



دانشگاه سindh
پم

مدیریت صادرات و واردات

(کارشناسی ارشد مدیریت)

دکتر میرزا حسن حسینی یوسف محمد کریمی

«امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.»^۱

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پربار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

۱. پیام مقام معظم رهبری به مناسبت آغاز هفته کتاب ۷۲/۱۰/۴

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	پانزده
فصل اول. مقدمه‌ای بر بازرگانی بین‌الملل.....	۱
هدف کلی.....	۱
هدف‌های یادگیری.....	۱
مقدمه.....	۲
۱-۱ بازرگانی بین‌الملل.....	۲
۲-۱ مروری بر نظریه‌های بازرگانی بین‌الملل.....	۳
۱-۲-۱ نظریه مارکسیستی (مارکس).....	۴
۲-۲-۱ نظریه امپریالیسم و منازعات بین‌المللی (لنین).....	۵
۳-۲-۱ لیبرالیسم اقتصادی.....	۶
۴-۲-۱ نظریه مرکانتالیسم (سوداگری).....	۷
۵-۲-۱ نظریه مزیت مطلق.....	۸
۶-۲-۱ نظریه مزیت نسبی.....	۹
۷-۲-۱ نظریه هزینه-فرصت.....	۹
۸-۲-۱ نظریه بازدهی عوامل تولید.....	۱۰
۹-۲-۱ نظریه همپوشانی تقاضا.....	۱۱
۱۰-۲-۱ نظریه ساموئلسون-استالپر.....	۱۲
۱۱-۲-۱ آزمون تجربی لئونتیف.....	۱۳
۱۲-۲-۱ نظریه علیت تجمعی.....	۱۴
۱۳-۲-۱ نظریه چرخه زندگی محصول.....	۱۴
۱۴-۲-۱ نظریه مزیت پیشگام بودن.....	۱۵
۱۵-۲-۱ نظریه مزیت رقابتی ملی.....	۱۶

۱۶-۲-۱	نظریه تجارت نوین.....	۱۶
۱۷-۲-۱	نظریه سیاست استراتژیک تجاری.....	۱۸
۱۸	خلاصه فصل اول.....	۱۸
۲۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول.....	۲۰
۲۲	خودآزمایی تشریحی فصل اول.....	۲۲
۲۳	مطالعه موردی فصل اول.....	۲۳
۲۵	منابع فصل اول.....	۲۵

فصل دوم. تاریخچه بازرگانی بین‌الملل.....	۲۹
هدف کلی.....	۲۹
هدف‌های یادگیری.....	۲۹
مقدمه.....	۲۹
۱-۲ بازرگانی بین‌الملل در دوران باستان.....	۳۰
۲-۲ بازرگانی بین‌الملل در دوران استعماری.....	۳۲
۱-۲-۲ دوره اول استعماری.....	۳۳
۲-۲-۲ دوره دوم استعماری.....	۳۴
۳-۲-۲ دوره استعمار انگلستان.....	۳۶
۴-۲-۲ دوره استعمار فرانسه.....	۳۸
۳-۲ بازرگانی بین‌الملل در دوران معاصر.....	۳۸
۴-۲ بازرگانی در دوره اسلامی.....	۴۱
۱-۴-۲ دوره اول بازرگانی اسلامی.....	۴۲
۲-۴-۲ دوره دوم بازرگانی اسلامی.....	۴۳
۳-۴-۲ دوره سوم بازرگانی اسلامی.....	۴۵
خلاصه فصل دوم.....	۴۶
خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم.....	۴۸
خودآزمایی تشریحی فصل دوم.....	۵۰
مطالعه موردی فصل دوم.....	۵۰
منابع فصل دوم.....	۵۲

فصل سوم. دلایل تجارت در سطح بین‌الملل.....	۵۵
هدف کلی.....	۵۵
هدف‌های یادگیری.....	۵۵
مقدمه.....	۵۵
۱-۳ منبع یابی استراتژیک.....	۵۶
۲-۳ بازاریابی جهانی.....	۵۹
۱-۲-۳ بازاریابی استراتژیک جهانی.....	۶۱

۶۱	۲-۲-۳ راهبردهای بازاریابی جهانی.....
۶۳	۳-۳ موانع و ریسک‌های بازرگانی بین‌الملل.....
۶۳	۱-۳-۳ موانع قانونی دولت‌ها.....
۶۷	۲-۳-۳ ریسک‌های حمل‌ونقل بین‌المللی.....
۶۹	۳-۳-۳ بحران و ریسک حمایت‌گرایی.....
۶۹	۴-۳-۳ روش‌ها و ابزارهای تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای.....
۷۰	۴-۳ تعیین‌کننده‌های بازرگانی بین‌الملل.....
۷۱	۱-۴-۳ تعیین‌کننده‌های سازمانی.....
۷۱	۱-۴-۳ مزیت رقابتی استراتژیک.....
۷۲	۲-۴-۳ قابلیت‌های شرکت.....
۷۳	۳-۴-۳ تجربه شرکت در تجارت بین‌الملل.....
۷۳	۴-۴-۳ سیستم‌های اطلاعات سازمانی.....
۷۴	۲-۴-۳ تعیین‌کننده‌های محیطی.....
۷۵	۱-۴-۳ مقررات تجارت خارجی.....
۷۶	۲-۴-۳ ساختار فرهنگی.....
۷۷	۳-۴-۳ زبان در فرهنگ کشورها.....
۷۷	۴-۴-۳ رنگ در فرهنگ کشورها.....
۷۷	۵-۴-۳ فرهنگ مصرف.....
۷۸	۶-۴-۳ الگوی بسته‌بندی.....
۷۸	۷-۴-۳ ساختار دین و مذهب.....
۸۰	۸-۴-۳ محیط سیاسی.....
۸۱	۹-۴-۳ شرایط اقتصادی.....
۸۳	خلاصه فصل سوم.....
۸۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم.....
۸۵	خودآزمایی تشریحی فصل سوم.....
۸۶	مطالعه موردی فصل سوم.....
۸۸	منابع فصل سوم.....

