده دریافت کرده و پس از گذشت مدت تعیین شده یعنی در سررسید آن (به شرطی که اسناد مطابق شرایط، ارائه شده باشد) پرداخت صورت می‌گیرد.

**اعتبار اسنادی قابل انتقال Transferable Credit:** بعضی پروژه‌ها و طرح‌ها مانند نیروگاه‌ها، پالایشگاه‌ها و غیره آنقدر گسترده و عظیم هستند که هیچ فروشنده یا پیمانکاری به تنهایی و با اتکا به تولیدات کالایی و یا نیروی انسانی متخصص خویش قادر به اجرای آن طرح یا پروژه نمی‌باشد و ناچار است برای اجرای کامل تعهدات خود از همکاری تولیدکنندگان و پیمانکاران دیگر نیز استفاده نماید. از طرف دیگر معمولاً کارفرمایان (متقاضیان گشایش اعتبارات اسنادی) برای اجرا و تکمیل پروژه‌های خود مایل هستند کلیه مسئولیت‌های تهیه، تجهیز و مهندسی را به پیمانکار واحدی سپرده و با پیمانکاران و فروشندگان متعدد طرف نباشند. برای تحقق اهداف فوق معمولاً یک شرکت بزرگ بین‌المللی پیشقدم شده و به عنوان پیمانکار اصلی مسئولیت انجام پروژه را به عهده می‌گیرد لیکن شرکت مذکور به نوبه خود با شرکت‌ها و پیمانکاران کوچکتر دیگر قرارداد خرید کالا و خدمات امضا می‌کند تا در اجرا و تکمیل پروژه با او همکاری نمایند.

**اعتبار اسنادی پشت به پشت (اتکایی) Back to Back L/C:** این نوع اعتبار اسنادی متشکل از دو اعتبار جدا از هم است. اعتبار اول به نفع ذی‌نفع گشایش می‌یابد که خود به هر دلیلی قادر به تهیه و ارسال کالا نیست. به همین جهت با اتکا بر اعتباری که به نفع وی گشایش یافته است، اعتبار دیگری برای فروشنده دوم (ذی‌نفع دوم) که می‌تواند کالا را تهیه و ارسال کند، از طرف ذی‌نفع اول گشایش می‌یابد.

**اعتبار اسنادی گردان Revolving Documentary Credit:** اعتبار اسنادی گردان اعتباری است که مبلغ آن بدون نیاز به اصلاحیه خاصی تجدید می‌شود و می‌تواند براساس «زمان، مبلغ و یا زمان - مبلغ توأم» گردان باشد.

از این اعتبار، زمانی استفاده می‌شود که به موجب قرارداد بین خریدار و فروشنده، قرار باشد یک نوع کالا در اقساط و یا دوره‌های زمانی مشخص به تناوب حمل گردد.

تعهد بانک گشایش کننده به اندازه مجموع اقساط تعیین شده است نه فقط مبلغ قسط اول. اگر در شرایط اعتبار، قید شده باشد که فروشنده می‌تواند از باقیمانده اقساط قبلی در اقساط بعدی هم استفاده نماید به اعتبار اسنادی، گردان جمع شونده یا جمعی (Cumulative Revolving) می‌گویند. اعتبار اسنادی ضمانتی **Standby Letter of Credit:** اعتبار اسنادی ضمانتی نقش یک



ضمانت نامه را دارد. در این اعتبار ذی نفع می تواند با یک اظهار کتبی ساده مبنی بر اینکه متقاضی اعتبار به تعهدات قراردادی خود عمل نکرده است از اعتبار استفاده نماید؛ البته معمولاً همراه با تقاضای مذکور مدارک دیگری مانند نسخه ای از سند حمل غیر قابل معامله و سیاهه نیز ارائه می گردد. این اعتبار در آمریکا ایجاد و مرسوم شده است زیرا در این کشور بانک ها به موجب قانون از صدور ضمانت نامه منع شده اند و در واقع اعتبار ضمانتی جایگزین انواع ضمانت نامه است.

