انتشارات قدم به قدم

چاپ دوم

صادراتچی

کتاب مرجع و راهنمای صادرکنندگان کالاها و خدمات

مجتبی مدرسی طهرانی

صـــادراتچـــی

کتاب مرجع و راهنمای صادرکنندگان کالاها و خدمات

چاپ دوم

مجتبی مدرّسی طهرانی

انتشارات قدم به قدم

تهران ۱۳۹۶

شابک : ۵-۰-۹۲۷۲۴-۹۶۴-۹۷۸
شماره کتابشناسی ملی: ۴۳۹۰۶۲۰
عنوان و نام پدیدآور: صادارتچی؛ کتاب مرجع و راهنمای صادرکنندگان کالاها و خدمات/ مجتبی مدرسی طهرانی
وضعیت ویراست: [ویراست ۲]
مشخصات نشر: تهران: قدم به قدم، ۱۳۹۵-
مشخصات ظاهری: ۱۸×۲۲ س م.
یادداشت: کتابنامه.
موضوع: صادرات- ایران- راهنماها- Exports- Iran- Direction
صادرات- قوانین و مقررات- ایرانExports- Law and Legistation- Iran
صادرات غیرنفتی- ایران- راهنماهاNonpetroleum exports- Iran- Directories -
رده بندی دیویی: ۶۰۹۵۵/ ۳۸۲
رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ۴ م ۹ الف / ۶/ ۱۴۱۶ HF
سرشناسه: مدرسی طهرانی، مجتبی، ۱۳۱۵-
وضعیت فهرست نویسی: فیپای الکترونیکی

انتشارات قدم به قدم

نام کتاب: صادراتچی
مولف: مجتبی مدرّسی طهرانی
ناشر: انتشارات قدم به قدم- ۸۸۴۹۲۶۹۲- ghadambeghadam@gmail.com
حروفچینی: قدم به قدم
نوبت چاپ: دوم

فهرست

فصل ۱- چرایی صادرات----------۱
فعالیت‌های سیاسی----------۲
فعالیت‌های اقتصادی- اجتماعی----------۳
چگونه یک شرکت می‌تواند از مزایای صادرات بهره‌مند گردد؟----------۴
پیش نیاز اولیه صادرات----------۱۱
فصل۲- تاسیس دفتر واردات- صادرات ----------۱۲
افتتاح حساب بانکی---------- ۱۳
دریافت کارت بازرگانی ---------- ۱۴
عضویت در اتحادیه و سندیکاها ---------- ۱۵
کد اقتصادی---------- ۱۶
تشکیل شرکت---------- ۱۷
شرکت‌های موجود در ایران---------- ۲۰
شرکت سهامی خاص و عام---------- ۲۱
شرکت با مسئولیت محدود ---------- ۲۱
شرکت تضامنی - شرکت نسبی ---------- ۲۲
شرکت مختلط - شرکت تعاونی----------۲۳
شرکت پروژه چیست؟---------- ۲۵
حقوق شرکت‌های خارجی در ایران ----------۲۶
شرکت فرعی----------۲۷
چگونه یک شرکت ثبت کنیم؟----------۳۰
اسناد بنیادین ---------- ۳۱
ثبت شرکت در مناطق ویژه اقتصادی و مناطق آزاد ---------- ۳۲
رقابت در امر صادرات ---------- ۳۴
راز نگهداری عملیات صادراتی---------- ۳۵
فصل سوم- سازماندهی برای صادرات ---------- ۳۷
وظایف واحد صادرات ---------- ۳۷
مسئولیت‌های عملیاتی ---------- ۳۸
نقش مدیریت صادرات ----------۴۲
مهارت‌ها و کیفیت‌های یک بازاریاب بین المللی ----------۴۲
ساختارها و سازمان صادرات ----------۴۴

رشد و گسترش تشکیلات ---------- ۴۷
انواع تخصص ---------- ۵۰
گستره محدودیت‌های کنترل ---------- ۵۰
سایر ساختارهای تخصصی ---------- ۵۲
سایر ملاحظات تشکیلاتی ---------- ۵۳
اندازه‌گیری عملکرد بازاریاب صادراتی ---------- ۵۵
اندازه‌گیری‌های کمی عملکرد ---------- ۵۵
اندازه‌گیری‌های کیفی عملکرد ---------- ۵۶
ساختار تشکیلاتی کارآمد ---------- ۵۷
مسئولیت‌های عملیاتی مدیر صادرات ---------- ۵۸
چگونه می‌توان کار بازاریاب صادرات را اندازه گیری نمود؟ ---------- ۶۹
فصل ۴- مدارک مربوط به حمل و صدور کالا ---------- ۷۱
رسم ناپسند ---------- ۸۴
فصل ۵- حمل و نقل بین المللی ---------- ۸۵
حمل و نقل دریایی ---------- ۸۷
طبقه بندی خطوط کشتیرانی ---------- ۸۸
نحوه تعیین کرایه حمل خطوط دریایی منظم ---------- ۸۹
نحوه تعیین کرایه حمل خطوط دریایی نامنظم ---------- ۹۲
هزینه‌های جانبی حمل دریایی ---------- ۹۶
انواع کرایه حمل ---------- ۹۹
کنفرانس‌های خطوط منظم کشتیرانی (لاینر) ---------- ۱۰۱
محاسن و معایب کنفرانس‌های لاینر ---------- ۱۰۲
کنترل‌های دولتی در کرایه حمل ---------- ۱۰۴
حمل و نقل جاده‌ای ---------- ۱۰۵
حمل و نقل با راه آهن ---------- ۱۰۸
حمل و نقل هوایی ---------- ۱۱۲
کرایه حمل پروازهای چارتر ---------- ۱۱۶
فصل ۶- نحوه تعیین و پرداخت کرایه حمل در ایران ---------- ۱۱۸
جمع بندی و پیشنهادات ---------- ۱۲۴
فصل ۷- پر کردن کانتینر ---------- ۱۲۵
الزامات کلیدی ---------- ۱۲۷
عملیات پایانه دریایی ---------- ۱۳۵

فصل ۸- کنوانسیون سازمان ملل در مورد قراردادهای حمل و نقل بین المللی کلی یا جزئی کالا از طریق دریا
مقررات عمومی- تعاریف- ماده‌ها---------- ۱۴۲
فصل ۹ معامله مدارک برای دریافت وجوه حاصل از صدور و فروش کالاهای صادراتی-------- ۱۹۸
انواع اعتبارنامه اسنادی صادراتی---------- ۲۰۳
شرایط پرداخت قیمت کالا---------- ۲۱۱
دریافت وجه حاصل از صدور و فروش کالا ---------- ۲۱۵
ریسک‌های خریدار ---------- ۲۱۹
ریسک‌های فروشنده ----------۲۲۱
وصولی‌ها---------- ۲۲۲
برات‌ها و اسناد مالکیت---------- ۲۲۶
قبولی برات دیداری و برات یوزانس ---------- ۲۳۰
کاربرد مقررات---------- ۲۳۲
اعتبارات در مقابل قراردادها ---------- ۲۳۳
تعهد بانک گشاینده ---------- ۲۳۴
تعهد بانک تائید کننده---------- ۲۳۵
بارنامه ---------- ۲۳۶
راه نامه دریایی غیرقابل معامله ---------- ۲۳۸
بارنامه محل دربست ---------- ۲۳۹
سند حمل هوایی ---------- ۲۴۰
اعتبارات قابل انتقال ---------- ۲۴۳
فصل ۱۰- اصول و کلیات بیمه باربری و کاربرد آن ---------- ۲۴۸
حدود مسئولیت متصدی حمل و نقل ---------- ۲۴۹
خطرات حمل و نقل ---------- ۲۵۱
لزوم تهیه بیمه نامه حمل و نقل---------- ۲۵۸
نمونه فرم پیشنهاد بیمه باربری وارداتی- صادراتی---------- ۲۵۹
راهنمای تنظیم پیشنهاد و بیمه باربری ---------- ۲۶۰
تعریف و تفسیر اجزاء قراردادهای بیمه باربری ---------- ۲۶۳
شکل بیمه نامه باربری ---------- ۲۶۴
شرایط عمومی بیمه نامه باربری ---------- ۲۶۶
مصوبه شورایعالی بیمه-آئین نامه شماره ۳۶۰ ---------- ۲۶۷
بخش اول----------۲۶۹
بخش دوم- شرایط ---------- ۲۷۰

بخش سوم- استثنائات ---------- ۲۷۵
الحاقیه‌ها ---------- ۲۷۸
خسارات بیمه باربری ---------- ۲۷۹
انواع بیمه‌های مربوط به صادرات کالا ----------۲۸۲
بیمه اعتباری صادراتی----------۲۸۴
بیمه جامع دربرگیرنده کلیه خطرات ---------- ۲۸۶
فصل ۱۱- قوانین طلایی اینکوترمز----------۲۸۸
حروف اختصاری---------- ۲۸۸
استفاده از اینکوترمز در قراردادهای فروش کالا ----------۲۹۰
قراردادهای حمل ----------۲۹۲
EXW ----------۲۹۳
FCA ---------- ۲۹۵
FOB----------۲۹۶
CFR ----------۲۹۹
CIF ----------۳۰۲
DES ----------۳۰۵
DEQ ---------- ۳۰۵
DAF----------۳۰۶
DDP ---------- ۳۰۷
صدور کالا بصورت رویتی ---------- ۳۰۷
فصل ۱۲- نقش فورواردر در عملیات حمل و نقل بین المللی----------۳۱۰
فصل ۱۳- انجام تحقیقات مقدماتی برای صادرات ---------- ۳۱۲
انجام تحقیقات بازار از دفتر کار----------۳۱۳
به دست آوردن داده‌های واردات---------- ۳۱۴
کارگزاران و موسسات دولتی صادرات ----------۳۱۵
فصل ۱۴- سفرهای تحقیقاتی و بررسی نحوه پخش کالا ---------- ۳۱۹
عواملی در بررسی نیازهای توزیع ---------- ۳۲۶
وارد کننده یا توزیع کننده انحصاری ---------- ۳۲۸
موسسه تجاری واسطه میان خریدار و صادرکننده---------- ۳۳۰
فصل ۱۵-شناسایی، گزینش و انگیزش کارگزاران ---------- ۳۳۲
پرسشنامه کارگزار ---------- ۳۳۹
توافق نامه کارگزاری- توزیع کننده ---------- ۳۴۱

گزینش کارگزاران/ توزیع کنندگان ---------- ۳۴۳
تماس با مشتری ---------- ۳۴۵
فصل ۱۶- قرارداد نمایندگی تجاری بین المللی- اتاق بازرگانی---------- ۳۴۷
غرامت شهرت جهانی ---------- ۳۴۹
حل اختلاف ---------- ۳۵۰
بخش اول- شرایط خاص ---------- ۳۵۱
بخش دوم- شرایط عمومی ---------- ۳۵۳
فرم نمونه قرارداد توزیع اتاق بازرگانی ---------- ۳۵۸
اظهارنظر در مورد بعضی مدارک و نکات خاص ---------- ۳۵۹
نمونه‌گیری از کالاهای صادراتی ---------- ۳۷۸
فصل ۱۷- تدارک یا تولید کالای صادراتی و بازرسی آنها ---------- ۳۸۱
آماده سازی کالا برای صدور ---------- ۳۸۶
اعلام قیمت به خریدار---------- ۳۸۸
تست بازار نسبت به یک کالا ---------- ۳۹۴
فصل ۱۸- قواعد کردارنامه برای مبارزه با اخاذی و رشوه ---------- ۳۹۸
فصل ۱۹- آزمایش عملی آنچه از کتاب فرا گرفته‌اید ---------- ۴۰۴
دستورات اضافی مخصوص ---------- ۴۱۱
حیله‌های خریدار ---------- ۴۱۴

به نام خداوند بخشنده مهربان

دوستان عزیز، سلام مارا بپذیرید:

در این کتاب، فرض را براین قراردادهایم که شما هیچ گونه اطلاعی از حرفه صادرات ندارید به همین جهت آموزش آنرا با زبانی بسیار ساده از ابتدائی‌ترین سطح ممکن شروع و به بالاترین سطوح مراحل صادراتی و بازار یابی کالاهای صادراتی ادامه خواهیم داد. در کتاب پیش‌رو مطالبی نظیر چگونگی تشکیل دفتر، انواع شرکت‌های بازرگانی و نحوه حمل کالا و قسمتی از قوانین اینکوترمز، نحوه تنظیم قراردادهای فروش و گشایش اعتبار اسنادی، قراردادهای حمل، بازاریابی مقدماتی و نحوه انتصاب نمایندگان پخش و فروش کالا در کشورهای خارج، ونیز نحوه رفع اختلافات با خریدار را با زبانی بسیار ساده تشریح خواهیم کرد. در فرصتهای بعدی، سازمان‌دهی گسترده و مهمتر از همه رموز بسیار پیچیده بازاریابی بین المللی را برای شما شرح خواهیم داد.

ممکن است بگوئید با این‌همه رقابت‌های شدید و قیمت‌های ارزان کالاهای چینی و هندی فروش کالاهای ایرانی با قیمت‌های تمام شده، امری ناممکن است. این طرز فکر صحیح نیست زیرا دیگر کشورها چه در اروپا و چه در آسیا باوجود رقابت‌های شدید، کالاهای خود را صادر می‌نمایند و موفق هم هستند. بالاتر از همه هوش سرشار و پشتکار کم نظیر ایرانی است که در خارج از کشور چنان افتخارهای بزرگی بوجود آورده است که در پیشرفته‌ترین کشورهای جهان سیاره‌ای را به نام یکی از هموطنانمان نامگذاری کردند. همه‌ی افراد با استفاده از این هوش سرشار و پشتکار قادر به فتح قله‌های موفقیت خواهند بود به ویژه افراد درستکار و با ایمانی که به مدد درستی و راستی و با استفاده از همین خرد بی‌نظیر راه‌های موفقیّت را می‌یابند. تردیدی نداشته باشید با بکارگیری این هوش و پشتکار و با استفاده دقیق از محتوای این کتاب، شما بازرگانی بسیار وارد و سودآور خواهید شد. به امید آن روز.

مجتبی مدرسی طهرانی

فصل اول
چرایی صادرات

در اینجا دلایلی را شرح خواهیم داد که چرا شرکت‌های تولیدی کشور باید امر صادرات کالای خود را مورد توجه و تأکید قرار دهند و در عین حال منافع آنرا از نظر سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بررسی خواهیم کرد. علاوه برآن فرصت‌هایی را که گسترش صادرات بصورت بین‌المللی برای شرکت‌های تولیدی وغیر تولیدی بوجود می‌آورد تشریح خواهیم کرد.

عمل صادرات کالاها و خدمات از یک کشور به کشور دیگر هسته اصلی فعالیت‌های بازاریابی بین المللی را تشکیل می‌دهد. به همین جهت در اینجا منافعی را که حاصل صادرات است مورد بررسی قرار خواهیم داد. سیاستمداران و دولتمردان مکرراً تأکید می‌نمایند که کشور نیاز به صدور کالا و خدمات بیشتر دارد تا موازنه پرداخت‌های خود را بهبود بخشد. اینگونه سخنان اشاره به شرکت‌هایی دارد که برای استفاده از فرصت‌های بین‌المللی بقدر کافی کوشش لازم را بعمل نمی‌آورند. از سوی دیگر نیز شرکت‌های داخلی کشور مکرراً شکایت دارند که واردات کالاها وخدمات بازار سنتی، کشور را برای تولیدات و محصولات از بین برده و فرصت‌های شغلی و سود آنها را کاهش می‌دهد.

در این مرحله سیاستمداران و نیز بازرگانان هم‌صدا می‌شوند و خواستار حمایت دولت برای برقراری یا تغییر سهمیه‌های واردات و تعرفه‌ها و سایر موانع غیر تعرفه‌ای می‌گردند تا به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به کشورهای صادرکننده کالا و خدمات فشار وارد آورند تا داوطلبانه عدم توازن مبادله کالاها و خدمات بین دو کشور را کاهش دهند.

رسم بر این بوده است که در کشورها حمایت از صادرات، جزء جدا نشدنی سیاست دولت بوده و هدف آن حمایت از صنایع نوپا و کاسد بوده است که نمی‌توانند از نظر قیمت و کیفیت محصولات رقابت نمایند و صرفاً ناچارند تولید را متوقف نمایند و یا اینکه در برنامه‌ریزی‌های دولتی تا حدودی مورد حمایت قرار گیرند تا به صنایع کشور کمک شود. به عنوان مثال صنایع پایه‌ای نظیر صنایع مرتبط با دفاع کشور یا

تولیدکنندگان وسایل سنگین و تجهیزات سنگین، مونتاژ اتومبیل، اتوبوس و کامیون می‌باشد که دولت با وجود تولیدات کم کیفیت و گران، ناچار به حمایت از کارگاه‌های تولیدی دارای ارزش افزوده می‌باشد و همچنین دولت در کشورهایی که دارای مواد اولیه فراوان و نیروی کار ارزانی هستند، ولی در مهارت‌های تکنولوژی دچار کمبود هستند، درکمک به این کشورها و ایجاد نیروی کار برای کسب مهارت‌های صنعتی و گسترش تنوع صنایع و تبدیل تدریجی از یک اقتصاد مبتنی بر کشاورزی رو به سوی روشی پیشرفته همکاری کند.

بازرگانان بین المللی و اکثر اعضای هوشمند دولت این واقعیت را درک کرده‌اند که اصل حمایت معمولا نمی‌تواند راه حل رضایت بخشی برای رفع عدم توازن مبادله کالا در محیط امروزی باشد. زیرا اتکاء کشورها به یکدیگر در اقتصاد بین المللی و تعهدات اخلاقی کشورهای پیشرفته به کشورهای در حال رشد بصورت روز افزونی افزایش یافته است. علاوه بر این اصل حمایت دولت اغلب از میزان بالای بی‌کفایتی در مدیریت و عمل تولید شرکت‌ها حکایت دارد که شامل کنترل کیفی ضعیف‌تر محصول و قیمت گران‌تر و میزان بسیار پایین بدعت‌های تکنولوژی می‌گردد.

امر صادرات می‌تواند برای کشورهای صادرکننده و واردکننده در سه رشته فعالیت‌های مشروح در زیر بهره بالا داشته باشد.

الف : فعالیت‌های سیاسی

مبادلات بازرگانی در ایجاد روابط دوستانه کشورها، اتکاء کشورها به یکدیگر و قلمرو نفوذ دائمی هر کشور بسیار مهم است. به عنوان مثال قدرت‌های صنعتی غربی می‌خواهند از مبادله کالاها به عنوان واسطه گسترش نفوذ خود و مقابله با عوامل خرابکارانه و براندازی که مغایر با روش زندگی سرمایه‌داری است استفاده نمایند. معمولاً دولت‌ها با دو زمینه اصلی بازرگانی و مبادله کالا سروکار دارند. زمینه اصلی اول شامل کالاهای مربوط به تغذیه، بهداشت و رفاه همگانی مردم است که اغلب از طریق برنامه‌های کمک برای کشورهای رو به رشد انجام می‌پذیرد. زمینه دوم کالاها و تجهیزات مربوط به فناوری و تکنولوژیکی، آموزش عملی و تجهیزات مربوط به امور دفاعی یا تأمین مداوم تجهیزات مربوط به منابع اصلی نظیر انرژی و غیره می‌باشد.

ب: فعالیت های اقتصادی

مبادلات بازرگانی سرانجام منجر به ایجاد تخصص و جریان کالاها و خدمات از کشورهای دارای بزرگترین و بالاترین مزیت اقتصادی تولیدکالاها به کشورهای نیازمند که نمی‌توانند آن کالاها و خدمات را بخوبی و با کیفیت و خدمات رضایت‌بخش در کشور خود تولید نمایند، می‌گردد. این امر در مورد کالاهایی چون قهوه، چای و روغن خوراکی صادق است که وجود محیط و آب و هوای مناسب لازمه تولید اینگونه کالاها می‌باشد. با این وجود کیفیت طعم ویژه و نیازهای صنعتی به این کالاها باعث گردیده بازارهای عظیمی در کشورهایی که این کالاها تولید نمی‌شود، به وجود بیاید. میزان مهارت‌ها و تکنولوژی‌های نیروی کار آنقدر در سراسر جهان تفاوت دارد که بطور اعم اقتصادهای سنتی کشاورزی و غیر صنعتی نیازمند طیفی وسیع و روزافزون از تولیدات صنعتی می‌باشند که می‌بایست با صادرات مواد خام و کالاهایی با مصرف روزانه مبادله نمایند.

ج : فعالیت های اجتماعی

امر مبادلات بازرگانی با انتقال مهارت‌ها و خدمات و تولیدات اقتصادی پیشرفته‌تر به اقتصادهای کمتر پیشرفته تحولی عظیم ایجاد می‌نماید. هرچند افرادی هستند که این موضع انتقادی را دارند که کشورهای کمتر توسعه یافته و بدون تحولات اجتماعی؛ فشارها و مشکلاتی را که ممکن است همراه با صنعتی شدن جوامع مصرف کننده باشد خوشایند نداند و بدون تحولات صنعتی بسیار راحت‌تر خواهند بود. این نظر اقلیت کوچکی از مردم این کشورهاست. کشورهای کمتر پیشرفته در تفکرات معاصر خود معمولاً این حق را خواهند داشت که شرایط و استانداردهای زندگی خود را بهتر کرده و با استفاده از تسهیلات بهداشتی وآموزش و پرورش زندگی خود را بهبود بخشند.

مبادلات بازرگانی بین المللی نقش خود را در کمک به پیشرفت افراد و کشورها ایفا خواهد کرد. بنابراین بطورکلی هرگاه قرار باشد مبادلات آزادتر بازرگانی، استفاده بهینه‌تر از منابع جهانی را مورد تشویق قرار دهد و هرگاه قرار باشد این بهبود در تکنولوژی، طیف وسیع محصولات و بالا بردن کیفیت محصولات با گشایش فرصت‌های جدید و ایجاد اتکاء بیشتر ملتها به یکدیگر و احتمالاً کاستن خطرات جنگ نسبت به صلح جهانی باشد، مسلم است که باید مورد تشویق قرار گیرد.

امر صادرات، کشورها را تشویق می‌نماید تا وضع توازن پرداخت‌های خود و مبادلات کالا از طریق کسب ارزهای خارجی حاصل از صادرات و نیز ایجاد کار استانداردهای زندگی را بهبود بخشیده و عواید

حاصل از مالیات و بهره برداری از منابع صنعتی و توانمندی و حیثیت کشورهای صادره کننده را در جامعه بشری افزایش دهد.

صادرات تنها صدور عملی کالاها نیست، بلکه شامل خدماتی نظیر بانکداری، بیمه و آموزش، مشاوره، انتقال تکنولوژی و آموزش نیز می‌گردد که به همان نسبت مفید و سودآور است. شاید بزرگترین فشاری که از جنگ جهانی دوم تاکنون بر مبادلات کالا وارد آمده افزایش محسوس و شگفت‌آوردر تقاضا برای منابع انرژی و مهم‌تر از همه صرفاً نفت می‌باشد. فشار اقتصادی که نفت بر کشورهای بدون ذخایر نفتی باقی می‌گذارد و باعث می‌گردد کالاها و خدمات دیگری را که مورد نیاز صادرات است تولید نمایند تا ارزهای خارجی مورد نیاز برای پرداخت نیازهای انرژی خود کسب نمایند.

چگونه یک شرکت می‌تواند از مزایای صادرات بهره مند گردد؟

یک شرکت به طور کلی می‌تواند از طریق موارد زیر از مزایای صادرات بهره مند گردد:

بهره‌گیری بیشتر از ظرفیت کارخانه برای تولید بیشتر.

تقسیم هزینه‌های عملکرد کارخانه سرشکن به بازده و تولید بیشتر.

کاهش هزینه کالای مورد نیاز تولید از طریق خرید آنها با حجم زیاد.

افزایش سودبری اضافی.

ایجاد بازارهای جدید برای انواع محصولات داخلی.

فرصت‌های متنوع در بخش‌های جدید بازار با استفاده از تکنولوژی موجود در داخل کشور.

ایجاد فرصت‌های متعدد برای افزایش حجم تولید از طریق انجام اصلاحات و تغییرات نسبت به محصولات موجود.

ایجاد برندهای بین المللی و یا شمای شرکت.

افزایش میزان پیشرفت‌های تکنولوژیکی از طریق قرار گرفتندر بازارهای جهانی.

ایجاد فرصت‌های لازم برای فروش خدمات، مشاوره، آموزش و مجوز تکنولوژی.

بازاریاب حرفه‌ای صادراتی می‌بایست کلیه دوایر شرکت را که در امر صادرات دخیل هستند، به یکدیگر ارتباط داده تا اطمینان حاصل شود که سفارش کالا به صورت صحیح انجام شده و بموقع آماده می‌گردد و نیز باید افرادی را که علاقه کمتری به صادرات دارند تحریک نماید تا پروژه صادرات به صورتی مثبت به کوشش‌های مورد نیاز کمک نماید. بازاریاب صادراتی مسئول یافتن بازارهای سودآور صادراتی

برای کالاها و خدمات شرکتش و نیز برای شناخت سایر محصولاتی است که شرکتش می‌تواند تولید نماید تا نیازهای بازار موجود و بازارهای جدید را بر آورده سازد و علاوه برآن بازاریاب، مسئول افزایش بهره وری شرکت تولیدی می‌باشد.

افزایش بهره‌گیری از ظرفیت کارخانه به نوبه خود، ایجاد کننده فرصت‌های بیشتر برای ایمنی اشتغال، روحیه و آموزش بهتر نیروی کار، مبنای سود بهتر برای ارائه پاداش به سهامداران و کارکنان و ایجاد بودجه بیشتر برای سرمایه‌گذاری است. افزایش تولید و بهره‌وری، منجر به افزایش تولید ناخالص ملی می‌گردد. سود و درآمد بیشتر کارکنان موجب افزایش مبنای مالیاتی شده و دولت‌های محلی و مرکزی را قادر به ایجاد بودجه بیشتر برای اجرای آن دسته از برنامه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مطلوب خود می‌نماید.

یک شرکت مشخص، بخصوص در زمانی که ظرفیت مازاد تولید داشته باشد، غالباً می‌تواند با هزینه‌ای کمتر از کل هزینه تمام شده از صادرات منتفع گردد. زیرا هزینه‌های ثابت می‌توانند بر حجم بالاتری از خروجی سرشکن شوند. در واقع، این هزینه‌های ثابت می‌توانستند از طریق سطوح برنامه‌ریزی شده برای فروش داخلی جبران گردند. تا آنجا که هزینه‌های متغیر تولید، مرتبط با سفارشات صادراتی بهمراه هزینه‌های توزیع قابل جبران باشند، مزیت واضحی در هزینه‌های صادراتی وجود دارد. چنانچه کارخانه دارای ظرفیت مازاد تولید باشد و بازار داخلی را بهر دلیل نتوان برای دریافت محصول بیشتر، تشویق یا کنترل نمود، پس باید به دنبال بازارهای صادراتی رفت و این کار را یا با ارائه محصولات داخلی استاندارد و یا از طریق ارائه محصولات بهینه شده صادراتی و به نحوی که در خطوط تولید داخلی براحتی قابل تولید باشند، انجام داد.

در هر تشکیلاتی همیشه افرادی وجود دارند که تنها مشکلات مرتبط با انجام سفارشات صادراتی را در نظر می‌گیرند، مشکلاتی از قبیل:

- پرداخت
- مشکلات اعتباری و ارزی
- الزامات خاص بسته بندی و برچسب زنی
- کنترل کیفی بیشتر
- تیراژهای تولیدی کمتر که شامل تغییرات زمانبر و اصلاح محصول می‌گردد و امثال آن

یک بازاریاب صادراتی حرفه‌ای باید همانند یک رابط و واسطه با کلیه واحدهای درگیر در فرآیند حصول اطمینان از انجام صحیح و بموقع سفارش، رفتار نماید و طوری به افراد کم انگیزه درگیر در پروژه، انگیزه دهد که ایشان بشکلی مثبت بر تلاش‌های مورد نظر تأثیرگذارند. بازاریاب صادراتی، مسئول یافتن بازارهای صادراتی سودآور برای کالاها و خدمات شرکت خویش و مسئول شناسایی سایر محصولاتی است که بمنظور برآوردن نیاز بازارهای موجود و جدید، امکان تولید در شرکت را دارند. وی همچنین مسئول افزایش ظرفیت بهره‌گیری از کارخانه با ایجاد حداقل وقفه در فعالیت تجاری فعلی آن است. کلید موفقیت در صادرات انعطاف پذیری و پشتکار است.

همزمان با رشد بازارهای صادراتی و به پایان رسیدن ظرفیت داخلی یا رشد نیازهای خاص در بازارهای مشخص، فرصت‌هایی برای تولید خارجی و ریسک‌پذیری، ایجاد شعب، شرکت‌های وابسته، سرمایه گذاری مشترک و امثال آن ایجاد می‌گردد که می‌تواند منجر به ایجاد شالوده‌ای برای ارتباطات تجاری میان مرزی گردد. در این حال، یک بازاریاب صادراتی می‌تواند به یک بازاریاب بین المللی تمام عیار مبدل گردد که با استفاده از شبکه شرکت های بین المللی به ارتقاء تجارت جهانی بین کشورها و بهره گیری از فرصت‌های بازاریابی می‌پردازد.

در آن حال که اغلب شرکت‌ها فعالیت‌های تجاری بین المللی خود را با صادرات مستقیم کالاها و خدمات به بازارهای خارجی شروع می‌کنند، غالباً با رشد حجم تجارت، فرصت‌های دیگری نیز رشد می‌یابند. بسته به ماهیت محصولات و بازارهایتان گستره‌ای از برخی فرصت‌های زیر نیز امکان بروز می‌یابد:

•**صادرات محصولات و خدمات موجود.** این زمانی است که می‌توانید محصولات طراحی شده برای بازار داخلی را بدون اصلاحات بیشتر صادر کنید. اگرچه این موقعیت برای صادرکننده (بخصوص برای مدیران درگیر در امر طراحی و تولید) ایده‌آل بنظر می‌رسد، اما زمانی که یک صادرکننده بتواند محصولی را بصورت سفارشی برای مشتری خارجی تولید نماید، آنگاه امکان رشد ارتباطات خاص را فراهم نموده است.

•صدور محصولات اصلاح شده در جهت تطابق با الزامات یا فرصت‌های بازار نهایی (سلیقه یا الزامات قانونی مشتری).

- یک تولیدکننده صندلی امکان دستیابی به بازارهای صادراتی خاور دور را نداشت تا زمانی که ارتفاع پایه‌های صندلی را چند سانتی متر کوتاه کرد و نمونه های جدیدی را به خریداران بالقوه ارائه نمود.

- تولیدکنندگان شکلات‌های تلخ بسته‌های هدیه خاصی را برای برندهای مطرح صادراتی خود، بخصوص برای بازارهایی که هدیه دادن یک عمل پرمعنا تلقی می‌گردد (مانند ژاپن)، طراحی نمودند.

- یک شرکت لبنی با بررسی فرآیندها و مشکلات تولید مشتری و ارائه یک محصول با ویسکوزیته تعدیل یافته، یک قرارداد تأمین بلندمدت برای یک کالای پایه، شیرخشک بدون چربی، را با یک تولیدکننده سنگاپوری بستنی منعقد نمود و با کاهش ضایعات و زمان خواب ماشین آلات مانع از توقف‌های کارخانه گردید.

- تولیدکنندگان تجهیزات صنعتی، در اغلب موارد، سفارشی سازی محصول را بمنظور برآوردن الزامات مصرف کننده نهایی، ضروری می‌یابند.

• ایجاد محصولات یا خدمات جدید، بخصوص برای بازارهای صادراتی با استفاده از مهارت‌ها و فنآوری موجود و همچنین تخصص‌های تحقیق و توسعه.

• ارائه تخصص‌های مشورتی (انفرادی یا ائتلافی). برای مثال، هنگامی که یک پیشرو صنعتی در فنآوری یا توزیع مرتبط با بازارهای خاص هستید. شرکت‌ها معمولاً فقط زمانی به ارائه خدمات مشورتی می‌پردازند که احتمال ورود مستقیم خودشان به بازار نباشد. چرا که منطقی نیست به ایجاد رقابت بیشتر کمک نمایند.

- چنانچه هدف از مشاوره رشد فرصت‌های صادراتی باشد، تولیدکنندگان کارخانه و ماشین آلات غالباً به ارائه مشاوره جهت طراحی و عملکرد کارخانه‌های تولید محصول نهایی پرداخته و از فعالیت‌های بازاریابی صادراتی شان حمایت می‌نمایند.

•واگذاری مجوز کالا، حقوق انحصاری، علائم تجاری یا نام های برند، فنآوری و سایر دانش‌های فنی به بازارهایی که امکان رشد از طریق صادرات مستقیم در آنها عملی یا سودآور نیست.

- نوشابه‌های غیر الکلی (کوکا کولا، پپسی کولا و غیره) نمونه‌هایی از کالاهای مصرفی هستند که تولید و دربطری کردن و توزیع آنها از طریق واگذاری مجوز انجام می‌گیرد و به یک برند جهانی امکان

رشد را می‌دهد که در غیر اینصورت، به دلیل غیر اقتصادی بودن احتمالی حمل مستقیم نوشابه‌های غیر الکلی (با محتوای بالای آب)، به آن دست نمی‌یافت.

- بسیاری از تولیدکنندگان کالاهای مصرفی و صنعتی از تمهیدات واگذاری مجوز در چین و سایر بازارهای در حال رشد بهره می‌گیرند. بازارهایی که در غیر اینصورت فرصت‌های محدودی برای صادرات مستقیم در اختیار ایشان قرار می دادند.

• واگذاری حق امتیاز علائم تجاری، دانش فنی، ساختارهای تجاری و غیره به بازارهایی که نماینده فروش آن خواستار توزیع داخلی و حقوق بازاریابی به ازای کارمزد و حق امتیاز است. واگذاری حق امتیاز، عمدتاً و نه انحصاراً، در بازارهای مصرفی اجرا می‌گردد.

- گروه بین المللی بادی شاپ، موفق‌ترین واگذارنده حق امتیاز در بریتانیا است که کالاهایش را هر جا ممکن بوده، مستقیماً به نمایندگان فروش بازار خارجی صادر می‌نماید. سپس بمنظور برآوردن نیازهای بازار داخلی، دست به ایجاد برخی کارخانه‌های تولید داخلی (از طریق مالکیت یا واگذاری مجوز/ سرمایه گذاری مشترک) می‌زند. این گروه اخیراً با یک تغییر استراتژیک، خود را از تولید بیرون کشیده و با تأمین کالا از طریق تولیدکنندگان تحت قرارداد، تمرکز خود را معطوف خرده فروشی نموده است.

- توزیع کنندگان غذاهای سریع (از قبیل برندهای عمده غذای سریع در پیتزا، همبرگر و جوجه) در زمره آن دسته از محصولات قرار می‌گیرند که صادرات مستقیم آنها عملی نیست. این شرکت‌ها گستره وسیعی از رشد را در بازار یافته اند. آنها با واگذاری حق امتیاز قادر به ایجاد یک نام برند قوی در بازارها و میان آنها شده‌اند.

• گشایش شعب یا شرکت‌های وابسته خارجی بمنظور کنترل توزیع یا بازاریابی محلی.

- اغلب شرکت‌های چند ملیتی (از قبیل گروه مارس، دیاگو، فیلیپس، هاینز، آنکور فودز، یونیلیور، آی سی آی و غیره) دارای شبکه‌هایی از شعب یا شرکت‌های وابسته خارجی بمنظور کنترل و رشد بازارها هستند. این شرکت‌ها غالباً خود به امر توزیع محصولاتشان می‌پردازند اما برخی اوقات تنها به داشتن یک دفتر بازاریابی اکتفا کرده و از توزیع کننده شخص ثالث حمایت می‌کنند.

- بسیاری از شرکت‌های کوچکتر، در هر دو بازار صنعتی و مصرفی، تنها در بازارهای خارجی عمده خود اقدام به گشایش شعب یا شرکت‌های وابسته می‌نمایند. شرکت‌هایی مانند گروه واترفورد وجود (در

زمینه کریستال و چینی‌های استخوانی) و یو اس ام تکسون (در زمینه مواد اولیه و ماشین آلات تولید کفش) از این دسته اند.

• اقدام به سرمایه‌گذاری مشترک با شرکای بازار محلی که دارای توان افزایش نفوذ در بازار هستند (این کار یا تنها بمنظور توزیع و یا گنجاندن محصول محلی در مجموعه محصولات انجام می‌گیرد).

- سرمایه‌گذاری مشترک، در هر دو بازار صنعتی و مصرفی امری عادی است. بخصوص زمانی که دو شریک سرمایه‌گذاری مشترک دارای توانمندی‌های متفاوت ولی ضروری هستند. برای مثال، قدرت یک شریک می‌تواند در امر تحقیق و توسعه و قدرت شریک دیگر در توزیع باشد (بسیاری از مشارکت‌های دارویی نشانگر این خصایص است و برخی از سرمایه‌گذاری‌های مشترک در خودرو نیز بهمین صورت، از شرکایی با توانمندی‌های متفاوت در طراحی و توزیع تشکیل شده است).

- نفوذ در بازار منطقه خاورمیانه بصورت عرفی از این اصل پیروی می‌نماید برای مثال، عربستان سعودی خواستار شیوه‌ای از سرمایه‌گذاری مشترک است که در آن شریک محلی اقدام به ارائه تسهیلاتی در ارتباط با دانش، ارتباطات و توزیع در بازار محلی می‌نماید.

• واردات داخلی به بازار محلی در خصوص کالاهایی هم افزا با گستره کالاهای محلی یا توزیع آنها بصورتی که موجب افزایش گردش مالی فروش، سهم بازار یا نفوذ شما به بازار گشته و یا به سایر شیوه‌های استراتژیک برای دستیابی به اهدافتان کمک نماید.

• واگذاری مجوز داخلی در خصوص محصولات، فنآوری، نام‌های برند و یا سرمایه‌گذاری مشترک داخلی به نحوی که در بازار داخلی خودتان فرصت‌های بازار جدیدی را برای شما ایجاد نماید. مانند ایجاد امکان ورودتان به بخش‌های جدید بازار، توانمندسازی شما به تلفیق فنآوری‌های جدید، ایجاد صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌های توسعه و امثال آن.

• یافتن منابع خارجی برای مشارکت که بصورتی مقرون بصرفه امکان بهره مندی از ورودی‌های مورد نیازتان در آندسته از عملیات تولید یا بازاریابی که در بازارهای خارجی تولید شده‌اند را مطابق با استانداردهای کیفی شما در اختیارتان قرار بدهد.

- یک توزیع کننده فرانسوی برندی بین المللی از کالاهای ورزشی با واردات عمده، با سفارش کیسه‌های ورزشی تولید شده در خاور دور بر مبنای استانداردهای طراحی و کیفی مورد نظر وی و همچنین پرداخت حق امتیاز به صاحب نام برند موفق به توسعه گستره کاری خود گردید. وی بدون هیچ

سرمایه‌گذاری در کارخانه و تنها با سرمایه گذاری در اقلام کالا، موفق به توسعه عمده گستره محصولات، افزایش سود و تبلیغ نام برند برای صاحب نام برند گردید.

- شرکت آمستراد، ورود زود هنگام خود به بازارهای رایانه شخصی را از طریق تولید خارجی تحت قرارداد به انجام رساند. با این کار، بجای حبس سرمایه در تجهیزات تولید، منابع سرمایه‌ای خود را صرفه‌جویی نموده و آنها را در بازاریابی و توسعه بازار محصول بکار انداخت. در مرحله بعد، این شرکت دارای منابعی بود که منجر به توسعه شرکت و امکان تولید مستقیم و تنوع بخشی مبنای تولید آن گردید.

در بخش‌های بعدی کتاب نگاه بیشتری به جنبه‌هایی از صادرات و بازاریابی خواهیم انداخت که به این فرصت‌ها می‌پردازند. هدف اصلی در این مرحله مقدماتی، باز نمودن اذهان خوانندگان نسبت به گستره وسیع این فرصت‌ها و نمایش این نکته است که راه‌های متعددی برای ایجاد بازارها، فروش و سودهای بین المللی وجود دارد. راه‌هایی که اگرچه صادرات مستقیم را دربر می‌گیرد اما تنها محدود به آن نمی‌باشد.

صادرات – مزایا و فرصت ها- فهرست بازنگری

نقاط عمل	**چگونه از صادرات منتفع می شوید؟**
	• افزایش بهره گیری از ظرفیت کارخانه
	• سرشکن شدن هزینه‌های عملیاتی بر خروجی بالا
	• کاهش هزینه‌های ورودی از طریق خریدهای حجمی/ کلی
	• تأثیر در افزایش سود
	• بازارهای جدید برای گستره محصولات داخلی
	• فرصت‌های متنوع در بخش‌های جدید بازار با استفاده از فن‌آوری داخلی
	• فرصت‌های افزایش حجم تولید از طریق اصلاح محصولات موجود
	• رشد برندهای بین المللی و یا وجهه شرکت
	• بهبود نرخ پیشرفت‌های فن‌آورانه از طریق حضور در بازارهای جهانی
	• فرصت‌های فروش خدمات حمایتی، مشاوره، آموزش، واگذاری مجوزهای فن‌آوری
	فرصت‌های بین المللی شما چیست؟
	• محصولات و خدمات موجود
	• اصلاح محصولات بمنظور سازگاری با الزامات بازار

• محصولات یا خدمات جدید با استفاده از فن‌آوری و مهارت‌های موجود • تخصص‌های مشورتی (انفرادی یا ائتلافی) • واگذاری مجوز کالاها، نام های برند، فن‌آوری • ایجاد محصولات جدید برای بازارهای جدید با استفاده از تخصص تحقیق و توسعه • شعب خارجی، شرکت های وابسته یا سرمایه گذاری مشترک • واردات داخلی کالاهای هم افزا با گستره کالاهای محلی یا توزیع آنها • واگذاری مجوز داخلی محصولات، فن‌آوری، نام‌های برند یا سرمایه گذاری مشترک داخلی • یافتن منابع خارجی ورودی‌ها (فرصت‌های دارای ارزش افزوده برای ورودی‌هایی با منبع خارجی)	

پیش نیازهای اولیه صادرات

امر صادرات و مبادلهٔ کالا همانند فعالیت‌های بازرگانی دربرگیرنده پیش نیازهایی است که دانستن و عمل کردن به آنها جزو واجبات و وظایف اولیه صادرکننده به شمار می‌رود. از جمله دانستن قوانین و مقررات صادرات کالا، اقدام‌های مربوط به تشویق صادرات، تشریفات اداری و تهیه مدارک در کشور خود و شناخت کامل بازار کشوری که کالای صادرکننده وارد آن کشور می‌شود و نیز تسلط به تمامی تشریفات قانونی مورد نیاز مربوط به واردات کالای صادراتی به کشور وارد کنندهٔ آن کالا. این حرفهٔ بین المللی با تأسیس یک شرکت صادراتی شروع شده و با انتخاب کالای مناسب برای صدور، شناخت بازار فروش در خارج از کشور، شناخت مشتریان مصرف کنندهٔ آن کالا، قیمت گذاری منصفانه و قابل رقابت کالا، انعقاد قرارداد با خریدار، تولید یا تهیه کالایی که باید صادر شود، کسب مجوز صدور از مقامات مربوطه دولتی، انجام مراحل مربوط به برچسب زنی، بسته بندی، انجام تشریفات گمرکی ادامه یافته و به حمل و سرانجام تحقق عواید حاصل از صدور کالا منجر می‌گردد. در ادامه به شرح یک یک این عوامل و پیش نیازهای اولیهٔ صادرات می‌پردازیم.

فصل دوم

تاسیس دفتر واردات- صادرات

ما مبنا را بر این می‌گذاریم که شما بدون هیچگونه سرمایه عمده‌ای بخواهید با عمل به مفاد این کتاب دفتر کار خود را تشکیل دهید. برای انجام اینکار نیازی به اجاره کردن محل جدید و پرداخت هزینه اجاره بها و غیره ندارید و در ابتدا بخوبی می‌توانید با استفاده از یک کامپیوتر مجهز به اینترنت و یک دستگاه چاپگر مجهز به فکس و اسکن گوشه ای از یک اتاق و یا یک اتاق کار را در محل زندگی خود بصورت دفترصادرات و واردات تخصیص دهید. کاری که افراد علاقمند در سراسر دنیا چه اروپا چه آمریکا در ابتدای کار خود همین عمل را انجام می‌دهند. دلیل آن این است که شما در ابتدا مراجعه کننده‌ای ندارید که بخواهید آپارتمانی را اجاره کنید، کارمند بگیرید و تابلویی بزنید. به این چیزها در ابتدای کار هیچ احتیاجی ندارید ولی همینطور که در کار خود پیشرفت می‌کنید باید دفتری را برای امور صادراتی و وارداتی خود تشکیل داده و سرانجام به تدریج کارمندانی که دارای وظایف مختلف هستند بکار گمارید که تشکیلات دفتری را برای امور صادرات- واردات در بخش‌های آتی به تفصیل شرح خواهیم داد.

دفتر یک شرکت که کارش صادرات کالا بوده حتما نباید در یک منطقه تجاری و بازرگانی باشد و محیط اطراف آن تمیز و فعال باشد تا به شرکت اعتبار بخشد. هر واحد مسکونی هم می‌تواند دفتر کار شرکت صادراتی باشد ولی باید به صورتی جالب مبله شده و برای انجام کار صادراتی و ارتباط با طرف‌های خود به وسیله تلفن، فکس، تلکس، کامپیوتر و مهم‌تر از همه، با شبکه اینترنت مجهز گردد. سربرگ‌ها، کاتالوگ‌ها و بروشورهای حاوی فعالیت‌های صادراتی شرکت و نیز فهرست قیمت‌ها، فاکتورها و فهرست شرکت‌های خارجی که کالاهای صادراتی این شرکت را وارد کشور خود می‌کنند همگی باید به صورتی جالب طراحی و چاپ شود.

افتتاح حساب بانکی

افتتاح حساب بانکی جزء جدا ناشدنی حرفه مهم صادرات بوده و به قدری حائز اهمیت است که اکثراً بدون وجود بانک، کار صادرات و خرید و فروش کلاً مختل می‌گردد.

تاکنون اینگونه تصور می‌شد که بانک فقط بصورت صندوق دریافت و پرداخت عمل می‌کند، درحالی که عملیات بانکی به قدری گسترده است که تنها در مورد صادرات بدون وجود بانک عملیات فروش و صادرات کالای شما عملاً غیر ممکن می‌گردد. در این کتاب هنگام مواجهه با عملیات بانکی متوجه خواهید شد که تا چه حد وجود بانک برای امر صادرات حیاتی می‌باشد. به همین جهت برای شرکت با مؤسسه صادراتی خود باید یک حساب پس انداز قرض الحسنه در یکی از بانک‌ها باز کنید و صلاح در این است که این حساب را در شعبه‌هایی از بانک که مجاز به انجام امور ارزی و خرید و فروش ارز هستند باز کنید، زیرا نحوهٔ فعالیت شما ایجاب می‌کند که دائماً با ارز سر و کار داشته باشید و گشایش حساب پس انداز قرض الحسنه در بانکی که امور ارزی را نیز انجام می‌دهد کارهای بانکی شما را به میزان بسیار قابل توجه آسان خواهد کرد.

معمولاً رسم این است که یک شرکت صادراتی باید دارای حساب جاری در بانک و دارای دسته چک باشد و حساب‌های دریافتی و پرداختی شرکت را در آن حساب جاری نگاه دارد و عملیات بانکی خود را با استفاده از آن حساب جاری انجام دهد. در این واقعیت تردیدی وجود ندارد. ولی از سوی دیگر مشاهده می‌کنیم که چک در ایران مانند اکثر پدیده‌های وارداتی از خارج، بعد از چندی ماهیت و موارد استفاده خود را از دست داده و در حال حاضر در عمل به جای سفته و برات مورد استفاده قرار می‌گیرد. استفاده از چک به عنوان تضمین یا پرداخت اقساط و یا رباخواری که همگی غیرقانونی است به قدری گسترده و رایج شده که حتی بانک‌ها نیز برای تضمین اعتبار اعطایی، به مشتریان خود چک مطالبه می‌کنند.

از سوی دیگر هر روز که می‌گذرد شاهد سوء استفاده افراد از چک‌های دیگران هستیم. به همین جهت این فکر و اعتقاد پیش می‌آید که اصولاً داشتن حساب جاری و کشیدن چک چه استفاده‌ای دارد؟ زمانی بود که داشتن حساب جاری دارای ارج و منزلت بود، حتی بانک‌ها به نسبت قابلیت و کارکرد هر شخص یا شرکت اعتبارهای قابل توجه به حساب‌های جاری آنها می‌دادند و همین اعتبار در حساب

جاری باعث می‌شد تا هنگامی که حساب شخص یا شرکت خالی از وجه می‌شد و چکی بیش از مبلغ موجودی به بانک می‌آمد، بانک با استفاده از اعتبار در حساب جاری شخص یا شرکت وجه آن چک را پرداخت می‌نمود.

ولی اکنون سالهاست اعطای اعتبار به حساب جاری اشخاص و شرکت‌ها منع شده و داشتن حساب جاری در بانک قدر و منزلت خود را از دست داده است. از سوی دیگر چه بسیار موارد متعدد وجود دارد از چک‌های افراد و شرکت ها سوء استفاده هایی نظیر جعل امضاء، جعل مبلغ چک و غیره به عمل آمده است و با عنایت به این واقعیت که به علت کثرت مراجعات در دادگاهها و کمبود وقت رسیدگی، اول صادرکننده چک به زندان می‌رود و بعد جلسه دادگاه تشکیل می‌دهند و به جعلی بودن یا وعده‌ای بودن چک رسیدگی می‌کنند. بدین ترتیب متوجه می‌شویم که استفاده از چک در معاملات و پرداخت‌ها چه زیان‌های غیرقابل جبرانی می‌تواند داشته باشد.

به همین جهت توصیه اکید می‌کنیم از باز کردن حساب جاری و استفاده از چک برای پرداخت‌های خود به شدت خودداری نمایید، باز کردن حساب پس انداز برای انجام معاملات شما کافی خواهد بود و هرگاه بخواهید پرداخت‌های خود را با چک انجام دهید با استفاده از موجودی حساب پس انداز خود می‌توانید به بانک خود دستور دهید هرچند تعداد چک و به نام هر شخص که باشد به صورت تضمینی یا مسافرتی صادر کند.

دریافت کارت بازرگانی

برای دریافت کارت بازرگانی باید به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن در تهران و شهرستانها مراجعه نمائید. درست است که یکی از وظایف اصلی اتاق بازرگانی، صدور کارت بازرگانی برای اشخاص حقیقی و حقوقی است ولی در عمل این وزارت بازرگانی است که کارت عضویت اتاق را صادر می‌نماید. منتها اتاق بازرگانی تمامی مدارک مورد نیاز برای صدور کارت بازرگانی را از شما می‌گیرد و پس از بررسی و حصول اطمینان از صحت و تکمیل بودن مدارک، پرونده را برای ادارهٔ کارت بازرگانی وزارت بازرگانی ارسال می‌دارد و وزارت بازرگانی نیز پس از حصول اطمینان از صحت مدارک شخص حقیقی و حقوقی، کارت را

صادر کرده آنرا تحویل اتاق بازرگانی می‌دهد و شما با مراجعه به اتاق بازرگانی کارت بازرگانی خود را دریافت خواهید کرد.

تا این اواخر کارت بازرگانی را خود وزارت بازرگانی صادر می‌کرد و در حقیقت دو نوع کارت بازرگانی وجود داشت. یکی به وسیله اتاق بازرگانی و صنایع و معادن صادر می‌شد که مورد مصرف آن صرفاً تشریفاتی بود و برای انجام معاملات بازرگانی اعتبار نداشت. دیگری به وسیله وزارت بازرگانی صادر می‌شد که کارت بازرگانی واقعی به شمار می‌رفت. اکنون چندین سال است که کارت بازرگانی صادره به وسیله اتاق بازرگانی حذف شده ولی اتاق بازرگانی موظف به دریافت مدارک متقاضی، ارسال آن به وزارت بازرگانی و دریافت کارت از وزارت بازرگانی و تحویل آن به متقاضی می‌باشد.

کارت بازرگانی در ایران در اصل برای ترخیص کالا از گمرک کاربرد دارد و کلاً فاقد کاربردهای دیگری است که عضویت در اتاق بازرگانی سایر کشورها دارا می‌باشند. سایر مواردی که ممکن است لازم باشد همان شرکت ثبت شده شما تمامی کارهای بازرگانی شما را نظیر شرکت در مناقصات وغیره انجام می‌دهد.

شاید برای شما حیرت انگیز باشد که برای دریافت یک کارت بازرگانی که مورد مصرف آن فقط برای ترخیص کالا از گمرک است چرا باید این همه مدارک را تهیه کرد و این همه فرم‌های متعدد را پر کرد؟

یکی از دلایل این امر سوءاستفاده‌های متعددی است که افراد ناصالح از کارت بازرگانی کرده‌اند و دلیل دیگر همانطور که قبلاً گفته شد ادغام ادارهٔ صدور کارت بازرگانی، وزارت بازرگانی می‌باشد که تا دو سه سال قبل هر یک به طور جداگانه کارت بازرگانی صادر می‌کردند و قبل از ادغام آن، درخواست کننده کارت بازرگانی باید هم فرم‌های مربوط به وزارت بازرگانی و هم فرم‌های مربوط به اتاق بازرگانی را پر می‌کرد.

عضویت در اتحادیه و سندیکاها

شما در عین حال که عضو اتاق بازرگانی صنایع و معادن شده و کارت بازرگانی دریافت می‌دارید یا اینکه شرکت خودرا ثبت کرده‌اید در همان حال نیز بهتر است عضو یکی از اتحادیه‌ها و سندیکاهایی بشوید که مربوط به گروه کالاهایی است که قرار است صادر نمایید.بدین ترتیب که هرگاه قرار است فرش

صادر نمایید صلاح در این است که درخواست عضویت در اتحادیه صادرکنندگان فرش ایران را بنمایید. همین طور صادرکنندگان سایر کالاهای صادراتی نیز بهتر است به عضویت سندیکای مربوطه درآیند. همین طور عضویت در اتاق‌های مشترک بازرگانی ایران و کشورهای خارج.

برای کسب اطلاعات جامع و ایجاد ارتباط نزدیک با کشورهایی که قرار است کالای خود را به آن کشورها بفرستید مناسب‌ترین راه عضویت در اتاق مشترک بازرگانی ایران و کشور خارجی است که کشور خریدار کالاهای شما به حساب می‌آید.

عضویت در یک یا چند اتاق مشترک علاوه بر تمامی مزایای آشنایی با کشور خریدار، گرفتن ویزا از آن کشورها را نیز تسهیل می‌نماید.

کد اقتصادی

به منظور انجام عملیات گمرکی ترخیص کالا از گمرک چه در مورد واردات و چه در مورد صادرات کالا، علاوه بر کارت بازرگانی، کارت کد اقتصادی نیز مورد نیاز می‌باشد. علاوه بر ترخیص کالا، بازرگانان صادرکننده موظف به درج کد اقتصادی خود در بالای کلیهٔ صورت حساب‌های مربوط به عملیات خرید، فروش و صدور کالا می‌باشند.

بند ۵ تبصره ۳۳۴ قانون بودجه سال ۷۳ کل کشور در این رابطه می‌گوید که به منظور فراهم آمدن موجبات تحقق درآمدهای مالیاتی پیش بینی شده در این قانون، به وزارت امور اقتصادی و دارایی اجازه داده می‌شود، در سال ۱۳۷۳ برای اشخاص حقیقی و حقوقی کارت اقتصادی (شامل شماره اقتصادی) صادر نماید. کلیه اشخاص اعم از حقیقی و حقوقی که بر حسب اعلام وزارت امور اقتصادی و دارایی موظف به اخذ شماره اقتصادی می‌شوند، مکلف هستند بر اساس دستورالعملی که توسط وزارت مزبور تهیه و ابلاغ می‌گردد، برای انجام کلیه معاملات خود صورت حساب صادر و شماره اقتصادی مربوط را در صورت حساب‌ها و فرم ها و اوراق مالی مربوط درج نمایند.

عدم صدور صورت حساب و یا عدم درج شماره اقتصادی و همچنین عدم رعایت دستورالعمل‌های صادره از طرف وزارت امور اقتصادی و دارایی علاوه بر بی‌اعتباری دفاتر مربوط، مشمول جرایمی به شرح زیر خواهد بود:

- برای بار اول، جریمه‌ای معادل دو برابر مبلغ مورد معامله.
- برای بار دوم، تعطیلی محل کسب یا توقف فعالیت به مدت سه ماه.
- برای بار سوم، حبس تعزیری از سه ماه تا شش ماه برای شخص متخلف و در مورد اشخاص حقوقی برای مدیر یا مدیران مسئول.

تعقیب و اقامه دعوی علیه متخلفین نزد مراجع قضایی منوط به شکایت وزارت امور اقتصادی و دارایی است.

ترخیص کالا از گمرک به صورت تجاری مستلزم ارائه کارت اقتصادی و درج مشخصات کد اقتصادی در اظهارنامه‌های گمرکی اعم از واردات و صادرات است.

تشکیل شرکت

در ابتدای کار شما می‌توانید به تنهایی کار واردات و صادرات را انجام دهید. در اینصورت به شما عنوان "تاجر" اطلاق می‌شود. شما می‌توانید به تنهایی بنام خود کارت بازرگانی دریافت کنید و به امور صادرات و واردات خود بپردازید ولی هنگامی که در کار خود پیشرفت کرده‌اید خواهید دید که قادر نخواهید بود بعنوان یک نفر کار صادرات و واردات را انجام دهید مگر آنکه بخواهید با اشراف کامل به امور صادرات بعنوان واسطه یا دلال عمل کنید ولی بطور کلی امر صادرات و واردات دارای ریسک‌ها و مخاطراتی است که شما نمی‌توانید این مخاطرات و ریسک‌ها را از خود دور کنید مگر اینکه تشکیل شرکت دهید زیرا هنگامی که کالایی را صادر یا وارد می‌کنید از چند مرحله عبور می‌کنید که اشتباهی یا غفلتی هر چند کوچک ممکن است زندگی شما را بعنوان "تاجر" بر باد دهد. با تشکیل یک شرکت می‌توانید تمامی این خطرات را از خود دور کنید و آنها را به خود شرکت بسپارید برای انجام این کار می‌توانید با یکی یا چند نفراز نزدیکان خود شرکت را تشکیل دهید. دلیل آنکه می‌گوییم شرکای شما باید از نزدیکان شما وترجیحاً همسر و فرزندانتان باشد این است که ما ایرانی‌ها بعلت تکروی در زندگی روزمره خود نمی‌توانیم با دیگران تشکیل شرکت دهیم و عمدتاً پس از مدتی به علل مختلف که بیشتر احساساتی است شرکت برچیده می‌شود. البته بندرت استثنائاتی نیز وجود دارد که دو یا چند شریک در

یک شرکت بتوانند یکدیگر را تحمل کنند. در حال حاضر بیشتر شرکت‌ها در ایران شرکت‌های دولتی و شرکت‌های خانوادگی و نیز اخیراً شرکت‌هایی با سرمایه گذاری خارجی است که دوام می‌آورد.

ذیلاً انواع شرکت‌هایی که در ایران تشکیل شده و به تفصیل شرح خواهیم داد ولی ابتدا ببینیم معنا و مفهوم شرکت چیست؟

تعریف شریک و آورده آنها در یک شرکت

یک شرکت با حداقل دو شریک که اعضای موسس نامیده می‌شوند می‌تواند جنبه رسمی داشته باشد و طبق ماده ۹۴ از قانون تجارت بوضوح تشریح می‌نماید که مثلاً شرکت با مسئولیت محدود را می‌توان با دست کم دو شریک و حداکثر چندین شریک تشکیل داد و در اداره ثبت شرکت‌ها ثبت کرد. البته حداقل نفرات لازم برای شرکت سهامی خاص ۳ نفر و برای سهامی عام ۵ نفر است. در هیچ یک از انواع شرکت‌ها هم محدودیتی برای حداکثر تعداد شرکاء وجود ندارد.

آورده‌های شرکاء نیز طبق قانون تجارت هم می‌تواند بصورت نقدی و هم بصورت غیرنقدی مادی و غیر مادی مثل حق اختراع و صنعت و تخصص یا همان دانش فنی توسط هریک از شرکاء که آورده آنها در شرکت محسوب می‌گردد و در نهایت سرمایه وابسته به شخصیت حقوقی شرکت را می‌سازد.

شخصیت حقوقی مستقل شرکت

ویژگی دیگر شرکت تجاری در این است که دارای شخصیت حقوقی مستقل از شرکاء یا موسسان خود است. در اینجا روی شخصیت حقوقی مستقل شرکت تاکید داریم چون این موضوع مورد تاکید قانون تجارت هم قرار گرفته است. در ماده ۵۸۳ این قانون آمده است که کلیه شرکت‌های تجاری مذکور در این قانون شخصیت حقوقی دارند. شخصیت حقوقی مستقل در شرکت‌های تجاری دارای آثار و تبعاتی است که این آثار را در پنج مورد نمایان می‌سازد.

مهمترین ویژگی شرکت تجاری این است که دنبال عمل غیرانتفاعی یا غیر سود ده مانند تاسیس موسسات خیریه و غیره نمی‌رود. از ابتدا هدف موسسان و شرکاء این است که شرکت،ابزاری برای رسیدن به سود است تا بتوان آن سود را در میان شرکاء تقسیم کرد. بدیهی است تجاری بودن یا بدنبال سود

بودن رکن اساسی مشمول در قانون تجارت نیز است، کما اینکه ماده ۱ و ۲ این قانون اساساً کسی را که بدنبال سود در معاملات خود نباشد بازرگان ندانسته است.

بنابراین بصورت خلاصه میتوان گفت که شرکت تجاری حاصل مشارکت یک یا چند شخص حقوقی است که با سرمایه خود برای انجام یک فعالیت تجاری و کسب و تقسیم سود اقدام به تاسیس یک شرکت با نام و دارایی و اهلیت وتابعیت مستقل می‌کنند که دارای ۵ مشخصه است: اولاً هر شرکت دارای نام متمایزی است. دوم اینکه شرکت، دارایی مخصوص به خود را دارد که جدا از دارایی شرکاء یا اعضای موسس شرکت است. سوم اینکه شرکت دارای اقامتگاه مجزا و مشخص است که این موضوع بخصوص در موارد ابلاغ اوراق قضایی یا اداری یا تعیین دادگاه صلاحیت‌دار برای رسیدگی به دعاوی مربوط به شرکت موثر است. چهارم اینکه هر شرکت دارای تابعیت مستقل از اعضای هیئت موسس است. پنجم اینکه هر شرکت دارای اهلیت لازم است و طبق ماده ۵۸۸ قانون تجارت "دارای کلیه حقوق و تکالیفی است که قانون برای افراد قائل است مگر حقوق و وظایفی که بالطبع فقط انسان ممکن است دارای آن باشد مثل حقوق و وظایف پدری و فرزندی و نظایر آن".

در حقیقت بطور خلاصه و در عین حال میتوان گفت شرکت تجاری حاصل مشارکت دو یا چند شخص حقیقی و یا حقوقی است که برای انجام یک فعالیت تجاری و کسب و تقسیم سود اقدام به تاسیس یک شرکت با نام و دارایی و اهلیت و اقامتگاه و تابعیت مستقل عمل می‌کند.

شرکت‌های تجاری قراردادی است که بموجب آن دو یا چند نفر توافق می‌کنند سرمایه مستقلی را که از جمع آورده‌های آنها تشکیل می‌شود ایجاد کنند و به موسسه مشارکتی که برای انجام مقصود خاصی تشکیل می‌شود اختصاص دهند و در منافع و زیان‌های اجتماعی حاصل از بکارگیری سرمایه سهیم شوند که در نهایت شخصیت حقوقی شرکت را می‌سازند.

اگر قرار باشد این بخش از مطلب را در یک بند خلاصه کنیم چه میتوان گفت؟ شرکت تجاری، حاصل مشارکت یک یا چند شخص حقیقی و یا حقوقی است که با سرمایه خود برای انجام یک فعالیت تجاری و کسب و تقسیم سود، اقدام به تاسیس یک شرکت با نام و دارایی و اهلیت و اقامتگاه و تابعیت مستقل می‌کنند.

تعیین نام شرکت

یکی از مراحل اولیه ثبت شرکت انتخاب نام آن است. آن هم نامی که با دیگر شرکت‌های موجود در کشور متفاوت باشد و باعث تمایز شود. شما برای این کار باید ۵ نام پیشنهادی (با اولویت دلخواهتان) را در فرایند ثبت اینترنتی پیشنهاد بدهید و در صورتی که حداقل یکی از آنها مقبول باشد فرایند ثبت ادامه پیدا می‌کند. در حال حاضر در کشور ما اسامی شرکت‌ها برای تمایز با دیگر شرکت‌ها باید به صورت سه سیلابی باشد و شرکت‌های مختلف برای تبلیغات یا سهولت در نام بردن از شرکت، از نام تجاری استفاده می‌کنند و نه نام شرکت.

سرمایه شرکت

شما چه به عنوان "تاجر" و چه به عنوان شخصیت حقوقی در ابتدای کار نیازی به سرمایه گذاری ندارید. با استفاده کامل از محتوای این کتاب و چند کتاب دیگر مورد نیاز صادرات و واردات می‌توانید ابتدا به صورت واسطه و دلال کار خود را شروع کرده و با وصل کردن خریدار و فروشنده به یکدیگر سود خود را بدست آورید ولی تصدیق می‌نمایید برای انجام عملیات صادرات و واردات نیاز به سرمایه دارید که این سرمایه ممکن است تولید کارخانه شما باشد و با اخذ وام از بانک‌ها و صندوق‌های صادراتی و سفارش به کارخانه تولید کننده با استفاده از ظرفیت خامی آن کارخانه برند کالای خود را صادر نمایید صادر کردن کالای دیگران این ریسک را دارد که برای بار دوم که کالا را می‌خواهید صادر کنید متوجه می‌شوید که صاحب کالا با شناختن خریدار خارجی کالای خودش را بهمان خریداری که شما پیدا کرده‌اید فروخته و شما را از دریافت حق خود محروم ساخته است.

حال که به مفهوم واقعی شرکت تجاری پی بردیم ذیلاً به شرح خصوصیات انواع شرکت‌هایی که در ایران طبق قانون تشکیل شده اند می‌پردازیم:

شرکت‌های موجود در ایران

ماده ۲۰ قانون تجارت انواع شرکت‌های تجاری (۸ نوع) را بیان کرده است. این شرکت‌ها عبارتند از شرکت با مسئولیت محدود، شرکت سهامی (خاص و عام)، شرکت تضامنی، شرکت مختلط غیر سهامی، شرکت مختلط سهامی، شرکت نسبی و شرکت تعاونی تولید و مصرف. مقررات هر یک از این شرکت‌ها

نیز در قانون تجارت و لایحه قانون ۱۳۴۷ پیش‌بینی شده است. با تصویب قانون بخش تعاونی مصوب ۱۳۷۰ شرکت‌های تعاونی دیگر تابع قانون تجارت نیستند هر چند ممکن است به سبب انجام دادن امور تجاری "بازرگان" تلقی شوند.

۱-شرکت سهامی خاص و عام

شرکت سهامی خاص، حداقل از سه شریک تشکیل می‌شود و صاحبان سرمایه‌ی آن، به عنوان سهامدار شناخته شده و دارای برگه سهام هستند. ویژگی دیگر شرکت سهامی این است که مسئولیت سهامداران محدود به مقدار سهام آنهاست، چیزی که در مورد شرکت با مسئولیت محدود نیز صادق است. ویژگی دیگر هم این است که موسسان شرکت، یعنی شرکای اولیه آن نمی‌توانند با پذیره‌نویسی، یعنی با مراجعه به عموم مردم، سرمایه شرکت را تامین کنند و آورندگان سرمایه فقط خود موسسان هستند.

شرکت سهامی عام درست مانند شرکت سهامی خاص است ولی با دو تفاوت. نخست اینکه در این نوع شرکت سهامداران باید حداقل پنج نفر باشند و ثانیاً موسسان می‌توانند برای تشکیل سرمایه شرکت با انتشار اوراق پذیره نویسی، اشخاص ثالث را در تامین سرمایه سهیم کنند.

پس به عبارتی میتوان گفت که فرق اساسی شرکت‌های سهامی با دیگر شرکت‌ها در همین برگه‌های سهام است که مطابق سهم هر کس به او اعطا می‌گردد و مسئولیت سهامداران (در قبال بدهی‌های شخصیت حقوقی شرکت) تا میزان سهمی است که آنها در اختیار دارند ولی تفاوت بین شرکت سهامی خاص و عام در تعداد شرکاء و امکان یا عدم امکان پذیره نویسی است.

مدت مدیریت در شرکت‌های سهامی دو سال است که قابل تمدید است. مدیران در شرکت سهامی خاص الزاماً بایستی سهامدار بوده یا به تعداد سهام وثیقه مقرر در اساسنامه را تهیه و به صندوق شرکت بسپارند.

۲- شرکت با مسئولیت محدود

شرکت با مسئولیت محدود از حداقل دو شریک تشکیل می‌شود ولی برخلاف شرکت‌های تضامنی و نسبی مسئولیت شرکاء در قبال طلبکاران محدود به آورده آنها می‌گردد. آورده‌ها ممکن است وجه نقد،

اموال منقول یا غیرمنقول و حتی تخصص مورد نیاز شرکت باشد. شرکت بامسئولیت محدود بر خلاف شرکت‌های دیگر برگ سهام ندارد بلکه هر شریک دارای سهم الشرکه به نسبت آورده خود است. به این ترتیب هرگاه با یک شرکت با مسئولیت محدود فعالیت می‌کنید و سرمایه شرکت بعنوان مثال بیست میلیون تومان باشد و شما پنجاه میلیون تومان بدهی بار آورده باشید طلبکاران شما فقط می‌توانند به میزان سرمایه شرکت یعنی بیست میلیون تومان از شرکت شما وصول کنند و نمی‌توانند تحت هیچ عنوانی سی میلیون تومان باقیمانده خود را از شرکت شما وصول نمایند و در این راه قانون تجارت پشتیبان شماست.

در شرکت با مسئولیت محدود مدیران شرکت برای مدت نامحدود بصورت موظف یا غیر موظف در بین شرکاء یا خارج از شرکاء انتخاب می‌شوند.

۳-شرکت تضامنی

شرکت تضامنی از حداقل دو شریک تشکیل می‌شود. ویژگی این شرکت این است که هریک از شرکاء مسئول پرداخت تمام طلب شرکت در مقابل طلبکاران است و مسئولیتش به میزان آورده‌ای که به شرکت آورده محدود نمی‌شود. از این رو هرگاه طلبکاران نتوانند با مراجعه به شرکت طلب خود را دریافت دارند، می‌توانند پس از انحلال شرکت به شریک مراجعه کنند و شریک باید از دارایی شخصی خود طلب طلبکاران را بپردازد. از این روست که تاسیس شرکت تضامنی بیشتر برای شرکت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که تعهدات مالی به مردم دارند مثل صرافی‌ها.

۴-شرکت نسبی

شرکت نسبی از جنبه‌های گوناگون مانند یک شرکت تضامنی است ولی تفاوتی که با آن شرکت دارد این است که مسئولیت شرکای شرکت به نسبت مالکیت آنها در سرمایه شرکت تعیین می‌شود. برای مثال، هرگاه شرکت سه شریک داشته باشد و هریک از شرکاء مالک یک سوم سرمایه شرکت باشند، هر شریکی باید یک سوم از طلب طلبکاران را بپردازد. از این روست که گفته می‌شود در شرکت نسبی مسئولیت شرکاء تضامنی نیست. این شرکت ریشه در مقررات شرکت مدنی دارد و در حقوق اروپایی نمونه مشابهی ندارد.

۵- شرکت مختلط

شرکت مختلط خود به دو نوع شرکت مختلط غیر سهامی و سهامی تقسیم می‌شود. شرکت مختلط غیر سهامی، ترکیبی است از شرکت تضامنی و شرکت با مسئولیت محدود با این توضیح که یک یا چند نفر از شرکاء در قبال اشخاص ثالث دارای مسئولیت تضامنی هستند و عده‌ای دیگر از شرکاء مسئولیتشان محدود به آورده آنهاست. البته باید دانست که شرکای غیر ضامن به عنوان شریک نه حق اداره کردن شرکت را دارند و نه اداره شرکت از وظایف یا مسئولیت‌های آنهاست.

شرکت مختلط سهامی ترکیبی از شرکت تضامنی و سهامی خاص است و به این ترتیب تاسیس می‌شود که یک یا چند نفر از شرکاء در قبال اشخاص ثالث دارای مسئولیت تضامنی باشند و عده دیگر که از آنها به عنوان سهامدار تعبیر میشود مسئولیتشان محدود به آورده باشد. در این شرکت هم شرکای سهامدار حق مدیریت بر شرکت را ندارند و مدیریت شرکت فقط به شرکای ضامن مربوط می‌شود.

۶- شرکت تعاونی

همانطور که در ابتدای این مطالب گفته شد شرکت‌های تعاونی الزاماً شرکت‌های تجاری نیستند و انحصاراً تابع قانون بخش تعاونی مصوب ۱۳۷۰ هستند و تنها تصفیه آنها تابع مقررات تصفیه در قانون تجارت است. با در نظر داشتن اینکه این شرکت‌ها برای امور تجاری مخصوصاً برای شرکت‌های خارجی مورد استفاده قرار نمی‌گیرند صرفاً این شرکت‌ها را معرفی می‌کنیم. اشخاص به منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی خود از طریق خودیاری و کمک متقابل اقدام به تاسیس شرکت تعاونی می‌کنند و فعالیت اشخاص عضو، عمده سرمایه شرکت را تشکیل می‌دهد.

خلاصه

باید دانست که در میان این هشت نوع شرکت دو نوع شرکت هستند که بیش از سایرین مورد استقبال فعالان اقتصادی قرار می‌گیرد.

یکی شرکت با مسئولیت محدود و دیگری شرکت سهامی خاص. هر دوی این شرکت‌ها جزو شرکت‌هایی هستند که در آنها مسئولیت کلیه شرکاء محدود به آورده آنهاست. از این رو یک بار دیگر با نگاهی کاربردی این دو شرکت را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

اگر شما فقط یک شریک دیگر داشته باشید صرفاً می‌توانید به ثبت شرکت با مسئولیت محدود فکر کنید. ولی اگر بیش از دو شریک هستید، شرکت سهامی خاص هم دیگر گزینه ممکن است. اگر می‌خواهید هر کس سهمی در شرکت داشته باشد و برگه سهام برایتان مهم است که بعدها بتوانید آن را با خیالی آسوده و بدون اجازه گرفتن از کسی به دیگری واگذار کنید باید از ساز و کار سهامی خاص استفاده کنید چرا که آورده‌ها در شرکت‌های با مسئولیت محدود (و نیز تضامنی و نسبی) به صورت سهم الشرکه است و انتقال ان بدون اجازه سایر شرکاء ممکن نیست. علاوه بر این تکالیف حقوقی شرکت با مسئولیت‌های محدود کمتر از شرکت‌های سهامی می‌باشد و به دلیل یکپارچگی مدیریت و مالکیت در آنها اغلب در شرکت‌های خانوادگی مورد استفاده قرار گرفته و نزدیکترین شرکت به one-man-company کشورهای غربی هستند. با این وجود شرایط احراز حد نصاب در مجامع عمومی در شرکت سهامی خاص سهل‌تر و در شرکت مسئولیت محدود با توجه به محدودیت‌های آن سخت‌تر است. به صورت کلی شرکت‌های سهامی از اعتبار بیشتری نسبت به شرکت‌های با مسئولیت محدود برخوردار هستند، و در این بین آنجا که شرکت‌های سهامی عام تنها در مراکز تجمع سرمایه همچون بانک‌ها و بیمه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند شرکت‌های سهامی خاص محبوب ترین شرکت‌ها در بین سرمایه گذاران خارجی و شرکت‌داران ایرانی محسوب می‌شوند.

از دیگر تفاوت‌های شرکت‌های سهامی خاص و شرکت‌های مسئولیت محدود میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

در شرکت سهامی ترازنامه شرکت به سازمان ثبت شرکت‌ها داده می‌شود و مجامع عمومی آن توسط هیئت رئیسه‌ای مرکب از یک نفر رئیس و دو نفر ناظر و یک نفر منشی که از بین سهامداران انتخاب می‌شوند، اداره می‌گردد و شرکت دارای دفتر سهام بوده و نقل و انتقالات سهام آن ثبت می‌شود در حالی که در شرکت با مسئولیت محدود تشکیل مجمع عمومی توسط هیئت ناظر در صورتی نیاز خواهد بود که تعداد شرکاء بیشتر از ۱۲ نفر باشد. تقسیم سود در شرکت سهامی خاص به تعداد سهام و در شرکت با مسئولیت محدود به نسبت سرمایه شرکاء خواهد بود در شرکت مسئولیت محدود شرکاء این امکان را دارند که می‌توانند در اساسنامه ترتیب دیگری برای تقسیم سود مقرر نمایند.

حق رای در شرکت سهامی خاص به تعداد و در شرکت مسئولیت محدود به نسبت سرمایه خواهد بود.

تقویم سهم الشرکه غیرنقدی در شرکت با مسئولیت محدود توسط شرکاء انجام می‌گیرد و شرکاء در این خصوص دارای مسئولیت هستند. تقویم آورده غیرنقدی در شرکت سهامی خاص با کارشناسان رسمی دادگستری خواهد بود.

انتخاب بازرس اصلی و علی البدل در شرکت سهامی خاص اجباری ولی در شرکت با مسئولیت محدود اختیاری است.

انتخاب روزنامه کثیرالانتشار در شرکت سهامی خاص برای درج آگهی دعوت شرکت الزامی و در شرکت با مسئولیت محدود اختیاری است.

در مورد مالیات و انواع شرکتها، اصل بر تعلق مالیات بر تمامی شرکتهاست. معافیت‌های خاص مالیاتی در قوانینFIPPA انتقال درآمد، موضوع مالیات مضاعف و قراردادهای دوطرفه بین دو کشور مطرح می‌شود. علاوه بر این در موارد مربوط به تامین اجتماعی اصل بر نوع فعالیت شرکت است که نرخ‌ها و نوع برخورد سازمان تامین اجتماعی را مشخص می‌سازد و نه نوع شرکت. پس در تامین اجتماعی نیز اصل بر تعلق بر همه شرکت‌هاست.

شرکت پروژه چیست؟

ذکر یک نکته در نهایت ضروری است و آن اینکه ، در یک آیین نامه اجرایی با عنوان "آیین نامه اجرایی بند(۱۲۶) قانون بودجه سال ۱۳۹۲ کل کشور" تاسیس جدیدی به فضای حقوقی کشور ایران اضافه شده که نام آن "شرکت پروژه" است. طبق بند ج از ماده یک این آیین نامه شرکت پروژه "شرکت سهامی خاص با سرمایه حداقل یک چهارم مبلغ قرارداد و یا شرکت تضامنی است که توسط مشارکت (کنسرسیوم) برای عقد قرارداد و انجام طرح (پروژه) تاسیس می‌شود. "از این رو شرکت پروژه به تعبیر این متن قانونی، محصول "مشارکت (کنسرسیوم) یک یا چند موسسه و شرکت‌های سرمایه گذاری، مشاوره‌ای، پیمانکار و یا سازنده شرکت‌کننده" است که "برنده مناقصه موظف است نسبت به تاسیس آن اقدام کند". به تعبیر دیگر، شرکت پروژه چیزی نیست جز مشارکت چند شخصیت حقوقی دیگر برای

انجام یک پروژه بزرگ. شرکت پروژه هم‌اکنون ابزار اصلی برای ورود در پروژه‌های مشارکت عمومی-خصوصی و زیرساختی دولت است و خود به خود بعد از انجام پروژه منحل می‌شود. شرکت پروژه، ابزاری برای تخصیص ریسک پروژه به گروهی است که قابلیت مدیریت بهتر آن را دارد. این شرکت قابلیت تامین مالی مستقل پروژه و یا سرمایه از یک یا چند حامی را فراهم میاورد. پشتوانه دریافت وام برای شرکت پروژه، عایدی خود پروژه است و وام دهنده برای باز پرداخت وام حق رجوع به دارایی‌های شرکت مادر (بانی شرکت پروژه) را ندارد؛ به همین دلیل این نوع تامین مالی توسط شرکت پروژه را تامین مالی خارج از ترازنامه می‌گویند. بدین ترتیب بدهی‌های پروژه در تراز نامه حامیان ظاهر نمی‌شود و تنها در ترازنامه شرکت پروژه منعکس می‌شود و از آنجایی که شرکت پروژه از نظر قانونی مستقل است، در صورت وصول وام، خطری حامیان پروژه را تهدید نمی‌کند. علاوه بر این، شرکت پروژه می‌تواند با ثبت صندوق پروژه در بازار بورس به تامین مالی پروژه از طریق انتشار اوراق بدهی و یا اوراق سهام بپردازد.

حقوق شرکت های خارجی درایران

حال که با مفهوم شرکت در نظام حقوقی ایران آشنا شدیم، باید به این سوال بپردازیم که آیا اساساً امکان فعالیت‌های شرکت‌های خارجی در ایران وجود دارد یا خیر. به عنوان مقدمه این بحث باید سخنی کوتاه در باب تابعیت شرکت‌های تجاری بیان شود. به موجب ماده ۱ قانون ثبت شرکت‌ها مصوب سال ۱۳۱۰،" هر شرکتی که در ایران تشکیل و مرکز اصلی آن در ایران باشد، شرکت ایرانی محسوب می‌شود. البته آنطور که بعدها در قانون تجارت آمده اگر شرکتی در خارج هم تشکیل شود ولی مرکز اصلی آن در ایران باشد، آنهم ایرانی به حساب می‌آید. البته قواعدی که ذکر شد دارایدو استثنا است. یکی در خصوص بانک‌ها که اگر بیش از ۴۰ درصد سرمایه آنها متعلق به اشخاص حقیقی اتباع خارجی یا اشخاص حقوقی خارجی باشد، خارجی محسوب می‌شوند و یکی در خصوص شرکت‌های هواپیمایی که اگر بیش از ۴۹ در صد سهام‌شان متعلق به اتباع بیگانه باشد، از نظر حقوق ایران، خارجی به حساب می‌آیند.

ولی در نهایت در سال ۱۳۹۱ قانونی به نام قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی در تامین نیازهای کشور و تقویت آنها در امر صادرات و اصلاح ماده (۱۰۴) قانون مالیات‌های مستقیم به تصویب رسید که بر اساس ماده یک آن تابعیت شرکت‌ها به چهار نوع ایرانی، خارجی خارجی- ایرانی و ایرانی -

خارجی تقسیم بندی شده‌اند. شرکت ایرانی شرکتی ثبت شده در مراجع قانونی داخل کشور که صد در صد (٪۱۰۰) سهام آن متعلق به اشخاص حقیقی یا حقوقی ایرانی است، در حالیکه شرکت خارجی شرکتی محسوب می‌شود که صددرصد (٪۱۰۰) سهام آنها متعلق به اشخاص حقیقی یا حقوقی غیرایرانی است و بر اساس قوانین جمهوری اسلامی ایران در کشور فعالیت می‌کنند. شرکت خارجی- ایرانی در مراجع قانونی داخل کشور ثبت شده است و بیش از پنجاه و یک درصد (٪۵۱) سهام آن متعلق به شرکتهای خارجی مورد قبول جمهوری اسلامی ایران و بقیه سهام آن متعلق به اشخاص حقیقی یا حقوقی ایرانی است. شرکت ایرانی- خارجی نیز شرکتی است که در ایران ثبت شده ولی بیش از پنجاه و یک در صد (٪۵۱) سهام آن متعلق به اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی و بقیه سهام آن متعلق به اشخاص حقیقی و حقوقی خارجی است. با وجود اینکه قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی در تامین نیازهای کشور و تقویت آنها در امر صادرات بخوبی امکان فعالیت شرکت‌های خارجی را در ایران تشریح می‌کند، حال به بررسی این سوال می‌پردازیم که قالب‌های دیگر فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران به چه صورتی ظهور پیدا می‌کند.

شرکت فرعی

قبل از اینکه بخواهیم شما را درگیر فرآیند مختلف تحول تاریخی نظرگاه نظام حقوقی ایران در باب میزان مشارکت خارجی‌ها در شرکت‌های ایرانی کنیم باید بگوییم که طبق دستورالعمل شماره ۸۹/۰۱/۳۴۶۲۴ مصوب اول آبان ۱۳۸۹، در حال حاضر اشخاص (حقیقی و حقوقی) خارجی می‌توانند حتی بدون اخذ مجوز سازمان سرمایه گذاری خارجی، شرکت ایرانی با هر نسبت سهام و حتی تا صد در صد به نام خود ثبت کنند. البته باید در اجرای این دستورالعمل، اصل ۸۱ قانون اساسی را هم در نظر داشت که "دادن امتیاز تشکیل شرکت‌ها و موسسات در امور تجارتی و صنعتی و کشاورزی و معادن و خدمات به خارجیان" را مطلقا ممنوع می‌داند. روشن است که حق ثبت شرکت، در شرایط عادی نوعی "امتیاز" نیست.

شعبه یا نمایندگی شرکت خارجی

به موجب قانون اجازه ثبت شعبه یا نمایندگی شرکت‌های خارجی، شرکت‌های خارجی که در کشور محل ثبت خود شرکت قانونی شناخته می‌شوند، مشروط به عمل متقابل از سوی کشور متبوع، می‌توانند

در زمینه‌هایی که توسط دولت جمهوری اسلامی ایران تعیین می‌شود در چهارچوب قوانین و مقررات کشور به ثبت شعبه یا نمایندگی خود اقدام کنند.

برای اینکه ببینیم از نظر نظام حقوقی ایران، شعبه با نمایندگی چه فرقی دارد باید آیین نامه اجرایی این قانون مراجعه کنیم. طبق ماده ۲ آیین نامه، شعبه شرکت خارجی واحد محلی تابع شرکت اصلی است که مستقیماً موضوع و وظایف شرکت اصلی را در محل انجام می‌دهد. فعالیت شعبه در محل تحت نام و با مسئولیت شرکت اصلی خواهد بود. از این رو باید گفت که شعبه یک شرکت ، شخصیت حقوقی مستقل از شرکت اصلی ندارد.

طبق ماده ۳ این آیین نامه، شرکت های متقاضی ثبت شعبه، باید اساسنامه شرکت، آگهی تاسیس و آخرین تغییرات ثبت شده در مراجع ذیربط، آخرین گزارش مالی تایید شده شرکت و گزارش توجیهی حاوی اطلاعات مربوط به فعالیت‌های شرکت و تبیین دلایل و ضرورت ثبت شعبه در ایران، تعیین نوع و حدود اختیارات و محل فعالیت شعبه، برآورد نیروی انسانی و خارجی مورد نیاز و نحوه تامین منابع وجوه ارزی و ریالی برای اداره امور شعبه را به همراه درخواست کتبی خود به اداره ثبت شرکت‌ها ارائه کنند.

در مقابل،"نمایندگی شرکت خارجی شخص حقیقی یا حقوقی است که بر اساس قرارداد نمایندگی، انجام بخشی از موضوع و وظایف شرکت طرف نمایندگی در محل انجام می‌پذیرد مسئولیت خواهد داشت".

برای ثبت نمایندگی شرکت‌های خارجی، اشخاص حقیقی ایرانی یا اشخاص حقوقی که متقاضی ثبت نمایندگی شرکت خارجی در ایران هستند موظفند ترجمه فارسی اسناد و اصل مدارک و اطلاعات زیر را به همراه درخواست کتبی خود به اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی ارایه کنند. تصویر مصدق قرارداد نمایندگی، مدارک شناسایی شخص متقاضی برای اشخاص حقیقی و حقوقی، ارائه سابقه فعالیت شخص متقاضی ثبت نمایندگی، در زمینه امور پیش بینی شده در قرارداد نمایندگی، اساسنامه شرکت خارجی طرف نمایندگی آگهی تاسیس و آخرین تغییرات ثبت شده آن نزد مراجع ذی ربط، گزارش فعالیت‌های خارجی طرف نمایندگی و تبیین دلایل و ضرورت اخذ نمایندگی، آخرین گزارش مالی تایید شده شرکت خارجی طرف نمایندگی، و معرفی وزارتخانه ذیربط.

البته ذکر این نکته ضروری است که با وجود تفاوت‌های ماهوی شعبه و نمایندگی و تفاوت‌هایی که این دو در حوزه ثبت دارند، یک اشتراک میان آنها وجود دارد و آن این است که طبق ماده ۹ آیین نامه، اداره امور شعبه یا نمایندگی ثبت شده طبق این آیین نامه، باید توسط یک یا چند شخص حقیقی مقیم ایران انجام گیرد.