۹۱	فصل چهارم. مراحل آغاز بازرگانی بین‌المللی.....
۹۱	هدف کلی.....
۹۱	هدف‌های یادگیری.....
۹۱	مقدمه.....
۹۲	۱-۴ استراتژی‌های ورود به عرصه بازارهای بین‌المللی.....
۹۳	۱-۱-۴ استراتژی صادرات.....
۹۴	۱-۱-۴ مناطق آزاد تجاری.....
۹۵	۲-۱-۴ صادرات قطعی.....

۹۵.....	۳-۱-۴ صادرات قطعی در حجم تجاری
۹۶.....	۴-۱-۴ صادرات قطعی غیر تجاری
۹۷.....	۵-۱-۴ صادرات موقت
۹۷.....	۲-۱-۴ استراتژی‌های غیر صادراتی
۹۸.....	۱-۲-۴ قرارداد لیسانس (حق امتیاز)
۹۹.....	۲-۲-۴ قرارداد فرانشیز
۱۰۰.....	۳-۲-۴ مقایسه فرانشیز با لیسانس علامت تجاری
۱۰۱.....	۴-۲-۴ قراردادهای انتقال تکنولوژی
۱۰۲.....	۵-۲-۴ قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک
۱۰۴.....	۶-۲-۴ قرارداد اعطای نمایندگی تجاری خارجی
۱۰۵.....	۷-۲-۴ قرارداد توزیع بین‌المللی
۱۰۶.....	۸-۲-۴ مقایسه قرارداد نمایندگی تجاری خارجی و قرارداد توزیع
۱۰۷.....	۲-۴ چالش‌های ورود به بازارهای جهانی
۱۰۸.....	۱-۲-۴ حمایت‌گرایی تجاری در کشورهای پیشرفته
۱۰۸.....	۲-۲-۴ نوسانات و عدم تعادل بلندمدت در نرخ ارز
۱۰۸.....	۳-۲-۴ افزایش رقابت بین‌المللی
۱۰۹.....	۴-۲-۴ بحران‌های مالی در اقتصادهای متکی بر بازار
۱۰۹.....	۵-۲-۴ فقر در بسیار از کشورهای در حال توسعه
۱۱۰.....	۶-۲-۴ بحران جهانی شدن
۱۱۱.....	خلاصه فصل چهارم
۱۱۳.....	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۱۱۴.....	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم
۱۱۴.....	مطالعه موردی فصل چهارم
۱۱۶.....	منابع فصل چهارم
۱۱۹.....	فصل پنجم. گام‌های مورد نیاز برای صادرات و واردات
۱۱۹.....	هدف کلی
۱۱۹.....	هدف‌های یادگیری
۱۱۹.....	مقدمه
۱۲۰.....	۱-۵ تحقیقات بازار
۱۲۳.....	۲-۵ گام‌های لازم برای صادرات کالا
۱۲۵.....	۱-۲-۵ بازاریابی صادرات
۱۲۵.....	۱-۱-۲-۵ شناسایی بازار هدف
۱۲۶.....	۲-۱-۲-۵ تدوین استراتژی‌های بازاریابی صادرات
۱۳۱.....	۳-۱-۲-۵ آماده‌سازی ابزارهای ارتباطات بازاریابی
۱۳۱.....	۴-۱-۲-۵ ترویج

۱۳۲	۵-۲-۱ ایجاد درخواست.....
۱۳۳	۵-۲-۲ کسب مجوزهای لازم برای صادرات.....
۱۳۳	۵-۲-۱ مجوزهای لازم برای صادرات.....
۱۳۴	۵-۲-۲ گواهی‌های مرسوم در صادرات.....
۱۳۵	۵-۲-۳ قیمت‌گذاری صادراتی توسط کمیسیون نرخ‌گذاری.....
۱۳۶	۵-۲-۴ صدور پروفورما (پیش‌فاکتور).....
۱۳۸	۵-۲-۵ بسته‌بندی صادراتی.....
۱۳۹	۵-۲-۶ تعیین ارزش گمرکی.....
۱۳۹	۵-۲-۷ دریافت گواهی بازرسی کالا.....
۱۴۰	۵-۲-۸ صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدأ.....
۱۴۲	۵-۲-۹ عقد قرارداد حمل و بیمه.....
۱۴۲	۵-۲-۱۰ بیمه حمل‌ونقل داخلی.....
۱۴۳	۵-۲-۱۱ بیمه حمل‌ونقل وارداتی.....
۱۴۳	۵-۲-۱۲ بیمه حمل‌ونقل صادراتی.....
۱۴۳	۵-۲-۱۰ اظهار کالا به گمرک.....
۱۴۴	۵-۲-۱۱ ارسال کالا و دریافت واریز نامه.....
۱۴۵	۵-۳ گام‌های لازم برای واردات.....
۱۴۷	۵-۳-۱ تنظیم اظهارنامه.....
۱۴۸	۵-۳-۲ دایره تشخیص هویت و دریافت اسناد (احراز هویت).....
۱۴۸	۵-۳-۳ دایره صندوق و صدور پروانه.....
۱۴۹	۵-۴ اینکوترمز.....
۱۵۳	خلاصه فصل پنجم.....
۱۵۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم.....
۱۵۵	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم.....
۱۵۶	مطالعه موردی فصل پنجم.....
۱۵۷	منابع فصل پنجم.....
۱۵۹	فصل ششم. پرداخت بین‌المللی.....
۱۵۹	هدف کلی.....
۱۵۹	هدف‌های یادگیری.....
۱۵۹	مقدمه.....
۱۶۰	۶-۱ روش‌های پرداخت نقدی.....
۱۶۱	۶-۱-۱ پرداخت از طریق درگاه اینترنتی.....
۱۶۲	۶-۱-۲ پرداخت نقدی در محل تحویل.....
۱۶۲	۶-۱-۳ پرداخت از طریق کارت‌های بانکی.....
۱۶۳	۶-۲ روش پیش‌پرداخت نقدی.....