### فاینانس (تأمین مالی بلندمدت) Finance

اخذ تسهیلات بلندمدت و میان مدت از بانک ها جهت خرید کارخانجات، ماشین آلات تولیدی و انجام پروژه های بزرگ، فاینانس نام دارد و بر ۲ نوع است:

۱- فاینانس خارجی: استفاده از تسهیلات بلندمدت و میان مدت بانک ها و مؤسسات خارجی

۲- فاینانس داخلی: استفاده از تسهیلات بلندمدت و میان مدت بانک ها و مؤسسات داخلی

### ریفاینانس (تأمین مالی کوتاه مدت) Refinance

اخذ تسهیلات کوتاه مدت بین بانکی حداکثر یکساله، جهت گشایش اعتبارات اسنادی بابت واردات کالا را اصطلاحاً ریفاینانس گویند.

کلیه واردکنندگان کالا و خدمات می توانند اقدام به گشایش اعتبارات اسنادی با استفاده از خطوط اعتباری بین بانکی نمایند. واردکننده ایرانی می تواند نسبت به خرید کالا به صورت مدت دار اقدام نماید و وجه کالای وارداتی را با توجه به قرارداد منعقد شده با بانک در زمان تعیین شده در قرارداد که حداکثر یک سال از تاریخ معامله اسناد خواهد بود، پرداخت نماید. در حالی که فروشنده، وجه کالای خود را به صورت نقدی در زمان ارائه اسناد حمل از بانک کارگزار (بانکی که خط اعتباری داده است) دریافت می نماید.

### بیع متقابل Buy Back

ترتیباتی که تحت آن، فروشنده ماشین آلات قبول می کند که بخشی از محصول تولید شده را به عنوان بازپرداخت طلب خود از خریدار بپذیرد و یا بخشی از محصول تولید شده را خریداری نماید.

## موافقت نامه بیع متقابل Buy Back Agreement

موافقت نامه ای که بین دو کشور منعقد می گردد و به موجب آن یک کشور امکانات تولید را در اختیار کشور دوم می گذارد به این شرط که تمام یا بخشی از کالای تولید شده را خریداری کند.

## سوالات

- ۱- بازرگانی بین‌المللی را توضیح دهید.
  - ۲- اتاق بازرگانی بین‌المللی و اهداف آن را توضیح دهید.
  - ۳- مجموعه مقررات اینکو‌ترمز (اصطلاحات بازرگانی بین‌المللی) را توضیح دهید.
  - ۴- هریک از اختصارات بازرگانی بین‌المللی (اینکو‌ترمز ۲۰۱۰) به شرح ذیل را تعریف کنید :
- EXW/FCA/CPT/CIP/DAT/DAP/DDP/FAS/FOB/CFR/CIF
- ۵- وظایف اصلی فروشنده و خریدار را در فروش بین‌المللی کالا توضیح دهید.
  - ۶- قرارداد حمل کالا را توضیح دهید.
  - ۷- قرارداد بیمه باربری و انواع آن را نام ببرید.
  - ۸- قرارداد بازرسی را توضیح دهید.
  - ۹- اسناد حمل (Shipping Documents) را توضیح دهید.
  - ۱۰- انواع پرداخت وجه بین‌المللی را نام برده و آنها را توضیح دهید.
  - ۱۱- فاینانس را توضیح دهید.
  - ۱۲- ری‌فاینانس را توضیح دهید.
  - ۱۳- بیع متقابل را توضیح دهید.
  - ۱۴- توضیح دهید که چرا استفاده از اختصارات بازرگانی بین‌المللی ضرورت دارد؟