ممکن است این سوال برایتان پیش بیاید که رویه یا فرایند فعالیت قانونی یک شرکت خارجی در ایران چیست یا اینکه چگونه میتوان یک شرکت فرعی یا شعبه یا نمایندگی در ایران تاسیس کرد. برای تاسیس شرکت، به تفضیل در بخش پنجم این مطلب بحث خواهیم کرد ولی در مورد شعبه و نمایندگی باید بدانید که فرایند ثبت از طریق سایت اداره ثبت شرکت‌ها انجام می‌گیرد و مدارکی که در مطالب پیش گفته شد باید به این اداره واصل شود. فقط ذکر این نکته برایتان مفید است و ان اینکه، همه اسناد با زبان خارجی (یعنی با متنی غیر فارسی) باید نخست به تایید سفارت یا کنسولگری ایران در خارج از کشور رسیده باشد و بعد از این، توسط یک مترجم رسمی در ایران تایید شود. البته رسمی بودن این ترجمه‌ها هم منوط به این است که وزارت دادگستری و وزارت خارجه آنها را تایید کرده باشند.

ضمناً در فرم ثبت شرکت‌ها که به صورت اینترنتی آن را پر خواهید کرد به عنوان و نام شناسه فراگیر اشخاص خارجی بر می‌خورید که شماره ای است که اشخاص خارجی ملزم به درخواست، پیگیری و اخذ آن از آدرس اینترنتی http://e4.tax.gov.ir/Pages/action/show/13 هستند تا آن شماره را در یکی از فرم‌های الکترونیکی سامانه جامع ثبت شرکت‌ها درج کنند. بنابراین یادتان باشد که برای افراد خارجی که قرار است در زمره موسسین شعبه یا نمایندگی شما قرار بگیرند؛ این شماره را قبل از هر چیز اخذ کنید.

خلاصه

نظام حقوقی ایران، با وجود محافظه کار بودن در خصوص پذیرش شرکت‌های خارجی، در سال‌های اخیر دید مثبتی نسبت به ورود سرمایه و سرمایه گذار خارجی داشته و از سال ۱۳۸۹ هم به صورت مشخص، بیان کرده که حتی ثبت شرکت با سرمایه صد درصد خارجی را هم می‌پذیرد. از این روست که اکنون می‌توان گفت شرکت‌های خارجی از سه طریق تاسیس شرکت مستقل، شعبه یا نمایندگی در

ایران حضور داشته باشند و این حضور خود را هم به ثبت برسانند. در یک رویکرد کلی نیز بحث شعبه و نمایندگی وکالت است و در واقع این خود شرکت خارجی است که اختیارات شعب و نمایندگی شان را تفویض می نمایند.

چگونه یک شرکت ثبت کنیم؟

گفتیم که دو نوع شرکت سهامی خاص و با مسئولیت محدود شرکت‌هایی هستند که عموم فعالان اقتصادی مشغول فعالیت در ایران از این نهادها به عنوان قالب شرکت تجاری خود استفاده می‌کنند. حال سوال مهم این است که برای ثبت چنین شرکت‌هایی باید چه اقداماتی انجام داد. مقداری از مسیر ثبت شرکت مشترک است و بخش‌هایی هم هستند که مختص به ثبت یکی از دو شرکت است که به صورت متمایز به آن اشاره خواهد شد.

دو گام مشترک

نخستین نکته‌ای که بطور مشترک در خصوص ثبت هر دو نوع این شرکت‌ها (و البته شرکت‌های دیگر) در ایران وجود دارد این است که فرایند ثبت شرکت بطور کامل به صورت غیر حضوری و به صورت عمده بصورت اینترنتی انجام می‌شود یعنی شما به سایت اداره ثبت شرکت‌ها به نشانی www.ssaa.ir مراجعه کنید و از طریق سامانه موجود فرایند ثبت شرکت خود را پیش می‌برید و پس از آن هم کافی است که تعدادی از مدارک را برای اداره ثبت شرکت‌ها پست کنید. یادتان نرود که در این فرایند نیاز به یک شماره تلفن همراه فعال هم دارید چرا که اطلاعیه‌هایی که در خصوص فرایند ثبت وجود دارد از طریق پیامک به شما اعلام می‌شود.

دومین گام مشترک این است که اسناد بنیادین عبارتند از اظهارنامه، اساسنامه و صورتجلسه مجمع عمومی موسسین که از هر کدام دو نسخه باید ارایه شود. (بعدها خواهیم گفت که این ارایه چگونه باید صورت بگیرد) در مورد شرکت‌های با مسئولیت محدود، تقاضانامه (همردیف با اظهارنامه)، اساسنامه و صورتجلسه مجمع عمومی موسسین لازم است و البته یک شرکتنامه و صورتجلسه هیات مدیره.

اسناد بنیادین

ضروری است در اینجا توضیحی در خصوص تعریف هریک از این اسناد بنیادین ارایه شود. اظهارنامه یا تقاضانامه در حقیقت مشخصات کلی از شرکتی است که شما می‌خواهید تاسیس کنید و آن را به اداره ثبت شرکت‌ها ارایه می‌شود. از این رو در این سند مسایلی چون نام، موضوع شرکت، مرکز اصلی، اسامی شرکاء، میزان سرمایه و .. درج می‌شود. همین مشخصات بعلاوه برخی قواعد اساسی برای اداره شرکت در اساسنامه شرکت درج می‌شود که به نوعی میتوان آنرا قانون اساسی شرکت هم دانست. صورتجلسه مجمع عمومی موسسین هم در واقع گزارش تایید شده جلسه‌ای است که شرکاء باهم دارند و مهمترین نتیجه آن انتخاب اعضای هیات مدیره است. شرکتنامه هم که فقط در خصوص شرکت‌های با مسئولیت محدود وجود دارد و هدفش تنظیم روابط بین شرکاء به خصوص در مورد آورده و سرمایه است.

ذکر یک نکته ضروری است. تمامی این اسناد باید به صورت تایپی در سامانه ثبت شرکت‌ها درج شود و پس از اینکه کلیه مراحل ثبت اینترنتی انجام شد باید آنها را پرینت کرده و نسخه چاپی را به امضای موسسین یا شرکاء رسانده و به آدرس اداره ثبت شرکت‌ها پست کنید. همچنین خوب است بدانید که لازم نیست تمامی این اسناد را خودتان تهیه کنید چرا که در فضای مجازی و هم چنین برخی از کتب، فرم‌های خام این اسناد وجود دارد و کافی است که صرفاً با اطلاعات شخصی خودتان آنها را پر کنید.

مدارک دیگر

اما به غیر از این اسناد موسس نیاز به مدارک دیگری هم دارید. اصلی‌ترین چیزی که نیاز دارید مدارک شناسایی برای شرکاست. یعنی کپی شناسنامه و کارت ملی برابر اصل شده (در دفاتر اسناد رسمی یا توسط وکیل رسمی شرکت) تمامی اعضای هیات مدیره و سهامداران و بازرسین و در صورتی که اعضای هیئت مدیره یا سهامداران اشخاص حقوقی باشند ارائه کپی آخرین روزنامه رسمی شخص حقوقی و نامه معرفی نماینده (در سربرگ شرکت) و کپی شناسنامه و کپی کارت ملی برابر اصل شده نماینده شخص حقوقی. همچنین برای اشخاص حقیقی خارجی ارائه کپی برابر اصل پاسپورت و برای اشخاص حقوقی خارجی، ارائه گواهی ثبت شرکت نزد مرجع ثبت شده حاوی آخرین وضعیت شرکت و هم چنین ارائه اصل و ترجمه وکالتنامه و اختیار نامه وکیل سهامدار خارجی لازم است.

کار تمام نشده است. شما نیاز دارید که برای مدیرعامل و اعضای هیات مدیره، گواهی عدم سوء پیشینه کیفری اخذ کرده و به اداره ثبت شرکت‌ها ارائه کنید. همچنین لازم است که مبالغ بسیار اندکی را جهت حق ثبت شرکت به شماره حساب‌های خاص واریز کنید. همچنین در خصوص سرمایه شرکت باید بدانید که در حالی که حداقل سرمایه برای ثبت شرکت با مسئولیت محدود و سهامی خاص یکسان و در حال حاضر، یک میلیون ریال است. این تفاوت بین فرایند ثبت این دو شرکت وجود دارد که در شرکت سهامی خاص حداقل ۳۵٪ سرمایه باید نقداً در یکی از شعب بانک‌ها تودیع و گواهی مربوطه ارائه و ۶۵٪ در تعهد سهامداران باشد در حالی که در شرکت با مسئولیت محدود باید کل سرمایه تحویل مدیر عامل شرکت شده و او اقرار به دریافت کند و ارائه گواهی بانکی دال بر انجام این امر ضرورت ندارد.

در نهایت یک نکته جزیی و تقریباً روشن. یکی اینکه می‌توانید برای طی کردن کل این پروسه وکیل بگیرید که در این صورت باید وکالتنامه که طی آن، این کار را به او وکالت دادید هم در ضمیمه مدارک قرار بگیرد. همچنین اگر ثبت موضوع نیاز به مجوز خاص داشته باشد (مثلاً در مورد بانک یا صرافی) ضروری است که اصل مجوز فعالیت از مراجع ذیربط هم و به همراه مدارک ، به اداره ثبت شرکت‌ها ارایه شود.

ثبت شرکت ها در مناطق ویژه اقتصادی و مناطق آزاد

پس از این بحث که البته ناظر به مقررات ثبت شرکت‌ها در سرزمین اصلی کشور بود، باید این نکته را گفت که نظام حقوقی ثبت شرکت‌ها در ایران، برحسب سه منطقه مکانی متفاوت است. در این بخش سعی داریم شما را با این سه منطقه مکانی، که البته هر سه داخل مرزهای ایران قرار دارد آشنا کنیم و نظام حقوقی شرکت‌ها را در این مناطق بررسی نماییم. لازم به ذکر است که عملیات شرکت تابع محل نیست و شما می‌توانید در زاهدان شرکتی ثبت کرده و عملیاتتان را در تبریز انجام دهید. البته معافیت‌های مالیاتی و سایر امتیازی که بواسطه ثبت شرکت در مکانی خاص- همچون مناطق آزاد تجاری و صنعتی- به شرکت داده می‌شود، تنها زمانی که عملیات شرکت درهمان جغرافیا باشد قابلیت اعمال دارد. بطور مثال اگر شرکتی در منطقه‌ای آزاد ثبت شود و عملیاتش در تهران و یا تبریز باشد، در موارد مالیاتی و تامین اجتماعی همان قوانین سرزمین اصلی بدانها اعمال می‌شود.

مناطق آزاد تجاری صنعتی، مناطقی از کشور مثل کیش و یا قشم، چابهار و چند منطقه دیگر هستند که اصلی ترین تفاوت آنها با سرزمین اصلی کشور این است که مبادلات بازرگانی مناطق با خارج از کشور پس از ثبت گمرکی از شمول مقررات صادرات و واردات مستثنی هستند.

ثبت شرکت توسط سرمایه گذار خارجی، در مناطق آزاد تجاری- صنعتی، مطابق تصویب نامه ضوابط ثبت شرکت‌ها و مالکیت‌های صنعتی و معنوی در مناطق آزاد تجاری صنعتی جمهوری اسلامی ایران انجام می‌شود. به موجب ماده ۵ این تصویب نامه "انواع شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری یاد شده در قانون تجارت و دیگر قوانین ایران، می توانند در واحد ثبتی منطقه به ثبت برسند مشروط بر اینکه موضوع فعالیت آنها قانونی باشد. در هر حال تاسیس و فعالیت شرکت‌ها تحت قوانین موضوعه امکان پذیر است."

یک دستور العمل هم که در تاریخ ۱۳۸۹/۸/۱۰ تصویب شده امکان تشکیل و ثبت شرکت با مشارکت صددرصد اشخاص خارجی همانند مناطق اصلی، در مناطق آزاد تجاری- صنعتی را تایید می‌کند. در این راه شما نیازی به اخذ مجوز از سازمان سرمایه گذاری خارجی نخواهید داشت.

مناطق ویژه اقتصادی، که طبق قانون مصوب سال ۱۳۸۴ تشکیل می‌شوند مناطقی هستند که باز هم مشوق‌های معافیت گمرکی در خصوص آنها جاری است اما این مشوق‌ها از نظر کمی و کیفی، کمتر از مناطق آزاد است. با این حال، ثبت تشکیل شرکت در مناطق ویژه اقتصادی به وسیله سرمایه گذاران خارجی و شرکت‌های خارجی به استناد ماده ۱۵ قانون تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی و ماده ۱۵ آیین نامه اجرایی آن امکان پذیر است. ثبت این شرکت‌ها و نیز ثبت نمایندگی یا شعب بر اساس در خواست سازمان مسئول منطقه، توسط اداره ثبت اسناد و املاک مربوطه و طبق ضوابط ثبت شرکت‌ها و مالکیت های صنعتی و معنوی حاکم در مناطق آزاد تجاری صورت می‌پذیرد.

تنها نکته‌ای که لازم است برای فرایند یا مدارک لازم جهت ثبت شرکت در مناطق آزاد یا ویژه اقتصادی در نظر داشته باشید این است که ثبت شرکت‌ها در این منطقه، نیاز به مجوز سازمان مسئول با اصل فعالیت شرکت دارد.

نتیجه گیری نهایی

طبق گزارش بانک جهانی در خصوص سهولت کسب و کار (مربوط به سال ۲۰۱۶)، آغاز یک کسب و کار در ایران، ۱۵ روز کاری (یعنی تقریباً دو هفته) از شما وقت خواهد گرفت و در این راه باید چیزی در حدود ۱۰۰هزار تومان یا نزدیک به ۳۰ دلار خرج کنید. طبق این گزارش، اخذ گواهی سوءپیشینه کیفری، ۵ روز زمان می‌برد و حدود ۵ هزار تومان هزینه دارد، ثبت در دایره ثبت شرکتها حدود ۳ روز زمان می‌برد و ۴۰ هزار تومان هزینه دارد،ثبت آگهی در روزنامه رسمی ظرف یک روز و با هزینه ۱۴ هزار تومان ممکن است، گرفتن شماره مالی و ثبت نام برای مالیات بر ارزش افزوده ۳ روز زمان میبرد ولی هزینه ای برای شما ندارد، گرفتن دفاتر حساب و پرداخت تمبر دولتی ۲ روز زمان می‌برد و پرداخت‌های مربوط به آن طبق تعرفه دولتی انجام می‌شود و در نهایت گرفتن شماره کارگاهی و ثبت نام کارگران در سازمان تامین اجتماعی ۲ روز از شما زمان خواهد برد و این هم هزینه‌ای ندارد. همه اینها باعث شده که ایران، از جهت آغاز یک کسب و کار (از حدود ۱۹۰ کشور) در رتبه ۸۷ سهولت جهان قرار بگیرد و شاخص هایش از متوسط منطقه خاورمیانه هم بالاتر باشد. چه از نظر تعداد رویه‌های لازم، چه از نظر میزان روز لازم (۳روز کمتر از میانگین منطقه) و چه از نظر هزینه. بنابراین می‌توان گفت، کشور ما از این نظر، در جایگاه مناسبی قرا گرفته و در بدو ورود از افراد خارجی، به عنوان سرمایه گذار و تاجر خارجی، مهمان نوازی خوبی به عمل خواهد آمد.

رقابت در امر صادرات

بازار صادرات و امور مربوط به مبادلات بازرگانی در جهان به شدت رقابت آمیز است. رقابت برای فروش کالای صادراتی به خریداری که در کشور دیگر است آنقدر اوج گرفته که در عین حال که باعث تعدیل قیمت‌ها شده باعث گردیده که صادر کنندگان مراقبت نمایند تا از بروز اشتباه در معاملات خود بشدت جلوگیری نمایند و شدیداً مراقب باشند مبادا اسرار کاری آنها به دست رقیب بیافتد. رقابت بر سر فروش کالا به حدی اوج گرفته که صادر کنندگان یک نوع کالا در جهان هرچه از دستشان بر بیاید برای از بین بردن رقیب خود کوتاهی نخواهند کرد و با وجودی که صادرکنندگان افرادی بسیار متمدن،

اجتماعی و سرشار از تعارفات و تشریفات هستند، وقتی که پای رقابت بر سر فروش یک کالا پیش آید از بی اعتبار کردن رقیب دریغ نخواهند کرد.

در این مورد چنانچه امر مبادلات بازرگانی را در جهان به صورت دریاچه‌ای فرض کنیم. در سطح آن آرامشی را مشاهده می‌کنیم که گاه به گاه نسیم فرح بخشی می‌آید و موج‌های کوتاهی بر آب می‌اندازد و قایق‌های ورزشی و مسافری در آن به گشت و گذار مشغولند ولی همین که چند متر در عمق همین دریاچه آرام و دلپذیر پائین بروید مشاهده خواهید کرد که چه طور انواع ماهی‌ها، خرچنگ‌ها، هشت پاها، کوسه‌ها همدیگر را می‌درند و در این راه ماهی درنده، به کوچک و بزرگ دیگر ماهی‌ها هیچگونه رحمی روا نمی‌دارد.

شما باید در چنین محیطی فعالیت کنید. در محیطی که هر آن ممکن است با کوچکترین اشتباهی به دست رقیب خود از بین بروید. با ارائه کالا با کیفیت عالی و منطقی و طبق قرارداد، با ارائهٔ قیمت‌های منطقی و با رعایت وجدان و شرف کاری و بالاتر از همه با دقت در حفظ اسرار کاری تان اجازه ندهید رقیب شما به شما پیروز شود و خریدار شما را از چنگ شما برباید.

راز نگاهداری عملیات صادراتی

یکی از رموز موفقیت یک صادر کننده حفاظت کامل از اسرار معاملات خود می‌باشد. صادر کننده موفق کسی است که اجازه ندهد نام، آدرس و سایر مشخصات خریدار خارجی و متن قراردادهای او با خریداران به دست دیگران بیافتد. انجام این کار بسیار بسیار مشکل و تا حدی غیر ممکن است زیرا در هر مرحله این امکان وجود دارد که نحوهٔ معاملات شما با خریدار خارجی به دست رقبای شما بیافتد.

به عنوان نمونه، از جمله مدارکی که برای صدور گواهی مبدأ به وسیله اتاق بازرگانی از شما خواسته می‌شود نام و آدرس خریدار، شهر و کشور خریدار، نوع کالای صادراتی و حتی فتوکپی اعتبارنامه اسنادی و غیره می‌باشد که همگی آنها فاش کننده قسمتی از اسرار معاملاتی شما می‌باشند.همین طور نیز بانک ها که اعتبارنامهٔ اسنادی خریدار را دریافت می‌نماید. اگرچه این مؤسسات حافظ اسرار شغل بازرگانان می‌باشند معذالک بعید نیست کارمندی دست به عملی بزند که عمداً یا سهواً اسرار معاملات شما را در اختیار رقبای تجاری شما قرار دهد.

در اینجاست که باید منتهای کوشش را به کار برید تا اسرار بازرگانی شما به دست دیگران نیفتد. در این کتاب به شما خواهیم گفت که چگونه می‌توانید عملیات صادراتی خود را محفوظ نگاه دارید ولی در حال حاضر تنها راه چاره این است که با رعایت حد اکثر کیفیت در کالای صادراتی خود و با ارائهٔ قیمت های بسیار متعادل خریدار خود را برای خود محفوظ نگاه دارید.

فصل سوم

سازماندهی برای صادرات

در این فصل به تشکیلات ساختاری یک واحد صادرات می‌پردازیم. موارد زیر مورد بررسی قرار خواهند گرفت:

- مسئولیت‌های کلیدی متداول در وظایف مدیریت صادرات.
- چگونگی رشد تشکیلات صادراتی در طول زمان برای خدمت به بازارها.
- عوامل قابل توجه در ساخت یک تشکیلات فروش و بازاریابی صادرات.
- راه‌های اندازه‌گیری عملکرد بازاریاب صادرات.

هدف این فصل، کمک به مدیر صادرات برای طراحی تشکیلاتی است که توان عملکردی مؤثر در مدیریت و ایجاد بازارها را داشته باشد.

در نخستین مراحل صادرات ضروری است به این نکته توجه شود که یک واحد صادارت چگونه باید با هدف رشد آن واحد صادراتی سازماندهی گردد تا بتواند کلیه فعالیت های بازاریابی، فروش و توزیع را به شیوه‌ای مناسب بعهده گیرد. مدیر صادرات در یک شرکت کوچک، کلیه کارها اعم از دریافت سفارش تا طراحی بسته‌بندی و حمل کالاها را انجام می‌دهد. در یک شرکت بزرگ افرادی برای پشتیبانی وجود دارند که عهده دار وظایف و مسئولیت‌های خاص هستند. در اینجا باید به بررسی و شناسایی برخی از این وظایف و مسئولیت‌های عملیاتی پرداخته و در نظر گیریم که چگونه برخی از اصول پایه سازمان ممکن است به طراحی یک تشکیلات بازاریابی و فروش کمک نماید تا بتواند بجای بزرگ شدن بیش از حد و تمرکز بر کاغذ بازی صرف، وظایف خود را به شکلی مؤثر به انجام رساند.

وظایف واحد صادرات

در ابتدا این امر می تواند مفید باشد که بر چند مثال از ساختارهای سطح بالای تشکیلات مدیریتی که بصورت متداول در شماری از شرکت ها وجود دارند، متمرکز شویم (به تصاویر ۲,۱ و ۲,۲ نگاه کنید). در ادامه فصل سطوح پایین تر تشکیلات صادرات را نمایش خواهیم داد.

یک شرکت چند ملیتی عمده احتمالاً دارای عملکرد صادراتی (یا مفهومی وسیعتر با نام توسعه بازار بین المللی) است که یا دارای نماینده‌ای در هیئت مدیره می‌باشد و یا در قالب یک واحد مستقل در شرکت وجود دارد و نقش خود را در بازاریابی جهانی شناخته است. در بسیاری از شرکت‌های کوچک تا متوسط، صادرات یک فعالیت تبعی است و غالباً زیر چتر عملیاتی فروش و بازاریابی قرار می‌گیرد. شرکت‌های بزرگتر می‌توانند دارای منابعی برای جداسازی وظایف برای واحدهای تخصصی باشند و از آن‌طریق به تعریف دقیقتر مسئولیت‌های فردی بپردازند. شرکت‌های بسیاری وجود دارند که مدیر فروش در آنها وظیفه دومی با نام مدیر صادرات را نیز انجام داده و با سفر به کشورهای جهان سعی در حفظ توازن بین فروش از طریق شخص خود یا از طریق نمایندگی‌ها و در همان‌حال، تلاش برای مدیریت و انگیزش نیروهای فروش در داخل کشور، دارد. این امر معمولاً بدان معناست که نه بازار داخلی و نه بازار خارجی، به دلیل محدودیت‌های کنترل در سطحی چنین وسیع، به پتانسیل خود نمی رسند (در این خصوص بعداً بحث خواهیم کرد).

مسئولیت های عملیاتی

فعالیت‌های صادراتی اعم از اینکه در واحدهای فروش و بازاریابی ادغام شوند و یا بصورت جداگانه انجام گیرند، دارای مسئولیت‌هایی عملیاتی هستند که معمولاً در طبقه‌بندی‌های وسیعتر زیر قرار می‌گیرند:

- **مدیریت**
- **اداری**
- **برنامه ریزی**

جدول ۲,۱ نشانگر جداسازی برخی از مسئولیت‌های عملیاتی صادرات در این طبقه بندی‌ها است.

مدیرعامل					
مدیر مالی	مدیر بازاریابی	مدیر تحقیق و توسعه	مدیر فروش	مدیر مهندسی و تولید	مدیر کارگزینی
	مدیران بازاریابی		مدیر فروش صادراتی	مدیر فروش داخلی	

تصویر ۲,۱ صادرات در قالب تابعی از وظایف فروش و بازاریابی

هیئت مدیره						
مدیر عامل						
مدیرمهندسی و تولید	مدیر مالی	مدیرفروش	مدیرصادرات	مدیربازاریابی	مدیرکارگزینی	مدیرتحقیق و توسعه

تصویر ۲,۲ صادرات بعنوان یک بخش عمده عملیاتی

جدول ۲,۱ مسئولیت های عملیاتی اصلی صادرات

فروش و بازاریابی صادرات	حمل
مدیریت	
• مدیریت برند (شامل سودآوری) • توزیع درون بازار داخلی • تحقیق بازار • تبلیغ و ترویج • دستیابی به حجم فروش (هدف یا بودجه) • نمایش/ عرضه محصول • پوشش محل فروش بازار • آموزش دانش فنی به توزیع کننده فروش/ محصول • ارائه بازخوردها به توزیع کننده - بولتن ها - کنفرانس ها - تماس های شخصی - بازخورد عملکرد • مفاد تجارت صادرات و بازار - حاشیه های سود توزیع کننده - تخفیفات و مقرری ها - فعالیت های تبلیغاتی - دوره های زمانی پرداخت و تخفیف	• استخدام کارکنان حمل • آموزش کارکنان حمل •گزینش نمایندگان حمل • مذاکره در خصوص نرخ‌های باربری • استفاده بهینه از سیستم‌های پایگاه داده • ارتباط با گمرکات و مالیات • ارتباط با خطوط کشتیرانی و غیره • ارتباط با واحدهای تولید • ارتباط با واحدهای بازاریابی

- تخفیفات عملکرد فروشنده اصلی - گارانتی ها و شرایط فروش - حجم فروش و تعدد تحویل • پایش مقررات بازار خارجی	
اداری	
• تحلیل سهم بازار و عملکرد محصول: - آمارهای صادرات (داده های واقعی و سهم بازار) - آمارهای واردات بازار خارجی (داده های واقعی و سهم بازار) - دستاوردهای فروش بازار خارجی • متابعت محصول و بسته بندی از مقررات	• پردازش سفارش (حمل) - فضای حمل - موجود بودن محصول - برنامه ریزی تولید - اعتبارات اسنادی و غیره • متابعت محصول و بسته بندی از مقررات • تأمین بسته بندی (سفارش دادن) • کنترل اعتبار • جمع آوری پرداخت ها • خدمات مشتری • جمع آوری، مقابله و ارائه آمارهای واحد صادرات
برنامه ریزی	
• استخدام توزیع کننده و ایجاد زیرساختار توزیع بازار • پیش بینی فروش • طراحی محصول (مشخص های فیزیکی، اندازه، شکل، بسته بندی) • برنامه ریزی تبلیغاتی فروش و بازاریابی • سیاست های قیمت گذاری و برنامه ریزی سود • ایجاد محصول جدید • آموزش مدیریت توزیع کننده	• مسیرهای بهینه حمل و شیوه های حمل و نقل • ارائه ورودی به فرآیند پیش بینی • ارسال برنامه ریزی تولید بمنظور برآوردن سفارشات و پیش بینی فروش

این نحوه از اختصاص فعالیت‌های عملیاتی عمده را می‌توانیم به روش دیگری نیز در نظر گیریم. مقوله **مدیریت** عمدتاً به دوره زمانی فعلی (حال) می‌پردازد، یعنی فعالیت‌های عملیاتی روز به روزی که کسب و کار را فعال نگاه می‌دارد. مقوله **اداری** عمدتاً شامل عملکردهایی است که به فعالیت‌های گذشته یا آنهایی که اخیراً در حال رسیدگی‌اند می‌پردازد (یعنی پیشینه). مقوله **برنامه‌ریزی** عمدتاً به عملکردهایی می‌پردازد که به ساختار کسب و کار در آینده مرتبط می‌گردد.

اگرچه در مواردی بهتر است برخی از عملکردها در طبقه بندی دیگری بغیر از طبقه بندی فعلی قرار گیرند، اما احتمالاً تقسیم بندی پیشنهادی در جدول ۲،۱ مورد پذیرش اکثر بازاریابان قرار خواهد گرفت. به این ترتیب، مدیر صادرات باید به دقت، میزان تمرکز بر زمان و فعالیت را زیر نظر قرار داده و توجه نماید که آیا این تمرکز باید عمدتاً بر فعالیت‌های اداری اختصاص یابد یا بر فعالیت‌های متداول مدیریت صادرات؟ آیا در مقوله برنامه ریزی، زمان کافی به فعالیت‌های عملیاتی مرتبط با کسب و کار فردا اختصاص یافته است؟ اگرچه کلیه فعالیت‌های عملیاتی اداری و مدیریتی باید جایی درون واحد یا گروه صادرات بعهده گرفته شوند، اما طراحی تشکیلات می‌تواند به گونه‌ای باشد که حداکثر آنها را از نظر عملی بتوان بوسیله گروه حمل یا خدمات مشتری صادراتی به انجام رساند و اجازه داد که حداکثر زمان و تلاش بازاریاب صادراتی بر عملکردهای برنامه‌ریزی مرتبط با ساختار آینده کسب و کار و آن دسته از عملکردهای مدیریتی که انجام آنها تنها از عهده ایشان بر می‌آید، متمرکز گردد. یک بازاریاب صادراتی معمولاً گرانبهاترین منبع یک بخش است و بهترین بازگشت سرمایه‌ای که از طریق وی حاصل می‌گردد در مهارت و دانش اوست.

فهرست کنترل‌های این فصل به بسط کاملتر جدول ۲،۱ پرداخته و می‌تواند بعنوان مبنایی برای گسترش شرح وظایف و شناسایی نیازهای آموزشی یا ارزیابی مهارت‌های بازاریابان صادراتی بالقوه در ارتباط با این مجموعه از فعالیت‌های عملیاتی مورد استفاده قرار گیرد.

در اصل، گروه فروش و بازاریابی صادراتی مسئول یافتن بازارها و دستیابی به فروش سودآور کالاهاست در حالیکه عملکرد واحد حمل صادراتی فراهم نمودن حمایت اداری برای مستندسازی صحیح آن بازارها و رساندن کالاها از کارخانه به واردکننده است. شماری از مسئولیت‌های عملیاتی را نیز

می‌توان بسته به آنکه کدامیک از آنها سازگاری بهتری با تشکیلات داخلی داشته باشند، تحت مسئولیت یکی از دو بخش بازاریابی یا حمل قرار داد.

نقش‌های مدیریت صادرات

فهرست کنترل انتهای این بخش شامل مثال هایی از عملکردهای بسیاری از جایگاه‌های کلیدی مدیریت صادرات است که معمولاً در شرکت‌ها دیده می شوند. این وظایف بصورت متداول شامل موارد زیر می‌باشند:

- مدیر صادرات
- مدیر بازار صادراتی
- مدیر حمل

مهارت ها و کیفیت‌های یک بازاریاب بین المللی

گستره عملکردهای کاری که یک بازاریاب بین المللی با آنها روبروست بسیار متنوع‌تر از عملکردهایی است که مدیران فروش یا بازاریابی درگیر با بازار داخلی، در همان سطح سازمانی، با آنها روبرویند. اگرچه ممکن است یک بازاریاب بین المللی عمق تخصص همکاران بازاریابی داخلی خود در ارائه حمایت به نمایندگان و توزیع کنندگان‌شان را نداشته باشد یا نیازمند آن نباشد، اما وی گستره‌ای از مهارت‌های مختلف شامل موارد زیر را داراست:

- مالی و حسابداری
- بازاریابی و تحقیقات بازار
- مدیریت فروش و فروش شخصی
- آموزش مدیریت و فروش
- پیش بینی و برنامه ریزی
- قوانین خارجی حاکم بر ارتباطات نماینده و توزیع کننده و فروش کالاها در بازارهای خارجی
- قوانین و روال معمول حمل
- سیستم‌های تجارت، سنجش عملکرد و کنترل‌های مدیریتی

• مدیریت منابع انسانی

بمنظور ارائه یک عملکرد موفقیت آمیز در یک محیط بین المللی، یک بازاریاب صادراتی باید علاوه بر **حسابدانی** بر مهارت‌های **زبانشناختی** نیز مسلط بوده و احتمالاً از ترکیبی از کیفیات فردی زیر بهره‌مند باشد:

• یک **سازمان‌دهنده** و **مدیر** خوب برای حصول اطمینان از رشد، اجرا و کنترل برنامه‌ها و طرح‌های بازار و انجام گستره‌ای وسیع از وظایف اداری وابسته به ارتباطات با نمایندگان خارجی.

• یک فرد **خوش بیان** (احتمالاً مسلط به بیش از یک زبان) برای ارتباط با همکاران داخلی و رابط های خارجی با پیش زمینه‌های فرهنگی متنوع.

• یک **تصمیم گیرنده** قاطع و بارز در زمان بازدید از بازارهای خارجی، الهام بخشی به نمایندگان و توزیع کنندگان همراه با القاء حسی از جهت دهی و اطمینان.

• نمایش یک **قضاوت** خوب در تصمیمات اخذ شده و ارزیابی اطلاعات موجود برای تصمیم‌گیری.

• بهره‌مندی از سطح بالایی از **ابتکار** برای شناسایی، خلق و بهره‌گیری از فرصت‌ها در گروه‌های مختلفی از بازارهای خارجی با نیازها و فرهنگ‌های متفاوت.

• بهره‌مندی از سطح بالایی از **اعتبار** و **اقتدار** فردی در نمایندگی شرکت در مذاکرات و تماس‌های عمده با کارآفرینان، صاحبان صنایع، ارتباطات دولتی و سایر مقامات ارشد خارجی.

•**انعطاف پذیری** در قبال تغییر و تنوع های فرهنگی، هم در شیوه زندگی و هم در عملیات تجاری

• بهره‌مندی از سطح خوبی از **هوش** برای جذب گستره ای وسیع از دانش‌های مهارتی (اشاره شده در بالا) مرتبط با مدیریت و بازاریابی صادراتی.

• اثبات **صداقت** در کلیه معاملات تجاری و فردی با تماس‌های خارجی در محیط‌هایی که غالباً دارای استانداردهایی اخلاقی و عرفی با تفاوت‌های بسیار زیاد با استانداردهای داخلی هستند.

• اثبات **قابلیت اعتماد** به مشتریان و تماس‌ها و احترام گذاشتن دائمی به تعهدات و دیون.

• بهره‌مندی از سطح بالایی از **استقلال** و **بلوغ** بمنظور فائق آمدن بر فشارها و تنش‌های ناشی از فعالیت در محیط‌های چند فرهنگی، در دوره‌های زمانی طولانی و به دور از خانه و خانواده.

مدیر ارشدی که مسئول گزینش و انتصاب افراد برای وظایف مدیریت صادرات است باید اهمیت بسیاری را برای مهارت‌ها و کیفیت‌های مورد لزوم در جهت عملکرد کارآمد فرد قائل شود. در بسیاری از موارد، مدیرانی که در امر فروش و بازاریابی داخلی صاحب تجربه هستند و یا متخصصان صنعتی را با این فرض که دارای همان مهارت‌ها و توازن بین کیفیت‌های فردی مورد نیاز هستند، بدون هیچ آموزش خاصی به جایگاه های مدیریت صادرات منتقل می‌نمایند.

ساختارها و سازمان صادرات

در این بخش می‌خواهیم با استفاده از جداول تشکیلاتی تصویری نگاه مختصری به اصول عمومی ساختار یک تشکیلات صادراتی بیاندازیم. جداول مربوط به مسئولیت‌های عملیاتی، ارتباطات گزارش‌دهی و خطوط ارتباطاتی و دستورالعملی، کمک شایان توجهی به ما خواهند نمود. بسیاری از شرکت‌ها، عملکردهای مرتبط را در قالب یک واحد یا بخشی از شرکت دسته‌بندی کرده و همراه با رشد شرکت، زیر بخش‌هایی را تحت مدیریت مدیران خاص‌تری قرار می‌دهند و با این کار، خطر برخوردهای بین بخشی را که تأثیری ناکارآمد در عملکرد می‌گذارد را به حداقل می‌رسانند.

تحلیل نیازهای فعالیت

نقطه شروع هر تحقیقی در خصوص سازگاری ساختارهای تشکیلاتی در شناسایی و فهرست برداری از **نیازهای فعالیت** امر مهمی است که آن شرکت باید بدان بپردازد. این نیازهای فعالیت در خصوص یک واحد صادرات باید در سطوح زیر مورد توجه قرار گیرد:

• شرکت
• نمایندگان و توزیع کنندگان بازار خارجی
• مصرف کنندگان یا کاربران نهایی
• محصولات

جدول ۲،۲ تحلیل نیازهای فعالیت فروش شرکت، توزیع کننده، مشتری و محصول

شرکت	توزیع کننده	مشتری	محصول
• بکارگیری ظرفیت مازاد تولید کارخانه • سطوح حفظ شده یا افزایش یافته از شغل، بکارگیری و مهارت نیروی کار • افزایش در سهم بازار جهانی • افزایش بیشتر در سطح بین المللی نسبت به آگاهی از برند • شبکه توزیع بین المللی • سفارشات صادراتی • توانمندی توزیع صادراتی • نوآوری در محصول • شروط پرداخت ایمن • سود	• گستره محصول متنوع • نمایندگی خطوط عمده تولید • کیفیت مطمئن محصول • تحویل قابل اعتماد و تداوم تأمین • مساعدت به سازماندهی حمل و بیمه صادراتی • پشتیبانی فنی مرتبط با نحوه استفاده/ عملکرد/ نگاهداری • دانش محصول • آموزش مدیریت و فروش • پشتیبانی تبلیغاتی از فروش و بازاریابی • پیروی از مقررات بازار داخلی • اصلاح محصول برای سازگاری با نیازها/ مصرف داخلی • بسته بندی خاص	• ارائه محصول • تحقیق در خصوص نیازها • اصلاحات محصول • بسته بندی خاص (شامل برچسب های برند اصلی و برخی کالاهای مصرفی) • واحد یا اندازه بسته های خاص • پشتیبانی تبلیغاتی • قیمت های رقابتی • تضمین کیفیت و گارانتی ها • تحویل به نقاط مصرف یا مراکز توزیع • قراردادهای تأمین (بلند مدت) • پشتیبانی فنی مرتبط با نحوه استفاده/ عملکرد/ نگاهداری • تداوم تأمین مطمئن (محلی) برای جایگزینی محصولات یا قطعات • تمدید اعتبار تجاری	• ارائه نمونه محصول • نمایش های محصول • عرضه محصول در نقطه فروش • پشتیبانی تبلیغاتی و تشویقی بمنظور ایجاد آگاهی/ تقاضا • الزامات مرتبط با جابجایی، انبارسازی یا تحویل (برای مثال، بسته بندی حفاظتی، انبار یخچال دار) • دستورالعمل های خاص بسته بندی و/یا مصرف • خدمات پس از فروش و پشتیبانی از تعمیر و نگهداری

	برای سازگاری با مقررات یا سلیقه بازار داخلی • تداوم مطمئن تأمین بمنظور برآوردن تقاضای رو به رشد بازار • گنجاندن موارد امنیتی در توافقنامه نماینده یا توزیع کننده • تمدید اعتبار • سود		

در بحث گسترش و رشد یک شرکت، تنها نباید به نیازهای عملیاتی داخلی شرکت توجه نمود، بلکه باید به نیازهای نمایندگان خارجی خود، مشتریان بازار خارجی ایشان و کلیه نیازهای خاص محصولات خودتان نیز توجه نمائید. بنابراین یک تشکیلات ایده آل باید به نحوی طراحی گردد که بتواند از برآوردن کلیه نیازهای موجود در سطوح پایین‌تر زنجیره توزیع (شامل خود محصول) از سوی تشکیلات صادراتش اطمینان حاصل نماید. بعنوان مثال، چنانچه شما به تولید و بازاریابی تجهیزات و کارخانجات صنعتی مبادرت کنید باید علاوه بر ایجاد یک واحد فروش صادراتی نسبت به ارائه خدمات مهندسی و راه اندازی نیز اقدام نمائید (زیرا تجهیزات نیازمند نصب و کارخانه نیز نیاز به راه اندازی، آزمایش و آموزش دارد) و این کار را یا مستقیماً از طریق ساختار مدیریت داخلی واحد صادرات و یا به شکل مأموریتی از طریق واحد دیگری (مهندسی) به انجام رسانید.

جدول ۲,۲ نمایشگر یک تحلیل عمومی از نیازهای فعالیت در چهار طبقه بندی شرکت، توزیع کننده، مشتریان و محصولات است.

این امر نیازمند یک شیوه برای تحلیل رشد یک تشکیلات است و عملکرد آن به گونه‌ای است که با آن شرکت سازگار باشد. اگرچه کانال‌های توزیع و محصولات ممکن است ارائه کننده همان فهرست برای

هر یک از انواع مشتریان، بخش تجاری یا بازار صادراتی نباشند. شما نیز می‌توانید یک فهرست تحلیلی با همین ساختار برای وضعیت خاص خود ایجاد نمائید.

به محض آنکه نیازهای هر یک از حلقه‌های زنجیر توزیع و همین حلقه‌ها در زنجیر محصول شناسایی شد و آنگاه که کلیه عملکردهای داخلی درون شرکت خود را که باید متعهد تولید، بازاریابی و توزیع محصولات گردند، شناسایی کردید، وارد مرحله بعد می‌گردید. در این مرحله باید تصمیم بگیرید که چه قسمتی از ساختار تشکیلات مناسب ترین بخش برای واگذاری مسئولیت‌ها بمنظور برآوردن هر یک از این نیازها و عملکردهاست.

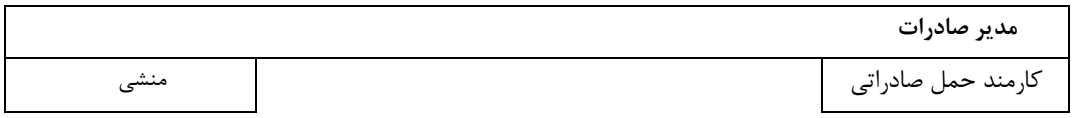
در خصوص برخی از محصولات، ایجاد یک ساختار تشکیلاتی پیچیده حتی منجر به فرآیند فروش خواهد شد (همان فرآیندی که اغلب فکر می کنیم بر عهده یک فرد فروشنده است). زیرا در چنین حالتی، در کلیه مراحل مذاکره و ارائه و نمایش محصول به گستره ای از ورودی‌های فنی مختلف نیاز خواهد بود. برای مثال، مذاکرات مرتبط با مناقصه‌ای برای طراحی، ساخت و راه اندازی یک کارخانه به وجود گروهی از مهندسین، معماران، وکلا و سایر متخصصان مرتبط در درون (یا آماده به تماس) واحد صادرات نیازمند خواهد بود.

رشد و گسترش تشکیلات

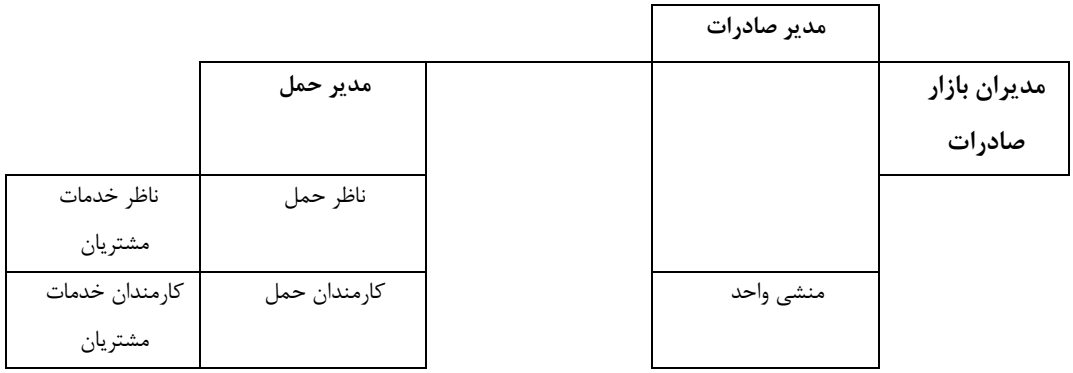
ساختار تشکیلات در یک شرکت کوچک احتمالاً منحصر به یک مدیر صادرات و برخی حمایت‌های دفتری و منشی‌گری خواهد بود (شکل ۲,۳). این گروه کوچک باید کلیه عملکردهایی را که قبلاً در این فصل به آنها پرداختیم را تا زمانی که حجم صادارت امکان رشد تشکیلات و افزایش نیرو و تخصص‌های عملکردی را فراهم آورد، بعهده گیرد.

همزمان با افزایش حجم فروش یا گسترش گستره یا پیچیدگی محصول، ممکن است تشکیلات بزرگتری نیز بمنظور رسیدگی به افزایش حجم کاری یا ارائه عملکردهای حمایتی بیشتر در یک چهارچوب سنتی‌تر گسترش یابد (تصویر ۲,۴). ممکن است برخی از عملکردهای کاری یک متخصص از دیدگاه مدیریت خطی، تفوقی بر عملکردهای سایر افراد مادون نداشته باشد، اما این عملکردها بمنظور برآوردن نیازهای شرکت، کانال‌های توزیع یا محصولات در یک عملیات بازاریابی موفقیت آمیز، حیاتی

باشند. در این جداول، کمتر به نمایش ارشدیت از منظر جایگاه سازمانی پرداخته و بیشتر به شناسایی تفکیک عملکردها در میان یک تشکیلات صادرات در حال رشد می‌پردازیم. عناوین شغلی در شرکت‌های مختلف با یکدیگر تفاوت دارند و این نکته ارزش به یاد سپردن را دارد که عنوان شغلی معمولاً باید نشانه‌ای از مسئولیت‌های عملکردی عمده دارنده آن باشد و وجهه اجتماعی کافی را به وی منتقل نماید تا بتواند عملکردی مناسب و کارآمد را در زمان تماس‌های با بازارهای خارجی داشته باشد. برای مثال، عنوان نیروی اجرایی فروش صادراتی ممکن وجهه اجتماعی کمتری را به نسبت مدیر منطقه‌ای صادرات منتقل نماید.



تصویر ۲,۳ ساختار یک واحد صادرات ابتدایی



تصویر ۲,۴ ساختار یک تشکیلات صادراتی در حال رشد

تشکیلات در حال رشد برحسب ساختار بازاریابی و توزیع و همچنین نیازهای خدماتی یک صنعت متفاوت خواهد بود. کالاهای مصرفی سریع الحرکت ممکن است نیازمند یک تشکیلات کاملاً متفاوت از تجهیزات صنعتی سنگین یا صنایع خدماتی باشد. مهارت‌های دارندگان شغل نیز، در این صورت، متفاوت خواهند بود. در حالیکه ممکن است بازاریابی کالاهای مصرفی، عمدتاً نیازمند آن دسته از مهارت‌های فروش بازاریابی باشد که در خود شغل رشد یافته‌اند، محصولات صنعتی پیشرفته، ممکن است علاوه بر کلیه نیازهای مهارتی فروش و بازاریابی و صادرات، نیازمند صلاحیت دانشگاهی در رشته مهندسی نیز باشند.

تصویر ۲,۵ نمایانگر یک تشکیلات ابتدایی است که در آن عملکرد بازاریابی صادرات از عملکرد فروش صادرات تفکیک شده است. ساختاری که در بسیاری از شرکت‌های بزرگتر کالاهای مصرفی کاملاً عادی بشمار می‌رود. در چنین ساختاری، شمار افراد در هر عملکرد کاری تابعی از عملکرد حجم کار و گستره مدیریت در خصوص محدودیت های کنترل در هر سطح می‌باشد.

عملکرد هر تشکیلات باید دارای حوزه‌ای برای **انعطاف‌پذیری** درونی بمنظور درنظر گرفتن محیط متغیر داخلی و خارجی می‌باشد که عملکرد آن تشکیلات درون آن اتفاق می‌افتد. نیازها و روال‌های خرید در بازارها ممکن است تغییر یابند، قوانین جدید در برخی بازارها ممکن است نیاز به توجه خاصی را ایجاب نمایند (برای مثال، استفاده از مواد اولیه و برچسب زنی)، محل‌های توزیع جدیداً رشد یافته ممکن است تقاضاهای جدیدی را بر زنجیره توزیع تحمیل نمایند. مثلاً، رشد فروشگاه‌های تخصصی و محل‌های فروش دارای نمایندگی انحصاری در بسیاری از بازارها.

ساختار نهایی تشکیلات باید همیشه مهارت‌های خاص افراد و پاسخگویی مدیران را در نظر گیرد. در تصویر ۲,۵ مدیر خدمات مشتریان در همان حال که دارای یک ارتباط عملکردی (خط نقطه چین) با مدیر صادرات است، می‌تواند مستقیماً به مدیر تحقیق و توسعه نیز گزارش دهد. یعنی همان فردی که به بهترین وجه قادر به هدایت تلاش‌های تخصصی ایشان، ارائه مدیریت و آموزش و کنترل عملکرد آنها می‌باشد. (تصویر ۲,۵ تفکیک عملکردهای تخصصی)

<table>
<tr><td></td><td></td><td>مدیر صادرات</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>مدیر فروش صادراتی</td><td>مدیر بازاریابی صادراتی</td><td>مدیر حمل صادراتی</td><td>مدیر خدمات فنی</td></tr>
<tr><td>مدیران منطقه ای صادرات</td><td>مدیران برند صادراتی</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>توزیع کنندگان</td><td></td><td>ناظر حمل</td><td>ناظر دفتر</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>کارکنان بازاریابی</td><td>کارکنان حمل</td><td>منشی ها</td><td></td></tr>
</table>

انواع تخصص

با نگاهی به تصویر ۲,۵ در می‌یابید که سه عامل بر ساختار نهایی تشکیلات مؤثر است:

تخصص‌های **افقی**، **عمودی** و **جغرافیایی**.

• تخصص‌های **افقی** که اگرچه فعالیت‌های جانبی و در عین حال متناقضِ یک واحد، هستند (برای مثال، خدمات مشتریان، حمل صادراتی، بازاریابی صادراتی) اما تأثیری قابل اندازه گیری بر عملکرد واحد بعنوان یک مجموعه داشته و بعنوان یک زیر واحد تحت مسئولیت یک مدیر شناخته می‌شود. این تفکیک عملکردی می‌تواند مستقل از لایه های عمودی در تشکیلات یا موارد جغرافیایی باشد.

• تخصص‌های **عمودی**، همراه با رشد حجم کار، مسئولیت‌های عملکردی به رده‌های پایین‌تر یا افراد متخصص و یا زیرواحدها واگذار شده و منجر به ایجاد لایه های بیشتری در ساختار تشکیلاتی می‌گردد.

• تخصص‌های **جغرافیایی** تقسیم جهان (به همسایگی های جغرافیایی بازارها، گروه بندی‌های نژادی یا زبانی یا معیارهای دیگری که به شرکت شما مرتبط باشد مانند گستره محصول) به نحوی که امکان ایجاد عملکردهای مشخص در یک منطقه معین یا طبقه بندی بازارها را فراهم آورد. این تخصص عامل دیگری است که بر تشکیلات نهایی تأثیری تعیین کننده دارد.

در عین حال ممکن است بمنظور حمایت از فعالیت‌ها در مناطقی خاص نیازمند ایجاد شبکه‌ای از دفاتر پشتیبانی فنی و فروش و امکانات توزیع منطقه‌ای در موقعیت‌های استراتژیک باشید.

گستره محدودیت های کنترل

گستره کنترل یک مدیر بر افراد زیردست (شامل توزیع کنندگان در بازارهای خارجی) یا فعالیت‌های عملکردی جداگانه با عوامل زیر محدود می‌گردد:

• ماهیت کار در حال انجام (ماهر یا غیرماهر)

• دانش یا تجربه افراد درگیر در مدیریت یا تحت مدیریت (افراد داخلی یا توزیع کنندگان یا نمایندگان)

• مجاورت و نزدیکی فیزیکی کارها یا بازارها

• مشابهت محتوای کارهای در حال مدیریت

• زمان موجود و لازم برای عملکردهای آموزشی، برنامه ریزی، ارتباطی، انگیزشی، نظارتی و کنترلی

با دسته بندی فعالیت‌های مرتبط از نظر عملکرد با یکدیگر در زیرواحدها می‌توانید شمار افراد و مناطق مسئولیتی که به هر لایه در ساختار تشکیلات گزارش می‌دهند را محدود نمائید. چنانچه درگیر مدیریت یک واحد حمل باشید که در آن کارها اساساً مشابه (هرچند ماهرانه) و تکراری بوده و در دفتری مشابه انجام می‌گیرد و شما باید روزانه در فعالیت‌های نظارتی نیز حاضر باشید، در این حال، داشتن شماری زیاد از مرئوسان مستقیم می‌تواند معقول باشد. اما، اگر یک مدیر منطقه‌ای صادرات در حال سفر باشد و نیمی از سال را در بازارها و به دور از دفتر سپری می‌کند و درگیر مذاکرات طولانی و فعالیت‌های آموزشی و برنامه ریزی در محل و به زبان‌های مختلف و محیط های فرهنگی متفاوت است، آنگاه قادر نخواهد بود که شخصاً مرئوسان مستقیم زیادی را محل شرکت مدیریت کرده یا بازارهای متعددی را راساً کنترل نمائید. بنابراین، باید نسبت به ایجاد یک شبکه نظارتی بر مرئوسان یا فروش صادراتی اقدام نماید.

یک ضعف متداول در یک تشکیلات صادراتی بیش از حد وسعت داده شده آن است که بازاریابان در ایفای مسئولیت‌های مدیریتی بازارشان حضوری بسیار کمرنگ دارند. بسیاری از شرکت‌ها بیست یا سی بازار خارجی را به هر یک از بازاریابان صادراتی شان اختصاص می‌دهند. در نتیجه، مدیریت بازار این بازاریابان بجای استفاده از شیوه برنامه ریزی و توسعه، شیوه اطفاء حریق خواهد بود. این بازاریابان، معمولاً، یک یا دو بار در سال بازارهای خود را در سفرهای دو سه روزه رفع اشکال، مورد بازدید قرار می‌دهند. شیوه مدیریت در فصل‌های بعد مورد بحث قرار می‌گیرد. موضوع توسعه تشکیلاتی، موضوع مدیران ارشد است که باید به روشنی پتانسیل‌ها و نیازهای حمایتی بازار را ارزیابی نموده و منابع کافی را برای توسعه بازارها برحسب پتانسیل شان اختصاص دهند.

		مدیر صادرات			
مدیر خدمات فنی	مدیر فروش صادراتی		مدیر بازاریابی صادراتی		مدیر اداری صادرات
			مدیران برند محصول	مدیر خدمات مشتریان	مدیر حمل
مدیر منطقه ای	مدیر منطقه ای	مدیر منطقه ای	مدیر منطقه ای		

آمریکا	اروپا	آسیا	خاورمیانه و آفریقا		
توزیع کنندگان				کارکنان خدمات مشتریان	کارکنان حمل

تصویر ۲,۶ ایجاد یک تشکیلات جغرافیایی

سایر ساختارهای تخصصی

تا اینجا تمرکز ما بر شرکتی با یک ساختار فروش صادراتی بوده که بشکلی هم افزا بر یک گروه محصول قابل اعمال است. اما چنانچه قصد درنظر گرفتن محصولی دیگر یا عوامل بازاریابی یا توزیع دیگری را داشته باشیم، آنگاه گونه‌های بسیاری را می‌توان بر ساختارهای تشکیلاتی اعمال نمود. برخی از شرکت‌ها بهره‌گیری از یک تشکیلات جغرافیایی (همانند تصویر ۲,۶) را مناسب تر تشخیص می‌دهند. تشکیلاتی که برای کلیه فعالیت‌های شرکت اعم از تماس‌های مصرفی و صنعتی و واگذاری مجوزها، یک بازاریاب صادراتی را مسئول هر بازار می‌نماید. انتخاب برخی دیگر از شرکت‌ها (همانند تصویر ۲,۷)، سازماندهی تخصص‌ها، حول یک محور محدودتر و دقیق‌تر است. ممکن است بخواهید علاوه بر بازاریابی فنآوری به فروش محصول تمام شده نیز دست زنید یا گستره‌ای از محصول را برای توزیع مصرفی یا خرده فروشی و گستره دیگری را مناسب برای بخش‌های تخصصی بازار (یا برای مصرف بعنوان یک جزء از ترکیب یا بخشی در سایر فرآیندهای تولید) در نظر گیرید. ساختار تشکیلاتی که در شرکت خود ایجاد می‌نمایید باید برای ایجاد بازارهای صادراتی و به حداکثر رساندن پتانسیل فروش در آنها نیازها و تخصص‌های متفاوت را شناسایی نماید.

			مدیر صادرات		
مدیر خدمات فنی	مدیر فروش صادراتی – مواد مصرفی	مدیر فروش صادراتی –صنعتی	مدیر واگذاری مجوز فنآوری	مدیر بازاریابی صادراتی	مدیر اداری صادرات
مهندسین پشتیبانی	مدیران منطقه ای بازار	مدیران منطقه ای بازار		مدیر برندهای محصول	مدیر برندهای

فروش				صنعتی	محصول مصرفی
	توزیع کنندگان	توزیع کنندگان		مدیر خدمات مشتریان	مدیر حمل
	مراکز خدمات پس از فروش				

تصویر ۲,۷ تشکیلات توسعه یافته بمنظور ارائه خدمات به بخش های مختلف بازار

سایر ملاحظات تشکیلاتی

اصول اولیه درگیر در ایجاد یک تشکیلات را می‌توان به اکثر انواع محصولات، بازارها و وضعیت‌های شرکتی اعمال نمود. به هر شیوه ای که شرکت خود را سازماندهی نمائید، موارد زیر دربرگیرنده بخشی از سایر عواملی هستند که در طراحی تشکیلات تان مورد نظر قرار گرفته و به آنها پرداخته می‌شود.

حوزه کنترل

شمار مدیران مورد نیاز در هر واحد عملیاتی عاملی است که به زمان و مهارت‌های موجود بمنظور برآوردن کلیه تقاضاهای عملیاتی بستگی خواهد داشت.

حجم کار

شمار جایگاه ها در هر سطح به ظرفیت حجم کاری افراد درون هر فعالیت عملیاتی بستگی دارد. همزمان با افزایش حجم کاری هر فرد یا فعالیت عملیاتی ضروری خواهد بود که نسبت به تقسیم کارها به زیربخش‌ها یا تفکیک برخی از اعمال بمنظور واگذاری آنها به مرئوسان جدید اقدام نمود.

فعالیت‌های عملیاتی

عملیات مستلزم مشارکت مدیریتی، کنترل و توسعه مجزا را شناسایی نموده تا امکان بهینه‌سازی کیفیت و کمیت خروجی از هر یک از افراد یا واحدها را داشته باشید.

ارتباطات

ارتباطات کارآمد بین فعالیت‌های عملیاتی متفاوت و سطوح مدیریتی در یک واحد بمنظور ارائه بازخورد، انگیزش، برنامه ریزی، شناسایی و دستیابی به اهداف مشترک از طریق فعالیت‌های هماهنگ شده، الزامی می‌باشد.

انعطاف پذیری

یک تشکیلات باید بمنظور سازگاری با شرایط متغیر بازار به اندازه کافی انعطاف پذیر باشد. موانع سر راه انعطاف پذیری باید از سوی مدیریت ارشد شناسایی و از آنها جلوگیری یا برطرف شود.

شفاف سازی نقش سازمانی

با شفاف سازی نقش سازمانی، فقدان مسئولیت‌های عملیاتی تکراری، واگذاری مسئولیت‌های شفاف و ارتباطات خوب از درگیری‌های داخلی و رسیدن به تشکیلاتی غیرعملیاتی جلوگیری نمائید. هنگامی که مدیران در خصوص حوزه و محدودیت‌های مسئولیت و اقتدار غیرشفاف باشند، تشکیلات کارآئی خود را از دست داده و نیروی ارزشمندی که باید در جهت رشد و توسعه کسب و کار هدایت گردد، مصروف درگیری‌ها و سیاسی کاری‌های داخلی می شود.

ساختار تشکیلاتی

ساختار تشکیلات نهایی معمولاً بر یکی از سه مورد زیر متمرکز خواهد شد:

•**جغرافیایی**– که در آن هر یک از بازاریابان صادراتی مسئول فعالیت‌های فروش و بازاریابی در محدوده‌ای جغرافیایی است که به روشنی برای وی تعریف شده است.

•**بخش بازار**– که در آن یک گروه فروش صادراتی متفاوت برای رسیدگی به فعالیت فروش در بخش مجزایی ازبازاری با ساختار تخصصی بالاتر ایجاد شده است، برای مثال، استفاده سازمانی یا مصرف کنندگان محلی، فروشگاه‌های مصرفی یا کاربران صنعتی و امثال آن.

• **مصرف نهایی**– هنگامی که نفوذ مؤثر به یک صنعت یا بخش بازار یا نوعی از فروشگاه در یک بازار خارجی نیازمند مهارت‌ها یا صلاحیت‌ها و یا ساختارهای تشکیلاتی متفاوتی باشد (شامل فعالیت‌های پشتیبانی) ممکن است نتوان به روشنی و وضوح گفت که ساختار تشکیلاتی که شما برای شرکت‌تان انتخاب کرده‌اید درست یا نادرست است، ولی درنظر گرفتن دستورالعمل‌های اشاره شده در این فصل می‌تواند به شما در ایجاد این حس رضایت کمک کند که بمنظور برآوردن نیازهای شرکت خود، کانال‌های توزیع و محصولتان و عملکردی کارآمد در بازاری رقابتی به بهترین شیوه ممکن شرکت خود را

سازماندهی نموده اید تا بتوانید انرژی خود مصروف یافتن پتانسیل ها و به حداکثر رساندن فروش و رشد نمائید.

اندازه گیری عملکرد بازاریاب صادراتی

میزان کارآمدی یک تشکیلات را می توان از میزان دستیابی اش به اهداف و مقاصد کنترل یا اندازه گیری نمود. بنابراین مناسب است که در این بخش به شناسایی برخی از عوامل کلیدی در عملکرد بازاریاب صادراتی و مدیریت بازار بپردازیم که می تواند و باید اندازه گیری شوند. فصل‌های بعدی به تفضیل به مباحث برنامه ریزی بازار و مدیریت نمایندگان و توزیع کنندگان می‌پردازد. به محض آنکه اهداف و مقاصد وسیع صادراتی محقق شد، نوبت آن می‌رسد که برای هر بازار گستره‌ای از اهداف کمی و کیفی را وضع نمائیم که در ارتباط با برنامه‌های فعلی باشند. این اهداف در فهرست زیر مورد تأکید قرار گرفته اند:

اندازه گیری‌های کمی عملکرد

- سود ناخالص از بازار
- سود ناخالص از برند یا محصول
- افزایش سود در مقایسه با هدف/مبنای اولیه
- سود توزیع کننده ناشی از محصولات یا فعالیت‌های شرکت
- کنترل هزینه ها در بودجه
- بودجه‌ها بعنوان درصدی از گردش مالی/ سود از بازار/ برند
- دستیابی به ارزش/ حجم فروش در مقایسه با اهداف محموله صادراتی
- دستیابی به اهداف فروش بازار (کاهش موجودی یک توزیع کننده محلی در جایی که یک توزیع کننده موجودی خود را حفظ می‌کند)
- رشد/ نقصان در حجم‌های فروش بازار: از مقایسه محموله های صادراتی یا کاهش از موجودی توزیع کننده
- تغییرات در سهم بازار:

- در کل
- بر مبنای برند/ محصول
- بر مبنای بخش تجاری

• تغییرات در توزیع یا مصرف ثبت شده برند

• مدیران بدهکاران با محدودیت های اعتباری توافق شده یا دوره‌های زمانی

• کارآمدی فعالیت تبلیغاتی: تأثیر قابل اندازه گیری بر سهم فروش/ بازار

• اندازه گیری محموله‌های تجاری موازی (زمانی که تجارت موازی – واردات به بازار از مسیرهایی که جزو سیستم توزیع معمول نیست – بعنوان عاملی در طبقه بندی محصول یا توزیع بازار در نظر گرفته شود).

اندازه گیری های کیفی عملکرد

• آماده سازی طرح های استراتژیک بازاریابی:

- سطح کلان/ سطح خرد
- بر حسب کشور
- بر حسب توزیع کننده/ نماینده

• آماده سازی طرح های تاکتیکی جامع فروش برحسب بازار/ توزیع کننده/ نماینده

• آماده سازی طرح ها و بودجه بندی های جامع تبلیغاتی و تشویقی

• صحت/ کیفیت پوشه های اطلاعاتی برای هر بازار

• ارتباطات توزیع کننده یا نماینده

• بکارگیری کارآمد یا تبعیت توزیع کننده از طرح های بازاریابی و فروش

• مهارت‌ها، سیستم‌ها و کنترل‌های مدیریتی توزیع کننده

• مهارت‌ها، سیستم ها و کنترل های نیروی فروش توزیع کننده

• کارآمدی نیروی فروش توزیع کننده

• تبعیت توزیع کننده از الزامات گزارش‌دهی شرکت

شرکت‌های مشخص می توانند بر حسب آنکه کدامیک از این موارد به بازارها، سیستم‌های توزیع و محصولاتشان مرتبط است، بر برخی از آنها بیشتر از موارد دیگر تمرکز می‌کنیم.

فهرست کنترل ۲,۱

ساختار تشکیلاتی کارآمد

آیا تشکیلات شما به گونه ای طراحی شده است که	نقاط عمل
• بازارهای صادراتی را شناسایی، ارزیابی و اولویت بندی نماید؟	
• نمایندگان و توزیع کنندگان را انتخاب نماید؟	
• مطابق با قوانین اجرائی با نماینده یا توزیع کننده اقدام به عقد توافق نامه نماید؟	
• به آموزش، مدیریت و انگیزش نمایندگان و توزیع کنندگان بپردازد؟	
• در دوره های زمانی متناوب از بازارهای خارجی بازدید نماید؟	
• دارای مهارت های زبانشناختی برای ارتباط و برچسب زنی محصولات مطابق زبان های خارجی معین باشد؟	
• امکان آماده سازی پیشنهاد قیمت ها و/ یا هزینه سنجی ها ی صادراتی را داشته باشد؟	
• امکان پایش مقررات بازار خارجی را داشته باشد؟	
• امکان وضع مفاد تجاری برای صادرات و بازار را داشته باشد؟	
• به آماده سازی پیش بینی ها، برنامه ریزی ها و بودجه بندی های صادراتی بپردازد؟	
• برنامه ها و طرح های بازاریابی صادراتی را اجرا نماید؟	
• عملکرد بازار داخلی و صادراتی را اندازه گیری نماید؟	
• به ارائه بازخورد و ارتباطات کارآمد بپردازد؟	
• فعالیت رقبا را پایش کند؟	
• به کنترل پرداخت ها و اعتبارات صادراتی بپردازد؟	
• مقررات بازار را زیرنظر داشته باشد و از پیروی از آنها اطمینان حاصل نماید؟	
• به ارائه پشتیبانی از خدمات مشتریان بپردازد؟	
• به ارائه خدمات پس از فروش و پشتیبانی های فنی مرتبط اقدام نماید؟	
• امکان رسیدگی سریع، دقیق و کارآمد به سفارشات صادراتی را داشته باشد؟	
• بمظور برآوردن الزامات مشتری یا بازار، برحسب ضرورت به اصلاح محصولات یا بسته بندی بپردازد (در صورتی که ممکن باشد)؟	

• بازتابنده نیازهای مشتری از نظر توزیع، شیوه های خرید و مفاد تجاری باشد؟ • به سازماندهی و مدیریت واقعی حمل بین المللی کالاها بپردازد؟ • مستندات دقیق صادراتی را آماده نماید؟ • با خطوط حمل و نقل، نمایندگان دولتی و امثال آن که با صادرات مرتبط می باشند همکاری نماید؟ • دارای انعطاف پذیری درونی بمنظور برآوردن تغییرات بازار و شرایط باشد؟ **آیا موارد زیر بصورتی واقع بینانه و کارآمد در خصوص کلیه واحدهای عملیاتی صادرات صادق است؟** • ارتباطات گزارش دهی؟ • حوزه های کنترل؟ • حجم های کاری؟ • تعداد/ ترکیب/ گستره فعالیت های عملکردی؟ • ارتباطات داخلی و خارجی؟ • ساختار تشکیلاتی؟ • روال های گزارش دهی، سیستم ها و کنترل های اداری؟	
چنانچه پاسخ به هر یک از این سئوالات "خیر" یا "آری" مشروط است، بنابراین می تواند حوزه هایی برای بهینه سازی و اصلاح تشکیلاتی وجود داشته باشد که ممکن است منجر به افزایش بهره وری و کارآمدی تشکیلات صادرات گردد.	

فهرست کنترل ۲,۲

مسئولیت های عملیاتی مدیر صادرات

گستره مسئولیت‌های عملیاتی **مدیر بازار صادرات** را می‌توان تحت سرفصل‌های **مدیریت، اداری** و **برنامه ریزی** تفکیک نمود. مسئولیت هایی که بر حسب موارد زیر متفاوت خواهند بود: • ماهیت محصولات (مصرفی یا صنعتی) • منابع شرکت برای حمایت از صادرات • شیوه فروش یا توزیع (نمایندگان یا توزیع کنندگان)	نقاط عمل

	• مهارت‌ها و تجارب بازاریاب صادرات مراقب حفظ توازن زمانی بین فعالیت های موجود در طبقه بندی های **مدیریت، اداری** و **برنامه ریزی** باشید و از جانبداری به نفع فعالیت‌های اداری در زمان حضور در دفتر و حین بازدید از بازار بپرهیزید. **فعالیت مدیریتی** **مدیریت محصول/ برند** • سودآوری از طریق محصول/ بخش/ بازار • مدیریت مجموعه کالاها • وضعیت‌گیری بازار (موارد مرتبط با قیمت، توزیع گزینشی و غیره) **توزیع درون بازاری** • هدف‌گزاری فروشگاه ها، کنترل توزیع در قبال اهداف از طریق فروشگاه و نوع بخش بازار • نقاط کنترل توزیع واقعی: کنترل های محیطی **تحقیق بازار** • تمایلات/ سلائق مصرف کننده/ کاربر • جمعیت شناسی • تأثیر محصول • تأثیر تبلیغات و فراخوان، مشاهده • الگوها/ مقادیر مصرف یا استفاده • مکان مصرف یا استفاده • عوامل برچسب زنی و طراحی و غیره **تبلیغ و تشویق** • طراحی و توافق بر طرح‌های تبلیغاتی و تشویقی • وضع اهداف تبلیغاتی مشخص • بررسی عملکرد در قبال اهداف • کنترل طرح ها و بودجه ها • مساعدت در آموزش بمنظور اجرای برنامه های تبلیغاتی • آموزش محیطی و سایر موارد	

روابط عمومی • آماده سازی یک طرح سالیانه از طریق: • رسانه/ جراید • محصول/ گروه محصول • بخش تجاری/ نوع مصرف کننده **دستیابی به حجم فروش** • بررسی عملکرد در قبال اهداف/ پیش بینی های حمل • بررسی عملکرد در قبال نوع/ بخش فروشگاه محلی/ اهداف/ پیش بینی های مسئول مستقیم • شکستن اهداف سطح کلان به اهداف خرد (مسئول مستقیم/ بخش/ فروشنده) • دریافت/ بررسی مرجوعی های موجودی بازار محلی و الگوهای فروش **کمک به ایجاد و توسعه مسئولان مستقیم** • کمک به بازدیدها/ نمایش های مسئولان مستقیم اصلی • ایجاد کنترل هایی برای بررسی عملکرد مسئولان مستقیم اصلی در قبال اهداف توافق شده محلی • برنامه ریزی فعالیت تبلیغاتی مسئول مستقیم اصلی **همکاری با واحدهای حمل/ تولید** • حصول اطمینان از آماده بودن کالا بمنظور برآوردن سفارشات • بررسی محموله ها برحسب زمان های توافق شده • بررسی کمیت حمل در قبال موجودی ها/ کاهش موجودی های محلی **همکاری با عملکردهای بازاریابی** • حصول اطمینان از یکنواختی استراتژی برند بین بازارها • هماهنگی در خصوص آماده سازی استراتژی های بازاریابی برحسب بازارها • فراهم نمودن یک دانش محلی برای بحث های برنامه ریزی و وضعیت گیری بازار (برای مثال، قیمت، فعالیت رقبا و سایر موارد) **نمایش/ عرضه محصول** • آموزش در خصوص جنبه های نمایش و عرضه • وضع استانداردهای نمایش/ عرضه • بررسی میدانی نمایش/ عرضه	

	• طراحی/ ایجاد برنامه های مدیریت فضا در فروشگاه های خرده فروشی **پوشش فروشگاهی بازار** • ایجاد یک پایگاه داده از فروشگاه های بازار (یا کاربران محصول) برحسب بخش، با توزیع کنندگان بمنظور حصول اطمینان از حداکثر پوشش فروشگاه های (کاربران) ارزشمند • همکاری با توزیع کنندگان و مدیریت فروش میدانی برای ایجاد برنامه ها و سیاست های پوششی فروشگاه (کاربر) • آموزش و طراحی سیستم های برنامه ریزی سفر • ایجاد کنترل هایی بمنظور حصول اطمینان از برآورده شدن پوشش مطابق برنامه سفر/ فروشگاه **مدیریت توزیع کننده در قبال اهداف و طرح های توافق شده** • تدوین طرح های جامع در سطح **کلان** (کشوری) و در سطح **خرد** برای هر توزیع کننده، بخش تجاری یا محصول • بررسی عملکرد توزیع کننده در قبال کلیه مناطق کلیدی • وضع استانداردهای عملکرد • آموزش کلیه مهارت های مرتبط بمنظور حصول اطمینان از دستیابی به اهداف و طرح ها **ارزیابی دوره ای توزیع کننده در قبال معیارهای توافق شده (ممیزی)** • اجرای ممیزهای دوره ای از عملکرد توزیع کنندگان در قبال طرح ها و ارزیابی مهارت ها، توانایی ها، منابع و متابعت ایشان از برنامه ها و روال ها • ممیزی می تواند شامل تحلیل (توانمندی ها، ضعف ها، فرصت ها، تهدیدها) توزیع کننده نیز باشد. **آموزش دانش فروش/ محصول به توزیع کننده** • ارائه آموزش جامع دانش محصول • ارائه آموزش مدیریت فروش به شیوه "بهترین روش" • ارائه منبعی از آموزش مهارت فروش و آموزش فروش میدانی به مدیران و فروشندگان • طراحی سیستم ها و کنترل های مدیریت فروش بمنظور بررسی عملکرد تیم فروش در قبال مناطق کلیدی و استانداردهای عملکرد • همکاری عمومی برای بهبود استاندارد حرفه ای گری به سمت یک استاندارد شرکتی عمومی بین المللی **مدیریت روابط توزیع کننده**	

• توسعه روابط **کاری** خوب با توزیع کنندگان • حصول اطمینان از حفظ توازن بین روابط خوب و عدم توانایی در مدیریت به دلیل نزدیکی بیش از حد • بازدید منظم بازارها بمنظور افزایش روابط، برنامه ریزی، بررسی عملکرد و توسعه طرح‌های اقدامات اصلاحی • حصول اطمینان از بازدید بازار تنها برحسب اهداف از پیش تعیین شده • ارائه گزارش تماس های جامع در خصوص کلیه جوانب فعالیت درون بازاری و عملکرد توزیع کننده **انگیزش تشکیلات توزیع کننده** • ازطریق توسعه روابط • از طریق آموزش • از طریق افزایش سود و عملکرد، برای مثال، برنامه ریزی، کنترل در قبال طرح ها • از طریق بازخورد عملکرد شخصی و درون بازاری **ارائه بازخورد به توزیع کننده** • بولتن ها • کنفرانس ها و کارگاه ها • تماس شخصی • بازخورد عملکرد **شروط تجاری صادرات و بازار** • وضع و توافق بر حاشیه های سود توزیع کننده و حاشیه های سود تجارت • تخفیف ها و تنزیلات • فعالیت های احتیاطی تبلیغاتی و تشویقی محلی و بهره گیری از آنها در فعالیت های تبلیغاتی • کنترل اعتبار • دوره های زمانی پرداخت و تخفیفات • شروط عملکرد مسئول مستقیم اصلی در ساختارهای تخفیف تجاری محلی (بعنوان بخشی از بسته مدیریت مسئول مستقیم اصلی) •ضما نت های محصول و شروط فروش • حداقل میزان سفارش و تحویل ها	

بررسی مقررات بازار خارجی • حصول کلیه داده های مرتبط با مجوزها، سهمیه ها، کنترل های ارزی، برچسب های مواد تشکیل دهنده/ فرمولاسیون، بسته بندی، تبلیغات و غیره در خصوص واردات • حصول اطمینان از پیروی از مقررات **بررسی و کنترل تجارت موازی** • بررسی سفارش گذاری در شرایطی که محتمل باشد به تجارت موازی بیانجامد • توسعه تجارت موازی در شرایطی که بهترین منافع را برای شرکت ایجاد نماید • مقابله با تجارت موازی از طریق فعالیت های خاص بازاریابی در زمانی که این نوع از تجارت موجب اختلال در استراتژی های شرکت می گردد **بررسی فعالیت رقبا** • گزارش دهی مشخص در خصوص فعالیت و رشد • سیاست های قیمت گذاری • فعالیت های تشویقی • تبلیغات • مباحث استراتژیک بازاریابی • گستره محصول • عملکرد وارداتی/ فروش • سهم بازار **فعالیت های اداری** **عملکرد محصول و تحلیل سهم بازار** • آمارهای صادرات (داده های واقعی و سهم بازار) • آمارهای واردات بازار (داده های واقعی و سهم بازار) • دستاوردهای فروش بازار • عملکرد در قبال طرح ها و اهداف • موارد دیگر در صورتی که برای شرکت لازم باشد. **پیروی محصول و بسته بندی از قوانین** •رجوع به موارد فوق	

بررسی موجودی و سفارش های توزیع کننده برای رسیدن به سطح مطلوب • دریافت/ بررسی سوابق موجودی/ فروش محلی • ارتباط فروش واقعی بازار به اهداف و مقاصد فروش بازار برحسب محصول/ برند/ اندازه و مسئول فروش مستقیم و بخش تجاری **ارتباط بین واحدی** • ارتباط با کلیه واحدها/عملکردهای داخلی دیگر درگیر در بازاریابی، تولید، طراحی یا مهندسی و تحقیق و حمل کالاها و با واحد ارائه کننده خدمات پشتیبانی، شامل واحد فروش **کنترل اعتبار** • بررسی در قبال شروط توافق شده **جمع آوری و ارائه آمارهای صادرات** • به روز رسانی مناسب فایل های کشوری • بررسی داده های اقتصادی • بررسی عملکرد در قبال طرح ها و اهداف **حل مشکل** • رسیدگی به ابهامات توزیع کننده **فعالیت های برنامه ریزی** **برنامه ریزی بازار بهمراه نمایندگان/ توزیع کنندگان** • توسعه استراتژی های کلان و خرد بازاریابی و فروش • توسعه تاکتیک های مشخص توافق شده برای اجرای استراتژی/ طرح در سطح کلان (کشوری) و در سطح خرد (توزیع کننده، بخش تجاری، مسئول مستقیم) • توسعه برنامه های آموزشی بمنظورحصول اطمینان ازاجرا ودستیابی به برنامه • توسعه مطالعات سازمانی و منابع بمنظور حصول اطمینان از موجودی منابع برای اجرای طرح **جذب نماینده/ توزیع کننده** • گزینش نمایندگان/ توزیع کنندگان برحسب معیارهای از پیش توافق شده • توافقنامه های نماینده/ توزیع کننده • کنترل پیروی از توافقنامه • ممیزهای دوره ای عملکرد	

پیش بینی فروش – ارائه ورودی به فرآیند پیش بینی • هدف گزاری/ پیش بینی در سطح کلان • توسعه اهداف/ پیش بینی ها در سطح خرد بهمراه توزیع کننده برای هر بخش تجاری، انواع مسئولان مستقیم، فروشندگان و غیره • ایجاد کنترل های بررسی عملکرد درون تشکیلات توزیع کننده (مداوم و هشداری) • ایجاد یک سیستم مدیریت میدانی بمنظور حصول اطمینان از اجرای میدانی و پیروی از طرح ها **برنامه ریزی ارتقاء بازاریابی و فروش مشتمل بر بررسی عملکرد در قبال اهداف/ بودجه ها** • رجوع به موارد فوق **سیاست های قیمت گذاری برنامه ریزی افزایش سود** • مطالعات قیمت گذاری بازار بمنظور حصول اطمینان از وضعیت گیری صحیح • بررسی قیمت گذاری رقبا و فعالیت افزایشی قیمت • توافق بر سیاست ها/ نقاط قیمت گذاری در هر یک از سطوح زنجیره توزیع • حصول اطمینان از حاشیه سود منصفانه (اما نه بیش از حد) توزیع کننده • به حداکثر رساندن سود بازگشتی به شرکت، همسان با استراتژی های تحت تعقیب و توافق شده بازاریابی **توسعه محصول جدید** • محصولات جدید و مشخص برحسب سلایق/ امیال/ الزامات قیمت گذاری (منطقه ای یا بازار مشخص) • تولید برای بازار محلی (تحت مجوز، از طریق شرکت های وابسته و غیره) • برندسازی مجدد برای محصولات جاافتاده بمنظور بهره گیری از فرصت های بازاریابی محلی **فرصت های جدید کسب و کار** • شرکت باید به وضع دستورالعمل‌ها و اهدافی برای تشویق یک شیوه مبتکرانه و غیره بپردازد - تولید تحت مجوز - به دست آوردن شبکه توزیع - محصولات محلی **آموزش مدیریت توزیع کننده/ نماینده** • مهارت های مدیریت فروش و بازاریابی	

• مهارت های فروش میدانی • سیستم ها و کنترل های مدیریتی (شامل مالی و فنآوری اطلاعات) • مدیریت و برنامه ریزی منابع انسانی **بررسی شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در بازار** • ارائه گزارش های دوره ای • در جریان کامل قرار داشتن از اوضاع جاری و کلیه جنبه هایی که ممکن است بر منافع شرکت تأثیر گذار باشد.	

فهرست کنترل ۲،۳

نقش‌های متداول مدیر صادرات

عملکردهای شغلی کلیدی مدیر صادرات	نقاط عمل
• پذیرش مسئولیت برای دستیابی به مقاصد و اهداف صادراتی (حجم، ارزش، سود) از طریق تلاش در فروش مستقیم و/ یا با پشتیبانی فروش نمایندگی ها یا توزیع کنندگان • یافتن بازارهای خارجی برای محصولات یا خدمات موجود شرکت یا محصولات مناسب برای بازارهای خارجی • ایجاد یک شبکه بین المللی از نمایندگان، توزیع کنندگان یا مشتریان توانمند به واردات کالاها با امکان دستیابی به سطوح قابل قبول توزیع و ارائه خدمات پس از فروش (در صورت لزوم) • به حداکثر رساندن تلاش در فروش از طریق ارائه راهکار و حمایت مدیریتی، آموزش و بازخورد در بازارهای خارجی • ایجاد هماهنگی در تلاش های مرتبط با برنامه ریزی بازاریابی بین المللی • حفظ روحیه و انگیزش در شبکه نمایندگان یا توزیع کنندگان خارجی • تفسیر و پالایش فلسفه، سیاست و اهداف شرکت برای نمایندگان خارجی • ارتباط کارآمد با نمایندگان و/ یا توزیع کنندگان از طریق بازدید بازارهای منظم، جلسات برنامه ریزی و فروش، جراید اطلاع رسانی و داده های بازخوردی عملکرد • تبدیل شدن به متخصص شرکت در زمینه توسعه کسب و کار و شیوه های تجاری در بازارهای خارجی، با هدف افزایش فروش جهانی شرکت و سهم بازار در بازارهای خارجی • شناسایی و اولویت بندی بازارهای صادراتی • پیش بینی فروش های بالقوه برحسب هر بازار	

	• تثبیت قیمت های صادراتی شرکت به نحوی که موجب حصول اطمینان از رقابت آنها با قیمت های بازار مقصد باشد • شناسایی، وضع و دستیابی به اهداف، مقاصد، بودجه ها و طرح های سود فروش بازار • توسعه برنامه های میدانی بمنظور اجرای طرح های فروش و بازاریابی شرکت در هر یک از بازارهای خارجی مقصد • مساعدت به نمایندگان و توزیع کنندگان در جهت توسعه سازمان های فروش و ساختارهای مدیریتی بمنظور دستیابی به طرح ها و اهداف • همکاری با واردکنندگان خارجی بمنظور تبدیل طرح ها و اهداف کلی صادرات به استانداردهای عملکردی مشخص، اهداف فروش و برنامه ها برای هر یک از بازارها • ایجاد یک دفتر صادرات با نقش پشتیبانی فروش، نقش خدمات مشتریان و واحد حمل بمنظور رسیدگی به: کنترل اعتبار، صدور صورتحساب، دعوت به پیشنهاد قیمت، شکایات، ارسال اقلام تبلیغاتی فروش، بررسی عملکردهای بازار و گزارش دهی بازخوردها، برآورد هزینه های صادراتی، توزیع صادراتی • گزینش و آموزش کلیه بازاریابان صادراتی مرئوس و مجریان حمل • گزینش و آموزش کلیه نمایندگان و توزیع کنندگان خارجی و کلیه توزیع کنندگان فرعی، دلالان، نمایندگان خدمات و دیگر افراد تعیین شده • ارتباط با واحدهای درگیر در پیش بینی، بازاریابی محلی، توسعه محصول، بودجه بندی و برآورد هزینه محصول، برنامه ریزی تولید، تولید، توزیع و غیره • وضع مفاد تجاری صادرات، قیمت ها، میزان تخفیفات، بودجه های تبلیغاتی و غیره • ارتباط با مرئوسان، مشتریان صادراتی مستقیم و توزیع کنندگان در خصوص طرح ها، برنامه ها، سیاست ها، اهداف، محصولات و بازخورد عملکرد • همکاری در توسعه و بازاریابی آزمایشی محصولات جدید و یافتن فرصت های محصول جدید در بازارهای خارجی • رشد تخصص در زمینه قوانین و مقررات بازار خارجی (شامل موارد مرتبط به برچسب زنی، سلامت، ایمنی، الزامات مجوز واردات، مقررات ارزی خارجی، مسئولیت محصول، قوانین نمایندگی) و حصول اطمینان از متابعت از آنها و محدود کردن مخاطرات احتمالی برای شرکت **عملکردهای کلیدی شغل مدیر بازار صادرات** • ارتباط با مدیر صادرات و سایر واحدهای درگیر در وضع اهداف/ پیش بینی‌های بازار خارجی	

• ارتباط با نمایندگان و توزیع کنندگان بمنظور توافق بر پیش بینی های حجم فروش سالیانه و فروش سالیانه و طرح ها و برنامه های بازاریابی و مساعدت با ایشان در هر حد ممکن در مراحل اجرائی • پذیرش مسئولیت بمنظور دستیابی به مقاصد، اهداف، پیش بینی ها، بودجه های تعیین شده و سایر موارد برای بازارهایشان • برنامه ریزی بهمراه نماینده یا توزیع کننده و بررسی پوشش مشتری بازار بمنظور بهینه سازی و تبدیل کارآمد ارتباط فیمابین به ظرفیت بالقوه و به حداکثر رساندن فروش از طریق فروشگاه های بالقوه • گزینش، آموزش، مدیریت، انگیزش و کنترل توزیع کنندگان • توصیه به مدیر صادرات در خصوص هوش بازار، فعالیت رقیب، مقررات حاکم بر تجارت و تغییرات در مقررات، محصولات، تبلیغات، شروط تجارت • ارتباط بین واحدهای دفتر مرکزی و نمایندگان و توزیع کنندگان • توصیه در خصوص وضع شروط تجارت و قیمت‌های صادراتی بر هر بازار، ایجاد ساختارهای قیمت برای بازار محلی بهمراه هر یک از توزیع کنندگان • هدایت مذاکرات با مشتریان خارجی مستقیم در خصوص محصولات، اصلاح محصول، کمیت ها، قیمت ها، تبلیغات، پیشنهادهای خاص و غیره • مذاکره در خصوص اصلاح محصول در بازار خاص یا الزامات توزیع • بررسی آمارهای صادرات و واردات بازار خارجی بمنظور ارائه برنامه عملکرد شرکت و ارائه بازخورد جامع به نمایندگان و توزیع کنندگان • حصول اطمینان از تجارت سودآور شرکت در بازارهای صادراتی تعیین شده **عملکردهای کلیدی شغل مدیر حمل** • دریافت کلیه سفارشات صادراتی و رسیدگی به آنها در کلیه مراحل تا ورود نهایی به بازار مقصد، شامل: برنامه ریزی تولید، بسته بندی صادراتی، آماده سازی مستندات صادراتی، برنامه ریزی حمل با کشتی یا سایر شیوه های حمل و نقل، کنترل صورتحساب ها و پرداخت ها • آماده سازی کلیه مدارک صادراتی مورد تقاضا از کلیه سازمان های دولتی مانند گمرک و اداره مالیات و ارتباط با کلیه واحدهای دولتی درگیر در واگذاری مجوزهای صادراتی • بررسی آمارهای صادراتی در بازارهای با اهمیت برای شرکت، ایجاد یک پایگاه داده و ارائه آمارهای عملکرد تطبیقی • حصول اطمینان از متابعت کلیه کالاهای حمل شده با تأکیدات مشتری و مقررات شناخته شده	

بازار از نظر بسته بندی و مستندسازی • ارتباط با بانک ها • مذاکره با خطوط کشتیرانی و سایر ارائه کنندگان خدمات حمل و نقل بمنظور دریافت بهترین نرخ و خدمات حمل و گزینش کلیه حمل کنندگانی که قرار است مورد استفاده قرار گیرند • کنترل اعتبار مشتری صادراتی و بررسی پرداخت ها • سازماندهی کلیه بیمه های صادراتی مورد نیاز با پوشش دهی کالاهای در حال حمل و در نظر گرفتن کلیه مخاطرات احتمالی ناشی از اهمال • ایجاد کلیه رویه های اداری صادرات • استخدام و آموزش کلیه کارکنان مرئوس حمل • همکاری در فرآیندهای برنامه ریزی و بودجه بندی سالیانه • ایفای نقش بعنوان پشتیبان و حامی بازاریابان در زمان سفر و دور بودنشان از مبدأ	

فهرست کنترل ۲,۴

چگونه می‌توان کار بازاریاب صادرات را اندازه گیری نمود؟

ارزیابی عملکرد کمی	نقاط عمل
• سود ناخالص برحسب بازار • سود برحسب برند یا محصول • افزایش سود در قبال پیش بینی/ هدف • سود توزیع کننده حاصل از محصولات شرکت • کنترل هزینه ها در بودجه • بودجه بعنوان درصدی از گردش کار/ سود برحسب بازار/ برند • دستیابی به حجم/ ارزش فروش در هدف های حمل صادراتی • دستیابی به اهداف فروش بازار (کاهش موجودی توزیع کننده محلی) • افزایش/ کاهش در حجم فروش های بازار: برحسب محموله های صادراتی یا کاهش در موجودی‌های توزیع کننده • تغییرات در سهم بازار - در کل	

- برحسب برند/ محصول - برحسب بخش تجاری • تغییرات در توزیع یا مصرف گزارش شده برند • مدیریت بدهکاران در محدوده های اعتباری و دوره های زمانی توافق شده • کارآمدی فعالیت تبلیغاتی: قابل تأثیر اندازه گیری بر سهم فروش/ بازار • ارزیابی حمل های تجاری موازی **ارزیابی عملکرد کیفی** • آماده سازی طرح های بازاریابی استراتژیک - سطح کلان/ سطح خرد - برحسب کشور - برحسب توزیع کننده/ نماینده • آماده سازی طرح های فروش و تاکتیکی برحسب بازار/ توزیع کننده/ نماینده • آماده سازی طرح ها و بودجه های جامع تبلیغاتی و تشویقی • دقت/ کیفیت اطلاعات در پرونده های ایجاد شده برای بازارها • روابط با توزیع کننده/ نماینده • اجرای کارآمد و متابعت توزیع کننده از طرح های بازاریابی و فروش • مهارت ها، سیستم ها و کنترل های مدیریتی توزیع کننده • مهارت ها، سیستم ها و کنترل های نیروی فروش توزیع کننده • کارآمدی نیروی فروش توزیع کننده • متابعت توزیع کننده از الزامات گزارش دهی شرکت	

فصل چهارم

مدارک مربوط به حمل و صدور کالا

بارنامه هوایی(Airway Bill (AWB

رسید دریافت کالا برای حمل که بوسیله شرکت هواپیمایی یا نماینده آن صادر می‌شود، بارنامه هوایی نامیده می‌شود. با صدور این بار نامه شرکت هواپیمایی حمل کننده موظف است با شناسایی کامل گیرنده، بار را تحویل وی دهد. به همین جهت صلاح در این است که هنگامیکه بار صادراتی خود را با هواپیما حمل می‌کنید. آنرا بنام بانک خارجی گشایش کننده اعتبار بفرستید. انجام این کار شما را قادر می‌سازد که تا زمانی که مدارک صادراتی شما مورد قبول قرار نگرفته و پرداخت وجه کالا انجام نپذیرفته، کنترل خود را بر روی کالای ارسالی خود حفظ می‌کنید. بارنامه هوایی شامل سه نسخه اصلی و شش تا یازده نسخه رونوشت می‌باشد. نسخه اول اصلی بوسیله شرکت هواپیمایی حمل کننده برای حسابرسی نگاهداری می‌شود. نسخه سوم اصلی بعنوان مدرک حمل کالا تحویل صاحب و فروشنده کالا می‌شود.