۳-۶	پرداخت براساس حساب باز.....	۱۶۵
۴-۶	پرداخت براساس وصولی‌ها (برات).....	۱۶۶
۱-۴-۶	پرداخت براساس برات ساده.....	۱۶۸
۲-۴-۶	پرداخت براساس برات اسنادی.....	۱۶۸
۳-۴-۶	پرداخت براساس اعتبار اسنادی.....	۱۶۹
۱-۳-۴-۶	اجرای اعتبار اسنادی نقدی (دیداری).....	۱۷۰
۲-۳-۴-۶	پرداخت به روش اعتبار اسنادی نسبه (یوزانس).....	۱۷۳
۳-۳-۴-۶	پرداخت به روش اعتبار اسنادی فاینانس.....	۱۷۴
۴-۳-۴-۶	پرداخت به روش اعتبار اسنادی کوتاه‌مدت (ریفاینانس).....	۱۷۵
۵-۶	روش‌های پرداخت از منظر حقوق تجارت بین‌الملل.....	۱۷۶
۱-۵-۶	ریسک‌های پرداخت با اسناد تجاری.....	۱۷۷
۱-۱-۵-۶	ریسک‌های ناشی از عدم تقارن زمانی پرداخت.....	۱۷۸
۲-۱-۵-۶	مشکلات ناشی از تعارض قوانین.....	۱۷۹
۲-۵-۶	روش‌های حل تعارض.....	۱۸۰
۱-۲-۵-۶	حقوق داخلی کشورها.....	۱۸۰
۲-۲-۵-۶	معاهدات بین‌المللی.....	۱۸۱
۱۸۳	خلاصه فصل ششم.....	
۱۸۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم.....	
۱۸۶	خودآزمایی تشریحی فصل ششم.....	
۱۸۶	مطالعه موردی فصل ششم.....	
۱۸۹	منابع فصل ششم.....	
۱۹۱	فصل هفتم. حمل و نقل بین‌المللی.....	
۱۹۱	هدف کلی.....	
۱۹۱	هدف‌های یادگیری.....	
۱۹۱	مقدمه.....	
۱-۷	روش‌های حمل و نقل کالا.....	۱۹۳
۱-۱-۷	حمل و نقل دریایی.....	۱۹۳
۱-۱-۷	روش کراس استافینگ.....	۱۹۴
۲-۱-۷	روش ترانشیپ.....	۱۹۴
۳-۱-۷	روش چارترینگ.....	۱۹۴
۴-۱-۷	روش گروپاژ و پروژه‌ای (خرده بار).....	۱۹۵
۵-۱-۷	حمل و نقل دریایی کالاهای فله.....	۱۹۵
۶-۱-۷	حمل و نقل دریایی کالا با کانتینر یخچالی.....	۱۹۵
۲-۱-۷	حمل و نقل زمینی.....	۱۹۵
۱-۲-۷	حمل و نقل جاده‌ای.....	۱۹۶

- ۱۹۶..... ۲-۱-۷ حمل و نقل ریلی
- ۱۹۷..... ۳-۱-۷ حمل و نقل هوایی
- ۱۹۷..... ۴-۱-۷ حمل و نقل از طریق پست
- ۱۹۸..... ۲-۷ انواع بارنامه‌های حمل و نقل بین‌المللی کالا
- ۱۹۹..... ۱-۲-۷ انواع بارنامه‌های دریایی
- ۱۹۹..... ۱-۱-۲-۷ بارنامه مستقیم
- ۲۰۰..... ۲-۱-۲-۷ بارنامه دریایی (مربوط به سرویس‌های منظم دریایی)
- ۲۰۰..... ۳-۱-۲-۷ بارنامه چارتر
- ۲۰۱..... ۴-۱-۲-۷ بارنامه حمل مرکب فیاتا
- ۲۰۱..... ۵-۱-۲-۷ بارنامه مقید
- ۲۰۱..... ۶-۱-۲-۷ بارنامه شخص ثالث
- ۲۰۲..... ۷-۱-۲-۷ بارنامه قابل انتقال و معامله
- ۲۰۲..... ۸-۱-۲-۷ بارنامه غیرقابل معامله
- ۲۰۳..... ۹-۱-۲-۷ بارنامه آن‌بورد
- ۲۰۳..... ۱۰-۱-۲-۷ بارنامه آن‌دک
- ۲۰۳..... ۱۱-۱-۲-۷ بارنامه پشت سفید یا ملخص
- ۲۰۴..... ۱۲-۱-۲-۷ بارنامه سراسری
- ۲۰۴..... ۱۳-۱-۲-۷ رسید افسر کشتی (بارنامه موقت)
- ۲۰۴..... ۱۴-۱-۲-۷ بارنامه بیات
- ۲۰۵..... ۱۵-۱-۲-۷ بارنامه گروهی
- ۲۰۵..... ۱۶-۱-۲-۷ بارنامه خط سیر منظم یا لاینر
- ۲۰۶..... ۱۷-۱-۲-۷ بارنامه کانتینر
- ۲۰۶..... ۱۸-۱-۲-۷ بارنامه دریافت شده برای حمل
- ۲۰۶..... ۱۹-۱-۲-۷ بارنامه حمل روی کشتی
- ۲۰۶..... ۲۰-۱-۲-۷ بارنامه تمیز
- ۲۰۷..... ۲۱-۱-۲-۷ بارنامه ترانشیپ
- ۲۰۷..... ۲۲-۱-۲-۷ بارنامه دریایی کالای بارگیری شده
- ۲۰۷..... ۲۳-۱-۲-۷ بارنامه دریایی کالای دریافت شده
- ۲۰۷..... ۲-۲-۷ انواع بارنامه‌های حمل و نقل زمینی
- ۲۰۸..... ۱-۲-۲-۷ بارنامه حمل مرکب فیاتا
- ۲۰۸..... ۲-۲-۲-۷ راه نامه (بارنامه) کامیون
- ۲۰۸..... ۳-۲-۲-۷ راه نامه (بارنامه) راه‌آهن
- ۲۰۹..... ۳-۲-۷ بارنامه حمل و نقل هوایی
- ۲۰۹..... ۳-۷ کنوانسیون‌های حمل و نقل بین‌المللی کالا
- ۲۱۰..... ۱-۳-۷ کنوانسیون‌های حمل و نقل زمینی
- ۲۱۰..... ۱-۱-۳-۷ کنوانسیون قرارداد حمل و نقل بین‌المللی کالای جاده‌ای

