

## اطلاعاتی که در مورد بازار های مختلف باید دانست :

**الف-** طبیعت کشور مورد نظر به ویژه آب و هوا

گرم و مرطوب حفاظت از فرش می خواهد + محل قرارگیری کوه ها و رودخانه ها + نقاط صعب العبور + بیابان وسیع

**ب-** شناخت فرهنگ مردم کشور مورد نظر

میزان آشنایی با زبان بین المللی + آداب و رسوم و سنن + دین . باورهای اعتقادی + رنگ در جامعه + هنجارهای حاکم بر جامعه

**ج-** خصوصیات اقتصادی

میزان درآمد ملی و درآمد سرانه + میزان دارایی و سرمایه و منابع موجود در آن کشور + نوع مصرف و طبقات اجتماعی آن کشور +

نوع مشاغل و علائق شغلی آن کشور

**د-** تاثیر عوامل سیاسی

تاثیر بر مصرف کننده و تولید کننده + تاثیر بر سیاست های تجارت بین الملل و اقتصاد کشور و چرخه بازرگانی آن کشور + تاثیر بر

درآمدهای شخصی و سیستم مالیاتی + تاثیر بر میزان توزیع ثروت

**ه-** حمل و نقل و ارتباطات

نحوه حمل و نقل + میزان هزینه حمل و نقل + نوع خدمات حمل و نقلی

**و-** پروژه های ویژه در جهت توسعه کشور

در حال توسعه صنعتی + وجود طرح هایی برای توسعه بیشتر + پروژه هایی جهت توسعه درآمد حاصل از سرمایه گذاری های خارجی

## شرایط ورود با بازار فرش

برای ورود به بازار فرش باید نکاتی را در نظر گرفت ؛

مثلاً: اگر برای صادرات، استاندارد های خاصی توسط گمرک تعیین شده باشد، صلاح است که این بازار از لیست فروش حذف شود.

## الویت های ورود به بازار فروش

**الف -** نظام ترجیحی عمومی GSTP - Global System of Trade Preferences among Developing Countries

تفاوت در میزان حقوق گمرکی و عوارض ورودی نسبت به واردات کالای مشابه با تعرفه یکسان برای کشور ذینفع نسبت به سایر کشورها که مشمول ترجیحات خارج هستند.

در قالب موافقتنامه های چند جانبه و تحت عنوان حمایت کشورهای پیشرفته از کشورهای در حال توسعه صادق است

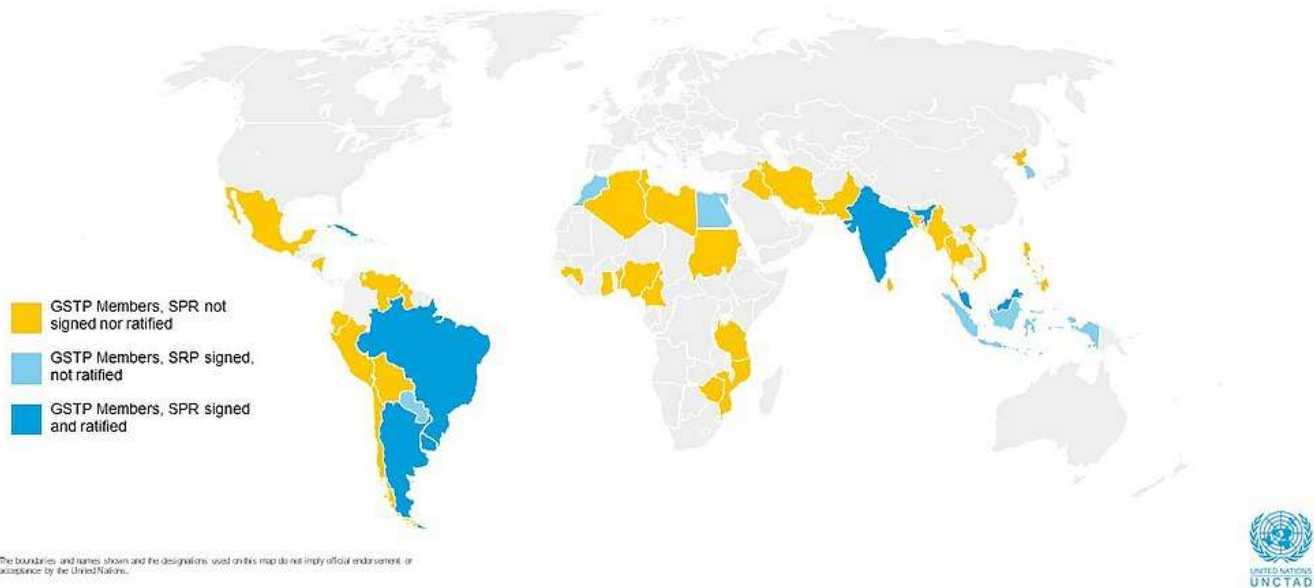
در حال حاضر ۴۲ عضو دارد + در ۱۳ آوریل ۱۹۸۸ با هدف افزایش تجارت بین کشورهای عضو گروه ۷۷ در کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد (UNCTAD)

گروه ۷۷: ۷۷ کشور در حال توسعه + در سال ۱۹۶۴ برای بهبود تجار بین الملل + ایران ۱۹۷۳-۱۹۷۴ و ۲۰۰۱ رئیس بوده است.