بارنامه دریایی (Bill of Lading)B/L

بارنامه عبارت از مدرکی است که بوسیله شرکت کشتیرانی یا نماینده آن صادر می‌شود و طی آن شرکت کشتیرانی تایید می‌نماید که بار صادراتی مشروح در بار نامه را روی عرشه کشتی تحویل گرفته و خود را در عین حال متعهد می‌سازد که کالا را بهمان وضعی که تحویل گرفته و بسلامت تحویل گیرنده کالا یا نماینده وی دهد مشروط به آنکه کرایه حمل و سایر هزینه‌های مندرج در بار نامه عیناً پرداخت شود. بارنامه معمولا دارای دو یا سه نسخه اصلی می باشد. نسخه‌های اصلی بارنامه پس از پرداخت کرایه حمل و سایر هزینه های حمل بوسیله شرکت کشتیرانی یا نماینده آن مهر و امضا می‌شود. هر دو یا سه نسخه اصلی بارنامه برای تحویل گرفتن کالا از کشتی معتبر امضا است. حال اگر یکی از نسخه‌های اصلی برای تحویل کالا مورد استفاده قرار گیرد، دو نسخه دیگر از اعتبار ساقط می‌شود علاوه بر این دو یا سه نسخه اصلی، ده تا دوازده نسخه رو نوشت بصورت غیر قابل معامله نیز ضمیمه بارنامه‌های اصلی می‌شود ولی از این نسخه‌ها برای تحویل گرفتن کالا نمی‌توان استفاده کرد.

بارنامه دارای انواع مختلف است که صدور آن بستگی به شرایط اعتبار نامه اسنادی دارد.

در زیر تعدادی از انواع بارنامه ها را شرح می‌دهیم:

الف) بارنامه صرفاً رسید دریافت بار برای حمل (بدون تعهد)

ب) بارنامه مربوط به موجود بودن کالا روی اسکله که تایید مینماید بار به داخل اسکله حمل شده است.

پ) بارنامه مربوط به بار روی کشتی که گواهی و تایید می نماید کالا روی کشتی و روی عرشه ان حمل گردیده است

ت) بارنامه حمل مرکب که گواهی می‌نماید وسیله حمل مشتمل بر دو یا چند نوع وسیله‌ای است که کالا بوسیله آنها حمل می‌شود.

ث) بارنامه حمل کالا با انتقال بوسیله حمل دیگر. این بارنامه برای حمل کالا با استفاده از دو کشتی یا دو وسیله در یک مسیر صادر می‌شود و در صورتی معتبر می‌باشد که حمل با دو یا چند وسیله در یک مسیر در اعتبار نامه اسنادی مجاز دانسته شود.

ج) بارنامه دریایی مخصوص حمل بار با کشتی‌هایی که دارای خطوط کشتیرانی منظم به بنادر مبدا و مقصد هستند. LINEAR BILL OF LADING

چ) بارنامه دریایی مخصوص حمل بار با کشتی‌های چارتر (اجاره ای)

ح) رسید دریافت کالا MATE RECEIPT: شامل نام صاحبکالا، محل دریافت کالا، شماره سفر دریایی، بندر بارگیری، بندر تخلیه، محل تحویل کالا، علائم و شماره های عدل‌ها، شرح کالا، وزن ناخالص و سایر جزییات که طبق فرم استاندارد باید انجام پذیرد. رسید دریافت کالا هنگامی که کالا بار کشتی شود، بوسیله ناخدای کشتی صادر می‌گردد. رسید دریافت کالا قابل انتقال از شخصی به شخص دیگر بوده و برای دریافت بارنامه ارائه ان به شرکت کشتیرانی حمل کننده کالا ضروری می‌باشد.

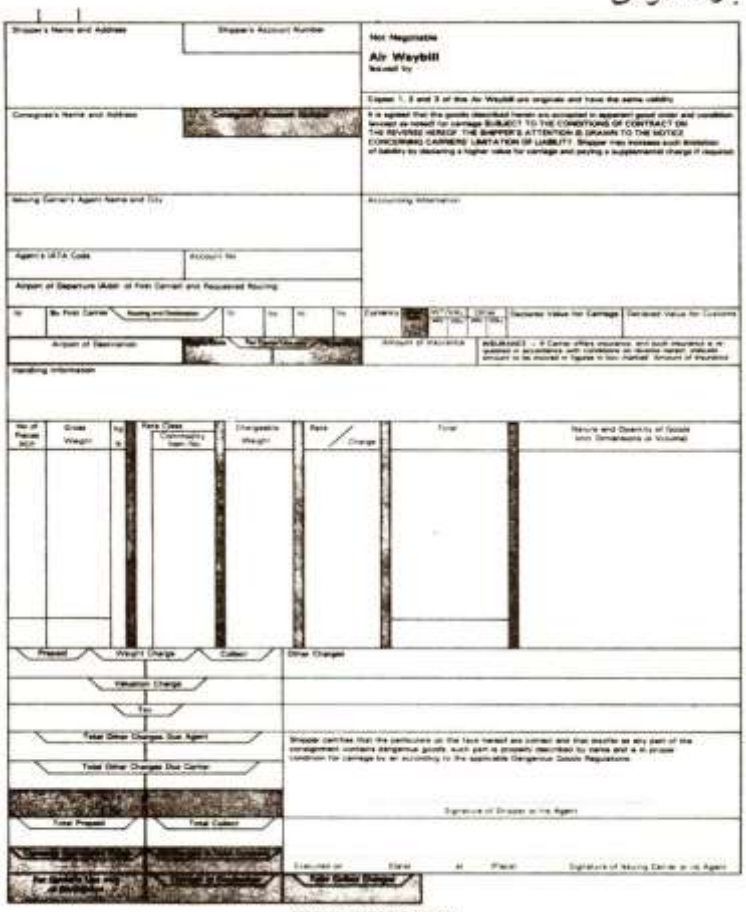
ط) بارنامه (راه نامه) کامیون CMR

ظ) راه نامه (بارنامه) قطار Railway Bill

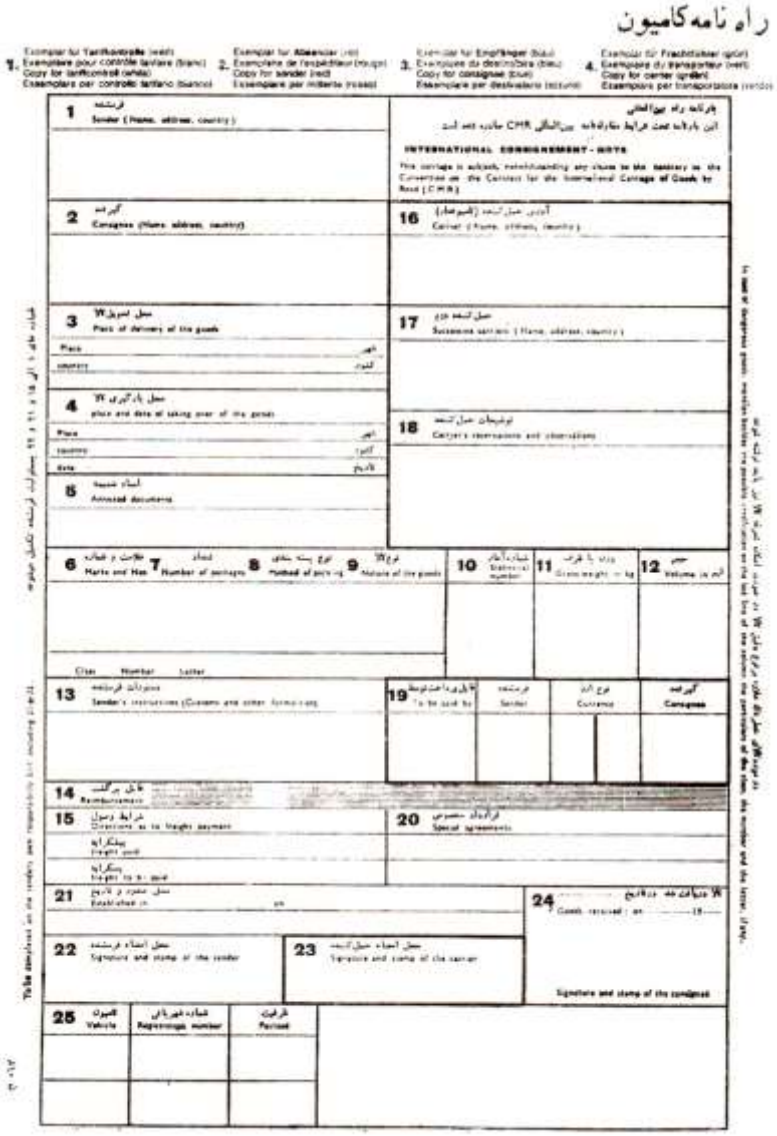
اظهارنامه کالای خروجی

<table>
<tr><td colspan="5">۱-نام و نشانی صادرکننده و ارسال کننده کالا</td><td colspan="4">۳-شماره ثبت اظهارنامه ۴- اداره گمرک
شماره و تاریخ..... قبض رسید</td></tr>
<tr><td colspan="5">۲-حق العمل کار</td><td colspan="4" rowspan="2">۶- نشانی خریدار (در صورتی که شخص غیر از گیرنده باشد)</td></tr>
<tr><td colspan="5">۵- گیرنده کالا در مقصد</td></tr>
<tr><td colspan="5">۷- نشانی برای ابلاغ یا تحویل</td><td colspan="4">۸- شماره اجازه صدور ۹- کشور مبدأ
۱۰- کشور مقصد نهایی کالا</td></tr>
<tr><td colspan="5">۱۱- وسیله حمل و نقل ۱۲- محل بارگیری
۱۳- مقصد وسیله نقلیه</td><td colspan="4">۱۴- شرایط معامله و پرداخت و تحول کالا</td></tr>
<tr><td colspan="5">مشخصات عدلها</td><td></td><td>۱۶- شماره آماری</td><td>۱۷- مقدار</td><td>۱۸- ارزش</td></tr>
<tr><td>۱۵- علامت و شماره</td><td>نوع جنس</td><td>شماره تعرفه</td><td>وزن با ظرف</td><td>وزن خالص</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="5">ارزش پس از ارزیابی ریال
کرایه حمل تا مرز خروجی ریال
بیمه ریال
جمع کل ارزش کالا برای اخذ پیمان ریال</td><td colspan="4">شماره پیمان تاریخ پیمان
مبلغ پیمان ارزی دریافت گردید.
رئیس دایره فنی امضای نماینده بانک</td></tr>
<tr><td rowspan="11">۱-امضای کارشناس
۲- امضای ارزیابان
۳- امضای سرارزیاب
۴- امضای رئیس گمرک</td><td colspan="4">۱۹- عوارض متعلقه</td><td colspan="3" rowspan="11">تاریخ تحویل کالا به انبار گمرک
محلی که کالا در آن نهاده شده
تاریخ
شماره ثبت دفتر اسناد
تاریخ محل امضای
رئیس انبار
۲۰- اظهارنامه برای صادرات</td></tr>
<tr><td>نوع عوارض</td><td>د</td><td>ریال</td></tr>
<tr><td>۱-مهر سربی</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>۲- مهر لاکی</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>۳- باربری</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>۴- انبارداری</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>۵- جرثقیل</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>۶- حق اسکله</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>۷- متفرقه</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>جمع</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">محل الصاق تمبر</td><td colspan="3">مبلغ وصولی ریال
امضاء و مهر رئیس صندوق
تاریخ</td><td colspan="3">۲۱- تنظیم یافته در تاریخ
امضای اظهار کننده</td></tr>
</table>

بارنامه‌هوائی



ORIGINAL 3 (FOR SHIPPER)



راه نامه کامیون

INTERNATIONAL CONSIGNMENT - NOTE

1 فرستنده Sender (Name, address, country)

2 گیرنده Consignee (Name, address, country)

3 محل تحویل کالا Place of delivery of the goods

4 محل بارگیری کالا Place and date of taking over of the goods

5 اسناد ضمیمه Annexed documents

16 آدرس حمل کننده (تلیوحات) Carrier (Name, address, country)

17 حمل کننده بعدی Successive carriers (Name, address, country)

18 توضیحات حمل کننده Carrier's reservations and observations

6 علائم و شماره Marks and Nos 7 تعداد Number of packages 8 نوع بسته بندی Method of packing 9 نوع کالا Nature of the goods 10 شماره آمار Statistical number 11 وزن با قرقره Gross weight in kg 12 حجم Volume in m³

13 دستورات فرستنده Sender's instructions (Customs and other formalities)

19 تقاضای پرداخت شود به Is to be paid by: فرستنده Sender — نوع ارز Currency — گیرنده Consignee

14 وجه برگشتی Reimbursement

15 شرایط وصول Directions as to freight payment

20 قرارداد مخصوص Special agreements

پیشکرایه Freight paid

پسکرایه Freight to be paid

21 محل صدور و تاریخ Established in ... on

22 محل امضاء فرستنده Signature and stamp of the sender

23 محل امضاء حمل کننده Signature and name of the carrier

24 کالای واصله در تاریخ Goods received on ... 19...

Signature and stamp of the consignee

25 وسیله نقلیه Vehicle — شماره گواهینامه Registration number — قرقره Period

بارنامه دریایی

Page 2

Shipper:

BILL OF LADING B/L No.:

Islamic Republic of Iran
Shipping Lines

Consignee:

Notify address: (carrier not to be responsible for failure to notify)

*Local vessel: *from:

(Ocean) vessel: Port of loading:

Port of discharge: *Final destination (if on-carriage): Freight payable at: Number of original Bs/L:

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER OF GOODS

Marks & Nos.:	Number and kind of packages; description of goods:	Gross weight kg

Shipper's Ref.:

Freight and charges:

SHIPPED in apparent good order and condition unless otherwise specified on board the aforementioned vessel the goods described above (the particulars given (being supplied by the Shipper and the measurement, weight, quantity, brand, contents, marks, number, quality and value being unknown to the carrier) for the carriage to the port of discharge or so near thereunto as she may safely go subject to the terms, conditions and exemptions of this Bill of Lading.

In accepting this Bill of Lading the Owners of the goods expressly accept and agree to all its stipulations on both pages, whether written, printed, stamped or otherwise incorporated, as fully as if they were all signed by the Owners of the Goods.

In WITNESS whereof the Master, Purser or Agent of the said vessel has signed the number of original Bills of Lading stated above, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others, stand void. One of the Bills of Lading must be given up, fully endorsed in exchange for the goods.

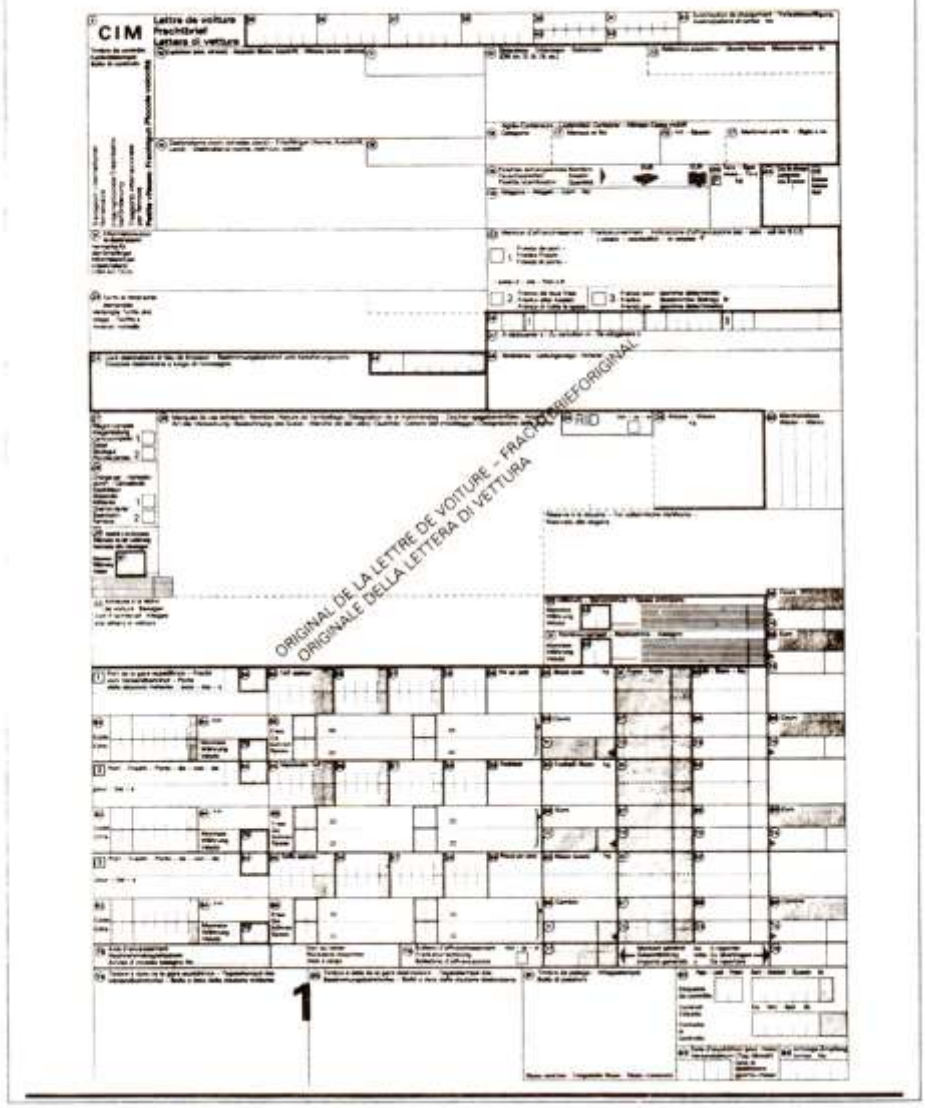
Place and date of issue:

for the Master:

COPY – NOT NEGOTIABLE

*) Applicable only when document used as a Through Bill of Lading

راه‌نامه‌راه‌آهن



سایر مدارک مهم:

(الف) فاکتور بازرگانی(Commercial Invoice)

فاکتور فروش یا فاکتور بازرگانی مهمترین و اساسی ترین مدرکی است که بوسیله صادر کننده تهیه می‌شود و شامل نام و آدرس خریدار کالا، شماره و تاریخ فاکتور، شرح، وزن (ناخالص و خالص)، ارزش واحد و ارزش کل کالا،نام کشتی، مسیر کشتی، تاریخ حرکت کشتی، مشخصات بسته بندی، علائم و تعداد عدل‌ها، شماره بارنامه دریایی/ زمینی/ هوایی، شرایط فروش و پرداخت قیمت کالا، شماره اعتبار نامه اسنادی، شماره مجوز ورود کالا و غیره می‌باشد. فاکتور فروش دست کم باید در ۵ نسخه تهیه شود و متن آن باید دقیقا منطبق با شرایط مندرج در قرارداد فروش باشد و باید روی سربرگ صادر کننده تهیه شده و بوسیله صادر کننده و یا نماینده وی مهر و امضا شود.

(ب) فاکتور کنسولی(Consular Invoice)

فاکتور کنسولی فاکتوری است صرفا برای صدور کالا به کشورهای کنیا، اوگاندا، تانزانیا، موریتانی، زلاند نو، استرالیا، برمه ، قبرس، لازم و ضروری است. فاکتور کنسولی بوسیله سفارت خریدار کالا در کشور صادر کننده تهیه و در مقابل کارمزد مشخص تحویل صادر کننده می‌گردد.

هدف از صدور اینگونه فاکتورها کمک به کشور وارد کننده کالاست تا بتوانند اطلاعات دقیق نسبت به ارزش، مقدار کیفیت و منبع ساخت کالای صادراتی را کسب نمایند. وجود اینگونه فاکتورها باعث می‌شوند که خریدار کالا بتواند کالا را بدون معطلی بی مورد از گمرک خارج کند.

(پ) فاکتور گمرک(Custom Invoice)

بعضی از کشورها نظیر ایالات متحده امریکا و کانادا نیاز به فاکتور گمرک دارند که روی فرم مخصوصی تهیه شده و تحویل مقامات گمرکی کشور وارد کننده کالا می‌گردد. وجود این فاکتور باعث می‌شود که کالا با نرخ‌های ترجیحی گمرکی وارد کشور شود. فرم این فاکتورها معمولاً در کنسولگری‌های سفارتخانه‌های مذکور موجود است که باید پس از پر کردن آن به تایید کنسولگری برسد.

(ت) فاکتورهای رسمی(Legalized Invoices)

بعضی از کشورهای امریکای لاتین وجود این نوع فاکتورهای فروش را با توجه به نیاز خویش ضروری می‌دانند هرچند این مورد در خاور میانه بیشتر مرسوم است. در این فاکتورها پس از شرح کامل صادر کننده قسم یاد می‌کند جنسی که ارسال می دارد دقیقا منطبق با جنس مورد در خواست خریدار است. این فاکتور باید به مهر و امضای مسئول کنسولگری سفارت کشور وارد کننده برسد و برای تایید آن هزینه مختصری پرداخت گردد.

(ث) گواهی وزن(Weight note)

این گواهی برای تایید وزن تعداد عدل‌ها بوسیله صادر کننده تهیه شده و در آن وزن خالص و ناخالص کالا شرح داده می‌شود.

(ج) گواهی مبدا(Certificate of Origin)

گواهی مبدا نشان دهنده کشور مبدا ساخت یا صدور کالا بوده حاوی تمامی مشخصات کالا، مشخصات صادر کننده و مشخصات وارد کننده می‌باشد. گواهی مبدا پس از تکمیل باید به گواهی اتاق بازرگانی شهری که کالا از آن صادر می‌شود برسد.

گواهی مبدا بصورت دو فرم جداگانه تهیه می‌شود. یکی گواهی مبدا برای کشورهای عضو جامعه اروپا که مشخص می‌سازد و کالا از یک کشور رو به رشد صادر گردیده و بعضاً شامل بعضی از تعرفه‌های ترجیحی می‌گردد.

نوع دوم، نوع معمولی گواهی مبدا است که برای سایر کشورها معتبر می‌باشد.

گواهی مبدأ ۱

1-Exporter (name, address, country) Exportateure (nom, adresse, pays)	2- شماره number-numero گواهی مبداء CERTIFICATE OF ORIGIN CERTIFICAT D'ORIGINE	
3- Consignee (name, address, country) Destinataire (nom, adresse, pays)		
4- Particulars of transport (where required) Renseignements relatifs au transport (le cas echean)		
5- Marks & Numbers, and Number and kind of packages; Description of the goods Marques et numeros; Nombre et nature des colis; Designation des marchandises	وزن بار 6- Gross weight Polds brut	7.
ملاحظات 9- Other information- Autres renseignements مهر Stamp – Timbre	It is hereby certified that the above mentioned goods Originate in: گواهی می‌نماید که کالای مزبور از مبدأ ll est certifie par la presente que les marchandises mentionnees ci – dessus sont originaires de: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران- تهران CERTIFING BODY ORGANISME ANYANT DELIVRE LE CERTIFICAT …… تاریخ و محل صدور Place and date of issue – lieu et date de deliverance امضای مجاز Authorised signature- Signature autorisee	

گواهی مبدأ ۲

<table>
<tr><td colspan="3">1.GoodS consigned from (exporter’s business name, address, country)</td><td colspan="3" rowspan="2">Reference
GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES
CERTIFICATE OF ORIGIN
(Combined declaration and certificate)
FORM A
Issued in ……
(Country)
See notes overleaf</td></tr>
<tr><td colspan="3">2. Goods consigned to (consignee’s name, address, country)</td></tr>
<tr><td colspan="3">3. Means of transport and route (as far as known)</td><td colspan="3">4. For official</td></tr>
<tr><td>5. item number</td><td>6. marks and numbers of packages</td><td>7. number and kind if packages, description of goods</td><td>8. origin criterion (see notes overleaf)</td><td>9. gross weight or quantity</td><td>10. number and date of invoices</td></tr>
<tr><td colspan="3">11. certification
It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct

.....
...
Place and , date, signature and stamp of certifying authority</td><td colspan="3">12. declaration by the exporter
The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in
…….
(country)
and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to
…….
(importing country)
……
Place and , date, signature of authorized signatory</td></tr>
</table>

(چ) گواهی تولید کننده کالا: (Manufacturer's Certificate)

علاوه بر گواهی مبدا، بعضی از کشورها ارائه گواهینامه تولید کننده کالا را نیز ضروری می‌دانند که طی آن گواهی می‌شود کالای صادر شده عملا و واقعاً در کارخانه تولید کننده، تولید شده است.

(ح) گواهی آنالیز شیمیایی: (Chemical Analysis Certificate)

بمنظور حصول اطمینان از کیفیت و درجهبندی سنگ‌های معدنی حاوی فلزات و انطباق آنها با کیفیت و درجه بندی مندرج در قرارداد فروش، ممکن است خریدار از صادر کننده بخواهد گواهی آنالیز شیمیایی این نوع کالاها را که بوسیله یک موسسه بازرسی معتبر بین المللی صادر گردیده، برای وی ارسال دارد.

(خ) گواهی بهداشت: (Sanitary Certificate)

هنگامیکه کالایی صادر می‌شود مواد غذایی، فراورده‌های دریایی، روده و سالامبور و یا دام زنده باشد، باید همراه با سایر مدارک، گواهی بهداشت را نیز از مقامات بهداشتی، امور دام و غیره تهیه کرد. این گواهی مورد نیاز خریدار بوده و طی آن باید اعلام شود که اقلام خوراکی مناسب برای مصرف انسانی می‌باشد.

(د) گواهی حجم:(Certificate of Measurement)

کرایه حمل را یا براساس وزن و یا براساس حجم محاسبه می‌کنند. هنگامی که کرایه حمل بر اساس وزن محاسبه می‌شود، وزن اعلام شده بوسیله صادر کننده مورد قبول قرار می‌گیرد. بهر صورت برای محاسبه کرایه حمل بر اساس اندازه گیری طول و عرض و ارتفاع هر عدل و یا بعبارت دیگر مقدار حجمی که کالا در کشتی یا کامیون جا می‌گیرد گواهی حجم کالا لازم است که معمولاًاتاق بازرگانی شهر صادر کننده کالا وظیفه تایید و صدور آن را بر عهده دارد.

ط) گواهی بیمه: (Insurance Certificate)

ظ) گواهی بازرسی: (Inseption Certificate)

(ذ) اطلاعیه حمل: (Shipment Advice)

اطلاعیه حمل کالا بوسیله صادر کننده تهیه و جهت اطلاع خریدار خارجی در مورد حمل کالا برای وی ارسال می‌گردد.

۳- گواهینامه های ایزو –9000، ایزو 9001 و ایزو 9002

سری استانداردهای مشخصات که تحت عنوان ISO-9۰۰۰معروف است در اصل شامل استانداردهای تعیین کیفیت ماشین‌آلات و نحوه مدیریت کارخانه‌های تولیدی به منظور حصول اطمینان از کارکرد صحیح کارخانه و بالمآل تولید کالا با کیفیت منطبق با استانداردهای جهانی بوسیله سازمان بین المللی استانداردها بوجود آمده و در سراسر جهان بعنوان مختصات اطمینان بخش کارخانه برای تولید کالای مرغوب مورد قبول قرار گرفته است.

این سری از استانداردها اثبات می‌کند که شرکت یا کارخانه تولیدی چگونه قادر خواهد بود سیستم کنترل کیفیت را به صورت اقتصادی (با صرفه جویی) و بصورتی کاملاً موثر در اداره کارخانه یا شرکت بطوری بوجود آورد تا بتواند به مشتری خود ثابت کند که این شرکت یا کارخانه تولیدی قادر به تولید کالاهای خود با حداکثر کنترل مرغوبیت کالا می‌باشد. هدف از کسب گواهینامه مربوط به استانداردهای ایزو- 9000 بوسیله شرکت یا کارخانه تولیدی به شرح زیر است:

الف) کسب این گواهینامه بوسیله کارخانه تولیدی یا شرکت صادر کننده اطمینان مشتری را نسبت به تولید و ساخت کالا افزایش می‌دهد.

ب) نیاز به انجام بازرسی های مجدد و متعدد کنترل کیفی کالا را از میان بر می‌دارد.

پ) مدیریت کارخانه را وادار به عملکرد تعهد آمیز مدیریت تولید می‌نماید.

ت) ارتباط منطقی بین کیفیت کالای تولیدی با میزان هزینه های انجام شده را ایجاد می‌نماید.

ث)به مشتریان خود تولیدات و کالاهایی که با معیار های بین المللی استاندارد شده تحویل می‌دهد.

برای اینکه کارخانه تولیدی یا یک شرکت قادر به کسب گواهینامه ایزو – 9000باشد باید اقدامات زیر را بصورت موفقیت آمیز به انجام برساند:

الف) تکمیل دوره آموزشی کارآموزی ایزو – 9000

ب) گزارشی کتبی از روش‌های کیفی.

پ) مشخص ساختن مسئولیت‌ها.

ت) انتصاب نماینده کارخانه تولیدی خود.

ث) تشریح نحوه شناخت روند بازرگانی کارخانه.

رسم ناپسند

تاکنون رسم بر این بوده است که صادر کننده کالا برای فروش کالای صادراتی خود به چند کتاب راهنما و حداکثر به نمایندگی کشورهای مختلف در ایران مراجعه می‌کرده و نام چند خریدار احتمالی را انتخاب می‌کرده و با مکاتبه با هریک از آنها سرانجام یکی از خریداران که به کالای صادر کننده علاقه نشان می‌داد و سرانجام صادرات سر گرفته می‌شده است.

حال دیگر این روش منسوخ شده و دیگر شما نباید این روش را ادامه دهید. مهمترین دلیل آن علاوه بر وجود ریسک‌های فراوان این است که خریدار کالای شما را به قیمت حراج خریداری می‌کند زیرا خودتان چوب حراج را به کالای خود زده‌اید و به این طرف و آن طرف رفته‌اید تا کالای خود را به فروش برسانید. خریدار نیز با استفاده از نیاز شما قیمتی برابر یا یک سوم قیمت واقعی را پیشنهاد نموده و علاوه بر آن شرایطی برای فروش می‌گذارد که صادر کننده را در تنگنا قرار می‌دهد. امروزه این روش در دنیا از میان رفته است. صادرکنندگان واقعی هر یک نماینده‌ای در کشورهای متعدد دارند که کلیه عملیات مربوط به ترخیص و فروش کالا را بصورت رایج آن کشور به فروش می‌رسانند.

فصل پنجم

حمل و نقل بین‌المللی

رشد سریع تجارت بین المللی از پایان جنگ جهانی دوم و ظهور اقتصاد سریع و تجارت بین‌المللی چین در دهه‌های اخیر باعث افزایش چشمگیر حمل و نقل کالا در سطح بین‌المللی گردیده بطوری که قبل از ظهور تجارت بین‌المللی چین، کشتی‌ها، راه آهن و کامیون‌ها اکثراً دنبال کالا می‌رفتند و بهر قیمتی حتی با سود اندک آماده بودند کالای صادراتی را حمل کنند. گسترش سریع تجارت بین المللی چین باعث بروز کمیابی در ظرفیت حمل و نقل جهانی گردید. بطوری که دولت چین هر کشتی یا کامیون بدون مشتری را که سراغ می‌گرفت بلافاصله برای حمل کالاهای خود با قیمت بالاتر اجاره می‌کرد این تا چندی قبل نیز ادامه داشت ولی بتدریج با افت صادرات کالاهای چینی از یک طرف و ساخت کشتی‌ها و کانتینرهای مدرن به وسیله کشورهای مختلف و گسترش شبکه‌های راه آهن که از چندین کشور مختلف می‌گذرند باعث گردیده کرایه حمل و نقل بین المللی تا حدودی به وضع سابق برگردد و تخفیف قابل ملاحظه‌ای داده شود.

برای حمل ونقل بین المللی کالاها معمولاً سه نوع وسیله مورد استفاده قرار می‌گیرد که ذیلاً به شرح آن می‌پردازیم.

- حمل و نقل جاده‌ای: یکی از مزایای مهم حمل و نقل جاده‌ای کامیون حمل کالا از محل تولید مستقیماً به محل مصرف است. حمل و نقل جاده‌ای دارای سرعت بیشتر و خدمات متنوع‌تری است و در عین حال هزینه جنبی کمتری را در پی دارد اما محدودیت‌هایی نیز دارد که از جمله عدم وجود جاده مناسب و ظرفیت متفاوت آنها و مهمتر از آن مسائل مربوط به اخذ پروانه عبور از کشورهای در مسیر است. از جمله کامیون‌های مورد استفاده حمل و نقل بین‌المللی عبارتند از کامیون مخصوص حمل بار فلّه‌ای، کامیون مخزن دار (تانکر)، کامیون مخصوص حمل اتومبیل، کامیون مخصوص حمل بارهای کم حجم و سبک، کامیون چادری، کامیون یخی، کامیون روباز، کامیون دو محفظه، کامیون کفی، و کامیون کمرشکن دارای محورهای بیشتر و تا ۵۸ تن بار را حمل می‌کنند.

- حمل و نقل با راه آهن: مزایای آن این است که می‌تواند کالا را با حجم زیاد تا دوردست‌ها حمل کند و بنادر را به هم وصل کرده و مکمل حمل و نقل دریائی است. از جمله معایب استفاده از راه آهن نیاز به داشتن وسیله‌ای دیگر جهت حمل بار از ایستگاه راه آهن است مضافاً اینکه واگن‌های راه آهن قادر نیستند کالاهایی با طول و عرض خیلی زیاد را حمل نمایند.

- حمل و نقل هوایی: احتیاج به راه زمینی ندارد. سرعت بیشتر از تصور دارد ولی دارای محدودیت‌های سیاسی مربوط به عبور از حریم هوایی کشورها و محدودیت مربوط به امکانات فرودگاهی است.

- حمل و نقل دریایی: یکی از قدیمی‌ترین وسایل حمل کالا است و به علت ارزانی کرایه آن و ناچیز بودن هزینه‌های جانبی بخش عمده حمل و نقل بین المللی را تشکیل می‌دهد. عدم نیاز به راه‌های زمینی و استفاده از دریا و راههای آبی که بطور طبیعی وجود دارد بخصوص آنکه کانال‌های دریایی نظیر سوئز و پاناما مسیرهای دریایی را بسیار کوتاه کرده‌اند. انواع کشتی‌ها به اندازه‌ها و ظرفیت‌های متفاوت میتوانند انواع بارها را در اندازه‌های بزرگ حمل کنند و حمل بارهای بسیار زیاد در یک کشتی امتیاز بزرگ کشتی نسبت به سایر وسایل حمل و نقل به شمار می‌رود.

- حمل و نقل کانتینری: به جز مواردی که کالا معمولاً به صورت فلّه باید بارگیری شود امروزه اکثریت قریب به اتفاق کالاها در داخل کانتینرها حمل می‌شود. مزیت بسیار مهم کانتینرها این است که احتمال صدمه وارد شدن به بار کمتر است و هنگام جابجایی بسیار راحت‌تر و سریع‌تر از بارهای فلّه انجام می‌شود بخصوص هنگام انتقال بارها از یک کشتی به کشتی دیگر و یا تخلیه بار در بنادر ازجمله مزایای کانتینر است.

معمولاً شرکت‌های مختلف کشتیرانی خود دارای کانتینرهایی با ظرفیت‌هایی متفاوت و اکثراً ۲۰ یا ۴۰ فوت مکعب می‌باشد که بصورت امانی یا اجاره در اختیار صاحبان بار قرار می‌دهند در بعضی موارد خود صاحبان بار نیز می‌توانند صاحب کانتینر خود باشند. مسئولیت عمده حمل کانتینرها در کشتی‌ها معمولاً بر عهده فرمانده کشتی است که از طریق مدیریت ساحلی و نیز خدمه کشتی انجام می‌پذیرد. این مسئولیت‌ها شامل بسته بندی صحیح، برچسب زنی و توزیع بار به هنگام بارگیری آنها در داخل

کانتینرها به اظهار صحیح کالا توسط صاحبان بار و ایمنی بار در کانتینرها و بارگیری آنها توسط تجهیزات بندری در کشتی می‌باشد. صاحب بار باید قبلاً به تعداد مورد نیاز کانتینرها را رزرو کرده و پس از حصول اطمینان کامل از سالم بودن و تمیز بودن کانتینر قبل از حمل بار که باید بوسیله بازرس بین المللی مورد بازرسی دقیق قرار گیرد و بارگیری چنین کالاهای صادراتی را می‌توان با در نظر گرفتن شرایط زیر آغاز کرد:

حمل و نقل دریایی

حمل و نقل دریایی از قدیمی ترین وسائل حمل است و به علت ارزانی و قلّت هزینه ها، بخش عمده حمل و نقل بین المللی را تشکیل می‌دهد.

مزایا و محدودیت های حمل و نقل دریایی

مزایای حمل و نقل دریایی عبارتست از:

- عدم نیاز به راه سازی، راه دریا و سایر آب های قابل کشترانی به طور طبیعی در اختیار بشر قرار دارد.
- راه دریائی کمتر دستخوش مناقشات سیاسی است، بجز آب‌های ساحلی کشورها
- کانال های دریائی راه ها را خیلی کوتاه کرده است.
- وجود انواع کشتی‌ها با اندازه های مختلف که می تواند انواع مختلف بارها با اندازه‌های بزرگ را حمل نماید.
- حمل مقدار زیادی بار در یک کشتی، با کشتی های مختلف انواع کالاها را می توان حمل کرد.
- راه مستقل کشورها می‌باشد بدین معنی که دسترسی مستقل برای کشورها ایجاد می‌کند. مبادی دریائی را مبادی مستقل می‌نامند.

محدودیت‌های حمل دریائی عمدتاً عبارتست از محدودیت‌های بنادر و تجهیزات آنها، مشکلات اقلیمی و آب و هوا در بعضی مسیرها و بنادر و عدم دسترسی تمام کشورها به دریا و آب‌های آزاد.

عوامل فوق باعث گردیده است که هزینه حمل کالا از طریق دریائی نسبت به سایر وسائل حمل ارزان تر تمام شود و قسمت عمده کالاها در سطح بین المللی به وسیله کشتی حمل گردد.

نحوه تعیین کرایه حمل دریائی

کرایه حمل دریائی نیز مانند کرایه سایر وسائل حمل به وسیله عرضه و تقاضا تعیین می‌گردد. کشش تقاضا برای خدمات کشتی رانی در کالاهای مختلف متفاوت است. در مواقع عادی عامل مؤثر بر کشش تقاضا عبارتست از هزینه حمل به نسبت قیمت بازار کالا. هزینه حمل دریائی معمولاً جزء عمده ای (بین ۸ تا ۱۵ درصد) قیمت بازار کالا را تشکیل می‌دهد. در مواقعی که تعداد زیادی عرضه کننده و متقاضی وجود دارد و زمانی که تقاضا کشش مناسب داشته باشد تقریباً نرخ بر مبنای رقابت کامل تعیین می‌گردد.

طبقه بندی خطوط کشتیرانی

برای بررسی نحوه تعیین کرایه حمل دریائی لازم است طبقه بندی‌های خاصی را به اعتبار نوع کشتی‌ها، نوع کالا و نوع فعالیت کشتی‌ها به عمل آورد تا توجیه مطلب سهل‌تر صورت گیرد.

طبقه بندی کشتی ها بر اساس نوع فعالیت- خطوط کشتیرانی معمولاً به صورت زیر فعالیت می‌کنند:

- فعالیت به صورت خطوط منظم LINER- کشتی‌های فعال در خطوط منظم بر اساس برنامه های از پیش زمانبندی شده از مبادی مشخص به مقاصد معین تردد می‌نمایند. این کشتی‌ها معمولاً به حمل کالاهای عمومی (متفرقه) در ابعاد و اوزان مختلف که معمولاً دارای صاحبان متعدد می‌باشند می‌پردازند. از ویژگی‌های اینگونه کشتی‌ها آن است که از برنامه تعیین شده خود عدول نمی‌کنند و این خصوصیت هم به صاحبان کالاها و هم به مسئولان عملیاتی کشتی‌ها و هم به عوامل مؤثر در بازاریابی کالا این امکان را می‌دهند که نسبت به نوع فعالیت خود برنامه‌ریزی دقیق و صحیح و قابل اجراء به عمل آورند. این ویژگی مزیت خطوط منظم بر سایر طرق حمل دریائی محسوب می‌گردد.

فعالیت به صورت خطوط نامنظم TRAMP- کشتی‌هایی که به این صورت فعالیت می‌نمایند دارای برنامه از پیش تعیین شده نیستند و فعالیت آنها مبتنی بر تقاضای واصله از طرف صاحب کالا می‌باشد. به همین جهت مبداء و مقصد حمل را صاحب کالا تعیین می‌کند و از آنجایی که مبادی و مقاصد حمل اینگونه کشتی‌ها توسط صاحب کالا تعیین می‌گردد لذا امکان برنامه‌ریزی برای ذخیره جا جهت کالای

دیگر در همان مسیر از صاحب کشتی ها سلب می‌شود. به همین دلیل است که اینگونه کشتی‌ها فقط به حمل کالاهایی که ظرفیت کامل کشتی را اشغال نماید می‌پردازند و معمولاً هم کالاهای حمل شده توسط این کشتی ها یک نوع مشخص می‌باشد مانند گندم، آهن و غیره.

طبقه بندی کشتی‌ها بر اساس نوع کالائی که حمل می‌کنند

- کشتی‌های مورد استفاده در خطوط منظم از نوع کشتی‌هایی هستند که به حمل کالاهای عمومی می‌پردازند. سایر انواع کشتی‌ها معمولاً به صورت غیر منظم اقدام به حمل کالا می‌نمایند که عمدتاً عبارتند از:

- کشتی های فله بر، مخصوص حمل بارهای فله‌ای
- کشتی‌های مخصوص حمل مایعات، مواد شیمیائی و غیره
- کشتی‌های مخصوص حمل محمولات سنگین وزن و حجیم
- کشتی‌های یخچالی
- کشتی‌های مخصوص حمل حیوانات زنده
- کشتی‌های مخصوص حمل خودرو (RO RO)

نحوه تعیین کرایه حمل خطوط دریائی منظم

شرکت‌های کشتیرانی با خطوط منظم معمولاً مؤسسات بزرگی هستند درحالی که کالاهایی را که حمل می‌کنند متعلق به افراد و مؤسسات متعدد می‌باشد، لذا معمولاً این شرکت‌ها توانایی تعیین نرخ را دارا هستند. این کرایه ها به وسیله کنفرانس‌های تعرفه کشتیرانی تعیین می‌گردد و آنرا TARIFF PRICE می‌نامند.

نرخ‌های خطوط منظم بر اساس اصول ذیل تعیین می‌گردد.

۱- قیمت تمام شده حمل

۲- وزن و ابعاد کالا- وزن و ابعاد کالا از عوامل مؤثر در تعیین کرایه حمل دریایی است و نرخ‌ها معمولاً بر مبنای یک تن، ۱۰۰۰ کیلوگرم، ۲۲۰۵ پوند یا هر تن معادل ۱/۱۳۳ مترمکعب تعیین و اعلام می‌گردند. (در اینجا توضیح این مطلب ضروری است که در حمل و نقل دریایی یک تن (۱۰۰۰ کیلوگرم)

معادل ۱/۱۳۳ مترمکعب و معادل ۳۵/۳۳ فوت مکعب محاسبه می‌شود). علت این امر این است که کالاهای سنگین باعث پر شدن ظرفیت کشتی قبل از آن که فضای مفید آن پر شود می‌گردد و از طرف دیگر کالاهای حجیم باعث پر شدن فضای مفید کشتی قبل از اینکه ظرفیت وزنی آن پر شود می‌شود و لذا این سیستم نرخ گذاری باعث بالا رفتن درآمد کشتی می‌گردد. معمولاً کرایه‌های حمل کالاهائی که ابعاد یک تن آنها کمتر از ۱/۱۳۳ متر مکعب باشد بر مبنای وزن و کالاهائی که ابعاد یک تن آنها از ۱/۱۳۳ مترمکعب بیشتر باشد بر مبنای حجم تعیین می‌گردد.

۳- نوع کالا- نوع کالا نیز از عوامل مؤثر تعیین کرایه حمل می‌باشد. علاوه بر کرایه‌هایی که جهت حمل کالاهای عمومی تعیین می‌شود شرکت‌های منظم کشتیرانی برای کالاهایی که با حجم بیشتر در بازار عرضه می‌گردد نیز نرخ های جداگانه‌ای اعلام می‌کنند. این نرخ ها با توجه به نحوه بارگیری کالا، ارزش و وضعیت رقابتی بازار تعیین می‌گردد.

۴- ارزش کالا- ارزش کالا نیز بر نرخ اثر دارد و کالاهای با ارزش دارای نرخ های جداگانه‌ای می‌باشند، هرچه ارزش کالا بیشتر باشد کرایه بیشتری بابت حمل مطالبه می‌گردد.

۵- مقدار کالا- در مواردی که کالا در حجم زیادی حمل گردد، معمولاً کنفرانس‌ها تعیین نرخ نمی‌کنند و دست صاحب کشتی را در تعیین نرخ باز می‌گذارند. هرچه حجم محموله بیشتر باشد صاحب کالا قدرت چانه زدن بیشتر دارد و می‌تواند کرایه مناسب‌تری جهت حمل محموله پرداخت نماید.

۶- نحوه و شرایط بسته بندی- کالا با بسته بندی مناسب معمولاً با نرخ مناسب تری حمل می‌گردد.

۷- نوع قرارداد حمل- از نقطه نظر اینکه چه مسئولیت ها و وظایفی به عهده صاحب کشتی گذاشته شود نرخ متفاوت خواهد بود.

۸- بنادر اصلی و بنادر فرعی- با توجه به مسیر و بنادر نرخ‌های متفاوت اعمال می‌گردد. نرخ حمل کالا به بنادر اصلی با نرخ حمل به بنادر فرعی متفاوت است. بارگیری و تخلیه کالا معمولاً به عهده صاحب کشتی می‌باشد که خود قسمتی از کرایه حمل را تشکیل می‌دهد. بنابراین درجه کارآیی و تجهیزات بندر اثر مستقیم بر نرخ کرایه حمل خواهد داشت.

نرخ اضافی SURCHARGE–در سال‌های اخیر به علل مختلف نرخ‌های اضافی بر نرخ‌های اصلی حمل دریایی اضافه شده است که عمده ترین آنها به شرح ذیل می‌باشد:

۱- افزایش قیمت سوخت- در سال‌های اخیر به علت نوسانات مختلف قیمت نفت که قسمت عمده هزینه یک سفر دریایی را تشکیل می‌دهد شرکت‌های حمل و نقل دریایی مبالغی بر نرخ‌های خود به عنوان قیمت اضافی افزوده اند. این مبالغ در زمان بالا رفتن قیمت نفت به نرخ اصلی اضافه می‌شود و معمولاً در موقع پایین آمدن نرخ ملغی نمی‌گردد.

۲- نرخ اضافی بابت نوسانات نرخ ارز– در زمانی که کرایه حمل بر مبنای ارزهایی که نوسان بیشتری در بازار دارند تعیین می‌گردد، مؤسسات حمل و نقل جهت جلوگیری از ضرر و زیان به علت نوسان نرخ ارز نرخ اضافی به نرخ اصلی اضافه می‌نمایند.

۳- نرخ اضافی بابت وزن و حجم کالا- محمولات سنگین و حجیم غیرقابل تقسیم و محمولاتی که دارای طول و عرض اضافی هستند یا به طور کلی هر نوع محمولاتی که احتیاج به تأسیسات بیشتری دارند معمولاً با نرخ اضافی حمل می‌گردند.

۴- نرخ اضافی بر حسب نوع کالا- محمولاتی مانند حیوانات زنده، کالاهای خطرناک و غیره هر کدام بنا به وضعیت آن با نرخ های اضافی خاصی حمل می‌گردند.

نرخ‌های خاص- علاوه بر نرخ های اصلی فوق که توسط کنفرانس‌ها تعیین می‌گردند نرخ‌های مختلف دیگری نیز وجود دارند که عمده ترین آنها به شرح ذیل می‌باشد:

۱- نرخ‌های گروپاژ GROUPAGE– این نرخ‌ها معمولاً به وسیله فورواردرها ارائه می‌شوند. فورواردرها محموله های کوچک را از صاحبان آنها دریافت و مجموعه را به صورت یک محموله بزرگ به شرکت حمل کننده تحویل می‌دهند. شرکت حمل کننده چون محموله عمده‌ای را دریافت می‌کند که تخفیفی در کرایه حمل قائل می‌شود. فورواردر نیز بر این مبنا تخفیفی به صاحب کالا می‌دهد که در نتیجه حمل کننده، فورواردر و صاحب کالا هر سه از این امر منتفع می‌گردند.

۲- نرخ حمل با کانتینر- یکی از پدیده‌های جدید حمل و نقل، حمل با کانتینر می‌باشد. کانتینر به عنوان یک واحد ظرفیت حمل محسوب و نرخ خاصی جهت آن اعلام می‌شود. نرخ حمل با کانتینر بر

اساس حمل از مبدأ به مقصد تعیین می‌گردد. نرخ حمل با کانتینر خود نیز بسته به حالت‌های ذیل متفاوت می‌باشد.

نرخ حمل کانتینر پر با کانتینر سر خالی

در صورتی که محموله کانتینر را پر نمایید کرایه متفاوت است با زمانی که محموله کمتر از ظرفیت کانتینر باشد.

نرخ حمل کانتینر در دریاهای عمیق با آب های ساحلی نیز متفاوت می‌باشد. در آب‌های ساحلی کرایه بر مبنای اندازه محموله و بدون در نظر گرفتن محتویات آن می‌باشد، در حالی که در دریای عمیق محتویات محموله نیز مد نظر قرار می‌گیرد.

۳- نرخ‌های خاص فوروواردرها- نقشی که فوروواردرها امروزه در حمل و نقل بازی می‌کنند و به عنوان طراح حمل و نقل محسوب می‌شوند باعث شده است که بتوانند با صاحبان کشتی مذاکره کنند و نرخ‌های خاصی را جهت مشتریان خود که تمام امور مربوط به حمل کالا را برای آنها انجام می‌دهند تعیین نمایند.

۴- نرخ‌های مخصوص RO RO– حمل خودروها به وسیله کشتی‌های خاصی که تجهیزات مناسب را داشته باشد انجام می‌گیرد و حمل این محمولات دارای نرخ خاص خود می‌باشد. این نرخ بر مبنای سطحی که توسط خودرو اشغال می‌گردد تعیین شده و طول و عرض خودرو نیز در تعیین نرخ مؤثر است.

نحوه تعیین کرایه حمل خطوط نامنظم

کرایه حمل کشتی‌هایی که بر اساس چارتر عمل می‌کنند بر مبنای رقابت بازار تعیین می‌گردد. حمل این گونه محموله‌ها بر اساس قراردادی که بین طرفین منعقد می‌شود و CHARTER PARTY نامیده می‌شود انجام می‌گیرد و بهای حمل را CONTRACT PRICE می‌نامند.

شرکت‌های کشتی رانی چارتر معمولاً مؤسسات متوسطی هستند و صاحبان کالاها نیز مؤسساتی در همین ردیف هستند و لذا قدرت مذاکره و چانه زدن آنها یکسان می‌باشد.

قراردادی که بین طرفین منعقد می‌گردد ممکن است به اشکال ذیل باشد:

- چارتر سفری VOYAGE CHARTER– تمام یا قسمتی از کشتی برای یک یا چند سفر مشخص اجاره می‌شود.

- چارتر زمانی TIME CHARTER– کشتی برای مدت زمان معینی اجاره می‌شود.

- چارتر واگذاری DEMISE CHARTER– در این حالت صاحب کالا مالک موقت کشتی محسوب می‌شود و علاوه بر فضای کشتی فرمانده و کلیه خدمه کشتی نیز زیر نظر صاحب کالا قرار می‌گیرند.

کرایه حمل خطوط چارتر به وسیله عرضه و تقاضای بازار تعیین می‌گردد. کرایه این خطوط بیشتر از خطوط منظم تحت تأثیر بازار می‌باشد. نرخ های کرایه حمل کالاهای عمده با این خطوط معمولاً در بورس‌های جهان به صورت روزانه اعلام می‌گردد. حمل و نقل کالاهایی که با این کشتی‌ها حمل می‌گردند بیشتر فصلی است و جنبه دائمی ندارد و لذا نوسانات نرخ آنها زیاد می‌باشد.

در شرایط عادی کرایه حمل کشتی‌هایی که خارج از مسیر منظم و خطوط کشتیرانی عضو کنفرانس‌ها، فعالیت دارند علی‌الاصول بر حسب پیش‌بینی هزینه سفر VOYAGEESTIMATE تعیین می‌گردد. عوامل مختلفی که در تعیین این نرخ دخالت دارند عبارتند از:

۱- مشخصات کشتی- شامل اندازه، مدل و نوع کشتی در رابطه با نوع محمولاتی که می‌تواند حمل کند. مسئله طبقه بندی شدن کشتی نیز از نکات مهم است. کشتی‌هایی که طبقه بندی شده اند به علت اطمینان بیشتری که به آنها می‌توان داشت کرایه بیشتری طلب می‌کنند.

۲- نوع محموله ای که می‌بایستی حمل شود- این امر نقش عمده‌ای در تعیین نرخ دارند و با توجه به عرضه و تقاضای موجود در بازار برای این محمولات، کرایه حمل نیز متفاوت می‌باشد.

۳- شرایط عمومی بازار- موجود بودن کشتی در بازار یا به عبارت دیگر عرضه ظرفیت حمل عامل عمده تعیین قیمت می‌باشد. وجود تعداد زیاد کشتی مناسب حمل باعث پائین آمدن کرایه حمل می‌گردد.

۴- هزینه روزانه کشتی- هزینه روزانه‌ای که باید از طرف صاحب کالا پرداخت گردد نیز بر کرایه حمل مؤثر است. در موارد دیگری بخشی از هزینه های ثابت مانند استهلاک و غیره را نیز متحمل می‌گردد.

۵- مدت زمان چارتر- به طور کلی هرچه مدت زمان قرارداد طولانی تر باشد کرایه حمل کمتر تحت تأثیر جریانات روز (کمبود کشتی و فراوانی تقاضا) قرار می‌گیرد.

۶- شرایط قرارداد چارتر- حقوق و مسئولیت‌های طرفین که در قرارداد ذکر می‌گردد نیز از عوامل مؤثر بر کرایه حمل می‌باشد. طرفین آزادانه می‌توانند هر شـرطی را در قرارداد منظور نمایند. در مورد محمولات عمده قراردادهـای نمونه وجـود دارد که طرفین حسب مورد، تغییرات در آن به وجـود می‌آورنـد. مانند قرارداد CEMENCO که در مورد حمل سیمان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۷- فوریت امر- اگر صاحب کالا نیاز فوری به کشتی داشته باشد معمولاً می‌بایستی کرایه بیشتر بپردازد.

۸- محل تحویل کشتی- اگر صاحب کالا در خاتمه عملیات کشتی را در محل مناسبی (مثلاً جایی که تقاضا وجود دارد) و با تجهیزات لازم در اختیار صاحب کشتی قرار دارد هزینه کمتری برای صاحب کشتی ایجاد می‌شود که در نرخ تأثیر خواهد داشت.

۹- نحوه پرداخت کرایه حمل- چگونگی پرداخت کرایه حمل به عنوان پرداخت کرایه در مقابل دریافت بارنامه یا در مدت معینی پس از ارائه بارنامه یا پس از رسیدن کشتی به بندر مقصد و حتی ارز موردنظر برای محاسبه کرایه نیز در میزان کرایه حمل تأثیر دارد.

۱۰- شرایط خاص زمانی و جوی- در این خصوص شرایط فصلی و آب و هوای مناطقی را که حمل و نقل دریایی در آنجا صورت می‌گیرد نیز در کرایه حمل اثر دارد. برخی از بنادر در بعضی از فصول سال به علت طوفان‌های موسمی قابل استفاده برای همه انواع کشتی‌ها نمی‌باشند. لذا این امر در تعیین کرایه حمل در زمان مورد نظر مؤثر واقع می‌شود.

۱۱- وضعیت سیاسی و نظامی مسیر- این عامل از جهات زیر قابل بررسی می‌باشد:

۱-۱۱- از یک طرف به علت تأثیر مستقیم آن در مسیر حمل دریایی مانند وضعیت خاص نظامی و سیاسی ایجاد شده در منطقه خلیج فارس که موجب بالا رفتن ریسک کشتی‌ها شده و هزینه تحمیلی از این بابت در کرایه حمل تأثیر می‌گذارد، یعنی هزینه‌های ناشی از افزایش حق بیمه به کرایه اضافه می‌شود.

۲-۱۱- تأثیر دیگر وضعیت نظامی حاکم بر آب‌های مورد استفاده حمل و نقل دریایی عدم تمایل مالکان کشتی ها به اعزام کشتی به منطقه می‌باشد، هرچند که ریسک آنها قابل بیمه شدن باشد. از این طریق نیز تعادل عرضه و تقاضا به هم می‌خورد که افزایش کرایه را به دنبال خواهد داشت. بطوری که در زمان وقوع جنگ خلیج فارس این عدم تعادل و هزینه‌های بیمه‌ای ناشی از پوشش دادن ریسک کشتی‌ها باعث افزایش به میزان ۳۰٪ در کرایه حمل کالا به مقصد خلیج فارس شده بود.

۳-۱۱- تأثیر غیرمستقیم شرایط سیاسی و نظامی بین‌المللی در کرایه حمل نیز به این شکل می‌باشد که هر چند که وضعیت مذکور در مسیر حمل به خصوص اثر نداشته باشد، لیکن به علت افزایش حجم و میزان نقل و انتقالات دریایی و به کار گرفته شدن ظرفیت خاصی از کل ظرفیت حمل و نقل دریایی موجود به منظور اهداف نظامی این ظرفیت از بازار حمل و نقل تجاری خارج می‌شود و تعادل عرضه و تقاضا را به هم می زند و در نتیجه این عدم تعادل کرایه افزایش می‌یابد.

۱۲- شرایط خاص مسیر- این عامل نیز در تعیین کرایه حمل دریایی مؤثر است. در توضیح این مورد باید اضافه نمود که برخی از مسیرهای حمل دریایی محدودیت‌هایی را دارند که این محدودیت‌ها موجب به کارگیری شناورهای ویژه برای حمل کالا می‌شود که طبعاً افزایش کرایه را به دنبال می‌آورد و یا استفاده و بکارگیری از شناورهای کمکی را اقتضاء می نماید. مانند لزوم استفاده از یدک کش‌های راهنما در هنگام عبور از کانال ها و عوارض عبور از کانال که موجب افزایش هزینه حمل می‌گردد. طولانی بودن مسیر حمل دریایی (بعد مسافت) نیز در تعیین و برآورد هزینه ها مورد توجه قرار می‌گیرد.

۱۳- سود مورد نظر- مالک کشتی یا متصدی حمل و نقل دریایی در موقع محاسبه کرایه مبالغی را به عنوان سود عملیات حمل و نقل و بازده سرمایه گذاری خود در نظر می‌گیرد. در این قسمت مالک

کشتی یا متصدی حمل و نقل باید قدرت رقابت با سایر شیوه های حمل از قبیل زمینی، هوایی و راه آهن را نیز مورد توجه قرار دهد.

موارد فوق هر کدام در جای خود دارای اهمیت است و باید مورد توجه قرار گیرد. در بعضی نشریات بین‌المللی نرخ‌های حمل بار با کشتی های چارتر درج می‌گردد که معمولاً مورد مراجعه صاحبان کالا قرار می‌گیرد.

هزینه‌های جانبی حمل دریایی

همانطور که در بالا عنوان شد، نرخ حمل دریایی بر اساس برآورد هزینه سفر کشتی تعیین می‌گردد. در این رابطه علاوه بر هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم کشتی هزینه‌های جنبی دیگری به شرح ذیل وجود دارد که باید در نظر قرار گیرد.

۱- هزینه‌های بندری

- حقوق و عوارض بندری- عوارض فانوس های دریایی- حق ورود به دهانه بندر- حق بارگیری و تخلیه در آب‌های بندر.
- هزینه راهنمایی(ورودی- خروجی- لنگر اندازی- لنگر برداری) در بنادر و یا بین بنادر
- هزینه لایروبی
- هزینه باز و بسته کردن کشتی از اسکله
- هزینه توقف کشتی کنار اسکله یا در لنگرگاه
- هزینه اضافه کاری در ساعات خارج از وقت اداری و ایام تعطیل
- هزینه کمک یدک کش‌ها
- هزینه های گمرکی و غیره

۲- هزینه‌های تخلیه و بارگیری

- هزینه صفافی و بارچینی کالا
- هزینه مهاربندی کالا
- هزینه بارشماری

- هزینه یا حقوق متصدیان ناظر بر تخلیه و بارگیری کالا
- هزینه جا به جایی کالا در داخل کشتی در صورت نیاز
- هزینه جرثقیل‌های ساحلی
- هزینه تعمیرات کالا (در صورت نیاز)
- هزینه بازرسی کالا
- هزینه نگهداری و مراقبت از کالا
- هزینه مربوط به دموراژ (دیرکرد) واگن‌ها، بارج ها و کامیون های حامل کالا برای کشتی

۳- هزینه‌های روزانه کشتی

- حقوق و مزایای کارکنان (خدمه) کشتی
- هزینه مربوط به ملزومات مورد نیاز کشتی (قسمت عرشه- موتورخانه- تدارکات و سالن)
- قطعات یدکی و تعمیرات
- هزینه رنگ و روغن
- هزینه خوار و بار
- هزینه ارتباطات (تلکس- تلفن- فاکس و مکاتبات)
- هزینه خشک شویی و نگهداری لوازم کابین‌ها (حوله‌ها- ملحفه‌ها- پرده‌ها و غیره)
- هزینه مربوط به بازرسی و صدور مدارک و گواهینامه‌های کشتی
- هزینه مربوط به دارو و درمان پرسنل
- حق بیمه های مختلف کشتی
- هزینه استهلاک

۴ – هزینه‌های متفرقه کشتی در بنادر

- قرنطینه و بهداشت
- هزینه مربوط به ایاب و ذهاب کاپیتان و خدمه کشتی (کرایه تاکسی و قایق)
- هزینه ارسال مدارک و اسناد و نامه های خدمه کشتی (پست)

- هزینه ارتباطات (تلفن- تلکس و غیره)
- هزینه آگهی‌ها و تبلیغات
- هزینه مربوط به دفع زباله و نظافت کشتی
- هزینه مربوط به نگهبانی کشتی

۵- نمایندگی کشتی در بنادر یا هزینه حق نمایندگی کشتی

حق نمایندگی عبارت است از مبلغی که مالک کشتی به مؤسسه‌ای که از طرف او برای انجام امور کشتی در بندری که حضور ندارد پرداخت می‌شود. این مبلغ معمولاً به صورت توافق بین مالک کشتی و نماینده تعیین می‌گردد.

۶- هزینه‌های ثابت پشتیبانی (هزینه های اداری و دفتری)

مالک کشتی یا متصدی حمل و نقل در موقع محاسبه و برآورد هزینه‌های سفر کشتی هزینه‌های ثابتی را که در واقع شامل هزینه‌های دفتری و عملیات پشتیبانی که برای انجام امور صحیح کشتی و امر حمل و نقل به طور علمی و سودآور لازم است در نظر می‌گیرد.

۷- هزینه‌های سوخت مصرفی کشتی

یکی از مهمترین اقلام مخارج و هزینه‌های سفر کشتی را هزینه سوخت تشکیل می‌دهد. به طوری که در دهه ۱۹۷۰ حدود ۱۳ درصد و امروزه ۳۴ درصد کل مخارج سفر کشتی را هزینه سوخت به خود اختصاص می‌دهد.

۸- هزینه معطلی کشتی

این هزینه عبارتند از معطل و منتظر ماندن و تاخیر کشتی برای بارگیری که برای هر ۲۴ ساعت یک روز محاسبه می‌شود.

ارتباط بین کرایه حمل خطوط منظم و نامنظم- به طور کلی کرایه حمل خطوط منظم و نامنظم در یک جهت تغییر می‌کنند ولی تغییرات کرایه حمل منظم از نوسان کمتری برخوردار می‌باشد. کرایه حمل خطوط نامنظم بیشتر تحت تأثیر تغییرات کوتاه مدت عرضه و تقاضا قرار می‌گیرد. با وجودی که

خطوط نامنظم توانایی رقابت با خطوط منظم را ندارند ولی تغییرات نرخ آنها بر نرخ خطوط منظم اثر می‌گذارد. به طور کلی می توان گفت که خطوط منظم نسبت به خطوط نامنظم حساسیت کمتری به تغییرات تقاضای بازار و حساسیت بیشتری به تغییرات هزینه‌ها دارند. افزایش تخصص خطوط منظم باعث شده است که خطوط نامنظم در این موارد قدرت رقابت خود را از دست داده و تأثیری بر کرایه حمل نداشته باشند.

ارتباط بین کرایه حمل چارترهای سفری و چارترهای زمانی- نرخ حمل چارترهای سفری نرخ‌های کوتاه مدت می‌باشد، در حالی که نرخ حمل چارترهای زمانی نرخ بلند مدت است. به طور کلی هر دو نرخ در یک جهت تغییر می‌کنند ولی چون نرخ چارتر زمانی بیشتر متکی به تغییرات آتی نرخ در بازار است، لذا دچار نوسانات بیشتری می‌باشد. زمانی که شرایط بازار در حال بهبود است نرخ‌های طولانی مدت (نرخ چارتر زمانی) با سرعت بیشتری بالا می‌روند و برعکس در زمانی که وضع بازار رو به خرابی است نرخ‌های چارتر سفری با سرعت بیشتری پایین می‌آیند.

انواع کرایه حمل

کرایه حمل ممکن است به صورت ذیل پرداخت گردد:

۱- کرایه حمل پیش پرداختی ADVANCE FREIGHT– کرایه حملی است که قبل از حمل پرداخت می‌گردد. این روش امروزه به صورت وسیعی در خطوط منظم مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲- کرایه حمل دربست LUMP SUM FREIGHT– بهایی که بابت اجاره تمام یا قسمتی از کشتی بدون توجه به مقدار محموله حمل شده پرداخت می‌گردد.

۳- کرایه حمل جبرانی DEADFREIGHT– کرایه حمل جبرانی نوعی ادعای خسارت می‌باشد، در صورتی که صاحب کالایی متعهد شود ۵۰۰ تن بار را در تاریخ معینی تحویل نماید و موفق به ارائه آن نشود صاحب کشتی مستحق دریافت کرایه حمل قسمتی از محموله است که به موقع تحویل نشده است می‌نامند. مقدار خسارت معادل زیان صاحب کشتی می‌باشد و نه بیشتر.

۴- کرایه حمل به صورت کالا BACKFREIGHT– زمانی که کالا در مقصد به وسیله گیرنده تحویل گرفته نمی‌شود و مؤسسه حمل می بایستی آنرا عودت دهد کرایه متعلقه، کرایه حمل عودت کالا نامیده می‌شود.

۵- کرایه حمل متناسب PRO-RATA FREIGHT– زمانی که کالا به علل مختلف به بندر مقصد نرسد و صاحب کالا آنرا در نقطه ای واسط تحویل گیرد مبلغ کرایه پرداختی به نسبت مسافت حمل شده محاسبه می‌گردد.

۶- کرایه حمل به نسبت ارزش AD VALOREM FREIGHT– کرایه حملی است که بر مبنای ارزش کالا تعیین می‌گردد. لازمه حمل پست وجود خطوط کشتیرانی مطمئن، سریع و به موقع می‌باشد. مقامات پست با کنفرانس‌های کشتیرانی در رابطه با کرایه حمل پست مذاکره و در رابطه نرخ‌ها توافق می‌کنند. کرایه حمل معمولاً بر مبنای تن تعیین می‌شود، هر تن در این رابطه برابر است با شانزده کیسه پست یا هفت بسته امانات پستی که حجم آن همان ۱/۱۳۳ متر مکعب می‌باشد.

قیمت بازار MARKETPRICING– امروزه بسیاری از صاحبان کشتی ها از روش‌های قیمت گذاری بازار استفاده می‌کنند. در این روش بر مبنای تقاضای موجود بازار و به منظور بردن ضریب ظرفیت کشتی نرخ‌های تخفیف داری اعلام می‌گردد. در مسیرهای خاص یا فصل‌های معینی که تقاضای چندانی وجود ندارد کرایه حمل به صورت درصدی از نرخ عادی تعیین می‌گردد که خود باعث تحریک تقاضا و ظرفیت بیشتری از کشتی پر می‌شود.

این نحوه تعیین کرایه حمل باعث افزایش جریان نقدینگی مؤسسه، بالا رفتن ضریب ظرفیت کشتی، بالا رفتن سود مؤسسه و مقابله با رقابت در بازار می‌گردد. این روش نرخ گذاری به مؤسسات کشتیرانی اجازه می‌دهد که استفاده از منابع خود را در طول سال تهیه نمایند، بدین معنی که از کشتی‌ها، تسهیلات بندری و نیروی انسانی به طور متناسب در طول سال استفاده نمایند. امروزه استفاده از این روش تعیین کرایه حمل در بازار رو به افزایش بوده و باعث افزایش درآمد مؤسسات کشتیرانی گردیده است. باید توجه داشت که این روش زمانی مؤثر است که تقاضا به تغییر قیمت این نوع کرایه ها باعث پایین آمدن درآمد مؤسسات کشتیرانی می‌گردد.

کنفرانس های خطوط منظم کشتی رانی (لاینر)

سازمانی که از چند مالک کشتی تشکیل شده و خدمات حمل و نقل دریایی را در مسیری توافق شده انجام دهد کنفرانس لاینر نام دارد. کنفرانس مؤسسات نیمه انحصاری در کشتیرانی هستند که برای محدود کردن رقابت بین اعضاء خود و نیز محافظت سازمان در برابر رقابت خارجی ایجاد شده‌اند.

اعضاء این سازمان می‌توانند از مقررات مربوط به برنامه سفر کشتی‌ها در بنادر موجود در مسیر و غیره تا مشارکت در سود خالص نهایی با هم توافق و تفاهم نمایند و بدین ترتیب به هدف اصلی خود که کنترل نرخ کرایه می باشد دست یابند.

خط مشی اصلی کنفرانس‌های لاینر این است که تعرفه مشترکی را برای حمل بار و مسافر تدارک دیده و فقط رقابت در امر کیفیت خدمات و «کارآیی درون سازمانی» را اجازه دهد. طیف کاری یک سازمان مربوط به کنفرانس لاینر می‌تواند از جلسات مشترک بین اعضاء شروع و به دبیرخانه دایمی برای اداره امور کنفرانس ختم شود به نحوی که برای عدم اجرای نرخ‌های تعیین شده از سوی اعضاء نیز جریمه در نظر بگیرد و برای آن از قبل ضمانتنامه نقدی به صورت سپرده دریافت نماید.

تاریخچه کنفرانس‌های لاینر نشان می‌دهد که رقابت بیرحمانه بین مالکین کشتی‌های بخاری در سال‌های حدود ۱۸۷۰ میلادی باعث ایجاد چنین سازمان‌هایی شد و در آن زمان تناژ حمل بیشتر از نیاز، رشد کرده بود. اولین کنفرانس لاینر کنفرانس کلکته می‌باشد که در سال ۱۸۷۵ برای اعمال کرایه‌های مساوی برای بنادر سر راه ایجاد شد. سپس این مشکل به جاهای دیگر رسوخ پیدا کرد به نحوی که در سال ۱۹۳۵ تقریباً تمام خطوط کشتیرانی لاینر دنیا را تحت پوشش گرفت.

خطوط کشتیرانی به علت تردد به مناطق مختلف معمولاً در چند کنفرانس لاینر عضویت دارند (مانند کنفرانس «اکمل» و «جاپرکو» در مورد کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران) و به همین علت توافق‌های بین کنفرانسی نیز پیش می‌آید در کنفرانس‌ها تصمیمات معمولاً بر اساس حق رأی اعضاء اتخاذ می‌شود و برای تضمین درصدی سهم از بازار و ممانعت از ظهور رقیب، هر عضو به اندازه درصد سهم از بازار در سود خالص سهم دارد. البته این امر معایبی هم دارد ولی محاسن آن این است که برنامه سفر کشتی‌ها منظم می‌شود و خدمات معقولی به تجارت مسیر تحت پوشش از نظر حمل و نقل دریایی داده می‌شود.

بدیهی است اگر در کنفرانس ها چنانچه ظرفیت حمل بالا رود در تعداد سفرهای کشتی اثر گذارد و تعداد ورود و خروج به بنادر برای هر کشتی کاهش یابد در این صورت بحث افزایش هزینه حمل پیش می‌آید که در این مقطع از آن صرف نظر می شود زیرا در هر صورت هزینه جابجایی کشتی‌ها با داشتن ظرفیت مازاد حمل کالا، باید توسط صاحبان کالایی که از کنفرانس بهره می‌گیرند پرداخته شود.

اگر بخواهیم اهداف کنفرانس‌ها را فهرست وار بیان کنیم باید بگوییم:

- نیازهای تجاری منطقه تحت پوشش از نظر حمل و نقل کالا را تأمین می‌کنند.
- سرویس مکفی و منظمی عرضه می‌کنند.
- مانع رقابت‌های مضرّ خارج از کنفرانس می‌شوند.
- تعرفه‌های یکسانی را در مسیر تحت پوشش اعمال می‌نمایند.

محاسن تشکّل هایی نظیر کنفرانس های لاینر عبارت است از

- جلوگیری از رقابتی که نتیجه آنخسارت به تجارت آن منطقه وارد می‌شود.
- حفظ سود مشخص برای اعضاء از طریق تعرفه های هماهنگ.
- ثبات در تعرفه ها و کرایه حمل کالا در نتیجه کاهش ریسک تغییر هزینه حمل کالا برای صاحبان کالا.
- فراهم نمودن سرویس‌های منظم برای کشتی‌ها و تواتر در سفر هر کشتی به بنادر تحت پوشش که در نتیجه امکان برنامه ریزی حمل برای صاحبان کالا فراهم می‌شود.
- به علت رقابت در کیفیت خدمات، بین اعضاء کنفرانس، کشتی‌های بهتر و مدرن تر به صاحبان کالا عرضه می‌شود.

معایب کنفرانس های لاینر عبارت است از

- برای صاحب کالا زمانی که با کنفرانس لاینر کار می‌کند سیستمی حاکم می‌شود که فرصت استفاده از نرخ‌های پایین‌تر کشتی‌های TRAMPرا از او سلب می‌کند.
- صاحبان کالاهای عمده از قدرت چانه زدن چندانی در کرایه ارزان تر برخوردار نیستند.
- برای صاحبان کشتی‌هایی که عضو کنفرانس نیستند امکان رقابت موفقیت آمیز وجود ندارد.

بدیهی است که این وضعیت، کشمکش زیادی بین صاحبان کالا و کنفرانس‌های لاینر یا به عبارت دیگر صاحبان کشتی فراهم نموده و باعث شده است در کشورهای پیشرفته در زمینه دریانوردی، اقدامات جالب و موفقی به عمل آید. مثلاً در سال ۱۹۶۳ در اروپا «انجمن مشترک صاحبان کالا و صاحبان کشتی» (به نام CENSA) پایه گذاری شد.

این انجمن زمینه بحث و مشورت را بین طرفین ذینفع پدید آورد و در سال ۱۹۷۴ توصیه‌ای در ۱۸ ماده به طرفین پیشنهاد کرد.

مالکیت دولتی کشتی‌ها در کشورهای در حال توسعه مانع ظهور چنین انجمن‌هایی در این کشورها شد و در حقیقت امکان اجرای توصیه ۱۸ ماده‌ای در این کشورها به وجود نیامد. حقیقت این است به ذائقه ملل دریایی غرب دخالت‌های دولتی در امر کشتیرانی گوارا نمی‌آید و آنها طالب حداقل دخالت دولت در این زمینه هستند، در حالی که بالعکس در کشورهای در حال توسعه از سیستمی پیروی می‌شود که به خط کشتیرانی ملی حق می‌دهد وارد بازار کنفرانس‌های لاینر بشوند و از طریق سهمیه بندی در حمل کالای مربوط به آن کشور در بازار اثر بگذارند. این بحث هم طالب بررسی های کارشناسی زیادی است ولی آنچه مسلم است باید به جای ایجاد انحصار و جلوگیری از رقابت در امر حمل و نقل کالا به مزیت اقتصادی خدمات حمل و نقل توجه نمود که تصمیم گیری را آسان نماید.

بعدها آنکتاد UNCTAD (United Nation Commission On Trade and Development) کنوانسیونی در این زمینه تدوین کرد که روش ۲۰/۴۰/۴۰ را پیشنهاد نمود بر اساس آن در مبادلات دریایی بین دو کشور خریدار و فروشنده ۴۰ درصد حمل سهم هر یک از طرفین و ۲۰ درصد سهم دیگران (CROSS TRADE)می‌باشد، این کنوانسیون اگرچه لازم الاجرا و جلسات مربوط به آخرین اصلاحات آن نیز پس از سال‌ها تجربه در سال ۱۹۹۰ میلادی تشکیل شد ولی محاسن و معایب آن جای بحث زیادی دارد. این کنوانسیون به دلایل فوق الذکر مطلوب کشورهای غربی که طالب رقابت هستند نمی‌باشد. در حالی که بحث در کشورهای در حال توسعه این است که برای آنها به دلیل وجود مسائل ارزی و تضمین نمودن توسعه ناوگان و سوبسیدهای کلان دولتی، عمدتاً این کنوانسیون مفید است.

کنترل های دولتی در کرایه حمل

دولت‌ها چه در کشورهای توسعه یافته و چه در کشورهای در حال توسعه، کنترل‌هایی بر کرایه‌ی حمل اعمال می‌نمایند. ولی نحوه کنترل و دخالت آنها متفاوت است، یعنی حتی در کشورهای توسعه یافته که عنوان می‌شود اهرم عرضه و تقاضا نقش اصلی را در تعیین کرایه حمل به عهده دارد این طور نیست که دولت هیچگونه نظارت و کنترلی را ایفا ننماید. منتهی یک نوع نظارت از طریق تشکل سازمان‌های دست اندرکار نظیر انجمن صاحبان کالا صاحبان وسیله حمل و مشورت بین آنها اعمال می‌شود یا یک نوع نظارت از طریق پیش‌بینی و برنامه‌ریزی INFRASTRUCTURE حمل و نقل یک کشور به عمل می‌آید، به طوری که از قبل بر مبنای فاکتورهای خاصی، سرمایه گذاری لازم در امر حمل و نقل برای عرضه خدمات بالاتر از میزان تقاضا به عمل آمده است. ولی یک نوع نظارت هم با ندیده گرفتن اصول اساسی و مهم در صنعت حمل و نقل و موکول کردن حل اشکالات حاضر به آینده، فقط به تهیه بخشنامه و مصوبات یک طرفه دولتی پرداخته می‌شود.

ذیلاً به ذکر مثال‌هایی از نحوه کنترل دولت ها در نرخ کرایه حمل می‌پردازیم:

- در استرالیا کنفرانس‌های لاینر حق افزایش نرخ کرایه حمل را ندارند مگر قبلاً دولت با آن موافقت کرده و دلیل افزایش نرخ توجیه داشته باشد.

- در اروپا کنفرانس‌های لاینر باید ابتدا با دادن آنالیز هزینه و درآمد خود نیاز به افزایش کرایه حمل را در هر فاصله زمانی توجیه کنند تا امکان تغییر نرخ فراهم شود.

- در بنگلادش ارگانی به نام FREIGHT STUDY UNIT در دولت وجود دارد و تا این واحد قانع نشود افزایش کرایه حمل وجود ندارد.

البته در حال حاضر سیستم DOOR TO DOOR در حمل و نقل کانتینری کالا تصویر را به کلی دگرگون کرده است و تغییرات زیادی در نحوه خدمات حمل و نقل دریایی و سرتاسری و هزینه‌های تمام شده گذاشته است که کشور ما فعلاً بهره کافی از آن نمی‌برد.

حمل و نقل جاده‌ای

حمل و نقل جاده‌ای قدیمی‌ترین وسیله حمل بوده و همواره نقش عمده‌ای در زندگی بشر و مبادلات کالا ایفا کرده است.

مزایا و محدودیت های حمل و نقل جاده‌ای

مزایای حمل و نقل جاده‌ای عبارت است از:

- عمده‌ترین مزیت حمل‌ونقل جاده‌ای انجام حمل از محل تولید تا محل مصرف DOOR TODOORمی‌باشد.
- سرعت بیشتر و ارائه خدمات متنوع‌تر است.
- هزینه‌های جنبی کمتر است.

محدودیت‌های حمل و نقل جاده ای عبارت است از:

- مشکل ساختن جاده مناسب
- عدم وجود راه مناسب و ظرفیت‌های متفاوت آنها
- محدودیت‌هایی در رابطه با سر و صدا و آلودگی محیط
- مسائل مربوط به اخذ پروانه عبور از کشورهای مسیر
- عدم امکان حمل به صورت سنگین با کامیون که باید حتماً با کشتی حمل شوند. همچنین عدم استحکام جاده‌ها و پل‌ها در جهت تحمل محموله‌های سنگین.

نحوه تعیین کرایه حمل جاده‌ای

کرایه حمل و نقل با کامیون به وسیله عرضه و تقاضا در محل تعیین می‌گردد. شرکت‌های کوچک یا متوسطی هستند که با تعداد مشخصی کامیون در محدوده‌های معینی فعالیت می‌کنند و چون تعداد آنها نسبتاً زیاد است، لذا با یکدیگر رقابت می‌نمایند و حاصل این رقابت با توجه به وضع بازار، کرایه حمل را تعیین می‌کند.

عوامل مؤثر در تعیین نرخ کرایه حمل جاده‌ای به طور کلی همان اصولی است که در مورد سایر وسایل حمل فوقاً ذکر گردید و عمدتاً شامل قیمت تمام شده حمل، حجم کالا، مقدار کالا، نوع کالا، نوع بسته بندی، موجودیت وسیله حمل و کالا و قرارداد حمل می‌باشد.

علاوه بر موارد فوق نکات ذیل نیز در تعیین کرایه نقش دارند:

۱- وزن و ابعاد- حجم کامیون های معمولی ۶۰ مترمکعب برابر ۲۰ تن محاسبه می‌گردد. وزن محمولات حمل شده توسط کامیون در صورتی که از ۲۰ تن وزن معمولی تجاوز نماید در نوع وسیله حمل تأثیر می‌گذارد و از کامیون معمولی به کمرشکن تبدیل می‌شود. ابعاد کامیون معمولی ۲/۴۰ × ۱۲ متر می‌باشد در کامیون های جامبو ارتفاع به ۲/۶۰ متر می‌رسد.

۲- طبقه بندی کامیون‌ها- نوع وسیله نقلیه یکی از عوامل مؤثر در تعیین نرخ حمل می‌باشد. انواع کامیون‌های مور استفاده در حمل و نقل بین المللی عبارتند از:

BULK TRAILER	- کامیون مخصوص حمل بار فله ای
TANKER	- کامیون مخزن دار (تانکر) که خود بسته به نوع محموله ای که حمل می کند متفاوت است
DOUBLE DECK	- کامیون مخصوص حمل اتومبیل
JUMBO	- کامیون مخصوص حمل بار حجیم
TARPAULIN	- کامیون چادری
REFRIGERATED	- کامیون یخچالی
OPEN TOP	- کامیون روباز
ROAD TRAIN	- کامیون دو محفظه
FLAT	- کامیون کفی
	- کامیون کمرشکن دارای محورهای بیشتری از کامیون های معمولی است که تا ظرفیت ۵۸ تن را حمل می کند.
	- بوژی، تریلی است که دارای محورهای زیادی است و هر محور ۸ چرخ دارد و در حمل و نقل بین المللی از آن استفاده نمی شود.

۳- کیفیت جاده: وضعیت جاده از نظر مناسب بودن، ترافیک و تسهیلات موجود در آن نقش مهمی در تعیین کرایه حمل ایفا می‌نماید.

۴- هزینه های بین راهی: این هزینه‌ها شامل:

الف- عوارض مختلف مرزهای ورودی و خروجی کشورهای واقع در مسیر

ب- هزینه‌های عبور از اتوبان‌ها و پل‌های واقع در مسیر

ج- مخارج و دستمزد راننده در طول مسیر

۵- مسیر حمل: مسیر حمل و نقل جاده ای از عوامل مهم است، مسیرهای مختلف حمل جاده ای به مقصد ایران به شرح ذیل می‌باشد:

الف- مسیر کامیون‌های روسی- کامیون‌های روسی از مبادی مختلف کشورهای اروپایی از دو مسیر کشور لهستان، مرز بلاروس و کشور مجارستان مرزاکراین، وارد خاک روسیه و از طریق مرز آستارا پس از تعویض کِشنده وارد خاک ایران می‌گردند. لازم به توضیح است که مواد غذایی و فاسد شدنی از تعویض کشنده مستثنی هستند و مستقیماً با کِشنده‌های روسی به مقصد گمرکات داخلی پاساوان می‌شوند.