## منابع و مآخذ

- ۱- آشوری، داریوش، ۱۳۵۷، فرهنگ سیاسی، چاپ یازدهم، تهران: انتشارات مروارید
- ۲- اقتداری، علی محمد، ۱۳۷۸، اقتصاد عمومی تهران: انتشارات مولوی
- ۳- بابائی رکلیلی، محمدعلی، ۱۳۷۸، بازاریابی بین المللی، تهران: انتشارات سمت
- ۴- بهرامی، ایرج، ۱۳۶۹، بازاریابی در بازرگانی پیشرفته، تهران: انتشارات پیشبرد
- ۵- دوانی، غلامحسین، پول شویی یا سرمایه‌داری جنایی، مجله حسابدار، سال هیجدهم، شماره ۱۶۰
- ۶- راستین، منصور، ۱۳۵۳، حقوق بازرگانی، چاپ سوم، تهران: دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران
- ۷- رحیمی بروجردی، علیرضا، ۱۳۷۰، اقتصاد بین المللی، جلد اول، تهران: مرکز انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
- ۸- روزبهان، محمود، ۱۳۶۶، یک کتاب درسی در تئوری اقتصاد کلان ۱، چاپ اول، تهران، روزبهان
- ۹- زارعی، پرویز، ۱۳۴۹، بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، انتشارات مؤسسه عالی علوم ارتباطات اجتماعی
- ۱۰- سبجانی، حسن، ۱۳۶۸، امور عمومی بازرگانی سال سوم اقتصاد اجتماعی، تهران: سازمان کتاب‌های درسی
- ۱۱- صدرنیا، حسن، ۱۳۵۶، امور عمومی بازرگانی سال سوم خدمات، تهران، سازمان کتاب‌های درسی
- ۱۲- صدقی، عباس، ۱۳۵۳، اصول بانکداری، چاپ ششم، تهران: دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران

- ۱۳ - طالقانی، غلامرضا، ۱۳۷۰، بازار مشترک کشاورزی برای کشورهای مسلمان خاورمیانه، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۱۴ - عراقی، حمیدرضا، ۱۳۵۶، اصول بازاریابی و مدیریت امور بازار، چاپ اول، تهران، انتشارات توکا
- ۱۵ - فرگوسن، چارلزای، ۱۳۶۹، نظریه اقتصاد خرد، برگردان محمود روزبهان، جلد اول، چاپ دوم، تهران: مرکز نشر دانشگاه
- ۱۶ - قدیری اصل، ۱۳۶۶، اقتصاد خرد، چاپ هفتم، تهران: مرکز نشر سپهر
- ۱۷ - گلریز، حسن و حسنی، محمد عجم، ۱۳۷۰، عملیات بانکی بین‌المللی - ۱، تهران، مؤسسه بانکداری ایران، چاپ چهارم
- ۱۸ - گواشیریانی، حمید، اینکوترمز ۲۰۰۰، ۱۳۸۶، آموزش اصطلاحات بازرگانی بین‌المللی، تهران، شورای عالی انفورماتیک
- ۱۹ - لاهیجانی افخم، خلیل، ۱۳۷۰، توسعه روابط تجاری ایران و ترکیه، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۲۰ - ماجدی، علی و گلریز، حسن، ۱۳۷۰، پول و بانک از نظریه سیاست‌گذاری، تهران: مؤسسه بانکداری ایران
- ۲۱ - مردیث، جعفری، ۱۳۷۱، کارآفرینی، برگردان محمد صادق نبی‌ئیان، تهران: مؤسسه عالی کار و تأمین اجتماعی
- ۲۲ - مهربان، رضا، ۱۳۶۸، مدیریت خرید، چاپ سوم، تهران، نشر البرز
- ۲۳ - مهک، کورمک، ۱۳۷۱، هاروارد چه چیزهایی را یاد نمی‌دهد، برگردان محمد طلوع، تهران: انتشارات علمی
- ۲۴ - هانسون، جی.ال، ۱۳۵۱، اقتصاد برای دانشجویان، برگردان احمد شهشهانی، انتشارات دانشگاه تهران
- ۲۵ - هیث، ضیاء‌الدین، ۱۳۵۱، اقتصاد بین‌الملل، جلد دوم، چاپ سوم، تهران
- ۲۶ - مجله تدبیر، مجله اقتصاد و بانک، فصلنامه بانک صادرات، شماره‌های مختلف
- ۲۷ - نشریه گسترش و صنعت، نشریه بورس ایران و جهان، شماره‌های مختلف
- ۲۸ - گزارش هفتگی بورس، گزارش آماری ماهانه بورس اوراق بهادار تهران، شماره‌های

مختلف

۲۹- قانون تجارت ایران

۳۰- قانون عملیات بانکی بدون ربا

31- Ethier , Wilfred J. Modern International Economics , Second Edition, W.W.norton Company , 1988.

32- Mendenhall, Mark E. , ... , Global Management, Oxford: Blackwell Publishers, 1995.

۳۳- شماره‌های مختلف روزنامه‌های جهان اقتصاد، دنیای اقتصاد و سرمایه در سال‌های

۱۳۸۴ تا ۱۳۸۶