یعنی موضوع مبادلات پایاپای بین دو یا سه گروه از کشورها و تقریباً در شرایط مساوی از لحاظ صنعت یا اقتصاد برقرار شده و ترجیحاتی برای یکدیگر نسبت به دیگری کشورهای غیر عضو قائل شوند.

# Global System of Trade Preferences (GSTP)

## Membership



### ب- موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت - GATT General Agreement on Tariffs and Trade

گات توسط ۲۳ کشور در سال ۱۹۴۷ در شهر ژنو تهیه شده است + موافقت نامه در اصل بخشی از یک پیش نویس منشور سازمان تجارت بین المللی بوده که در کنفرانس برتون وودز تنظیم شده است + در ژوئیه ۱۹۴۴ برای تعیین ساختار و نظم اقتصادی جهان پس از جنگ جهانی دوم بر پایه سیستم آمریکایی اقتصاد آزاد جهانی کنفرانس برتون وودز برگزار شد + GATT با صندوق بین المللی پول و بانک جهانی همزمان و پس از جنگ جهانی دوم معرفی شدند.

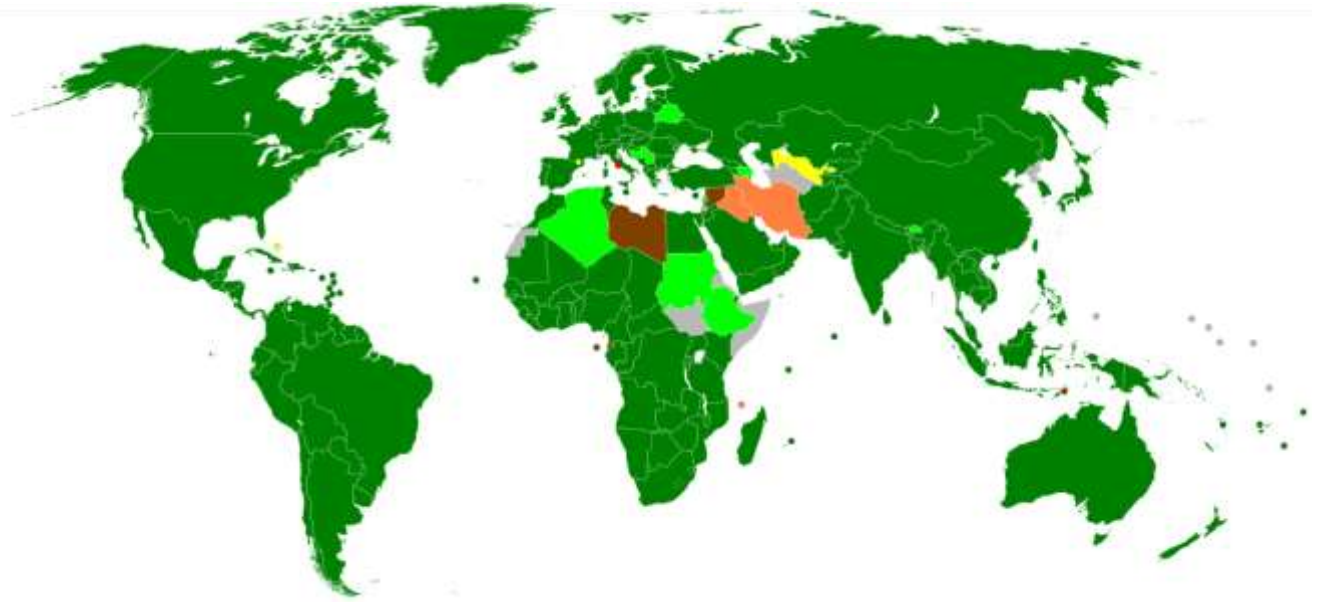
فهرست بزرگ از معافیت های تجاری مذاکره و قواعد رفتاری + تمام کشورهای امضاکننده گات ضمن برخورداری از تعرفه های تدریجی یک دیگر، از تدابیر گمرکی برای حمایت از کالاهای خود نیز بهره مند می شوند.

### ج- سازمان تجارت جهانی - World Trade Organization - WTO

در سال ۱۹۹۳، GATT با توافق بین ۷۶ عضو خود سازمان تجارت جهانی را تشکیل داد.