ب- مسیر کامیون‌های سایر کشورها: این کامیون ها عمدتاً از دو مسیر اصلی ذیل به مقصد ایران عبور می‌کنند:

- آلمان، اتریش، یوگسلاوی، بلغارستان، ترکیه، مرز بازرگان

- آلمان، جمهوری چک، مجارستان، رومانی، بلغارستان، ترکیه، مرز بازرگان

۶- نوع بسته بندی: چگونگی بسته بندی کالا نیز از عوامل مؤثر در تعیین کرایه حمل می‌باشد.

انواع نرخ های حمل و نقل جاده‌ای

- در حمل و نقل جاده‌ای مانند سایر شیوه‌های حمل نرخ‌های مختلفی وجود دارد که عمده‌ترین آنها عبارتند از:

نرخ‌های معمولی: که در بازار رقابت تعیین می‌گردد.

نرخ‌های گروپاژ: که بستگی به مقدار داشته و مربوط به محمولات خرده بار است.

نرخ‌های حمل بار با کانتینر: که مربوط به حمل با کانتینر می‌باشد و بستگی به نوع کالا دارد، کالاهایی که احتیاج به تسهیلات ویژه‌ای داشته باشند مانند کالاهای سنگین، کالاهای پروژه‌ای یا کالاهای گران قیمت نرخ حمل بیشتری دارند.

در حمل و نقل جاده‌ای با توجه به قدرت مانور فراوان کامیون و سرعت عمل و امکان بارگیری از مبداء حمل و تحویل در مقصد نهایی (پس از ترخیص از گمرک)، سعی مسئولین پروژه‌های عمرانی و اقتصادی بر این است که محمولات مورد نیاز خود را با کامیون حمل نمایند تا از نظر سرعت عمل و از نظر اقتصادی حداکثر استفاده را نصیب پروژه بنمایند. در این صورت با توجه به تعداد کامیون مورد نیاز برای حمل محمولات این گونه طرح‌ها قیمت حمل از تخفیف‌های ویژه برخوردار هستند و ارتباط مستقیمی با قیمت های موجود در بازار نخواهد داشت.

حمل و نقل با راه آهن بعد از حمل دریایی یکی از وسایل عمده حمل و نقل می‌باشد که همواره با حمل و نقل جاده‌ای در حال رقابت می‌باشد.

مزایا و محدودیت های حمل و نقل با راه آهن

مزایای حمل و نقل با راه آهن عبارت است از:

- حمل بار در حجم زیاد و به مقاصد دور دست
- هزینه حمل به نسبت ارزان
- بنادر را به هم وصل کرده و مکمل حمل و نقل دریایی است.

محدودیت‌های حمل و نقل با راه آهن عبارت است از:

- معمولاً برای تکمیل شدن حمل احتیاج به وسیله حمل دیگری می باشد، چون معمولاً راه آهن تا محل مصرف ادامه ندارد.
- ساختن و نگهداری خطوط راه آهن هزینه بالایی دارد.
- ابعاد باری که حمل می‌کند مشخص است و بار بزرگ نمی‌تواند حمل کند.

نحوه تعیین کرایه حمل با راه آهن

قبل از وارد شدن به بحث کرایه حمل با راه آهن لازم است به نکاتی در مورد حمل به وسیله راه آهن و امکانات استفاده از راه آهن در انتقال کالا به داخل کشور و نیز تفاوت آن با سایر طرق حمل اشاره شود.

خطوط شبکه راه آهن کشورهای اروپایی به خطوط شبکه راه آهن خاور میانه متصل هستند، به طور مستقیم کالا بدون هیچگونه محدودیت و مشکلات جابجایی قابل حمل می‌باشد.

از اروپا و خاور دور نیز با استفاده از خطوط ترانزیت شبکه راه آهن روسیه با جابجایی و نیز استفاده از راه‌های آبی انتقال بار به داخل کشور امکانپذیر است. در ضمن در روش حمل ترکیبی، راه آهن نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، در بعضی طرق حمل با محدودیت ترمینال‌های بارگیری و تخلیه، هزینه‌های بیشتری را در قیمت تمام شده کالا به وجود می‌آورد. به طور مثال کالا تا رسیدن به بندر مبداء و نیز از بندر مقصد تا مراکز توزیع کالا در کشورمان مشمول هزینه‌های جنبی خواهد بود.

در سایر شیوه‌های حمل در بسیاری موارد کالا مستقیماً از مبداء تا مقصد تحت شرایط یکسان با یک وسیله حمل ادامه مسیر می‌دهد. به طور مثال ناوگان کشتی از بندر تا بندر و هواپیما از فرودگاه تا فرودگاه و کامیون مستقیماً از مبداء تا مقصد سیر می‌نمایند.

اما در حمل به وسیله راه آهن، محموله در واگن بارگیری می‌شود، از مبداء حمل تا مقصد از چند حوزه تعرفه‌ای عبور می‌کند و صاحب کالا از هیچ کدام از شرایط و محدودیت‌های بین راهی مطلع نیست و نحوه پرداخت های کرایه برای وی مشخص نمی باشد و راه آهن مبداء نیز ممکن است از میزان نرخ‌های راه آهن‌های خارج از حوزه تعرفه ای خود بی اطلاع باشد.

محموله‌ای که در واگن بارگیری شده است و از چندین کشور عبور می‌کند، کلیه هزینه‌ها و درآمدهای آن در هر کشور متعلق به آن کشور است و ارتباطی با راه آهن کشور مبداء ندارد. مثلاً واگنی که در ایران بارگیری شده است کرایه حمل آن تا مقصد تماماً متعلق به راه آهن ایران نمی‌باشد.

راه آهن ایران در ارتباط با حمل کالا از طریق شمال به ایران تعرفه هایی با کشورهای عضو اتحاد شوروی سابق، بالکان و شمال اروپا ندارد، لذا نمی تواند کرایه حمل کالا را از مبداء تا مقصد دریافت نماید.

راه آهن ایران در دو حوزه تعرفه ای به شرح ذیل عضویت دارد:

حوزه تعرفه‌های راه آهن خاور میانه: CMO=CHEMIN DE FER MOYENORIENT (مخفف عبارت فرانسه حوزه تعرفه ایراه آهن‌های خاورمیانه) – که در این حوزه راه آهن کشورهای ایران، ترکیه، سوریه، عراق، لبنان و دو خط راه آهن حجاز در سوریه و حجاز در اردن عضویت دارند. این حوزه مقرراتی راجع به تعرفه ها و نحوه تعیین و پرداخت آنها وضع کرده است.

حوزه کرانه بالکان و خاور نزدیک: BPO = BALKAN PROCHE ORIENT

(مخفف عبارت فرانسه حوزه تعرفه ای بالکان و خاور نزدیک) – شامل کشورهای بلغارستان، یونان، یوگوسلاوی سابق در منطقه اروپا و کشورهای ترکیه، عراق، سوریه و ایران در منطقه خاور نزدیک. این حوزه تعرفه بین کشورهای بالکان از یک طرف و کشورهای خاور نزدیک از طرف دیگر را تعیین می‌کند. لازم به ذکر است که تعرفه‌های تعیین شده بین دو کشور بالکان یا دو کشور خاور نزدیک جاری نیست.در مناطق مختلف جهان نزدیک ۲۵ حوزه تعرفه‌ای وجود دارد که تعیین کرایه حمل از مبداء به مقصد را مشکل می‌نماید.

در این رابطه کارگزاران حمل، شرکت های حمل و نقل و فورواردرها با ارتباطاتی که با یکدیگر و نمایندگی‌های خود دارند، می‌توانند اطلاعات لازم در اختیار صاحبان کالایی که تمایل به حمل کالا به وسیله راه آهن را دارند قرار دهند. صاحبان کالا با این نوع شرکت‌ها قرارداد حمل منعقد و بارنامه اصلی را دریافت می‌نمایند.

تعیین کرایه حمل با راه آهن بستگی به عوامل مختلفی دارد که عمدتاً در بخش حمل و نقل دریایی به آنها اشاره گردید، مانند نوع کالا، وزن و ابعاد کالا و حجم محموله، ارزش کالا، قیمت تمام شده حمل و مقدار کالا می‌باشد. علاوه بر عوامل فوق موارد ذیل نیز در تعیین کرایه حمل با راه آهن نقش دارند:

- رژیم حمل و نقل، نوع قطار مورد استفاده بطئی السیر یا سریع السیر
- نوع واگن مورد استفاده، حتی واگن‌های عادی به دو دسته دو محور و چهار محور تقسیم می‌شوند.
- مسافت و مسیر حمل

به عوامل فوق دو دسته هزینه دیگر به شرح ذیل نیز بایستی مورد توجه قرار گیرد:

- هزینه‌های عملیات ترمینالی مانند هزینه‌های بارگیری و تخلیه کالا
- هزینه‌های بین راهی مانند هزینه‌های گمرکی و غیره.

انواع نرخ های حمل و نقل با راه آهن

کرایه حمل در راه آهن به دو نوع حمل کالای خرده بار و حمل واگن دربست متمایز می‌گردد. میزان و وزن کالای خرده بار بر اساس تعاریف مقررات تعرفه‌ای تعریف گردیده است، به طور مثال در تعرفه‌های

جاری (CMO)و (BPO) که نام برده شد محمولات کمتر از ۳۰۰۰ کیلوگرم که تحویل راه آهن می‌گردد خرده بار تلقی می‌شود و پس از تکمیل ظرفیت یک واگن به مقصد ارسال می‌گردد. محموله واگن دربست به محموله‌ای اطلاق می‌گردد که حداقل ظرفیت تعرفه‌ای کشور مبداء را در بر گرفته و به یک مشتری متعلق باشد.

کالاها در حمل به وسیله راه آهن با انطباق با نمونه گلاتور گمرکی بروکسل کد بندی شده است و در هر راه آهن طبقه بندی خاصی وجود دارد که کرایه حمل بر مبنای این طبقه بندی تعیین می‌شود. به طور مثال در راه آهن ایران کالا در هفت طبقه گنجانیده شده است و ارزش حمل و نقل هر طبقه در کشور با توجه به قیمت تمام شده بر مبنای تن کیلومتر محاسبه و اعلام می‌گردد. کالاهای کم ارزش در طبقات پایین و کالاهای صنعتی در طبقات بالاتر قرار دارد.

راه آهن با رعایت ارزش حمل و نقل یک واگن کرایه حمل واگن را به مأخذ ۱۰ و ۱۵ و ۲۰ و ۲۵ تن در نظر گرفته‌اند، کالای کمتر از ۱۰ تن و بیشتر از ۲۵ تن مأخذ کرایه تناژهای ۲۵ تن و ۲۰ تن از نرخ کمتری برخوردار است، یعنی کرایه حمل ۵۰ تن کالا در یک واگن از نرخ واحد یک تن کالای ۲۵ تنی کمتر می‌باشد.

هر راه آهن با توجه به قیمت تمام شده حمل خود نرخ‌ها را در تعرفه واحد حوزه تعرفه‌ای خود منتشر می‌نماید، نرخ تن کیلومتر یک کالا در راه آهن ایران با نرخ تن کیلومتر سایر کشورهای عضو یک حوزه تعرفه تفاوت دارد. ممکن است کالایی در یک کشور در بالاترین طبقه و در کشور دیگری در طبقات پایین تر قرار گیرد.

نرخ‌های خاص: در رابطه با کالاهای مشخص نرخ های خاص ارائه می‌گردد که عمده آنها به شرح ذیل می‌باشد:

حمل و نقل کالاهای خطرناک: در این حمل و نقل ویژگی‌های باربندی، بارگیری، نوع وسیله حمل، احتیاطات خاص باعث افزایش هزینه حمل می‌گردد.

حمل و نقل وسایط نقلیه جاده ای: وسایط نقلیه و اشیایی که طول آنها لزوم استفاده از چند واگن یا واگن‌های ایمنی را ایجاب نماید یا کالاهای فاسد شدنی، پالت‌ها، کانتینرها، انواع حمل و نقل‌هایی هستند

که چون احتیاج به تسهیلات ویژه ای دارند نرخ حمل آنها به نسبت حمل و نقل‌های عادی افزایش می‌یابد.

علاوه بر اینها حمل کالایی که به وسیله واگن حمل می‌گردد و از طرف صاحب کالا درخواست تدابیر استحفاظی بیشتر جهت امنیت بین راهی می‌گردد و مثلاً از برزنت یا وسایل باربندی استفاده می‌گردد، هزینه‌های بیشتری در بر خواهد داشت.

کالاهایی که حتماً لازم است با یک نوع واگن مخصوص حمل گردد به طور مثال، واگن‌های مخزن دار، مخصوص حمل مواد نفتی، مایعات، غله، یا واگن های مخصوص حمل محمولات سنگین و بی قواره واگن‌های مخصوص حمل کالاهایی که باید در حین حمل در درجه حرارتی ثابت باشد، با توجه به مقررات خاص مندرج در تعرفه‌های مورد عمل در حوزه های تعرفه‌ای هزینه حمل بیشتری را خواهند داشت. تقاضاهای خاص از قبیل ارسال محموله با قطار دربست و یا مستقیم نیز هزینه بیشتری خواهد داشت.

در بسیاری موارد واگن‌های خاص فوق الذکر توسط خود سازمان ها تهیه می‌شود و مورد استفاده قرار می‌گیرد و سرمایه گذاری در ساخت آنها برای راه آهن‌ها ارزش اقتصادی ندارد. مواردی نیز وجود دارد که شرکت‌های خاصی این قبیل واگن‌ها را در اختیار دارند و به صاحبان کالاها اجاره می‌دهند. بعضی محمولات نیز فقط توسط شرکت‌های خاصی که دارای تجهیزات لازم جهت حمل آنها هستند حمل می‌گردد. مثلاً کالاهای فاسد شدنی اکثراً مابین کشورها به وسیله شرکت انتر فریکو INTER FRICO (انترفریکو شرکتی است چند ملیتی که اکثر راه‌آهن‌های کشورها در آن سهیم هستند و عهده‌دار تدارک وسایل مورد نیاز حمل و نقل کالاهای یخچالی بوده و در زمان حمل نیز مراقبت لازم را به عمل می‌آورد) حمل می‌گردد.

حمل و نقل هوایی

حمل و نقل هوایی از جدیدترین وسایل حمل و نقل بین‌المللی محسوب و درصد کمی از کالاهای مورد معامله تجارت بین المللی از این طریق حمل می‌گردد.

مزایا و محدودیت های حمل و نقل هوایی

مزایای حمل و نقل هوایی به شرح ذیل می‌باشد:

- احتیاج به راه سازی ندارد.
- هر نقطه‌ای از هوا قابل دسترسی است.
- سرعت فراوان دارد.

محدودیت‌های حمل و نقل هوایی عبارت است از:

- محدودیت‌های سیاسی عبور از فضای کشورها، محدودیت آزادی پنجگانه
- محدودیت امکانات فرودگاهی و هوای مناسب

نحوه تعیین کرایه حمل هوایی

نرخ حمل و نقل هوایی در سطح بین المللی به وسیله انجمن حمل و نقل هوایی بین الملل؛ یاتا IATA(International Air Transport Association)- این نرخ‌ها به وسیله تمام اعضاء که اکثریت تعداد شرکت‌های هوایی را تشکیل می‌دهند در سطح بین المللی اعمال می‌گردد.

سازمان یاتا در سال ۱۹۴۵ تشکیل گردید و به صورت اتحادیه شرکت‌های هواپیمایی در سطح بین المللی عمل می‌کند. این سازمان امروزه دارای بیش از دویست و پنجاه عضو و عمده فعالیت آن به شرح ذیل می‌باشد:

فعالیت به صورت اتحادیه تجاری TRADEASSOCIATION– در این زمینه یاتا هماهنگی و همکاری لازم در زمینه‌های مختلف حمل و نقل هوایی مانند مسایل فنی، هوانوردی، استفاده از سیستم‌های مکانیزه و غیره را بین شرکت‌های عضو هماهنگ می‌نماید.

در جهت تعیین نرخ‌ها TARIFFCOORDINATION– سازمان یاتا دنیا را به سه منطقه تقسیم نموده است. منطقه یک شامل امریکای شمالی، مرکزی، جنوبی و جزایر کارائیب. منطقه دو شامل اروپا، افریقا و خاور میانه و منطقه سه شامل بقیه آسیا و اقیانوسیه می‌باشد.

کنفرانس‌های نرخ در یاتا شامل یک کنفرانس همگانی است که از تمام اعضاء تشکیل می‌گردد و در آن مسائلی کلی مربوط به تعیین نرخ‌ها، چگونگی محاسبه و مقررات کلی مورد بحث قرار می‌گیرد.

کنفرانس‌های منطقه‌ای و بین منطقه‌ای در رابطه با نرخ کرایه حمل در این مناطق و همچنین بین مناطق تصمیم گیری می‌نماید.

نرخ‌های حمل و نقل هوایی معمولاً بین فرودگاه‌هایی که پرواز برنامه‌ای وجود دارد محاسبه و برای تمام کالاها به جز دو استثناء به طور یکسان تعیین می‌گردد. نرخ‌ها معمولاً بر مبنای کیلوگرم محاسبه می‌شود و مقدار کمتر از کیلو محاسبه نمی‌گردد (رقم روند می شود). برای کالاهای حجیم که هر کیلوی آنها بیش از ۷۰۰۰ سانتیمتر مکعب معادل ۴۲۷ اینچ معکب حجم داشته باشد، نرخ بر مبنای ترکیب وزن و حجم محاسبه می‌شود. در رابطه با چنین کالاهایی ضریب بارگیری STOWAGE FACTOR محاسبه می‌گردد. این ضریب عبارت است از مقدار فوت معکب موجود یک تن کالا. بنابراین ضریب ظرفیت اگر بیش از ۲۵۱ باشد کالا حجیم محسوب و نرخ بر مبنای وزن و حجم محاسبه می‌گردد. مثال ذیل نحوه محاسبه را نشان می‌دهد:

محموله‌ای به حجم ۲۸ فوت مکعب ۸۰ کیلو وزن دارد کرایه به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

کیلوگرم ۱۱۳/۳= ۴۲۷ ÷ (۱۷۲۸ × ۲۸)

توضیح: هر فوت مکعب برابر ۱۷۲۸ اینچ مکعب می‌باشد.

بنابراین کرایه این محموله بر مبنای ۱۱۳/۳ کیلوگرم محاسبه می‌شود.

در کشورهایی که از سیستم متریک استفاده نمی‌شود برای کالاهایی که هر کیلوی آنها بیش از ۵۵۰۰ سانتیمتر مکعب معادل ۳۳۵ اینچ مکعب حجم داشته باشد نرخ برمبنای ترکیب وزن و حجم محاسبه می‌گردد. بنابراین محموله فوق معادل ۱۴۴/۵ کیلوگرم محاسبه می‌شود.

کیلوگرم ۱۴۴/۵ = ۳۳۵ ÷ (۱۷۲۸ × ۲۸)

انواع نرخ های حمل و نقل هوایی

برای هر مسیری که پروازِ برنامه-ای دارد سه نرخ پایه تعیین می‌گردد که عبارتند از:

۱- **نرخ حداقل** MINIMUM RATE– حداقل کرایه ای است که برای محموله‌ها تعیین می‌گردد، به عبارت دیگر هرچه محموله کوچک باشد این کرایه باید پرداخت گردد. حداقل وزن MINIMUM WEIGHT برای تعیین این نرخ در مسیرها و پروازهای مختلف متفاوت است.

۲- **نرخ عادی**- NORMAL RATE- نرخی است که از محموله هایی که از حداقل وزن بیشتر و از ۴۵ کیلوگرم کمتر باشد دریافت می‌گردد. این رقم در انگلستان و امریکا ۱۰۰ کیلوگرم می‌باشد. نرخ نرمال معمولاً از نرخ می نیمم کمتر است.

۳- **نرخ تخفیفی**- QUANTITY DISCOUNT RATE– این نرخ‌ها از نرخ نرمال ارزان‌تر است برای کالاهایی که بیش از حداکثر وزن نرخ نرمال هستند، تخفیف‌هایی در نظر گرفته می‌شود. این تخفیف‌ها به گونه‌ای داده می‌شود که کرایه حمل یک محموله ۱۱۰ کیلویی از یک محموله ۹۰ کیلویی کمتر نشود. بدین معنی که تخفیف برای وزن های مازاد در نظر گرفته می‌شود.

علاوه بر سه نرخ مبنای فوق نرخ های دیگری نیز به شرح ذیل وجود دارد:

۴- **نرخ حمل کالاهای خاص**- SPECIFIC COMMODITY RATE– شرکت‌های هواپیمایی برای جلب مشتری و رقابت با سایر وسایل حمل نرخ های خاصی را اعمال می‌کنند. این نرخ‌ها برای کالاهای خاص یا مسیرهای خاص یا بر اساس حجم کالا تعیین می‌گردد. این نرخ‌ها ممکن است از طرف یاتا و یا از طرف خود شرکت های مورد نظر تعیین گردد. بیشترین کاربرد این نرخ‌ها با توجه به نوع کالا در مسیرهای بخصوص می‌باشد. مثلاً یک شرکت هوایی در مسیر خاص رفت به اندازه کافی محموله دارد ولی در مسیر برگشت کالای زیادی وجود ندارد، لذا در این مسیر جهت حمل محموله‌های دیگر نرخ‌های خاصی را تعیین می‌کند. لذا به صاحبان کالا پیشنهاد می‌گردد در زمان حمل کالا ابتدا کنترل کنند آیا نرخ خاصی برای آن کالا وجود دارد یا خیر.

۵- **نرخ‌های ساخته شده**–CONSTRUCTED RATES– در حمل و نقل هوایی می‌توان برای مسیرهای مختلف علاوه بر نرخ های تعیین شده قبلی نرخ جدیدی ساخت. نرخ ساخته شده نرخی است که از ترکیب دو یا چند نرخ موجود ساخته می‌شود. مثلاً نرخی که یک بخش آن نرخ کالای خاص و بخش دیگر آن نرخ نرمال باشد. معمولاً این نرخ ها به گونه‌ای ساخته می‌شود که از نرخ‌های موجود ارزان تر است. در این روش نرخ در نقطه‌ای شکسته می‌شود که آنرا نقطه STOP-OVER می‌نامند. این نقطه را می‌توان در مسیر واقعی محموله، در مسیر دیگر یا در یک مسیر کاملاً فرضی در نظر گرفت.

۶- **سایر نرخ ها**–OTHER RATES– این گروه شامل نرخ هایی به شرح ذیل می‌باشند:

الف- نرخ‌های تخفیفی طبقه بندی شده REBATED CLASSIFIED RATES

این نوع نرخ در حقیقت شبیه همان نرخ کالاهای خاص است، با این تفاوت که به صورت تخفیف داده می‌شود، این نرخ در مورد حمل کالاهایی مانند نشریات از قبیل روزنامه و مجله به کار برده می‌شود و بر مبنای نرخ‌های نرمال تعیین می‌گردد.

ب- نرخ‌هایی با اضافه بر قیمت - SURCHARGE CLASSIFIED RATES

که در مورد حمل کالاهای خاص مانند طلا و نقره و غیره اعمال می‌گردد.

ج- نرخ‌های معوقه-DIFERRED RATES

برای کالاهایی که جهت حمل در نوبت می‌ماند اعمال می‌گردد. از این نرخ فقط در منطقه امریکای شمالی استفاده می‌شود.

د- نرخ‌های یک کاسه شده CONSOLIDATED RATES

شبیه همان نرخ‌های گروپاژ که در حمل دریایی مطرح شد می‌باشد.

کرایه حمل پروازهای چارتر

در حمل و نقل هوایی همانند آنچه در مورد خطوط کشتیرانی بیان شد با مقیاس خیلی کوچکتر مؤسساتی هستند که به صورت چارتر فعالیت می‌کنند. در مورد محموله‌های بزرگ به صرفه است که هواپیما به صورت چارتر گرفته و محموله حمل گردد. نرخ چارتر معمولاً از نرخ خطوط منظم پایین‌تر است و بسته به زمان آن متغیر می‌باشد. عواملی که در بخش دریایی در مورد ارتباط نرخ‌های چارتر و برنامه ای بیان شد در بخش هوایی نیز مصداق دارد.

عوامل مؤثر در تعیین کرایه حمل هوایی

تقریباً همان اصولی که در مورد تعیین کرایه حمل و نقل دریایی بیان شد در حمل و نقل هوایی نیز وجود دارد. در بخش هوایی بعضی عواملی مانند مسیر و نوع کالا نقش بیشتری دارا می‌باشند. اصولاً کالاهای خاص با هواپیما حمل می‌شوند. کالاهای فاسد شدنی، مواد غذایی، کالاهای صنعتی خیلی حساس، کالاهای با ارزش، حیوانات زنده از محمولاتی هستند که به علت ماهیت خود با هواپیما حمل

می‌گردند. همچنین مسیر نیز نقش مهمی در کرایه حمل دارد. بخصوص این تفاوت نرخ در مسیر رفت و برگشت به خوبی محسوس است.

نرخ اضافی که در بخش دریایی مفصلاً مورد بحث قرار گرفت در بخش هوایی نیز تقریباً اعمال می‌گردد. نرخ اضافی سوخت در زمان افزایش قیمت سوخت و نرخ اضافی بیمه در جنگ اخیر خلیج فارس از موارد بارز این موضوع می‌باشد.

فصل ششم

نحوه تعیین و پرداخت کرایه حمل در ایران

کرایه حمل شیوه‌های مختلف حمل در ایران به طرق مختلف به شرح ذیل تعیین و پرداخت می‌گردد.

کرایه حمل دریایی در ایران

از نظر سهم وزنی حمل و نقل دریایی بخش عمده حمل و نقل در کشور را تشکیل می‌دهد، در صورتی که از نظر سهم ارزشی حمل زمینی رجحان دارد.

سهم هر یک از روش های حمل در پانزده سال گذشته در کل مبادلات بین المللی کشور به شرح ذیل می باشد:

روش حمل	سهم وزنی	سهم ارزشی
دریایی	٪۷۵	٪۴۰
زمینی (جاده ای و راه آهن)	٪۲۳	٪۵۰
هوایی	٪۲	٪۱۰

تمام ارقام فوق تقریبی می باشد.

شرکت‌های فعال در امر حمل و نقل دریایی کشور عبارتند از:

- شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران هم اکنون در چهار کنفرانس به شرح ذیل عضویت دارد:

ACMEL(Association Of Middle East Lines Conference)
FESAMEC(Far East, South Asia, Middle East Conference)
MEDMECON(Mediterrianian And Middle East Conference)
SINGAPORECON(Singapor Conference)

- شرکت کشتیرانی ایران و هند که ۵۰٪ سهم آن متعلق به شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی است.

- شرکت کشتیرانی بنیاد مستضعفان و جانبازان

در مورد کالاهای عمومی CARGOGENERALمعمولاً تعرفه کنفرانس‌های مربوط حاکم است. ممکن است عندالزوم تخفیف‌هایی نیز ارائه گردد. نرخ حمل کالاهای مختلف هر ساله توسط کنفرانس‌ها تعیین و به سازمان بنادر و کشتیرانی جمهوری اسلامی اعلام می‌شود.

چگونگی تعیین کرایه حمل دریایی در ایران مشمول مقررات یکصد و بیست و یکمین مصوبه شورایعالی ترابری (که اصطلاحاً طرح فوب نامیده می‌شود) می‌باشد. در این طرح عنوان شده است که نرخ حمل کالاهای عمومی که به صورت لاینر حمل می‌گردد تابع شرایط و ضوابط کنفرانس مربوطه و تعدیلات شرکت کشتیرانی می‌باشد ونرخ حمل کالاهای فله بر اساس توافق بین شرکت کشتیرانی و صاحب کالا تعیین می‌شود.

کرایه حمل جاده ای در ایران

حمل و نقل جاده‌ای در کشور از مالکیت غیر متمرکز و غیر انحصاری برخوردار است و نرخ حمل آن جدا از بخش هزینه‌های زیربنایی تعیین می‌گردد. در این بخش رقابت نقش بیشتری در تعیین کرایه حمل ایفا می‌کند.

الف- حمل کالاهای صادراتی

محمولات صادراتی در صورتی که توسط کامیون‌های ایرانی حمل گردند نیازی به اخذ مجوز ندارند، ولیکن در صورتی که با کامیون غیرایرانی حمل گردند کسب مجوز وزارت راه و ترابری الزامی است و این وزارتخانه با توجه به وضعیت عرضه و تقاضا در بازار مجوزهای مربوطه را به صورت موردی صادر می‌نماید. کرایه حمل کالاهای صادراتی توافقی تعیین می‌گردد.

ب- حمل کالاهای وارداتی

کرایه حمل کالاهای وارداتی دستخوش تغییر و تحولاتی زیاد بوده و در هر برهه ای مقررات خاصی بر آن اعمال گردیده است تا قبل از سال ۶۵ کالاهای وارداتی به صورت سی اند اف (C&F) خریداری می‌شد و کرایه حمل آن نیز همراه با خرید کالا یک جا پس از تأیید مراکز تهیه و توزیع تعیین می‌گردید.

در سال ۱۳۶۵ معاونت حمل و نقل جاده ای وزارت راه و ترابری برای حمایت از ناوگان حمل و نقل بین المللی کشور طرحی را تحت عنوان سیستم طرح ریالی به شورایعالی هماهنگی ترابری کشور پیشنهاد نمود که در چهل و سومین و چهل و چهارمین جلسه این شورا به تصویب رسید. بر اساس این طرح باید قراردادی بین صاحب کالا و شرکت حمل و نقل بر اساس ریال منعقد شود. در این قرارداد شرکت حمل و نقل با توجه به سقف تعیین شده توسط شورایعالی هماهنگی ترابری کشور با صاحب کالا توافق می‌نماید که در مقابل مبلغ معینی ریال نسبت به حمل کالای وی از مبادی خارج از کشور اقدام نماید. این قرارداد برای تأیید به معاونت حمل و نقل جاده‌ای ارسال می‌شود. این معاونت پس از اخذ مدارک و بررسی‌های لازم تعداد کامیون مورد نیاز را تعیین می‌کند و با توجه به سقف هزینه ارزی بین راهی تعیین شده برای مبادی مختلف خارج از کشور مقدار لازم ارز به بانک کارگزار شرکت حمل و نقل تخصیص می‌دهد. هنگام معرفی راننده از طرف شرکت حمل و نقل جهت حمل کالای موضوع قرارداد، بانک معادل ۶۰٪ از هزینه ارزی بین راهی هر کامیون را به وی پرداخت می‌کند و پس از حمل کالا و ارائه CMR(Convention Relative au Contract deTrandpor International de Merchandises Par de Route) «کنوانسیون مربوط به قرارداد حمل و نقل بین المللی کالا از طریق جاده» و قبض انبار رسید کالا به کشور ۴۰٪ مابقی نیز پرداخت می گردد. پس از تحولات سیستم بانکی کشور بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در اواخر سال ۶۹ اعلام نمود که از ابتدای سال ۷۰ دیگر هزینه ارزی بین راهی به رانندگان تعلق نمی‌گیرد و این هزینه ها را صاحبان کالا باید تأمین نمایند، در نتیجه صاحبان کالا تمایل خود را به استفاده از این طرح از دست دادند. شورایعالی هماهنگی ترابری کشور در یکصد و نهمین جلسه مورخ ۱۳۷۰/۲/۳۱ بنا به پیشنهاد معاونت حمل و نقل جاده‌ای و با توجه به بخشنامه شماره ۸/ تا/۲۵۸۳۷ مورخ ۶۹/۱۲/۱۳ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در مورد عدم تخصیص ارز برای هزینه‌های ارزی بین راهی برای کامیون‌های ایرانی و در جهت تشویق هر چه بیشتر کامیون‌های ایرانی به سفر به خارج و تقویت ناوگان بین المللی جاده‌ای کشور تعرفه مربوط به هزینه ارزی بین راهی و کرایه‌های ریالی را به طور کلی لغو و مقرر نمود که از تاریخ فوق نرخ حمل کالاهای وارداتی و صادراتی کشور که توسط شرکت‌های حمل و نقل بین المللی ایرانی و با کامیون ایرانی حمل

می‌گردد به صورت توافقی تعیین و اعمال گردد، و در صورت لزوم بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سایر بانک‌های کشور به نفع شرکت‌های حمل و نقل بین المللی ایرانی اقدام به گشایش اعتبار نمایند.

نظر به این که بیم آن می‌رفت که القای طرح سیستم ریالی مجدداً خرید به صورت سی اند اف که کار را مجدداً به دست شرکت‌های حمل و نقل خارجی می‌دهد رواج پیدا نماید، لذا معاونت حمل و نقل جاده‌ای پیشنهاد طرح اف سی آی را به شورایعالی هماهنگی ترابری کشور ارائه نمود که این شورا پس از بررسی‌های لازم در یکصد و چهاردهیمن جلسه خود در تاریخ ۷۰/۷/۹ آن را به تصویب رسانید که از تاریخ ۷۱/۸/۱۵ به مرحله اجرا در آید. این طرح در راستای حمایت از شرکت‌های حمل و نقل بین المللی ایرانی در امر حمل سریع کالا و حفظ منافع صاحبان ایرانی کالا تدوین گردیده است و کلیه حمل‌های کامیونی از مبادی خارج از کشور را در بر می‌گیرد.

بر اساس این مصوبه ابتدا صاحب کالا باید مجوز حمل لازم را از وزارت راه و ترابری دریافت دارد. سپس با یکی از شرکت‌های حمل و نقل بین المللی ایرانی دارای مجوز فعالیت، قرارداد حمل منعقد نماید و شرکت حمل و نقل نیز بر اساس قرارداد منعقده پروفرمای نهایی حمل را صادر و به صاحب کالا ارائه نماید. صاحب کالا نیز بر اساس پروفرمای مذکور نسبت به تأمین کرایه حمل در بانک اقدام می‌کند. بانک کارگزار پس از اخذ پروفرمای مربوطه از سوی صاحب کالا نسبت به گشایش اعتبار کرایه حمل به نفع شرکت حمل و نقل ایرانی طرف قرارداد اقدام می‌کند و شرکت حمل و نقل نیز نسبت به حمل کالا اقدام و پس از حمل کالا با ارائه یک نسخه از کپی بارنامه و سیاهه حمل به بانک مراجعه و کرایه حمل خود را دریافت می‌نماید.

همانطور که گفته شد این طرح از تاریخ ۱۳۷۰/۸/۱۵ به مرحله اجرا در آمده است. پس از موفقیت در حمل کامیونی، معاونت حمل و نقل جاده ای در تیرماه سال ۷۱ به شورایعالی هماهنگی ترابری کشور پیشنهاد نمود که طرح FCA= FREE CARRIER علاوه بر حمل کامیونی، کلیه حمل های وارده از طریق زمینی (قطار- کامیون- کشتی و کامیون) را نیز در بر گیرد که این طرح نیز در یکصد و بیست و هشتمین نشست شورایعالی هماهنگی ترابری کشور مورخ ۷۱/۷/۲۱ به تصویب رسید و به مرحله اجرا در آمد. از آن موقع تاکنون موضوع کرایه حمل کالا با کامیون و هزینه‌ها و عملیات بین راهی مجدداً

دستخوش تغییرات متعدد گردید که در حال حاضر بصورت نامنظم انجام می‌شود. لازم است صاحبان کالا با تماس با اتحادیه کامیون‌داران بین‌المللی مقدار و نحوه پرداخت کرایه را تعیین نمایند.

کرایه حمل با راه آهن در ایران

در حمل به وسیله راه آهن «واحد محاسباتی» در تعرفه حمل و نقل کالا و مسافر، تن- کیلومتر جهت حمل بار و نفر کیلومتر جهت جا به جایی مسافر تعریف شده است.

کرایه حمل هوایی در ایران

در ایران چند شرکت هواپیمایی از جمله شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و آسمان و ... فعالیت دارند.

نحوه تعیین نرخ کرایه حمل هوایی در ایران

در رابطه با محموله‌های داخلی و خارجی به شرح ذیل می‌باشد:

حمل بار داخلی- نرخ حمل بار در داخل کشور به وسیله هواپیمای جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد شده است و بعد از تصویب شورایعالی هواپیمایی کشوری قابل اجراء می‌باشد. این نرخ‌ها متأثر از نرخ‌های مصوبه سازمان یاتا می‌باشد و بر این مبنا محاسبه می‌گردد.

حمل بار بین المللی- شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و شرکت‌های فعال ایرانی در زمینه حمل بار در سطح بین الملل می‌باشد. شرکت‌های هواپیمایی دارای هواپیمای باری بوده که در مسیرهای بین المللی به حمل بار اشتغال دارد و علاوه بر این هواپیما، هواپیماهای مسافربری نیز حسب وضعیت به حمل بار اقدام می‌نمایند. این شرکت‌ها چون عضو انجمن بین المللی حمل و نقل هوایی (یاتا) می‌باشند، لذ از نرخ های مصوبه یاتا تبعیت می‌نمایند. هواپیمائی ایران نیز مانند سایر شرکت‌های هوایی با توجه به مقتضیات بازار در شبکه پروازی خود تخفیف‌هایی قائل می‌شود. اصولاً با توجه به وضعیت اقتصادی کشور همواره بارهای هوایی وارداتی به مراتب بیش از بارهای صادراتی می‌باشد. این امر باعث می‌گردد که هواپیمائی ایران در مسیرهای تهران به مقاصد بین المللی همواره دارای ظرفیت اضافی باشد و جهت پر نمودن این ظرفیت و کمک به صادرات کشور تخفیف‌هایی حتی در شرایط خاص تا بیش از

۵۰٪ به مشتریان خود ارائه می‌نماید. در مسیرهای خارج از کشور به تهران محموله ها اکثراً دولتی هستند و کرایه آن توسط دولت پرداخت می‌گردد.

- به طور کلی می‌توان محموله‌های هوایی را به دو دسته تقسیم نمود:

۱- دسته اول محموله‌های همراه مسافر می‌باشد که معمولاً تا بیست کیلوگرم مجاز و بیش از این مقدار بر اساس مقررات «یاتا» جهت هر کیلو ۱/۵ درصد نرخ درجه عادی محاسبه می‌شود. در بعضی از مسیرها مانند آمریکای شمالی و جنوبی هر مسافر اجازه حمل دو بسته با ابعاد خاصی دارد و مازاد آن مشمول کرایه اضافه بار می‌شود.

۲- دسته دوم محموله‌های غیر همراه که شامل انواع زیر می‌گردد:

الف- محموله‌های سبک: سقف وزنی اینگونه محموله ها معمولاً تا پنج کیلوگرم است که با نرخ ثابتی حمل می‌گردد.

ب- محموله‌های نرمال: نرخ خاصی جهت اینگونه محموله‌ها که معمولاً از ۴۵ کیلوگرم تجاوز نمی‌نماید پیش بینی شده است.

پ- محموله‌های اوزان ۱۰۰ و ۳۰۰ و ۵۰۰ کیلوگرم: نرخی که جهت این محموله‌ها در نظر گرفته شده است با توجه به وزن کالا از تخفیف بالا و حتی در بعضی موارد تا ۵۰ درصد نرخ نرمال می‌باشد که با هدف توسعه صادرات در نظر گرفته شده است. شرکت‌های هواپیمایی در رقابت با یکدیگر تخفیف‌های ویژه‌ای نیز روی همین نرخ ها قائل می‌شوند.

باید توجه داشت که اصولاً تعیین نرخ های بار صرفاً بر اساس شرایط بازار و رقابت بین شرکت‌های هواپیمایی تعیین می‌گردد. علیرغم اینکه به نظر می‌رسد بعد مسافت یکی از عوامل تعیین کننده نرخ بار هوایی است عوامل دیگری نظیر نوع کالا و شرایط رقابتی و غیره تعیین کننده اصلی نرخ می‌باشد.

نحوه دریافت کرایه حمل هوایی محموله‌های وارداتی و صادراتی در شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران به شرح ذیل می‌باشد:

محموله های وارداتی: پرداخت کرایه حمل به صورت ارزی در خارج از کشور صورت می‌گیرد. بر اساس تقاضای گیرنده در ایران اجازه صدور بارنامه به صورت پس‌کرایه به شعب خارج از کشور هواپیمایی

ایران، داده خواهد شد. در این صورت گیرنده کالا بهای حمل را در ایران می‌پردازد. دستور صدور پس‌کرایه طی تلکسی که از کد FK صادر می‌شود و با شماره خاصی به شعب هواپیمایی ایران اعلام می‌گردد. در جهت افزایش توان رقابتی شرکت و کمک به صاحبان کالا در مواردی، تخفیفی معادل ۵۰٪ نرخ‌های منتشر شده منظور می‌گردد.

محموله های صادراتی: بهای حمل این محموله ها تماماً در ایران به ریال دریافت و تخفیف‌هایی بین ۲۰ تا ۳۰٪ از نرخ‌های منتشره اعمال می‌گردد. در صورتی که محموله ها به مقاصدی خارج از شبکه هواپیمایی جمهوری اسلامی و با سایر شرکت‌ها حمل شوند نیز تمام کرایه در ایران دریافت می‌گردد.

در رابطه با حمل بار از و به ایران هیچ نوع محدودیتی جهت شرکت‌های هواپیمایی خارجی اعمال نمی‌شود به جز اینکه این شرکت‌ها نمی‌توانند محموله های وارداتی را به عنوان پس‌کرایه و در ایران دریافت نمایند.

جمع بندی و پیشنهادات

فوقاً انواع مختلف نرخ های حمل و چگونگی تعیین آنها در شیوه‌های مختلف حمل مطرح گردید. در رابطه با تعیین کرایه حمل موارد ذیل پیشنهاد می‌گردد.

۱- هر چه بیشتر نرخ بر اساس مکانیسم بازار تعیین گردد، نتیجه مثبت تری عاید خواهد شد. اگر عرضه و تقاضا نرخ کرایه حمل را در بازار تعیین نماید، حمل کننده و صاحب کالا هیچ کدام فشاری بیشتر از دیگری تحمل نخواهند کرد. البته همانطور که عنوان شد در موارد مختلف دولت‌ها در تعیین کرایه حمل دخالت می‌کنند و گاهی نرخ ها به صورت مصوبه تعیین می‌گردد. این امر ممکن است در شرایط زمانی و مکانی خاص اثر مثبت داشته باشد ولی پیروی از آن به عنوان یک اصل صحیح نمی‌باشد.

۲- علاوه بر کرایه حمل، سایر هزینه‌های حمل که در مواردی مبالغ گزافی را تشکیل می‌دهد نیز باید متناسب با کرایه حمل باشد و در این رابطه دولت‌ها یا متصدیان ارائه خدمات نباید نرخ‌های غیرمتعارفی را مطالبه نمایند. در مواقعی، بالا بودن هزینه‌های بندری در یک بندر خاص یا هزینه‌های خدمات فرودگاهی در یک فرودگاه خاص باعث می‌گردد که محموله مسیر بیشتری را طی کند و کرایه حمل بیشتری بپردازد تا از پرداخت هزینه بندری گزافی رهایی یابد.

۳- هزینه حمل باید درصد معقولی از قیمت تمام شده کالا باشد. این درصد در کشورهای پیشرفته حداکثر ۱۰ درصد و در کشورهای در حال توسعه به طور متوسط ۱۵ درصد قیمت سیف کالا می‌باشد. این رقم برای کشور ما به مراتب بیش از ۱۵ درصد است.

۴- نرخ کرایه حمل باید به نحوی تعیین گردد که برای حمل کنندگان درصد مناسبی سود خالص در بر داشته باشد. البته این سود در بازار رقابتی وجود خواهد داشت، زیرا مؤسسات حمل کننده‌ای که قادر نباشند خدمات خود را با نرخ بازار عرضه نمایند از گردونه خارج خواهند شد.

در رابطه با کرایه حمل پیشنهاد می‌گردد صاحبان کالا نکات ذیل را مورد توجه قرار دهند:

الف- با توجه به متنوع بودن نرخ‌های حمل و دخالت عوامل مختلف در تعیین آن، پیشنهاد می‌گردد صاحبان کالا جهت حمل کالای خود از فورواردرهای با تجربه استفاده نمایند. یکی از توانایی‌های فورواردرها آگاهی از نرخ های موجود در بازار می‌باشد. این مؤسسات با توجه به ارتباطی که با شرکت های حمل و نقل و هم چنین آشنایی به مسیرهای مناسب حمل دارند می‌توانند نرخ‌های مناسبی به صاحبان کالا ارائه نمایند.

ب- در صورت عدم استفاده از فورواردرصاحب کالا باید بررسی لازم در بازار به عمل آورد و علاوه بر تعیین شیوه مناسب حمل کالا، نرخ مناسب بازار جهت حمل محموله را پیدا نماید. صاحب کالا باید آگاهی کامل از بازار حمل و نقل کالای مربوط را داشته باشد.

فصل هفتم
پرکردن کانتینر

کلیات

این بخش اصولاً فرستندگان بار را مخاطب قرار می‌دهد، هرچند همه افراد دخیل در حمل و نقل کانتینر از طریق دریا، و نه فقط راهبران و خدمه کشتی ها، بایستی از اهمیت پرکردن یا بارچینی داخل کانتینر به طور ایمن و صحیح، و لزوم رعایت مقررات بین المللی و بهترین شیوه‌های اجرای ارائه شده توسط این صنعت، آگاهی داشته باشند. این موضوع هم جهت با منافع محافظت بار، نوعی منافع فردی روشنگرانه و آگاهانه نیز در بر دارد.

شناخت این نکته حائز کمال اهمیت است که اقدامات انجام شده در زمان پر کردن کانتینر می‌تواند با تعادل و ایمنی کشتی‌های کانتینربر، جان دریانوردان در کشتی و ایمنی دیگران در تمام زنجیره حمل و نقل، ارتباط و تأثیر مستقیم داشته باشد.

برای کلیه افراد دخیل، حائز اهمیت ویژه است که درجه بالای خطرات فیزیکی ناشی از محیط دریا را که کشتی در معرض آنها قرار دارد درک کنند. این نکته نیاز به تأکید مضاعف ندارد که یک اشتباه در پر کردن صحیح کانتینرها این خطرات را افزایش می‌دهند.

پایبندی به محدودیت‌های وزن و روش‌های کار صحیح در بارگیری و مهار بار و حصول اطمینان از توزیع ایمن وزن بار و حصول اطمینان از توزیع ایمن وزن بار و اینکه محموله‌های داخل کانتینرها در دریا حرکت نکنند یا جا به جا نشوند و ایمنی کشتی را به مخاطره نیاندازند از اهمیتی حیاتی برخوردار است.

رهنمودهای سازمان بین المللی دریانوری *(IMO)*، سازمان بین المللی کار *(ILO)* و کمیسیون اقتصادی سازمان ملل متحد برای اروپا *(UNECE)* در رابطه با بسته بندی واحدهای حمل بار، اطلاعات جامعی در مورد پر کردن کانتینر در اختیار قرار می‌دهند.

الزامات کلیدی

الزامات مشروحه زیر باید علاوه بر مراعات نکات به خصوص و دقیق تر ارائه شده در قسمت‌های دیگر این بخش، در طول پر کردن یا خالی کردن کانتینرها نیز مورد تأسی قرار گیرند:

پیرو درخواست رزرو، مناسب ترین نوع کانتینر را برای جای دادن محموله انتخاب کنید؛

قبل از شروع پر کردن کانتینر یک طرح قبل از بارچینی آماده کنید تا ملاحظات مربوط به وزن و حجم در آن لحاظ شده و محدوده‌های مجاز بارگیری در هر نقطه رعایت شود؛

هیچ گاه بیشتر از حد مجاز یا ظریت حمل کانتینر بارگیری نکنید؛ یعنی وزن ناخالص کالا و کانتینر نباید از قدرت تحمل ایمن کانتینر تجاوز کند؛

هیچ گاه در حمل جاده‌ای، کانتینر را بیشتر از حد وزنی مقرر در مقررات جاده ای بارگیری نکنید؛

وزن بار را به طور یکنواخت در کف کانتینر توزیع کنید. هیچ گاه اقلام سنگین را در یک قسمت و اقلام سبک را در قسمت دیگر قرار ندهید. وزن بار در نیمه کانتینر نباید از ۶۰ درصد وزن تجاوز کند؛

کالاهای سنگین را در روی کالاهای سبک قرار ندهید؛

تمام محموله‌ها را به طور محکم کنار هم قرار داده و مهار کنید؛

کلیه دستورالعمل‌های جا به جایی درج شده در روی محموله مثل «رها نکنید» یا «این سمت به طرف بالا» را رعایت کنید.

کالاهای دارای گوشه‌های تیز را جدا از سایر کالاهای صاف تر و ملایم تر بچینید. از وسایل و اقلام فاصله انداز و جدا کننده به نحو مناسب استفاده کنید؛

در مورد بارهای ترکیبی در صورت امکان بسته‌های حاوی بار مایع را در ردیف‌های زیر و بار خشک را در ردیف های بالا قرار دهید؛

برای محموله‌های نامطبوع مثل پوست حیوانات یا دوده کربن ازکیسه های کالا استفاده کنید؛

از گیره‌ها و بست‌ها یا سایر ابزار بارگیری استفاده نکنید مگر کالا قدرت تحمل آنها را داشته باشد؛

هنگام بارگیری کالاهای خطرناک مطمئن شوید که الزامات بسته بندی در آیین نامه IMDG همیشه مراعات می‌شوند؛

کالاهای با بسته بندی مصدوم و معیوب را در کانتینر بارگیری نکنید؛

کالاهای خیس و نمناک را در کنار کالاهای خشک نچینید؛

از فاصله انداز یا بسته بندی ناسازگار با محموله استفاده نکنید؛

محموله‌های با بوی نامطبوع و آلاینده را در کنار کالاهای حساس قرار ندهید؛

کلیه قوانین مرتبط با کالاهای خطرناک را مراعات کنید. از برچسب‌ها و پلاک‌های مناسب برای شناسایی بسته بندی و کانتینرهای باری حاوی کالاهای خطرناک استفاده کنید؛

کالاهای خطرناک رادر صورت امکان نزدیک در بچینید؛

کلیه مستندات لازم را در کانتینر قرار دهید؛

شماره پلمپ (مهر و موم) و شماره کانتینر را در تمام اسناد حمل ثبت کنید؛

هرگز در طول بارگیری/ تخلیه سیگار نکشید و از خوردن و آشامیدن خودداری کنید.

کنترل کردن کانتینر

در اکثر مناطق عملیاتی، کانتینرها در برگشت بعد از حمل مورد بازدید قرار می‌گیرند؛ اما هنگامی که برای حمل اقلام صادراتی واگذار می‌شوند بازدید مجددی صورت نمی‌گیرد. همچنین زمانی که کانتینرها به وسیله کامیون مستقیماً از طرف وارد کننده برای صادرکننده حمل می‌شوند، مواردی از حرکات سه وجهی خواهند داشت. در این گونه موارد کانتینرها احتمالا فقط از نظر احتمال صدمه توسط بنگاه باربری مورد پاک سازی و کنترل سریع قرار خواهد گرفت.

بازدید کامل کانتینر برای حصول اطمینان از سالم بودن آن، نیاز به فردی آموزش دیده و ذیصلاح دارد. با این حال کنترل کردن کانتینر از نظر تمیزی و پذیرش کلی، وابسته به درک عمومی است. صرف نظر از اینکه آیا کانتینر با یک محموله کامل پر می‌شود یا خیر، بازدیدی سریع از داخل و خارج کانتینر قبل از پر کردن (و همچنین بعد از خالی کردن کانتینر) به نفع استفاده کننده خواهد بود.

در این بخش تعدادی چک لیست سودمند ارائه شده است تا در بازرسی کانتینرها در طول نظافت، بارگیری و تخلیه و همچنین در به حداقل رساندن صدمه به بار و کاهش خطرات فردی کمک کنند.

پایبندی به رهنمودهای ILO, IMO و UNECE برای بسته بندی واحدهای حمل در تمام اوقات ضرورت دارد.

پیش از انباشت- پر کردن

کانتینر بایستی قبل از پر کردن، از داخل و خارج مورد بازدید و کنترل قرار گیرد تا اطمینان حاصل شود که از نظر سازه‌ای سالم و محکم است و کار در داخل و اطراف آن ایمن می‌باشد. از داخل و خارج کانتینر نیز بایستی عکس‌های به روز و دیجیتال گرفته شود.

کنترل قسمت های خارجی کانتینر

قبل از باز کردن کانتینر بایستی اطمینان حاصل شود که کانتینر دارای یک پلاک تأیید ایمنی معتبر است و اینکه تاریخ بازرسی مجدد آن سپری نشده است. پس از حصول این اطمینان و قبل از باز کردن و ورود به کانتینر، موارد مشروحه زیر در قسمت های خارجی بایستی مورد ارزیابی قرار گیرند:

سوراخ شدگی: هیچ گونه سوراخ، درز یا شکاف آشکار در قاب بندی خارجی وجود نداشته باشد؛

درب‌ها: هیچ گونه لولا، قفل یا واشر آب بندی شکسته یا کج و معوج مشاهده نشود؛

روپوش‌ها (کرباس قیر اندود): در صورتی که کانتینرها مجهز به روپوش‌های سقفی متحرک (پارچه کرباسی قیر اندود عایق آب) یا پرده‌های جانبی باشند، باید به طور صحیح نصب شوند و مجهز به سیم‌های نگه دارنده روپوش بوده و فاقد پارگی و شکاف در پارچه باشند؛

میله سقف: همه میل‌های سقف در کانتینرهای روباز بایستی در محل خود باشند. چنانچه سقف یک کانتینر از نوع جمع شونده باشد، میل‌های سقف بایستی به آرامی به طرف دو انتهای کانتینر کشیده شوند؛

پلاکاردها و علامت گذاری‌ها: تمام پلاکاردها یا علامت گذاری‌های باقیمانده در سطح خارجی کانتینر خالی که به محموله قبلی مربوطه می شوند بایستی زدوده یا برداشته شوند؛

سازه: هیچ گونه عیب و نقص جدی سازه ای مثل اتصالات گوشه‌ای یا نرده های کناری پاره شده یا ترک خورده وجود نداشته باشد.

کنترل قسمت های داخل

پس از حصول توافق بر اینکه عناصر خارجی یک کانتینر از استاندارد مناسب برخوردارند. میتوان کانتیر را باز کرد تا کنترل های مشروحه زیر در آن انجام گیرند:

تمیز بودن: هیچ گونه آثار باقیمانده از محموله قبلی (خاکروبه، غبار، چربی یا مایع) وجود نداشته باشد؛

خشک بودن: داخل کانتینر بایستی خشک و عاری از عرق یا برفک باشد؛

عدم هجوم حشرات: نباید هیچ نشانه ای از آفات، حشرات و حیوانات جونده که ممکن است موجب آلودگی کالا و منجر به تأخیر در حمل از جانب مقامات بهداشتی شود، وجود داشته باشد؛

عاری از بوی نامطبوع: در صورت بسته بندی کالاهای ظریف و حساس و مستعد صدمه ناشی از بوهای نامطبوع، کانتینر باید به نحوی خوشبو شود. این مورد باید بلافاصله پس از باز کردن درب‌ها یعنی زمانی که بوهای بر جای مانده از قبل قوی تر از همیشه هستند کنترل شود. در صورتی که گازهای نامطبوع و زننده ناشی از محموله قبلی کماکان در کانتینر وجود دارند، به ویژه اگر از ماده ضد عفونی نیز استفاده شده است، باید احتیاط لازم به عمل آید؛

آب نفوذ ناپذیری: بهترین شیوه کنترل آب نفوذ ناپذیری ورود به آن و بستن هر دو در است. در صورتی که نقاطی از نور مشاهده شود بدین معنی است که آب هم می‌تواند از نقاط مزبور نفوذ کند. این کنترل در مورد کف کانتینر نیز اعمال می‌شود زیرا در طول حمل جاده ای نیز آب می‌تواند از کف آن تراوش کند؛

پیروی از دستورالعمل‌ها: هرگونه توصیه نصب شده در داخل کانتینر بایستی مورد توجه قرار گیرد.

پس از انباشت

پس از آنکه مقدار بار برنامه ریزی شده در یک کانتینر چیده شد، کنترل‌های مشروحه زیر باید به عمل آید:

محدودیت‌ها: کالاها بایستی طوری مرتب و مهار شوند تا تنش ها و فشارهای سفر را تحمل کنند. به ویژه اطمینان حاصل شود که محموله‌های نزدیک به درب حرکت نداشته باشند؛

بازدید گمرکی: در صورتی که بیش از یک نوع از هر قلم کالا در کانتینر چیده می‌شود، اگر نمونه‌ای از هر قلم از آن نزدیک به درب کانتینر قرار داده شود، می تواند موجب صرفه جویی در وقت و هزینه جستجو شود؛

امنیت: وقتی درب‌ها بسته می‌شوند تمام شاخک‌های قفل کننده بایستی به طور صحیح بسته و درگیر شوند و درز بندهای درب را تحت فشار در آورند پلمپ تأیید شده شرکت باید در محل مناسب روی درب سمت راست زده شده و شماره یادداشت شود. پلمپ‌ها باید با استانداردهای ISO در انطباق باشند.

محتویات کانتینر: هر پلاکاردی، به استثنای پلاکاردهای الزامی بر اساس مقررات، در سطح بیرونی کانتینر که حاوی محتویات کانتینر باشد موجب جلب نظر دزدان می شود و بایستی برداشته شود. بسته‌های حاوی کالاهای خطرناک بایستی منطبق با آیین نامه $IMDG$ برچسب زده شود؛

پلاکاردها: کالاهای خطرناک بایستی به نحو مناسب در محل‌های توصیه شده الصاق شود. پلاکاردها باید به نحوی قرار گیرند تا جلوی شماره کانتینر یا سایر علایم متمایز کننده را نگیرند.

قبل از تخلیه کانتینر: قبل از تخلیه محتویات کانتینر موارد مشروح زیر باید کنترل شوند:

امنیت: پلمپ سالم است و دستکاری نشده است. شماره باید برای مراجعات احتمالی آتی با مدارک همراه مقایسه شود؛

وضعیت خارجی کانتینر: به صدماتی که ممکن است بر محتویات کانتینر تأثیرگذار باشد توجه شود؛

پلاکاردها و علامت گذاری‌ها: قبل از باز کردن درب‌ها باید به پلاکاردها یا علامت گذاری‌ها از قبیل برچسب کالاهای خطرناک یا محتویات فله‌ای توجه لازم مبذول شود؛

درب‌ها: درب‌ها باید با احتیاط باز و به میله‌های قفل کننده تسمه های مانع متصل شوند تا از صدمه به افراد اجتناب شود. این کار به دلیل محافظت در مقابل خطر بیرون افتادن محموله‌هایی است که به طور نادرست بسته شده‌اند و ممکن است به افراد صدمه بزنند. پس از باز شدن درب‌ها، کانتینر باید برای مدتی در معرض هوا قرار گیرد تا اطمینان حاصل شود که گازهای خطرناک مؤثر بر سلامت افرادی که به آن وارد می‌شوند وجود ندارد.

چک لیست بعد از تخلیه کانتینر: وقتی کانتینر تخلیه شد و بارز در آن وجود نداشت، باید از نظر صدماتی که ممکن است منجر به شکایت گردد کنترل شود. اکثر تعرفه‌ها طوری نوشته شده‌اند که مشتری صاحب بار کاملاً یک کانتینر را متعهد می‌سازد تا پس از تخلیه کانتینر آن را نظافت کند. این امر شامل بیرون بردن تمام بسته بندی‌ها و جارو کردن کامل کانتینر است.

بازرسی کانتینر از نظر هرگونه علائم، لکه های رطوبت یا سوراخ در طرفین یا سقف که ممکن است بر بار تازه تخلیه شده تأثیرگذار بوده باشد امری احتیاطی و معقول است. وقتی کانتینر خالی است، برچسب ها و پلاکاردها باید برداشته شوند.

بارچینی عمودی-کالاهای همگن: در صورتی که محموله از کالای همگن تشکیل شده باشد (و همه دارای اندازه یکسان باشند) باید از حجم کامل کانتینر استفاده شود.

برای بسته بندی کالا روش‌ها مختلفی مثل بسته بندی در کارتن، جعبه، بشکه، چلیک، رول، کیسه حمل مایعات فله و صندوق‌های چوبی کوچک وجود دارد. ممکن است پس از خاتمه بارچینی در کانتینر با توجه به توزیع وزن و غیره هنوز فضای خالی وجود داشته باشد، لذا در جهت ایمنی و مراقبت از بار، مهار محکم و درست آن بسیار ضروری است.

محموله‌های کیسه ای دارای رطوبت بالا مثل دانه‌های کاکائو یا قهوه ممکن است مستلزم پوشش دادن سقف و دیواره‌های کانتینر با کاغذ عرق‌گیر یا رطوبت‌گیر و آویختن کیسه‌های ماده رطوبت‌گیر در گوشه‌های کانتینر باشند.

بارچینی یکنواخت: وقتی کالا درون کانتینر چیده می‌شود به نحوی که فضای خالی اجتناب ناپذیر است، باید به طریقی چیده شود که بین ردیف‌های چیده شده، فاصله باشد. این فاصله که می‌تواند به حالت طولی یا عرضی کانتینر باشد باید به وسیله چوب پر یا با طناب بندکشی شود و چنانچه بار از نوع شکستنی است باید از شبکه کیسه های فاصله انداز استفاده شود.

کارتن‌ها و بسته‌ها: مراعات دستورالعمل‌های چاپ شده بر روی کارتن‌ها حائز اهمیت است؛ مثلاً برای بطری‌های نوشیدنی ها که لازم است چوب پنبه آنها غوطه ور بماند نوشته می‌شود «این سمت به

طرف بالا». برای اطمینان از تعادل در بارچینی و تا حد امکان پخش یکنواخت وزن بایستی از «بارچینی بلوکی به هم پیوسته» استفاده شود.

محموله کیسه‌ای: محمولات کیسه‌ای در طول سفر متمایل به فرونشینی در کف کانتینر شده، و در نتیجه موجب فشار به دیواره‌های کناری می‌شوند. روش معمول چیدن کیسه‌ها به صورت ردیف‌های در هم قفل شده است. کیسه روی کیسه یا ساخت تنوره هوا در میان کیسه‌های تنگ هم چیده شده در جایی که به تهویه بیشتر نیاز است ممکن است ضرورت یابد.

به منظور جلوگیری از خطر بیرون افتادن کیسه‌ها از کانتینر وقتی که درها باز هستند، باید یک تسمه حائل یا شبکه توری در مقابل ردیف انتهایی بسته شود. کیسه‌هایی که روی پالت چیده و مهار شده اند این مشکل را نخواهند داشت و محموله را می‌توان خیلی سریع‌تر جا به جا کرد.

چلیک‌ها و بشکه‌ها: چلیک‌ها و بشکه‌ها باید در صورت امکان همیشه به صورت عمودی در کانتینرها چیده شوند. اگر دریچه مجرا یا بست بشکه و چلیک در یک انتها قرار دارد باید به نحوی چیده شود که سر آن به سمت بالا باشد. چلیک‌های سفالی و غیره همیشه باید به حالت عمودی چیده شوند.

چنانچه چلیک‌ها یا بشکه‌ها با طراحی ویژه برای جای گرفتن در محل محفوظ پیش‌بینی نشده باشند، باید نوعی فاصله انداز نرم یا تخته چند لا بین هر یک از ردیف‌های بشکه وجود داشته باشد. فاصله انداز باید در حد کافی نزدیک قرار داده شود تا تکیه گاه حمایتی کاملی برای ردیف بالایی فراهم آورد.

طوقه‌های غلتشی دور چلیک‌ها زمانی که از دیواره‌های جانبی چلیک بیرون زده باشند، مستعد پاره شدن در اثر سایش هستند. در بعضی موارد ممکن است لازم باشد تا بین هر دو چلیک فاصله انداز قرار داده شود تا از سایش طوقه‌های غلتشی با یکدیگر جلوگیری شود. گزینه دوم این است که می‌توان هر ردیف چلیک را به تناوب چند سانتی متر بالا برد و با دقت فاصله انداز گذاشت و این امکان را فراهم ساخت تا طوقه‌ها از هم فاصله بگیرند و از قطر مؤثر چلیک کاسته شود.

محموله‌های پشت درب های کانتینر باید با استفاده از نرده، تور یا تسمه کشی به طور صحیح مهار شوند.

رول‌ها: وقتی محموله‌های رول به حالت عمود چیده می‌شوند باید نزدیک و تنگ هم بسته شوند. هر فضای خالی بین رول ها باید با گونی های خاک اره، مقوای زنبوری یا فاصله انداز نرم مشابهی پر شود. رول‌ها بایستی به وسیله الوار، توری یا گوِه محکم و مهار شوند.

چنانچه رول‌ها به حالت افقی چیده می‌شوند، نزدیک ترین رول‌ها به درب باید با گوه یا سایر ابزار مشابه مهار شوند. رول‌ها باید به صورت یکنواخت و در جهت طولی آنها روی یک سطح صاف نگهداری شوند، به ویژه در مورد محموله‌هایی مثل فرش. جا به جایی رول‌های کاغذ مستلزم استفاده از گیره های ویژه کاغذ می‌باشد.

مایعات فله: شربت، لاتکس (شیره گیاهی)، مرکب چاپ و سایر مایعات بی‌خطر در کیسه‌های انعطاف‌پذیر از جنس مصنوعی بادوام در کانتینرهای ۲۰ فوت معمولی حمل می‌شوند. کیسه‌ها باید با یک دیواره سخت فولادی (یا از مواد دیگر) در منتهی الیه نزدیک به درب کانتینر محکم بسته شوند.

حصول اطمینان از اینکه بندها یا تسمه‌های مهار روی کیسه‌ها به طور محکم به حلقه‌های مهار در کانتینر بسته شده باشند حائز اهمیت است. نه تنها لازم است که بار محکم بسته شود، بلکه باید اطمینان حاصل شود که فشار وارده به دیواره ها خیلی زیاد نباشد (در این صورت باید با به کارگیری تخته الوار یا ورق‌هایی، فشار را به طور یکسان توزیع کرد).

بایستی از کانتینرهایی با قاب‌بندی کناری موج دار استفاده شود. در صورت وجود شیرهای زیرین در کیسه‌های انعطاف‌پذیر، شیرها باید بسته و به قاب بندی دیواره مهار شوند تا در مقابل جا به جایی و خمش در طول حمل که ممکن است موجب پارگی کیسه شود محافظت شود.

جامدات فله: کیسه‌های حمل فله‌ای برای طیف وسیعی از مواد دانه‌ای از جمله مالت و قهوه استفاده می‌شوند. باید توجه و اطمینان حاصل شود که بار از پارامترهای طراحی شده کانتینر فراتر نباشد.

پوشاک آویزان: کانتینرهای خاصی برای حمل پوشاک آویزان وجود دارند. قصور در مراعات روش‌های صحیح آماده سازی و بارچینی می‌تواند منجر به ادعا و مطالبات قابل ملاحظه برای هزینه خشک‌شویی لباس‌هایی باشد که ممکن است روی کف کانتینر افتاده باشند.

محموله‌های یخچالی: از پر کردن اقلام گرم در کانتینرها (محموله های گرم در کانتینر سرد) بایستی اجتناب کرد و به همین جهت محموله‌ها باید از قبل خنک شده باشند. محموله‌های یخچالی باید به نحوی چیده شوند تا امکان گردش مطلوب هوای سرد بین آنها فراهم باشد. برای مثال بارچینی کارتن‌ها یا سایر بسته‌های حاوی محموله یخچالی تا سقف کانتینر از گردش مطلوب هوا و در نتیجه از خنک سازی مطلوب جلوگیری خواهد کرد.

ایمنی و مهار: این بخش به تشریح و شناخت موضوعات مهم مرتبط با ایمنی که در مورد کالاهای کانتینری تجربه شده اند و موضوع مرتبط با آن یعنی مهار بار پرداخته شده است.

عملیات پایانه دریایی

کلیات: در این بخش به اقداماتی که بایستی توسط راهبران پایانه دریایی هنگام پذیرش کانتینرها به عمل آید و روش‌های صحیحی که در تخلیه و بارگیری کانتینرها در کشتی باید به اجرا در آیند پرداخته می‌شود. در این راهنما از ترتیب اقداماتی پیروی می‌شود که معمولاً از یک پایانه کانتینری در طول عملیات انتظار می‌رود و در این رابطه موانع عملی موجود در بهره وری، ایمنی و امنیت کلی پایانه و همچنین روش‌ها و راهکارهای محلی، که ممکن است از بندر به بندر یا از پایانه به پایانه متفاوت باشد، مورد بررسی و ملاحظه قرار می‌گیرند.

تأکید بر این نکته ضروری است که در تمام اوقات و در همه عملیات ایمنی و امنیت پایانه، کارکنان ساحلی و خدمه کشتی‌ها و کشتی‌هایی که به بندر وارد می‌شوند همیشه باید نسبت به بهره‌وری پایانه در اولویت قرار گیرند.

راهبران پایانه قبل از واگذاری اسکله و تهیه طرح بارگیری کالا باید مشخصات کامل کانتینر را از فرستنده دریافت کنند به نحوی که شامل، اما نه محدود به ف موارد مشروحه زیر باشد.

وزن ناخالص کانتینر بارگیری شده (وزن ناخالص بار به اضافه وزن کانتینر)؛

جزئیات کامل خطرات موجود در کالاهای خطرناک؛

ابعاد دقیق، ماهیت و میزان ابعاد بزرگ تر از معمول در رابطه با بارهای خارج از قواره؛

تنظیم دما بر حسب درجه سانتی گراد یا فارنهایت در مورد کانتینرهای یخچالی؛

هرگونه الزام ویژه، به طور مثال بارچینی زیر عرشه، بارچینی روی عرشه، بارچینی در وضعیت خنک و به دور از منابع حرارتی، ارجحیت ورود کانتینر و غیره،و هر پارامتر دیگری که بر چیدن کانتینرها در محوطه و برنامه ریزی در روی کشتی تأثیرگذار است؛

عکس‌های دیجیتال از وضعیت بارچینی و ترتیباب مهار آن در کانتینر.

واگذاری اسکله: راهبران پایانه باید بر اساس معیارهای زیر نسبت به واگذاری اسکله از قبل اقدام کنند:

نزدیکی با محوطه صادرات، و در صورت اقتضاء و تا حدی کمتر، نزدیکی به محوطه واردات. اسکله باید ترجیحاً سه روز قبل از ورود کشتی به بندر تعیین و اختصاص یابد؛

تعداد جرثقیل‌های ریلی ساحلی موجود در اسکله جهت برآورد نیاز به استقرار مطلوب جرثقیل؛

ظرفیت کافی توسعه میدان عمل جرثقیل‌های ریلی ساحلی؛

عمق آب کافی که از این نظر اطلاع زودهنگام از آبخور تخمینی کشتی هنگام ورود حائز اهمیت است و ممکن است برای کشتی‌هایی که دریانوردی کوتاهی داشته اند (مثلاً ۲۴ ساعت از بندر قبلی) ایجاد مشکل کند.

محوطه صادرات باید قبل از شروع دریافت کانتینرهای صادراتی، معمولاً سه روز قبل از رسیدن کشتی تعیین شود، هر چند ممکن است بعضی کانتینرها هفت روز قبل از رسیدن کشتی وارد پایانه شده باشند.

توقف تحویل بار: زمان کافی برای توقف تحویل بار (قبل از شروع بارگیری در کشتی) ضرورت دارد تا از تفکیک صحیح کانتینرها در محوله کانتینرهای صادراتی اطمینان حاصل شود و در برنامه‌ریزی بارچینی و ترتیب زمانی به کارگیری جرثقیل‌ها سهولت ایجاد شود. همچنین برای سهولت در پیش نویس طرح بارچینی نیز بایستی زمان کافی در اختیار باشد.

کنترل‌های ایمنی و امنیتی قبل از ورود کانتینر به پایانه: برای پایانه حائز اهمیت است تا اطمینان یابد که کانتینرهای پذیرفته شده برای ورود به پایانه، برای عملیات ایمن هستند و تهدیدی برای ایمنی و امنیت پایانه، کشتی‌ها و کارکنان اطراف آنها محسوب نمی شوند. به ویژه حائز اهمیت است

تا اطمینان حاصل شود که سیستم‌های غیر کاغذی از نظر نیاز به تصدیق مستندات دچار ضعف نخواهند شد.

پایانه بایستی در اولین ورودی به محوطه صادرات، یا زمانی که کانتینر در داخل پایانه است و هنوز وارد کشتی نشده اقدامات زیر را به عمل آورد:

مدارک حمل کننده را با مدارک بنگاه باربری مقایسه کند تا از ورود محموله‌های تقلبی و غیرمجاز جلوگیری شود؛

یکپارچگی و درستی کانتینر و پلمپ آن را کنترل کند تا از ورود مسافر قاچاق، کالاهای قاچاق و تهدیدات ایمنی ممانعت شود. در مواجهه با یک پلمپ افتاده یا شکسته، مراتب باید به فرستنده و مقامات ذیربط گزارش و با یک پلمپ جدید جایگزین شود. شماره پلمپ جدید بایستی ثبت شود؛

شماره کانتینر با مدارک ذی ربط کنترل و مقایسه شود.

وجود پلاکاردها و علامت گذاری‌های روی کانتینرهای کالاهای خطرناک کنترل و با مدارک ذیربط مقایسه و تأیید شود؛

وزن کانتینر با استفاده از باسکول یا نشان دهنده وزن در دستگاه وزن نمای محوطه با مدارک کنترل گردد یا تأیید شود که قبل از ورود به محوطه،توزین انجام شده و شیوه توزین منطبق با بهترین روش‌های پذیرفته شده بوده است؛

هنگام بالابری کانتینر با هر یک از جرثقیل های پایانه اطمینان حاصل شود که راهبر پایانه ارزیابی لازم را به منظور کنترل توزیع معقول و هماهنگ محموله به عمل آورده است. چنانچه مشخص شود که از «قانون۶۰ درصد نیم طول» تجاوز می‌کند، پایانه باید اقداماتی اصلاحی را برای رفع مشکل به عمل آورد؛

هر کانتینری که به نظر می‌رسد از لحاظ سازه ای نامطمئن، غیرقابل اعتماد یا غیر ایمن است برای بازرسی‌های دقیق تر کنار گذاشته شود؛

تسمه کشی مهار کانتینرهای باز کنترل شود؛

ابعاد بارهای خارج از قواره بررسی و تأیید و اطلاعات رزرو متناسب با آن به روز شود؛

در صورتی که بار خارج از قواره نادرست و ناقص مهار شده است به راهبر کانتینر اطلاع داده شود؛

درجه حرارت کانتینرهای یخچالی را با تنظیمات آنها مقایسه و در مواردیکه از اختلاف دمای مجاز تجاوز کرده باشد، موضوع با راهبر کانتینر پیگیری شود و این اختلاف دما بسته به نوع کالا، یعنی برای کالاهای سرد یخچالی یا منجمد باید متفاوت باشد. چنانچه این کنترل به خاطر باطری ضعیف در دروازه ورودی به محوطه مقدور نباشد بایستی پس از اتصال به منبع برق پایانه انجام گیرد؛

قبل از اتصال کانتینر یخچالی به سیستم برق پایانه دو شاخ و سیم های برق آن کنترل شود تا عیب و نقصی نداشته باشد.

محوطه صادرات: استقرار کانتینرها در محوطه صادرات بایستی از پیش برنامه‌ریزی شود و کانتینرهای خروجی طبق دسته بندی‌هایی چون اندازه، نوع و وزن (خالی، بزرگ، متوسط، مرتفع و خیلی مرتفع) از هم تفکیک تا در بارگیری یکنواخت و روان آنها سهولت ایجاد شود.

دستورالعمل بارچینی: طراحان پایانه باید به منظور تهیه دستورالعمل بارچینی‌ها با هماهنگ کننده بارچینی در ارتباط باشند. دستورالعمل باید تا حد امکان دقیق و مشخص و علاوه بر سایر موارد نشان دهنده اطلاعات زیر باشد:

محل‌های بارچینی از لحاظ محفظه سلولی، ردیف و طبقه، تفکیک به لحاظ علایم بندری و وزن؛ محل دقیق بارچینی و جدا سازی کانتینرهای کالاهای خطرناک، یخچالی و بارهای خارج از قواره. درصورت لزوم به ایجاد تغییرات، طراحان پایانه بایستی با هماهنگ کننده بارچینی تبادل نظر کنند. بدون پذیرش هماهنگ کننده بارچینی هیچ تغییر عمده ای نباید در طرح بارچینی انجام شود.

مراحل کار جرثقیل‌ها: عملیات تخلیه و بارگیری معمولاً با تخلیه آنها و یا بارگیری خاتمه می‌یابد، هرچند به علت ظرفیت پذیرش تخلیه و بارگیری تخصیص یافته به هر جرثقیل این طور که همه جرثقیل‌ها هم زمان تخلیه را تمام کرده و شروع به بارگیری کنند.

ترتیب کار جرثقیل‌ها برای حداکثر بهره‌وری باید به نحوی باشد تا در موقع و جهت مناسب بازوی جرثقیل بیرون داده شود و بتوانند در یک جهت حرکت کنند، یعنی از جلو به عقب یا از عقب به جلو، تا از مواجهه یا تداخل با کار یکدیگر اجتناب شود. به علاوه اطلاعات مربوط به ترتیب جرثقیل‌ها، باید شامل

شرح جزئیات مربوط به محفظه‌های سلولی و قسمت‌های مختلف (کمپارتمان ها) باشد (روی عرشه، زیر عرشه، سمت چپ، سمت راست، مرکز و غیره)

برای اجتناب از برخورد جرثقیل‌ها و در نتیجه بیکار ماندن آنها، حائز اهمیت است که دو جرثقیل هیچ گاه نباید از فاصله ایمن هر جرثقیل به یکدیگر نزدیک شوند، یعنی فاصله ایمن از مرکز یک جرثقیل یا فاصله ایمن از مرکز جرثقیل دیگر.

حصول اطمینان از داشتن زمان کافی برای پیشبرد کار تحویل، جا به جایی یا تغییر محل کانتینرها توسط جرثقیل‌ها حائز اهمیت است، زیرا زمان کم و ناکافی برای ارتباط می تواند برنامه‌ریزی پایانه و ترتیب کار جرثقیل‌ها را مختل کند.

ارتباط کشتی با ساحل: بین پایانه (برنامه ریزان، سرکارگران، نگهبانان و غیره) و افسران نگهبان کشتی باید امکانات ارتباط رادیویی مستقیم برقرار باشد.

وضعیت کشتی هنگام ورود به بندر: برنامه ریزان پایانه باید وضعیت کشتی را هنگام ورود به بندر مورد ملاحظه و توجه قرار دهند تا بتوانند ترتیب به کارگیری جرثقیل‌ها را مشخص کنند.

به منظور جلوگیری از وقوع حوادثی چون به گل نشستن کشتی در اثر واگذاری اسکله‌ای با عمق آب ناکافی باید از کشتی خواسته شود تا اطلاعات دقیق آبخور خود را در زمان ورود اعلام کند تا در واگذاری اسکله سهولت ایجاد شود. همچنین باید به وضعیت بادخور کشتی هم به لحاظ پل‌های در مسیر آبراه وصولی به بندر و هم کار جرثقیل‌ها در اسکله توجه شود.

اجرای طرح بارگیری: عملیات تخلیه و بارگیری ترجیحاً نباید تا کنترل کردن شرایط ترک بندر و اخذ تأییدیه آمادگی حرکت کشتی بر اساس طرح بارگیری، که در زمان ورود توسط برنامه ریز پایانه به کشتی داده شده، آغاز شود. الزامات ضمنی ترک بندر در طرح بارگیری بایستی بین افسران کشتی، برنامه ریز پایانه و هماهنگ کننده بارچینی شرکت کشتیرانی مورد بحث و تبادل نظر قرار گیرد.

تخلیه: تخلیه کانتینرها باید به ترتیبی باشد تا اطمینان حاصل شود که گشتاورها یا نیروهای خمشی از حد معمول فراتر نروند.

بارگیری: ترتیب بارگیری باید به طریقی باشد تا اطمینان حاصل شود که گشتاورها یا نیروهای خمشی از حد معمول فراتر نروند و از چیدن کانتینرها در یک سمت باید اجتناب گردد تا از گشتاورهای پیچشی بیش از حد نیز جلوگیری شود.

هرگونه انحراف از طرح بارگیری باید مورد موافقت و پذیرش فرمانده کشتی قرار گیرد.

در طول بارگیری و تخلیه باید مطمئن شد که کجی کشتی از چند درجه فراتر نرود. چنانچه کجی کشتی از پنج درجه بیشتر شود، ادامه عملیات ایمن تخلیه و بارگیری امکان پذیر نخواهد بود.

در صورتی که پس از بالا بردن یک کانتینر مشاهده شود که کانتینر نشتی دارد یا در شرایط ناهنجاری قرار دارد بایستی به محل مربوطه در اسکله برگردانده شده و مسئولین اسکله از وضعیت آن مطلع شوند. پایانه هیچ گاه نباید کانتینر دارای نشتی یا شرایط ناهنجار را در کشتی بارگیری نماید.

افسر مسئول کشتی و سرپرست تسمه کشی بایستی در خاتمه عملیات تسمه کشی توسط گروه ذیربط کنترل کنند تا تمام کانتینرها طبق طرح تسمه کشی به خوبی و به حد کافی تسمه کشی و مهار شده باشند.

قبل از ترک بندر: در خاتمه بارگیری، پایانه باید طرح نهایی بارچینی در هر محفظه سلولی را به کشتی تسلیم کند و هرگونه تغییر انجام گرفته را اطلاع دهد. بر این اساس شرایط نهایی شده برای ترک بندر توسط کشتی مشخص و به پایانه عرضه می‌شود.

افسران کشتی بایستی اطمینان یابند که موارد مشروحه زیر انجام می‌گیرد و رضایت خاطر آنها را فراهم می سازد:

پایانه کانتینرهای حاوی کالاهای خطرناک، بارهای خارج از قواره و محموله‌های یخچالی را طبق دستورالعمل بارچینی تفکیک و بارگیری نموده است؛

تسمه‌کشی‌ها برای هرکانتینر و همه کانتینرها درروی عرشه به طور محکم انجام و کاملاً مهار شده‌اند.

انتقال کانتینر از یک وسیله حمل به وسیله حمل دیگر.

کانتینرهای انتقالی چالش‌های عمده و قابل ملاحظه‌ای برای راهبران پایانه به وجود آورده‌اند. کانتینرهای انتقالی با آنکه نیاز به کنترل یکسان و بلکه بیشتری دارند، کماکان باید در جهت ایمنی پایانه و زنجیره وسیع‌تر حمل و نقل تحت نظارت قرار گیرند.

کنترل‌های مربوط به ایمنی و امنیت ذکر شده، بایستی در مورد کانتینرهای انتقالی نیز اعمال و توجه خاصی به تأیید و اطمینان از وزن مجموع کانتینر در مقایسه با مدارک ذی ربط، و توزیع یکنواخت وزن مبذول داشت.

ارتباط تنگاتنگ برای حرکت کانتینرهای انتقالی در مسیر حمل میان مبدأ و مقصد و کشتی‌های رابط باید به طریقی برقرار و اداره شود که برنامه ریزی پایانه و ترتیب به کارگیری جرثقیل ها دچار اختلال یا وقفه شدید نشود.

فصل هشتم
کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد قراردادهای
حمل بین المللی کلی یا جزئی کالا از طریق دریا
مقررات عمومی

ماده ۱- تعاریف

برای این کنوانسیون:

«قرارداد حمل (Contract of Carriage) » قراردادی است که به موجب آن متصدی حمل و نقل در قبال پرداخت کرایه حمل متعهد می‌شود کالایی را از نقطه ای به قطه ای دیگر حمل کند. قرارداد باید حمل کالا از طریق دریا را مقرر دارد و ممکن است افزون بر حمل دریایی، سایر شیوه‌های حمل را مقرر دارد.

«قرارداد حجمی (VolumeContract)» به معنی قرارداد حملی است که حمل مقدار معینی از کالا طی سلسله‌ای از محموله ها در طول مدت زمانی مورد توافق را مقرر دارد. مشخصه مقدار کالا ممکن است شامل یک حداقل، یک حداکثر و یا حدود مشخصی بین یک حداقل و یک حداکثر باشد.

«حمل و نقل با خط کشتیرانی منظم (Liner Transportation)» به خدمات حمل و نقلی اطلاق می‌شود که از طریق اعلام عمومی یا وسایل مشابه به عموم عرضه می‌شود و شامل حمل با کشتی‌هایی است که طی برنامه ای منظم بین بنادر معین طبق جدول‌های زمانبندی مربوط به تاریخ حرکت کشتی‌ها که در دسترس عموم قرار دارد، به کشتیرانی اشتغال دارند.

«حمل و نقل با خط کشتیرانی غیرمنظم (Non-liner Transportation)» به هر نوع حملی اطلاق می‌شود که حمل و نقل با خط کشتیرانی منظم نباشد.

«متصدی حمل و نقل (Carrier) » به شخصی اطلاق می‌شود که برای حمل کالا با یک فرستنده (Shipper) قرارداد حمل منعقد می‌کند.

(الف) «طرف مجری (Performing Party)» به شخصی غیر از متصدی حمل و نقل اطلاق می‌شود که متعهد به انجام یکی از تعهدات متصدی حمل و نقل کالا به موجب قرارداد حمل در مورد دریافت کالا، بارگیری، جابجایی، چیدمان در انبار کشتی، حمل، مراقبت، تخلیه و یا تحویل کالا بشود یا آن تعهد را انجام دهد؛ تا حدودی که چنان شخصی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، بنا به درخواست یا تحت نظارت یا کنترل متصدی حمل و نقل عمل کند.

(ب) «طرف غیر مجری (NonPerforming Party)» شامل شخصی نمی‌شود که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به جای متصدی حمل و نقل توسط فرستنده کالا، فرستنده ذکر شده در اسناد، طرف ناظر یا گیرنده کالا به خدمت گرفته می‌شود.

«طرف مجری حمل دریایی (Maritime Performing Party)» به طرف مجری تا حدودی اطلاق می‌شود که هر یک از تعهدات متصدی حمل و نقل کالا در طول مدت زمان بین رسیدن کالاها در بندر بارگیری یک کشتی و عزیمت کالاها از بندر تخلیه یک کشتی را اجرا کند یا متعهد به اجرای آن بشود. متصدی حمل و نقل داخل سرزمینی تنها در صورتی مجری حمل دریایی تلقی می‌شود که تعهدات متصدی حمل و نقل کالا را منحصراً در داخل منطقه یک بندر اجرا کند یا متعهد به اجرای آن شود.

«فرستنده (Shipper)» به شخصی اطلاق می شود که با متصدی حمل و نقل کالا قرارداد حمل منعقد می‌نماید.

«فرستنده ذکر شده در اسناد (DocumentaryShipper)» به شخصی غیر از فرستنده اطلاق می‌شود که قبول می‌کند نام وی در اسناد حمل یا سوابق الکترونیکی مربوط به حمل و عنوان «فرستنده» ذکر شود.

«دارنده سند (Holder) » به معنی:

(الف) شخصی است که سند قابل انتقال حمل را در اختیار دارد و (۱) در صورتی که سند مزبور سند سفارش کالا باشد، در آن سند به عنوان فرستنده یا گیرنده تعیین شده یا شخصی است که سند به نام

وی رسماً ظهرنویسی شده است، یا (۲) در صورتی که سند مذکور یک سند سفارش ظهر نویسی شده خالی یا سند حامل باشد، حامل آن سند است؛ یا

(ب) شخصی است که سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل طبق آیین مندرج در بند ۱ ماده ۹ به نام وی صادر شده یا به او انتقال یافته است.

«مرسل الیه (گیرنده) (Consignee) » به شخصی اطلاق می‌شود که استحقاق تحویل شدن کالا به موجب قرارداد حمل یا سابقه الکترونیکی حمل را دارد.

«حق نظارت (Right of Control) » به حق دادن دستورها به متصدی حمل و نقل در خصوص کالا به موجب قرارداد حمل طبق فصل ۱۰ اطلاق می‌شود.

«طرف ناظر (Controlling Party) » به شخصی اطلاق می‌شود که طبق ماده ۵۱ حق اعمال نظارت را دارد.

«سند حمل (Transport Document) » به سند صادره توسط متصدی حمل و نقل به موجب قرارداد حمل اطلاق می شود، که:

(الف) دال بر دریافت کالا به موجب یک قرارداد حمل توسط متصدی حمل و نقل یا طرف مجری باشد؛ و

(ب) دال بر، یا حاوی قرارداد حمل باشد.