۲۱۱	۲-۱-۳-۷ کنوانسیون حمل و نقل جاده‌ای کالا و محصولات خطرناک.....
۲۱۱	۳-۱-۳-۷ کنوانسیون تیر (TIR).....
۲۱۲	۴-۱-۳-۷ کنوانسیون بین‌المللی حمل و نقل کالا با راه‌آهن.....
۲۱۳	۲-۳-۷ کنوانسیون‌های حمل و نقل بین‌المللی دریایی.....
۲۱۳	۱-۲-۳-۷ کنوانسیون‌های مرتبط با پیشگیری خسارت برای افراد.....
۲۱۷	۲-۳-۷ کنوانسیون‌های مرتبط با پیشگیری خسارت برای بار.....
۲۱۹	۳-۲-۳-۷ کنوانسیون‌های مرتبط با پیشگیری از خسارت برای کشتی‌ها.....
۲۲۳	۴-۲-۳-۷ کنوانسیون‌های مرتبط با آلودگی.....
۲۲۴	۵-۲-۳-۷ کنوانسیون‌های مسئولیت و جبران.....
۲۲۶	۶-۲-۳-۷ سایر کنوانسیون‌ها.....
۲۲۶	۴-۷ بسته‌بندی محصولات صادراتی.....
۲۲۷	۱-۴-۷ رویکردهای جهانی به بسته‌بندی.....
۲۲۷	۱-۱-۴-۷ رویکرد کاربردی.....
۲۲۸	۲-۱-۴-۷ رویکرد تمایز.....
۲۲۸	۲-۴-۷ بسته‌بندی هوشمند.....
۲۲۹	۳-۴-۷ بسته‌بندی سبز.....
۲۳۰	۴-۴-۷ طراحی بسته‌بندی جهانی.....
۲۳۱	خلاصه فصل هفتم.....
۲۳۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هفتم.....
۲۳۵	خودآزمایی تشریحی فصل هفتم.....
۲۳۵	مطالعه موردی فصل هفتم.....
۲۳۷	منابع فصل هفتم.....
۲۴۱	فصل هشتم. اسناد بازرگانی بین‌المللی.....
۲۴۱	هدف کلی.....
۲۴۱	هدف‌های یادگیری.....
۲۴۱	مقدمه.....
۲۴۲	۱-۸ اسناد لازم برای واردات کالا.....
۲۴۲	۱-۱-۸ فاکتور یا سیاهه تجاری.....
۲۴۳	۲-۱-۸ پیش‌فاکتور (پروفرما).....
۲۴۴	۳-۱-۸ قبض انبار.....
۲۴۵	۴-۱-۸ لیست عدل‌بندی (بسته‌بندی).....
۲۴۶	۵-۱-۸ ترخیصیه.....
۲۴۷	۶-۱-۸ بارنامه.....
۲۴۸	۷-۱-۸ مانیفست.....
۲۴۹	۸-۱-۸ گواهی مبدأ.....