یک سازمان بین المللی که قوانین جهانی تجارت را تنظیم و اختلافات بین اعضا را حل و فصل می کند + اعضای سازمان تجارت جهانی کشورهایی هستند که موافقت نامه های (حدود ۳۰ موافقت نامه) این سازمان را امضا کرده اند (به جای مجموعه ای از موافقت نامه ها که اعضا GATT دو یا چند جانبه با هم امضا می کردند) + مقر سازمان تجارت جهانی در ژنو، سوئیس قرار دارد + تا سال ۲۰۲۳، ۱۶۶ کشور عضو این سازمان شده اند (افغانستان هم عضو شد).

برای عضویت در این سازمان نیاز به ۵ موافقت نامه است: الف- داشتن تاییدیه از ۵ کشور عضو دائم شورای امنیت سازمان ملل متحد + ب- رعایت حق کپی رایت (تمامی برنده های داخلی باید ثبت بین المللی باشند) + ج- رعایت ثبات اقتصادی (بالا بردن نرخ محصولات باید با صلاح دید سازمان و همراه با برنامه ریزی باشد که مصرف کننده یا تولید کننده متضرر نشوند) + د- رعایت حق گمرک و مالیات (۳ درصد تا ۸ درصد) + ه- رعایت حقوق بشر (ممنوع بودن کار کردن برای افراد زیر ۱۸ سال و حقوق کارکنان ۵۸۰۰ دلار در هفته)



- کشورهای دارای عضویت در سازمان تجارت جهانی
- کشورهایی که بخش‌هایی از شرایط تطبیق در آن‌ها تأمین شده یا مشغول تکمیل گزارش برای عضویت کامل هستند
- اعضایی که کالاها یا خدماتشان پذیرفته شده
- کشورهایی که در مرحله بررسی نظامنامه و رژیم تجاری‌شان قرار گرفته‌اند
- اعضای ناظری که هنوز مذاکرات را آغاز نکرده‌اند یا هنوز نظامنامه یا رژیم تجاری را ارسال نکرده‌اند
- کشورهایی که «در ۳ سال گذشته» توقف مذاکرات با آن‌ها صورت گرفته و هیچ مذاکره‌ای در این مدت‌زمان انجام نشده‌است
- مناطق بی‌میل (هیچ‌گونه ارتباط رسمی‌ای با سازمان تجارت جهانی توسط آن‌ها برقرار نشده‌است)

#### د- ترجیحات تعرفه‌ای مشترک اوراسیا GSP

نظام عمومی ترجیحات از سال ۱۹۷۱ و با حمایت آنکتاد (کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد) و در راستای ایجاد فضا برای توانمندسازی کشورهای در حال توسعه، به ویژه کمتر توسعه یافته، در تجارت بین الملل و ارتقای سطح توسعه کشورهای پایه ریزی شد که در این نظام، کشورهای توسعه یافته به شکل یک جانبه دسترسی به بازارهای خود را برای کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته با ارائه تخفیف‌های تعرفه‌ای یک جانبه در مورد بخش قابل توجهی از اقلام وارداتی خود از این کشورها فراهم می‌کنند.

برخوردار از نظام تخفیف تعرفه گمرکی (تخفیف ۲۵ درصدی) + ۷۴ کشور عضو آن هستند + برای حدود ۱۵۰۰ ردیف کالا که عمدتاً محصولات کشاورزی و صنایع روستایی هستند به کشورهای در حال توسعه تعیین شده، اعطا می‌شود + هر سال ارزیابی می‌شود و تعدادی از کشورها از آن حذف یا اضافه می‌شوند.

مثلاً هندوستان: تعداد زیادی از کشورها برای کالاهای وارداتی از هند تعرفه رایگان یا کمتر قائل می‌شوند + مثلاً رشد صادرات هند به آمریکا بین سال ۱۹۷۵ تا ۱۹۷۸، ۲۱ درصد بوده اما در همین بازه زمانی رشد صادراتی هند به کشورهای تحت پوشش GSP ۴۷ درصد بوده است.

#### ه- تبادل حق الویت بین کشورهای در حال توسعه

براساس توافقنامه بانکوک + برای ۹۳ قلم کالا امتیازهایی در زمینه تعرفه‌های گمرکی در نظر گرفته اند + باید قبلش عضو GSP باشند + ۱۶ کشور در حال توسعه از جمله هند عضو توافقنامه بانکوک هستند.