«سند قابل انتقال حمل (Negotiable Transport Document) » به سندی اطلاق می‌شود که با واژه‌هایی از قبیل «به حواله کرد» یا «قابل انتقال»یا سایر واژه های مقتضی که به موجب قانون حاکم بر سند دارای همان اثر شناخته شده در آن ذکر شده باشد که کالا به حواله کرد فرستنده، به حواله کرد مرسل الیه (گیرنده) یا به حواله کرد حامل سند حمل فرستاده شده است، و در آن صراحتاً ذکر نشده باشد که «غیر قابل انتقال»است یا «انتقال آن امکان پذیر نیست».

«سند حمل غیر قابل انتقال (Non-Negotiable Transport Document) » به سندی اطلاق می‌شود که سند قابل انتقال حمل نباشد.

«ارتباطات (مخابرات) الکترونیکی (Electronic Communication) »به معنای اطلاعاتی است که توسط وسایل الکترونیکی، نوری، دیجیتالی یا وسایل مشابه تولید، فرستاده، یا ذخیره شده که در نتیجه، اطلاعات مخابره شده در دسترس قرار گرفته تا بتواند برای مراجعه بعدی قابل استفاده باشد.

«سابقه الکترونیکی حمل (Electronic Transport Record) » به معنای اطلاعات موجود در یک یا چند پیام صادره توسط متصدی حمل و نقل از طریق مخابره الکترونیکی به موجب قرارداد حمل، از جمله شامل اطلاعاتی است که هم زمان یا پس از صدور آن متصدی حمل و نقل کالا با سوابق الکترونیکی حمل از طریق پیوست کردن، به صورت منطقی پیوند یافته یا به گونه دیگری به سوابق الکترونیکی حمل مرتبط شده تا آن که بخشی از سوابق الکترونیکی حمل بشود، که این اطلاعات:

(الف) دال بر دریافت کالا توسط متصدی حمل و نقل یا مجری حمل به موجب قرارداد حمل می‌باشد، و

(ب) دال بر یا حاوی قرارداد حمل می‌باشد.

«سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل (Nogotiable Electronic Transport Record) » به معنی سابقه الکترونیکی حملی است که:

(الف) با واژه‌هایی از قبیل «به حواله کرد» یا «قابل انتقال» یا سایر واژه های مقتضی که به موجب قانون حاکم بر سند دارای همان اثر شناخته شده است در آن ذکر شده باشد که کالا به حواله کرد فرستنده یا به حواله کرد مرسل الیه (گیرنده) فرستاده شده است، و در آن صراحتاً ذکر نشده باشد که «غیر قابل انتقال» است یا «انتقال آن امکان پذیر نیست».

(ب) استفاده از آن الزامات مندرج در بند ۱ ماده ۹ را تأمین نموده باشد.

«سابقه الکترونیکی غیر قابل انتقال حمل (Non-Negotiable Electronic Transport Record)» به سوابق الکترونیکی حملی اطلاق می شو که سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل نباشد.

«صدور (Issuance) » یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل به معنای صدور سابقه طبق آیین‌هایی است که تضمین می‌کند که سابقه از زمان ایجاد تا زمانی که هرگونه اثر یا اعتباری را از دست می‌دهد تحت کنترل انحصاری قرار دارد.

«انتقال (Transfer) » یک سابقه الکترونیکی حمل به معنای انتقال کنترل انحصاری بر سابقه مزبور می‌باشد.

«مشخصات قرارداد (Contract Particulars) » به هر گونه اطلاعات مربوط به قرارداد حمل یا کالا (از جمله شرایط قرارداد، علائم و نشانه ها، امضاها، و ظهرنویسی ها) اطلاق می‌شود که در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل است.

«کالا (Goods) » به معنی اجناس، مال التجاره، واقلام از هر نوع و هرچه که باشد، است که متصدی حمل و نقل به موجب قرارداد حمل متعهد به حمل آنها می‌شود و شامل بسته بندی و هرگونه تجهیزات و کانتینرهایی که توسط متصدی حمل و نقل یا از طرف وی عرضه نشده باشد نیز می‌شود.

«کشتی (Ship) » به معنی شناوری است که برای حمل کالا استفاده می‌شود.

«کانتینر (Container) » به هر نوع کانتینر، مخزن یا جعبه قابل حمل، کانتینر برای حمل جاده‌ای یا ریلی یا هر بار واحد مشابهی که برای یک جا کردن کالا به کار می‌رود، و هرگونه تجهیزات کمکی چنان بار واحدی، اطلاق می‌شود.

«وسیله حمل (Vehicle) » به هر نوع وسیله حمل جاده‌ای یا ریلی، دریایی و یا هوایی اطلاق می‌شود.

«کرایه حمل (Freight) » به مبلغی که به موجب قرارداد حمل بابت حمل کالا به متصدی حمل و نقل لازم التأدیه است اطلاق می‌گردد.

«محل اقامت (Domicile) » عبارت است از :

(الف) محلی که شرکتی یا شخص حقوقی دیگری یا انجمنی از اشخاص حقیقی یا حقوقی (۱) مقر قانونی یا محل تشکیل یا دفتر ثبت شده مرکزی خود (هر کدام که مصداق داشته باشد) قرار داده است، (۲) محل اداره مرکزی یا (۳) محل اصلی کسب و کار، و

(ب) محلی که شخصی حقیقی معمولاً در آنجا اقامت می‌کند.

«دادگاه صالحه (Competent Court) » به دادگاهی در یک دولت متعاهد اطلاق می‌شود که طبق قواعد راجع به تقسیم داخلی صلاحیت از میان دادگاه های آن دولت می‌تواند نسبت به اختلاف اعمال صلاحیت کند.

ماده ۲- تفسیر این کنوانسیون

در تفسیر این کنوانسیون باید خصیصه بین المللی بودن آن، نیاز به ترویج یکسان سازی در اعمال کنوانسیون و رعایت حسن نیّت در تجارت بین المللی مدّ نظر قرار گیرد.

ماده ۳- الزامات شکلی

اطلاعیه‌ها، تأییدیه، اعلام رضایت، موافقت، اعلامیه، و سایر ابلاغیه‌های مورد اشاره در بند ۲ ماده ۱۹، بندهای ۱ تا ۴ ماده ۲۳، بندهای ۱ (ب) ، (پ) و (ت) ماده ۳۶ ، بند ۴ (ب) ماده ۴۰، ماده ۴۴، بند ۳ ماده ۴۸، بند ۱ (ب) ماده ۵۱ ، بند ۱ ماده ۵۹ ، ماده ۶۳، ماده ۶۶، بند ۲ ماده ۶۷، بند ۴ ماده ۷۵ و بندهای ۲ و ۵ ماده ۸۰ باید به صورت کتبی باشد. از ارتباطات الکترونیکی می‌توان برای این اهداف استفاده کرد، مشروط بر آن که استفاده از چنان وسایلی با رضایت شخصی که توسط وی ابلاغیه مخابره شده و شخصی که به او مخابره صورت گرفته است، باشد.

ماده ۴- قابلیت اعمال دفاعیات و حدود مسئولیت

هر یک از مقررات این کنوانسیون که ممکن است برای متصدی حمل و نقل دفاعی را فراهم آورد یا مسئولیت وی را محدود کند در هر رسیدگی قضایی یا داوری که در مورد زیان، خسارت، یا تأخیر در تحویل کالای پوشش داده شده به موجب قرارداد حمل یا بابت نقض هر یک از تعهدات دیگر به موجب این کنوانسیون اقامه شود، اعم از اینکه مبنای قراردادی، شبه جرم یا غیره داشته باشد، در مورد اشخاص زیر اعمال می‌شود:

(الف) متصدی حمل و نقل کالا یا طرف مجری حمل دریایی؛

(ب) فرمانده کشتی، خدمه یا هر شخصی که در عرشه کشتی خدمات ارائه می کند؛ یا

(پ) کارکنان متصدی حمل و نقل یا کارکنان مجری حمل دریایی.

هر یک از مقررات این کنوانسیون که ممکن است برای فرستنده یا فرستنده ذکر شده در اسناد، دفاعی را فراهم آورد در هر رسیدگی قضایی یا داوری، که علیه فرستنده یا فرستنده ذکر شده در اسناد یا پیمانکاران فرعی، نمایندگان یا کارمندان آنها مطرح شود اعم از اینکه مبنای قراردادی، شبه جرم یا غیره داشته باشد، اعمال می‌شود.

ماده ۵- دامنه شمول کلی

با رعایت ماده ۶، این کنوانسیون در مورد قراردادهای حملی که در آنها محل دریافت و محل تحویل در دولت‌های مختلف قرار دارد، و بندر بارگیری در حمل دریایی و بندر تخلیه در همان حمل دریایی در دولت‌های متفاوت قرار دارد، اعمال می‌شود، مشروط بر اینکه طبق قرارداد حمل، یکی از محل‌های ذیل در یک دولت متعاهد قرار داشته باشد:

(الف) محل دریافت؛

(ب) بندر بارگیری؛

(پ) محل تولید؛ یا

(ت) بندر تخلیه.

این کنوانسیون بدون توجه به ملیت کشتی، ملیت متصدی حمل و نقل کالا، ملیت طرف‌های مجری حمل، ملیت فرستنده، ملیت گیرنده یا ملیت هر یک از افراد ذینفع اعمال می‌شود.

ماده ۶- استثنائات خاص

۱- این کنوانسیون در خصوص قراردادهای زیر در حمل و نقل توسط خط کشتیرانی منظم قابل اعمال نمی‌باشد:

(الف) قرارداد کرایه کشتی؛

(ب) سایر قراردادهای مربوط به استفاده کشتی یا هر یک از فضاهای موجود بر روی کشتی.

۲- این کنوانسیون در قراردادهای حمل در حمل و نقل توسط خط کشتیرانی غیر منظم به استثنای موارد ذیل قابل اعمال نمی‌باشد:

(الف) در مواقعی که قرارداد کرایه کشتی یا قرارداد دیگری برای استفاده از کشتی یا فضای موجود بر روی آن بین طرفین وجود نداشته باشد؛ و

(ب) یک سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل صادر شده باشد.

ماده ۷- دامنه شمول در خصوص برخی از طرف ها

علی رغم مفاد ماده ۶، این کنوانسیون بین متصدی حمل و نقل و گیرنده، طرف ناظر یا دارنده سند حملی اعمال می‌شود که طرف اصلی قرارداد کرایه کشتی یا قرارداد حمل دیگری نمی‌باشند که از اعمال این کنوانسیون مستثنی شده است. معهذا، این کنوانسیون در خصوص طرف‌های اصلی قرارداد حملی که طبق ماده ۶ مستثنی شده است؛ اعمال نمی‌شود.

ماده ۸- استفاده و اثر سوابق الکترونیکی حمل

منوط به الزامات مندرج در این کنوانسیون:

(الف) هر چیزی که به موجب این کنوانسیون می‌بایست در سند حمل یا بر روی آن باشد، می‌تواند در سوابق الکترونیکی حمل ثبت شود، مشروط بر اینکه صدور یا استفاده متعاقب از سوابق الکترونیکی حمل با رضایت متصدی حمل و نقل و فرستنده باشد؛ و

(ب) صدور، نظارت انحصاری یا انتقال سوابق الکترونیکی حمل همان اثر صدور، در تصرف داشتن، یا انتقال سند حمل را داشته باشد.

ماده ۹- آیین استفاده از سوابق الکترونیکی قابل انتقال حمل

۱- استفاده از سابقه الکترونیکی حمل باید بر اساس آیین هایی صورت گیرد که موارد ذیل را مقرر دارد:

(الف) روش صدور و انتقال سابقه به دارنده مورد نظر؛

(ب) تضمین اینکه سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل تمامیت خود را حفظ کرده است؛

(پ) نحوه ای که دارنده سند (Holder) بتواند ثابت کند که دارنده سند است؛ و

(ت) نحوه ارائه تأییدیه اینکه تحویل به دارنده انجام شده، یا اینکه طبق بند ۲ ماده ۱۰ یا بندهای فرعی ۱ (الف) (۲) و (پ)، ماده ۴۷ سابقه الکترونیکی حمل دیگر اثر یا اعتباری ندارد.

۲- به آیین‌های مندرج در بند ۱ این ماده باید در مشخصات قرارداد اشاره شود و آیین‌های مزبور باید به راحتی قابل احراز باشد.

ماده ۱۰- جایگزینی سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل

۱- چنانچه سند قابل انتقال حملی صادر شده باشد و متصدی حمل و نقل و دارنده توافق کنند که آن را با یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل جایگزین کنند:

(الف) دارنده سند باید سند قابل انتقال حمل یا کلیه اسناد قابل انتقال حمل، در صورتی که بیش از یک سند صادر شده باشد، را به متصدی حمل و نقل تسلیم کند،

(ب) متصدی حمل و نقل باید برای دارنده سند، یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر کند که شامل اظهاری در این مورد باشد که آن سابقه جایگزین سند قابل انتقال حمل می‌شود؛ و

(پ) از آن پس، سند قابل انتقال حمل دیگر هیچ گونه اثر یا اعتباری ندارد.

۲- چنانچه یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر شده باشد و متصدی حمل و نقل و دارنده توافق کنند که آن سابقه الکترونیکی حمل را با یک سند حمل قابل انتقال عوض کنند:

(الف) متصدی حمل و نقل باید برای دارنده به جای سابقه الکترونیکی حمل، یک سند قابل انتقال حمل صادر کند که شامل اظهاری در این مورد باشد که آن سند جایگزین سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل می‌شود؛ و

(ب) از آن پس سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل از هر گونه اثر یا اعتباری ساقط می‌گردد.

ماده ۱۱- تعهدات متصدی حمل و نقل؛ حمل و تحویل کالا

متصدی حمل و نقل باید با رعایت این کنوانسیون و طبق شرایط قرارداد حمل، کالا را به مقصد حمل کند و آن را به گیرنده تحویل دهد.

ماده ۱۲- مدت مسئولیت متصدی حمل و نقل

۱- مدت زمان مسئولیت متصدی حمل و نقل برای کالا به موجب این کنوانسیون از زمانی آغاز می‌شود که متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل کالا را برای حمل دریافت می‌کند، و هنگامی خاتمه می‌یابد که کالا تحویل شود.

۲- (الف) چنانچه قوانین یا مقررات محل دریافت مقرر دارد که کالاها به مقام یا شخص ثالث دیگری تحویل شود که متصدی حمل و نقل بتواند آنها را از وی وصول کند، مدت زمان مسئولیت متصدی حمل و نقل از زمانی آغاز می شود که کالاها را از مقام یا شخص ثالث دیگر وصول کند.

(ب) چنانچه قوانین یا مقررات محل تحویل متصدی حمل و نقل را ملزم کند که کالاها را به مقام یا شخص ثالث دیگری تحویل دهد که گیرنده بتواند آنها را از وی وصول کند، مدت زمان مسئولیت متصدی حمل و نقل زمانی خاتمه می یابد که کالاها را به مقام یا شخص ثالث دیگر تحویل دهد.

۳- به منظور تعیین مدت زمان مسئولیت متصدی حمل و نقل، طرفین می توانند در مورد زمان و محل دریافت و تحویل کالاها توافق کنند، اما هر ماده ای در قرارداد حمل تا حدودی که یکی از موارد ذیل را مقرر دارد، باطل می‌باشد:

(الف) زمان دریافت کالاها پس از شروع بارگیری اولیه آنها به موجب قرارداد حمل باشد؛ یا

(ب) زمان تحویل کالاها پیش از تکمیل تخلیه نهایی آنها به موجب قرارداد حمل باشد.

ماده ۱۳- تعهدات خاص

۱- متصدی حمل و نقل بایددر طول مدت زمان مسئولیت خود به گونه ای که در ماده ۱۲ تعریف شده و با رعایت ماده ۲۶، به شیوه مناسب و دقیق کالاها را دریافت کند، بارگیری کند، جا بجا کند، در انبار کشتی چیدمان کند، تخلیه کند و تحویل دهد.

۲- علی رغم بند ۱ این ماده، و بدون لطمه به سایر مقررات مندرج در فصل ۴ و فصل های ۵ تا ۷، متصدی حمل و نقل و فرستنده می‌توانند توافق کنند که بارگیری، جا بجایی، چیدمان در انبار کشتی، یا تخلیه کالا توسط فرستنده، یا فرستنده ذکر شده در اسناد یا گیرنده صورت گیرد. به چنین توافقی باید در مشخصات قرارداد اشاره شود.

ماده ۱۴- تعهدات خاص قابل اعمال در مورد سفر دریایی

متصدی حمل و نقل از ابتدا ملزم است در آغاز، و در طول سفر دریایی در خصوص موارد ذیل اهتمام و مراقبت لازم را معمول دارد:

(الف) کشتی را قابل دریانوردی کند و قابلیت دریانوردی آن را حفظ کند؛

(ب) برای کشتی اقدام به تأمین خدمه به طور مناسب کند، کشتی را تجهیز کند و اقلام مورد نیاز را تدارک کند، و در سرتاسر مدت سفر دریایی کشتی را دارای خدمه مناسب، به صورت مجهز و دارای تدارکات نگاه دارد.

(پ) انبارهای کشتی و کلیه قسمت‌های دیگر کشتی که در آنها کالاها حمل می‌شود و هر کانتینر فراهم شده توسط متصدی حمل و نقل که در آن یا بر روی آن کالاها حمل می‌شود را برای دریافت، حمل و محافظت از کالا مناسب سازی و ایمن سازی کند و آنها را مناسب و ایمن نگاه دارد.

ماده ۱۵- کالاهایی که ممکن است خطرساز شوند

علی رغم مفاد ماده های ۱۱ و ۱۳، چنانچه عقلاً احتمال برود که کالایی در طول مسئولیت متصدی حمل و نقل خطری عملی برای اشخاص و اموال یا محیط زیست می‌باشد، متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل می‌توانند از دریافت یا بارگیری کالای مذکور خودداری کنند، و می‌توانند اقدامات دیگری که متعارف باشد، معمول داشته، از جمله نسبت به تخلیه،انهدام یا بی خطر کردن کالاها اقدام کنند.

ماده ۱۶- رها سازی کالا در دریا حین سفر دریایی

علی رغم مفاد مواد ۱۱، ۱۳ و ۱۴ متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل می‌توانند در مواقعی که رها سازی عقلاً برای ایمنی مشترک یا به منظور حفظ جان انسان یا سایر اموالی که مشترکاً در معرض مخاطره قرار گرفته اند صورت می‌گیرد، به رها سازی کالا در دریا اقدام کنند.

ماده ۱۷- مسئولیت متصدی حمل و نقل در خصوص زیان، خسارت یا تأخیر؛
مبنای مسئولیت

متصدی حمل و نقل مسئول هرگونه زیان یا خسارت به کالاها، و نیز تأخیر در تحویل کالا می‌باشد مشروط بر اینکه مدعی ثابت کند که زیان، خسارت، یا تأخیر، یا واقعه یا اوضاع و احوالی که موجب زیان، خسارت، یا تأخیر شده یا به وقوع آنها کمک کرده در طول مدت زمان مسئولیت متصدی حمل و نقل کالا، به گونه‌ای که در ماده ۴ تعریف شده، رخ داده است.

متصدی حمل و نقل از کلیه یا بخشی از مسئولیت خود طبق بند ۱ این ماده مبرا خواهد بود، مشروط بر اینکه اثبات کند که دلیل یا یکی از دلایل وقوع زیان، خسارت، یا تأخیر منتسب به قصور او یا قصور هیچ یک از افراد مورد اشاره در ماده ۱۸ نبوده است.

متصدی حمل و نقل از کلیه یا بخشی از مسئولیت خود طبق بند ۱ این ماده مبرا خواهد بود مشروط بر اینکه به جای اثبات عدم قصور به نحو مقرر در بند ۲ این ماده، اثبات کند که یک یا چند وضعیت زیر موجب زیان، خسارت، یا تأخیر شده یا در وقوع آنها دخیل بوده اند:

(الف) قوه قهریه؛

(ب) مخاطرات، خطرات و حوادث در دریا یا سایر آب‌های قابل کشتیرانی؛

(پ) جنگ، مخاصمات، منازعات مسلحانه، دزدی دریایی، تروریسم، شورش ها و اغتشاشات داخلی؛

(ت) تضییقات قرنطینه‌ای، مداخلات یا موانع ایجاد شده توسط دولت‌ها، مقامات دولتی، حکمرانان یا مردم شامل بازداشت، توقیف، یا ضبطی که منتسب به متصدی حمل و نقل یا هیچ یک از اشخاص مذکور در ماده ۱۸ نباشد؛

(ث) اعتصابات، تعطیل کار توسط کارگران به لحاظ اختلافات کارگری و کارفرمایی، توقف کار برای اعتصاب، یا تضییقات کارگری؛

(ج) آتش سوزی در کشتی؛

(چ) عیوب و مشکلات پنهان و ناشناخته که با کوشش و مساعی لازم نیز قابل کشف نبوده باشند.

(ح) فعل یا ترک فعل فرستنده، فرستنده ذکر شده در اسناد، طرف ناظر، یا هر شخص دیگری که فرستنده یا فرستنده ذکر شده در اسناد طبق ماده ۳۳ یا ۳۴ مسئول اعمال وی می‌باشند؛

(خ) بارگیری، جابجایی، چیدمان یا تخلیه کالا که بر اساس موافقت نامه ای طبق بند ۲ ماده ۱۳ انجام شود، مگر اینکه متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل چنان اقداماتی را از طرف فرستنده کالا، فرستنده ذکر شده در اسند یا گیرنده انجام دهد؛

(د) ضایعات حجمی یا وزنی یا هر گونه زیان یا خسارت دیگر ناشی از عیب ذاتی، کیفیت یا نقص کالا؛

(ذ) ناکافی یا معیوب بودن وضعیت بسته بندی یا علامت گذاری کالا که توسط متصدی حمل و نقل یا از طرف وی انجام نشده باشد؛

(ر) نجات جان اشخاص یا تلاش برای نجات جان اشخاص در دریا؛

(ز) انجام اقدامات معقول برای نجات یا تلاش برای نجات اموال در دریا؛

(ژ) انجام اقدامات معقول برای جلوگیری یا تلاش برای جلوگیری از ایراد خسارت به محیط زیست؛

(س) اقدامات متصدی حمل و نقل مطابق با اختیارات اعطا شده به وی به موجب ماده‌های ۱۵ و ۱۶.

علی رغم مفاد بند ۳ این ماده، متصدی حمل و نقل در موارد ذیل بابت کلیه یا بخشی از زیان، خسارت، یا تأخیر مسئول خواهد بود:

(الف) در صورتی که مدعی خسارت ثابت کند که قصور متصدی حمل و نقل یا یکی از اشخاص مذکور در ماده ۱۸ باعث بروز واقعه یا وضعیتی شده که متصدی حمل و نقل به آن استناد می‌کند، یا به بروز واقعه یا وضعیت مزبور کمک کرده است؛ یا

(ب) در صورتی که مدعی ثابت کند که واقعه یا وضعیتی که در بند ۳ این ماده فهرست نشده به بروز زیان، خسارت، یا تأخیر کمک کرده، و متصدی حمل و نقل نتواند ثابت کند که واقعه یا وضعیت مذکور به قصور وی یا قصور یکی از اشخاص مورد اشاره در ماده ۱۸ منتسب نمی‌باشد.

علی رغم مفاد بند ۳ این ماده، متصدی حمل و نقل همچنین در قبال کلیه یا بخشی از زیان، خسارت، یا تأخیر در موارد ذیل مسئول خواهد بود:

(الف) در صورتی که مدعی ثابت کند که زیان، خسارت یا تأخیر، ناشی از یکی از علل زیر بوده یا یکی از این علل به وقوع آن کمک کرده است:

(۱) عدم قابلیت دریانوردی کشتی؛

(۲) عدم به کارگیری خدمه مناسب، تجهیزات یا تدارک کشتی؛ یا

(۳) این واقعیت که انبارهای کشتی یا سایر بخش های کشتی که در آنها کالا حمل می‌شود، یا یکی از کانتینرهای عرضه شده توسط متصدی حمل و نقل که در آنها یا بر روی آنها کالا حمل می‌شود برای دریافت، حمل و محافظت از کالاها مناسب و ایمن نبوده اند؛ و

(ب) متصدی حمل و نقل قادر نباشد ثابت کند که

(۱) هیچ یک از وقایع یا وضعیت های مذکور در بند فرعی ۵ (الف) این ماده موجب ورود زیان، خسارت، یا تأخیر نشده است؛ یا

(۲) او کلیه تعهدات خود مبنی بر اهتمام و مراقبت لازم طبق ماده ۱۴ را رعایت کرده است.

در مواقعی که متصدی حمل و نقل طبق این ماده از بخشی از مسئولیت خود مبرا می‌شود، صرفاً مسئول آن بخش از زیان، خسارت، یا تأخیری خواهد بود که منتسب به واقعه یا وضعیتی است که طبق این ماده وی مسئول آن می‌باشد.

ماده ۱۸- مسئولیت متصدی حمل و نقل به خاطر سایر اشخاص

متصدی حمل و نقل مسئول نقض تعهدات خود به موجب این کنوانسیون که به علت فعل یا ترک فعل اشخاص زیر صورت گرفته است، می‌باشد:

(الف) هر طرف مجری حمل؛

(ب) فرمانده یا خدمه کشتی؛

(پ) مستخدمین متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل؛ یا

(ت) هر شخص دیگری که به موجب قرارداد حمل هر یک از تعهدات متصدی حمل و نقل کالا را اجرا می کند یا متعهد شده که اجرا کند، تا حدودی که آن شخص به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به درخواست، یا تحت نظارت یا کنترل متصدی حمل و نقل عمل می‌کند.

ماده ۱۹- مسئولیت طرف های مجری حمل دریایی؛ مبنای مسئولیت

۱- طرف مجری حمل دریایی دارای تعهدات و مسئولیت هایی می‌باشد که به موجب این کنوانسیون به عهده متصدی حمل و نقل نهاده شده است، و محق به دفاعیات و حدود مسئولیت متصدی حمل و نقل به نحو مقرر در این کنوانسیون می‌باشد، در صورتی که:

(الف) طرف مجری حمل دریایی، کالاها را برای حمل در یکی از دولت‌های متعاهد دریافت کند، یا آنها را در یکی از دولت های متعاهد تحویل دهد، یا فعالیت‌های خود در مورد کالاها را در بندری در یکی از دولت های متعاهد نجام دهد، و

(ب) واقعه ای که موجب زیان، خسارت، یا تأخیر شده است:

(۱) در طول مدت زمان بین رسیدن کالاها در بندر بارگیری کشتی و بیرون رفتن کالاها از بندر مقصد (تخلیه) کشتی رخ داده باشد؛

(۲) در حالی که کالاها در اختیار مجری حمل دریایی بوده به وقوع پیوسته باشد؛ یا(۳) در هر زمان دیگری تا حدودی که وی در حال شرکت در اجرای هر یک از فعالیت های پیش بینی شده در قرارداد حمل باشد.

۲- چنانچه متصدی حمل و نقل موافقت کند که تعهداتی غیر از آنچه که به موجب این کنوانسیون به عهده متصدی حمل و نقل نهاده شده را تقبل کند، یا موافقت کند که حدود مسئولیت وی بالاتر از حدود تعیین شده به موجب این کنوانسیون می‌باشد، طرف مجری حمل دریایی ملتزم به آن موافقت نخواهد بود، مگر آنکه بالصراحه قبول کند که چنان تعهدات یا چنان حدود مسئولیت بالاتری را بپذیرد.

۳- طرف مجری حمل دریایی به موجب این کنوانسیون مسئول نقض تعهداتخود که به علت فعل یا ترک فعل هر شخصی که اجرای هر یک از تعهدات متصدی حمل و نقل به موجب قرارداد حمل تحت شرایط مندرج در بند ۱ این ماده به وی تفویض شده است، می‌باشد.

۴- هیچ چیزی در این کنوانسیون مسئولیتی را به عهده فرمانده یا خدمه کشتی یا هیچ یک از کارکنان متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل دریایی نمی‌گذارد.

ماده ۲۰- مسئولیت تضامنی

۱- چنانچه متصدی حمل و نقل و یک یا چند مجری حمل دریایی مشترکاً مسئول بروز زیان، خسارت، یا تأخیر در تحویل کالا باشند، مسئولیت آنان مسئولیت تضامنی خواهد بود، ولی فقط تا حدودی که به موجب این کنوانسیون مقرر شده است.

۲- بدون لطمه به ماده ۶۱ کنوانسیون، مجموع مسئولیت همه اشخاص مزبور از مجموعه حدود مسئولیت به موجب این کنوانسیون فراتر نخواهد رفت.

ماده ۲۳- اطلاعیه در صورت زیان، خسارت یا تأخیر

۱- در صورت عدم وجود دلیل مغایر، فرض آن است که متصدی حمل و نقل کالاها را طبق توصیف آنها در مشخصات قرارداد تحویل داده است، مگر اینکه اطلاعیه‌ای مبنی بر زیان یا خسارت به کالاها با ذکر ماهیت کلی چنان زیان یا خسارتی پیش از زمان تحویل یا در زمان تحویل، یا در صورت مشهود

نبودن زیان یا خسارت، ظرف هفت روز کاری، در مکان تحویل پس از تحویل کالاها به متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل داده شده باشد.

۲- عدم ارسال اطلاعیه مورد اشاره در این ماده به متصدی حمل و نقل یا به طرف مجری تأثیری بر حق ادعای غرامت بابت زیان یا خسارت به کالاها به موجب این کنوانسیون نخواهد داشت، و بر مسئولیت اثبات دعوی به شرح مندرج در ماده ۱۷ نیز اثری نخواهد داشت.

۳- اطلاعیه مورد اشاره در این ماده در مورد زیان یا خسارتی که با بازرسی مشترک کالاها توسط شخصیکه کالا به ویل تحویل شده و متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل دریایی که علیه وی ادعای مسئولیت شده است، احراز شده باشد، الزامی نمی‌باشد.

۴- هیچ گونه غرامتی بابت تأخیر قابل پرداخت نیست، مگر اینکه اطلاعیه زیان به علت تأخیر ظرف ۲۱ روز متوالی از تحویل کالا به متصدی حمل و نقل داده شده باشد.

۵- در مواقعی که اطلاعیه مورد اشاره در این ماده به مجری حمل که کالاها را تحویل داده، تسلیم شود، آن اطلاعیه از همان اثر اطلاعیه داده شده به متصدی حمل و نقل برخوردار می‌باشد، و اطلاعیه داده شده به متصدی حمل و نقل نیز دارای همان اثر اطلاعیه داده شده به مجری حمل دریایی می‌باشد.

۶- در صورت هر گونه زیان یا خسارت واقعی یا زیان یا خسارتی که از آن اطلاع حاصل شده، طرفین اختلاف باید کلیه تسهیلات معقول برای بازرسی و محاسبه کالاها را در اختیار یکدیگر قرار داده و دسترسی به سوابق و اسناد و سوابق مربوط به حمل کالاها را فراهم آورند.

ماده ۲۴- مقررات اضافی مربوط به مراحل خاص حمل؛ عدول

چنانچه طبق قانون قابل اعمال، عدول از قانون به معنی نقض تعهدات متصدی حمل و نقل باشد، چنان عدولی به خودی خود متصدی حمل و نقل یا مجری حمل دریایی را از حق دفاع یا تحدید مسئولیت مندرج در این کنوانسیون محروم نمی‌سازد مگر تا حدود مقرر در ماده ۶۱.

ماده ۲۵- بار روی عرشه کشتی

۱- کالا صرفاً در صورتی می‌تواند روی عرشه کشتی حمل شود که:

(الف) حمل روی عرشه بر اساس قانون الزامی باشد،

(ب) کالا در کانتینرها یا بر روی کانتینرها یا وسایل حمل و نقلی حمل شود که برای حمل روی عرشه مناسب باشد و عرشه‌های کشتی مخصوصاً مناسب حمل چنان کانتینرها یا وسایل حملی باشد،

(پ) حمل بر روی عرشه منطبق با قرارداد حمل، یا عرف، رسوم یا عملکردهای تجارت مورد نظر باشد.

۲- مفاد این کنوانسیون در ارتباط با مسئولیت متصدی حمل و نقل در مورد زیان، خسارت، یا تأخیر در تحویل کالاهایی که طبق بند ۱ این ماده روی عرشه حمل می‌شوند اعمال می‌گردد، اما در مواقعی که کالاها طبق بند فرعی ۱ (الف) یا (پ) این ماده حمل می‌شوند، متصدی حمل و نقل مسئول زیان یا خسارت به چنان کالاهایی، یا تأخیر در تحویل آنها که به علت ریسک‌های خاص مطرح در حمل این کالاها بر روی عرشه واقع شود، نمی‌باشد.

۳- چنانچه کالا در شرایطی غیر از شرایط مندرج در بند ۱ این ماده بر روی عرشه حمل گردد، متصدی حمل و نقل مسئول هر گونه زیان و خسارت به کالاها یا تأخیر در تحویل آنها که منحصراً به علت حمل بر روی عرشه حادث گردیده، می‌باشد و محق به دفاعیات مقرر در ماده ۱۷ نخواهد بود.

۴- متصدی حمل و نقل حق ندارد در مقابل طرف ثالثی که سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل را با حسن نیت دریافت کرده به بند فرعی ۱ (پ) استناد کند، مگر آنکه در مشخصات قرارداد گفته شده باشد که کالاها ممکن است بر روی عرشه حمل شود.

۵- چنانچه متصدی حمل و نقل و فرستنده کالا صراحتاً توافق کرده باشند که کالا در فضای زیر عرشه حمل گردد، متصدی حمل و نقل حق برخورداری از تحدید مسئولیت در خصوص زیان، خسارت یا تأخیر در تحویل کالا را تا حدودی که زیان، خسارت و تأخیر مذکور در نتیجه حمل آنها روی عرشه باشد ندارد.

ماده ۲۶- حمل انجام گرفته قبل یا بعد از حمل دریایی

در مواقعی که زیان یا خسارت وارده به کالاها، یا واقعه یا اوضاع و احوالی که باعث تأخیر در تحویل آنها شده در طول مدت مسئولیت متصدی حمل و نقل، ولی منحصراً پیش از بارگیری به کشتی یا منحصراً پس از تخلیه از کشتی روی دهد، مفاد این کنوانسیون بر آن مقرراتی از سند بین‌المللی دیگری

که در زمان وقوع زیان، خسارت یا واقعه یا اوضاع و احوالی که موجب تأخیر شده دارای مفاد ذیل باشد، تفوق نخواهد داشت:

(الف) طبق مفاد سند بین‌المللی مذکور، مفاد آن سند در مورد کلیه یا هر یک از فعالیت‌های متصدی حمل و نقل اعمال خواهد شد، منوط به آنکه فرستنده قراردادی جداگانه و مستقیم با متصدی حمل و نقل در خصوص مرحله خاصی از حمل که در آن زیان، یا خسارت به کالاها، یا واقعه یا اوضاع و احوالی که موجب وقوع تأخیر در تحویل آنها شده است، منعقد کرده باشد؛

(ب) مفاد سند مورد نظر خصوصاً به مسئولیت متصدی حمل و نقل، تحدید مسئولیت یا زمان اقامه دعوی پرداخته باشد؛ و

(پ) بر اساس سند مورد نظر نتوان به موجب قرارداد از کلیه مفاد آن یا بخشی از مفاد آن به ضرر فرستنده کالا عدول کرد.

ماده ۲۷- تعهدات فرستنده در قبال متصدی حمل و نقل؛ تحویل کالا برای حمل

۱- فرستنده باید کالاها را به صورت آماده برای حمل تحویل دهد، مگر آنکه در قرارداد حمل به گونه دیگری توافق شده باشد. در هر حال، فرستنده باید کالاها را در وضعیتی تحویل دهد که آنها بتوانند حمل مورد نظر، از جمله بارگیری، جابجایی، چیدمان، تسمه کشی، مهار سازی و تخلیه آنها را تاب بیاورند، و آنها موجب آسیبی به اشخاص یا اموال نشوند.

۲- فرستنده باید به گونه‌ای صحیح و با دقت هر گونه تعهداتی را که به موجب موافقت نامه منعقده طبق بند ۲ ماده ۱۳ به عهده گرفته است، اجرا کند.

۳- در مواقعی که کانتینری توسط فرستنده بسته بندی یا وسیله حملی توسط وی بارگیری شده، فرستنده باید محتویات را به صورت صحیح و با دقت، و به طریقی که آنها موجب ورود آسیب به اشخاص یا اموال نشوند، در یا بر روی کانتینر یا وسیله حمل بچیند، تسمه کشی و مهار سازی کند.

ماده ۲۸- همکاری متصدی حمل و نقل و فرستنده کالا در خصوص ارائه اطلاعات و دستورها

متصدی حمل و نقل و فرستنده کالا می‌بایست به درخواست های یکدیگر در خصوص ارائه اطلاعات و دستورهای لازم برای ابجایی و حمل مناسب کالا پاسخ دهند، مشروط بر اینکه آن اطلاعات در اختیار

طرف درخواست شونده، یا ارائه دستورها در توان متعارف طرف درخواست شونده بوده باشد و آن اطلاعات و دستورها عقلاً به گونه‌ای دیگر در اختیار طرف درخواست کننده قرار نداشته باشد.

ماده ۲۹- تعهد فرستنده کالا به ارائه اطلاعات، دستورها و اسناد

۱- فرستنده کالا باید به موقع اطلاعات، دستورها و اسناد مربوط به کالاها را که عقلاً به گونه‌ای دیگر در دسترس متصدی حمل و نقل نمی‌باشد، و به صورت متعارف برای انجام موارد زیر لازم می‌باشد در اختیار متصدی حمل و نقل قرار دهد:

(الف) برای جابجایی و حمل کالا، از جمله احتیاطاتی که متصدی حمل و نقل یا مجری حمل می‌بایست به عمل آورند،

(ب) برای آنکه متصدی حمل و نقل در رابطه با حمل مورد نظر قوانین، مقررات یا سایر الزامات مراجع دولتی را رعایت کند، مشروط بر آنکه متصدی حمل و نقل به موقع اطلاعات، دستورها، و اسنادی را که لازم دارد، به فرستنده اطلاع دهد.

۲- هیچ چیزی در این ماده بر هیچ تعهد مشخصی در مورد ارائه اطلاعات، دستورها و اسناد مربوط به کالاها طبق قانون، مقررات یا سایر الزامات مراجع دولتی در رابطه با حمل مورد نظر تأثیری نخواهد داشت.

ماده ۳۰- مبنای مسئولیت فرستنده کالا در قبال متصدی حمل و نقل

۱- فرستنده کالا مسئول زیان یا خسارت وارده به متصدی حمل و نقل خواهد بود، در صورتی که متصدی حمل و نقل اثبات کند که زیان یا خسارت، به موجب این کنوانسیون، به علت نقض تعهدات فرستنده وارد شده است.

۲- به استثنای زیان یا خسارتی که به علت نقض تعهدات فرستنده طبق بند ۲ ماده ۳۱ و ماده ۳۲ واقع شده است، چنانچه علت یا یکی از علل ورود زیان یا خسارت به قصور فرستنده کالا یا هر یک از اشخاص مورد اشاره در ماده ۳۴ قابل انتساب نباشد، فرستنده از کلیه یا بخشی از مسئولیت‌های خود مبرا خواهد بود.

۳- هرگاه فرستنده کالا طبق این ماده از بخشی از مسئولیت های خود مبرا شود، فقط در مورد آن بخش از زیان یا خسارت مسئول می‌باشد که به قصور وی یا قصور یکی از اشخاص مورد اشاره در ماده ۳۴ قابل انتساب است.

ماده ۳۱- اطلاعات برای تدوین مشخصات قرارداد

۱- فرستنده باید به موقع اطلاعات دقیق لازم برای تدوین مشخصات قرارداد و صدور اسناد حمل یا سوابق الکترونیکی حمل، از جمله، مشخصات مندرج در بند ۱ ماده ۳۶ ؛ نام طرفی که در مشخصات قرارداد به عنوان فرستنده کالا درج می‌شود؛ نام مرسل الیه (گیرنده) کالا، در صورت وجود؛ و نام شخصی که به سفارش وی سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل صادر می‌شود، را ارائه دهد.

۲- چنین تلقی می‌شود که فرستنده دقیق بودن اطلاعات ارائه شده طبق بند ۱ این ماده در زمان دریافت آنها توسط متصدی حمل و نقل را تضمین کرده است. فرستنده باید زیان یا خسارت وارده به متصدی حمل و نقل در نتیجه دقیق نبودن چنین اطلاعاتی را جبران کند.

ماده ۳۲- قواعد خاص در مورد کالاهای خطرناک

در مواقعی که کالاهایی به واسطه ماهیت یا خصوصیت خود خطری برای اشخاص، اموال یا محیط زیست باشند یا منطقاً به نظر برسد که احتمالاً خطری برای اشخاص، اموال یا محیط زیست می‌شوند:

(الف) فرستنده کالا باید متصدی حمل و نقل را از ماهیت یا خصوصیت خطرناک کالاها به موقع و پیش از تحویل آنها به متصدی حمل و نقل یا مجری حمل مطلع کند. در صورتی که فرستنده در این کار قصور کند و متصدی حمل و نقل یا مجری حمل به طریقی دیگر از ماهیت یا خصوصیت خطرناک بودن کالا آگاه نباشد، فرستنده مسئول هرگونه خسارت ناشی از قصور در آگاه سازی خواهد بود؛ و

(ب) فرستنده باید کالای خطرناک را بر اساس قوانین، مقررات یا سایر الزامات مقامات دولتی که در طول هر یک از مراحل حمل مورد نظر حاکم می باشد علامت گذاری یا برچسب گذاریکند. در صورتی که فرستنده در انجام این کار قصور کند، مسئول زیان یا خسارت ناشی از چنان قصوری در قبال متصدی حمل و نقل خواهد بود.

ماده ۳۳- تقبل حقوق و تعهدات فرستنده ذکر شده در اسناد

۱- فرستنده ذکر شده در اسناد مشمول تعهدات و مسئولیت های وضع شده برای فرستنده طبق این فصل و طبق ماده ۵۵ می‌باشد، و از حقوق و دفاع های مقرر به موجب این فصل و فصل ۱۳ برخوردار می‌باشد.

۲- بند ۱ این ماده تأثیری بر تعهدات، مسئولیت‌ها، حقوق یا دفاع‌های فرستنده ندارد.

۳۴- مادهمسئولیت فرستنده برای سایر اشخاص

فرستنده مسئول نقض تعهدات خود به موجب این کنوانسیون که از فعل‌ها یا ترک فعل‌های هر شخص، از جمله کارکنان، نمایندگان و پیمانکاران فرعی که اجرای هر یک از تعهدات خود را به آنها واگذار کرده است می‌باشد، اما در صورتی که فرستنده اجرای تعهدات خود را به متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حملی که از طرف متصدی حمل و نقل اقدام می‌کند واگذار کرده باشد، مسئول فعل‌ها یا ترک فعل‌های آنها نمی‌باشد.

ماده ۳۵- اسناد حمل و سوابق الکترونیکی حمل؛ صدور سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل

چنانچه متصدی حمل و نقل و فرستنده کالا توافق کرده باشند که از اسناد حمل یا سوابق الکترونیکی حمل استفاده نکنند یا عدم استفاده از آنها منطبق با عرف، رسم، یا عملکرد تجاری باشد، فرستنده یا در صورتی که فرستنده موافقت کند، فرستنده ذکر شده در اسناد حق خواهد داشت در زمان تحویل کالا برای حمل به متصدی حمل و نقل یا مجری حمل، یکی از اسناد زیر را از متصدی حمل و نقل به انتخاب فرستنده دریافت کند.

(الف) یک سند غیر قابل انتقال حمل، یا با رعایت بند الف ماده ۸، یک سابقه الکترونیکی غیر قابل انتقال حمل؛ یا

(ب) یک سند قابل انتقال حمل یا با رعایت بند الف ماده ۸، یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل، مگر اینکه فرستنده و متصدی حمل و نقل توافق کرده باشند که از سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل استفاده نکنند، یا عدم استفاده از آنها منطبق با عرف، رسم، یا عملکرد تجاری باشد.

ماده ۳۶- مشخصات قرارداد

۱- مشخصات قرارداد در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل که در ماده ۳۵ بدان اشاره شده است، باید به نحوی که توسط فرستنده کالا ارائه شده، حاوی اطلاعات ذیل باشد:

(الف) شرح کالاها، به گونه ای که برای حمل مناسب باشد؛

(ب) علائم راهنمای لازم برای شناسایی کالا؛

(پ) تعداد بسته ها یا قطعات، یا کمیت کالا؛ و

(ت) وزن کالا، چنانچه توسط فرستنده ارائه شده باشد.

۲- مشخصات قرارداد در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل که در ماده ۳۵ بدان اشاره شده باید حاوی موارد زیر باشند:

(الف) شرح نظم و ترتیب و وضعیت ظاهری کالاها در زمانی که متصدی حمل و نقل یا مجری حمل آنها را برای حمل دریافت می‌کند؛

(ب) نام و نشانی متصدی حمل و نقل؛

(پ) تاریخی که متصدی حمل و نقل یا مجری حمل کالاها را برای حمل دریافت کرده‌اند، یا تاریخی که کالاها بر روی کشتی بارگیری شده‌اند، یا تاریخی که سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل صادر شده است؛ و

(ت) در صورتی که سند حمل قابل انتقال باشد، تعداد نسخ اصل سند قابل انتقال حمل، در مواقعی که بیش از یک نسخه اصل صادر شده باشد.

۳- مشخصات قرارداد در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل که در ماده ۳۵ بدان اشاره شده همچنین باید حاوی موارد زیر باشد:

(الف) نام و نشانی مرسل الیه (گیرنده)، در صورتی که توسط فرستنده کالا اعلام شده باشد؛

(ب) نام کشتی، چنانچه در قرارداد حمل مشخص شده باشد؛

(پ) بندر بارگیری و بندر تخلیه، چنانچه در قرارداد حمل مشخص شده باشد.

۴- برای اهداف این ماده، عبارت «نظم و ترتیب و وضعیت ظاهری کالاها» مندرج در بند ۲ (الف) این ماده به نظم و ترتیب و وضعیت کالاها به استناد موارد زیر اشاره دارد:

(الف) بازرسی ظاهری متعارف کالاها به صورت بسته بندی شده در زمان تحویل کالاها توسط فرستنده به متصدی حمل و نقل یا مجری حمل؛ و

(ب) هر گونه بازرسی اضافی که متصدی حمل و نقل یا مجری حمل عملاً پیش از صدور سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل انجام می‌دهند.

ماده ۳۷- هویت متصدی حمل و نقل کالا

۱- چنانچه هویت متصدی حمل و نقل کالا با ذکر نام در مشخصات قرارداد مشخص شده باشد، هر گونه اطلاعات دیگر مندرج در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل در رابطه با هویت متصدی حمل و نقل تا حدودی که مغایر با آن تعیین هویت باشد بلا اثر خواهد بود.

۲- چنانچه برخلاف بند فرعی ۲ (ب) ماده ۳۶، هویت هیچ کس به عنوان متصدی حمل و نقل در مشخصات قرارداد مشخص نشده باشد، اما مشخصات قرارداد نشان دهد که کالاها بر روی کشتی نام برده شده‌ای بارگیری شده است، مالک ثبت شده کشتی مذکور به عنوان متصدی حمل و نقل تلقی خواهد شد، مگر آنکه مالک مزبور ثابت کند که کشتی در زمان حمل تحت قرارداد اجاره بدون خدمه قرار داشته و هویت اجاره کننده کشتی بدون خدمه را مشخص و نشانی وی را ذکر کند، که در آن صورت این اجاره کننده به عنوان متصدی حمل و نقل تلقی خواهد شد. در غیر این صورت، مالک ثبت شده کشتی می‌تواند فرض (اماره) اینکه حمل کننده باشد را با اعلام هویت حمل کننده و ذکر نشانی وی رد کند. اجاره کننده کشتی بدون خدمه نیز می‌تواند به همین نحو هر گونه فرض (اماره) متصدی حمل و نقل بودن را رد کند.

۳- هیچ چیزی در این ماده مانع از آن نخواهد بود که خواهان اثبات کند که شخصی به غیر از آن شخص که هویت وی در مشخصات قرارداد یا طبق بند ۲ این ماده تعیین شده، متصدی حمل و نقل می‌باشد.

ماده ۳۸- امضاء

۱- سند حمل باید توسط متصدی حمل و نقل یا شخصی که از سوی او اقدام می کند امضاء شود.

۲- هر سابقه الکترونیکی حمل باید شامل امضای الکترونیکی متصدی حمل و نقل یا شخصی که از طرف وی اقدام می‌کند، باشد. در امضای الکترونیکی مزبور باید هویت امضاء کننده در رابطه با سابقه حمل الکترونیکی مشخص، و مجوز سابقه الکترونیکی حمل حمل کننده درج شود.

ماده ۳۹- نواقص موجود در مشخصات قرارداد

۱- عدم وجود یا دقیق نبودن یک یا چند مورد مذکور در مشخصات قرارداد مورد اشاره در بندهای ۱، ۲ یا ۳ ماده ۳۶، به خودی خود بر ماهیت حقوقی یا اعتبار سند حمل یا سابقه حمل الکترونیکی اثر ندارد.

۲- چنانچه مشخصات قرارداد شامل تاریخ باشد ولی مقصود از تاریخ در آن درج نشده باشد، چنین تلقی می شود که تاریخ مزبور:

(الف) در صورتی که مشخصات قرارداد نشان دهد که کالا در یک کشتی بارگیری شده است، تاریخی است که در آن کلیه کالاهای مندرج در سند حمل یا در سابقه الکترونیکی حمل در کشتی بارگیری شده اند؛ یا

(ب) در صورتی که مشخصات قرارداد نشان ندهد که کالا در یک کشتی بارگیری شده است، تاریخی است که در آن متصدی حمل و نقل یا مجری حمل کالا را دریافت کرده است.

۳- در صورتی که نظم و ترتیب و وضعیت ظاهری کالاها در زمان دریافت آنها توسط متصدی حمل و نقل یا مجری حمل در مشخصات قرارداد ذکر نشده باشد، چنین تلقی می‌شود که در قرارداد ذکر شده که کالاها در زمانی که متصدی حمل و نقل یا مجری حمل آنها را دریافت کرده نظم و ترتیب و وضعیت ظاهری خوبی داشته است.

ماده ۴۰- ارزیابی اطلاعات مربوط به کالا در مشخصات قرارداد

۱- در هر یک از موارد ذیل متصدی حمل و نقل اطلاعات مورد اشاره در بند ۱ ماده ۳۶ را مقید به این قید خواهد کرد که متصدی حمل و نقل مسئولیت دقیق بودن اطلاعات ارائه شده توسط فرستنده را به عهده نمی‌گیرد:

(الف) در صورتی که متصدی حمل و نقل اطلاع واقعی داشته باشد که اظهار کالای مندرج در سند حمل یا سابقه حمل الکترونیکی کذب یا گمراه کننده است؛ یا

(ب) در صورتی که متصدی حمل و نقل دلایل معقولی برای این باور داشته باشد که اظهار کالای مندرج در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل کذب یا گمراه کننده می‌باشد.

۲- بدون لطمه به بند ۱ این ماده، متصدی حمل و نقل می تواند اطلاعات مورد اشاره در بند ۱ ماده ۳۶ را در وضعیت و به نحو مقرر در بندهای ۳ و ۴ این ماده مقید به این قید کند که متصدی حمل و نقل مسئولیتی در مورد دقیق بودن اطلاعات ارائه شده توسط فرستنده به عهده نمی‌گیرد.

۳- در مواقعی که کالا برای حمل در کانتینر در بسته و یا وسیله حمل به متصدی حمل و نقل یا مجری حمل تحویل نشده باشد، یا در مواقعی که آنها در کانتینر در بسته یا وسیله حمل تحویل شده باشد و متصدی حمل و نقل یا مجری حمل عملاً آنها را مورد بازرسی قرار دهد، متصدی حمل و نقل می‌تواند در موارد ذیل اطلاعات مورد اشاره در بند ۱ ماده ۳۶ را به قیودی مقید سازد:

(الف) در صورتی که متصدی حمل و نقل وسیله‌ای عملی از نظر فیزیکی یا متعارف از نظر بازرگانی برای بررسی اطلاعات ارائه شده توسط فرستنده را در اختیار نداشته باشد، که در این صورت وی می‌تواند مشخص کند چه اطلاعاتی را قادر نبوده بررسی کند؛ یا

(ب) متصدی حمل و نقل دلایل منطقی برای اعتقاد به این داشته باشد که اطلاعات ارائه شده توسط فرستنده کالا دقیق نبوده است، که در این صورت وی می‌تواند ماده‌ای را در مورد آنچه که منطقاً اطلاعات دقیق تلقی می‌کند، در قرارداد بگنجاند.

۴- در مواقعی که کالا برای تحویل در کانتینر یا وسیله حمل دربسته به متصدی حمل و نقل یا مجری حمل تحویل داده می‌شود، متصدی حمل و نقل می تواند اطلاعات مورد اشاره در موارد زیر را به قیودی مقید کند:

(الف) در بندهای ۱ (الف) ، (ب) یا (پ) ماده ۳۶، چنانچه:

(۱) کالای موجود در درون کانتینر یا وسیله حمل عملاً توسط متصدی حمل و نقل یا مجری حمل مورد بازرسی قرار نگرفته باشد؛ و

(۲) نه متصدی حمل و نقل و نه مجری حمل از طریقی دیگر اطلاع واقعی از محتویات آن پیش از صدور سند حمل یا سابقه حمل الکترونیکی نداشته باشند؛ و

(ب) در بند ۱ (ت) ماده ۳۶، چنانچه:

۱) نه متصدی حمل و نقل و نه مجری حمل، کانتینر یا وسیله حمل را وزن نکرده، و فرستنده کالا و متصدی حمل و نقل پیش از ارسال کالا در خصوص اینکه کانتینر یا وسیله حمل توزین بشود و وزن در مشخصات قرارداد گنجانیده شود توافق نکرده باشند؛ یا

(۲) وسیله‌ای که از نظر فیزیکی، عملی یا از نظر بازرگانی، متعارف باشد برای بررسی وزن کانتینر یا وسیل حمل وجود نداشته باشد.

ماده ۴۱- اثر اثباتی مشخصات قرارداد

به جز تا حدودی که مشخصات قرارداد تحت شرایط و به نحو مقرر در ماده ۴۰ به قیودی مقید شده باشد:

(الف) سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل دلیل حسب الظاهر (اماره واقعی) رسید کالا توسط متصدی حمل و نقل به نحو مندرج در مشخصات قرارداد می‌باشد.

(ب) در مواقعی که مشخصات قرارداد در یکی از اسناد ذیل گنجانیده شده است، ارائه سند معارض در مورد هر یک از مشخصات قرارداد توسط متصدی حمل و نقل قابل قبول نخواهد بود:

(۱) سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل که به طرف ثالثی که با حسن نیت اقدام می‌کند انتقال داده شده باشد؛

(۲) سند غیر قابل انتقال حمل که در آن درج شده باشد که آن سند برای تحویل گرفتن کالاها باید تسلیم شود و آن سند با حسن نیت به مرسل الیه (گیرنده) انتقال یافته باشد.

(ب) ارائه سند معارض توسط متصدی حمل و نقل علیه مرسل الیهی (گیرنده کالایی) که با حسن نیت به استناد یکی از مشخصات قراردادی ذیل درج شده در سند حمل غیر قابل انتقال یا سابقه الکترونیکی حمل غیر قابل انتقال عمل کرده است، قابل قبول نخواهد بود:

(۱) مشخصات قرارداد مورد اشاره در بند ۱ ماده ۳۶، در مواقعی که مشخصات قراردادی مزبور توسط متصدی حمل و نقل کالا ارائه شده باشد؛

(۲) تعداد، نوع و شماره‌های شناسایی کانتینرها به غیر از شماره های شناسایی مهرهای کانتینری؛ و

(۳) مشخصات قراردادی مورد اشاره در بند ۲ ماده ۳۶.

ماده ۴۲- کرایه از پیش پرداخت شده

چنانچه در مشخصات قرارداد عبارت «کرایه از پیش پرداخت شده» یا عبارتی با ماهیت مشابه درج شده باشد، متصدی حمل و نقل نمی‌تواند بر علیه دارنده سند حمل یا مرسل الیه (گیرنده) ادعا کند که کرایه حمل پرداخت نشده است. این ماده در صورتی که دارنده سند یا مرسل الیه (گیرنده) فرستنده کالا نیز باشد، صدق نمی‌کند.

ماده ۴۳- متعهد قبول کالا

هنگامی که کالا به مقصد خود رسید، مرسل الیه (گیرنده) که تحویل کالا را به موجب قرارداد حمل خواستار می‌باشد، باید در زمان یا ظرف مدت زمان معین و در مکان مورد توافق مندرج در قرارداد حمل، یا در صورت عدم وجود چنین توافقی، در زمان و مکانی که با توجه به شرایط قرارداد، عرف، رسم یا عملکردهای تجارت و اوضاع و احوال حمل می توان به صورت متعارف انتظار داشت که تحویل صورت گیرد، تحویل کالا را قبول کند.

ماده ۴۴- تعهد رسید دریافت کالا

مرسل الیه (گیرنده) باید بنا به درخواست متصدی حمل و نقل یا مجری حمل که کالا را تحویل می‌دهد، دریافت کالا از متصدی حمل و نقل یا مجری حمل به شیوه مرسوم درمحل تحویل را تأیید کند

(رسید بدهد). در صورت خودداری مرسل الیه (گیرنده) از تأیید تحویل کالا (دادن رسید)، متصدی حمل و نقل می‌تواند از تحویل خودداری کند.

ماده ۴۵- تحویل کالا در مواقعی که سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر نشده است

در مواقعی که سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حملی صادر نشده باشد:

(الف) متصدی حمل و نقل باید کالا را به مرسل الیه (گیرنده) در زمان ومکان مورد اشاره در ماده ۴۳ تحویل دهد. در صورتی که شخصی که ادعا می‌کند که مرسل الیه (گیرنده) کالا می‌باشد بنا به درخواست متصدی حمل و نقل هویت خود به عنوان مرسل الیه (گیرنده) به طور صحیح به اثبات نرساند، متصدی حمل و نقل می تواند از تحویل کالا خودداری کند؛

(ب) در صورتی که نام و نشانی مرسل الیه (گیرنده) در مشخصات قرارداد ذکر نشده باشد، طرف ناظر ملزم است قبل یا به محض رسیدن کالا به مقصد، متصدی حمل و نقل را از نام ونشانی مزبور آگاه کند.

(پ) بدون لطمه به بند ۱ ماده ۴۸، چنانچه کالا به دلایل زیر قابل تحویل نباشد:

(۱) مرسل الیه (گیرنده) پس از دریافت اطلاعیه رسیدن کالا، در زمان یا ظرف مدت زمان مورد اشاره در ماده ۴۳، تحویل کالا پس از رسیدن به مقصد را از متصدی حمل و نقل مطالبه نکند،

(۲) متصدی حمل و نقل به دلیل اینکه شخصی که ادعا می کند مرسل الیه (گیرنده) است به طور صحیح هویت خود را به اثبات نرسانده از تحویل خودداری ورزد، یا

(۳) متصدی حمل و نقل پساز انجام تلاش های متعارف، قادر نباشد مرسل الیه (گیرنده) را برای درخواست دستورالعمل در مورد تحویل کالا پیدا کند،

متصدی حمل و نقل می تواند موضوع را به طرف ناظر اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویل کالا را درخواست کند.

چنانچه پس از انجام تلاش های متعارف، متصدی حمل و نقل قادر نباشد طرف ناظر را پیدا کند، می‌تواند موضوع را به فرستنده اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویلکالا را درخواست کند.

چنانچه متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش های متعارف قادر نباشد فرستنده را پیدا کند، می‌تواند موضوع را به فرستنده مذکور در اسناد اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویل کالا را درخواست کند.

(ت) متصدی حمل و نقلی که کالا را بر اساس دستورالعمل طرف ناظر، فرستنده یا فرستنده مذکور در اسناد طبق بند (پ) این ماده تحویل می‌دهد، از تعهدات به تحویل کلا تحت قرارداد حمل مبرا خواهد شد.

ماده ۴۶- تحویل کالا در مواقعی که سند حمل غیر قابل انتقالی که تسلیم را مقرر می‌دارد صادر شده است

مواقعی که سند حمل غیر قابل انتقالی صادر شده که در آن درج شده که آن سند باید برای تحویل گرفتن کالا تسلیم شود:

(الف) متصدی حمل و نقل باید به محض اینکه مرسل الیه (گیرنده) هویت خود را بنا به درخواست متصدی حمل و نقل اثبات کرد و سند غیر قابل انتقال را تسلیم داشت، کالا را در زمان و مکان مورد اشاره در ماده ۴۳ به مرسل الیه (گیرنده) تحویل دهد.

چنانچه شخصی که ادعا می‌کند مرسل الیه (گیرنده) است هویت خود را بنا به درخواست متصدی حمل و نقل به نحو صحیح نشناساند، متصدی حمل و نقل می‌تواند از تحویل کالا خودداری کند، و در صورتی که سند حمل غیر قابل انتقال تسلیم نشود، باید از تحویل استنکاف ورزد.

چنانچه سند حمل غیر قابل انتقال در بیش از یک نسخه اصل صادر شده باشد، تسلیم یک نسخه اصل کفایت می‌کند و نسخ دیگر از اثر یا اعتبار ساقط خواهد شد.(ب) بدون لطمه به بند ۱ ماده ۴۸، چنانچه کالا به دلایل زیر قابل تحویل نباشد:

(۱) مرسل الیه (گیرنده) پس از دریافت اطلاعیه رسیدن کالا، در زمان یا ظرف مدت زمان مورد اشاره در ماده ۴۳، تحویل کالا پس از رسیدن قه مقصد را از متصدی حمل و نقل مطالبه نکند.

(۲) متصدی حمل و نقل به دلیل اینکه شخصی که ادعا می کند مرسل الیه (گیرنده) است به طور صحیح هویت خود را به اثبات نرسانده یا سند را تسلیم نمی‌کند، از تحویل خودداری ورزد، یا

(۳) متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش های متعارف، قادر نباشد مرسل الیه (گیرنده) را برای درخواست دستورالعمل در مورد تحویل کالا پیدا کند.

متصدی حمل و نقل می‌تواند موضوع را به فرستنده اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویل کالا را درخواست کند.

چنانچه متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش های متعارف قادر نباشد فرستنده را پیدا کند، متصدی حمل و نقل می تواند موضوع را به فرستنده مذکور در اسناد اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویل کالا را درخواست کند.

(پ) متصدی حمل و نقلی که کالا را بر اساس دستورالعمل فرستنده یا فرستنده مذکور در اسناد طبق بند (ب) این ماده تحویل می‌دهد، قطع نظر از اینکه سند غیر قابل انتقال حمل به وی تسلیم شده (یا نشده) باشد از تعهدات به تحویل کالا تحت قرارداد حمل مبرا خواهد شد.

ماده ۴۷- تحویل کالا در مواقعی که سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر شده است

در مواقعی که سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر شده باشد:

(الف) دارنده سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل حق دارد تحویل کالا را از متصدی حمل و نقل پس از رسیدن به مقصد مطالبه کند، که در این صورت متصدی حمل و نقل باید در هر یک از موارد ذیل کالا را در زمان و مکان مورد اشاره در ماده ۴۳ به دارنده تحویل دهد:

(۱) در قبال ارائه سند قابل انتقال حمل، و در صورتی که دارنده سند حمل یکی از اشخاص مورد اشاره در بند ۱۰ (الف) ماده (۱) باشد با اثبات هویت خود توسط دارنده سند حمل، یا (۲) همین که دارنده سند حمل طبق آیین‌های مورد اشاره در بند (۱) ماده ۹ ثابت کند که وی دارنده سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل می‌باشد.

(ب) در صورت عدم رعایت الزامات مقرر به موجب بندهای الف (۱) یا الف (۲) این بند متصدی حمل و نقل می بایست از تحویل کالا خودداری کند؛

(پ) چنانچه سند قابل انتقال حمل در بیش از یک نسخه اصل صادر شده باشد و تعداد نسخ اصل در آن سند ذکر شده باشد، تسلیم یک نسخه اصل کفایت خواهد کرد و نسخ دیگر از هر گونه اثر یا اعتباری ساقط خواهند شد. در مواقعی که از یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل استفاده شده باشد، با تحویل کالا به دارنده طب آیین های مقرر به موجب بند ۱ ماده ۹، سابقه الکترونیکی حمل مزبور از درجه اعتبار ساقط خواهد شد.

بدون لطمه به بند (۱) ماده ۴۸، چنانچه سند حمل قابل انتقال یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حملی صراحتاً اعلام دارد که کالاها می تواند بدون تسلیم سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل تحویل شود، قواعد زیر اعمال می‌شود:

(الف) چنانچه کالا به دلایل زیر قابل تحویل نباشد:

(۱) دارنده سند حمل پس از دریافت اطلاعیه رسیدن کالا، در زمان یا ظرف مدت زمان مورد اشاره در ماده ۴۳، تحویل کالا پس از رسیدن به مقصد را از متصدی حمل و نقل مطالبه نکند،

(۲) متصدی حمل و نقل به دلیل اینکه شخصی که ادعا می‌کند دارنده سند حمل است به طور صحیح هویت خود را به عنوان یکی از اشخاص مورد اشاره در بند ۱۰ (الف) ماده (۱)، به اثبات نرسانده، از تحویل خودداری ورزد، یا

(۳) متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش های متعارف، قادر نباشد دارنده سند حمل را برای درخواست دستورالعمل در مورد تحویل کالا پیدا کند،

متصدی حمل ونقل می‌تواند موضوع را به فرستنده اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویل کالا را درخواست کند. چنانچه متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش‌های متعارف قادر نباشد فرستنده را پیدا کند، متصدی حمل و نقل می تواند موضوع را به فرستنده مذکور در اسناد اطلاع دهد و ارائه دستورها در مورد تحویل کالا را درخواست کند؛

(ب) متصدی حمل و نقلی که کالا را بر اساس دستورالعمل فرستنده یا فرستنده مذکور در اسناد طبق بند ۲ (الف) این ماده تحویل می‌دهد، قطع نظر از اینکه سند قابل انتقال حمل به وی تسلیم شده (یا نشده باشد)، از تعهدات به تحویل کالا تحت قرارداد حمل به دارنده سند حمل مبرا خواهد شد، یا

اینکه شخصی که تحویل کالا را بر اساس سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل مطالبه می‌کند طبق آیین‌های مورد اشاره در بند ۱ ماده ۹ ثابت کرده باشد که دارنده سابقه الکترونیکی حمل می‌باشد یا نه.

(پ) شخصی که به موجب بند فرعی ۲ (الف) این ماده دستورالعمل ها را ارائه می‌کند باید تضمین کند که خسارات متصدی حمل و نقل را در قبال هر گونه زیان ناشی از مسئول شناخته شدن وی در قبال دارنده سند حمل به موجب بند ۲ (پ) این ماده جبران خواهد کرد. چنانچه آن شخص تضمین کافی به گونه‌ای که متصدی حمل و نقل ممکن است به طور متعارف درخواست کند را ارائه ندهد، متصدی حمل ونقل می تواند از آن دستورها تبعیت نکند.

(ت) شخصی که پس از تحویل کالا توسط متصدی حمل و نقل طبق بند ۲ (ب) این ماده دارنده سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل می شود، ولی طبق ترتیبات قراردادی یا سایر ترتیباتی که پیش از تحویل کالا پیش بینی شده، حقوقی غیر از حق مطالبه تحویل کالا در برابر متصدی حمل و نقل را کسب کند.

(ث) علی رغم بندهای ۲- ب و ۲- ت این ماده، دارنده‌ای که پس از تحویل کالا دارنده می‌شود، و در زمانی که دارنده می‌شود، اطلاعی از چنان تحویلی نداشته یا نمی توانسته به صورت متعارف چنان اطلاعی داشته باشد، حقوق مندرج در سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی حمل را کسب می‌کند. چنانچه زمان مورد انتظار رسیدن کالا به مقصد یا نحوه کسب اطلاع در مورد اینکه کالا تحویل شده (یا نه) در مشخصات قرارداد قید شده باشد، فرض بر آن است که دارنده در زمانی که دارنده می‌شود از تحویل کالا اطلاع داشته یا می‌توانسته به صورت متعارف اطلاع داشته باشد.

ماده ۴۸- کالاهایی که تحویل نشده باقی می مانند

به موجب این ماده، کالا پس از رسیدن به مقصد، فقط در صورتی تحویل نشده تلقی خواهد شد که:

(الف) مرسل الیه (گیرنده) به موجب مفاد این فصل از قبول کالا در زمان و مکان مورد اشاره در ماده ۴۳ استنکاف ورزد؛

(ب) طرف ناظر، دارنده، فرستنده یا فرستنده به موجب اسناد را نتوان یافت، یا هیچ کدام دستورهای کافی طبق مواد ۴۵، ۴۶ و ۴۷ را به متصدی حمل و نقل ارائه ندهند؛

(پ) متصدی حمل و نقل مواد ۴۵، ۴۶ و ۴۷ محق یا ملزم باشد که از تحویل کالا خودداری کند؛

(ت) متصدی حمل و نقل طبق قوانین یا مقررات محلی که تحویل در آن درخواست شده مجاز نباشد که کالا را به مرسل الیه (گیرنده) تحویل دهد؛ یا

(ث) کالا به نحوی دیگر غیر قابل تحویل توسط متصدی حمل و نقل باشد.

بدون لطمه به هیچ یک از حقوق دیگری که متصدی حمل و نقل در برابر فرستنده طرف ناظر یا مرسل الیه (گیرنده) ممکن است داشته باشد، در صورتی که کالا تحویل نشده باقی مانده باشد، متصدی حمل و نقل می تواند به مسئولیت و به هزینه شخصی که محق به کالا می‌باشد، اقدامی که اوضاع و احوال منطقاً ایجاب می‌کند، از جمله موارد ذیل را اتخاذ کند:

(الف) کالا را در محل مناسبی انبار کند؛

(ب) بسته بندی کالا را در صورتی که کالا در کانتینر یا وسیله‌های حمل بسته بندی شده باشد، باز کند، یا به گونه‌ای دیگر، از جمله از طریق حرکت دادن، در مورد کالا اقدام کند؛ و

(پ) موجب شود که کالا طبق روش‌ها یا مطابق با قوانین یا مقررات محلی که کالا در آن زمان در آنجا قرار دارد، به فروش رسد یا معدوم شود.

متصدی حمل و نقل فقط در صورتی می‌تواند حقوق مقرر به موجب بند ۲ این ماده را اعمال کند که اطلاعیه متعارف در مورد عملی که به موجب بند ۲ این ماده قصد انجام آن را دارد به شخصی که در مشخصات قرارداد به عنوان شخصی ذکر شده که در مورد رسیدن کالا به مقصد باید به وی اطلاعیه داده شود، در صورت ذکر شدن، و به یکی از اشخاص ذیل به ترتیب ذکر شده: مرسل الیه (گیرنده) کالا، طرف ناظر، یا فرستنده کالا، در صورتی که متصدی حمل و نقل آنها را بشناسد، داده باشد.

در صورتی که کالا طبق بند ۲ (پ) این ماده فروخته شود، متصدی حمل و نقل باید عایدات فروش را به نفع شخصی که محق به دریافت کالا می‌باشد، به شرط کسر هر گونه هزینه احتمالی توسط متصدی حمل و نقل و هرگونه مبالغ دیگری که به متصدی حمل و نقل در رابطه با حمل آن کالا قابل پرداخت است، نگاهداری کند.

متصدی حمل و نقل مسئولیتی در قبال زیان یا خسارت وارده طی مدتی که کالا مطابق با این ماده تحویل نشده باقی مانده، نخواهد داشت، مگر آنکه مدعی خسارت اثبات کند که زیان یا خسارت از قصور متصدی حمل و نقل در انجام اقداماتی که معقول بوده با توجه به اوضاع و احوال برای حفاظت از کالاها صورت گیرد، ناشی شده و متصدی حمل و نقل می‌دانسته یا می‌بایست دانسته باشد که از قصور وی در انجام چنان اقداماتی کالا زیان یا خسارت خواهد دید.

ماده ۴۹- نگهداری کالا

هیچ چیزی در این کنوانسیون بر حقی که برای متصدی حمل و نقل کالا یا مجری حمل مطابق با قرارداد حمل یا قوانین قابل اعمال در مورد نگهداشتن کالا تا دریافت مبالغ قابل پرداخت ممکن است وجود داشته باشد؛ تأثیری ندارد.

ماده ۵۰- اعمال و حدود حق نظارت

حق نظارت فقط می‌تواند توسط طرف ناظر اعمال شود، و محدود به موارد زیر می باشد:

(الف) حق ارائه یا تغییر دستورهایی در مورد کالا که تغییری در مشخصات قرارداد ایجاد نمی‌کند؛

(ب) حق تحویل گرفتن کالا در هر بندری که کشتی طبق برنامه سفر خود در آن توقف دارد، یا در مورد حمل داخل سرزمینی، در هر محلی در طول مسیر حمل کالا؛ و

(پ) حق جایگزینی مرسل الیه (گیرنده) با هر شخص دیگری از جمله طرف ناظر.

حق نظارت در تمامی طول مدت زمان مسئولیت متصدی حمل و نقل، به نحو مقرر در ماده ۱۲ وجود دارد، و با انقضای آن مدت زمان متوقف می‌شود.

ماده ۵۱- هویت طرف ناظر و واگذاری حق نظارت

به استثنای موارد مندرج در بندهای ۲، ۳ و ۴ این ماده:

(الف) فرستنده کالا طرف ناظر می‌باشد مگر آنکه فرستنده در مواقعی که قرارداد حمل منعقد شده است، مرسل الیه (گیرنده)، فرستنده اسنادی یا شخص دیگری را به عنوان طرف ناظر تعیین نماید؛

(ب) طرف ناظر حق دارد حق نظارت را به شخص دیگری واگذار کند. انتقال در مورد متصدی حمل و نقل، به محض اطلاع دادن انتقال توسط انتقال دهنده نافذ می شود، و منتقل الیه طرف ناظر می‌شود؛

(پ) طرف ناظر باید هنگامی که حق نظارت را اعمال می کند، به درستی هویت خود را محرز سازد.

در مواقعی که سند حمل غیر قابل انتقالی صادر شده که مقرر می‌دارد که آن سند باید برای اخذ کالا تسلیم شود:

(الف) فرستنده طرف ناظر می‌باشد و می‌تواند حق نظارت را به مرسل الیه (گیرنده) مذکور در سند حمل از طریق انتقال سند حمل به آن شخص بدون ظهرنویسی منتقل کند. چنانچه بیش از یک نسخه اصل سند صادر شده باشد، برای آنکه انتقال حق نظارت صورت گیرد، کلیه نسخ اصل باید انتقال داده شود؛ و

(ب) طرف کنترل کننده باید برای اعمال حق نظارت خود سند را ارائه دهد و هویت خود را به درستی محرز سازد. چنانچه بیش از یک نسخه اصل سند توسط متصدی حمل و نقل صادر شده باشد کلیه نسخ اصل باید ارائه شود، و در صورت عدم ارائه کلیه نسخ، حق نظارت نمی‌تواند اعمال شود.

در مواقعی که سند قابل انتقال حملی صادر می‌شود:

(الف) دارنده یا، در صورتی که بیش از یک سند اصل قابل انتقال حمل صادر شده باشد، دارنده کلیه نسخ اصل طرف ناظر می‌باشد؛

(ب) دارنده می‌تواند حق نظارت را از طریق انتقال سند قابل انتقال حمل طبق ماده ۵۷ به شخص دیگری منتقل کند. چنانچه بیش از یک نسخه اصل از آن سند صادر شده باشد برای آنکه انتقال حق نظارت صورت گیرد، کلیه نسخ اصل باید به آن شخص انتقال داده شود؛ و

(پ) به منظور اعمال حق نظارت، دارنده سند باید سند قابل انتقال حمل را به متصدی حمل و نقل ارائه دهد، و چنانچه دارنده یکی از اشخاص مورد اشاره در بند ۱۰ (الف) (۱) باشد، دارنده باید هویت خود را به درستی محرز کند. چنانچه بیش از یک نسخه اصل از سند صادر شده باشد، کلیه نسخ اصل باید ارائه شود، و در صورت عدم ارائه، حق نظارت نمی تواند اعمال شود.

در مواقعی که یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر شده باشد:

(الف) دارنده طرف ناظر محسوب می‌شود.

(ب) دارنده می‌تواند حق نظارت را از طریق انتقال سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل طبق روش‌های مورد اشاره در بند ۱ ماده ۹ به شخصی دیگر انتقال دهد.

(پ) به منظور اعمال حق نظارت، دارنده باید طبق روش‌های مورد اشاره در بند ۱ ماده ۹ اثبات کند که وی دارنده سند می‌باشد.

ماده ۵۲- اجرای دستورها توسط متصدی حمل و نقل

با رعایت بندهای ۲ و ۳ این ماده، متصدی حمل و نقل باید دستورهای مورد اشاره در ماده ۵۰ را اجرا کند، مشروط بر آن که:

(الف) شخصی که چنان دستورهایی را داده حق اعمال نظارت را داشته باشد؛

(ب) دستورها طبق مفاد آنها در لحظه‌ای که به متصدی حمل و نقل می‌رسد بتواند به صورت متعارف اجرا شود؛

(پ) دستورها مانع انجام فعالیت‌های عادی متصدی حمل و نقل از جمله عملیات تحویل کالا نشود.

به هر حال، طرف ناظر باید هر گونه مخارج اضافی متعارفی که ممکن است متصدی حمل و نقل متحمل شده باشد را به متصدی حمل و نقل باز پرداخت، و باید تضمین کند که خسارات متصدی حمل و نقل را در مقابل هرگونه زیان یا خسارتی که ممکن است در نتیجه اعمال سالیانه دستورها به موجب این ماده به وی تحمیل شود، از جمله غرامتی که متصدی حمل و نقل ممکن است بابت زیان یا خسارت به سایر کالاهای حمل شده مسئول پرداخت آن شود، جبران کند.

متصدی حمل و نقل حق دارد بابت مخارج اضافی، زیان یا خسارتی که متصدی حمل و نقل به طور متعارف پیش‌بینی می‌کند که در رابطه با اجرای دستوری طبق این ماده حادث شود از ناظر وثیقه اخذ کند. متصدی حمل و نقل می‌تواند در صورت عدم ارائه چنین وثیقه‌ای از انجام دستورها خودداری کند.

مسئولیت متصدی حمل و نقل بابت زیان یا خسارت به کالاها یا بابت تأخیر در تحویلی که از قصور در رعایت دستورهای طرف ناظر در نقض تعهدات خود مطابق بند ۱ این ماده منتج شود، مشمول مواد ۱۷ تا ۲۳ خواهد بود، و مبلغ غرامت قابل پرداخت توسط متصدی حمل و نقل تابع مواد ۵۹ تا ۶۱ خواهد بود.

ماده ۵۳- تحویل مفروض

کالاهایی که مطابق با دستور طبق بند ۱ ماده ۵۲ تحویل داده شده اند تحویل شده در مقصد محسوب می‌شوند، و مفاد فصل ۹ مربوط به چنین تحویلی در مود چنان کالاهایی اعمال می‌شود.

ماده ۵۴- ارائه اطلاعات اضافی، دستورها یا اسناد به متصدی حمل و نقل

طرف ناظر بنا به درخواست متصدی حمل و نقل یا مجری حمل باید اطلاعات، دستورها یا اسناد مربوط به کالاها که هنوز توسط فرستنده ارائه نشده و به نحوی دیگر به صورت متعارف در دسترس متصدی حمل و نقل قرار نداشته، و متصدی حمل و نقل ممکن است به صورت متعارف آنها را برای اجرای تعهدات خود به موجب قرارداد حمل نیاز داشته باشد به موقع ارائه دهد.

اگر متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش های متعارف قادر نباشد طرف ناظر را پیدا کند یا در صورتی که طرف کنترل کننده قادر نباشد اطلاعات، دستورها یا اسناد کافی را به متصدی حمل و نقل ارائه دهد، فرستنده کالا باید آنها را ارائه کند. چنانچه متصدی حمل و نقل پس از انجام تلاش‌های لازم نتواند فرستنده کالا را بیابد، فرستنده مذکور در اسناد باید چنان اطلاعات، دستورها یا اسنادی را ارائه کند.

ماده ۵۶- تغییرات با توافق

طرفین قرارداد حمل می‌توانند اثر بندهای فرعی ۱ (ب) و (پ) ماده ۵۰ ، و ماده ۵۲ را تغییر دهند. طرفین همچنین می‌توانند قابلیت انتقال حق نظارت مورد اشاره در بند فرعی ۱ (ب) ماده ۵۱ را محدود سازند یا مستثنی کنند.

ماده ۵۷- انتقال حقوق؛ صدور سند قابل انتقال حمل یا یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل

در مواقعی که سند قابل انتقال حملی صادر شده است، دارنده سند می‌تواند حقوق گنجانیده شده در سند را از طریق انتقال آن به شخصی دیگر انتقال دهد:

(لف) به صورتی که به طور صحیح به نام آن شخص یا بدون ذکر نام ظهرنویسی شده (سفید ظهرنویسی شده) باشد، در صورتی که سند مزبور به حواله کرد باشد؛ یا

(ب) بدون ظهرنویسی، در صورتی که (۱) سند مزبور سند حامل یا سند ظهرنویسی شده بدون ذکر نام (سفید ظهرنویسی شده) باشد؛ یا (۲) سند مزبور سندی باشد که به حواله کرد شخصی که نام برده شده صادر شده و انتقال بین دارنده نخست سند و شخص نامبرده باشد.

در مواقعی که یک سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل صادر شده باشد، دارنده آن می‌تواند حقوق گنجانیده شده در آن را، اعم از آنکه به حواله کرد و یا به حواله کرد شخصی نامبرده شده صادر شده باشد، از طریق انتقال سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل طبق روش‌های مورد اشاره در بند ۱ ماده ۹ انتقال دهد.

ماده ۵۸- مسئولیت دارنده سند حمل

بدون لطمه به مفاد ماده ۵۵ ، دارنده سند حملی که فرستنده کالا نیست و هیچ حقی را به موجب قرارداد حمل اعمال نمی‌کند، صرفاً به این دلیل که دارنده سند حمل است، هیچ‌گونه مسئولیتی را تحت قرارداد حمل متقبل نمی‌شود.

دارنده سند حملی که فرستنده کالا نیست و حقی را به موجب قرارداد حمل اعمال می‌کند هرگونه مسئولیت‌هایی که تحت قرارداد حمل به وی تحمیل می‌شود را تا حدوی که چنان مسئولیت‌هایی در سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی قابل انتقال حمل گنجانیده شده یا از مفاد آن قابل احراز است متقبل می‌شود.

برای اهداف بندهای ۱ و ۲ این ماده دارنده سند حمل که فرستنده کالا نمی‌باشد هیچ حقی را تحت قرارداد حمل صرفاً به لحاظ موارد ذیل اعمال نمی‌کند:

(الف) وی مطابق با ماده ۱۰ با متصدی حمل و نقل توافق کند که سابقه الکترونیکی قابل انتقال حملی را جایگزین سند قابل انتقال حمل یا سند قابل انتقال حملی را جایگزین سابقه الکترویکی قابل انتقال حمل کند؛ یا

(ب) حقوق خود را مطابق با ماده ۵۷ واگذار کند.

ماده ۵۹- حدود مسئولیت

با رعایت ماده ۶۰ و بند ۱ ماده ۶۱ ، مسئولیت متصدی حمل و نقل بابت نقض تعهدات خود به موجب این کنوانسیون به ۸۷۵ واحد شمارش در هر بسته یا واحد حمل دیگری، یا ۳ واحد شمارش در هر کیلوگرم از وزن ناخالص کالا که موضوع ادعا یا اختلاف می‌باشد، هر کدام که بیشتر باشد، محدود می‌شود، به استثنای مواردی که ارزش کالا توسط فرستنده اعلام و در مشخصات قرارداد گنجانیده شده باشدف یا در مواقعی که مبلغی بالاتر از مبلغ حد مسئولیت تعیین شده در این ماده بین متصدی حمل و نقل و فرستنده مورد توافق قرار گرفته باشد.

در مواقعی که کالا در یا بر روی کانتینر، پالت یا اسباب حمل و نقل مشابهی که برای یکجا بسته بندی کردن کالاها از آن استفاده می‌شود، یا در، یا بر وسیله حمل دیگری حمل می‌شود، بسته‌ها یا واحدهای حمل شمرده شده در مشخصات قرارداد به گونه‌ای که در، یا بر چنان کالای حمل و نقل یا وسیله حملی بسته بندی شده، بسته ها یا واحدهای حمل تلقی می‌شود. در صورتی که شمردن صورت نگرفته باشد، کالاهای در، یا بر چنان اسباب حمل و نقل یا وسیله حملی یک واحد تلقی می‌شود.

واحد شمارش مورد اشاره در این ماده حق برداشت ویژه (Special Drawing Right) به گونه‌ای که توسط صندوق بین المللی پول تعریف شده است می‌باشد. مبالغ مورد اشاره در این ماده می‌بایست به ارز ملی یک دولت بر اساس ارزش چنان ارزی در تاریخ حکم قضایی یا حکم داوری یا در تاریخ مورد توافق طرفین تبدیل شود. ارزش هر ارز ملی، بر حسب حق برداشت ویژه دولت متعاهدی که عضو صندوق بین المللی پول باشد باید طبق روش ارزشیابی اعمال شده توسط صندوق بی المللی پول که در تاریخ مورد بحث برای عملیات و معاملات آن مجری می‌باشد مورد محاسبه قرار گیرد. ارزش ارز ملی بر حسب حق برداشت ویژه هر دولت متعاهدی که عضو صندوق بین‌المللی پول نمی‌باشد باید به نحوی که توسط آن دولت تعیین می‌شود محاسبه شود.

ماده ۶۰- حدود مسئولیت بابت زیان وارده بر اثر تأخیر

با رعایت بند ۲ ماده۶۱، غرامت بابت زیان یا خسارت به کالا به علت تأخیر باید طبق ماده ۲۲ محاسبه شود و مسئولیت بابت زیان اقتصادی به علت تأخیر به مبلغی معادل دو و نیم برابر کرایه قابل

پرداخت بابت کالای تأخیر شده محدود می‌شود. مجموع مبلغ قابل پرداخت مطابق این ماده و بند ۱ ماده ۵۹ نباید از حدی که مطابق بند ۱ماده ۵۹ در مورد مجموع زیان کالاهای مربوط مقرر می‌شود، افزون‌تر بشود.

ماده ۶۱- از دست دادن منفعت حاصل از محدودیت مسئولیت

۱- در صورتی که خواهان غرامت ثابت کند که زیان حاصل از نقض تعهدات متصدی حمل و نقل به موجب این کنوانسیون قابل انتساب به فعل یا ترک فعل شخصی شخص مدعی محدودیت مسئولیت بوده، که با قصد ایراد زیان مزبور یا به لحاظر بی‌مبالاتی و با علم به اینکه احتمالاً چنان زیانی واقع خواهد شد صورت گرفته، متصدی حمل و نقل یا هیچیک از اشخاص مورد اشاره در ماده ۱۸ هیچ‌کدام مستحق مزایای محدودیت مسئولیت به نحو مقرر در ماده ۵۹، یا به نحو مقرر در قرارداد حمل نمی‌باشد.

۲- در صورتی که خواهان غرامت ثابت کند که تأخیر در تحویل نتیجه فعل یا ترک فعل شخصی شخص مدعی محدودیت مسئولیت بوده، که با قصد ایراد زیان به علت تأخیر یا بی‌مبالاتی و با علم به اینکه احتمالا چنان زیانی واقع خواهد شد صورت گرفته باشد، متصدی حمل و نقل یا هیچ‌یک از اشخاص مورد اشاره در ماده ۱۸ هیچ‌کدام مستحق مزایای محدودیت مسئولیت به نحو مقرر در ماده ۶۰ نمی‌باشد.

ماده ۶۲- زمان اقامه دعوی؛ مهلت اقامه دعوی

۱- هیچ دادرسی قضایی یا داوری در مورد دعاوی یا اختلافات ناشی از نقض تعهدی به موجب کنوانسیون نمی‌تواند پس از انقضای مدت دو سال اقامه شود.

۲- مهلت مورد اشاره در بند ۱ این ماده از روزی که متصدی حمل و نقل کالا را تحویل داده یا، در مواردی که کالایی تحویل نشده یا فقط بخشی از کالا تحویل شده، از آخرین روزی که در آن کالا باید تحویل می‌شده است شروع می‌شود. روز آغاز مهلت در محاسبه مهلت منظور نمی‌شود.

۳- علی‌رغم انقضای مهلت مذکور در بند ۱ این ماده هر یک از طرفین می‌تواند به دعوی خود به عنوان دفاع یا به منظور تهاتر در مقابل دعوی اقامه شده توسط طرف دیگر استناد کند.