۲۵۰	۸-۱-۹ مجوز ثبت سفارش
۲۵۱	۸-۱-۱۰ کارت بازرگانی
۲۵۲	۸-۱-۱۱ کارت حق العمل کاری (ترخیص کاری)
۲۵۲	۸-۱-۱۲ گواهی بازرسی
۲۵۳	۸-۱-۱۳ بیمه نامه
۲۵۴	۸-۱-۱۴ وکالت نامه
۲۵۴	۸-۲ اسناد لازم برای صادرات کالا
۲۵۵	۸-۲-۱ گواهی های صادراتی
۲۵۵	۸-۲-۱-۱ گواهی بهداشت نباتی
۲۵۶	۸-۲-۲-۱ گواهی بهداشت دامی (گواهی سازمان دامپزشکی)
۲۵۷	۸-۲-۳-۱ گواهی استاندارد
۲۵۷	۸-۲-۴-۱ گواهی انرژی اتمی
۲۵۸	۸-۲-۵-۱ گواهی بازرسی کالا توسط شخص ثالث
۲۵۹	۸-۳ اسناد مربوط به حمل و نقل بین المللی
۲۵۹	۸-۳-۱ رسید افسر کشتی
۲۵۹	۸-۳-۲ بارنامه پشت سفید یا ملخص
۲۶۰	۸-۳-۳ بارنامه آن بورد
۲۶۱	۸-۳-۴ بارنامه غیر قابل معامله
۲۶۱	۸-۳-۵ بارنامه قابل انتقال و معامله
۲۶۲	۸-۳-۶ بارنامه حمل مرکب چندوجهی (فیاتا)
۲۶۳	۸-۳-۷ بارنامه راه آهن
۲۶۳	۸-۳-۸ بارنامه کامیون (CMR)
۲۶۴	۸-۳-۹ بارنامه هوایی
۲۶۵	۸-۳-۱۰ بارنامه دریایی
۲۶۶	۸-۳-۱۱ سند کارنه تیر (TIR)
۲۶۶	۸-۴ اسناد مالی بین المللی
۲۶۶	۸-۴-۱ نامه تأییدیه بانک (BCL)
۲۶۷	۸-۴-۲ اعتبار اسنادی (LC)
۲۶۸	۸-۴-۳ نامه استعلام بها (LOI)
۲۶۹	۸-۴-۴ ICPO
۲۷۰	خلاصه فصل هشتم
۲۷۱	خودآزمایی چهارگزینه ای فصل هشتم
۲۷۲	خودآزمایی تشریحی فصل هشتم
۲۷۲	منابع فصل هشتم
۲۷۵	پاسخنامه

پیشگفتار

گسترش تجارت، جهانی شدن محصولات و خدمات و بین المللی شدن شرکت‌ها، همواره بر اهمیت روابط بازرگانی بین الملل افزوده است. روابط بازرگانی بین الملل ابعاد مختلفی را در بر می گیرد که اثربخشی شرکت‌ها را در بازار بین المللی به ویژه بازار صادرات تحت تأثیر قرار می دهد.

هدف از تدوین این کتاب کمک به کارشناسان، بازرگانان و به ویژه دانشجویان سطح کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی در آشنایی با وظایف اساسی سازمان های بازرگانی داخلی و بین المللی به خصوص واحدهای مرتبط با صادرات و واردات، افزایش مهارت و همچنین، ارتقای توانایی دانشجویان در شناخت مسائل مبتنی بازارهای بین المللی، جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به مشکلات بازاریابی و ورود، توسعه بازار، انطباق فرهنگی...، ارزیابی راه حل های مختلف در مورد هر مسئله و تصمیم گیری و اجرای تصمیمات اتخاذ شده است.

این کتاب منطبق با سرفصل های مصوب وزارت علوم و تحقیقات و فناوری مصوب سال ۱۳۹۴ سطح کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل تدوین شده است. ساختار بندی این کتاب مشتمل بر هشت فصل است و در پایان هر فصل یک مطالعه موردی با موضوع مرتبط با آن فصل جهت بهبود قدرت تحلیلی خواننده آورده شده است. فصل اول مقدمه ای بر بازرگانی بین الملل باهدف ارائه درک جامعی از مفاهیم پایه ای بازرگانی بین الملل و نظریات معروف در این زمینه به خواننده است. فصل دوم، سیر تحول تاریخی بازرگانی بین الملل را در دوره باستان، دوره های

استعماری، دوره اسلامی و دوران معاصر به تصویر کشیده است. فصل سوم، دلایل و عوامل مؤثر بر تجارت در سطح بین‌الملل، استراتژی‌های بازاریابی بین‌المللی و چالش‌ها و ریسک‌ها و موانع مرتبط با بازرگانی بین‌الملل تشریح شده است. فصل چهارم کتاب، انواع استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌الملل، انواع استراتژی‌های صادراتی، انواع قراردادهای سرمایه‌گذاری، انتقال تکنولوژی و اعطای نمایندگی و انواع قراردادهای توزیع بین‌المللی و همچنین، چالش‌های ورود به عرصه بازارهای بین‌الملل را تشریح می‌کند. در فصل پنجم، نقش استراتژیک تحقیقات بازار در حوزه کسب‌وکارهای امروزی در ابتدا توصیف شده و در ادامه گام‌های لازم برای صادرات و واردات کالا، انواع روش‌های صادرات کالا، مراحل اجرای بازاریابی صادرات، فرایند تعیین قیمت صادراتی، موضوع بسته‌بندی در صادرات و اصطلاحات اینکوترمز بیان شده است. فصل ششم، انواع روش‌های پرداخت در سطح بین‌الملل مشتمل بر روش‌های پرداخت نقدی، پیش‌پرداخت نقدی، پرداخت براساس حساب باز، پرداخت براساس برات و چک، پرداخت براساس اعتبار اسنادی و روش‌های تأمین اعتبار یوزانس، فاینانس ریفاینانس تشریح و تبیین شده است. فصل هفتم، انواع روش‌های حمل‌ونقل زمینی، دریایی و هوایی کالا در سطح بین‌الملل، انواع بارنامه‌ها و کنوانسیون‌های مرتبط با حمل‌ونقل بین‌المللی و انواع رویکردهای جهانی به بسته‌بندی بیان شده است. فصل هشتم، انواع فرم‌ها و سند‌های مرتبط با صادرات و واردات کالا و اسناد مرتبط با حمل‌ونقل بین‌المللی و همچنین، اسناد مالی حوزه تجارت بین‌الملل با درج تصاویر مرتبط با هریک از این اسناد جهت آشنایی بیشتر آورده شده است.