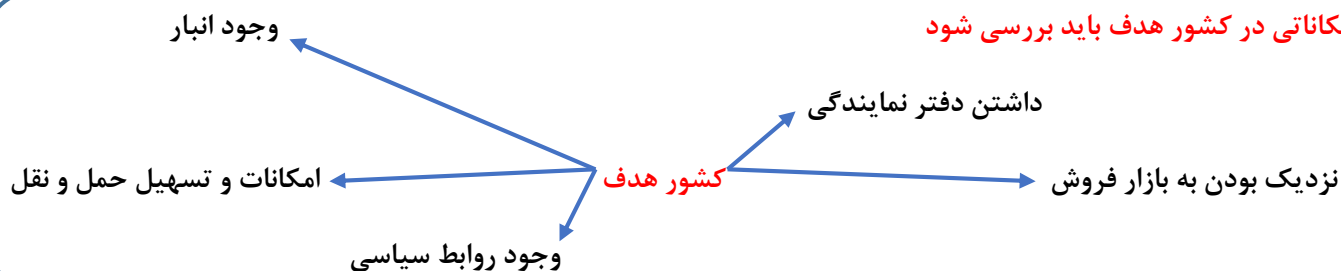
و- ایجاد مراکز در برخی از کشورها برای افزایش حجم واردات از کشورهای در حال توسعه

مراکز در برخی از کشورها برای افزایش حجم واردات از کشورهای در حال توسعه و تلاش برای بازاریابی صادرکنندگان آن ها ایجاد می شود + این مراکز عمدتاً در کشورهای پیشرفته و توسعه یافته هستند + استرالیا، اتریش، بلژیک، فرانسه، آلمان، ژاپن، انگلستان، سوئد و ...

مهمترین خدماتی که این مراکز به صادرکنندگان می دهند:

دادن اطلاعات آماری از بازار کالا مورد نظر + دادن اطلاعات در مورد قوانین واردات + دادن اطلاعات در موقعیت های مناسب فروش کالا + دادن اطلاعات توزیع کنندگان + کمک برای شرکت در نمایشگاه ها + برگزاری سمینارهای بازاریابی و ...

چه امکاناتی در کشور هدف باید بررسی شود



انواع بازارهای جهانی

الف- بازار کشورهایی با درآمد پایین + برای کلیه محصولات این بازارها محدود است + فاقد اهمیت

ب- بازار کشورهایی با درآمد کمتر از متوسط + بازار در مراحل اولیه صنعتی شدن است.

ج- بازار کشورهایی با درآمد بالاتر از متوسط + بازار در حال صنعتی شدن

د- بازار کشورهایی با درآمد بالا + بازار پیشرفته و صنعتی

تعریف بازاریابی

بازاریابی جریانی است که بوسیله آن ساختار تقاضا برای محصولات و خدمات پیش بینی و برآورده می گردد.

انواع بازاریابی: الف- بازاریابی داخلی ب- بازاریابی بین المللی ج- بازاریابی تطبیقی د- بازاریابی جهانی

مزیت نسبی

اگر یک کشور بتواند کالایی را تولید کند که قیمت آن نسبت به کالاهای دیگر کمتر و ارزانتر باشد، می گویند این کشور در تولید چنین کالایی مزیت نسبی دارد یا تولیدکننده ای که هزینه فرصت کمتری برای تولید یک کالا دارد، یعنی کسی که باید از مقدار کمتری از کالای دیگر بگذرد تا این کالا را تولید کند، در تولید آن دارای مزیت نسبی نامیده می شود یا مزیت نسبی حالتی است که هزینه فرصت تولید یک کالا در یک کشور کمتر از هزینه تولید همان کالا در کشور دیگر باشد.

مثال دامدار و تولید گوشت و کشاورز و تولید سیب زمینی

آنچه که باید به آن دقت کنید این است که اگرچه یک نفر می تواند در تولید هر دو کالا مزیت مطلق داشته باشد ولی نمی تواند در تولید هر دو کالا مزیت نسبی داشته باشد. چون هزینه فرصت یک کالا معکوس هزینه فرصت کالای دیگر است، اگر هزینه فرصت یک کالا برای فردی به طور نسبی زیاد باشد، آنگاه هزینه فرصت او برای کالای دیگر باید به طور نسبی کم باشد. مادامی که دو نفر هزینه فرصت دقیقاً یکسانی نداشته باشند، یکی از دو نفر در تولید یک کالا و نفر دوم در تولید کالای دیگر مزیت نسبی خواهند داشت.

## مزیت طبیعی و اکتسابی

مزیت یک کشور یا طبیعی است یا اکتسابی + منظور از مزیت طبیعی، مزیت یک کشور به دلیل شرایط اقلیمی یا دسترسی به منابع طبیعی خاص، در تولید یک محصول، است + منظور از مزیت اکتسابی که امروزه بیشترین تجارت جهان را به خود اختصاص داده، مصنوعات و خدمات، به جای کالاهای کشاورزی و منابع طبیعی است + محل تولید این کالاها عمدتاً به مزیت اکتسابی آنها بستگی دارد؛ که به طور عام به عنوان تکنولوژی تولید یا تکنولوژی فرایند، به آنها اشاره می‌شود.