ماده ۶۳- تمدید مهلت اقامه دعوی

مهلت مقرر در ماده ۶۲ مشمول تعلیق یا قطع نخواهد شد، ولی شخصی که علیه وی دعوایی اقامه شده می‌تواند در هر زمان در طول اجرای مهلت، آن مهلت را به وسیله اعلامیه‌ای به خواهان تمدید کند. این مهلت می‌تواند به وسیله اعلامیه یا اعلامیه‌های دیگر تمدید شود.

ماده ۶۴- دعوی برای جبران خسارت

دعوی برای جبران خسارت توسط شخصی که مسئول شناخته شده است می‌تواند پس از انقضای مهلت مقرر در ماده ۶۲ اقامه شود، مشروط بر آنکه دعوی برای جبران خسارت ظرف یکی از مهلت‌های ذیل هر کدام که دیرتر باشد اقامه شده باشد:

(الف) مهلت مجاز به موجب قانون قابل اعمال در حوزه قضایی که در آن دعوی اقامه شده است؛ یا (ب) نود (۹۰) روز که از روزی شروع می‌شود که شخصی که دعوی برای خسارت را اقامه کرده دعوی را حل و فصل کرده یا اخطاریه‌ای در دعوایی علیه خودش دریافت کرده است، هر کدام که زودتر باشد.

ماده۶۵- دعاوی علیه شخصی که به عنوان متصدی حمل و نقل شناسایی شده است.

دعوی علیه اجاره کننده کشتی بدون خدمه یا شخصی که مطابق با بند ۲ ماده ۳۷ به عنوان متصدی حمل و نقل مورد شناسایی قرار گرفته، می‌تواند پس از انقضای مهلت مقرر در ماده ۶۲ اقامه شود، مشروط بر آنکه دعوی ظرف یکی از مهلت‌های ذیل هر کدام که دیرتر باشد اقامه شده باشد:

(الف) مهلت مجاز به موجب قانون قابل اعمال در حوزه قضایی که در آن دعوی اقامه شده است؛ یا (ب) نود (۹۰) روز که از روزی شروع می‌شود که طبق بند ۲ ماده ۳۷، متصدی حمل و نقل شناسایی شده، یا مالک ثبت شده یا اجاره کننده کشتی بدون خدمه این فرض (اماره) را که وی متصدی حمل و نقل می‌باشد رد کرده است.

ماده ۶۶- حوزه صلاحیت؛ دعاوی علیه متصدی حمل و نقل

خواهان حق دارد که به موجب این کنوانسیون علیه متصدی حمل و نقل در محل‌های ذیل اقامه دعوی کند، مگر آنکه قرارداد حمل حاوی توافقی در مورد انتخاب انحصاری دادگاه با رعایت مواد ۶۷ و ۷۲ باشد:

(الف) در دادگاه صلاحیت‌داری که یکی از محل‌های ذیل در داخل حوزه صلاحیت آن قرار داشته باشد:

۱) محل اقامت متصدی حمل و نقل؛

۲) محل رسید مور دتوافق (کالا برای حمل) در قرارداد حمل؛

۳) محل تحویل مورد توافق در قرارداد حمل؛ یا

۴) بندری که در آن کالا ابتدائاًبر کشتی بارگیری شده یا بندری که در آن کالا در نهایت از کشتی تخلیه می‌شود؛ یا

(ب) در دادگاه یا دادگاه‌های صلاحیت‌داری که به موجب توافقی بین فرستنده و متصدی حمل و نقل بته منظور اتخاذ تصمیم در مورد دعاوی علیه متصدی حمل و نقل که به موجب این کنوانسیون ممکن است حادث شود، تعیین شده است.

ماده ۶۷- توافق‌ها در مورد انتخاب دادگاه

۱- صلاحیت دادگاهی که طبق بند (ب) ماده ۶۶ انتخاب شده در مورد اختلافات بین طرفین قرارداد فقط در صورتی انحصاری است که طرفین چنین توافقی بکنند، و موافقت‌نامه اعطا کننده صلاحیت:

(الف) در قراردادی حجمی که در آن نام و نشانی طرفین به روشنی ذکر شده جای گرفته باشد و

۱) به صورت جداگانه مورد مذاکره قرار گرفته باشد یا

۲) قرارداد حجمی حاوی اظهار بارزی در مورد اینکه توافقی در مورد انتخاب انحصاری دادگاه وجود دارد، باشد و در آن بخش‌هایی از قرارداد حجمی که حاوی آن توافق است مشخص شده باشد؛ و

(ب) به روشنی دادگاه‌های یکی از دولت‌های متعاهد یا یک یا چند دادگاه خاص یکی از دولت‌های متعاهد را تعیین کند.

۲- شخصی که طرف قرارداد حجمی نمی‌باشد فقط در صورتی ملتزم به موافقت‌نامه انتخاب انحصاری دادگاه که طبق بند ۱ این ماده منعقد شده است می‌باشد که:

الف) دادگاه در یکی از محل‌های تعیین شده در بند الف ماده ۶۶ باشد؛

ب) توافق در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل جای گرفته باشد؛

پ) اطلاعیه به موقع و کافی در مورد دادگاهی که در آن دعوی باید اقامه شود، و اینکه صلاحیت آن دادگاه انحصاری است، به شخص داده شده باشد؛ و

ت) به موجب قانون دادگاهی که عهده‌دار رسیدگی شده است آن شخص بتواند ملتزم به موافقت‌نامه انتخاب انحصاری دادگاه شود.

ماده ۶۸- دعاوی علیه طرف مجری حمل دریایی

به موجب کنوانسیون خواهان حق اقامه دعوی علیه طرف مجری حمل در دادگاه صلاحیت‌دار که یکی از محل‌های ذیل در حوزه صلاحیت آن واقع شده است را دارد:

الف) محل اقامت طرف مجری حمل دریایی

ب) بندری که در آن کالاها توسط طرف مجری حمل دریایی دریافت می‌شود، بندری که در آن کالاها توسط طرف مجری حمل دریایی تحویل می‌شود یا بندری که در آن مجری حمل دریایی فعالیت‌های خود در مورد کالا را انجام می‌هد.

ماده ۶۹- عدم وجود مبانی اضافی صلاحیت

با رعایت مواد ۷۱ و ۷۲، هیچ دعوایی به موجب این کنوانسیون علیه متصدی حمل و نقل یا مجری حمل دریایی در دادگاهی که مطابق با ماده ۶۶ یا ماده ۶۸ تعیین نشده نمی‌تواند، اقامه شود.

ماده ۷۰- توقیف و اقدامات موقت یا حمایتی

هیچ چیز در این کنوانسیون بر صلاحیت در مورد اقدامات موقت یا حمایتی، از جمله توقیف اثری ندارد. هیچ دادگاهی در یک دولت که در آن اقدامات موقت یا حمایتی اتخاذ شده، صلاحیت صدور حکم در مورد پرونده در خصوص ماهیت آن را ندارد، مگر آنکه:

الف) شرایط مقرر در این فصل اجرا شده باشد؛ یا

ب) کنوانسیونی بین المللی که در مورد آن دولت اعمال می‌شود، چنین مقرر دارد.

ماده ۷۱- ادغام و استرداد دعاوی

۱- به جز در مواقعی که توافقی در مورد انتخاب انحصاری دادگاه وجود دارد که طبق ماده ۶۷ یا ۷۲ لازم الاتباع می‌باشد، چنانچه دعوایی واحد که ناشی از واقعه‌ای واحد باشد علیه هر دو متصدی حمل و نقل و مجری حمل دریایی اقامه شود، دعوی فقط می‌تواند در دادگاهی که مطابق با هر دو ماده ۶۶ و

ماده ۶۸ تعیین شود، دعوی فقط می‌تواند در دادگاهی که مطابق با هر دو ماده ۶۶ و ماده ۶۸ تعیین شده است اقامه شود. در صورتی که چنان دادگاهی وجود نداشته باشد، چنین دعوایی می‌تواند در دادگاهی که مطابق با بند (ب) ماده ۶۸ تعیین شده است، اقامه شود.

۲- به جز در مواردی که توافقی در مورد انتخاب انحصاری دادگاه وجود دارد که مطابق با مواد ۶۷ و ۷۲ لازم الاتباع می‌باشد، هر متصدی حمل و نقل یا مجری حمل دریایی که دعوایی را با خواسته اعلام عدم مسئولیت یا هر دعوی دیگری که شخصی را از حق خود برای انتخاب مرجع رسیدگی طبق ماده ۶۶ یا ۶۸ محروم می‌سازد، اقامه کند، باید بنا به درخواست خوانده همین که خوانده داگاهی را مطابق با ماده ۶۶ یا ۶۸، هر کدام که قابل اعمال باشد، تعیین کرد که اقامه دعوی در آن ممکن است توصیه شده باشد، آن دعوی را استرداد کند.

ماده ۷۲- توافق پس از آنکه اختلافی بروز کرده و صلاحیت دادگاه پس از آنکه خوانده در دادگاه حاضر شده است

۱- پس از آنکه اختلافی بروز کرد، طرفین اختلاف می‌توانند توافق کنند که آن را در یک دادگاه صلاحیت‌دار حل کنند.

۲- دادگاه صلاحیت‌داری که خوانده‌ای در پیشگاه آن، بدون ایراد به صلاحیت طبق قواعد آن دادگاه حضور می‌یابد، دارای صلاحیت می‌باشد.

ماده ۷۳- شناسایی و اجرا

۱- تصمیمی که در یکی از دولت‌های متعاهد توسط دادگاهی که به موجب این کنوانسیون دارای صلاحیت می‌باشد صادر شده است باید در مواقعی که هر دو دولت اعلامیه‌ای طبق ماده ۷۴ صادر کرده‌اند، در دولت متعاهد دیگر طبق قوانین دولت متعاهد اخیرالذکر مورد شناسایی قرار گیرد و اجرا شود.

۲- هر دادگاه می‌تواند بر اساس جهات استنکاف از شناسایی و اجرای موجود مطابق قوانین خود از شناسایی و اجرا خودداری کند.

۳- این فصل بر اعمال قواعد هیچ سازمان یکپارچه اقتصادی منطقه‌ای که عضو کنوانسیون باشد، در مورد شناسایی یا اجرای احکام بین دولت‌های عضو سازمان یکپارچه اقتصادی منطقه‌ای، اعم از آنکه آن قواعد پیش یا پس از این کنوانسیون اتخاذ شده باشد، تاثیری نخواهد داشت.

ماده ۷۵- داوری؛ موافقت نامه‌های داوری

۱- با رعایت این فصل طرفین می‌توانند توافق کنند که هر گونه اختلافی که ممکن است در رابطه با حمل کالاها به موجب این کنوانسیون بروز کند باید به داوری ارجاع شود.

۲- جریان رسیدگی داوری حسب انتخاب شخصی که علیه متصدی حمل و نقل دعوایی را ادعا می‌کند در یکی از محل‌های زیر صورت خواهد گرفت:

(الف) هر محلی که برای این منظور در توافق داوری تعیین شده باشد؛ یا

(ب) در هر محل دیگر واقع در یک دولت که در آن یکی از محل‌های زیر قرار داشته باشد:

(۱) محل اقامت متصدی حمل و نقل؛

(۲) محل دریافت کالا برای حمل که در قرارداد حمل مورد توافق قرار گرفته است؛

(۳) محل تحویل مورد توافق در قرارداد حمل؛ یا

(۴) بندری که در آن کالا ابتدائاً به کشتی بارگیری، یا بندری که در آن کالا نهایتاً از کشتی تخلیه شده است.

۳- تعیین محل داوری در موافقت‌نامه برای اختلافات بین طرفین موافقت‌نامه لازم الاجر است، منوط به آنکه توافق در قراردادی حجمی گنجانیده شده و نام و نشانی طرفین به روشنی در آن ذکر شده باشد و:

(الف) به صورت جداگانه مورد مذاکره قرار گرفته باشد؛ یا

(ب) قرارداد حجمی حاوی اظهار بارزی در مورد اینکه توافق در مورد داوری وجود دارد، باشد و در آن بخش‌هایی از قرارداد حجمی که حاوی توافق در مورد داوری است مشخص شده باشد.

۴- در مواقعی که توافق داوری طبق بند ۳ این ماده منعقد شده است، شخصی که طرف قرارداد حجمی نمی‌باشد فقط در صورتی ملتزم به تعیین محل داوری در آن موافقت نامه می‌باشد که:

(الف) محل داوری تعیین شده در موافقت نامه در یکی از محل‌های مورد اشاره در بند ۲ (ب) این ماده قرار داشته باشد؛

(ب) توافق در سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل جای گرفته باشد؛

(پ) به شخصی که ملتزم می‌شود اطلاعیه به موقع و کافی در مورد محل داوری داده شده باشد؛ و

(ت) قانون قابل اعمال اجازه دهد که آن شخص ملتزم به موافقت نامه داوری شود.

۵- مفاد بندهای ۱،۲،۳ و ۴ این ماده باید بخشی از هر ماده یا موافقت نامه داوری تلقی شود، و هر شرطی در چنان ماده یا موافقت نامه‌ای تا حدودی که با مفاد بندهای مزبور مغایریت داشته باشد باطل است.

ماده ۷۶- موافقت نامه داوری در حمل و نقل توسط خط کشتیرانی غیر منظم
Non- Liner Transportation

۱- هیچ چیزی در این کنوانسیون بر قابلیت اجرای موافقت نامه داوری در یک قرارداد حمل و نقل توسط خط کشتیرانی غیر منظم که این کنوانسیون یا مقررات این کنوانسیون به یکی از دلایل زیر در مورد آن اعمال می‌شود، تاثیری نخواهد داشت:

(الف) مصداق داشتن ماده ۷ در مورد آن؛ یا

(ب) گنجاندن داوطلبانه این کنوانسیون توسط طرفین در قرارداد حملی که در صورتی که گنجانیده نمی‌شد مشمول این کنوانسیون نمی‌بود،

۲- علی‌رغم مفاد بند ۱ این ماده، موافقت نامه داوری در یک سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل که به دلیل مصداق داشتن ماده ۷ در مورد آن این کنوانسیون نسبت به آن اعمال می‌شود، مشمول این فصل می‌شود، مگر آنکه سند حمل یا سابقه الکترونیکی حمل:

(الف) طرفین و تاریخ قرارداد اجاره یا قراردادی دیگر که به دلیل مصداق داشتن ماده ۶ از دامنه اعمال این کنوانسیون مستثنی می‌باشد را مشخص کرده باشد؛ و

(ب) با اشاره مشخص به ماده‌ای در قرارداد اجاره یا قرارداد دیگری که حاوی شرایط موافقت نامه داوری می‌باشد، آن موافقت نامه را در سند حمل یا سابقه الکترونیکی مزبور گنجانیده باشد.

ماده ۷۷-توافق برای رجوع به داوری بعد از بروز اختلاف

علی‌رغم مفاد این فصل و فصل ۱۴ پس از آنکه اختلافی حادث شد، طرفین اختلاف می‌توانند توافق کنند که آن را از طریق داوری در هر جایی حل و فصل کنند.

مفاد این فصل فقط برای دولت‌های عضوی که طبق ماده ۹۱ اعلام می‌کنند که ملتزم به آن خواهند بود لازم الاجرا می‌باشد.

ماده ۷۹- اعتبار شرایط قراردادی- مقررات کلی

۱- به جز در مواردی که به نحوی دیگر در این کنوانسیون مقرر شده، هر شرطی در یک قرارداد حمل تا حدود ذیل باطل می‌باشد:

(الف) تا حدودی که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم تعهدات متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل دریایی تحت این کنوانسیون را مستثنی یا محدود کند؛

(ب) تا حدودی که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم مسئولیت متصدی حمل و نقل یا طرف مجری حمل دریایی بابت نقض تعهدی به موجب این کنوانسیون را مستثنی یا محدود کند؛

(پ) تا حدودی که منفعتی در بیمه کالا را به نفع متصدی حمل و نقل یا یکی از اشخاص مورد اشاره در ماده ۱۸ واگذار کند.

۲- به جز در مواردی که به نحوی دیگر در این کنوانسیون مقرر شده، هر شرطی در یک قرارداد حمل ت احدود ذیل باطل می‌باشد:

(الف) به صورت مستقیم یا غیر مستقیم تعهدات فرستنده، گیرنده (مرسل الیه) طرف ناظر، دارنده سند حمل یا فرستنده ذکر شده در اسناد را مستثنی یا محدود کند یا افزایش دهد؛ یا

(ب) به صورت مستقیم یا غیر مستقیم مسئولیت فرستنده، گیرنده، طرف ناظر، دارنده سند حمل یا فرستنده به موجب اسناد بابت نقض هر یک از تعهدات خود به موجب این کنوانسیون را مستثنی یا محدود کند یا افزایش دهد.

ماده ۸۰- قواعد ویژه برای قراردادهای حجمی

۱- علی‌رغم ماده ۷۹ هر قرارداد حجمی که مشمول این کنوانسیون باشد ممکن است بین متصدی حمل و نقل و فرستنده، حقوق، تعهدات و مسئولیت‌هایی بیشتر یا کمتر از آنچه که به موجب این کنوانسیون وضع شده است را مقرر دارد.

۲- عدول از مقررات کنوانسیون مطابق با بند ۱ این ماده فقط در مواقعی لازم الاجرا خواهد بود که:

(الف) قرارداد حجمی حاوی اظهاری بارز دائر بر این باشد که آن قرارداد از مقررات کنوانسیون عدول می‌کند.

(ب) قرارداد حجمی (۱) به طور منفرد مذاکره شده باشد یا (۲) در آن به صورت بارز بخش‌هایی از قرارداد حجمی که حاوی عدول‌ها است مشخص شده باشد.

(پ) به فرستنده کالا این فرصت، و اطلاعیه‌ای در مورد داشتن این فرصت داده شده باشد که قرارداد حملی با مواد و شرایطی که منطبق با این کنوانسیون باشد، بدون هرگونه عدول از مقررات کنوانسیون به موجب این ماده منعقد کند؛ و

(ت) عدول از مقررات کنوانسیون (۱) از طریق ارجاع از سندی دیگر (در قرارداد حجمی) گنجانیده نشده باشد یا (۲) در قراردادی تصویبی (تحمیلی) که نمی‌تواند مورد مذاکره قرار گیرد جای داده نشده باشد.

۳- فهرست عمومی قیمت‌ها و خدمات، سند حمل، سابقه الکترونیکی حمل یا سند مشابه قرارداد حجمی مطابق با بند ۱ این ماده می‌باشد، بلکه چنین اسنادی ممکن است از طریق ارجاع، در قرارداد حجمی به عنوان شرایط قرارداد گنجانده شود.

۴- بند ۱ این ماده در مورد حقوق و تعهدات مقرر در بندهای (الف) و (ب) ماده ۱۴ و مواد ۲۹ و ۳۲ یا مسئولیت ناشی از نقض آنها اعمال نمی‌شود، و در مورد هیچ مسئولیت ناشی از فعل یا ترک فعل مورد اشاره در ماده ۶۱ نیز مصداق ندارد.

۵- موادی از قرارداد حجمی که در آنها از این کنوانسیون عدول می‌شود، در صورتی که قرارداد حجمی شروط لازم مقرر در بند ۲ این ماده را دارا باشد، بین متصدی حمل و نقل و هر شخص دیگری غیر از فرستنده کالا اعمال شود، مشروط بر آنکه:

(الف) چنین شخصی اطلاعاتی دائر بر اظهار بارز به اینکه قرارداد حجمی از این کنوانسیون عدول کرده دریافت کرده باشد و در مورد التزام به چنان عدولی رضایت صریح بدهد.

(ب) چنین رضایتی صرفاً در فهرست عمومی قیمت‌ها و خدمات متصدی حمل و نقل سند حمل یا سابقه حمل الکترونیکی اعلام نشده باشد؛

۶- طرفی که مدعی منفعتی از عدول از کنوانسیون است، بار اثبات اینکه شرایط عدول رعایت شده را به عهده دارد.

ماده ۸۱- قواعد ویژه برای حیوانات زنده و برخی کالاهای دیگر

علی‌رغم ماده ۷۹ و بدون نفی ماده ۸۰ قرارداد حمل ممکن است تعهدات یا مسئولیت هر دو متصدی حمل و نقل و طرف مجری حمل را مستثنی یا محدود کند، در صورتی که:

(الف) کالا حیوانات زنده باشد، ولی چنین استثنا یا محدودیتی در صورتی که خواهد اثبات کند که زیان یا خسارت به کالا، یا تاخیر در تحویل از فعل یا ترک فعل متصدی حمل و نقل یا یکی از اشخاص مذکور در ماده ۱۸ به قصد ایراد زیان یا خسارت به کالا صورت گرفته یا چنان زیانی به علت تاخیر یا به لحاظ بی‌مبالاتی و با علم به وقوع احتمالی چنان زیان یا خسارتی یا چنان زیانی به علت تاخیر، حادث شده است، نافذ نخواهد بود؛ یا

(ب) ماهیت یا شرایط کالا یا اوضاع و احوال و مواد و شرایطی که تحت آن حمل قرار است انجام شود به گونه‌ای باشد که به صورت متعارف موافقت‌نامه‌ای خاص را ایجاب کند، منوط به آنکه چنان قرارداد حملی مربوط به حمل تجاری عادی که در جریان عادی تجارت صورت می‌گیرد، نباشد و هیچ سند قابل انتقال حمل یا سابقه الکترونیکی حملی برای حمل کالا صادر نشده باشد.

ماده ۸۲- کنوانسیون‌های بین المللی حاکم بر حمل کالا به وسیله سایر طرق حمل

هیچ چیزی در این کنوانسیون بر اعمال هیچ یک از کنوانسیون‌های بین المللی ذیل که در زمان لازم الاجرا شدن این کنوانسیون قوت قانونی یافته، از جمله هریک از اصلاحیه‌های آتی چنان کنوانسیون‌هایی مسئولیت متصدی حمل و نقل بابت زیان یا خسارت به کالا را قاعده‌مند می‌سازند، تاثیری ندارد:

(الف) هر کنوانسیون حاکم بر حمل هوایی کالا تا حدودی که چنین کنوانسیونی طبق مفاد آن بر هر قسمتی از قرارداد حمل حاکم باشد؛

(ب) هر کنوانسیون حاکم بر حمل جاده‌ای تا حدودی که چنین کنوانسیونی طبق مفاد آن بر حمل کالایی حاکم باشد که بر یک وسیله حمل جاده‌ای که بر روی عرشه کشتی حمل می‌شود به صورت بارگیری شده باقی بماند؛

(پ) هر کنوانسیون حاکم بر حمل ریلی کالا تا حدودی که چنین کنوانسیونی طبق مفاد آن بر حمل کالا از طریق دریا به عنوان مکمل ریلی حاکم باشد؛

(ت) هر کنوانسیون حاکم بر حمل کالا از طریق آبراه‌های داخلی تا حدودی که چنین کنوانسیونی طبق مفاد آن بر حمل کالا بدون انتقال محموله از یک وسیله حمل به وسیله حملی دیگر هم از طریق آبراه‌های داخلی و هم دریا حاکم باشد.

ماده ۸۳- حدود کلی مسئولیت

هیچ چیزی در این کنوانسیون بر اعمال کنوانسیونی بین المللی یا قانونی ملی که حدود کلی مسئولیت مالکان کشتی را قاعده‌مند می‌سازد، تاثیری ندارد.

ماده ۸۴- مشارکت افراد ذینفع در حمل دریایی در زیان وارده به یکی از آنان به علت فدا کردن قسمتی از کشتی یا بار برای نجات دادن جان یا اموال بقیه

هیچ چیزی در این کنوانسیون بر اعمال شرایط مندرج در قرارداد حمل یا در مقررات قوانین ملی در مورد تعیین میزان مشارکت افراد ذینفع در حمل دریایی در جبران زیان وارده به یکی از آنان در نتیجه اقدام داوطلبانه وی در فدا کردن قسمتی از کشتی یا بار برای نجات دادن جان یا اموال بقیه تاثیری ندارد.

ماده ۸۵- بار و مسافر

این کنوانسیون در مورد قرارداد حمل مسافر و بار همراه آنها اعمال نمی‌شود.

ماده ۸۶- خسارت ناشی از وقوع حادثه هسته‌ای

هیچ مسئولیتی به موجب این کنوانسیون بابت خسارت وارده به واسطه حادثه‌ای هسته‌ای، در صورتی که گرداننده تأسیسات هسته‌ای تحت اسناد ذیل مسئول چنان خسارتی باشد حادث نمی‌شود:

(الف) به موجب کنوانسیون پاریس راجع به مسئولیت شخص ثالث در زمینه انرژی هسته‌ای مورخ ۲۹ ژوئیه ۱۹۶۰ به گونه‌ای که به موجب پروتکل مورخ ۲۸ ژانویه ۱۹۶۴ و پروتکل‌های مورخ ۱۶ نوامبر ۱۹۸۱ و ۱۲ فوریه ۲۰۰۴ اصلاح شده است، کنوانسیون وین در خصوص مسئولیت مدنی برای خسارت هسته‌ای مورخ ۲۱ مه ۱۹۶۳ به گونه‌ای که به موجب پروتکل مشترک مربوط به اعمال کنوانسیون ۱۹۶۳ وین و کنوانسیون پاریس مورخ ۲۱ سپتامبر ۱۹۸۸ و نیز به موجب پروتکل برای اصلاح کنوانسیون ۱۹۶۳ وین راجع به مسئولیت مدنی برای خسارت هسته‌ای مورخ ۱۲ سپتامبر ۱۹۹۷، یا کنوانسیون راجع به جبران خسارت تکمیلی برای خسارت هسته‌ای مورخ ۱۲ سپتامبر ۱۹۹۷ اصلاح شده است، شامل هرگونه اصلاحیه این کنوانسیون‌ها و هر کنوانسیون آتی در مورد مسئولیت گرداننده تأسیسات هسته‌ای بابت خسارت وارده به واسطه حادثه‌ای هسته‌ای؛ یا

(ب) به موجب قانون ملی حاکم بر مسئولیت برای چنان خسارتی، مشورط بر آنکه چنان قانونی از همه جهات به همان اندازه کنوانسیون پاریس یا کنوانسیون وین یا کنوانسیون راجع به جبران خسارت تکمیلی برای خسارت هسته‌ای باشد که ممکن است خسارت ببینند.

ماده ۸۷- مواد نهایی؛ امین اسناد

بدین وسیله دبیر کل سازمان ملل متحد به عنوان امین اسناد این کنوانسیون تعیین می‌شود.

ماده ۸۸- امضاء، تنفیذ، قبول، تصویب و الحاق

۱- این کنوانسیون در تاریخ ۲۳ سپتامبر ۲۰۰۹ در روتردام هلند، و پس از این تاریخ در مقر سازمان ملل متحد در نیویورک برای امضا کلیه دولت‌ها مفتوح می‌باشد.

۲- لازم الاجرا شدن این کنوانسیون منوط به تنفیذ، قبول یا تصویب کلیه دولت‌های امضاء کننده می‌باشد.

۳- این کنوانسیون از تاریخی که برای امضاء مفتوح می‌شود برای الحاق کلیه دولت‌هایی که دولت‌های امضاء کننده نیستند مفتوح می‌باشد.

۴- اسناد تنفیذ، قبول، تصویب و الحاق باید نزد دبیرکل سازمان ملل تودیع شود.

ماده ۸۹-خروج از سایر کنوانسیون‌ها

۱- دولتی که این کنوانسیون را تنفیذ، قبول یا تصویب می‌کند یا به آن ملحق می‌شود و عضو کنوانسیون بین المللی برای یکسان سازی برخی قواعد حقوقی مربوط به بارنامه امضاء شده در بروکسل در تاریخ ۲۵ اوت ۱۹۲۴، عضو پروتکل اصلاح کنوانسیون بین المللی برای یکسان سازی برخی قواعد مربوط به بارنامه‌ها امضاء شده در بروکسل در تاریخ ۲۳ فوریه ۱۹۶۸، یا پروتکل اصلاح کنوانسیون بین المللی برای یکسان‌سازی برخی قواعد قانونی مربوط به بارنامه‌ها به گونه‌ای که موجب پروتکل اصلاحی مورخ ۲۳ فوریه ۱۹۶۸، امضاء شده در بروکسل در تاریخ ۲۱ دسامبر ۱۹۷۹می‌باشند، باید همزمان (با تنفیذ، قبول یا تصویب این کنوانسیون) از آن کنوانسیون و پروتکل یا پروتکل‌های آن که عضویت آن را دارند از طریق ارسال اطلاعیه‌ای برای دولت بلژیک خارج شده، طی بیانه‌ای اعلام کند که خروج از آن تاریخی که این کنوانسیون در مورد آن دولت لازم الاجرا می‌شود، قطعیت خواهد یافت.

۲- دولتی که این کنوانسیون را تنفیذ می‌کند، قبول می‌کند، تصویب می‌کند یا به آن ملحق می‌شود و عضو کنوانسیون سازمان ملل در مورد حمل کالا از طریق دریا منعقده در هامبورگ در تاریخ ۳۱ مارس ۱۹۷۸ می‌باشد باید همزمان (با تنفیذ، قبول یا تصویب این کنوانسیون) از آن کنوانسیون از طریق ارسال اطلاعیه‌ای برای دبیرکل سازمان ملل متحد خارج شده، طی بیانیه‌ای اعلام کند که خروج آن از تاریخی که این کنوانسیون در مورد آن دولت لازم الاجرا می‌شود، قطعیت خواهد یافت.

۳- برای اهداف این ماده، تنفیذها، قبول‌ها، تصویب‌ها و الحاق‌ها در مورد این کنوانسیون توسط دولت‌های عضو اسناد لیست شده در بندهای ۱ و ۲ این ماده که پس از لازم الاجرا شدن این کنوانسیون به امین اسناد اطلاع داده می‌شود تا زمانی که خروج از عضویتی که ممکن است لازم باشد آن دولت‌ها در مورد این اسناد به عمل آورند قطعیت نیافته، نافذ نمی‌شود. امین اسناد این کنوانسیون باید با دولت

بلژیک به عنوان امین اسناد مورد اشاره در بند ۱ این ماده مشورت کند تا آنکه اطمینان حاصل شود که هماهنگی لازم در این مورد به عمل می‌آید.

ماده ۹۰- حق شرط یک جانبه (حق تحفظ)

هیچ حق شرط یک جانبه‌ای (حق تحفظی) بر این کنوانسیون مجاز نمی‌باشد.

ماده ۹۱- رویه و اثر اعلامیه‌ها

۱- اعلامیه‌هایی که به موجب مواد ۷۴ و ۷۸ اجازه داده شده می‌تواند در هر زمانی صادر شود. اعلامیه‌های اولیه که به موجب بند ۱ ماده ۹۲ و بند ۲ ماده ۹۳ اجازه داده شده باید در زمان امضاء، تنفیذ، قبول و تصویب یا الحاق به عمل آید. هیچ اعلامیه دیگری تحت این کنوانسیون مجاز نمی‌باشد.

۲- اعلامیه‌هایی که در زمان امضای کنوانسیون صادر می‌شوند منوط به تأیید در زمان تنفیذ، قبول یا تصویب می‌باشند.

۳- اعلامیه‌ها و تأیید آنها می‌بایست کتبی باشد و به صورت رسمی به امین اسناد کنوانسیون اطلاع داده شود.

۴- هر اعلامیه‌ای همزمان با لازم الاجرا شدن این کنوانسیون در مورد دولت مربوط لازم الاجرا می‌شود. با این وجود اعلامیه رسمی آن را امین اسناد کنوانسیون پس از لازم الاجرا شدن مذبور دریافت می‌کند در اولین روز ماه بعد از انقضای کنوانسیون پس از لازم الاجرا شدن مزبور دریافت می‌کند در اولین روز ماه بعد از انقضای شش ماه پس از تاریخ دریافت آن توسط امین اسناد کنوانسیون نافذ می‌شود.

۵- هر دولتی که به موجب این کنوانسیون اعلامیه‌ای صادر می‌کند می‌تواند در هر زمانی آن را به وسیله اطلاعیه رسمی کتبی خطاب به امین اسناد کنوانسیون استرداد کند. استرداد یک اعلامیه یا تغییر آن در جایی که به موجب این کنوانسیون اجازه داده شده، در اولین روز ماه بعد از انقضای شش ماه پس از تاریخ اطلاعیه توسط امین اسناد کنوانسیون نافذ می‌شود.

ماده ۹۲- اثر در واحدهای سرزمینی داخلی

۱- در صورتی که دولتی دو یا چند واحد سرزمینی داشته باشد که در آنها سیستم‌های مختلف حقوقی در رابطه با موضوعاتی که این کنوانسیون به آنها پرداخته حاکم می‌باشد، آن دولت می‌تواند در زمان امضاء، تنفیذ، قبول، تصویب یا الحاق اعلام کند که این کنوانسیون به کلیه واحدهای سرزمینی یا فقط به یک یا چند واحد سرزمینی آن تعمیم می‌یابد، و می‌تواند در هر زمان با تقدیم اعلامیه دیگری اعلامیه خود را اصلاح کند.

۲- این اعلامیه‌ها باید به امین اسناد کنوانسیون اطلاع داده شود و باید در آن صراحتاً واحدهای سرزمینی که کنوانسیون به آنها تعمیم می‌یابد ذکر شود.

۳- در مواردی که دولت متعاهدی مطابق با این ماده اعلام داشته که این کنوانسیون به یک یا چند واحد سرزمینی، ولی نه به همه واحدهای آن، تعمیم می‌یابد، محلی که در واحد سرزمینی قرار گرفته که این کنوانسیون به آن تعمیم نمی‌یابد، برای اهداف این کنوانسیون به عنوان بخشی از آن دولت متعاهد تلقی نمی‌شود.

۴- چنانچه دولت متعاهدی اعلامیه‌ای مطابق با بند ۱ این ماده صادر نکند، کنوانسیون به کلیه واحدهای سرزمینی آن دولت تعمیم می‌یابد.

ماده ۹۳- شرکت سازمان‌های همبستگی اقتصادی منطقه‌ای

۱- هر سازمان همبستگی اقتصادی منطقه‌ای که توسط دولت‌های دارای حاکمیت تشکیل شده و دارای صلاحیت در مورد برخی از موضوعاتی می‌باشد که تحت حکومت این کنوانسیون قرار دارد، می‌تواند همانند دولت‌ها این کنوانسیون را امضاء، تنفیذ، قبول یا تصویب کند یا به آن ملحق شود. در آن صورت سازمان همبستگی اقتصادی منطقه‌ای تا حدودی که آن سازمان دارای صلاحیت در مورد موضوعات تحت حکومت این کنوانسیون می‌باشد، دارای حقوق و تعهدات یک دولت عضو خواهد بود. در مواقعی در این کنوانسیون که تعداد دولت‌های عضو از اهمیت برخوردار است، سازمان همبستگی اقتصادی منطقه‌ای علاوه بر دولت‌های عضو آن که دولت‌های متعاهد هستند به عنوان یک دولت متعاهد شمارش نخواهند شد.

۲- سازمان همبستگی اقتصادی منطقه‌ای باید در زمان امضاء، تنفیذ، قبول، تصویب یا الحاق به کنوانسیون اعلامیه‌ای خطاب به امین اسناد کنوانسیون صادر کرده، موضوعات تحت حکومت این کنوانسیون را که در مورد آنها صلاحیت توسط دولت‌های عضو سازمان به سازمان واگذار شده را مشخص کند. سازمان همبستگی اقتصادی منطقه‌ای باید فوراً هر گونه تغییرات در تقسیم صلاحیت، از جمله واگذاری‌های جدید صلاحیت را که مطابق با این کنوانسیون در اعلامیه مشخص شده است به امین اسناد کنوانسیون اطلاع دهد.

۳- هر گونه اشاره به «دولت متعاهد» یا «دولت‌های متعاهد» در این کنوانسیون، هرگاه سیاق ایجاب کند، در مورد سازمان همبستگی اقتصادی منطقه‌ای نیز مصداق دارد.

ماده ۹۴- لازم الاجرا شدن

۱- این کنوانسیون در اولین روز ماه بعد از انقضای یک سال پس از تاریخ تودیع بیستمین سند تنفیذ، قبول، تصویب یا الحاق لازم الاجرا می‌شود.

۲- برای هر دولتی که پس از تاریخ تودیع بیستمین سند تنفیذ، قبول، تصویب یا الحاق، عضو (دولت متعاهد) این کنوانسیون می‌شود، این کنوانسیون در اولین روز ماه بعد از انقضای یک سال پس از تودیع سند مقتضی از سوی آن دولت لازم الاجرا خواهد شد.

۳- هر دولت متعاهد باید این کنوانسیون را در مورد قراردادهای حمل که در تاریخ یا پس از تاریخ لازم الاجرا شدن این کنوانسیون در مورد آن دولت، منعقد می‌شود اعمال کند.

ماده ۹۵- بازنگری و اصلاحیه

۱- بنا به درخواست حداقل یک سوم دولت‌های متعاهد این کنوانسیون، دبیرکل سازمان ملل متحد باید کنفرانسی از کشورهای متعاهد را برای بازنگری یا اصلاح کنوانسیون برگزار کند.

۲- هر سند تنفیذ، قبول، تصویب یا الحاق که پس از لازم الاجرا شدن اصلاحیه‌ای به این کنوانسیون تودیع شود چنین تلقی می‌شود که مربوط به این کنوانسیون به گونه اصلاح شده میباشد.

ماده ۹۶- خروج از کنوانسیون

۱- هر دولت متعاهد می‌تواند در هر زمان به وسیله اطلاعیه‌ای کتبی خطاب به امین اسناد کنوانسیون از آن خارج شود.

۲- خروج از کنوانسیون در اولین روز ماه بعد از انقضای یکسال پس از دریافت اطلاعیه توسط امین اسناد کنوانسیون نافذ خواهد شد. در صورتی که مدت زمان طولانی‌تری در اطلاعیه مشخص شده باشد، خروج از کنوانسیون به محض انقضای مدت زمان طولانی‌تر مزبور پس از دریافت اطلاعیه توسط امین اسناد کنوانسیون نافذ خواهد شد.

فصل نهم
معامله مدارک برای دریافت وجوه حاصل از صدور و فروش کالاهای صادراتی

بعد از آن که صادرکننده کالای خود را برای خریدار خارجی حمل کرد اقدام بعدی او به دست آوردن حاصل کار خود و دریافت وجوه ارز معادل قیمت کالای صادراتی خود از خریدار خارجی می باشد. روش متداول و معمول وجوه ارزی حاصل از فروش کالا دریافت این وجوه از طریق یک واسطه مجاز است که در این مورد معمولاً یک بانک مجاز به انجام معاملات ارزی می‌باشد. صادرکننده می‌تواند وجوه کالای صادراتی را به روش‌های زیر دریافت نمائید.

الف) از طریق اعتبار اسنادی *LETTER OF CREDIT (L/C)*

ب) از طریق معامله اسناد پس از قبولی و تأیید مدارک کالا به وسیله خریدار خارجی *DOCUMENTS ON ACCEPTANCE (D/C)*

پ) از طریق ارائه و معامله اسناد هنگام پرداخت قیمت خرید کالا به وسیله خریدار خارجی *DOCUMENTS ON PAYMENT (D/P)*

←**اخطار مهم**: بایستی منتهای دقت و توجه را مبذول دارید تا در مقابل فروش کالای خود به خریدار خارجی چک یا سفته یا برات نگیرید. تنها از سه طریق فوق است که می‌توانید نسبتاً مطمئن باشید وجوه حاصل از فروش کالا خود را از خریدار خارجی دریافت خواهید کرد.

حال به تشریح یک یک روش‌های فوق می‌پردازیم:

(الف)اعتبار اسنادی LETTER OF CREDIT (L/C)

اعتبارنامه اسنادی مدرک مدون و رسمی است که بانک صادرکننده یا باز کننده اعتبارنامه به نمایندگی از طرف مشتریان خود (خریدار خارجی یا هر شخص دیگری که تقاضای گشایش اعتبار اسنادی می‌کند) پرداخت قیمت کالای صادراتی را به ذینفع آن که همان صادرکننده است تائید می‌نماید

که بعد از آنکه صادرکننده مدارک مندرج در اعتبارنامه اسنادی را به بانک خود تسلیم نماید وجوه ارزی قیمت کالای صادر شده را به صادرکننده بپردازد.

(ب) پرداخت قیمت کالا از طرف خریدار از طریق معامله اسناد و مدارک پس از آنکه خریدار، مدارک و اسناد را قبول نماید.(DOCUMENTS ON PAYMENT (D/P

در مواردی که به سفارش خریدار کالا از طرف بانک خریدار خارجی عبارت «برات‌ها» پس از رؤیت مدارک صدور قابل پرداخت است *(DRAFTS PAYABLE AT SIGHT)* معنای آن این است که بعد از آنکه کالا برای خریدار حمل شود و مدارک صدور کالا از طریق بانک برای خریدار ارسال گردد تا مبلغ معینی که قیمت کالاست از طریق بانک برای صادرکننده ارسال دارد، خریدار خارجی در صورتی قیمت کالا را پرداخت خواهد کرد که مدارک صادراتی ارسالی از طریق بانک را قبول و تأیید نماید. به همین جهت در این روش همواره این خطر وجود دارد که خریدار خارجی از قبول و تأیید مدارک خودداری نماید و حتی اگر هم در این روش بانک خریدار پرداخت قیمت کالا را تضمین نماید، چنانچه خریدار، مدارک صدور کالا را مورد قبول قرار ندهد فروشنده یا صادرکننده کالا نمی‌تواند وجوه حاصل از فروش کالای خود را از خریدار دریافت نماید و این خطر بزرگی برای صادرکننده محسوب می‌گردد. زیرا هرگاه که خریدار مدارک صدور کالا را قبول نکند بالمآل کالایی را که به نام خودش صادر شده قبول نخواهد کرد و این در حالیست که صادرکننده کالا را قبلاً به نام وی صادر کرده و چون خریدار از دریافت کالا خودداری می‌کند کالای صادراتی بلاصاحب وارد کشور خریدار شده و زیان هنگفتی را نصیب صادرکننده می‌سازد.

(پ) پرداخت قیمت کالا از طرف خریدار پس از تحویل گرفتن کالا

در این مورد خریدار قبل از حمل کالا به وسیله طرف فروشنده یا صادرکننده، قبولی و تأیید خود را نسبت به صحت مدارک صدور به صادرکننده از طریق بانک اعلام می‌نماید و خود را موظف می‌دارد که در رأس مهلت مقرر یعنی در تاریخ های مندرج در برات‌ها قیمت کالا را پرداخت نماید.

باز هم این روش را نباید چندان اطمینان بخش به حساب آورد و موارد متعددی مشاهده شده که خریدار خارجی کالا پس از اعلام قبولی مدارک و بعد از آنکه صادرکننده کالا را حمل کرد از پرداخت

وجوه مندرج در برات در تاریخ‌های معین سر باز می زند مگر آنکه بانک خریدار پرداخت وجوه برات‌ها را در سررسیدهای معین تضمین نماید که این امر، بسیار بعید می‌نماید.

۱- تشریح کامل روش (الف) یعنی پرداخت قیمت کالای صادراتی به وسیله خریدار از طریق گشایش اعتبارنامه اسنادی

در میان تمامی روش های دریافت قیمت کالای صادراتی، اعتبارنامه اسنادی در حال حاضر ظاهراً مناسب‌ترین وسیله تسویه حسابها و عمل به شرایط پرداخت قیمت کالا بین صادرکننده و واردکنندهٔ کالا محسوب می‌شود که در سراسر جهان به صورتی بسیار گسترده به آن عمل می‌شود و تقریباً مبادلات تمامی کالاها (به استثنای کالاهای رؤیتی که در فصول بعد تشریح خواهد شد) با این روش انجام می‌پذیرد.

در روش اعتبارنامه اسنادی علاوه بر آنکه خریدار خارجی یا وارد کنندهٔ کالای صادراتی متعهد به پرداخت قیمت کالاست، بانک او نیز تائید می‌نماید که خریدار خارجی مبلغ مشخص شده به عنوان قیمت کالا را به محض ارائه مدارک صادراتی از طرف صادر کننده (از جمله مدارک حمل) از طریق بانک خود به بانک صادر کننده بپردازد ولی در صورت استنکاف خریدار خارجی از پرداخت قیمت کالا، بانک خریدار خارجی متعهد به پرداخت قیمت کالای صادراتی نخواهد بود.

در اعتبارنامه اسنادی علاوه بر برات هایی که بر اساس مفاد اعتبارنامه معادل قیمت کالای صادراتی امضاء و صادر می‌گردد، معمولاً مدارک دیگری که در متن اعتبارنامه اسنادی ذکر گردیده بخصوص اثبات مالکیت کالا و انتقال آن از فروشنده به خریدار خارجی، اقدامات لازم برای محافظت کالا در مقابل فقدان یا خسارت به قسمتی از کالا یا تمامی کالا و تهیه سایر اطلاعات و مختصات را مشخص می‌نماید، سایر مدرکی که برای معامله اسناد و مدارک برای دریافت قیمت کالای صادراتی طبق مفاد و شرایط اعتبارنامه مورد نیاز بانک و خریدار است عبارتست از :

در اینجا لازم می دانیم به تشریح هر یک از مدارک فوق بپردازیم.

الف: فاکتور فروشCOMMERCIAL INVOICE

ب: بارنامه حمل کالاBILL(S) OF LADING (L/B)

پ: بیمه نامهٔ حمل دریایی کالاMARINEINSURANCE

ت: گواهی مبدأ (کشور ساخت و مبدأ حملکالاCERTIFICATEOFORIGIN

ث: فهرست وزن کالاWEIGHT LIST

ج: لیست عدل بندی کالاPACKING LIST

چ: گواهی بازرسیINSPECTION CERTIFICATE

د: گواهی آنالیز و نتیجه آزمایش لابراتواری کالا CERTIFICATE OF ANALYSIS

پس از آنکه کالای صادراتی به مقصد خارج از کشور برای خریدار حمل می‌شود، بخصوص حرکت کشتی یا کامیون حامل کالا صادرکننده همراه با درخواست نامه کتبی و رسمی خود برای دریافت وجوه ارزی قیمت کالای صادر شده از خریدار به بانک خود (که مجاز به انجام معاملات ارزی است) مراجعه می‌نماید و مدارک صادراتی خواسته شده طبق مفاد و شرایط اعتبارنامه اسنادی را به ضمیمه درخواست نامه خود تحویل بانک خود می‌دهد و خواستار معاملهٔ اسناد می‌شود. یعنی اینکه صادرکننده از بانک خود درخواست می‌کند که در قبال دریافت اسناد مربوط به صدور کالای صادراتی قیمت کالا را که در اعتبارنامه اسنادی مشخص گردیده به ارز به وی پرداخت نماید. در اینجا بانک اسناد صدور ارائه شده از طرف صادرکننده را به دقت بررسی می‌کند و با مدارک و شرایط خواسته شده از طرف خریدار خارجی که در متن اعتبارنامه اسنادی آمده مطابقت می‌نماید و در صورتی‌که مدارک خواسته شده صحیح و دقیق شده باشد صحت مدارک را تأیید کرده سپس عین مدارک را برای خریدار می‌فرستد و در صورت تائید خریدار از طریق بانک، قیمت فروش کالا را بصورت ارز به فروشنده یا صادرکننده کالا می‌پردازد.

حال اگر صادرکننده قبلاً از بانک خود اعتبار صادراتی قبل از حمل کالا گرفته باشد، وی باید در نامهٔ خود به جای معامله اسناد خواستار خرید اسناد به وسیله بانک شود. بانک نیز پس از بررسی و تأیید صحت مدارک صدور، مبلغ ارزی که به صورت اعتبار صادراتی قبل از حمل کالا به صادرکننده پرداخت کرده از مبلغ فروش مندرج در اعتبارنامه اسنادی و فاکتور صادرکننده کسر و باقیمانده آنرا به وی پرداخت می‌نماید.

لازم به تذکر است که بررسی مدارک ارائه شده از طرف صادرکننده و تأیید صحت مدارک و انطباق آنها با مدارک خواسته شدهٔ خریدار در متن اعتبارنامه اسنادی معمولاً سه تا پنج روز طول می‌کشد و گاهی اوقات نیز ممکن است بانک صادرکننده مدارک صادراتی را پس از تأیید صحت آنها برای بانک گشایش کنندهٔ اعتبار یعنی بانک خریدار خارجی ارسال دارد و دستور پرداخت بگیرد که احتمالاً مهلت بین ده تا پانزده روز طول بکشد. این مدت در مورد اعتبارنامه‌هایی است که تأیید شده نباشند. ولی هرگاه اعتبارنامه صادراتی به صورت تأیید شده (CONFIRMED) باشد معنای آن این است که علاوه بر اینکه خریدار و بانک خریدار متعهد به پرداخت قیمت کالا هستند بانک صادرکننده نیز در قبال دریافت پورسانت جزیی پرداخت قیمت کالا را ضمانت می‌نماید. در این صورت است که معمولاً بانک پس از بررسی اسناد و مدارک صدور کالا و تأیید آن بلافاصله ظرف مدت حداکثر بیست و چهار ساعت (یک روز) باید قیمت کالای حمل شده در مقابل برات‌هایی که به وسیله صادرکننده کشیده می‌شود به ارز به صادرکننده بپردازد ولی در بانک‌های ایران در عمل این طور نیست. اعتبار اسنادی صادراتی چه تأیید شده (CONFIRMED) و چه تأیید نشده باشد بانک صادرکننده مدارک را پس از تأیید برای بانک خریدار ارسال می‌دارد و پس از اینکه بانک خریدار مبلغ اعتبارنامه را برای بانک فروشنده یا صادرکننده کالا فرستاد در آن صورت است که بانک صادرکننده قیمت کالا را با ارز پرداخت می‌نماید.

۲- طرف‌هایی که در گشایش اعتبار اسنادی شرکت دارند

طرف‌های مشروح در زیر در تهیه و گشایش و معامله اسناد اعتبارنامه اسنادی صادراتی دست دارند:

الف) متقاضی گشایش اعتبار اسنادی که معمولاً خریدار خارجی کالا یا وارد کنندگان و یا باز کننده یا گشایش کننده اعتبارنامه اسنادی است.

ب) بانک ارسال کنندهٔ اعتبار اسنادی یعنی بانک خریدار خارجی که از نام خود برای ارسال اعتبار اسنادی برای بانک فروشنده استفاده می‌نماید.

پ) شعبه بانک ارسال کننده اعتبار اسنادی (شعبه بانک خریدار) جهت مکاتبه و ارسال متن اعتبارنامه اسنادی با تلکس یا تلگرام به بانک کشوری که اعتبارنامه اسنادی باید برای آن کشور ارسال شود یعنی کشور صادرکننده کالا.

ت) صادرکننده یا فروشنده یا ذینفع اعتبارنامهٔ صادراتی که اعتبارنامهٔ اسنادی صادراتی از طرف خریدار به نام وی گشایش می‌شود.

ث) بانک معامله کننده اسناد صدور کالا یعنی بانک صادرکننده که صادرکننده اسناد صدور کالای خود را برای دریافت قیمت کالای صادر شده به آن بانک تحویل داده و آن اسناد را در مقابل دریافت قیمت کالای صادراتی با بانک معامله می‌کند.

۳- انواع اعتبارهای اسنادی صادراتی

اعتبارنامه های اسنادی چه صادراتی باشد و چه وارداتی ابتدا به دو دسته تقسیم می‌شوند:

(الف) اعتبارنامه های اسنادی قابل برگشت (REVOCABLE L/C)

(ب) اعتبارنامه های اسنادی غیرقابل برگشت(IRREVOCABLE L/C)

اعتبارنامه اسنادی قابل برگشت اعتبارنامه است که خریدار خارجی کالای صادراتی یا بانک خریدار خارجی هر وقت که بخواهد می‌تواند بدون اطلاع به صادرکننده یا فروشنده کالا، آن اعتبارنامه را پس از گشایش فسخ یا باطل و یا اصلاح نماید. در حالی که در اعتبارنامهٔ غیرقابل برگشت پس از آنکه بوسیله خریدار خارجی گشایش می‌یابد دیگر نه خریدار خارجی و نه بانک او که ارسال کننده اعتبارنامه است هیچ کدام حق ابطال، فسخ یا اصلاح مفاد آن را ندارند مگر آنکه ابطال یا اصلاح اعتبارنامه با رضایت و صلاحدید فروشنده یا صادرکننده کالا صورت پذیرد.

بدین ترتیب اعتبار اسنادی که به صورت غیر قابل برگشت گشایش می‌یابد رایج ترین روش فروش کالاهای صادراتی و تضمین دریافت حاصل فروش یا قیمت کالای صادراتی در میان کشورهای جهان به شمار می‌آید زیرا با این روش احتمال عدم پرداخت قیمت کالا از طرف فروشنده و بانک از بین می‌رود. به همین جهت است که باید عبارت (IRREVOCABLE) در متن تمامی اعتبارنامه‌های اسنادی ذکر گردد ولی اگر در متن اعتبارنامه ذکری از قابل برگشت (REVOCABLE)یا غیر قابل برگشت (IRREVOCABLE) به میان نیاید به موجب بند "C" از ماده ۶ مقررات یکسان سازی عملیات گمرکی مصوب ژانویه ۱۹۹۴، اعتبار اسنادی گشایش شده غیرقابل برگشت (IRREVOCABLE)

تلقی می‌شود مگرآنکه عبارت L/C(REVOCABLE) در متن اعتبارنامه ذکر شده باشد که در آن صورت اعتبارنامهٔ اسنادی قابل برگشت تلقی می‌گردد.

(پ) اعتبارنامه‌های اسنادی غیرقابل برگشت تأیید شده و تأیید نشده

چنانچه اعتبارنامهٔ اسنادی غیرقابل برگشت به وسیله بانک خریدار خارجی کالای صادراتی گشایش یابد برای صادرکننده این امکان وجود دارد که توسط بانک خود از بانک خریدار خارجی بخواهد اعتبارنامهٔ غیرقابل برگشتی که به نفع وی گشایش شده توسط بانک صادرکننده که در کشور صادرکننده یعنی کشور ایران است مورد تأیید قرار دهد (CONFIRMATION) در اینگونه موارد بانک گشایش کننده اعتبارنامه یا بانک خریداریا هر بانک دیگری از بانک صادرکننده که در کشور صادر کننده (ایران) قرار دارد درخواست می‌کند که تأییدیه خود را به اعتبارنامهٔ اسنادی اضافه کند. معنای این اقدام این است که بانک تأیید کنندهٔ اعتبار که همان بانک صادرکننده است تضمین و تعهد می‌نماید که برات های صادر کنندهٔ کالا را که طبق مفاد اعتبارنامه به وسیله صادرکننده کالا کشیده می شود بلافاصله نقد کرده و وجه آنرا به ارز به صادرکننده بپردازد و سپس از بانک گشایش کنندهٔ اعتبار یعنی بانک خریدار کالا مبلغ پرداختی به صادرکننده را دریافت دارد.

بدین ترتیب است که پرداخت قیمت فروش کالای صادراتی از بانک‌های دو طرف ضمانت و تعهد می‌شود. یکی بانک خریدار که اعتبار اسنادی را به صورت غیر قابل برگشت باز کرده و خود را متعهد به پرداخت قیمت فروش کالا طبق مفاد و شرایط اعتبارنامه اسنادی نموده و دیگری بانک فروشنده و صادرکننده کالا که متعهد است و ضمانت می‌نماید به محض دریافت مدارک صدور و کشیدن برات به وسیله صادرکننده قیمت کالا را بلافاصله به صادرکننده پرداخت نماید.

درخواست تأیید اعتبارنامه اسنادی در مواردی است که صادرکننده یا بانک صادرکننده به بانک خریدار جهت پرداخت مبالغ فروش کالا اعتماد چندانی نداشته باشند ولی هرگاه بانک گشایش کنندهٔ اعتبارنامه غیرقابل برگشت یک بانک بزرگ و با شهرت باشد صادرکننده نیازی به تأیید اعتبارنامه اسنادی نخواهد داشت.

بدین ترتیب اگر بانک گشایش کنندهٔ اعتبار اسنادی یا بانک خریدار یک بانک کوچک باشد که تعداد آنها در خارج از کشور بسیار زیاد است و اعتبار اسنادی مورد درخواست خریدار را بدون درخواست تأیید آن به وسیله بانک صادرکننده گشایش نماید، حتی اگر هم به صورت غیر قابل برگشت باشد باز هم بانک گشایش کننده اعتبارنامه می‌تواند پرداخت وجوه حاصل از صدور فروش کالا را معوّق گذارده و حتی آن را نپردازد. در این صورت است که اعتبار غیرقابل برگشت با اعتبار قابل برگشت تفاوتی ندارد و در اینگونه موارد (در مواردی که بانک گشایش کننده اعتبار کوچک بوده و از اعتبار کافی برخوردار نباشد) صادرکننده کالا حتماً باید از بانک خود بخواهد که اعتبارنامه را تأیید نماید.

توجه داشته باشید که فقط اعتبارنامهٔ اسنادی غیر قابل برگشت را می‌توان تأیید کرد، اعتبارنامه های قابل برگشت را هیچگاه بانک تأیید نمی‌نماید.

بسیار مهّم است که تأییدیه یا (CONFIRMATION) اعتبارنامه اسنادی به وسیله بانک باید طی نامهٔ جداگانه بانک خطاب به شما باشد. تأییدیه نباید داخل متن اعتبارنامه اسنادی باشد.

(ت) اعتبارنامه اسنادی قابل انتقال (TRANSFERRABLE L/C)

در این نوع اعتبارنامه اسنادی، ذینفع که همان صادرکننده بوده و اعتبارنامه به نفع او گشایش یافته مجاز می‌شود تمامی یا قسمتی از کالا یا خدمات مندرج در اعتبارنامه اسنادی و یا عملیات مربوط به معامله اسناد با بانک و دریافت وجوه ارزی قیمت کالا و غیره را به شخص یا اشخاص ثالث انتقال دهد، در اعتبارنامهٔ اسنادی غیرقابل برگشت قابل انتقال کلمهٔ «قابل انتقال» به وضوح باید همراه «اعتبار اسنادی غیر قابل برگشت» به وسیله بانک گشایش کنندهٔ اعتبار بنا به دستور و توصیهٔ خریدار خارجی درج شود. دراینگونه موارد چنانچه قرار باشد قسمتی از کالای مشروح در اعتبارنامه به نام شخص یا اشخاص دیگری منتقل شود صادرکننده حتماً باید از خریدار خارجی بخواهد که «حمل به دفعات متعدد» را نیز در اعتبارنامهٔ اسنادی برای صادرکننده مجاز شمارد.

توجه داشته باشید وقتی که خریدار خارجی و بانک وی «انتقال» تمامی یا قسمتی از عملیات مشروح در اعتبار نامه اسنادی را برای صادرکنندهٔ کالا مجاز می‌شمارد، صادر کنندهٔ کالا تنها یک بار حق انتقال تمامی یا قسمتی از عملیات اعتبارنامه را به شخص یا اشخاص ثالث دارد.

(ث) اعتبارنامه اسنادی گردان (REVOLVING LETTER OF CREDIT)

هنگامی که اعتبارنامهٔ اسنادی گردان از طرف خریدار خارجی به وسیله بانک وی به نفع صادرکننده گشایش می‌شود معنای آن این است که این اعتبارنامه دارای اعتبار نامحدود است و اگر هم اعتبار آن از نظر مبلغ محدود باشد با وجود محدود بودن مبلغ، صادرکننده می‌تواند چندین بار عمل صدور کالا و حمل آنرا برای فروشنده خارجی انجام دهد و هر بار مدارک صدور خود را به بانک برده و در مقابل معامله اسناد از بانک قیمت کالای خود را به ارز دریافت دارد و این عمل را مکرر در مکرر انجام دهد. تنها کار خریدار خارجی این است که هر بار که بانک او قیمت کالا را می‌پردازد مبلغ مورد نیاز برای پرداخت قیمت محمولهٔ بعدی را در بانک خود تأمین نماید و در این راه خریدار خارجی نیز مجبور نیست برای هر محمولهٔ تکراری یک گشایش اعتبار در بانک خود بنماید. تنها مبادلهٔ اطلاعیه برای بانک خریدار و بانک صادرکننده کافی خواهد بود.

مشهورترین انواع اعتبارنامهٔ اسنادی گردان که بیش از سایر انواع آن در مبادلات بازرگانی رایج است عبارتست از:

اعتبارنامه‌هایی که برداشت مبلغ معیّنی با کشیدن یک برات در مهلت زمانی معین را برای صادر کننده مجاز می نماید.

اعتبارنامه‌هایی که برداشت مبلغ معیّنی از مبلغ کل اعتبارنامه را برای صادرکننده امکان‌پذیر می‌سازد و هر بار باقیمانده طلب صادرکننده به دفعهٔ بعدی منتقل می‌شود.

اعتبارنامهٔ گردانی که طی آن توضیح داده می‌شود که برداشت های مکرر از کل مبالغ مندرج در اعتبارنامه جمع آنها محدود به رقمی مشخص است که باید ظرف مهلتی مشخص مثلاً طی مدت دو سال بوسیله صادرکننده با ارسال کالا برای خریدار برداشت شود.

(چ) اعتبارنامه اسنادی با مهلت پرداخت برای قیمت کالا (یوزانس)
(DEFERRED PAYMENT LETTER OF CREDIT)

در اینگونه اعتبارات اسنادی قیمت کالای حمل شده برای خریدار خارجی بلافاصله پس از ارائه اسناد و مدارک صدور به بانک توسط بانک پرداخت نمی شود بلکه قیمت کالای ارسالی پس از مهلت زمانی که در اعتبارنامه مشخص گردیده (مثلاً شش ماه تا یکسال) پرداخته می‌شود. در اینگونه اعتبارنامه‌ها در عین

حال که به خریدار این مهلت برای پرداخت وجه کالایی که قبلاً دریافت کرد، داده می شود اولاً از زمان ارائه اسناد و مدارک صدور به وسیله صادرکننده به بانک و معامله اسناد تا مهلت پرداخت که در اعتبارنامه مشخص گردیده به مبلغ ارزی قیمت فروش، سود چند درصد (معمولاً ۶ درصد در سال) تعلق می‌گیرد که خریدار خارجی باید علاوه بر اصل پول به صادرکننده پرداخت نماید. ثانیاً بیمه اعتباری صادراتی دولت خریدار خارجی نیز باید پرداخت مبلغ فروش همراه با سود آنرا برای صادرکننده کالا ضمانت نماید.

(خ) اعتبارنامه اسنادی با پیش پرداخت
(ANTICIPATORY LETTER OF CREDIT)

صادر کننده یا فروشنده کالا بر اساس مفاد این اعتبارنامۀ اسنادی قبل از حمل و حتی قبل از تهیه کالا مجاز به دریافت مبلغی از خریدار خارجی به عنوان پیش پرداخت می‌گردد. در اصل دو نوع اعتبارنامۀ اسنادی با پیش پرداخت وجود دارد. یکی با درج «عبارت قرمز» و دیگری با درج «عبارت سبز» در متن اعتبارنامۀ اسنادی. هنگامی که کلمات «عبارت قرمز» در اعتبار اسنادی درج می‌شود که اعتبارنامه تحت عنوان اعتبارنامۀ اسنادی دارای عبارت قرمز گشایش می‌یابد.

عبارت قرمز بانک معامله کنندۀ اسناد یعنی بانک صادرکننده را مجاز می‌سازد که مبلغی از کل مبلغ اعتبارنامه را به عنوان پیش پرداخت قبل از حمل و ارائه مدارک صدور به بانک به صادرکننده بپردازد و این مبلغ پیش پرداخت را در آخر کار پس از معامله اسناد از محل مبلغ فروش ارزی کالا کسر نموده باقیمانده را به صادرکننده پرداخت نماید.

اعتبارنامه اسنادی با «عبارت سبز» نیز بانک معامله کننده اسناد یا بانک صادرکننده را مجاز می‌سازد که قبل از حمل کالا و ارائه مدارک به بانک بوسیله صادرکننده، مبلغی از کل مبلغ اعتبارنامه را به عنوان پیش پرداخت به صادرکننده بپردازد منتهی در این مورد یعنی در مورد اعتبارنامۀ اسنادی با «عبارت سبز» بانک معادل مبلغ پیش پرداخت را پس از تفکیک کالای صادراتی از مقدار وزن کالای صادراتی گرو بر می‌دارد و این قسمت از کالا تا زمان حمل کالا و معامله اسناد و تسویه حساب در گرو بانک باقی می‌ماند.

۴- اعتبارنامه با پرداخت قیمت کالا به اقساط

بر اساس این اعتبار نامه اسنادی، کالای صادراتی قسمت به قسمت برای محموله صادراتی خریدار خارجی حمل می‌شود و خریدار خارجی نیز بانک را مجاز به پرداخت اقساط مربوط به آن قسمت از محموله صادراتی که حمل گردیده به صادرکننده می‌نماید.

حال که با نحوهٔ کار صادراتی و انواع اعتبارنامه ها آشنا شدید برای آنکه تسلط بیشتر به انجام معاملهٔ صادراتی از طریق بانک پیدا کنید فرض را بر این می‌گیریم که اعتبارنامه ای به وسیله خریدار خارجی در خارج از کشور برای شما گشایش شده و شما باید کالای مشروح در این اعتبارنامه اسنادی را تهیه و برای خریدار خارجی ارسال نمایید. در اینجا اولین اقدامی که باید به عمل آورید بررسی دقیق متن اعتبارنامه اسنادی است که به نفع شما گشایش گردیده است.

۵- بررسی دقیق متن اعتبار اسنادی که به نفع شما گشایش گردیده

هنگامی که اعتبارنامهٔ اسنادی را توسط بانک خود از خریدار خارجی دریافت می‌کنید باید مختصات زیر را در متن اعتبارنامه مورد بررسی دقیق و تجزیه و تحلیل قرار دهید:

(الف) اعتبارنامه قابل برگشت است یا غیرقابل برگشت
REVOCABLE OR IRREVOCABLE

قبول کردن یک اعتبارنامه اسنادی قابل برگشت امری کاملاً خطرناک است زیرا خریدار خارجی که به نفع صادرکننده گشایش اعتبار نموده طبق مقررات و سنن رایج مبادلات بازرگانی مجاز است و می‌تواند همان اعتبارنامهٔ اسنادی را بدون اطلاع صادر کننده به میل خود و هر زمان که بخواهد باطل و یا اصلاح کند. به همین جهت است که صادرکننده بایستی همواره از خریدار خارجی کالای خو بخواهد اعتبارنامه را به صورت غیرقابل برگشت گشایش نماید تا بتواند از تمامی خطراتی که در مبادلات بازرگانی در این مورد اجتناب نماید.

(ب) نام و آدرس صادر کننده

در متن اعتبارنامه صادراتی نام و آدرس صادرکننده می بایست به صورت صحیح درج شده باشد. حتی کوچک‌ترین تغییر در نوشتن اسم یا حتی آدرس صادرکننده در آینده منجر به ایجاد ناراحتی‌ها متعدد و باعث وارد آمدن زیان‌های سنگین به صادرکننده می‌گردد. در این مورد حتی اگر حرفی از اسم و

آدرس صادرکننده اشتباه تایپ شده باشد خریدار خارجی می تواند و مجاز است از تحویل گرفتن کالا خودداری نماید و اعلام کند که چون نام و آدرس صادرکننده منطبق با نام و آدرس مندرج در اعتبارنامه اسنادی نیست پس کالای صادر شده نیز مردود اعلام می‌گردد.

(پ) قابل انتقال بودن یا نبودن اعتبارنامه اسنادی

چنانچه اعتبار اسنادی به صورت قابل انتقال به نفع صادرکننده باز شده باشد انتقال اعتبارنامه باید به وسیله بانک و به طور صحیح بنا به درخواست و به نفع صادرکننده انجام پذیرد.

(ت) اصطلاحات و شرایط قابل بررسی در متن اعتبارنامه

چنانچه تاریخ انقضای اعتبار اعتبارنامه صادراتی در متن اعتبارنامه قید نگردیده باشد تاریخ آخرین مهلت برای ارائه مدارک صدور به بانک توسط صادرکننده به عنوان تاریخ انقضای اعتبارنامه اسنادی تلقی می‌گردد.

قیمت مندرج در اعتبارنامه اسنادی برای کالای صادراتی باید معادل قیمت کلی تمامی کالاهای سفارش داده شده به وسیله خریدار خارجی بوده و نوع ارز آن مشخص باشد.

مشخصات صحیح و کیفیت و جنس کالای سفارش داده شده به وسیله خریدار، باید دقیقاً در متن اعتبارنامه اسنادی درج و مشخص شود.

(ث) سایر شرایط و مختصات

مختصات مربوط به حمل: اکثر موارد در اعتبارنامه اسنادی، خریدار خارجی کالا، حمل کالا به دفعات و حمل کالا با استفاده از چند وسیله حمل را برای حفاظت از کالا مجاز نمی‌داند. کالایی که صادرکننده برای خریدار خارجی می‌فرستد، چنانچه حمل یک باره تمامی کالا به صورت یکسره و با استفاده از یک وسیله حمل برای صادرکننده امکان پذیر نباشد، صادرکننده قبل از هر نوع اقدامی باید از خریدار خارجی بخواهد متن اعتبارنامه را اصلاح نماید و حمل کالا به دفعات و با استفاده از چند وسیله حمل را مجاز شمارد.

ذکر جملهٔ مربوط به «اخذ تأییدیه فاکتور فروش به وسیله کنسولگری سفارتخانه کشور خریدار خارجی در تهران» در متن اعتبارنامه امری ضروری است و صادرکننده باید بعد از انجام مراحل بازرسی

کالا و قبل از شروع عملیات عدل بندی این کار را انجام دهد و باید این جمله در متن اعتبارنامه اسنادی گنجانده شده باشد.

فاکتور صادرکننده باید به مهر و تأیید مقام گمرکی رسیده و مقام گمرکی طی آن اعلام نماید که کالا قبل از بارگیری داخل کامیون یا کشتی مورد بازرسی گمرک قرار گرفته است.

اخذ تأییدیه اعتبارنامه اسنادی از بانک صادرکننده

صادرکنندهٔ با تجربه باید اختلاف بین اعتبارنامه اسنادی که به وسیله هر بانک خارجی گشایش یافته باشد و اعتبارنامه‌ای که به وسیله صرفاً یک بانک شناخته شده و معتبر گشایش می‌یابد درک نماید.

بانک باید از نظر مالی آنقدر محکم و قوی باشد که بتواند اعتبارنامه را قدر شناسد و مبلغ آنرا رأس تاریخ تعیین شده به صادرکننده بپردازد. متأسفانه در خارج از کشور بانک‌های بیشماری بوجود آمده‌اند که فاقد پشتوانه مورد نیاز برای تأمین تعهدات خود می باشند. در اینگونه موارد چنانچه در اعتبار و شهرت بانک گشایش کننده اعتبار، برای صادرکننده تردیدی به وجود آید دو راه برای حفظ منافع خود در پیش دارد:

الف: یکی آنکه از بانک دیگری که از شهرت بین المللی برخوردار است درخواست کند که لطف کرده و قابلیت و توانایی بانک گشایش کننده اعتبار را در اجرای تعهدات خود و پرداخت به موقع بهای کالای صادر شده تأیید کند.

ب: دیگر آنکه یا از شعبه بانک گشایش کنندهٔ اعتبار در شهر خریدار خارجی و یا از خود بانک صادرکننده بخواهد که اعتبار اسنادی گشایش شده را تأیید کند. رسم این است که بانک تأیید کنندهٔ اعتبارنامه اسنادی مسئولیت پرداخت ارزش اعتبارنامه را به نمایندگی از طرف بانک گشایش کنندهٔ اعتبارنامه، در رأس مهلت تعیین شده به عهده می‌گیرد.

←**توجه داشته باشید** که تأییدیه اعتبارنامه اسنادی چه به وسیله شعبه بانک گشایش کننده اعتبار و چه به وسیله بانک خود صادرکننده، باید روی کاغذ جداگانه اعلام شود و نه در متن اعتبارنامه صادراتی. در اینگونه موارد، بانکی که قرار است اعتبارنامه اسنادی را تأیید نماید، اصل قرارداد فروش

منعقد شده خریدار خارجی و صادرکننده را طلب می‌کند. دلیل آن این است که در متن اعتبارنامه موارد مهم مفاد قرارداد فروش ذکر می‌گردد و از درج تمامی مطلب قرارداد خودداری می‌شود.

۶- شرایط پرداخت قیمت کالا

الف) موضوع بسیار مهم این است که بررسی کنیم بانک گشایش کنندهٔ اعتبارنامه اسنادی در متن اعتبارنامه چگونه و با چه روشی و با چه نوع ارزی و در چه تاریخی و با چه مهلتی وجوه مربوط به قیمت کمالای صادر شده را می‌پردازد.

ب) صادرکننده کالا باید متوجه باشد که هرگاه بخواهد شرایط و تعهدات خود را که در متن اعتبارنامه قید شده استیفاء نماید این شرایط و تعهدات نباید با مقررات و قوانین رایج کشور منافات داشته باشد. از جمله این شرایط تعهدات مثلاً دریافت وجوه حاصل از فروش کالا خارج از سیستم بانکی است که مغایر با مقررات و قوانین صادراتی کشور تلقی می‌شود. همین طور نیز هنگامی که خریدار خارجی در متن اعتبارنامه اسنادی از صادرکننده بخواهد نسخه‌های قابل معامله بارنامه را به جای تحویل به بانک، مستقیماً برای او پست کند و یا اینکه نسخه قابل معامله بارنامه را در اختیار ناخدای کشتی قرار دهد و شرایطی تخلف آمیز دیگر از این قبیل.

پ) چون هیچگونه وجه تمایزی بین اختلاف عمده و ناچیز در تهیه مدارک وجود ندارد، بنابراین هرگاه اختلافی هرچند جزیی در مدارک صدور به وجود آید بانک گشایش کننده اعتبارنامه حق دارد از تحویل مدارک و پرداخت قیمت کالا خودداری کند.

←**نکته بسیار مهم و حیاتی** که باید مورد توجه صادرکننده کالا قرار گیرد که اکثریت قریب به اتفاق خریداران خارجی اغلب مدارک صدور را که حتی دارای اختلاف کوچک یک حرف در نام و آدرس فرستنده و گیرنده باشد آنرا بزرگ جلوه داده و مدارک صدور را مردود اعلام می‌کنند و از بانک خود می‌خواهند از پرداخت قیمت کالا به صادرکننده خودداری کند. خریدار خارجی به دو دلیل ممکن است دنبال بهانه برای تعویق انداختن پرداخت قیمت کالا باشد. یکی آنکه فرض کنیم خریدار خارجی حسن نیت کامل داشته باشد در این صورت گرفتن ایرادهای جزیی از مدارک صدور و بزرگ کردن آنرا وسیله قرار داده تا اینکه پرداخت قیمت را تا زمانی به تأخیر بیاندازد که کالای خریداری شدهٔ خود را پشت

گمرک کشورش مشاهده کند و به او ثابت شود که کالایی که خریداری کرده همان کالای مورد نظرش است که در این صورت به بانک خود دستور پرداخت می‌دهد. دیگر آنکه فرض کنیم خریدار خارجی سوء نیّت داشته و با بزرگ کردن ایرادهای کوچک از پرداخت قیمت کالا خودداری کرده و کالا را تحویل نگیرد. در این صورت است که صادرکننده اگر چاره‌های دیگر را نداند، کالای او پشت گمرک خریدار خارجی سرگردان می‌ماند و در این موقع است که خریدار خارجی دست به سوء استفاده زده و از صادرکنندهمی‌خواهد چنانچه تخفیف قابل توجهی در قیمت بدهد. مثلاً بیست درصد یا بیشتر، در آن صورت وی آماده خواهد بود کالا را بپذیرد و در این راه بهانه های مختلف برای تبرئه خود می‌آورد و صادرکننده چاره‌ای جز قبول پیشنهاد خریدار خارجی که زیان مطلق در بر دارد نخواهد داشت.

به همین دلیل است که صادرکننده قبل از اقدام به تولید، تهیه و صدور کالا باید از وضع اعتباری و نیز وجدان کاری خریدار خارجی در وهلهٔ اول اطلاعات کامل به دست آورد و این کار را می‌تواند با درخواست از بانک‌ها از جمله بانک خریدار با بانک خودش در مورد ارزش اعتباری خریدار خارجی انجام دهد و ارزش اعتباری او را قبلاً مورد بررسی قرار دهد. با وجود تمام اینها، عاقلانه‌ترین کار این است که صادر کننده قبل از وارد شدن در معاملات بزرگ صادراتی، با خریدار خارجی به دفعات ملاقات کرده و نحوهٔ کار و اخلاق و وجدان کاری او را مورد بررسی دقیق قرار دهد. و تازه پس از اینکه صادرکننده از نحوهٔ کار خریدار خارجی رضایت کامل به دست آورد به بررسی شرایط مندرج قرارداد و متن اعتبارنامه اسنادی بپردازد و چنانچه تباین و اختلافی بین این دو متن مشاهده ننماید و یا اینکه قادر است شرایط مندرج در اعتبارنامه را به انجام رساند و خارج از حد قدرت وی نیست در آن موقع است که در محدوده مهلت مقرر در اعتبارنامه اسنادی کالا را برای خریدار خارجی حمل می کند و شروع به تهیه مدارک صدور جهت در ارائه به بانک می‌نماید تا با ارائه این مدارک به بانک وجه حاصل از فروش کالای خود را از بانک دریافت دارد.

۷- سایر مدارکی که باید به وسیله صادرکننده مورد بررسی قرار گیرد

مدارک صدور قبل از ارائه به بانک باید دقیقاً مورد بررسی و بازرسی مجدد قرار گیرد.

۱- مدارک حمل

الف) نوع مدرک حمل.

ب) نام فرستنده کالا که می تواند متفاوت با نام صادرکننده باشد.

پ) نام و آدرس گیرنده کالا با هجی صحیح.

ت) بنادر و محل‌های مقصد کالا.

ث) عبارات مندرج در بارنامه.

ج) کاربرد اصطلاحاتی نظیر «درصدد INTENDED» یا «دریافتیRECEIVED» برای حمل با کشتی یا «روی عرشه ON BOARD» درصورتیکه در اعتبارنامه اسنادی شرط حمل با کشتی ذکر شده باشد و بارنامه دریافتی خواسته شده باشد.

چ) در موضوع کرایه حمل باید دقت بیشتری به عمل آید که آیا قبل از حمل پرداخت می‌شود یا بعد از حمل کالا در اعتبارنامه مجاز دانسته شده و آیا آنرا موکول به قرارداد میان صادرکننده و صاحب کشتی دانسته‌اند.

ح) یک سری کامل از اصل مدارک.

خ) تاریخ حمل و تاریخ صدور مدارک.

۲- مدارک مربوط به بیمه کالا

الف) نوع مدرک بیمه مثلاً بیمه نامه یا گواهی بیمه.

ب) مبلغ صحیح مندرج در بیمه نامه که باید مبلغ سیفباضافه ده در صد باشد.

پ) نوع ارز بیمه نامه همانند نوع ارز مندرج در اعتبارنامه صادراتی باشد مگر آنکه در اعتبارنامه نوع ارز دیگری جایگزین شده باشد.

ت) انواع ریسک‌ها و خطرات مشمول بیمه.

ث) تاریخ بیمه نامه نباید دیرتر از تاریخ صدور مدرک حمل (بارنامه) باشد.

ج) در صورت لزوم این مدارک بوسیله صادرکننده پشت نویسی شود.

۳- فاکتور فروش

الف) سرکاغذ فاکتور باید به نام صادرکننده بوده نام و آدرس صادرکننده به همان نحو که در متن اعتبارنامه اسنادی ذکر گردیده و با همان هجی چاپ شده باشد.

ب) فاکتور باید به نام خریدار خارجی صادر شود. نام و آدرس خریدار خارجی دقیقاً باید منطبق با نام و آدرس او در متن اعتبارنامه اسنادی باشد و با همان هجی.

پ) شرح کالا مشتمل بر ذکر مجوز ورود کالا به کشور خریدار و جزئیات مندرج در پیش فاکتوری که قبلاً برای خریدار خارجی ارسال گردیده منجمله قیمت، شرایط تحویل عیناً باید منطبق با کلمات و جملات مندرج در متن اعتبارنامه اسنادی باشد، حتی هجی کلمات.

ت) قیمت کالا نباید بیشتر از حد مجاز مندرج در اعتبارنامه اسنادی باشد. در بعضی موارد می‌توان فاکتور را با ده درصد زیر قیمت مندرج در اعتبارنامه صادر کرد ولی نه بیشتر.

ث) وزن کالا را گاهی اوقات می‌توان تا ۵ درصد کم یا اضافه کرد مشروط بر اینکه قیمت کالای مندرج در اعتبارنامه اجازه این کار را بدهد.

ج) عبارت مندرج در فاکتور باید کلمه به کلمه با عبارات مندرج در اعتبارنامه تطبیق داده شود و حتی نحوهٔ هجی کردن آنها.

۸- ارائه مدارک و اسناد به بانک معامله کننده اسناد و مدارک صادراتی

جنبه های مهم نظیر تکمیل بودن و عدم مغایرت مدارک با متن اعتبارنامه اسنادی، انطباق مدارک با شرایط اعتبارنامه، انطباق مدارک با مقررات ارزی کشور صادرکننده، انطباق مدارک با مقررات همسوسازی رویهٔ گمرکی برای اعتبارات اسنادی و غیره از جمله نکاتی بسیار مهم و حیاتی است که قبل از ارائه اسناد به بانک باید مورد بررسی دقیق صادرکننده قرار گیرد.

سایر جنبه‌های مهمی که باید در مد نظر قرار گیرد عبارتند از:

الف) اینکه مدارک می‌بایستی حتماً در محدودهٔ زمانی تاریخ و مهلت اعتبار اعتبارنامه اسنادی به بانک ارائه شده باشد. درصورتی‌که مهلت اعتبار، اعتبارنامه در آخرین روز به روز تعطیل عمومی برخورد که

بانک‌ها نیز تعطیل باشند در اولین روز کاری بانک بعد از تعطیلات مدارک اعتبارنامه باید در مقابل اخذ رسید تسلیم بانک شود.

ب) اینکه تمامی مدارک خواسته شده طبق مفاد اعتبارنامه باید ضمیمه درخواست نامه برای دریافت وجوه حاصل از صدور کالا باشد.

پ) نسخه اصلی اعتبارنامه همراه با نسخه‌های اصلی اصلاحات به عمل آمده در اعتبارنامه را نیز باید تسلیم بانک معامله کننده اسناد کرد تا آن بانک بتواند وجه قیمت کالا را به طور دقیق بانک خریدار در خارج دریافت کند.

دریافت وجه حاصل از صدور و فروش کالا

هنگامی که قصد خرید کالائی را دارید وارد مغازه می‌شوید کالای مورد نیاز خود را خریداری می‌کنید و قیمت آن را نیز می‌پردازید. در اینجا معاملهٔ خرید و فروش کالا تکمیل شده خریدار قیمت آن را پرداخته و فروشنده نیز کالای خود را فروخته است.

این یکی از میلیونها مواردی است که در جهان اتفاق می‌افتد ولی کار صادر کننده برای دریافت قیمت کالای خود ممکن است با موانع و مشکلاتی همراه باشد که از کنترل صادر کننده خارج شده باشد. به عنوان مثال این احتمال وجود دارد که خریدار به بهانه های مختلف قیمت کالا را نپردازد.

توجه داشته باشید که شما در ایران و در تهران پشت میز خود نشسته‌اید و خریدار کالای شما در کشوری در آفریقا، آمریکای لاتین، ژاپن و کره است و همین واقعیت است که اصل صادرات را به وجود آورده و با تمام مشکلاتی که دارد امروزه در جهان با نظم و ترتیب فراوان کالاها صادر و وجوه حاصل از فروش آنها نیز دریافت می‌گردد.

بدیهی است این نظم و ترتیب و عمل کردن به اصول قانون و مقررات بیشتر میان کشورهای پیشرفته رایج است. در میان کشورهای عضو بازار مشترک امر صادرات به حالت تقریباً فروش داخلی درآمده و مبادله کالا و قیمت آن بدون کوچکترین مشکلی انجام می‌پذیرد. در میان کشورهای پیشرفته نیز همین حالت وجود دارد. اغلب بندرت از گشایش اعتبار اسنادی میان خود استفاده می‌کنند و بیشتر با استفاده

از برات، چک، سفته و دیگر وسایل پرداختی دیگر استفاده می‌نمایند و بسیار نادر است که خریداری کالایی را خریداری کند و قیمت آن را نپردازد.

ولی در مورد صادرات کالاها از کشورهای رو به رشد و کشورهای توسعه یافته و حتی از کشورهای رو به رشد به کشورهای رو به رشد دیگر، دریافت قیمت کالایی که صادر شده ممکن است مشکلات متعددی را در بر داشته باشد. این احتمال وجود دارد که در قرارداد فروش بازرسی کالا در مقصد انجام شود و همین امر با رشوه دادن به بازرس از طرف خریدار ایراد کوچکی بگیرد و کالای شما را خریداری نکند و شما در تهران هستید و کالای شما در آن سر دنیا بدون اینکه قیمت کالای صادراتی خود را دریافت دارید. در این موقع است که خریدار پیشنهاد می‌کند کالای خود را به نصف قیمت بفروشید و شما هم هیچ چارهٔ دیگری نداشته باشید جز آنکه با تحمل زیانهای فراوان با دریافت قیمت کالا به نصف قیمت موافقت کنید.

یا اینکه با دادن رشوه به لابراتوار رسمی یکی از اجزاء تشکیل دهندهٔ کالاها را مغایر با مشخصات مندرج در قرارداد فروش اعلام نمایید و بدینوسیله از پرداخت قیمت کالا سر باز زند و همان حالتی که در مورد بازرسی پیش آمد، در این مورد هم پیش بیاید. البته انواع اینگونه خطرات را در صفحات آینده ذکر خواهیم کرد.

برای اینکه اینگونه اتفاقات و صدها مورد نظیر آن در صادرات کالای شما روی ندهد بهترین، امن‌ترین و ساده‌ترین و بی دردسرترین این است که به محض اینکه کالای شما در کنار کشتی و یا روی کشتی قرار گرفت طبق قراردادی که با خریدار منعقد می‌کنید قبل از عزیمت کشتی از بندر و یا قبل از حرکت کامیون یا واگن راه آهن قیمت کالا را دریافت کنید و سپس اجازهٔ حمل را بدهید و این کار ساده‌ترین وکم زحمت‌ترین روش صادراتی است که در اغلب کشورهای رو برشد نظیر پاکستان- کشورهای افریقایی و حتی کشورهای آسیای جنوب شرقی و امریکای لاتین معمول و متداول است. در پاکستان یا دیگر کشورهای قاره های ذکر شده فروشنده فرضاً برنج یا کاکائورا آماده تحویل در بندر نگاه می دارد تا قیمت آن به حسابش در کشور خود یا هر جای دیگری که بخواهد واریز شود.

حال اگر خریدار با این ترتیب پرداخت موافقت نکرد، هیچ اشکالی ندارد. حالت دوم حالت گشایش اعتبار اسنادی است. در این حالت چون بانک در پرداخت دخالت دارد می‌توان اطمینان داشت که صادر کننده قیمت فروش کالای خود را دریافت خواهد کرد. مشکل بزرگ در مورد گشایش اعتبار اسنادی دو عامل است. یکی آن که هزینه گشایش اعتبار اسنادی بسیار زیاد است که البته به شما ارتباطی ندارد چون این خریدار است که باید اعتبار اسنادی را گشایش کند و هزینه بانکی آن را نیز بپردازد ولی این امکان وجود دارد که بانکی که خریدار بوسیله آن گشایش اعتبار می‌نماید ممکن است چندان مورد اعتماد نباشد، زیرا در کشورهای پیشرفته هر کسی می‌تواند با ثبت شرکت خود اقدام به تأسیس بانک نماید. در چنین صورتی دو حالت اتفاق می‌افتد یا اینکه با تحقیقاتی که از طریق سفارت کشور خریدار در تهران به عمل می‌آورید مشخص می‌شود که بانک دارای اعتبار کافی برای پرداخت قیمت کالای صادراتی شما هست یا نیست و اگر نیست موضوع را به اطلاع خریدار برسانید و چنانچه خریدار اصرار برای گشایش اعتبار در همان بانک بنماید شما می‌توانید با هزینه خود تأیید یک بانک بسیار معتبر را نسبت به پرداخت قیمت کالای خود بخواهید که البته هزینه آن قدری بالا است.

برای اینکه خریدار بتواند به نفع شما گشایش اعتبار اسنادی بنماید لازم است بین شما و خریدار قرارداد فروش منعقد گردد. جزئیات مربوط به فروش کالا و حمل آن و پرداخت قیمت فروش آن باید به تفصیل ذکر گردد، بدین ترتیب:

نوع کالا، شرح مدارک فروش، فاکتور فروش، بارنامه، بیمه نامه حمل دریایی کالا، گواهی مبدأ، فهرست وزن کالا، لیست عدل بندی کالا در صورت وجود (گواهی بازرسی)، قیمت کالا، رفع اختلافات قانونی حاکم بر قرارداد.