در پایان، از کلیه دوستانی که در تدوین کتاب حاضر ما را یاری رسانده‌اند و مشوق ما بوده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را داریم. همچنین، با پذیرش این اصل که هیچ اثر علمی معمولاً خالی از اشکال نیست؛ بنابراین، از تمامی اساتید گرانمایه و متخصص در حوزه بازرگانی بین‌الملل و دیگر صاحب‌نظران این حوزه، خواهشمندیم نظرات تخصصی و اصلاحی خود را به‌منظور افزودن به غنای بیشتر کتاب از ما دریغ ندارند. همچنین، جا دارد از کلیه کارشناسان حوزه تدوین و چاپ و انتشار کتب دانشگاه پیام نور، سپاسگزاری نماییم.

با تشکر

مؤلفان

فصل اول

مقدمه‌ای بر بازرگانی بین‌الملل

هدف کلی

آشنایی با مبانی و نظریه‌های بازرگانی بین‌الملل.

هدف‌های یادگیری

پس از مطالعه این فصل، شما باید بتوانید:

۱. درک جامعی از مفهوم بازرگانی بین‌الملل داشته باشید.
۲. با نظریه‌های مختلف در حوزه بازرگانی بین‌الملل آشنا شوید.
۳. نظریه مرکانتالیسم را تحلیل کنید.
۴. نظریه مزیت مطلق را تعریف کنید.
۵. نظریه مزیت نسبی را تشریح کنید.
۶. نظریه هکچر و اوهلین را تعریف کنید.
۷. نظریه هزینه-فرصت هابسلر را تشریح کنید.
۸. نظریه علیت تجمعی کالدرو را تشریح کنید.
۹. نظریه همپوشانی تقاضا لیندر را تشریح کنید.
۱۰. معمای لئونتیف را توضیح دهید.
۱۱. نظریه چرخه حیات محصول را تعریف کنید.
۱۲. نظریه مزیت پیشگام بودن را تشریح کنید.
۱۳. الماس ملی پورتر را تحلیل کنید.
۱۴. نظریه تجارت نوین را تشریح کنید.

مقدمه

جریانات بین کشورهای دنیا به وسیله شبکه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی پیچیده‌ای به یکدیگر مرتبط هستند. اقتصاد بین‌الملل روابط اقتصادی کشورهای مختلف جهان را بررسی می‌کند و چگونگی ایجاد این روابط و کاربردهای سیاسی آن‌ها را نیز مورد بحث قرار می‌دهد. روابط اقتصادی هم از طریق تجارت کالا و هم از راه جریان سرمایه ایجاد می‌شود که هر کدام پیامدهای مربوط به خود را دارد.

پس تجارت بین‌المللی ناشی از روابط عرضه و تقاضا برای کالا و خدمات بین کشورهای مختلف جهان باهدف انتفاع برقرار می‌شود. امروزه تجارت بین‌المللی در شکل پیشرفته‌تر خود روابط تجاری بین کشورها تسهیل کرده و همچنین به تناسب پیشرفت تکنولوژی سرعت مبادلات در حوزه عرضه و تقاضای کالا در سطح بازارهای جهانی به طرز چشمگیری افزایش یافته است. ملت‌ها از دیرباز برای برآوردن نیازهای خود و همچنین کسب درآمد به بازرگانی بین‌المللی مبادرت کرده‌اند؛ اما امروزه هدف‌های مهم سیاسی و اقتصادی دیگری نیز در این قلمرو مطرح است. بدون شک آشنایی با مبانی نظری و دیدگاه‌های بزرگان علم اقتصاد و مدیریت و آگاهی از زمینه‌های پیدایش و تحولات این حوزه برای دانشجویان و دست‌اندرکاران بسیار سودمند خواهد بود.

۱-۱ بازرگانی بین‌الملل

در گذشته انگیزه‌های بنیادینی برای ورود کشورها به عرصه بازرگانی بین‌الملل، رفع نیازهای جامعه و سودجویی وجود داشت؛ اما امروزه هدف‌های سیاسی و اقتصادی نیز در نظر گرفته می‌شوند. برخی از کشورها مثل: کره جنوبی، مالزی، برزیل و تایوان از سیاست برون‌گرا یا گرایش صادراتی پیروی می‌کردند. این نوع سیاست، سیاستی است که گسترش مبادلات خارجی را به عنوان یک راهبرد توسعه اقتصادی می‌داند. امروزه تجارت آزاد، یک گزینش مناسب برای توسعه و پیشرفت کشورها به شمار می‌رود (هیل^۱، ۲۰۱۳: ۲۴).

بازرگانی بین‌الملل^۲ عبارت است از کلیه فعالیت‌های تجاری در زمینه‌های خدمات و کالا براساس سیاست‌های بازرگانی مدرن که بین کشورهای مختلف انجام می‌شود. در روزگار گذشته انگیزه اصلی در بازرگانی بین‌الملل تأمین نیازهای جامعه و

1. Hill

2. International Trade

سودجویی بود. باگذشت زمان و در عصر حاضر انگیزه اصلی در این عرصه هدف‌های مهم سیاسی و اقتصادی است. هدف بازرگانی بین‌الملل ایجاد رفاه از طریق وابستگی متقابل است. بازرگانی بین‌الملل با روابط اقتصادی میان کشورها سروکار دارد و وابستگی متقابل حاصل از این روابط از جهت رفاه اقتصادی اکثر کشورها اهمیت زیاد دارد (دلای و اسکات^۱، ۲۰۱۰: ۱۵۶). روابط اقتصادی میان کشورها با روابط اقتصادی میان بخش‌های مختلف یک کشور تفاوت دارد و این امر سبب می‌شود تا مسائل متفاوتی بروز کند که نیاز به ابزارهای تحلیلی نسبتاً متفاوتی دارد. بدین ترتیب بازرگانی بین‌الملل به‌عنوان رشته‌ای متمایز و جدا از اقتصاد کاربردی درآمده است. بازرگانی بین‌الملل با مباحث چندی سروکار دارد که نظریه محض تجارت و نظریه سیاست بازرگانی از آن جمله است. نظریه محض تجارت به اساس تجارت و منافع حاصل از آن می‌پردازد و نظریه سیاست بازرگانی به دلایل مربوط به موانع جریان آزاد تجارت و نتایج حاصل از آن می‌پردازد (هیل، ۲۰۱۳: ۱۶).