* حال که قرار شد انجام معامله فروش کالا با گشایش اعتبار اسنادی انجام پذیرد، شما باید منتهای کوشش خود را به عمل آورید تا فروش به صورت کالا در کنار کشتی یعنی FAS یا Free Alongside the Ships باشد تا شما را از زحمات و ریسک های متعدد حفظ نماید. باز هم اگر خریدار مایل به خرید به صورت FAS نبود می‌توانید پیشنهاد فروش به صورت FOB را بدهید که همان تحویل کالا روی عرشه کشتی باشد.

در این جا ذکر این نکته ضروری است کالای شما که روی کشتی قرار گرفت مسئولیت آن به عهدهٔ ناخدای کشتی خواهد بود، ولی برای چیدن و منظم کردن بارها چه فلّه و چه کانتینر ناخدای کشتی از شما هزینه انجام این کار را که Stowed می‌گویند از شما مطالبه می‌کند. پس چه بهتر که به دنبال اصطلاح FOB کلمه Stowed را نیز اضافه نمایید تا هزینه بارچینی به عهدهٔ شما نیفتد. باز هم اگر خیلی اشتیاق به فروش کالای خود داشتید و خریدار فقط خواستار خرید کالای شما به صورت CFR که همان اصطلاح اصلاح شده سی اند اف (C & F) خلاصه هزینه کالا به اضافه هزینه باربری شد (Cost & Freight) به فروش برسانید و باز هم اگر خریدار شما خواستار خرید کالای شما به صورت CIF(Cost Insurance and Freight) بود که به معنای هزینه کالا به اضافه هزینه حمل به اضافه هزینه بیمه بود این با شماست که علاوه بر هزینه کالا و هزینه حمل، هزینه بیمه باربری را نیز متحمل شوید و تمام این هزینه‌ها را باضافه سود خود از انجام منافع محاسبه و مشخص نمائید که کاری بس طولانی و برای شما که تازه شروع کرده‌اید مشکلات متعدد همراه خواهد داشت ولی این به تصمیم شما بستگی دارد.

حال که قرار شد معامله فروش را از طریق گشایش اعتبار اسنادی انجام دهید هیچ اشکالی ندارد ولی ذیلاً انواع اعتبارات اسنادی را تشریح خواهیم کرد و به شما خواهیم گفت که چه نوع اعتبار اسنادی باید مورد انتخاب شما قرار گیرد.

حال هر قدر مایل باشید می‌توانید مفاد قرارداد را تغییر دهید. مثلاً اینکوترمز فروش را به جای CFR، CIF طبق خواسته خریدار انجام دهید. تمامی اینها دست خودتان است که هر طور مایل باشید انجام دهید، ولی چارچوب قراردادهای فروش که بعداً به صورت اعتبار اسنادی تبدیل می گردد همین فرمتی است که ملاحظه فرمودید.

حال ممکن است خریدار از شما بخواهد که بیمه کالا را نیز عهده دار شوید، در اینصورت می‌بایست به یکی از بیمه‌های ایرانی یا خارجی مراجعه نموده و کالا را بیمه نمائید و در قرارداد به جای CFR اصطلاح CIF را بکار برید. همین طور نیز ارسال کالا نیز که در قوانین اینکوترمز تشریح خواهد شد به همان صورت انجام دهید. تصمیم با خود شماست و قرارداد بین شما و خریدار بسته می شود.

این امکان وجود دارد که شما نخواهید از طریق گشایش اعتبار اسنادی که هزینه‌های زیادی در بر دارد کالای خود را بفروشید. اشکالی ندارد وسیله های مالی دیگری هست که شما می‌توانید به انتخاب خود یکی دیگر از این روش‌ها را انتخاب نمائید.

ریسک‌های خریدار

خریدار باید به ریسک ها و مسائل زیر توجه داشته باشد.

مقررات محلی

خریدار باید از مقررات کشوری آگاهی داشته و مطلع باشد که آیا امکان پرداخت وجه به فروشنده در کشوری دیگر، و قبل از دریافت کالا وجود دارد یا نه؟ در برخی از کشورها این گونه پرداخت‌ها مجاز نیست، زیرا در هنگام خروج ارز امکان استفاده از منافع کالا وجود ندارند.

قابل اعتماد بودن و توانمندی فروشنده

همواره این ریسک وجود دارد که فروشنده، پس از دریافت وجه، فرار کند. حتی اگر فروشنده نگریزد ممکن است از ارسال کالا خودداری کند. در این حالت ممکن است وجه دریافتی در عوض آن که صرف خرید و ارسال کالا شود به سهولت صرف امور دیگر شود.

با توجه به منابع فروشنده، ممکن است وی گنجایش تولید کالا را نداشته باشد. به ویژه هنگامی که عرضه کنندگان معمولی او نیز در کارشان ناتوان باشند. اگر خریدار بر اساس قابل اعتماد بودن، توانمندی و جایگاه فروشنده اقدام به سفارش کند، از میزان ریسک کاسته می‌شود. او می تواند اطلاعات به دست آمده از طریق بانک خود را، با بررسی‌های بیشتر در خلال تجارت، تکمیل کند.

ریسک ذاتی

خریدار باید در نظر داشته باشد که با وجود بررسی های جامعی که به عمل آمده و صرف نظر از رابطهٔ شخصی خود با فروشنده، ممکن است که وی در ایفای وظایف خود کوتاهی کند. همواره در مواردی که قبل از دریافت کالا، وجه آن پرداخت می شود، این ریسک ذاتی وجود خواهد داشت.

مقررات موجود در کشور فروشنده

خریدار باید مطلع باشد که آیا مقررات محدود کننده‌ای در زمینه ارسال کالا از کشور فروشنده وجود دارد یا نه؟ به علاوه او باید به این نکته نیز توجه کند که در کشور فروشنده تا چه حد امکان دارد که به

طور ناگهانی و بدون اعلام قبلی و تنها با یک اعلام کوتاه مدت، محدودیت‌هایی به وجود آید. پیگیری از طریق سیستم بانکی و بررسی چرخهٔ تجاری، آخرین وضعیت کالای ارسالی را نشان می‌دهد و احتمال محدودیت‌های آتی را نیز بیان می‌دارد. لکن خریدار باید در نظر داشته باشد که تا زمان دریافت کالا با ریسک مواجه خواهد بود، زیرا پول را پرداخته است.

چنانچه با انتخاب این روش،خریدار در معرض ریسک قرار می گیرد، پس چرا باید با روش پیش پرداخت موافقت کند و یا آن را برگزیند؟

در پاسخ، دلایل متعددی را می‌توان مطرح کرد. برای نمونه خریدار به منظور ترغیب فروشنده به فروش، با طرح یک پیشنهاد مقدماتی دلگرم کننده، سعی می‌کند که او را متقاعد کند. در این گونه موارد ممکن است خریدار علاقه‌مند باشد که با پیشنهاد پرداخت نقدی، زمینهٔ توسعه تجاری در آینده را بررسی کند، در حالی که در موارد عادی دسترسی به آن مقدور نیست. از طرف دیگر ممکن است که در کشورهای خریدار و فروشنده، محدودیتی در مورد جا به جایی کالا و پول موجود نباشد و یا محدودیت اندکی برقرار باشد. در این موارد هزینهٔ پیش پرداخت که در نتیجهٔ عدم دسترسی به پول متوجه خریدار می‌شود می‌تواند به صورت پس اندازی برای او در بانک، جبران شود. زیرا در این حالت با هزینه‌های بالاسری ناشی از پرداخت از طریق اعتبار اسنادی یا وصولی اسناد مواجه نخواهد بود (به عبارت دیگر در صورت پیش پرداخت، خریدار از مخارج مربوط به اعتبار اسنادی و یا وصولی اسنادی در امان خواهد بود و این در حالی است که در بسیاری از موارد، این مخارج بیشتر از عدم النفع حاصل از پول پرداخت شده است).

روش حساب باز

از این روش پرداخت هنگامی استفاده می‌شود که در یک معاملهٔ بین المللی، طرفین موافقت کنند که خریدار، وجه مربوط را در پایان دورهٔ توافق پرداخت کند.

فروشنده، کالا را برای خریدار می‌فرستد، در حالی که خریدار در دفاتر خود حسابی را به نام فروشنده ایجاد می‌کند و معادل ارزش کالا، حساب وی را طلبکار نشان می‌دهد.

در پایان دورهٔ توافق شده- مثلاً یک ماه- خریدار وجه کالا را پرداخت خواهد کرد، در حالی که فروشنده در این مدت، با این نیّت که وجه کالا در پایان هر ماه دریافت خواهد شد، ارسال آن را ادامه می‌دهد. بنابراین یک حساب به نام فروشنده (صادر کننده) به وجود می‌آید. هدف از ایجاد این حساب، تداوم ارسال کالا تا پرداخت وجه است و هنگامی که پرداخت کامل شود، حساب ایجاد شده مسدود خواهد شد.

روش اجرایی کار این گونه است که کالا مستقیماً برای خریدار یا به حواله کرد وی ارسال می‌شود و اسناد مربوط (نظیر سیاههٔ تجاری، گواهی مبدأ و اسناد حمل) نیز که بر همین اساس تنظیم شده است برای او فرستاده می‌شود تا با در اختیار داشتن آنها بتواند کالا را تحویل بگیرد.

روش حساب باز هنگامی کاربرد دارد که میزان اطمینان بین خریدار و فروشنده در سطح بالایی باشد و به علاوه ارتباط تجاری مستمر بین آنان برقرار باشد. از این روش می‌توان با موفقیت کامل استفاده کرد، برای مثال، در مواردی که یک شرکت وابسته، مثلاً در خاور دور، برای شرکت اصلی خود در انگلستان، کالا تولید می‌کند. در این روش ترتیباتی برای اخذ جریمه در مواردی که کالای نامرغوب تولید شود، در نظر گرفته می‌شود. این توافق‌ها نیازمند آن است که در جا به جایی کالا و پول محدودیتی وجود نداشته باشد. به علاوه در این روش حصول اطمینان از عدم ایجاد محدودیت در هر یک از کشورهای فروشنده و خریدار در رابطه با جا به جایی‌های پیش گفته نیز بسیار مهم است.

موارد فوق دلایلی است که سبب شده تا از این روش در بین اعضای اتحادیه اروپا با موفقیت استفاده شود.

ریسک های فروشنده

فروشنده در روش حساب باز، با ریسک‌هایی مواجه است:

او کنترل کالا را از دست خواهد داد.

کالا ارسال می‌شود، در حالی که هم زمان با ارسال کالا وجه آن دریافت نشده است.

پس از گذشت زمان توافق شده نیز ممکن است وی وجه خود را دریافت نکند زیرا:

الف) خریدار ممکن است وجه را نپردازد.

ب) حتی اگر خریدار وجه را نپردازد، ممکن است که کشور او اجازه ندهد که وجه برای فروشنده ارسال شود.

هنگامی که وجه دریافت نشود، فروشنده نمی‌تواند در مورد باز پس گرفتن کالای خود از کشور خریدار اقدام کند.

مزایای موجود برای خریدار و فروشنده

با وجود معایب موجود در این روش، ممکن است فروشنده تصمیم بگیرد که از این روش استفاده کند زیرا تجارت بر اساس روش حساب باز یک روش پذیرفته شده تجاری، برای نمونه در اتحادیهٔ اروپاست. به علاوه ممکن است این روش تنها راه حل باشد که بتواند با کمک آن خریدار را به یک رابطهٔ طولانی مدت تجاری، ترغیب کرد که خود سبب افزایش فروش در مقایسه با سایر روش‌هاست.

از نظر خریدار، در هنگام دریافت کالا، نیازی به پرداخت وجه نیست. در فواصل توافق شده مابین دریافت کالا تا ارسال وجه، خریدار می تواند با فروش کالا وجه لازم را برای پرداخت تأمین کند. بنابراین، فروشنده اختیار کالا را از دست می‌دهد و وجه آن را نیز بلافاصله دریافت نخواهد کرد یا به عبارت دیگر خریدار کالا را دریافت می‌کند و بلافاصله وجه آن را نمی‌پردازد.

مزّیت موجود برای خریدار و فروشنده این است که در این روش بانک‌ها مسئول مبادلهٔ اسناد نیستند و در نتیجه امور اداری کمتر است و لذا هزینه‌های بالا سری به حداقل کاهش می‌یابد. این نکته را باید همواره در نظر داشت که در این روش تمام ریسک متوجه فروشنده خواهد بود.

وصولی‌ها

یک روش شناخته شده دیگر در میان انواع روش‌های پرداخت در تجارت بین‌المللی روش وصولی‌ها است.

برخلاف روش پیش پرداخت یا روش حساب باز، که نقش بانک ها در آن کمابیش مشابه یک دیگر است و در حقیقت به عنوان عاملی در جهت پرداخت یا دریافت وجه عمل می‌کنند، در وصولی‌ها این نقش اهمیت بیشتری دارد.

در فرهنگ لغات آکسفورد، « وصولی» به معنای «گردآوری» یا « جمع کردن » بیان شده است. میزان نقش بانک در جریان وصولی، بستگی کامل به مدارک و دستورهایی دارد که فروشنده، برای وصول به بانک خود ارائه می‌دهد. برای موفقیت روش وصولی به عنوان نمونهٔ مؤثری در روش‌های پرداخت، جزئیات شرایط و چگونگی ارتباط با آن باید مورد توافق خریدار و فروشنده قرار گیرد. بر اساس این شرایط توافق شده، فروشنده دستورهای اجرایی را از طریق بانک خود صادر می‌کند.

لازم نیست که اشاره شود که صرف نظر از طبیعت و گستردگی دستورهای فروشنده و نقش بانک، عملکرد بانک‌ها در این خصوص تابع مقررات بین المللی نظیر مقررات متحدالشکل وصولی‌ها و رویه‌های پذیرفته شدهٔ بانکداری بین المللی است. به موجب این مقررات و رویه‌ها، بانک‌ها باید بر اساس روش‌های تعیین شده عمل کنند که در هر مورد، این روش‌ها، مستقل از روش‌های تعیین شدهٔ قبل است. بر حسب این مقررات و رویه‌ها، برای هر یک از عوامل درگیر در وصولی اسنادی، نظیر خریدار، فروشنده و بانک‌ها، تکلیف‌های ویژه‌ای در نظر گرفته شده است. در روش وصولی، به عنوان یک روش پرداخت، می‌توان ضوابط تعیین شده از طرف فروشنده را مشابه روش پیش پرداخت و روش حساب باز، تجزیه و تحلیل کرد، بدین معنا که در خصوص جا به جایی کالا و چگونگی پرداخت وجه آن ریسک‌هایی را که متوجه خریدار و فروشنده است، بررسی کرد.

وصولی‌ها را به سه دسته می‌توان تقسیم کرد:

وصولی ساده

در وصولی ساده، فروشنده ابتدا کالا ار ارسال می‌کند، آنگاه اسناد مربوط را نیز که به نام خریدار تنظیم شده مستقیماً در اختیار او قرار می‌دهد و سپس با ارسال یک درخواست، وصول وجه را پیگیری می‌کند. مثلاً با ارسال یک برات که بر عهدهٔ خریدار تنظیم شده و از طریق بانک فروشنده ارسال می‌شود. لذا وجه مربوط از طریق این برات وصول خواهد شد.

در این حالت فروشنده با ارسال کالا، کنترل خود را بر آن از دست خواهد داد، در حالی که نه تنها وجه آن را دریافت نکرده، بلکه هیچ گونه تضمینی در مورد پرداخت وجه آن نیز در اختیار ندارد. همچون روش حساب باز، تمام ریسک متوجه فروشنده است، زیرا ممکن است که خریدار وجه را پرداخت نکند و

یا حتی اگر خریدار وجه را پرداخت کند، امکان دارد که بر اساس مقررات، انتقال وجه برای فروشنده ممکن نباشد. علاوه براین، هرگاه وجه دریافت نشود (مشابه روش حساب باز) فروشنده نمی‌تواند کالای خود را باز پس بگیرد.

بانک فروشنده، درخواست پرداخت وجه را دریافت خواهد کرد (به صورت یک برات، یا سفته یا سایر روش‌های طلب بدهی). هیچ گونه اسنادی ضمیمهٔ این درخواست‌ها نخواهد بود.

وصولی‌های اسنادی

در روش وصولی‌های اسنادی میزان نقش بانک در جریان وصولی بستگی کامل به مدارک و دستورهایی دارد که فروشنده برای وصول وجه فروش کالای خود به بانک خود ارائه می‌دهد. در این روش جزئیات شرایط معامله باید طبق همان قرارداد فروش مورد توافق خریدار و فروشنده قرار گیرد، منتها به جای گشایش اعتبار اسنادی یکی از سه نوع وصولی‌ها ذکر می‌شود.

بدیهی است در این مورد نیز نقش بانکها و عملکرد آنها تابع مقررات بین المللی و رویه‌های پذیرفته شده بانکداری بین المللی است. بر اساس این مقررات بانکها باید بر اساس روش‌های تعیین شده عمل کنند که در هر مورد این روش‌ها متمایز از روش های قبلی است. برای هر یک از عوامل درگیر در وصولی اسنادی نظیر خریدار، فروشنده و بانک‌ها تکالیف ویژه ای در نظر گرفته شده و فروشنده قبل از هر چیز باید ریسک‌هایی را که با کاربرد این روش وجود دارد مورد بررسی قرار دهد.

وصولی اسنادی در مقابل قبولی(D/A)

نخستین گونه از انواع وصولی‌های اسنادی حالتی است که فروشنده در هنگام ارائه وصولی به بانک خود، درخواست پرداخت را نیز ضمیمه می‌کند، مانند یک برات که به همراه سایر اسنادی که (الف) نشان دهندهٔ حمل کالا هستند و (ب) امکان کنترل بر کالا را مهیا می‌کنند، ارائه می‌شود.

در پاره‌ای از موارد، ممکن است که خریدار و فروشنده به گونه‌ای توافق کنند که فروشنده درخواست پرداخت آنی نداشته باشد بلکه وصول آن را در آینده خواستار باشد. در این گونه موارد، فروشنده، می‌تواند از بانک خود بخواهد که قبولی خریدار را در خصوص براتی که برای تاریخی در آینده صادر شده است، اخذ کند و هرگاه خریدار، چنین براتی را پذیرفت، اسناد مربوط به وصولی، به او واگذار می‌شود تا

بتواند کالا را در اختیار بگیرد. این گونه از وصولی ها تحت عنوان « ارائه اسناد در مقابل قبولی (D/A) » نامیده می‌شود.

در این حالت، تمام ریسک متوجه فروشنده خواهد بود، زیرا وی اجازه داده است که در صورت قبول براتی که زمان پرداخت آن در آینده است، کالا در اختیار خریدار قرار گیرد. این برات، که خریدار پذیرفته است، تنها تضمینی است که در اختیار فروشنده قرار دارد. ممکن است خریدار از پرداخت وجه برات در سررسید آن خودداری ورزد، و یا حتی اگر خریدار بر اساس توافق به عمل آمده، وجه را پرداخت کند، امکان دارد که مقررات موجود در کشور وی، ارسال وجه پرداخت شده را برای فروشنده اجازه ندهد.

وصولی اسنادیدر مقابل پرداخت(D/P)

فروشنده در دستور خود خطاب به بانک تأکید می‌کند که وجه برات دریافت شود (به عبارت دیگر، فروشنده خواستار پرداخت وجه کالاست) و پس از آن (یا به طور هم زمان) که پرداخت وصول شد، اسناد مربوط، در اختیار خریدار قرار می‌گیرد تا او بتواند کالا را تحویل بگیرد. این گونه از وصولی‌ها تحت عنوان « ارائه اسناد در مقابل پرداخت» (D/P) نامیده می‌شود.

در این حالت، کالا پس از پرداخت وجه آن در اختیار خریدار قرار خواهد گرفت. بنابراین، مشاهده می‌کنید که اگرچه ظاهراً فروشنده با ارسال کالا، کنترل خود را بر آن از دست خواهد داد لکن به طور ضمنی می‌تواند امکان کنترل خود را محفوظ نگه دارد، مشروط بر این که طبیعت اسناد حمل چنین اجازه ای را بدهد و اصل اسناد نیز نزد بانک وصول کننده نگهداری شود. بدین ترتیب ریسک فروشنده به حداقل خواهد رسید.

در دو نمونه پیش گفته، وصولی ها اصطلاحاً « وصولی اسنادی » نامیده می‌شوند. زیرا علاوه بر درخواست پرداخت وجه از طریق برات یا سفته، سایر اسناد تجاری (نظیر سیاهه، اسناد بیمه و بارنامه) نیز وجود دارد.

مزایای وصولی ها

مزیّت فروشندۀ وصولی‌ها در مقایسه با حساب باز به عنوان یک روش پرداخت، عبارت از این است که بانک فروشنده به عنوان عامل او عمل خواهد کرد. به علاوه بانک انتخابی در کشور خریدار را، که برای دریافت وجه از خریدار اقدام می‌کند، بانک فروشنده انتخاب و همانند عامل آن عمل خواهد کرد.

معمولاً فروشنده نمایندۀ معتبر و شناخته شده‌ای در اختیار دارد که حتی در کشور خریدار برای فروشنده اقدام می‌کند. به علاوه تمام امور مربوط به وصولی‌ها بر اساس گام‌های مستند و معمولاً بر طبق ضوابط بین المللی نظیر مقررات متحد الشکل وصولی‌ها و همچنین تابع رویه‌های بانکداری بین المللی است. این بدین معناست که (به علت نقش واسطه گری بانک ها) هرگاه فروشنده نیاز داشته باشد که به سبب عدم پرداخت، علیه خریدار اقدام کند، موقعیتی بهتر از روش حساب باز خواهد داشت.

از نظر خریدار، پرداخت هنگامی صورت می‌پذیرد که کالا به مقصد رسیده باشد. بنابراین تحویل کالا هم زمان با پرداخت ممکن خواهد بود، مگر در مواردی که پیشاپیش به طریق دیگری توافق شده باشد.

در وصولی ساده، خریدار قبل از پرداخت وجه، کالا را تحویل می‌گیرد، در این روش، فروشنده اختیار کالا را از دست می‌دهد در حالی که وجه آن را دریافت نکرده است.

در وصولی اسنادی، فروشنده می تواند تحویل کالا را صرفاً در مقابل پرداخت وجه آن مجاز کند، یا آنکه می‌تواند ریسک مربوط به تحویل کالا قبل از دریافت وجه را بپذیرد، مانند پذیرش تعهد پرداخت در آینده یا قبول یک برات یا موارد مشابه.

در هر دو حالت، با آنکه بانک‌ها در روش وصولی هیچ گونه تعهد یا تضمینی در خصوص پرداخت یا حسن اجرا از طرف خریدار یا فروشنده بر عهده نمی‌گیرند، لکن حضور آنها در تجارت بین المللی سبب ایجاد نظم و ترتیب مؤثر و مفیدی در این روش پرداخت در مقایسه با سایر روش‌ها خواهد بود.

برات‌ها و اسناد مالکیت

در این فصل معامله برات اسنادی، گام به گام، توضیح داده می‌شود. در بسیاری از فعالیت‌های تجاری بین المللی درخواست برای انجام این معامله وجود دارد. وجوه اصلی آن برات، دستور پرداختی و سند حمل ترکیبی، سند مالکیت می‌باشند. این دو سند به میزان قابل توجهی، از یک طرف فروشنده و از سوی دیگر خریدار را مورد حمایت قرار می‌دهند. این معامله با معامله اعتبار اسنادی استاندارد یک گام

فاصله دارد. چنانکه در این فصل توضیح داده می‌شود، نقطه ضعف اصلی در معامله برات اسنادی، عدم امکان حمایت از فروشنده در مقابل کوتاهی خریدار است، این نقطه ضعف در معامله اعتبار اسنادی پوشش داده می‌شود.

تهیه پیش نویس قرارداد فروش

در معامله برات اسنادی تهیه پیشنویس قرارداد فروش‌های بین المللی به روشی است که به طرفین امکان دهد برای دستیابی به مزایای قطعی معامله، از سیستم بانکی استفاده کنند. در قرارداد باید ترتیبات پرداخت و شرایط اعتبار مشخص شود. در مورد ترتیبات پرداخت برات اسنادی، در قراردادهای فروش باید مشخص شود که شرایط پرداخت «تحویل اسناد در مقابل پرداخت» (DOCUMENT AGAINST PAYMENT) یا این که «وجه نقد در مقابل اسناد» (CASH AGAINST DOCUMENTS) است، که بعضی اوقات به ترتیب به شکل‌های اختصاری D/P و CAD نشان داده می‌شود. قراردادهای فروش در مورد ترتیبات اعتباری برات اسنادی باید حاکی از آن باشد که شرایط «اسناد در مقابل قبولی» D/A برقرار است یا با گفتاری مشابه، حاکی از آن باشد که خریدار کالای مورد اعتبار را، تنها پس از توافق روی پرداخت، که تحت برات مقرر شده است، دریافت خواهد کرد. این شرایط و فرم برات در زیر توضیح داده شده است.

گرفتن سند مالکیت

گام دوم، گرفتن « اسناد» است. تنها در صورتی که یکی از این اسناد، مثل سند حمل ترکیبی قابل معامله، بارنامه (دریایی) بندر به بندر قابل معامله و یا رسید انبار قابل معامله، سند مالکیت باشد، فروشنده می‌تواند کنترل کالا را در دست بگیرد. چنین سندی بیان کننده این موضوع است که کالای مربوطه توسط صادر کننده سند «به حواله کرد» (TO THE ORDER)فروشنده یا به بیان ساده «حواله کرد » (TO ORDER) تحویل داده می‌شود، بنابراین مالکیت با پشت نویسی و تحویل سند یا صرفاً با تحویل آن انتقال می‌یابد. توجه داشته باشیم، وقتی حمل با هواپیما است، سند مالکیتی در میان نیست و وقتی حمل و نقل کالا صرفاً با کامیون یا قطار باشد نیز معمولاً سند مالکیت موجود نمی‌باشد. تحت قوانین تجاری بیشتر کشورها، سند حمل ترکیبی قابل معامله (متداول ترین سند در این معامله‌ها)،

بارنامه قابل معامله و رسید دریافت قابل معامله دال بر وجود کالاست. به عبارت دیگر، هم قانون و هم طرفین تجاری اسناد را همچون کالا تلقی می‌کنند. به این دلیل می‌توان اسناد را همچون کالا دانست که شرکت حمل و نقل صادر کننده سند حمل قابل معامله یا انباردار صادر کننده رسید دریافت قابل معامله، بدون تسلیم اسناد، کالا را تحویل نخواهند داد. شخصی که دارنده سندی است که به شیوه مناسبی هم به نام خودش پشت نویسی شده است، کالا را کنترل خواهد کرد و کلیه طرفین (صادر کننده‌ها، وارد کننده‌ها، بانک‌ها و خرده خریدارها) می‌توانند اسناد را همچون کالای مربوطه، مثلاً ۱۰۰۰۰ بشکه نفت خام سعودی یا۱۰۰۰۰۰ واحد یک کیلویی ذرت، تلقی کنند.

چنانچه کالا، همانند اکثر فروش های بین المللی، در حال حمل باشد، فروشنده با تحویل کالا به حمل کننده، سند حمل را در اختیار می‌گیرد. اگر کالادر یک انبار حمل شده و یا در انباری نگهداری شده باشد و خریدار آماده تحویل گرفتن آنها از انبار باشد، فروشنده به طور معمول برگه رسید انبار را می‌گیرد. انبار زمانی این سند را برای فروشنده صادر می کند که فروشنده کالا را در انبار گذاشته باشد.

اگر حمل با هواپیما یا فقط با کامیون یا قطار باشد، تقریباً هیچ گاه حمل کننده، سند قابل معامله صادر نمی‌کند. البته فرستنده باید مکان تحویل کالا و نام گیرنده را به حمل کننده اعلام کرده باشد. تحویل، وابسته به تسلیم هیچ گونه سندی نیست و تنها در صورتی که یک نفر از طرف گیرنده آنرا امضا کند، کالا تحویل می‌شود. این امر به این معنی نیست که وصول برات‌های اسنادی هنگامی که حمل با هواپیما، کامیون یا قطار است، مورد استفاده قرار نمی‌گیرد که در واقع تعدد زیادی از این حمل‌ها در بر گیرنده برات‌های وصولی می‌باشند اما فروشنده در مقایسه با زمانی که مالکیت از طریق اسناد قابل کنترل است، از حمایت برخوردار نمی‌شود. خریدار کالا را تحویل می‌گیرد و بانک فقط سعی می‌کند برات را وصول کند که معمولاً با «واخواهی» یا تهیه گزارش عام از عدم انجام تعهد تحت برات توسط خریدار، همراه می‌شود.

کشیدن برات

چهارم کشیدن برات است.برات دستوری است که معمولاً به صورت قابل معامله است. اغلب، بخش‌های بین الملل بانک‌ها، سایت‌هایی دارند که فروشنده با مراجعه به آنها می‌تواند این فرم‌ها را ایجاد

و چاپ کند. در برات، فروشنده همان برات کش است، یعنی طرفی که سطر مربوط به امضاء را در برات امضاء می‌کند. یک برات گیر هم در برات معرفی می‌شود، یعنی همان خریدار که معمولاً نام و نشانی او در انتهای برات و نزدیک سمت چپ نوشته می‌شود.

فروشنده باید تاریخ و گیرنده وجه را هم در برات تعیین کند. اغلب اوقات فروشنده خود، گیرنده وجه نیز هست. در چنین صورتی در برات به برات گیر، خریدار، دستور داده می‌شود که وجه را به فروشنده بپردازد. بانک فروشنده از فروشنده خواهد خواست که یا برات را به نام بانک فروشنده پشت نویسی کند یا بانک فروشنده را گیرنده وجه معرفی کند. در این صورت، در برات به خریدار دستور داده می‌شود که وجه را به بانک فروشنده، که تحت عنوان بانک فرستنده عمل می کند، بپردازد. زیرا می‌داند که این بانک در زنجیره پرداخت خواهد بود، ممکن است بانک فروشنده با پیش پرداخت وجه به فروشنده، قبل از پرداخت توسط خریدار، موافقت کند. بانک داران این عمل را «تنزیل» برات می‌نامند و این ویژگی جذاب فروش اسنادی است زیرا فروشنده وجه را زود دریافت میکند که همواره موضوعی خوشایند است.

در نهایت، فروشنده مبلغی را که باید پرداخت شود تعیین می‌کند و اینکه این مبلغ به صورت «دیداری» یا «مدت دار» قابل پرداخت است (یعنی در تاریخی معین، که به موجب شرایط اعتبار تعیین می‌شود). در ادامه تفاوت بین برات های «دیداری» و برات های «یوزانس» یا «مدت دار» توضیح داده می‌شود.

وصول

ایجاد امکان وصول، برات اسنادی است. با توجه به نقش مثبت بانک‌های فرستنده در معامله برات اسنادی، این مرحله می‌تواند فرآیند بسیار آسانی برای فروشنده باشد. تمام کاری که فروشنده انجام می‌دهد این است که برات و اسناد دیگر را به بانک خود ارائه کند و از او بخواهد برای وصول آنها اقدام کند. برات به حواله کرد بانک قابل پرداخت خواهد بود و در صورتی که اسناد مالکیت وجود داشته باشد، باید یا به نام بانک پشت نویسی گردد یا بدون شرط باشد. در این مرحله موضوعی واقعاً مهم اتفاق خواهد افتاد. بانک تصمیم خواهد گرفت که حساب فروشنده را آنی یا تحت تعهد بستانکار کند. اگر موقعیت اعتباری فروشنده خوب باشد یا چنانچه ارزش کالاهای کنترل شده مطابق اسناد کافی باشد، احتمال

دارد بانک بخواهد وجه را در مقابل برات اسنادی از پیش بپردازد. در نتیجه فروشنده که ممکن است در آن روز یا هفته روی برات‌های اسنادی زیادی سرمایه گذاری کرده باشد، می‌تواند با استفاده از سرمایه جاری خود، وجه را به تولید کننده بپردازد و برای سفارش دیگری آماده شود. ضمن اینکه بانک بابت وصول برات و هر پیش پرداخت، از فروشنده هزینه‌ای دریافت خواهد کرد و در همه حالت‌ها بانک برات را «با حق رجوع» بر می‌دارد. به این معنا که فروشنده در صورت عدم انجام تعهد از سوی خریدار، یعنی عدم پرداخت برات، باید هر وجهی را که بانک پرداخته است برگرداند. پرداخت بدون حق رجوع، شکلی از تأمین مالی (FORFEITING) است و پس از قبولی برات توسط خریدار، همانطور که در بخش بعد توضیح داده می‌شود، می تواند انجام شود. مشخصه های معامله نظیر «با حق رجوع» یا «بدون رجوع» و هزینه‌های مختلف، موضوع‌هایی هستند که فروشنده و بانک باید در مورد آنها مذاکره کنند.

ارائه

در مکان تجاری خریدار واقع می‌شود. وقتی که کارگزار بانک فرستنده واقع در شهر خریدار برات اسنادی را دریافت می‌کند، به خریدار اعلام می‌کند که برات و اسناد رسیده است و از خریدار می‌خواهد که برات را قبول کند. این اقدام کارگزار با نام «ارائه» شناخته می‌شود و قبول یا رد برات باید سریع صورت پذیرد. اگر خریدار برات را نپذیرد، بانک ارائه کننده موضوع را به بانک فرستنده اعلام می‌کند و اسناد را برایش بر می گرداند یا می‌تواند در ایجاد ترتیباتی برای فروش کالا، معمولاً به قیمتی پایین‌تر از ارزش واقعی آنها، همکاری کند. «پذیرش» شامل پرداخت برات دیداری یا قبولی برات یوزانس (مدت دار) و پرداخت برات در تاریخی معین در آینده، است.

قبولی برات دیداری

وقتی در قرارداد، تحویل اسناد در مقابل پرداخت (D/P یا CAD) مشخص شده است، فروشنده برات دیداری به کار می‌گیرد. خریدار، با پرداخت برات هنگام ارائه آن توسط بانک ارائه دهنده، برات دیداری را قبول می‌کند. اغلب، بانک ارائه کننده بر این اساس انتخاب می‌شود که خریدار نزدش حساب سپرده‌ای به نام خود دارد. هرگاه خریدار برات دیداری را قبول کند، بانک ارائه کننده حساب او را بدهکار

می‌کند و وجه را به بانک فرستنده می‌پردازد. چنانچه خریدار نزد بانک ارائه دهنده حسابی نداشته باشد، فروشنده با تأمین وجه نزد بانک تعیین شده توسط خریدار، برات را قبول خواهد کرد.

قبولی برات یوزانس

معمولاً، فروشنده تحت قرارداد فروشی که در شرایط اعتبار عنوان شده است و شرط تحویل اسناد در مقابل «قبولی» (D/A) در آن وجود دارد برات یوزانس یا مدت‌دار می‌کشد. برات یوزانس نه هنگام «دیدار» آن بلکه چند روز پس از رؤیت (۳۰ یا ۶۰ روز پس از رؤیت) یا چند روز پس از تاریخی مشخص (مثلاً « ۳۰ روز پس از تاریخ بارنامه یا در تاریخ اول ماه ژوئن ۲۰۱۶») قابل پرداخت می‌شود. تعداد روزها بر اساس توافق صورت گرفته در قرارداد فروش تعیین می‌شود و این تعداد روز ، شرایط اعتباری قرارداد را انعکاس می‌دهد.

خریدار تعهد در قبال برات یوزانس را ابتدا با قبول آن و سپس با پرداخت آن، انجام می‌دهد. «قبولی»، عمل امضای برات است که معمولاً در سطح عمودی روی برات انجام می‌شود. خریدار برات را بر می‌دارد و ۹۰ درجه آن را می چرخاند، امضاء می‌کند و تاریخ می‌گذارد. خریدار با اینکار یک قبولی تجاری ایجاد کرده است، تعهد برای اینکه قبولی را در موعد مقرر (یعنی ۳۰ یا ۶۰ روز دیگر) بپردازد. ارزش یک قبولی تجاری به قابلیت اعتباری خریدار بستگی دارد. زیرا معمولاً قبولی تجاری به حواله کرد فروشنده یا بانک فروشنده قابل پرداخت است، این قبولی ابزاری قابل معامله است و دست به دست می‌چرخد (معمولاً از بانکی به بانک دیگر)، آزاد از هر وابستگی به قرارداد مربوط به آن، و پیامدی حقوقی است که می‌تواند ارزش خاص خود را برای دارنده آن داشته باشد. وقتی که خریدار برات یوزانس را قبول کرد، خریدار قبولی تجاری ارزشمند را به بانک ارائه کننده بر می‌گرداند، که این بانک آن را برای فروشنده یا بانک فروشنده نگه می‌دارد یا ممکن است پیشنهاد خرید آن از فروشنده یا بانک فروشنده را مطابق با دستورات بانک فرستنده بدهد.

خریدار باید برات یوزانس را در تاریخ مقرر (مثلاً ۳۰ یا ۶۰ روز پس از قبولی) بپردازد. خریدار در آن تاریخ تعهد خود در مقابل قبولی را، با پرداخت آن انجام می‌دهد و بخش پرداخت قرارداد فروش مورد نظر را تکمیل می‌کند.

۷. تسلیم اسناد مالکیت

وقتی خریدار قبولی تجاری را به بانک ارائه کننده بر می‌گرداند، بانک ارائه کننده هم زمان اسناد را به خریدار تحویل می‌دهد. اگر اسناد شامل سند مالکیت هم باشد، خریدار کنترل کالا را در اختیار می‌گیرد و وقتی که کالا به شهر خریدار رسید، می‌تواند آن را از انبار یا حمل کننده تحویل بگیرد.

۸. تحویل به خریدار

خریدار با تسلیم سند مالکیت به حمل کننده یا انبار، کالا را تحویل می‌گیرد و مرحله تحویل از قرارداد فروش مورد نظر نیز پایان خواهد یافت.

کاربرد مقررات

مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی، تجدید نظر سال ۲۰۰۷، نشریه شماره ۶۰۰ اتاق بازرگانی بین المللی (ICC) مقرراتی است که اگر شمول آن در اعتبار درخواست شده باشد، در مورد هر اعتبار اسنادی (اعتبار) (از جمله اعتبار اسنادی ضمانتی (Stand-by)، تا حدی که قابل اعمال است) لازم الاجراء است. این مقررات برای همه طرف‌های ذیربط الزام آور است مگر اینکه صریحاً در شرایط اعتبار اصلاح یا مستثنی شده باشد.

تعاریف

از نظر این مقررات:

بانک ابلاغ کننده: بانکی است که اعتبار را بنا به درخواست بانک گشاینده ابلاغ می‌کند.

درخواست کننده: طرفی است که اعتبار بنا به درخواست وی گشایش شده.

روز بانکی: روزی است که بانک معمولاً برای عملیات بانکی تحت این مقررات باز است.

ذی‌نفع: طرفی است که اعتبار به نفع وی گشایش شده است.

ارایه مطابق: ارایه‌ای است که با مفاد شرایط اعتبار، مواد معمول این مقررات و استانداردهای بین المللی عملیات بانکی مطابقت دارد.

تائید: یعنی تعهد قطعی بانک تائید کننده، افزون بر تعهد بانک گشاینده، برای پذیرش پرداخت یا معامله اسنادی که مطابق با شرایط اعتبار ارائه شده باشد.

بانک تائید کننده: بانکی است که بنا به درخواست یا مجوز بانک گشاینده تائید خود را بر اعتبار می‌افزاید.

اعتبار: یعنی هرگونه ترتیباتی، به هرنام یا توصیفی که در برگیرنده‌ی تعهد قطعی و برگشت ناپذیر بانک گشاینده نسبت به پذیرش پرداخت اسناد ارائه شده طبق شرایط اعتبار است.

پذیرش پرداخت: یعنی

الف) پرداخت دیداری اگر اعتبار در مقابل پرداخت دیداری قابل استفاده است.

ب) ایجاد تعهد پرداخت مدت دار و پرداخت وجه آن در سررسید، اگر اعتبار در مقابل پرداخت مدت دار قابل استفاده است.

پ) پذیره نویسی برات صادره توسط ذی نفع و پرداخت وجه آن در سررسید، اگر اعتبار در مقابل پذیره نویسی قابل استفاده است.

بانک گشاینده: بانکی است که بنا به تقاضای درخواست کننده یا از طرف خود اعتبار را می‌گشاید.

معامله اسناد: یعنی خرید برات (صادره به عهده بانک دیگری به غیر از بانک مقرر) و یا اسناد ارائه شده مطابق شرایط اعتبار توسط بانک مقرر، اعم از اینکه پرداخت به ذی نفع انجام گیرد یا پیش از روز بانکی تعیین شده در پوشش وجه، واقع شود.

بانک تعیین شده: بانکی است که اعتبار نزد آن بانک قابل استفاده است، یا هر بانکی اگر در اعتبار ارائه به هر بانک مجاز باشد.

ارائه: یعنی تحویل اسناد تحت یک اعتبار به بانک گشاینده اعتبار یا بانک تعیین شده یا اسناد به هر نحوی که ارائه شده.

اعتبارات در مقابل قراردادها

اعتبار بنا به ماهیت خود معامله‌ای است جدا از قرارداد فروش یا سایر قراردادهایی که مبنای گشایش اعتبار قرار می‌گیرند. قراردادهای مبنای اعتبار به هیچ‌وجه ارتباطی به بانکها نداشته و تعهدی برای انها ایجاد نمی‌کند، حتی اگر در اعتبار هرگونه اشاره‌ای به اینگونه قراردادها شده باشد. درنتیجه تعهد بانک

نسبت به پذیرش پرداخت، معامله یا هر تعهد دیگری تحت اعتبار تابع ادعاها یا دفاعیات درخواست کننده اعبتار که ناشی از روابط وی با بانک گشاینده یا ذی نفع است نخواهد بود.

اسناد در مقابل کالا/ خدمات/ عملکردها

بانکها بر اساس اسناد عمل می‌کنند و نه بر اساس کالا، خدمات یا عملکرد مرتبط با اسناد.

تعهد بانک گشاینده

الف) به شرط اینکه اسناد مقرر به بانک تعیین شده یا بانک گشاینده ارائه شود و اسناد مذکور مطابق با شرایط اعتبار باشد، بانک گشاینده در صورتی ملزم به پذیرش پرداخت است که:

اعتبار در مقابل پرداخت دیداری، مدت دار یا قبولی اسناد نزد بانک گشاینده قابل استفاده باشد؛

اعتبار در مقابل پرداخت دیداری نزد بانک تعیین شده قابل استفاده باشد و بانک مذکور از پرداخت وجه خودداری کند؛

اعتبار در مقابل پرداخت مدت دار نزد بانک تعیین شده قابل استفاده باشد و بانک مذکور از تعهد پرداخت مدت دار و یا علیرغم تعهد پرداخت از پرداخت وجه در سررسید مقرر خودداری کند؛

اعتبار در مقابل قبولی نزد بانک تعیین شده قابل استفاده باشد و بانک تعیین شده از قبولی برات صادره به عهده خویش خودداری و یا علیرغم قبولی برات از پرداخت وجه در سررسید مقرر خوداری کند؛

اعتبار در مقابل معامله نزد بانک تعیین شده قابل استفاده باشد و بانک تعیین شده از معامله خودداری کند.

ب) بانک گشاینده از تاریخ گشایش اعتبار تعهد برگشت ناپذیرش پرداخت را دارد.

پ) بانک گشاینده متعهد به پوشش وجه به بانک تعیین شده‌ای است که نسبت به پذیرش پرداخت یا معامله اسناد ارائه شده طبق شرایط اعتبار اقدام اسناد مذکور را به بانک گشاینده ارسال کرده است.

پوشش وجه اسناد ارائه شده مطابق با شرایط اعتبار تحت اعتباری که در مقابل قبولی یا پرداخت مدت دار قابل استفاده است. در سررسید الزامی است، اعم از اینکه بانک تعیین شده قبل از سررسید

نسبت به پیش پرداخت یا خرید اسناد اقدام نموده باشد. تعهد بانک گشاینده نسبت به پوشش وجه اعتبار نزد بانک تعیین شده مستقل از تعهد بانک گشاینده در مقابل ذی نفع است.

تعهد بانک تائیدکننده

تحت شرایط زیر در خصوص پذیرش پرداخت اقدام می‌کند.

اگر اعتبار برای پرداخت دیداری، پرداخت مدت دار یا قبولی نزد بانک تائید کننده قابل استفاده باشد.

اگر اعتبار برای پرداخت دیداری نزد بانک تعیین شده دیگری قابل استفاده باشد و بانک تعیین شده مذکور نپردازد.

اگر اعتبار برای پرداخت مدت دار نزد بانک تعیین شده دیگری قابل استفاده باشد و بانک تعیین شده مذکور از تعهد پرداخت مدت دار خودداری و یا با وجود قبول تعهد پرداخت مدت دار در سررسید نپردازد.

اگر اعتبار برای قبولی نزد بانک تعیین شده دیگری قابل استفاده باشد و بانک تعیین شده مذکور از قبول برات صادره به عهده بانک خودداری یا باوجود قبول برات صادره به عهده بانک در سررسید نپردازد.

اگر اعتبار برای معامله اسناد نزد بانک تعیین شده دیگری قابل استفاده باشد و بانک تعیین شده مذکور اسناد را معامله نکند.

اگر اعتبار برای معامله اسناد نزد بانک تائید کننده قابل استفاده باشد، در مورد معامله اسناد، بدون حق رجوع، اقدام کند.

الف) بانک تائید کننده از زمان افزودن تائیدیه خود به اعتبار، به صورت برگشت ناپذیر ملزم به پذیرش پرداخت یا معامله اسناد است.

ب) بانک تائید کننده ملزم به پوشش بانک تعیین شده دیگری است که نسبت به پذیرش پرداخت یا معامله اسناد مطابق با شرایط اعتبار اقدام و اسناد مذکور را به بانک تائید کننده ارسال کرده است.

پوشش وجه اسناد ارائه شده، مطابق شرایط اعتبار، تحت اعتباری که برای قبولی یا پرداخت مدت دار قابل استفاده است در سررسید الزامی است، اعم از اینکه بانک تعیین شده دیگر قبل از سررسید نسبت

به پیش پرداخت یا خرید اسناد اقدام نموده باشد. تعهد بانک تائید کننده در مورد پوشش وجه نزد بانک تعیین شده دیگر مستقل از تعهد بانک تائید کننده در مقابل ذی نفع است.

ت) اگر بانکی از طرف بانک گشاینده اعتبار مجاز یا از وی درخواست شده باشد تا اعتباری را تائید کند اما بانک مذکور حاضر به تائید اعتبار نباشد، باید بدون تاخیر مراتب را به بانک گشاینده اطلاع دهد یا اعتبار را بدون تائید ابلاغ کند.

تطبیق اسناد با شرایط اعتبار

الف) هنگامی که بانک گشاینده اسناد ارائه شده را منطبق با شرایط اعتبار تشخیص دهد باید اسناد را بپذیرد.

ب) هنگامی که بانک تائید کننده اسناد ارائه شده را منطبق با شرایط اعتبار تشخیص دهد باید اسناد را پرداخت یا معامله نموده و آنها را به بانک گشاینده ارسال دارد.

پ) هنگامی که بانک تعیین شده اسناد ارائه شده را منطبق با شرایط اعتبار تشخیص دهد و اسناد را بپذیرد یا معامله کند باید آنها را به بانک گشاینده یا تائید کننده ارسال کند.

بارنامه

الف) بارنامه به هر نامی که باشد باید صورت ظاهر آن دربرگیرنده موارد زیر باشد:

نام حمل کننده که به نحو زیر امضاء شده باشد:

توسط حمل کننده یا نماینده نامبرده شده حمل کننده یا از طرف حمل کننده،

توسط فرمانده یا نماینده نامبرده شده فرمانده برای یا از طرف فرمانده.

امضای حمل کننده، فرمانده یا نماینده به نحوی که به عنوان حمل کننده، فرمانده یا نماینده قابل شناسایی باشد. هرگونه امضای نماینده به نحوی که نشان دهد آیا نماینده به عنوان "برای حمل کننده" یا "از طرف حمل کننده" یا "برای فرمانده" یا "از طرف فرمانده" سند را امضاء کرده است.

بارگیری کالا در کشتی نامبرده شده در بندر بارگیری مندرج در اعتبار به نحو زیر:

طی متن چاپی بارنامه، یاطی یادداشت بارگیری با اشاره به تاریخی که کالا بارگیری شده است.

تاریخ صدور بارنامه به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد مگر اینکه بارنامه شامل یادداشت بارگیری با درج تاریخ حمل باشد که در این صورت تاریخ درج شده در یادداشت بارگیری به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد.

اگر بارنامه شامل عبارت "کشتی موردنظر" یا عبارت مشابه در ارتباط با نام کشتی باشد، یادداشت بارگیری که به تاریخ حمل و نام کشتی واقعی اشاره کند الزامی است.

حمل از بندر بارگیری به بندر تخلیه مندرج در اعتبار باشد.

اگر در بارنامه به بندر بارگیری مندرج در اعتبار به عنوان بندر بارگیری اشاره نشده باشد یا اگر بارنامه شامل عبارت "موردنظر" یا عبارت مشابه در ارتباط با بندر بارگیری باشد، یادداشت بارگیری شامل بندر بارگیری مندرج در اعتبار، تاریخ حمل و نام کشتی الزامی است. این شرط حتی در مواردی که بارنامه دارای متن از پیش چاپ شده در ارتباط با بارگیری و حمل کالا در کشتی نامبرده شده است لازم الاجراء است.

تنها نسخه اصل بارنامه و یا اگر بارنامه در بیش از یک نسخه اصل صادر شده باشد شامل کلیه نسخ اصل طبق آنچه که در بارنامه قید شده، باشد. شامل مواد و شرایط حمل یا اشاره به منبع دیگری که شامل مواد و شرایط حمل است (بارنامه خلاصه شده یا پشت سفید) باشد. محتویات مواد و شرایط حمل مورد بررسی قرار نخواهد گرفت.

هیچگونه اشاره‌ای به اینکه تابع شرایط حمل دربست است نداشته باشد.

ب) از نظر این ماده، انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر به معنی تخلیه از یک کشتی و بارگیری مجدد روی کشتی دیگر در طی عملیات حمل و نقل از بندر بارگیری به بندر تخلیه مندرج درا عتبار است.

پ) اگر بارنامه به احتمال انجام یا انجام انتقال کالا از یک وسیله به وسیله نقلیه دیگر اشاره داشته باشد باید تمام طول مسیر حمل با همان بارنامه واحد پوشش داده شود.

حتی اگر انتقال کالا از یک کشتی به کشتی دیگر به موجب اعتبار غیر مجاز باشد، بارنامه‌ای که به احتمال انجام یا انجام انتقال کالا از یک کشتی به کشتی دیگر اشاره کند قابل قبول است به شرط آنکه

کالا در کانتینر، تریلر یا قایق‌های سبک (LASH BARAGE) طبق آنچه که در بارنامه تائید شده است حمل شود.

ت) به شرط مندرج در یک بارنامه مبنی براینکه حمل کننده حق انتقال کالا از یک کشتی به کشتی دیگر را برای خود محفوظ می‌دارد ترتیب اثر داده نمی‌شود.

راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله

الف) راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله، به هرنامی که باشد، باید صورت ظاهر آن در برگیرنده موارد زیر باشد:

نام حمل کننده به نحو زیر امضاء شده باشد:

توسط حمل کننده یا نماینده نام برده شده برای یا از طرف حمل کننده، یا

توسط فرمانده یا نماینده نام برده شده برای یا از طرف فرمانده

هرگونه امضای حمل کننده، فرمانده یا نماینده باید به عنوان حمل کننده، فرمانده یا نماینده قابل شناسائی باشد.

هرگونه امضای نماینده باید نشان دهد که آیا نماینده برای یا از طرف حمل کننده یا برای یا از طرف فرمانده امضاء کرده است.

بارگیری کالا در کشتی نامبرده شده در بندر بارگیری مندرج در اعتبار به نحو زیر:

طی متن از پیش چاپ شده یا یادداشت بارگیری با اشاره به تاریخی که کالا بارگیری شده است.

تاریخ صدور راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد مگر اینکه شامل یادداشت بارگیری با درج تاریخ حمل باشد که در این صورت تاریخ درج شده در یادداشت بارگیری به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد.

اگر راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله شامل عبارت "کشتی موردنظر" یا عبارت مشابه در ارتباط با نام کشتی باشد، یادداشت بارگیری که به تاریخ حمل و نام کشتی واقعی اشاره کند الزامی است. حمل از بندر بارگیری به بندر تخلیه مندرج در اعتبار باشد.

اگر در راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله به بندر بارگیری مندرج در اعتبار به عنوان بندر بارگیری اشاره نشده باشد یا اگر شامل عبارت "موردنظر" یا عبارت مشابه در ارتباط با بندر بارگیری باشد، یادداشت بارگیری شامل بندر بارگیری مندرج در اعتبار، تاریخ حمل و نام کشتی الزامی است. این شرط حتی در مواردی که راه‌نامه دریایی دارای متن از پیش چاپ شده در ارتباط با بارگیری و حمل کالا در کشتی نامبرده شده است لازم الاجراء است.

تنها نسخه اصل راه‌نامه دریایی غبرقابل معامله و یا اگر در بیش از یک نسخه اصل صادر شده باشد شامل کلیه نسخ اصل طبق آنچه که در راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله قید شده باشد. شامل مواد و شرایط حمل یا اشاره به منبع دیگری که شامل مواد و شرایط حمل است (راه‌نامه دریایی غیرقابل معامله خلاصه شده یا پشت سفید) باشد. محتویات مواد و شرایط حمل مورد بررسی قرار نخواهد گرفت.

هیچگونه اشاره‌ای به اینکه تابع شرایط حمل دربست است نداشته باشد.

بارنامه حمل دربست

الف) بارنامه، به هرنامی که باشد، منوط به حمل دربستی (بارنامه چارتر) باید صورت ظاهر آن دربرگیرنده موارد زیر باشد:

به نحو زیر امضاء شده باشد:

توسط فرمانده یا نماینده نامبرده شده برای یا از طرف فرمانده، یا

توسط مالک کشتی یا نماینده نامبرده شده برای یا از طرف مالک، یا

توسط اجاره کننده یا نماینده نامبرده شده برای یا از طرف اجاره کننده

هرگونه امضای فرمانده، مالک، اجاره کننده یا نماینده باید به نحوی عنوان فرمانده، مالک، اجاره کننده یا نماینده قابل شناسایی باشد.

هرگونه امضای نماینده باید مشخص کند که نماینده به عنوان برای یا از طرف فرمانده، مالک یا اجاره کننده امضاء کرده است.

نماینده‌ای که برای یا از طرف مالک یا اجاره کننده امضاء می‌کند باید نام مالک یا اجاره کننده را درج کند.

بارگیری کالا در کشتی نامبرده شده در بندر بارگیری مندرج در اعتبار به نحو زیر:

طی متن از پیش چاپ شده، یا

طی یادداشت بارگیری با اشاره به تاریخی که کالا بارگیری شده است.

تاریخ صدور بارنامه حمل دربست به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد مگر اینکه شامل یادداشت بارگیری با درج تاریخ حمل باشد که در این صورت تاریخ ذکر شده در یادداشت بارگیری به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد.

حمل کالا از بندر بارگیری به بندر تخلیه مندرج در اعتبار باشد. بندر تخلیه می‌تواند شامل یک سری از بنادر یا یک منطقه جغرافیایی و به نحوی که در اعتبار درج شده باشد.

تنها نسخه اصل بارنامه حمل دربست یا اگر در بیش از یک نسخه اصل صادر شده باشد، کلیه نسخ اصل طبق آنچه که در بارنامه حمل دربست قید شده، باشد.

ب) بانک قراردادهای حمل دربست را بررسی نخواهد کرد، حتی اگر ارائه این قراردادها به موجب شرایط اعتباری الزامی باشد.

سند حمل هوایی

الف) سند حمل هوایی، به هر نامی که باشد، باید صورت ظاهر آن دربرگیرنده موارد زیر باشد: نام حمل کننده که به نحو زیر امضاء شده باشد: توسط حمل کننده، یا توسط نماینده نامبرده شده برای یا از طرف حمل کننده هرگونه امضای حمل کننده یا نماینده باید به عنوان حمل کننده یا نماینده قابل شناسایی باشد. هرگونه امضای نماینده باید مشخص کند که نماینده برای یا از طرف حمل کننده امضاء کرده است. اشاره کند که کالا برای حمل پذیرفته شده است. تاریخ صدور سند به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد مگر آنکه سند حمل هوایی شامل یادداشت مشخص تاریخ قطعی پرواز باشد، که در این صورت تاریخ ذکر شده در یادداشت به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد. درج هرگونه اطلاعات دیگر در ارتباط با تاریخ و شماره پرواز در روی سند حمل هوایی به عنوان تاریخ حمل تلقی نخواهد شد.

فرودگاه مبداء و فرودگاه مقصد به نحوی که در شرایط اعتبار درج شده باشد.

نسخه اصل فرستنده یا ارسال کننده باشد حتی اگر در اعتبار به ارائه کلیه نسخ تصریح شده باشد.

شامل مواد و شرایط حمل یا به منابع دیگری که شامل مواد و شرایط حمل است، ارجاع دهد. محتویات مواد و شرایط حمل بررسی نخواهد شد.

ب) از نظر این ماده، انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر به معنی تخلیه از یک هواپیما و بارگیری مجدد کالا به هواپیمای دیگر طی حمل و نقل از فرودگاه مبداء به فرودگاه مقصد ذکر شده در اعتبار است.

پ) اگر سند هوایی به احتمال انجام یا انجام انتقال کالا از یک هواپیما به هواپیمای دیگر اشاره داشته و یا اینکه تصریح کند که کالا از یک هواپیما به هواپیمای دیگر منتقل خواهد شد باید تمام طول مسیر حمل با همان سند واحد حمل پوشش داده شود.

۱- حتی اگر انتقال کالا از یک هواپیما به هواپیمای دیگر بنا به شرایط اعتبار منع شده باشد، سند حمل هوایی که به احتمال انجام یا انجام انتقال کالا اشاره کند قابل قبول است.

اسناد حمل جاده‌ای، راه آهن یا آبراه داخلی

الف) سند حمل جاده‌ای، راه‌آهن یا آبراه داخلی، به هرنامی که باشد، باید صورت ظاهر آن دربرگیرنده موارد زیر باشد:

نام حمل کننده و:

توسط حمل کننده یا نماینده نامبرده شده از طرف یا برای حمل کننده امضاء شده، یا

به وسیله امضاء، مهر یا یادداشت حمل کننده یا نماینده نامبرده شده برای یا از طرف حمل کننده، وصول کالا را تائید کند.

هرگونه امضاء، مهر یا یادداشت وصول کالا توسط حمل کننده یا نماینده نامبرده شده باید به عنوان حمل کننده یا نماینده قابل شناسایی باشد.

هرگونه امضاء، مهر یا یادداشت وصول کالا توسط نماینده باید قید کند که نماینده برای یا از طرف حمل کننده امضاء کرده یا عمل می‌کند.

اگر نام حمل کننده در سند حمل راه آهن قابل شناسایی نباشد، هرگونه امضاء یا مهر شرکت راه آهن به عنوان سند امضاء شده توسط حمل کننده پذیرفته خواهد شد.

تاریخ حمل یا تاریخی که کالا برای بارگیری، ارسال یا حمل در محل قید شده در شرایط اعتبار دریافت شده است. غیر از مواردی که سند حمل شامل مهر وصول تاریخ دار، تاریخ وصول یا تاریخ حمل است، تاریخ صدور سند حمل به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد.

محل بارگیری و محل مقصد طبق آنچه که در شرایط اعتبار ذکر شده است.

الف) سند حمل جاده‌ای باید نسخه اصل فرستنده یا ارسال کننده باشد یا هیچگونه نشان‌های از اینکه سند برای چه کسی تهیه شده نداشته باشد.

ب) سند حمل راه آهن که به عنوان "رونوشت" مشخص شده به عنوان نسخه اصل پذیرفته خواهد شد.

ث) سند حمل راه آهن یا آبراه داخلی اعم از اینکه به عنوان نسخه اصل مشخص شده باشد یا نه به عنوان نسخه اصل پذیرفته خواهد شد.

پ) در صورت عدم ذکر تعداد نسخ اصل صادر شده بر روی سند، تعداد سند حمل ارائه شده به عنوان نسخ کامل تلقی خواهد شد.

ت) از نظر این ماده، انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر به معنی تخلیه از یک وسیله نقلیه و بارگیری مجدد در یک وسیله نقلیه دیگر در همان روش حمل و نقل طی عملیات حمل از محل بارگیری، ارسال یا حمل به محل مقصد مندرج در اعتبار است.

ج) اگر در سند حمل جاده‌ای، راه آهن یا آبراه داخلی به احتمال انجام یا انجام انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر اشاره شده باشد، باید تمام طول مسیر حمل بوسیله همان سند واحد حمل پوشش داده شود.

۲- حتی اگر انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر در شرایط اعتبار منع شده باشد، سند حمل جاده‌ای، راه آهن یا آبراه داخلی که به احتمال انجام یا انجام انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر اشاره کند قابل قبول است.

حمل تدریجی یا برداشت‌های تدریجی

الف) حمل به دفعات یا برداشت به دفعات از اعتبار مجاز است.

ب) اسناد ارائه شده در بیش از یک سری اسناد حمل که حاکی از حمل توسط وسایل نقلیه واحد و طی سفر واحد باشد به شرط آنکه دارای مقصد واحد باشند حمل به دفعات تلقی نمی‌شود حتی اگر بارگیری کالا در تاریخ‌های متفاوت یا در بنادر مختلف، محل دریافت، در اختیار گرفتن و ارسال در نقاط مختلف باشد.

اگر اسناد ارائه شده بیش از یک سری اسناد حمل باشد، آخرین تاریخ حمل به نحوی که در هریک از سری اسناد درج شده به عنوان تاریخ حمل تلقی خواهد شد.

اگر اسناد ارائه شده شامل یک یا چند سری از اسناد حمل حاکی از حمل کالا توسط چند وسیله نقلیه تحت یک نوع روش حمل باشد به عنوان حمل تدریجی (حمل به دفعات) تلقی خواهد شد حتی اگر وسایل نقلیه مذکور به مقصد واحد و در یک روز حرکت کنند.

پ) اسناد ارائه شده که شامل چند رسید پیک، رسید پست یا گواهی پست است اگر رسیدهای پیک، رسیدهای پستی یا گواهی‌های پستی ظاهراً در یک تاریخ صادر شده و در همان محلی که در شرایط اعتبار به عنوان محل ارسال کالا مشخص شده مهمور، امضا یا به طرق دیگر گواهی شده باشند به عنوان حمل تدریجی تلقی خواهد شد.

اعتبارات قابل انتقال

الف) بانک هیچ گونه تعهدی به انتقال اعتبار ندارد مگر به ترتیب و حدودی که صریحاً با آن موافقت کرده باشد.

ب) از نظر این ماده:

اعتبار قابل انتقال: اعتباری است که "قابل انتقال" بودن آن مشخصاً در اعتبار ذکر شود. اعتبار قابل انتقال ممکن است بنابر درخواست ذی نفع اول کلاً یا جزئاً در اختیار ذی نفع دوم قرار گیرد.

بانک انتقال دهنده: بانک تعیین شده‌ای است که اقدام به انتقال اعتبار کرده یا در صورت اعتبار قابل استفاده توسط هر بانکی (Freely Available Credit) بانکی است که از طرف بانک گشاینده می‌تواند بانک انتقال دهنده نیز باشد.

اعتبار منتقل شده: اعتباری است که بانک انتقال دهنده در اختیار ذی نفع دوم قرار داده است.

پ) کلیه هزینه‌های صورت گرفته (از قبیل کارمزد، حق الزحمه‌ها، هزینه‌ها یا مخارج) در ارتباط با انتقال اعتبار باید توسط ذی نفع باید پرداخت کند مگر آنکه توافق دیگری در زمان انتقال اعتبار به عمل آمده باشد.

ت) اعتبار می‌تواند به بیش از یک ذی نفع دوم منتقل شود مشروط بر این که حمل یا برداشت تدریجی از اعتبار مجاز باشد.

اعتبار منتقل شده نمی‌تواند به تقاضای ذی نفع دوم به ذی نفع‌های بعدی منتقل گردد. ذی نفع اعتبار، ذی نفع دوم محسوب نمی‌شود.

ت) هرگونه درخواست انتقال اعتبار باید قید کند که اصلاحیه‌های اعتبار تحت چه شرایطی می‌تواند به ذی نفع دوم ابلاغ شود. این شرایط باید به روشنی در اعتبار منتقل شده قید شود.

ج) اگر یک اعتبار به بیش از یک ذی نفع دوم منتقل شده باشد، عدم قبول یک اصلاحیه توسط یک یا چند ذی نفع دوم تاثیری بر معتبر بودن اصلاحیه‌های پذیرفته شده توسط سایر ذی نفع‌های اعتبار نخواهد داشت. اعتبار منتقل شده بدین ترتیب اصلاح شده تلقی خواهد شد. در ارتباط با ذی نفع‌های دومی که اصلاحیه مربوط را نپذیرفته‌اند، شرایط اعتبار بدون تغییر خواهد ماند.

چ) اعتبار منتقل شده باید به نحو درستی کلیه شرایط اعتبار از جمله تائید اعتبار را، در صورت وجود منعکس کند به استثناء این موارد: مبلغ اعتبار، هرگونه بهای واحد ذکر شده در اعتبار، تاریخ انقضاء، مهلت ارائه اسناد.

هریک از اینهایا همه اینها می‌تواند کاهش یافته یا محدود شود. درصدی که پوشش بیمه‌ای باید اخذ شود می‌تواند به ترتیبی افزایش یابد که پوشش بیمه‌ای تصریح شده در اعتبار یا این مواد را تامین کند. نام ذی نفع می‌تواند جایگزین درخواست کننده اعتبار شود، اما اگر در اعتبار تصریح شده باشد که نام درخواست کننده باید در هر سندی به جز سیاهه، درج شود این الزام باید در اعتبار منتقل شده منعکس شود.

ح) ذی نفع اول حق دارد سیاهه و برات خود را جایگزین سیاهه و برات ذی نفع دوم کند. به شرط آنکه مبلغ آن بیش از مبلغ تصریح شده در شرایط اعتبار نباشد، و در صورت جایگزینی سیاهه و برات

بترتیب فوق، ذی نفع اول می‌تواند در خصوص برداشت ما به التفاوت سیاهه خود و سیاهه ذی نفع دوم، در صورت وجود اقدام کند.

خ) اگر ذی نفع اول باید سیاهه و برات خود را جایگزین سیاهه و برات ذی نفع دوم کند از این کار با اولین درخواست خودداری کند یا اگر سیاهه‌های ارائه شده توسط ذی نفع اول دارای مغایرت‌هایی باشد که در اسناد ارائه شده توسط ذی نفع دوم وجود ندارد و ذی نفع اول با اولین درخواست اقدام به رفع آنها نکند بانک انتقال دهنده حق خواهد داشت اسناد رسیده از ذی نفع دوم را بدون اینکه مسئولیت بیشتری در مقابل ذی نفع اول داشته باشد به بانک گشاینده اعتبار تسلیم کند.

د) ذی نفع اول می‌تواند در درخواست انتقال اعتبار قید کند که پرداخت یا معامله اسناد به ذی نفع دوم در محل انتقال اعتبار و تا تاریخ انقضای اعتبار صورت می‌گیرد. این موضوع تاثیری بر حق ذی نفع اول جهت جایگزینی سیاهه و برات خود با سیاهه و برات ذی نفع دوم و مطالبه مابه التفاوت مربوط در وجه ذی نفع اول نخواهد داشت.

د) ارائه اسناد باید توسط ذی نفع دوم یا از طرف وی به بانک انتقال دهنده صورت گیرد.

واگذاری عواید

صرف اینکه اعتباری که فاقد عنوان قابل انتقال باشد، به ذی نفع در واگذاری عوایدی که به موجب قانون حاکم بدست آورده است و یا خواهد آورد خللی وارد نمی‌کند. این ماده فقط ناظر به واگذاری مطالبات (عواید حاصل از اعتبار) است و ارتباطی به حقوق مربوط به اجرای کار تحت خود اعتبار ندارد.

خلاصه

به یاد داشته باشیم وقتی سند مالکیت استفاده می شود، معامله برات اسنادی چهار وجه اساسی دارد که طرفین تجاری می‌توانند از امتیازهای آن استفاده کنند.

اول، با نگاه داشتن سند مالکیت توسط عاملین بانک، فروشنده کالا را در اختیار خواهد داشت، تا زمانی که خریدار تعهد خود در مقابل برات را به صورت پرداخت برات دیداری یا قبول برات یوزانس ایفا کند.

دوم، خریدار پیش از در اختیار گرفتن سند مالکیت که امکان کنترل کالا را به او می‌دهد، متعهد پرداخت یا قبولی نیست و به این ترتیب در معامله مورد حمایت قرار می‌گیرد.

سوم، فروشنده با پیوست کردن برات به سند مالکیت، امکان کنترل کالا را به بانک وصول کننده و هر طرف سوم دیگری، که برات را می خرد، می‌دهد، تا زمانی که خریدار برات دیداری را بپردازد یا برات یوزانس را قبول کند. این کنترل یک حاشیه امنیتی است و به بانک ها اجازه تأمین مالی معامله را هنگامی که کالا برای تحویل به خریدار در راه است، می‌دهد.

چهارم، از آنجا که برات یوزانس معمولاً قابل معامله است، دارنده برات (فروشنده، بانک فروشنده یا طرف سوم دیگر) می‌تواند آن را در مقابل خریدار به اجراء بگذارد، حتی اگر خریدار از کالا رضایت نداشته باشد. همچنین، باید وجود بعضی اشکال ها در معامله برات اسنادی را به یاد داشت. به این دلیل که فروشنده اسناد را از شهر خود می‌فرستد و کالا هم در راه است. با خطر عدم قبولی خریدار روبروست. در صورت عدم قبولی، فروشنده مطالبه ای از طرفی دور در مکانی دور دست دارد و کالا هم در راه یا در بندری دور دست است، که وضعیت مناسبی برای فروشنده نیست. در صورت عدم وجود سند مالکیت، همانند حمل‌های هوایی، کامیون و ریلی، خریدار مالکیت عملی کالا را خواهد داشت. در نتیجه، معمولاً خطر ورشکستگی یا بی‌مسئولیتی خریدار بر عهده فروشنده است. همانطور که در فصل دوازده می‌بینیم، معامله اعتبار اسنادی بازرگانی تا حد زیادی در مقابل این خطر مصون است.

وقتی سند مالکیت وجود دارد، خریدار پیش از تحویل کالا باید وجه درخواستی طی برات دیداری را بپردازد یا برات یوزانس را قبولی بدهد. گرچه که ممکن است خریدار اسناد وصولی را پیش از پرداخت بررسی کند، اما با این خطر روبروست که ممکن است کالا آسیب دیده، ناقص، کم یا به هر صورت غیر منطبق باشند. ممکن است خریدار از فروشنده بخواهد که گواهی‌های بازرسی و بیمه هم پیوست شود تا او بتواند پیش از پرداخت و به منظور محدود کردن این ریسک‌ها، بررسی‌هایی انجام دهد. معمولاً، در اعتبار اسنادی بازرگانی این اسناد اضافی نیز قابل درخواست است و به همین منظور بررسی اسناد (توسط بانک گشاینده) انجام می‌شود.

در پایان، فروشنده و خریدار با کاربرد معامله برات اسنادی، هزینه‌های بانکی خواهند داشت. پس آنها باید این نکته را مدّ نظر قرار دهند که آیا مزایای کاربرد برات اسنادی از هزینه‌های در نظر گرفتن ریسک‌های آن بیشتر است یا خیر .

فصل دهم
اصول و کلیات بیمه باربری و کاربرد آن

مقدمه

بازرگانی خارجی موضوعی تخصصی است که از ظرافت ها و تکنیک‌های خاص برخورداراست. بخشی از این ظرافت‌ها مربوط به مواجه طرفین معامله با خطرات طبیعی، سیاسی و بازرگانی است که ذهن آنها را مشوق می‌نماید.

خریدار می‌خواهد پس از کسب اطمینان از سلامت کالای دریافتی و همچنین انطباق آن با سفارش او (از نظر کیفی و کمی)، وجه معامله را پرداخت کند.

فروشنده می‌خواهد هرچه سریع‌تر وجه کالای فروخته شده را دریافت دارد و تا زمانی که وجه مذکور را دریافت نکرده، نگران است. زیرا تحقق هر یک از خطرات طبیعی، سیاسی یا بازرگانی می‌تواند مانعی در راه وصول وجه ایجاد نماید.

حل این مشکلات، تکنیک‌های خاص خود را می طلبد. انسان متفکر برای حل این معضلات چاره اندیشی کرده و مکانیزم‌های مختلفی را به خدمت گرفته است.

اتاق بازرگانی بین المللی با تدوین مقررات و ضوابط تجارت بین المللی، مجموعه مقررات اینکوترمز را برای تسهیل در تنظیم قراردادهای خرید و فروش به وجود آورده است.

- سیستم بانکداری بین الملل با معرفی اعتبار اسنادی یا "Letter of Credit" .L/C شکاف عدم اعتماد بین فروشنده و خریدار را پر می‌کند.

- شرکت‌های بازرسی (Surveyors)، صحت و انطباق کیفی و کمی کالا را بررسی کرده و با صدور گواهی بازرسی صحت معامله را تضمین می‌کنند.

- و بالاخره شرکت‌های بیمه با صدور انواع بیمه نامه، تبعات خطرات مختلف را تقبل کرده و اطمینان و آسایش خیال را جایگزین ناامنی و تشویش خاطر می‌نمایند.

در این بخش از کتاب سعی داریم، فرآیند سفارش کالا، حمل کالا و تأمین‌های قابل ارائه از طرف بیمه گران را مورد بررسی قرار دهیم.

به همین منظور ابتدا به بررسی رایج ترین اصطلاحات تجاری حاکم بر روابط خریدار و فروشنده (اینکوترمز) می‌پردازیم، آنگاه روش های مختلف حمل را با توجه به مقررات حاکم بر قراردادهای حمل و نقل کالا و حدود مسئولیت حمل کنندگان مرور می‌کنیم و بالاخره با نگاهی به خطرات محتمل در جریان حمل، بیمه باربری را تعریف کرده و دامنه پوشش‌های بیمه‌ای را در شکل‌های مختلف بیمه نامه‌های باربری بررسی خواهیم کرد.

حدود مسئولیت متصدی حمل و نقل

موارد مسئولیت و مصونیت حمل کننده در هر یک از روش‌های حمل، در کنوانسیون مربوطه پیش بینی شده است، که در حوصله بحث ما نیست لیکن در اینجا به اختصار، حداکثر مسئولیت حمل کننده را طبق هر یک از کنوانسیون ها به اختصار بیان می‌کنیم.

حمل دریایی

الف) حداکثر مسئولیت حمل کننده طبق کنوانسیون لاهه برای هر بسته طبق توافق در قرارداد می‌باشد.

ب) حداکثر مسئولیت حمل کننده طبق کنوانسیون لاهه ویزبی برای هر کیلوگرم طبق توافق در قرارداد

ت) طبق مقررات هامبورگ در مورد کشورهایی که عضو صندوق بین المللی پول نیستند، حداکثر مسئولیت حمل کننده برای هر کیلوگرم وزن خالص محموله طبق توافق نامه می‌باشد.

حمل زمینی

در حمل و نقل کامیونی به موجب کنوانسیون C.M.R حداکثر مسئولیت حمل کننده برای هر کیلوگرم معادل ۸/۳۳ S.D.R می‌باشد.

SDR که علامت اختصاری Special Drawing Right یا حق برداشت ویژه است ترکیبی از یک سبد پولی است که در حال حاضر عبارت است از: ۱۱ درصد پوند انگلیسی (G.B.P) ۱۱ درصد ین ژاپن

(JPY) ۳۴ درصد یورو (Euro) و ۴۴ درصد دلار آمریکا (USD) است و توسط دادگاه رسیدگی کننده به پول ملی تبدیل می‌شود.

حمل هوایی

در حمل و نقل هوایی به موجب کنوانسیون ورشو، حداکثر مسئولیت حمل کننده برای هر کیلوگرم مبلغ مندرج در قرارداد پیش‌بینی شده است.

بدین ترتیب ملاحظه می‌فرمایید که حداکثر مسئولیت حمل کننده محدود است.به علاوه اینکه در حمل ترکیبی یا چند وجهی، پیدا کردن منشأ مسئولیت و مراجعه به مسئول حادثه دشوار است و محتاج دانش فنی و احاطه کامل بر شرایط بارنامه های حمل و وظایف و مسئولیت‌های افراد دخیل در حمل از قبیل: فورواردر، حمل کننده اصلی، حمل کننده فرعی، بارچینان کالا، بنادر و گمرکات و دیگر افراد دخیل در موضوع می باشد. در غالب موارد برای دریافت خسارت از متصدی حمل و نقل باید بر علیه او در محل اقامتش اقامه دعوی نمود که این موضوع مستلزم آگاهی و اطلاعات در مورد رویه‌های حاکم بر دادگاه‌های محلی می‌باشد. بنابراین برای حصول نتیجه مطلوب باید از وکلای حقوقی خارجی استفاده کرد.

با این حساب وصول خسارت از متصدی حمل و نقل در بسیاری از موارد پیچیده و پرهزینه است و با همه احوال در صورت موفقیت در احراز مسئولیت متصدی حمل و نقل و اجبار او به پرداخت خسارت، ممکن است حاصل کار یعنی مبلغ قابل وصول، با توجه به حداکثر مسئولیت حاکم بر کنوانسیون مربوطه در مقابل ارزش محموله و هزینه های مصروفه بسیار ناچیز می‌باشد. بنابراین باید روشی را جستجو کرد که به موجب آن بتوان خسارات حاصل از خطرات مختلف حمل را بدون قید محدودیت دریافت نمود و مؤسسه را در وضعیتی قبل از بروز خسارت قرار داد.

خوشبختانه دستیابی به این روش چندان دشوار نیست و باتهیه بیمه نامه حمل و نقل متناسب با وضعیت و سابقه محموله مورد نظر، می‌توان به این امنیت دست یافت.

خطرات حمل و نقل

قبل از ورود به مبحث بیمه کالا، بهتر است خطرات حمل را مرور نماییم تا با توجه به حساسیت و آسیب پذیری کالای موضوعه، بتوانیم مناسب ترین پوشش بیمه را برای آن انتخاب کنیم.

ذیلاً عمده ترین خطراتی را که در جریان حمل و نقل می توانند متوجه محمولات شوند لیست می‌کنیم. این خطرات عبارتند از:

۱- آتش سوزی Fire

در وسایل حمل و نقل از انواع سوخت و روغن‌های نرم کننده استفاده می شود. این وسایل به لوازم الکتریکی مختلف و مورد نیاز مجهز می‌باشند. هر لحظه وقوع نوعی حادثه و یا به وجود آمدن اتصالی در یکی از قسمت‌های برقی می‌تواند حریقی را ایجاد نماید و این حریق با توجه به موجود بودن مواد سوختنی و قابل اشتعال به سرعت توسعه یافته و محموله را در معرض نبودی قرار می‌دهد.

۲- انفجار Explosion

انفجار دیگر خطری است که همواره محموله در جریان حمل را تهدید می‌کند.

۳- به گل نشستن کشتی یا کرجی Stranding

رانده شدن کشتی یا شناور دریایی به ساحل خواه در اثر حادثه یا به طور داوطلبانه را Stranding گویند. هرگاه کشتی بر اثر طوفان و امواج حاصل از آن به ساحل رانده شود بر اثر حادثه بوده و چنانچه به منظور پیش‌گیری از تحقق خطری بزرگ‌تر و غرق شدن کشتی و محموله یا با قصد و نیتی خدعه‌آمیز و به نیت عملی کردن نیتی تقلب آمیز به ساحل رانده شود؛ می‌گوییم کـه از روی میل و اراده به ساحل رانده شده است (به نقل از Lectric Law Library's Lexicon). برخورد مواضع تحتانی کشتی با کف دریا بر اثر جزر و مد و برخورد با کف کانال‌های ورود به بنادر نیز به گل نشستن محسوب می‌شود.

۴- زمین‌گیر شدن کشتی یا کرجی Grounding

زمین‌گیر شدن نوعی حادثه دریایی است که در جریان آن قسمت‌های تحتانی کشتی با کف دریا برخورد کرده و در اثر این برخورد به قسمت‌های کشتی که در زیر آب است و مخصوصاً به کف کشتی یا وسیله حمل دریایی آسیب وارد می‌شود. این موضوع زمانی بیشتر صحت دارد که نحوه برخورد طوری

باشد که باعث ورود آب به شناور شده یا به طور بالقوه استحکام و ثبات بدنه کشتی را به هم زده و آن را در معرض خطر قرار داده باشد. (به نقل از Wikipedia English- The Free Encyclopedia)

۵- غرق شدن کشتی یا کرجی Sinking

غرق شدن عبارت است از فرو رفتن در آب به نحوی که آب از روی کشتی بگذرد. با غرق شدن کشتی یا کرجی، محموله به اعماق دریا می رود و در اغلب موارد از حیز انتفاع خارج می‌گردد.

۶- واژگون شدن کشتی یا کرجی Capsize

کشتی یا کرجی ممکن است در اثر خطرات دریا و یا به علت بارگیری و تخلیه اشتباه واژگون شود و به محموله خسارت وارد نموده و یا آن را از بین ببرد.

۷- واژگون شدن یا از خط خارج شدن وسیله حمل زمینی Over turning or Derailment

فقط وسایل حمل دریایی در معرض خطر نیستند. کامیون حامل کالا نیز ممکن است واژگون شود و یا اینکه قطار حامل بار از ریل خارج شده و به محمولات خسارت وارد نماید.

۸- تصادف یا برخورد کشتی، کرجی یا وسیله حمل با هر جسم خارجی Collision or contact

کشتی یا کرجی یا وسیله حمل زمینی ممکن است با وسیله دیگری تصادف نموده و یا اینکه با جسمی خارجی برخورد نموده و کالای در جریان حمل را با خسارت مواجه نمایند.

۹- تخلیه کالا در بندر پناه Discharge of cargo at port of distress

ممکن است کشتی حامل کالا با خسارتی مواجه شود که احتیاج به تعمیر فوری داشته باشد. در اینگونه موارد کشتی به نزدیک ترین بندر (بندر پناه) می‌رود. در مواردی برای سبک ساختن کشتی و امکان بردن آن روی حوضچه خشک (به منظور تعمیرات) محمولات کشتی تخلیه می‌شود. تخلیه و بارگیری مجدد محمولات در این بندر می‌تواند هزینه هایی را برای کشتی و کالا در بر داشته باشد و یا اینکه جریان تخلیه و بارگیری مجدد موجب خسارت به محموله شود.

۱۰- میانگین زیان همگانی General average sacrifice

در حمل و نقل دریایی ممکن است کشتی و محموله در معرض غرق شدن باشند و فرمانده کشتی تصمیم بگیرد که برای نجات آنها، هزینه‌های فوق العاده ای را صرف نماید و یا اینکه برای سبک سازی کشتی و جلوگیری از غرق شدن آن مقداری از محمولات را به دریا بریزد.

در چنین حالتی زیان همگانی به وجود می‌آید. طبق مقررات، همه افرادی که اموال آنها نجات یافته بایستی در جبران هزینه های صرف شده و یا جبران خسارت آنهایی که اموالشان برای نجات اموال سایرین فدا شده است مشارکت نمایند. این مشارکت شامل افرادی هم که کالای آنها فدا شده می‌شود و نامبردگان باید به نسبت ارزش محموله خود در جبران خسارت شرکت کنند. اموال به دریا ریخته مصداق میانگی زیان همگانی است در حالی که سهمی را که هر شخص از خسارات و هزینه‌ها باید بپردازد سهم الشرکه زیان همگانی می‌گویند.

۱۱- به دریا انداختن کالا به منظور سبک سازی کشتی Jettison

فوقاً توضیح داده شد.

۱۲- هزینه زیان همگانی General average charge

در جریان زیان همگانی ممکن است هزینه هایی از قبیل هزینه ورود به بندر پناه، سوخت و آذوقه اضافی برای رفتن به آن محل و پس از انجام تعمیرات بازگشت به مسیر قبلی و این قبیل هزینه‌ها مصرف شود. طبق مقررات زیان همگانی: خسارات و هزینه‌های زیان همگانی باید با مشارکت همه کسانی که منافعی در سفر دریایی مربوطه داشته اند جبران شود. بنابراین کالای در جریان حمل هم باید به نسبت ارزش خود در جبران این خسارات و هزینه‌ها مشارکت نماید.

۱۳- هزینه نجات Salvage charges

گاه کشتی حامل کالا با حادثه ای مواجه می شود (مثلاً حریق) و احتیاج به کمک دارد. یعنی اینکه یدک کِش یا کشتی دیگری باید به کمک او بیاید و ضمن خاموش کردن حریق (در مواردی که به علت آتش سوزی، کشتی حامل، قدرت حرکت خود را از دست داده است) او را به اولین بندر امن برساند. یدک کش یا کشتی دیگر این کمک را در قبال قراردادی که با فرمانده کشتی حادثه دیده منعقد می‌نماید، انجام می‌دهد و بابت آن هزینه و پاداش دریافت می‌کند.

۱۴- مسئولیت متقابل در تصادم Both to blame collision

در شرایط عمومی بعضی از قراردادهای حمل و نقل دریایی کالا، شرطی تحت عنوان مسئولیت متقابل در تصادم وجود دارد.

کاربرد این شرط زمانی مورد پیدا می‌کند که دو کشتی با هم تصادم کرده و هر دو مسئول حادثه باشند. به موجب قوانین کشورهای مختلف هرگاه چنین حادثه‌ای اتفاق بیافتد دو کشتی با نسبت‌های متفاوتی مسئول خسارت وارد به کشتی دیگر می‌باشند. این خسارت مشمول خسارت صاحبان کالای آسیب دیده در جریان تصادم هم می‌شود. از طرف دیگر به موجب شرطی که معمولاً در بارنامه‌های دریایی وجود دارد صاحب کالا معمولاً در چنین مواردی حق ندارد خسارت کالای خود را از مالک کشتی حامل مطالبه نماید. در واقع صاحب کالا با قبول بارنامه دریایی، این حق (در مورد تصادم حق مطالبه خسارت از مالک کشتی حامل) را از خود سلب می‌نماید. اما می‌تواندچنین خسارتی را از مالک کشتی دیگر (کشتی طرف تصادم) مطالبه کند، منتها مالک این کشتی هم به نوبه خود حق دارد درصدی از خسارت را از مالک کشتی حامل دریافت کند. به این ترتیب مالک کشتی حامل باید درصدی از خسارت وارد به محمولات کشتی خود را شخصاً جبران نماید. برای حل این مشکل به متصدیان حمل و نقل دریایی اجازه داده شده که با درج شرط مسئولیت متقابل در تصادم در بارنامه، حق داشته باشند آن مقدار خسارتی را که بابت صدمه وارد شده به محموله کشتی خود به مالک کشتی دیگر پرداخت می‌کنند؛ از صاحب کالا پس بگیرند.

۱۵- هزینه رسال کالا به مقصد Forwarding charges

در حمل و نقل دریایی، در شرایطی خاص (مثلاً وقتی کشتی با خسارت هنگفتی مواجه شده، به نحوی که قابل تعمیر نیست) به حمل کننده حق داده شده است که سفر را در بین راه خاتمه یافته اعلام کند. در چنین مواردی مالک کالا باید هزینه تخلیه از وسیله آسیب دیده، هزینه انبارداری و همچنین کرایه ارسال محموله از آن نقطه تا مقصد مورد نظر را علاوه بر هزینه‌های عادی پرداخت نماید.

۱۶- هزینه به حداقل رساندن خسارت Minimizing loses

گاه اتفاق می‌افتد که حادثه ای به بخشی از محموله خسارت وارد می‌کند. در این حالت ممکن است باقیمانده محموله در معرض تلف شدن قرار گیرد. یا اینکه بسته بندی محمولات آسیب دیده و نیاز به تعمیر داشته باشد.

مثال: کامیونی که جعبه های میوه حمل می‌کند در اثر حادثه چپ می‌شود. در این واقعه مقداری از محموله خسارت دیده و باقیمانده بر اثر شکسته شدن جعبه ها در سطح جاده و اطراف آن پراکنده می‌شود. در این حالت منطقی است که صاحب مال برای جلوگیری از توسعه خسارت ضمن استخدام تعدادی کارگر به جمع آوری میوه ها پرداخته و با تعمیر و تعویض جعبه‌های شکسته، میوه‌ها را درون جعبه‌ها قرار داده و با کرایه کردن وسیله ای دیگر آنها را به مقصد ارسال نماید.

۱۷- زلزله، فوران آتشفشان یا صاعقه Earthquake-Volcanic eruption or Lightning

این خطرات در صورت وقایع می‌تواند خسارات هنگفتی به بار آورد.