۲-۱ مروری بر نظریه‌های بازرگانی بین‌الملل

در مطالعه شرایط اساسی صلح جهانی^۲ و ریشه‌های منازعات بین‌المللی عوامل اقتصادی از اهمیت بسیاری برخوردار بوده‌اند. در این راستا نظریه‌پردازان به ۲ دسته تقسیم می‌شوند. جدول (۱-۱) این دسته‌بندی را نشان می‌دهد (نیلانکاویل و رای^۳، ۲۰۱۴: ۱۶۴):

۱. گروهی که معتقدند ارتقای سطح زندگی و رشد اقتصاد ملی به تحقق صلح میان ملت‌ها کمک می‌کند. ازجمله آدام اسمیت^۴، جان استوارت میل^۵ و ریچارد کابدن^۶ تجارت آزاد را ضامن صلح می‌دانستند. چراکه تجارت آزاد تقسیم‌کار را به‌وجود می‌آورد و ملت‌ها را چنان به هم وابسته می‌کند که جنگ را غیرممکن می‌سازد.
۲. گروه دوم دسته‌ای هستند که رقابت آزاد^۷ را یکی از عوامل اصلی منازعات بین‌المللی^۸ می‌دانند.

1. Dlabay & Scott

2. Global Peace

3. Neelankavi & Rai

4. Adam Smith

5. John Stuart Mill

6. Richard Cobden

7. Free Competition

8. International Conflicts

جدول ۱-۱. دسته‌بندی نظریه‌های بازرگانی بین‌الملل (نیلانکاویل و رای، ۲۰۱۴: ۱۶۴)

مدرن	نئوکلاسیک	کلاسیک
نظریه چرخه زندگی محصول	نظریه هزینه-فرصت هابرلر	نظریه مارکسیستی
نظریه مزیت رقابتی ملی	نظریه هکچر-اوهلین	نظریه امپریالیسم
نظریه تجارت نوین	نظریه همپوشانی تقاضا لیندر	لیبرالیسم اقتصادی
نظریه استراتژیک تجاری	نظریه ساموئلسون-استالپر	نظریه مرکانتالیسم
	آزمون تجربی لئونتیف	نظریه مزیت مطلق اسمیت
	نظریه علیت تجمعی کالدرو	نظریه مزیت نسبی ریکاردو

موج جدید نظریات تجارت بین‌الملل از اواخر دهه ۱۹۸۰ باهدف پر کردن خلأ دیدگاه رایج وارد ادبیات اقتصادی شد که بررسی هر یک از این نظریات مجال مستقلی را می‌طلبید. ازجمله جریان‌سازترین نظریات این حوزه که تنها به اصلاحات جزئی اکتفا نکرده و تلاش کرد تا مبنایی متفاوت برای تبیین جامع روندهای تجارت جهانی ارائه دهد، نظریه مزیت رقابتی^۲ نام دارد. مایکل پورتر^۳ در سال ۱۹۹۰ با کتاب مزیت رقابتی ملت‌ها به‌عنوان بنیان‌گذار این نظریه، مهم‌ترین تأثیر را برجای گذاشت. آنچه در دیدگاه پورتر اهمیت دارد، همین محوریت بخشی به تحقیق و توسعه و نوآوری^۴ و کارآفرینی^۵ در سطح بنگاه‌های صنعتی و معدنی است. امری که در بستر جهانی شدن مزیت رقابتی ملت‌ها را موجب می‌شود (مادورا^۶، ۲۰۱۴: ۱۸).

۱-۲-۱ نظریه مارکسیستی^۷ (مارکس)

مارکس^۸ (۱۸۱۸-۱۸۸۳) نظریه‌ای در مورد تاریخ ارائه کرد که بر پایه ماتریالیسم دیالکتیکی^۹ است و براساس آن نظام اقتصادی تعیین‌کننده ساختارهای نهادی و ایدئولوژیک جامعه است. هر کس کنترل اقتصادی را در دست دارد کنترل نظام سیاسی را نیز در دست خواهد داشت. تاریخ عرصه مبارزه میان گروه حاکم و گروه مخالف است.

1. Neelankavi & Rai

2. Theory of Competitive Advantage

3. Michael Porter

4. Innovation

5. Entrepreneurship

6. Madura

7. Marxist Theory

8. Marx

9. Dialectical Materialism

مدل مطالعاتی مارکس برای جامعه شامل یک‌نهاد (گروه حاکم) تز^۱ و یک برابر نهاد (گروه مخالف) آنتی تز^۲ است که از برخورد این دو هم‌نهادی (نظام اقتصادی، سیاسی) اجتماعی نوین به‌وجود می‌آید (هیل، ۲۰۱۳: ۱۷۴). برخورد طبقه بورژوازی^۳ سرمایه‌دار (نهاد) با کارگران (برابر نهاد) به ظهور نظامی سوسیالیستی^۴ انجامیده و تا نابودی آخرین بقایای سرمایه‌داری، دوره‌ای از کنترل دولتی بر روند و توزیع حاکم می‌شود. مارکس پیش‌بینی می‌کرد با پیدایش نظام کمونیستی، دولت به تدریج از میان خواهد رفت. از دید مارکسیست‌های سستی کلیه پدیده‌های سیاسی و از جمله امپریالیسم و جنگ بازتاب نیروهای اقتصادی زیر بنایی هستند. مارکس رویای صلح در سر داشت. وی در سرتاسر آثارش هیچ‌گاه تصویری از انسان متمایل به انقلاب قهرآمیز ارائه نداد و معتقد است انقلاب لزوماً متضمن قهر و خشونت نیست (دوهایم^۵ و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۸۳).

۱-۲-۲ نظریه امپریالیسم و منازعات بین‌المللی (لنین)

هابسون^۶ و امپریالیسم^۷. قرائن نظریه کمونیستی امپریالیسم در قرن حاضر به‌طور عمده از جان هابسون (۱۹۴۰-۱۸۵۸) اقتصاددان انگلیسی اقتباس شده است. چندان اغراق‌آمیز نیست اگر بگوییم هابسون در عمل نظریه نوین امپریالیسم را ابداع کرده و برای ایجاد واکنشی فکری-اخلاقی علیه امپریالیسم در سرزمین‌های انگلیسی‌زبان کوشش بسیاری کرد. هابسون استدلال می‌کرد که امپریالیسم حاصل ناسازگاری درونی نظام سرمایه‌داری است، نظامی که در آن اقلیتی ثروتمند به انباشت بیش‌ازحد می‌پردازند حال‌آنکه اکثریت مردم دچار فقر هستند؛ بنابراین، جوامع سرمایه‌داری با معضل خطیری روبه‌رو هستند یعنی تولید زیاد و مصرف کم (کراینز^۸، ۲۰۰۲: ۱۴).

بی‌تردید در عصر نوین، لنین^۹ مشهورترین نظریه‌پرداز امپریالیسم بود. معمار انقلاب بلشویکی^{۱۰} نه یک محقق بود و نه یک متفکر اصیل. لنین امپریالیسم را

1. Thesis
 2. Antithesis
 3. Bourgeoisie
 4. Socialist
 5. Duhaime
 6. Hobson
 7. Imperialism
 8. Cryns
 9. Lenin
 10. Bolshevik Revolution

سرمایه‌داری انحصاری می‌دانست. به نظر وی این نوع سرمایه‌داری از ۴ عامل ریشه می‌گرفت:

۱. تمرکز تولید در اتحادیه‌ها^۱، سندیکاها و
۲. رقابت برای دستیابی به منابع مواد خام.
۳. توسعه الیگارشی^۲ بانکی.
۴. تبدیل سیاست استعمار (کهن) به مبارزه‌ای بر سر حوزه‌های منافع اقتصادی که طی آن ملت‌های ثروتمند و قوی ملل ضعیف‌تر را استثمار می‌کنند.

۱-۲-۳ لیبرالیسم اقتصادی

لیبرالیسم اقتصادی^۳ در حقیقت نظریه‌ای اقتصادی و سیاسی است که معتقد است حکومت می‌باید حداقل نقش و وظیفه را در جامعه بر عهده داشته باشد. از نظر خارجی نیز تأکید دارد که وظیفه اولیه مقامات دولتی حمایت از دولت در مقابل تهدیدات خارجی است. لیبرالیسم اقتصادی به‌طور خاص به دفاع از تجارت آزاد معتقد است چراکه باعث برطرف کردن علل مهم اقتصادی تعارض از نظام می‌شود. لیبرال‌ها معتقد بودند رابطه میان تجارت آزاد و همکاری‌های بین‌المللی باید برعکس شود یعنی اگر تجارت آزاد به همکاری بین‌المللی نمی‌انجامد شاید همکاری بین‌المللی باعث تجارت آزاد شود. این تجدیدنظر در موافقت‌نامه‌های برتون و وودز و گات^۴ حاصل شد. با ظهور لیبرالیسم کنیزی در قرن ۲۰ از لحاظ داخلی این‌گونه بحث شد که دولت باید به‌منظور پیش‌گیری از تشدید نابرابری‌ها در زندگی اقتصادی و اجتماعی مردم دخالت کند. از نظر خارجی این نوع لیبرالیسم هنوز به همکاری بیشتر بین‌المللی اعتقاد داشت و بر این باور

1. Unions

2. Oligarchs

3. Economic Liberalism

۴. کنفرانس برتون وودز همایشی بود که در شهر برتون وودز Bretton Woods واقع در ایالت نیوهمپشر واقع در شمال شرقی کشور ایالات متحده در سال ۱۹۴۴ برگزار شد. این رویداد به‌منظور سامان‌دهی به اوضاع مالی و پولی بعد از جنگ جهانی دوم با حضور متفقین شکل گرفت. کنفرانس برتون وودز در هتل ماونت واشینگتن برگزار شد و به مدت سه هفته از ۱ تا ۲۲ ژوئیه به طول انجامید. در انتها، موافقت‌نامه‌هایی توسط ۴۴ کشور حاضر امضا شد. کنفرانس برتون وودز بسیاری از ابزارهای تجارت بین‌الملل نوین را بنا نهاد، از جمله صندوق بین‌المللی پول (IMF)، توافق‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT) که بعداً به سازمان تجارت جهانی (WTO) تبدیل شد و بانک بین‌المللی بازسازی و توسعه (IBRD). تأسیس این نهادهای بین‌المللی در سال‌های بعد منجر به شکل‌گیری بانک جهانی شد.