۱۸- شسته شدن کالا در روی عرشه Washing over board

طوفان‌های دریایی موج هایی عظیم ایجاد می‌کند. این موج‌ها گاهی کالاهای روی عرشه از جمله کانتینرهای محتوی کالا را به دریا می اندازد. این عمل را Washingover boardیا شسته شدن کالا از روی عرشه می‌نامند.

۱۹- ورود آب دریا، دریاچه یا رودخانه به وسیله حمل زمینی، لیفت وان یا محل نگهداری کالا.

Entry of sea, lake or river water into vessel craft, hold container

آب دیدگی از عمده‌ترین خساراتی است که انواع محمولات خصوصاً محمولات دریایی را تهدید می‌کند. به عنوان مثال هنگام برخورد با کانتینرهایی که روی عرشه حمل می‌شوند از منافذ سقف و اطراف کانتینرهای فرسوده به داخل آنها نفوذ کرده و خسارات سنگینی را به وجود می‌آورند.

۲۰- تلف شدن بسته کامل در جریان حمل، رها شدن از قلاب یا گیره یا چنگک و تلف شدن بسته کامل در حین بارگیری یا تخلیه از کشتی یا کانتینر.

ممکن است بسته کالا در جریان حمل تلف شود (کلاً از بین برود) همچنین امکان دارد هنگام بارگیری محمولات به کشتی یا شناورهای سبک و یا هنگام تخلیه بار از آنها، بسته یا بسته‌های کالا از قلاب جرثقیل یا گیره کانتینرگیر رها شده، سقوط کرده و تلف شود و یا اینکه به دریا بیافتد.

۲۱- طوفان Heavy weather

طوفان بر اثر اختلالات شدید جوی به وجود می‌آید. این پدیده شامل باد شدید و گاه همراه با باران‌های سیل آسا و رعد و برق می‌باشد. در دریاها و اقیانوس‌ها طوفان امواج سنگین و غول پیکری تولید می‌کند که باعث توقف کشتی‌ها و گاهی غرق شدن آنها می‌شود. طوفان‌ها در خشکی و بعضی شهرها هم خسارات فاجعه آمیزی به جای می‌گذارند.

۲۲- راهزنی دریایی Piracy at sea

علی رغم پیشرفت‌هایی که در ساخت کشتی‌ها و وسایل مخابراتی و همچنین ایمنی آب‌ها به وجود آمده، هنوز هم گاهگاه در نقاطی از جهان راهزنان دریایی، اداره کشتی حامل کالا را به زور در دست گرفته و آن را با ترفندهای خاص به محل مورد نظر خود می‌برند.

۲۳- خسارت ناشی از فعل عمدی یا تقصیر اشخاص ثالث Deliberate damage or destruction

ناخدا و کارکنان کشتی ممکن است به عمد اعمالی انجام دهند که موجب خسارت به کشتی یا محموله شود. این عمل ناخدا و کارکنان در فرهنگ حمل و نقل دریایی بارتری نامیده می‌شود.

۲۴- خسارت ناشی از باران و آفتاب

ممکن است محموله حساس به باران و آفتاب نظیر لاستیک اتومبیل روی عرشه در معرض این خطر قرار گیرد یا در محوطه باز بندر یا گمرک معطل بماند و کیفیت خود را از دست بدهد.

۲۵- دم کردنSweeting

کشتی در مسیر خود با آب و هوای متغیر مواجه می‌شود. هرگاه کشتی از آب و هوای حاره‌ای گذر کرده و وارد آب و هوای سرد شود انبارهای آن دچار دم کردگی و عرق کردن خواهد شد.

۲۶- عدم تحویل Non delivery

یعنی اینکه کل محموله یا تعدادی از بسته‌هایی که در مبدأ به متصدی حمل و نقل تحویل شده است به علت نامعلومی در مقصد به گیرنده تحویل داده نشود.

۲۷- ساییدگی و زنگ زدگیCorrotion

در مورد محمولاتی نظیر یخچال، اجاق گاز، اتومبیل و امثال آن اتفاق می‌افتد.

۲۸- نشت Leakage

در مورد محمولات مایع روی می‌دهد.

۲۹- شکستگی، لب پریدگی، کج شدن، خراشیدگی و ضربه دیدگی، لک برداشتن

۳۰- روغن زدگی، به گل آلوده شدن، به رنگ و اسید آلوده شدن، چنگک زدگی

۳۱- خسارت ناشی از کالای مجاور (بو گرفتن- برخورد- آلودگی)

۳۲- کرم زدگی- موش خوردگی- حشره زدگی

۳۳- ریزش

در مورد کالاهایی نظیر شکر، کود شیمیایی، برنج و برخی محصولات دیگر اتفاق می‌افتد.

۳۴- کسری

در مورد محمولاتی نظیر ذرت، گندم، جو و حبوباتی که آب درون خود را از دست می‌دهند؛ اتفاق می‌افتد.

۳۵- دزدی و دله دزدی

محمولات کم وزن و گرانبها معمولاً در معرض اینگونه خطرات قرار دارند، همچنین کالاهایی که در مقصد نهایی کمیاب یا نایاب باشند.

معمولاً محمولاتی از قبیل ساعت، لوازم مهندسی و نقشه کشی، قطعات یدکی اتومبیل، پارچه‌های مرغوب، لباس و کفش، مواد خوراکی بسته بندی شده در قوطی، در معرض خطر دزدی و دله دزدی هستند. یعنی اینکه ممکن است بسته‌های بزرگ محموله به سرقت رفته، یا اینکه با شکستن یا خراب کردن بسته بندی، تعدادی از بسته‌های کوچک را خارج کرده و به سرقت ببرند.

۳۶- جنگ

ممکن است به علت خطر جنگ محمولات آسیب دیده و یا از بین بروند.

۳۷- شورش، بلوا، انقلاب، اغتشاش

ممکن است در جریان هر یک از حوادث فوق محمولاتی آسیب دیده و یا از بین برود.

۳۸- اعتصاب

در مواردی ممکن است محموله ای به علت اعتصاب و بسته شدن بندر یا گمرک به روی وسیله حمل، آسیب دیده یا از بین برود و یا اینکه کارگران و کارکنانِ اعتصابی به محموله حمله برده و آن را نابود کنند.

۳۹- ضبط و توقیف

ممکن است محموله اعم از دریایی یا زمینی توسط مقامات قانونی کشور مبدأ یا مقصد یا توسط اشخاص غیر مسئول توقیف یا ضبط شود و گیرنده کالا از تحویل گرفتن آن محروم بماند.

لزوم تهیه بیمه نامه حمل و نقل

قبلاً درباره انواع روش‌های حمل، حدود مسئولیت حمل کنندگان و خطرات حمل و نقل بحث کردیم، دیدیم که حتی در بهترین وضعیت و با فرض مسئول بودن حمل کننده و توفیق در بازیافت خسارت، احتمال دارد که نتوانیم کل خسارت وارده را بازیافت نماییم. بنابراین باید در جستجوی روش مطمئن تری بود تا بتوان خسارت وارده را تأمین نمود. این روش چیزی نیست جز تهیه بیمه نامه مناسب.

تنها با تهیه بیمه نامه مناسب است که می توان زندگی حرفه ای را در پناه چتر حمایتی بیمه گران با آسایش خاطر ادامه داد.

تعریف بیمه حمل و نقل

بیمه حمل و نقل کالا بیمه‌ای است که به موجب آن بیمه گر متعهد می‌شود در مقابل حق بیمه‌ای که از بیمه گذار دریافت می‌کند چنانچه در جریان حمل کالا از نقطه‌ای به نقطه دیگر در نتیجه وقوع خطرات موضوع بیمه، کالا تلف شده و یا دچار خسارت شود و یا بیمه گذار هزینه‌هایی در رابطه با این خطرات متحمل شود، زیان وارده و هزینه‌های مصروفه را جبران نماید. علاوه بر آن در بعضی موارد زیان وارده بر اشخاص ثالث را نیز جبران کند.

البته نباید فراموش کرد که بیمه نامه نظیر هر قرارداد دیگری دارای شرایطی است و یک بیمه نامه هنگامی مناسب تلقی خواهد شد که کلیه شرایط آن و بالاخص تناسب خطرات پوشش یافته با حساسیت و میزان آسیب پذیری کالای مورد نظر انطباق داشته باشد. به عبارت دیگر بیمه گذار ضمن دقت در تهیه بیمه نامه کلیه وظایف خود را به موقع انجام دهد. برای دریافت بیمه نامه ابتدا باید درخواست کتبی به شرکت بیمه بدهید. این درخواست با تکمیل نمودن فرم پیشنهاد بیمه باربری انجام می‌شود که نمونه آن را درج خواهیم کرد.

بیمه نامه حمل و نقل چگونه به وجود می آید و اجزاء آن کدامند؟

اجزای قرارداد بیمه باربری		
پیشنهاد بیمه باربری	بیمه نامه باربری	کلوزهای بیمه نامه

ذیلاً ضمن مشاهده فرم پیشنهاد، چگونگی تکمیل آن را مرور می کنیم.

نمونه فرم پیشنهاد بیمه باربری وارداتی- صادراتی

مشخصات بیمه گذار:	نام: کد ملی/ شماره ثبت: تاریخ تولد/ سال تأسیس: روز: ماه: سال: تلفن: نشانی: کد پستی:		نمایندگی/ کارگزار: کد:
مشخصات مورد بیمه	نوع کالا: مقدار کالا: نوع بسته بندی: شماره سفارش: شماره و تاریخ پروفرما مبدأ: مقصد: وسیله حمل: مبادی ورود کالا: بانک ذینع- شعبه: حمل به دفعات: مجاز غیر مجاز ترانسشیپمنت: مجاز غیر مجاز		
شرایط و خطرات تحت پوشش	شرایط و خطرات بیمه شده: کلوز A کلوز B کلوز C سایر پوشش های مورد درخواست:		
مبلغ مورد بیمه	نوع ارز: نرخ ارز: مبلغ بیمه شده: ترم خرید کالا:		

اظهارات فوق بر اساس حسن نیت و با آگاهی از شرایط عمومی و خصوصی بیمه نامه باربری وارداتی و صادراتی تنظیم گردیده است.

امضاء بیمه گذار: ..... تاریخ: .....

راهنمای تنظیم پیشنهاد بیمه باربری

همانگونه که ملاحظه می‌فرمایید اولین قسمت پیشنهاد، مربوط به مشخصات بیمه گذار است. توجه داشته باشید که بیمه گذار این پیشنهاد، شخصی است که اسناد کالا به نام وی می‌باشد. بنابراین با رعایت این موضوع ابتدا مشخصات بیمه گذار را در فرم مذکور تکمیل می‌کنیم. بخش بعد مربوط به مشخصات مورد بیمه است. در این مقطع توجه به این موضوع که قرارداد بیمه قراردادی مبتنی بر حد اعلای حسن نیت می‌باشد، حائز اهمیت است و با توجه به اینکه این اطلاعات در دست بیمه گذار است و یا اینکه اطلاعاتی است که قاعدتاً بیمه گذار باید از آن اطلاع داشته باشد؛ باید با دقت کامل اطلاعات شده را در اختیار بیمه گر قرار داد. مشخصات مورد بیمه شامل موارد زیر است: نوع کالا (مثلاً شیشه اتومبیل)؛ مقدار کالا (مثلاً ۸۰۰ جام)؛ نوع بسته بندی (صندوق چوبی) شماره و تاریخ پروفرم (شماره و تاریخ پیش فاکتور خرید کالا که در دست بیمه گذار است. بهتر است یک نسخه کپی پروفرم مذکور هم ضمیمه شود.)؛ مبدأ (مثلاً کره جنوبی) مقصد (محلی است که بیمه گذار کالای دریافتی را به منظورهای مختلف از قبیل توزیع یا مصرف یا انبار سازی در آن قرار می‌دهد و بهتر است به دقت مشخص شود (مثلاً تهران خیابان .... انبار بیمه گذار)؛ وسیله حمل که با توجه به روش حمل ممکن است کشتی، کامیون یا قطار و یا ترکیبی از وسایل حمل باشد (در اینجا باید توجه داشت که منظور از کشتی، کشتی طبقه‌بندی شده است و چنانچه بعداً معلوم شد که کشتی حامل کالا کشتی غیر طبقه بندی است باید سریعاً بیمه گر را در جریان قرار داد و ضمن دریافت الحاقیه تأیید، در صورتی که حق بیمه اضافی منظور شده است نسبت به پرداخت آن اقدام کرد. مبادی ورود کالا یا مرز ورود سؤال دیگری است که در این قسمت باید به آن پاسخ داد. سؤال بعد مربوط به ذینفع بیمه نامه است. هنگامی که بیمه گذار برای ورود کالا از تسهیلات بانکی استفاده می‌نماید بانکی که این تسهیلات را در اختیار بیمه گذار قرار داده در

سلامت به مقصد رسیدن کالا به مقصد ذینفع است و معمولاً باید نام بانک و شعبه مربوطه را ذکر کنیم. برای اینکه پاسخ به سؤال مذکور با دقت بیشتری انجام شود بهتر است کد شعبه بانک هم ذکر شود.

گاه اتفاق می‌افتد که پروفرم‌های اعلام شده مربوط به خرید حجم یا مقدار زیادی کالا باشد. مثلاً هنگامی که یک سازمان دولتی اقدام به خرید چندین هزار تن کالا می‌کند و قرار است این کالا را به قسمت‌های مختلفی تقسیم نموده و به مرور و به دفعات حمل نماید در اینگونه موارد حمل به دفعات یا Partial shipment مطرح است و بیمه گذار در پاسخ به سؤال مربوطه، حمل به دفعات را مجاز اعلام خواهد کرد. گرچه بهتر این است که وارد کننده کالا تا جایی که ممکن است در قرارداد حمل اختیار تغییر وسیله حمل را به حمل کننده نداده و در واقع Transshipmentرا غیر مجاز کند. لیکن مواردی وجود دارد که باید این اختیار را به حمل کننده داد. در اینگونه موارد و به طور کلی در بیشتر موارد بهتر است در تنظیم پیشنهاد بیمه باربری ترانسشیپمنت را مجاز اعلام کنیم تا چنانچه در جریان حمل به هر دلیلی وسیله حمل تغییر کرد رخنه‌ای در پوشش بیمه ای محموله به وجود نیاید.

قسمت بعدی پیشنهاد بیمه باربری مربوط به نوع بیمه ای است که درخواست می‌کنیم. معمولاً این پوشش توسط یکی از کلوزهای A-B-C تأمین می شود ولی در پاره‌ای موارد مثل حمل کالای فاسد شدنی از کلوزهایی که برای بیمه کالاهای خاص تهیه شده استفاده می‌کنیم. کلوزهای A-B-C دامنه پوشش‌های متفاوتی را ارائه می‌کند. کلوز C محدودترین پوشش و کلوز A کامل ترین پوشش بیمه‌ای را ارائه می‌دهند و کلوز B پوشش بیمه‌ای بین این دو شرط را تامین می‌کند.

بخش بعدی پیشنهاد مربوط به ارزش کالایی است که قرار است بیمه شود. در تکمیل این قسمت بهتر است قیمت ارزی محموله و قیمت ریالی آن مشخص شود.

در تعیین ارزش کالا باید کلیه عوامل متشکله قیمت کالا از جمله ارزش خود کالا، مبلغ کرایه حمل، هزینه‌های جانبی کالا بعلاوه ۲۰٪ آن و سود احتمالی مورد انتظار را محسوب کرد. معمولاً بیمه‌گران ارزش فوب FOB کالا و ارزش C&F کالا به علاوه ۱۰٪ آن را به عنوان ارزش کالا می‌پذیرند. بانک‌ها نیز بر اساس مقررات UCP از رویه مشابهی پیروی می‌کنند. بنابراین بهتر است در تنظیم پیشنهاد بیمه باربری همین روال را رعایت کنیم.

مبلغ بیمه شده:			
ارزش ارزی =	CFR + 10 ٪	یا	FOB + 20 ٪
ارزش ریالی =	نرخ تسعیر × ارزش ارزی (مبلغ بیمه)		
حق بیمه =	نرخ بیمه × مبلغ بیمه شده		

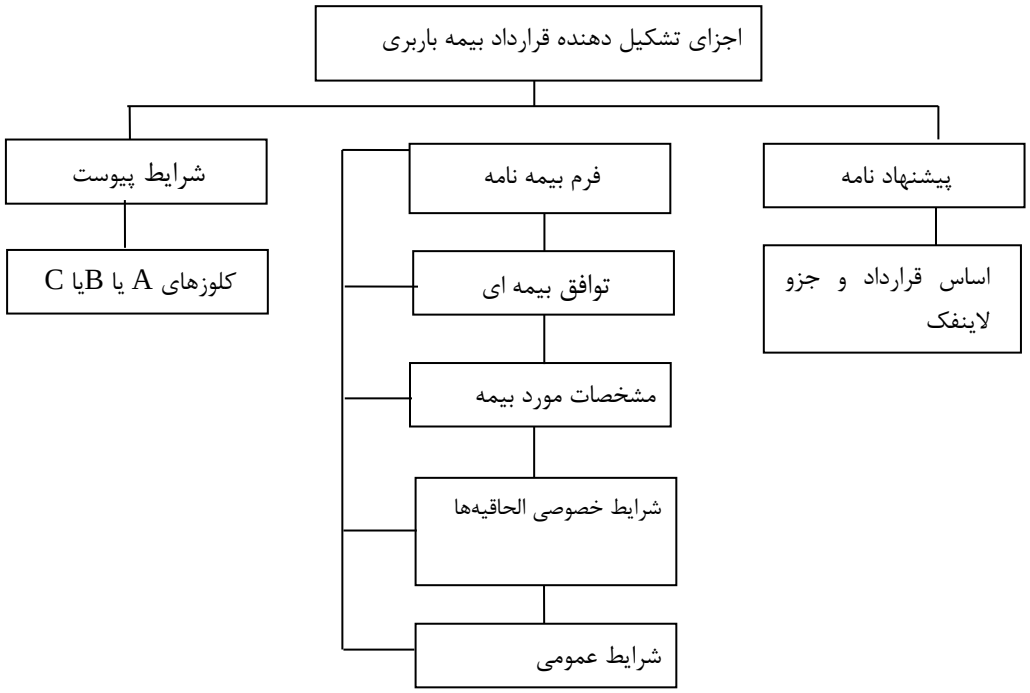
در جدول فوق ملاحظه می‌شود که حق بیمه از حاصل ضرب مبلغ ارزی بیمه شده، نرخ تسعیر ارز، ضریب افزایش مبلغ بیمه و نرخ بیمه به دست می‌آید.

نرخ بیمه طبق رویه مرسوم از تعرفه بیمه باربری استخراج می شود و بدین ترتیب است که در مورد کلوز Cنرخی یکسان برای انواع کالا محسوب می‌شود. لیکن در مورد کلوز B بر اساس نوع کالا و با توجه به حساسیت آن در مقابل خطرات، جدولی تهیه شده که نام کالاها در یک سمت و نرخ بیمه آنها در سمت دیگر مشخص شده و با مراجعه به جدول مذکور نرخ بیمه را پیدا می‌کنیم. نرخ بیمه انواع کالا با استفاده از کلوز A معادل نرخ بیمه همان کالا در کلوز B به علاوه ۲۰٪ می‌باشد. فرضاً اگر نرخ بیمه حمل محموله‌ای با استفاده از کلوز B یک درصد باشد نرخ بیمه همان محموله با استفاده از کلوز A بیست درصد بیشتر از نرخ کلوز B یعنی معادل ۲۱٪ درصد می‌باشد. لازم به توضیح است که هم سو با سیاست آزاد سازی نرخ‌ها، بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران تعرفه بیمه باربری را حذف نموده و هر یک از شرکت‌های بیمه، تعرفه اختصاصی برای واحدهای صدور خود تهیه کرده‌اند.

حال که پیشنهاد بیمه تکمیل شد کارشناسان صدور بیمه باربری، اطلاعات مندرج در پیشنهاد بیمه را به فرم بیمه نامه باربری منتقل نموده و ضمن کنترل محاسبات ارزش مورد بیمه و تنظیم شرایط خصوصی بیمه نامه از جمله کلوز بیمه مورد درخواست بیمه گذار، با اعمال نرخ بیمه، حق بیمه را تعیین و بیمه نامه را صادر می‌نمایند. لازم به ذکر است که اداره صدور بیمه نامه علاوه بر مهر و امضاء نمودن بیمه نامه، کلوز درخواستی بیمه گذار را به آن ضمیمه می‌کند. ضمناً پشت فرم بیمه نامه باربری در بر گیرنده شرایطی موسوم به شرایط عمومی بیمه باربری می‌باشد.

با این حساب اجزاء تشکیل دهنده قرارداد بیمه باربری (بیمه نامه باربری) به ترتیب زیر است.

تعریف و تفسیر اجزاء قرارداد بیمه باربری



پیشنهاد بیمه اساس قرارداد و جزو لاینفک بیمه نامه باربری است. به همین علت است که هرگاه در خسارتی بین بیمه گر و بیمه گذار اختلافی روی دهد به عنوان سندی معتبر به آن رجوع می‌شود. در تحکیم این موضوع در شرایط عمومی بیمه باربری- فصل اول ماده ۱ چنین پیش بینی شده است:

«این بیمه نامه بر اساس قانون بیمه مصوب اردیبهشت ۱۳۱۶ و پیشنهاد بیمه گذار (که جزو لاینفک این بیمه نامه می‌باشد) تنظیم گردیده و مورد توافق طرفین می‌باشد. آن قسمت از پیشنهاد بیمه گذار که مورد قبول بیمه گر واقع نشده و هم زمان یا قبل از صدور بیمه نامه کتباً به بیمه گذار اعلام شده است جزو تعهدات بیمه گر محسوب نمی‌گردد.»

به همین دلیل تنظیم دقیق پیشنهاد بیمه حائز اهمیت است. قبلاً با چگونگی تکمیل پیشنهاد بیمه باربری آشنا شدیم.

حال به بررسی فرم بیمه نامه می‌پردازیم.

شکل بیمه نامه باربری

بیمه نامه باربری فرمی است که از قسمت‌های زیر تشکیل شده است:

نام، آدرس و علامت اختصاصی بیمه گر

فرم‌های بیمه نامه‌ای که توسط شرکت‌های بیمه چاپ می شود دارای این مشخصات می‌باشد.

توافق بیمه‌ای به شرح زیر:

شرکت بیمه ... بر اساس پیشنهاد مورخ ... بیمه گذار و به موجب قانون بیمه و شرایط خصوصی و عمومی مندرج در متن و ظهر و پیوست این بیمه نامه، تعهد می‌نماید در ازای دریافت حق بیمه مقرر، خساراتی که در نتیجه وقوع خطرات بیمه شده به مورد بیمه وارد آید، جبران نماید.

مشخصات بیمه نامه

شامل: شماره بیمه نامه، تاریخ صدور، نام نماینده بیمه و کد او

مشخصات بیمه گذار

شامل: نام، کد ملی یا شماره ثبت، آدرس، کد پستی، ذینفع

توضیح: بهتر است بیمه گذار شخصی معرفی شود که اسناد کالا به نام اوست.

مشخصات مورد بیمه

نوع کالا- مقدار کالا- نوع بسته بندی- شماره سفارش- شماره و تاریخ پروفرما- وسیله حمل- مرز ورودی یا خروجی کالا- مبدأ - مقصد.

توضیح اینکه مشخصات فوق از پیشنهاد بیمه تکمیل شده توسط بیمه گذار استخراج می‌شود.

شرایط و خطرات بیمه شده

شرایط فوق بر اساس تقاضای بیمه گذار تنظیم می‌شود.

شرایط خصوصی

توافقاتی است که علی رغم شرایط عمومی و شرایط پیوست بیمه نامه، بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار به عمل می‌آید و به همین دلیل بر آن دو شرایط ارجحیت دارد.

مبلغ مورد بیمه و حق بیمه

مبلغ بیمه شامل: حاصل ضرب مبلغ ارزی، ضریب افزایش مبلغ بیمه (۲۰٪ برای FOB یا ۱۰٪ برای CFR)، نرخ ارز می‌باشد و حق بیمه با توجه به نرخ حق بیمه ضرب در مبلغ مورد بیمه محاسبه می‌شود.

در صفحه بعد نمونه‌ای از فرم بیمه نامه باربری صادراتی وارداتی را ملاحظه می‌فرمایید.

بیمه نامه باربری (قرارداد بیمه باربری)

(صادراتی- وارداتی)

شرکت بیمه ..... در ازای دریافت حق بیمه مندرج در این بیمه نامه متعهد می‌شود خسارت‌هایی را که در نتیجه وقوع خطر یا خطرهای بیمه شده به مورد بیمه وارد آید با توجه به شرایط خصوصی، شرایط پیوست، شرایط عمومی و قانون بیمه جبران نماید.

شماره بیمه نامه .....

تاریخ صدور: ..... نمایندگی: .....

شماره و تاریخ پیشنهاد:

بیمه گذار: شرکت ..... به نفع بانک ..... شعبه ..... کد .....

نشانی: تهران، خیابان .....

مورد بیمه: ۱۲۰۰حلقه لاستیک ***** ۱۷۵/۷۰ و۳۰۰ حلقه لاستیک ****** ۱۶۵/۶۵

علامت، شماره و نوع بسته بندی: حلقه — تاریخ و شماره پروفرما: *******

مبدأ: ترکیه — طریق حمل: زمینی

مقصد: تهران، انبار بیمه گذار — وسیله حمل: کامیون

مبلغ بیمه شده: ****** ریال — معادل: ***** دلار آمریکا CFR + ۱۰٪

حق بیمه باربری: ****** ریال — معادل: *** دلار

نرخ حق بیمه: ..... در هزار — نرخ ارز: هر ۱ دلار آمریکا ..... ریال

شرایط و خطرهای بیمه شده:

۱- خطرهای مندرج در شرایط C طبق کلوز پیوست به انضمام عدم تحویل

۲- مدت اعتبار بیمه نامه طبق مواد ۸ و ۹ شرایط پیوست می‌باشد.

۳- در مورد خسارت‌های مشهود اعلام خسارت و ارائه مورد بیمه جهت بازدید باید در مدت اعتبار بیمه نامه انجام پذیرد، در غیر این صورت بیمه گر نسبت به جبران خسارت تعهدی نخواهد داشت.

۴- در مورد خسارت‌های نامشهود مهلت اعلام خسارت و ارائه مورد بیمه جهت بازدید حداکثر پنج روز پس از مدت های مندرج در مواد ۸ و ۹ شرایط پیوست خواهد بود.

از بین رفتن کلی یک بسته کامل در حین بارگیری، تخلیه و یا انتقال از یک وسیله به وسیله دیگر تحت پوشش این بیمه نامه می‌باشد.

- پارت شیپمنت مجاز است. (حمل مکرّر)
- ترانس شیپمنت مجاز است. (حمل با انتقال به کشتی یا وسیله دیگر مجاز است)

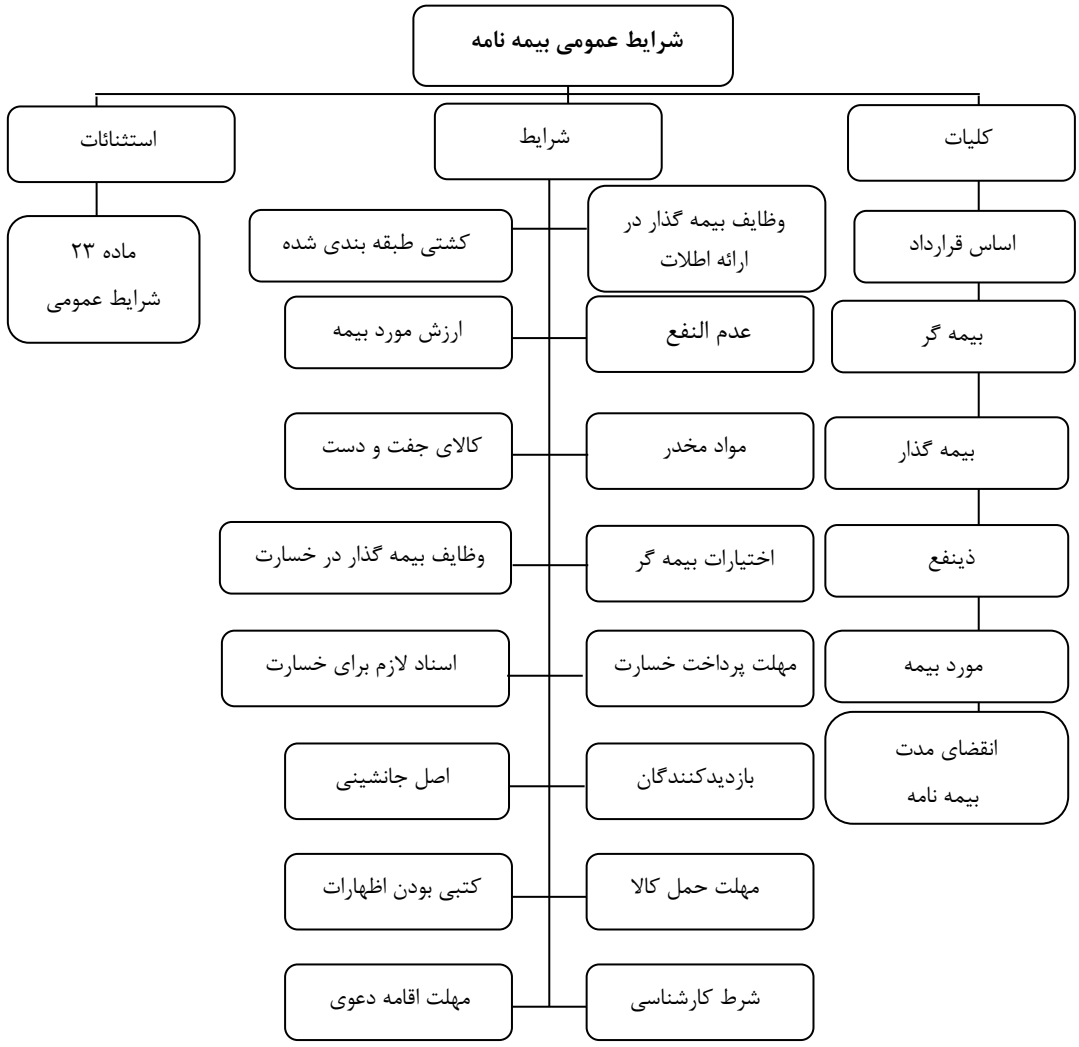
لطفاً حق بیمه را به حساب جاری شماره ..... این شرکت نزد بانک..... شعبه ..... واریز نمایید.

در صورت تعارض بین شرایط سه گانه، به ترتیب شرایط خصوصی (مندرج در بیمه نامه یا اوراق الحاقی)، شرایط پیوست و شرایط عمومی حاکم خواهد بود. حق بیمه این بیمه نامه باید قبل از حمل پرداخت گردد و پس از شروع تعهد بیمه گر، غیر قابل برگشت می‌باشد.

خسارت در ایران مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت و به ریال پرداخت خواهد شد، مگر آنکه خلاف آن شرط شده باشد. در صورت وقوع حادثه منجر به خسارت در خارج از مرزهای کشور جمهوری اسلامی ایران، ارائه بازدید نمایندگی لویدز از مورد بیمه توسط بیمه گذار ضروری می‌باشد.

شرایط عمومی بیمه نامه باربری: شرایط استانداردی است که در سه فصل و ۲۳ ماده توسط شورایعالی بیمه تصویب و برای اجرا به شرکت های بیمه ابلاغ شده است و کلیه شرکت‌های بیمه مکلفند آن را در پشت فرم بیمه نامه های خود چاپ نمایند.

ذیلاً ابتدا دیاگرام نشان دهنده شکل کلی شرایط عمومی و سپس مصوبه شورایعالی بیمه در خصوص موضوع فوق را ملاحظه می‌فرمایید.



مصوبه شورایعالی بیمه- آیین نامه شماره ۳۶۰

شرایط عمومی بیمه باربری

شورایعالی بیمه در اجرای بند ۳ ماده ۱۷ قانون تأسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه گری شرایط عمومی بیمه باربری را در جلسه مورخ ۱۳۷۵/۰۵/۲۹ به شرح زیر تصویب نمود که از تاریخ ..... توسط شرکت‌های بیمه به مرحله اجرا درآید.

بیمه نامه باربری

نام بیمه گر ..... سال تأسیس ...../...../..... سرمایه ..... ریال، ذخایر قانونی ..... ریال، شماره ثبت ..... تهران، خیابان ..... تلفن ..... عنوان تلگرافی ..... شماره تلکس ..... شماره تله فاکس ..... نمایندگی ..... کد نمایندگی ..... شماره سری ..... محل صدور ..... واحد صدور ..... تاریخ صدور ...../...../.....

بیمه نامه باربری کالا

شماره و تاریخ پرسشنامه یا پیشنهاد ..... شماره بیمه نامه ..... نام و نشانی پستی بیمه گذار: .....

نام و نشانی پستی ذینفع : .....

جدول مشخصات

مشخصات کالای مورد بیمه: .....وسیله حمل و مشخصات آن: .....

ارزش کالای مورد بیمه: ..... حداکثر مبلغ در هر حمل: .....

نام شرط یا شرایط چاپی (کلوز پیوست)

مقصد:	مبدأ:
نرخ بیمه:	از طریق:
مبلغ حق بیمه به عدد:	مبلغ حق بیمه به حروف:
نوع بسته بندی و علائم آن:	حق تمبر به ریال:

هرگاه بین شرایط بیمه نامه، تعارضی به وجود آید، به ترتیب شرایط خصوصی، شرایط پیوست و شرایط عمومی حاکم خواهد بود.

منظور از شرایط خصوصی توافق‌هایی است که در حدود مصوبات شورایعالی بیمه و یا شرایط عمومی بین بیمه گر و بیمه گذار به عمل آمده و در بیمه نامه یا اوراق الحاقی درج می‌گردد.

منظور از شرایط پیوست، شرایط سه گانه A و B و C و یا سایر شرایط مربوط به حمل کالاهای خاصی می‌باشد که تحت عناوین و به صورت چاپی به بیمه نامه الصاق می‌گردد.

منظور از شرایط عمومی، مفاد مواد یکم الی بیست و سوم بیمه‌نامه می‌باشد که تحت سرفصل‌های کلیات، شرایط و استثنائات درج گردیده است.

حق بیمه این بیمه نامه پس از شروع تعهد بیمه گر غیر قابل برگشت می‌باشد.

امضاء بیمه گر

بخش اول- ماده ۱: اساس قرارداد

این بیمه نامه بر اساس قانون بیمه مصوب اردیبهشت ماه سال ۱۳۱۶ و پیشنهاد بیمه گذار (که جزء لاینفک بیمه نامه می‌باشد)، تنظیم گردیده و مورد توافق طرفین می‌باشد.

آن قسمت از پیشنهاد بیمه گذار که مورد قبول بیمه گر واقع نگردیده و هم زمان یا قبل از صدور بیمه نامه کتباً به بیمه گذار اعلام شده است جزء تعهدات بیمه گر محسوب نمی‌گردد.

ماده ۲: بیمه گر

بیمه‌گر شرکت بیمه‌ای است که مشخصات آن در این بیمه نامه قید گردیده و جبران خسارت احتمالی را طبق شرایط مقرر در این بیمه نامه بر عهده دارد.

ماده ۳: بیمه گذار

بیمه گذار شخص حقیقی یا حقوقی مذکور در بیمه نامه می باشد که پوشش بیمه را امضاء نموده و متعهد پرداخت حق بیمه آن است.

ماده ۴: ذینفع

ذینفع شخص حقیقی یا حقوقی مذکور در بیمه نامه اعم از بیمه گذار یا غیر آن است که حق مطالبه و دریافت تمام یا قسمتی از خسارت وارد به مورد بیمه را دارا می‌باشد.

ماده ۵: مورد بیمه

مورد بیمه اموال مندرج در جدول مشخصات این بیمه نامه می‌باشد.

ماده ۶: انقضاء مدت بیمه

انقضای این بیمه بر اساس شرط ۸ کلوز پیوست می‌باشد. لیکن در مورد حمل غیر دریایی یا ترکیبی یکی از شرایط زیر، جایگزین شرط ۳، ۱، ۸ کلوزهای A و B و C می‌گردد.

۱ ، ۶ در مورد حمل هوایی ۳۰ روز پس از رسیدن هواپیمای حامل کالا به فرودگاه کشور مقصد.

۲ ، ۶ در مورد حمل زمینی ۶۰ روز پس از ورود کالا به مرز زمینی کشور مقصد.

مدت‌های یاد شده در این ماده با درخواست بیمه گذار و موافقت بیمه گر و پرداخت حق بیمه اضافی قابل تمدید می‌باشد.

بخش دوم: شرایط- ماده ۷: حمل کالا با کشتی طبقه بندی شده

حمل دریایی مورد بیمه باید به وسیله کشتی طبقه بندی شده صورت پذیرد، در غیر این صورت بیمه گذار موظف است مشخصات کشتی و یا شناورهای مورد نظر را قبل از شروع حمل به بیمه گر اعلام نموده و موافقت بیمه گر را اخذ نماید. چنانچه حمل کالا با کشتی طبقه بندی نشده بدون اطلاع بیمه گذار صورت گرفته باشد، بیمه گذار موظف است مراتب را بلافاصله پس از اطلاع به بیمه گر اعلام نموده و شرایط و اضافه نرخ مربوط به حمل کالا با کشتی طبقه بندی نشده را قبول نماید.

ماده ۸: وظیفه بیمه گذار در ارائه اطلاعات به بیمه گر

بیمه گذار موظف است کلیه اطلاعات راجع به حمل کالا و دفعات آن از جمله مشخصات وسیله و یا وسایل حمل، حداکثر ارزش کالا در هر حمل، تاریخ حرکت آنها و همچنین بهای هر قسمت از محمولات بیمه شده را قبل یا بلافاصله بعد از حمل و به هر حال قبل از ورود وسیله حمل به مقصد به بیمه گر اعلام نماید. در غیر این صورت حسب مورد بر اساس مواد ۱۲ و ۱۳ قانون بیمه عمل خواهد شد.

ماده ۹: ارزش مورد بیمه

چنانچه بین بیمه گذار و بیمه گر توافق خاص صورت نپذیرفته باشد قیمت مورد بیمه عبارت از مجموع قیمت خرید کالا، هزینه حمل و عدم النفع موضوع ماده ۱۰ می‌باشد.

ماده ۱۰: عدم النفع

میزان عدم النفع این بیمه نامه معادل ده درصد مجموع قیمت خرید کالا و هزینه حمل می‌باشد مگر آنکه صریحاً توافق دیگری شده باشد.

ماده ۱۱: کالاهایی که به صورت جفت یا دست عرضه می‌شوند

مسئولیت بیمه گر در مورد کالاهایی که به صورت جفت یا دست عرضه می‌شوند، بدون توجه به ارزش جفت یا دست بودن آن بیش از قیمت قسمت خسارت دیده به تناسب مبلغ بیمه شده نخواهد بود، مگر آنکه صریحاً توافق دیگری شده باشد.

ماده ۱۲: مواد مخدر

به موجب این بیمه نامه حمل و نقل مواد مخدر بیمه نمی باشد، مگر آنکه:

۱، ۱۲ نام مواد مخدر و کشورهای صادر کننده و واردکننده آن صریحاً در بیمه نامه قید شده باشد.

۲ ، ۱۲ پروانه یا گواهی صادر شده از طرف مرجع صلاحیت دار کشوری که ماده مخدر به آن کشور وارد می‌شود دایر بر اینکه ورود محموله به آن کشور مجاز می‌باشد یا آنکه پروانه یا گواهی از طرف مرجع صلاحیت‌دار کشوری که ماده مخدر از آنجا صادر شده است دایر بر اینکه صدور آن محموله به مقصد مندرج در بیمه نامه از طرف کشور گیرنده ماده مخدر تأیید شده است، جزء مدارک خسارت به بیمه گر تسلیم شود.

۳ ، ۱۲ مسیر حمل ماده مخدر، مسیر معمولی و عادی برای حمل آن نوع مواد تلقی شود.

ماده ۱۳: وظایف بیمه گذار در صورت وقوع خسارت

بیمه گذار و یا نمایندگان او ملزم به رعایت موارد ذیل می‌باشند:

۱، ۱۳ برای هر بسته‌ای که مفقود شده بلافاصله از متصدان حمل و نقل و یا مقامات بندر یا متصرفان دیگر کالا کتباً درخواست خسارت نمایند.

۲، ۱۳ در مورد خسارات مشهود به محض اطلاع و قبل از تحویل گرفتن مورد بیمه تقاضای بازدید از متصدیان حمل و نقل و یا سایر متصرفان کالا را به صورت کتبی نموده و نسبت به خساراتی که در هنگام بازدید مشخص می‌گردد، گواهی مربوطه را که به امضای آنها رسیده باشد دریافت و از نامبردگان درخواست پرداخت خسارت نمایند.

۳ ،۱۳ در مواردی که از سالم بودن کامل کالا مطمئن نباشند، به هیچ وجه نباید رسید بدون قید و شرط به متصدیان حمل و نقل بدهند (در چنین مواردی باید حق خود را برای مطالبه خسارت با قید در ورقه بارنامه یا رسیدی که به متصدیان حمل و نقل می‌دهند محفوظ دارند.)

۴، ۱۳ هرگاه در موقع تحویل کالا زیان یا آسیبی مشهود نباشد، بیمه گذار یا نمایندگان وی بایستی حداکثر ظرف سه روز از تاریخ تحول کالا و اطلاع از خسارت، مرتب را کتباً با پست سفارشی یا تلگرام یا اظهارنامه به متصدیان حمل و نقل اعلام نماید.

تذکر: به صاحبان کالا و نمایندگان ایشان توصیه می‌شود که مقررات ادارات و گمرک بندر تخلیه را دقیقاً مطالعه و رعایت نمایند.

۵، ۱۳ در مواردی که تمام یا قسمتی از کالا از طرف مؤسسه حمل و نقل به بیمه گذار و یا نمایندگان او تحویل نشود، نامبردگان موظفند که پس از تنظیم صورت مجلس کسر تخلیه، گواهی کتبی عدم تحویل را از مؤسسه مزبور بخواهند. در صورتی که گواهی عدم تحویل در موعدهای مقرر در زیر صادر نشد بیمه گذار بایستی حداکثر ظرف مدت یک هفته درخواست خسارت را به موجب اظهارنامه رسمی از مؤسسه حمل و نقل بنماید و مراتب را به بیمه گر اطلاع دهد.

۱،۵،۱۳ در صورت حمل با کشتی حداکثر ۷ ماه پس از تخلیه کالا از کشتی

۲،۵،۱۳ در صورت حمل با کامیون و قطار حداکثر ۷ ماه پس از ورود وسیله حمل به مرز

۳،۵،۱۳ در صورت حمل با هواپیما حداکثر سه ماه پس از تخلیه کالا از هواپیما

۶، ۱۳ بیمه گذار و یا نمایندگان او موظفند در مورد خسارت مشهود که به موجب این بیمه نامه بیمه گر تعهد جبران آن را دارد چنانچه مورد بیمه در ید متصدیان حمل و نقل است؛ قبل و یا بلافاصله پس از تحویل گرفتن کالا از آنها و چنانچه خسارت در انبار گمرگ مشاهده شود؛ قبل از تحویل گرفتن از انبار، مراتب را به بیمه گر یا مؤسسات مجازی که توسط بیمه مرکزی ایران معرفی خواهند شد، اعلام نموده و درخواست بازدید از کالا را بنماید.

ماده ۱۴: اختیارات بیمه گر در مورد اموال خسارت دیده

بیمه گر می‌تواند ضمن توافق با بیمه گذار، اموال خسارت دیده و نجات داده شده را تعمیر، تعویض و یا تصاحب نماید. در صورت تصاحب هر قسمت از مورد بیمه آسیب دیده توسط بیمه گر در مقابل پرداخت خسارت کامل آن قسمت (صرف نظر از فرانشیز) بیمه گذار موظف است نسبت به انتقال مالکیت قسمت مربوطه به بیمه گر اقدام نماید.

تعمیر و یا تعویض مورد بیمه خسارت دیده توسط بیمه گر باید ظرف مدتی که عرفاً کمتر از آن نمی‌شود، انجام پذیرد.

ماده ۱۵: اسنادی که برای درخواست خسارت بایستی به بیمه گر تسلیم گردد

بیمه گذار و یا نمایندگان وی موظفند در اسرع وقت کلیه اسناد و مدارک مربوط به خسارت را به بیمه گر تسلیم نمایند. از جمله اسناد یاد شده عبارتند از :

۱، ۱۵ اصل بیمه نامه یا گواهی بیمه.

۲، ۱۵ اصل سیاهه (فاکتور) کالا با مشخصات کامل و صورت توزین و بسته بندی.

۳، ۱۵ کلیه نسخ اصلی بارنامه دریای و یا بارنامه‌های دیگر.

۴، ۱۵ صورت وضعیت کالا در موق تحویل گرفتن و صورت وضعیت میزان توزین کالا در آخرین مقصد مندرج در بیمه نامه.

۵، ۱۵ مکاتبات متبادله با متصدیان حمل و نقل و اشخاص دیگر مندرج در ماده ۱۳.

۶، ۱۵ در صورت عدم تحویل کالا علاوه بر اسناد و مدارک فوق، برگ رسمی گواهی عدم تحویل صادره از طرف مؤسسه حمل و نقل نیز بایستی باتوجه به مقررات مندرج در بند ۵ از ماده ۱۳ به بیمه‌گر تسلیم گردد.

۷، ۱۵ جواز سبز گمرکی و صورت مجلس کشف اختلاف در صورت صدور.

۸، ۱۵ گواهی مبدأ

۹، ۱۵ گزارش بازدید خسارت که بایستی توسط بیمه گر یا یکی از مؤسسات مجازی که توسط بیمه مرکزی ایران معرفی گردیده اند؛ تهیه شده باشد.

چنانچه بیمه گر علاوه بر اسناد فوق الذکرنیاز به مدارک دیگری داشته باشد می‌بایست بلافاصله از بیمه گذار مطالبه نماید و بیمه گذار موظف است مدارک مورد نیاز را در اختیار او قرار دهد.

ماده ۱۶: مهلت پرداخت خسارت

بیمه گر مکلف است حداکثر ظرف مدت چهار هفته پس از دریافت اسناد و مدارکی که به استناد آنها بتواند حدود مسئولیت خود و میزان خسارت وارده را تشخیص دهد اقدام به تسویه و پرداخت خسارت نماید.

ماده ۱۷: اصل جانشینی

کلیه حقوق بیمه گذار در مقابل اشخاص ثالث به لحاظ تقصیر یا مسئولیت اشخاص مذکور در ایجاد حادثه تا میزان خسارت پرداخت شده به بیمه گر، منتقل می‌گردد و اگر بیمه گذار اقدامی کند که منافی با حق مذکور باشد در مقابل بیمه گر مسئول شناخته می‌شود.

ماده ۱۸: بازدیدکنندگان

بازدید نمایندگان بیمه گر یا مؤسسات بازدیدکننده مجاز از خسارت و صدور گزارش بازدید از طرف ایشان به منزله قبول تعهد از طرف بیمه گر نمی‌باشد.

ماده ۱۹: کتبی بودن اظهارات

هرگونه پیشنهاد و اظهار بیمه گذار و بیمه گر بایستی کتباً به آخرین نشانی اعلام شده ارسال گردد.

ماده ۲۰: مهلت حمل کالا

بیمه گذار موظف است کالای موضوع این بیمه نامه را حداکثر در مدت ۲ سال از تاریخ صدور بیمه نامه حمل نماید. در غیر این صورت بیمه نامه فاقد اعتبار بوده و بیمه گر تعهدی نسبت به جبران خسارات مربوط به محمولاتی که بعد از مهلت مقرر حمل می‌گردد؛ ندارد. حق بیمه مربوط به محمولات حمل نشده با توجه به مستندات ارائه شده توسط بیمه گذار قابل استرداد خواهد بود.

ماده ۲۱: مهلت اقامه دعوی

بیمه گر و بیمه گذار توافق نمودند که کلیه دعاوی ناشی از این بیمه نامه را از تاریخ ابطال یا فسخ آن یا انقضای مدت بیمه ظرف یکسال و در صورت وقوع حادثه موضوع بیمه ظرف دو سال از تاریخ وقوع حادثه علیه یکدیگر اقامه نمایند و هر گونه ادعایی پس از انقضای مدت‌های یاد شده را از خود ساقط نمودند. مرور زمان با ارسال نامه سفارشی، تلگرام یا اظهارنامه قطع می‌شود. مدت مرور زمان جدید بعد از انقطاع، یک سال است.

ماده ۲۲: شرط کارشناسی

اختلافات ناشی از این بیمه نامه به هیئت کارشناسی متشکل از دو نفر کارشناس خبره که هر یک از طرفین انتخاب خواهند کرد و یک کارشناس خبره که به وسیله آن دو انتخاب خواهد شد؛ واگذار و نظر اکثریت هیئت کارشناسی برای هر یک از طرفین معتبر و لازم الرعایه خواهد بود.

بخش سوم: استثنائات- ماده ۲۳: خسارات غیرقابل پرداخت

علاوه بر موارد ذکر شده در شرایط پیوست، خسارات ناشی از تحقق خطرات زیر نیز تحت پوشش بیمه نمی‌باشد.

۱، ۲۳ اشعه یون ساز و آلودگی به وسیله مواد رادیو اکتیو ناشی از هرگونه سوخت یا فضولات هسته‌ای

۲، ۲۳ عدم قبول ورود کالا از طرف بیمه گذار و یا ممانعت از ورود کالا توسط مقامات کشور وارد کننده کالا

شرایط پیوست بیمه نامه باربری یا کلوزهای A-B-C

کلوز A بیمه تمام خطر است و کالای مورد بیمه را در مقابل کلیه خطرات به غیر از مواردی که استثناء شده است؛ بیمه می‌کند.

شرط ۱ کلوز A که به شرط خطرات معروف است عنوان می‌کند:

این بیمه کلیه خطرات (به جز موارد مندرج در بندهای ۴، ۵، ۶، ۷) را که موجب تلف شدن یا آسیب به مورد بیمه می‌گردد؛ تحت پوشش قرار می‌دهد.

شرایط B ضمن رعایت استثنائات، کالا را در مقابل خطرات مشخصی بیمه می‌کند.

شرایط C خطرات محدودتری را تحت پوشش قرار می‌دهد.

مجموعه خطراتی که در هر سه کلوز (A-B-C)پوشش دارند				
خطرات بیمه شده	**C**	**B**	**A**	**توضیحات**
۱- آتش سوزی و انفجار	✓	✓	✓	
۲- به گل نشستن، زمین گیر شدن، برخورد با کف دریا، رق شدن، واژگون شدن (کشتی یا شناور)	✓	✓	✓	
۳- واژگون شدن یا از خط خارج شدن وسیله حمل زمینی	✓	✓	✓	
۴- تصادم یا برخورد کشتی، شناور یا وسیله حمل دیگر با هر جسم خارجی	✓	✓	✓	منظور برخورد کالاها با یکدیگر به علت طوفان یا در حین حمل زمینی نیست
۵- تخلیه کالا در بندر اضطراری	✓	✓	✓	
۶- تفدیه کالا در جریان زین همگانی	✓	✓	✓	
۷- به دریا انداختن کالا برای سبک سازی	✓	✓	✓	

مجموعه خطراتی که در هر سه کلوز (A-B)پوشش دارند			
خطرات بیمه شده	**B**	**A**	**توضیحات**
۸- زلزله، آتشفشان یا صاعقه	✓	✓	
۹- به دریا افتادن کالا از روی عرشه	✓	✓	
۱۰- ورود آب دریا، دریاچه، رودخانه به کشتی، شناور، محفظه کالا، کانتینر، لیفت وان یا محل انبار	✓	✓	
۱۱- تلف کلی هر بسته در کشتی یا شناور و یا تلف کلی هر بسته به علت افتادن در هنگام بارگیری و یا تخلیه از کشتی و یا شناور	✓	✓	محدود به بندر مقصد یا مبدأ نیست و شامل تخلیه و بارگیری در حین ترانسشیپمنت نیز می شود.

مجموعه خطراتی که در هر سه کلوز (A)پوشش دارند		
خطرات بیمه شده	**A**	**توضیحات**
۱۲- طوفان	✓	
۱۳- دزدی دریایی	✓	
۱۴- آسیب و تخریب عمدی مورد بیمه، تؤام با سوء نیت از طرف هر شخص	✓	
۱۵- خسارت های ناشی از باران، آفتاب و دم کردن	✓	
۱۶- دزدی، دله دزدی و عدم تحویل	✓	
۱۷- ساییدگی، زنگ زدگی، نشت و شکستگی	✓	
۱۸- لب پریدگی، کج شدن، خراشیدگی و ضربه دیدن	✓	
۱۹- کالای مجاور و روغن زدگی	✓	
۲۰- خسارت ناشی از چنگک	✓	
۲۱- کرم زدگی، موش خوردگی، آفت زدگی و ...	✓	
۲۲- ریزش و کسری	✓	

الحاقیه

پس از صدور بیمه نامه، ممکن است انجام تغییراتی در مفاد آن ضروری باشد؛ یا اینکه در مدت اعتبار بیمه نامه تغییراتی به وجود بیاید که لحاظ نمودن آن لازم باشد.

هرگونه تغییر در شرایط یا مفاد بیمه نامه به موجب سندی به نام الحاقیه تنظیم و امضاء شده و ضمیمه بیمه نامه می‌شود. بدین معنی که بیمه گذار تغییر مورد نظر را از بیمه گر درخواست می‌نماید. بیمه گر با توجه به درخواست مذکور الحاقیه مورد نظر را تنظیم، صادر و مهر و امضاء نموده و به بیمه گذار تسلیم می‌کند.

الحاقیه‌های بیمه باربری با توجه به تغییراتی که ممکن است در اطلاعات مربوط به مورد بیمه یا بیمه گذار به وجود آید می‌توانند به یکی از شکل‌های زیر باشند:

الحاقیه بدون مبلغ

این الحاقیه در مواردی که ارزش مورد بیمه یا کیفیت خطر یا دامنه پوشش آن تغییری نکرده، لیکن اطلاعاتی از قبیل آدرس بیمه گذار، نام بیمه گذار، ذینفع بیمه نامه و این قبیل غییر یافته؛ صادر می‌شود.

الحاقیه افزایشی

این الحاقیه زمانی صادر می‌شود که مبلغ بیمه افزایش یافته یا دامنه پوشش بیمه نامه مثلاً از C به B یا A توسعه یابد یا اینکه محموله به جای حمل با کشتی طبقه بندی شده با کشتی غیر طبقه بندی شده یا با موتور لنج حمل شود. یا اینکه بیمه گذار درخواست پوشش بیمه برای خطر اضافی نظیر جنگ یا اعتصاب را نموده باشد؛ صادر می‌شود و معمولاً بیمه گذار باید مبلغی حق بیمه اضافی پرداخت کند.

الحاقیه تمدید مدت بیمه نامه

این الحاقیه نیز نوعی الحاقیه افزایشی است که به منظور افزایش مدت اعتبار بیمه نامه باربری صادر می‌شود.

گاه اتفاق می‌افتد که محموله در بندر مقصد از کشتی تخلیه شده یا از مرز عبور کرده و در گمرک منتظر انجام تشریفات لازم برای ترخیص و حمل به مقصد نهایی یا کارخانه می‌باشد، اما مهلت تعیین شده در بیمه نامه در حال تمام شدن است.

در اینگونه موارد بیمه گذار باید قبل از انقضاء مهلت های تعیین شده در بیمه نامه نسبت به تمدید آنها اقدام نماید.

بدین ترتیب مدت اعتبار بیمه نامه با دریافت حق بیمه اضافی و صدور الحاقیه، افزایش می‌یابد. نرخ تمدید بیمه نامه‌های باربری بر مبنای کسر ۱۵ روز و به قرار زیر است:

۱. بیمه نامه‌های صادره با شرط C

برای پانزده روز اول یک در هزار مبلغ بیمه شده

برای پانزده روز دوم یک و نیم در هزار مبلغ بیمه شده

برای پانزده روز سوم دو در هزار مبلغ بیمه شده

برای پانزده روز چهارم و هر پانزده روز بعدی دو و نیم در هزار مبلغ بیمه شده

۲. بیمه نامه های صادره با شرط A وB

برای پانزده روز اول ۱۰٪ نرخ بیمه نامه، مشروط بر اینکه از دو در هزار مبلغ بیمه شده کمتر نباشد.

برای پانزده روز دوم ۱۵٪ نرخ بیمه نامه، مشروط بر اینکه از دو و نیم در هزار مبلغ بیمه شده کمتر نباشد.

برای پانزده روز سوم ۲۰٪ نرخ بیمه نامه، مشروط بر اینکه از سه در هزار مبلغ بیمه شده کمتر نباشد.

برای پانزده روز چهارم و هر پانزده روز بعدی ۲۵٪ نرخ بیمه نامه، مشروط بر اینکه از سه و نیم در هزار مبلغ بیمه شده کمتر نباشد.

الحاقیه برگشتی

زمانی صادر می‌شود که مبلغ بیمه یا دامنه پوشش کاهش یابد. به موجب این نوع الحاقیه مبلغی از حق بیمه پرداخت شده به بیمه گذر عودت داده می‌شود.

خسارات بیمه باربری

هرگاه خطرات احتمالی که برشمردیم تحقق یابد؛ نتیجه آن، تلف شدن یا آسیب دیدن محموله است که موجب زیان مالی برای بیمه گذار می‌شود و به خاطر همین موضوع است که بیمه گذار کالاهای خود را بیمه می‌کند. تعهد بیمه گر این است که اگر در جریان حمل کالا از مبدأ به مقصد به علت وقوع هر

یک از خطرات بیمه شده، مورد بیمه تلف شود یا صدمه‌ای به آن وارد شود و یا بیمه گذار در رابطه با خطری که واقع شده، هزینه‌ای متحمل شود؛ زیان بیمه گذار را جبران کند. به این ترتیب خسارات و هزینه‌ها را می توان به چهار دسته تقسیم کرد.

۱- خسارت کلی

در صورتی که در اثر وقوع خطر بیمه شده، کل مورد بیمه یا قسمتی از آن به طور کامل از بین برود یا از حیز انتفاع خارج شود یا هزینه‌های تعمیر و بازیافت آن از ارزش پس از تعمیرش بیشتر باشد؛ خسارت کلی اتفاق افتاده است.

خسارت کلی به دو دسته تقسیم می‌شود:

۱-۱- خسارت کلی واقعی ۱-۲- خسارت کلی فرضی

۱-۱- خسارت کلی واقعی

ممکن است در اثر وقوع خطر، کل محموله و یا قسمتی از محموله از بین رفته و نابود شود مانند اینکه کالا دچار آتش سوزی شده و منهدم گردد یا اینکه کالایی در دریا غرق شود و نظایر آن.

خسارت کلی واقعی هنگامی تحقق پیدا می‌کند که یکی از موارد زیر صحت داشته باشد:

الف- کالا کاملاً منهدم شود مانند اینکه در اثر آتش سوزی کاملاً سوخته و از بین برود.

ب- کالا طوری آسیب ببیند که خصوصیت خود را از دست بدهد، مثلاً محموله سیمان فله با آب دریا مخلوط شده و سفت شود.

ج- محموله به طور قطع از تصرف مالک آن خارج شود مثل اینکه کالایی در اعماق اقیانوس فرو رفته و دسترسی به آن مقدور نباشد؛ گرچه آب دریا موجب انهدام آن نشود.

۱-۲- خسارت کلی فرضی

گاهی خسارت وارده به کالا طوری است که نمی توان آن را طبق تعاریف فوق خسارت کلی واقعی دانست؛ لیکن هزینه های تعمیر و نجات آن از ارزش کالای نجات یافته یا تعمیر شده بیشتر است. در چنین حالتی منطقاً شخص از کالای خود دست کشیده و ترک مالکیت می‌کند زیرا منطقی نیست که

برای نجات و یا تعمیر یک مال، هزینه هایی صرف شود که از ارزش آن پس از تعمیر یا نجات بیشتر باشد. این حالت را خسارت کلی فرضی می‌نامند.

به طور کلی می‌توان گفت خسارت کلی واقعی، از بین رفتن مادی شییء است ولی خسارت کلی فرضی از بین رفتن ارزش تجاری آن مال است.

هرگاه یکی از شرایط زیر صدق کند؛ خسارت کلی فرضی تحقق یافته است:

الف- در صورتی که به علت وقوع خطر، گیرنده یا مالک کالا از تصرف آن محروم شده و :

۱/ الف: احتمال به دست آوردن مجدد محموله وجود نداشته باشد.

۲/ الف: هزینه تصرف محموله از ارزش آن پس از تصرف بیشتر باشد.

ب- در صورتی که به کالا خسارتی وارد شود و هزینه جبران خسارت و انتقال آن به مقصد، از ارزش کالا در مقصد بیشتر باشد.

۲- خسارت جزء

ممکن است در اثر بروز یکی از خطرات فوق محموله آسیب ببیند. به عبارت دیگر محموله وجود دارد ولی سالم نیست. مثلاً پارچه ای که آب دیده شده، اتومبیلی که دچار غرشدگی یا فرو رفتگی شده، ظروف چینی که لب پریده شده اند و نظایر آن.

۳- هزینه های خسارت

منظور از این هزینه‌ها مخارجی است که به دنبال وقوع حادثه و ایجاد خسارت، به منظور جلوگیری از توسعه خسارت صرف می‌شود. مانند: هزینه بسته بندی کالای آسیب دیده، هزینه نگهداری کالای آسیب دیده در انبار یا بندر بین راه و مثل آن.

۴- خسارت عام یا خسارت همگانی

این خسارت فقط در حمل و نقل دریایی اتفاق می‌افتد و آن هنگامی است که کشتی و کالا در معرض خطر مشترکی قرار رفته باشند و فرمانده کشتی عالماً و به نحو معقول هزینه‌های فوق‌العاده‌ای را برای نجات آنها صرف کند؛ یا اینکه مقداری از کالا یا بخش‌هایی از کشتی را عامداً و به نحو معقول برای نجات آنها از خطر مشترک فدا کند.

انواع بیمه‌های مربوط به صادرات کالا

۱- بیمه حمل دریایی کالا

برای حصول اطمینان از محافظت کالای صادراتی در مقابل خطرات متعدد و متفاوتی که ممکن است محموله صادراتی را در معرض نابودی یا فساد قرار دهد، صلاح صادر کننده در این است که محموله صادراتی خود را نزد یکی از شرکت‌های بیمه، بیمه حمل دریایی نماید تا این عمل زیان‌های شدیدی را که احتمال دارد بر اثر عوامل مختلف به محموله صادراتی وارد شود جبران نماید. بیمه حمل دریایی کالا حتی برای جبران زیانهای وارده در هنگامی که محموله در انبار است و یا در راه بطرف بندر و حتی تا انبار خریدار خارجی اعتبار دارد. علاوه بر این بیمه نامه حمل دریایی صادراتی را در کشورهای خارج و احتمالا حتی در ایران می توان بعنوان وثیقه در مقابل دریافت تسهیلات و وام‌های بانکی مورد استفاده قرار داد.

با وجودی‌که نام این نوع بیمه، بیمه حمل دریایی کالاست ولی همین نوع بیمه را می‌توان برای حمل محموله صادراتی به هر یک از روشهای حمل بصورت منفرد و چه بصورت مرکب مورد استفاده قرار داد از آن جمله:

الف) برای حمل محموله کشتی، با هواپیما، با راه آهن و با کامیون و یا بصورت یک یا چند روش فوق بصورت ترکیبی.

ب) برای حمل محموله با قایق در راه‌های آبی داخل کشور،

پ) برای حمل محموله بوسیله پست سفارشی.

بیمه حمل دریایی کالا ممکن است یا بوسیله صادر کننده و فروشنده کالا و یا بوسیله خریدار کالا انجام شود. این را بستگی به شرایط قرارداد فروش کالا دارد که بین صادر کننده و خریدار منعقد می‌گردد.

در مورد قرارداد فروش از نوع سیف (CIF) صادر کننده می‌بایست محموله صادراتی مطابق با ارزش سیف (CIF) محموله، باضافه پنج یا ده درصد بابت هزینه‌های اتفاقی بیمه نماید. در حالیکه هرگاه

قرارداد فروش بصورت سی اف آر(CFR) باشد این خریدار خارجی کالاست باید محموله را بیمه بار دریایی نماید.

در مورد قراردادهای فروش که بصورت فوب(FOB) منعقد می‌شود، خریدار مجبور است ترتیب بیمه محموله را بدهد و در این صورت پس از آنکه صادر کننده جای بار را در کشتی یا هواپیما یا قطار رزرو میکند، تاریخ حمل محموله را باید بلافاصله به اطلاع خریدار کالا برساند تا وی بتواند قبل از حرکت کشتی یا هواپیما یا قطار ترتیب بیمه کردن محموله را بدهد.

بیمه‌نامه حمل دریایی کالا را می‌توان از هریک از شرکت‌های بیمه داخلی یا خارجی تهیه کرد.

وسعت پوشش بیمه‌ای در بیمه نامه حمل دریایی کالا بستگی به انواع کلوزهای (موارد) بیمه و حق بیمه‌ای دارد که بیمه گذار (چه صادر کننده چه خریدار کالا) می‌پردازد.

پرداخت حق بیمه را در ایران هم می‌توان به ریال و هم می‌توان به ارز پرداخت ولی باید توجه داشته باشید که در مورد شرکت‌های بیمه ایرانی چنانچه حق بیمه را به ریال بپردازید خسارت وارده به محموله را به ریال پرداخت خواهند کرد. ولی چنانچه حق بیمه را به ارز پرداخت کنید بهمان صورت مبلغ خسارت را نیز به ارز دریافت خواهید کرد.

صادرکننده می‌تواند بهنگام پرداخت حق بیمه از شرکت بیمه بخواهد که در بیمه نامه یا گواهی بیمه حمل دریایی کالا این نکات را درج نماید:

الف) حق بیمه طبق مفاد قراداد فروش بوسیله صادرکننده پرداخت گردیده.

ب) هزینه‌های بیمه به ارزش مندرج در فاکتور فروش کالا اضافه گردیده.

پ) هزینه‌های بیمه هنگام پرداخت قیمت کالا بوسیله خریدار خارجی جبران خواهد شد.

بیمه نامه حمل دریایی کالا به سه نوع تقسیم میشود:

الف) بیمه نامه حمل دریایی کالا برای هر بار حمل محموله

ب) بیمه نامه حمل دریایی کالا بصورت باز (نامحدود)

پ) بیمه نامه حمل دریایی کالا بصورت شناور

بیمه نامه حمل دریایی کالا برای یکبار حمل کالای صادراتی معتبر است.

بیمه نامه باز یا بیمه نامه دارای پوشش باز برای حمل کالا بصورت متعدد و نامحدود معتبر است. معمولا صادر کنندگان با تجربه روش بیمه باز را انتخاب می‌کنند زیرا ا اتلاف وقت آنها برای تشریفات بیمه کردن کالاها برای هر بار حمل آنها که معمولا این تشریفات باید قبل از حمل انجام شود جلوگیری می‌نماید.

معمولا در بیمه نامه‌ها ی باز حداکثر پوشش بیمه ای برای هر بار حمل بر روی هر کشتی و به هر نام که باشد مشخص می‌شود.

علاوه براین صادر کننده می‌تواند با گرفتن بیمه باز (نامحدود) نرخ حق بیمه را بصورت قابل توجهی پایین آورد.

در بیمه نامه حمل دریایی کالا بصورت شناور، پوشش بیمه کالا بصورت کلی انجام می‌شود منتهی صادرکننده می‌تواند جزییات مربوط بنام کشتی حمل کننده کالا و تاریخ حمل کالا و غیره را متعاقباً پس از رزرو جا برای محموله در کشتی به شرکت بیمه اعلام نماید.

بیمه نامه حمل دریایی کالا را می‌توان آزادانه به هر شخص یا شرکتی انتقال داد. مبلغ مندرج در بیمه نامه مبلغی است که بین بیمه گذار و بیمه کننده توافق شده و مدت زمان پوشش بیمه‌ای تابع کلوز یا مورد مربوط به ترانزیت و حمل کالا در بیمه نامه می‌باشد.

مدارک معمول که در بیمه دریایی مورد استفاده قرار می‌گیرد عبارتند از بیمه نامه حمل دریایی کالا، گواهینامه بیمه دریایی کالا که بوسیله نماینده شرکت بیمه صادر می‌شود، گواهی بیمه و اعلامیه بیمه حمل دریایی کالا.

ما در این کتاب بیمه حمل دریایی کالا را بصورتی بسیار مختصر و به مقداری که نیاز اولیه شما را تامین نماید فوقاً شرح دادیم و امید است که بتوانیم این بخش را در کتاب دوم صادرات و هنگامی‌که با عملکرد مطالب کتاب اول پیشرفت عملی در کار صادرات کردید بتفصیل و با جزییات بیشتر شرح دهیم.

۲- بیمه اعتباری صادراتی

بیمه اعتباری صادراتی صادر کننده را در مقابل خطرات مربوط به عدم پرداخت قیمت کالا بوسیله خریدار خارجی مصون می‌دارد. این خطرات ممکن است جنبه سیاسی و یا جنبه بازرگانی داشته باشد. از

نظر جنبه سیاسی این خطر وجود دارد که ممکن است صادر کننده کالای خود را به کشوری صادر کند که در آن کشور در همان زمان تحولات سیاسی رخ دهد و با تغییر رژیم پرداخت قیمت کالای صادراتی توسط خریدار خارجی مقیم آن کشور غیرممکن شود. از جنبه بازرگانی ممکن است یا خریدار از پرداخت قیمت کالا امتناع کند و یا بانک گشایش کننده اعتبار ارز کافی برای تامین بودجه لازم جهت پرداخت قیمت کالا نداشته باشد و دهها بهانه و دلیل دیگر که احتمال دارد پرداخت قیمت کالا را بوسیله خریدار خارجی ممکن سازد.

در اینگونه موارد معمولا دولت هر کشوری بمنظور گسترش صادرات ، بیمه اعتباری صادراتی را تاسیس کرده و پرداخت قیمت کالای صادر کننده را در مقابل اینگونه خطرات تضمین می‌نماید. به همین جهت بیمه اعتباری صادراتی به صادر کننده کمک می‌کند تا عملیات صادراتی خود را در خارج از کشور بدون ترس از عدم دریافت قیمت فروش کالای خود گسترش دهد و علاوه بر آن جو بسیار مساعدی را بوجود می‌آورد که از بانکها تسهیلات اعتباری مناسب‌تر دیگر دریافت دارد.

تسهیلات مربوط به بیمه اعتباری صادراتی معمولاً در موارد زیر صادر می‌گردد

۱- بیمه نامه استاندارد برای حفاظت صادر کننده در مقابل عدم دریافت قیمت کالا در هنگامی‌که صادر کننده با خریدار خارجی براساس اعتبارهای کوتاه مدت معامله می‌نماید.

۲- بیمه نامه‌های مخصوص برای محافظت در مقابل عدم دریافت وجه در هنگامی‌که با خریداران خارجی در موارد زیر معامله می‌شود:

الف) معامله براساس یوزانس که پرداخت قیمت کالا را از طرف خریدار بین شش ماه تا یکسال پس از دریافت کالا با پرداخت بهره بانکی علاوه بر قیمت کالا امکان پذیر می‌سازد.

ب) هزینه‌های مربوط به خدماتی که شرکت یا شخص در خارج از کشور انجام می‌دهد.

پ) هزینه عملیات ساختمانی از جمله اجرا ی پروژه های زیر بنایی و اساسی که در کشور خارجی انجام می‌شود.

بیمه نامه‌هایی که بوسیله موسسات دولتی بیمه اعتباری صادراتی صادر می‌شود معمولا به دو صورت است:

الف) پرداخت تمامی قیمت یا هزینه کالای صادراتی یا خدمات انجام شده در کشور خارجی را تضمین می‌نماید که به دو صورت زیر انجام می شود "پوشش باز" (OPEN COVER) در مورد محموله‌هایی است که طی مدت ۲۴ ماه برای خریدار خارجی حمل می‌شود. در اینگونه موارد برای اینکه شرکت بیمه اعتباری بتواند پوشش بیمه‌ای لازم را برای تضمین پرداخت قیمت کالا بوسیله خریدار خارجی فراهم نماید، صادر کننده باید میزان اعتبار هریک از خریداران خارجی خود را از بانک‌های آنها بدست آورده و در اختیار موسسه بیمه صادراتی قرار دهد تا موسسه بیمه صادراتی بتواند به میزانی که خریدار خارجی نزد بانک‌های خود اعتبار دارد به همان میزان پرداخت قیمت هر محموله صادراتی را برای صادر کننده تضمین نماید.

ب) بیمه نامه‌های مخصوص برای صدور کالاهای سرمایه ای بر اساس اعتبارهای میان مدت یا طولانی مدت برای تضمین هزینه اجرای پروژه های اساسی عملیات شهر سازی و جاده سازی و خدمات مهندسی که در خارج از کشور انجام می‌شود برای اینگونه خدمات، بیمه نامه‌های اعتباری صادراتی مخصوص صادر می‌شود و قرارداد منعقده میان صادر کننده کالا و خدمات و موسسه اعتباری صادراتی در هر مورد مخصوص به خود تهیه می‌شود.

۳- بیمه نامه جامع در برگیرنده کلیه خطرات

بیمه نامه یا ضمانتنامه جامع محموله‌های صادراتی برای کالاهایی که بصورت یوزانس کوتاه مدت (شش ماهه) به خریدار خارجی فروخته می‌شود بسیار مناسب می‌باشد و در برگیرنده کلیه خطرات احتمالی منجمله خطرات مربوط به تحولات سیاسی در کشور خریدار است و مهمتر از همه هزینه این بیمه نامه بسیار پایین است.

در ایران نیز بمنظور حمایت و حفظ حقوق صادر کنندگان کالا و خدمات در مقابل خطرات مالی که معمولا شرکت‌های بیمه تجارتی آنها را بیمه نمی‌کنند و نیز تضمین اعتباراتی که به مصرف صدور اینگونه کالاها و خدمات می‌رسد صندوقی بنام صندوق ضمانت صادرات ایران از اواخر سال ۱۳۷۲ در وزارت بازرگانی و متعاقب آن شرکت بیمه صادرات و سرمایه گذاری که شرکتی مستقل است کار خود را آغاز کردند و مطالبات صادر کنندگان را از خریداران کالاها و خدمات صادراتی در مقابل خطرات ناشی از

امور زیر و بترتیب و تا میزانی که در آیین نامه مربوطه مشخص گردد تضمین می‌نمایند مشروط بر اینکه بروز اینگونه خطرات ناشی از عدم انجام تعهدات صادر کننده نباشد:

۱- ور شکستگی یا اعسار خریدار

۲- استنکاف خریدار از قبول خدمات یا کالاهای صادر شده.

۳-خودداری خریدار از پرداخت برات در سررسید.

۴- عدم پرداخت بهای کالا یا خدمات در سررسید.

۵- اعمال سیاست محدودیت‌های وارداتی و ارزی در کشور خریدار.

۶-وقوع جنگ یا حالت جنگ

۷- تیره شدن روابط و یا قطع رابطه سیاسی با کشور خریدار به نحوی که نتیجتاً صادر کننده موفق به دریافت مطالبات خود در سر رسید نگردد.

۸- اعمال سیاست‌های اقتصادی که موجب مسدود شدن مطالبات صادر کنندگان می‌گردد.

۹- سلب مالکیت از خریداران کالا یا خدمات در خارج از کشور بر اثر ملی شدن یا مصادره اموال به نحوی که صادر کننده موفق به دریافت مطالبات خود نگردد.

۱۰- سایر حوادثی که معمولاً توسط شرکت‌های بیمه ، بیمه نمی‌شوند.

فصل یازدهم

قوانین طلایی اینکوترمز

هنگامی که کالای شما آماده صدور شد باید در نقطه‌ای یا محلّی تحویل خریدار دهید. این محل ممکن است درب کارخانه شما یا پایانه کامیون‌ها یا ایستگاه راه آهن و یا روی کشتی باشد. جهت رعایت اختصار برای مکان‌های تحویل اتاق بازرگانی بین المللی که مرجع کلیه امور بازرگانی به شمار می‌رود برای هریک از این مکان‌ها اصطلاحی وضع کرده که شرایط تحویل در آن مکان را نیز ذکر نموده است. گروهی از این اصطلاحات درباره کامیون، راه آهن، و سایر وسایل زمینی بکار می‌رود و گروهی دیگر برای حمل کالا در آبراه‌های داخلی و خارجی کشور و نیز در دریاها و اقیانوس‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

بایستی توجه داشته باشید که هنگامی که کالا را در نقطه‌ای تحویل می‌دهید در همان زمان نیز تمامی ریسک‌ها و خطرات احتمالی حمل و مهمتر از آن تمامی هزینه‌های حمل و بیمه همگی از روی دوش شما برداشته می‌شود و بر دوش خریدار قرار می‌گیرد. این اصطلاحات معمولاً هر ده سال یکبار به وسیله اتاق بازرگانی بین المللی مورد تجدید نظر قرار می‌گیرد و جدیدترین متن آن به سال ۲۰۱۰ میلادی باز می‌گردد که طی آن به طور خلاصه اصطلاحاتی را تجدیدنظر نموده که یا حذف یا اضافه کرده است. در هر صورت تمامی این اصطلاحات را که در مورد محل تحویل کالا از طرف فروشنده به خریدار به کار می‌روند مورد استفاده قرار می‌گیرند. این اصطلاحات را جهت اطلاع شما تشریح می‌نماییم.

۱- حروف اختصاری

اینکوترمز شامل ۱۲ قانون رایج است که هریک از آنها با حروف اختصاری بشرح زیر نشان داده می‌شود:

تحویل کالا درب کارخانه به خریدار (با ذکر نام محل)

EXW EX WORKS

تحویل کالا به راه آهن یا کامیون (با ذکر نام محل)

FCA FREE CARRIER

تحویل کالا روی اسکله کنار کشتی (با ذکر نام محل)

FAS FREE ALONGSIDE SHIP

تحویل کالا روی عرشه کشتی (با ذکر نام محل بارگیری)

FOB FREE ON BOARD

حمل تا بندر مقصد (با ذکر نام بندر)

CFR COST AND FREIGHT

حمل تا بندر مقصد باضافه بیمه (با ذکر نام بندر)

CIF COST, INSURANCE AND FREIGHT

پرداخت هزینه حمل تا... (با ذکر نام محل)

CPT CARRLAGE PAID TO

پرداخت هزینه حمل و بیمه تا...

CIP CARRIAGE AND INSURANCE PAID

تحویل کالا در مرز کشور خریدار (با ذکر نام محل)

DAF DELIVERED AT FRONTIER

تحویل کالا در جلو درب کارگاه (با ذکر نام مقصد)

DES DELIVERED EX SHOP

تحویل کالا روی اسکله(با پرداخت عوارض گمرکی)

DEQ DELIVERED EX QUAY

تحویل کالا روی اسکله (با ذکر محل مقصد)

DDU DELIVERED DUTY PAID

بایستی توجه داشت که اصطلاحات (FOB AIRPORT) یعنی تحویل کالا در هواپیما یا فرودگاه و نیز (FOT) تحویل کالا روی کامیون و FOR یعنی تحویل کالا روی واگن قطار راه‌آهن دیگر منسوخ گردیده و بجای تمامی آنها، اصطلاح گسترده‌تر FCA که در فوق شرح داده شد، بکار می‌رود. اصطلاح C&F و نیز FRANCO و همچنین FREE با ذکر نام‌های محل‌های تحویل کالا نیز دیگر منسوخ شده و بکار بردن آنها غیر استاندارد محسوب می‌شود.

←**توجه:** در اصل اصطلاحات اینکوترمز به دو دسته تقسیم می‌شوند. یک دسته از این اصطلاحات بصورت سنتی حمل کالا با کشتی یا حمل از طریق دریا بکار می‌رود که قبل از رواج کانتینر و حمل کالا با چند وسیله بصورت حمل مرکب رایج بوده و بیشتر برای محموله‌های صادراتی و کالاهای مصرفی بصورت فلّه مورد استفاده قرار می‌گرفته و عبارتند از:

FAS -FOB- CFR- CIF- DES- DEQ.

دسته دوم اصطلاحاتی هستند که دارای عملکرد و معنای وسیع‌تری بوده و شامل تمامی موارد از جمله حمل‌های کانتینری، حمل مرکب(استفاده از وسایل حمل مختلف و متعدد برای حمل یک کالا) می‌گردند و عبارتند از:

EXW- FCA- CIP- CPT- DAF- DDU- DDP.

این اصطلاح‌های جدید را می‌توان برای تمامی انواع وسایل حمل (کامیون، راه آهن، کشتی، هواپیما و غیره) بکار برد. به همین جهت به تمایز بین این دو دسته از اصطلاحات باید دقت کامل مبذول داشته باشید.

۲- استفاده از اینکوترمز در قراردادهای فروش کالا

هدف از تدوین اینکوترمز بوسیله‌ی اتاق بازرگانی بین المللی استفاده از این اصطلاحات در قراردادهای فروش کالا بین فروشنده یا صادرکننده از یک طرف و خریدار خارجی کالا از طرف دیگر و نیز در متن اعتبارنامه‌های اسنادی و همچنین در متن پیش‌فاکتورها و فاکتورها می‌باشد و در این مورد نباید قرارداد فروش کالا را با قراردادی که صادرکننده در رابطه با حمل کالا به مؤسسه حمل و نقل منعقد می‌نماید اشتباه گرفت.

صادرکننده باید بر اساس اصطلاحات اینکوترمز که در قرارداد فروش کالای خود با خریدار ذکر کرده مؤسسه حمل و نقل کالای خود را دقیقاً راهنمایی نماید و دستورات دقیق خود را براساس اصطلاحات اینکوترمز که در مفاد قرارداد فروش ذکر گردیده درباره نحوه‌ی حمل کالا به مؤسسه حمل کننده کالا بدهد. انجام این اقدام‌ها باعث خواهد شد که قراردادی که شرایط صادرکننده جهت حمل کالای خود با

مؤسسه حمل و نقل منعقد می‌سازد دقیقاً منطبق با شرایط مندرج در قرارداد فروش کالا باشد که با خریدار خارجی منعقد می‌سازد.

توجه مهم:

در اینکوترمز ۲۰۱۰ دو اصطلاح جـدید DAT و DAP جایگزین اصطلاحـات DEQ, DES, DAFو DDU شـده‌اند که از این پس بجای اصطلاحات قدیمی فوق دو اصطلاح جدید فوق را باید به کار برد.

۳- انتقال هزینه‌ها و ریسک‌ها و خطرات

هدف دیگر از بوجود آوردن اصطلاحات اینکوترمز نحوه انتقال هزینه‌ها و خطرات و ریسک‌ها بین صادر کننده و خریدار خارجی کالا و بعهده گرفتن مسئولیت‌های مربوط به انجام تشریفات گمرکی و بیمه کالا به وسیله صادرکننده یا خریدار خارجی کالا می‌باشد.

بهر صورت، برای انجام منظورهای فوق علاوه بر کاربرد اصطلاحات اینکوترمز، در قرارداد فروش ممکن است شرایط متعدد و مهم دیگری نیز قید گردد.

به همین جهت توصیه اکید می‌شود که صادرکننده کالا:

اولاً: باید چگونگی انجام عمل تحویل کالا به خریدار خارجی را مشخص سازد و بخصوص این اصل را دقیقاً در قرارداد مشخص کند که صادر کننده یا خریدار خارجی کدامیک باید کالا را بار کنند و کدام یک باید بار را خالی کنند.

ثانیاً: باید مبلغ پوشش بیمه‌ای که می‌خواهد و نیز وسعت جغرافیائی و محدوده زمانی بیمه را مشخص سازد به عبارت دیگر مشخص کند که بیمه از کجا و چه زمانی شروع شده و تا کجا و چه زمانی خاتمه می‌یابد.

ثالثاً: باید محدودیت‌های لازم و ضروری را که ممکن است در انواع متفاوت وسائل حمل برای کالا بوجود می‌آید مشخص سازد، نظیر کانتینرهای یخچال دار که نباید روی عرشه کشتی قرار گیرند.

رابعاً: باید اطمینان حاصل نماید که قرارداد فروش کالایی که با خریدار منعقد می‌سازد حاوی ماده‌ای مربوط به فورس ماژور یا موارد اضطراری باشد. فورس ماژور یا موارد اضطراری، مواردی است که باعث

عدم اجرای تعهدات یکی از طرفین قرارداد می‌شود بدون اینکه طرف خاطی کنترلی بر آن عوامل داشته باشد نظیر بروز سیل، زلزله، طوفان و یا اعتصاب کارگران و غیره، در این صورت طرف خاطی مقصّر شناخته نمی‌شود و از مواردی است که در صورت قصور شما در انجام تعهدات خودتان باعث محکومیّت شما نمی‌گردد. همینطور نیز در صورتی که صادر کننده متقبل ترخیص عبور کالا از گمرک کشور خریدار و تحویل کالا در نقطه‌ای از کشور خریدار باشد باید رعایت احتیاط را نموده و مهلت مندرج در قرارداد را قابل تمدید نماید.

۴- قراردادهای حمل

باید توجه داشت که اصطلاحات CIF, CFR, CIP, CPT قراردادهای مربوط به ورود کالا به کشور خریدار به حساب نمی‌آیند، بلکه نقطه‌ای از محلی را مشخص می‌سازند که در آن نقطه خطرات و ریسک‌های مربوط به حمل کالا و نیز مالکیت کالا از طرف صادر کننده به خریدار خارجی منقل می‌شود و در این مورد اصطلاحات حاوی "C" شبیه به اصطلاحات حاوی "F" در کشوری که کالا از آن خارج می‌شود، می‌باشد.

مزیّت دیگر اینکوترمز این است که هزینه‌ها و خطرات حمل کالا را بین صادر کننده و خریدار تقسیم می‌کند. از طرف دیگر هدف وضع و تصویب اصطلاحات اینکوترمز روشن ساختن و مشخص کردن تعهدات دو طرف یعنی صادر کننده و خریدار است و چنانچه بخواهیم این اصطلاحات را به صورتی بسیار خلاصه و مختصر تشریح کنیم، تعهدات صادر کننده و خریدار کالا در قرارداد فروش بصورت زیر خواهد بود:

صادرکننده	خریدار
فروشنده باید:	خریدار باید:
کالا را طبق مختصات و مشخصات	قیمت کالا را به میزانی که در
مندرج در قرارداد فروش فراهم کند	در قرارداد مشخص گردید، بپردازد.

حال برای اینکه معامله مشروح در قرارداد فروش انجام پذیرد هر یک از طرفین وظایفی دارند که باید برای انجام معامله انجام دهند. از آن جمله است:

فروشنده باید:	خریدار باید:
- ترتیب اخذ مجوزهای لازم برای صدور کالا از کشور خود را بدهد. - تشریفات مربوط به صدور کالا از جمله تشریفات گمرکی را در کشور خود انجام دهد. - ترتیب حمل کالا را از کشور خود برای خریدار بدهد. - ترتیب تحویل کالا به خریدار را بدهد. - خطراتی که طبق قرارداد به عهده‌اش گذارده شده را متحمل شود. - فعالیت‌های مربوط به تهیه و صدور کالا درکشور خود را به انجام برساند.	- ترتیب اخذ مجوزهای لازم برای ورود کالا به کشور خود را بدهد. - تشریفات مربوط به ورود کالا از جمله تشریفات گمرکی را در کشور خود انجام دهد. - ترتیب حمل کالا را به محل موردنظر در کشور خود بدهد. - تحویل کالا را قبول کند. - خطراتی که طبق قرارداد به عهده‌اش گذارده شده را قبول کند. - فعالیت‌های مربوط به ورود کالا به کشورش و تحویل کالا را به انجام برساند.

بدین ترتیب اقدام‌ها و قبولی خطرات و نیز هزینه‌های مشروح در تعهدات هر یک که در قرارداد فروش تشریح گردیده بین دو طرف یعنی صادر کننده و خریدار کالا تقسیم می‌گردد. اینکوترمز شرح بسیار کاملی از هر یک از اصطلاحات ارائه می‌دهد و به ما می‌گوید هر یک از دو طرف چه خطرات و هزینه‌هایی را باید متقبل شود.

در این مورد اصطلاحات اینکوترمز تماماً تعهدات صادر کننده کالا و میزان و محدوده گسترش آن را مشخص می‌سازد و ذکری از تعهدات خریدار به میان نمی‌آورد.

تعهدات باقیمانده، تعهدات مربوط به رساندن کالا به مقصد است که به عهده‌ی خریدار می‌باشد در اینجا اصطلاحات اختصاری اینکوترمز را تشریح خواهیم کرد.

EXW

اصطلاح EXW متشکل از حروف اختصاری EX- WORKS و به معنی خارج از کارخانه، انبار یا محل نگاهداری کالا توسط صادر کننده می‌باشد. هنگامی که این اصطلاح در قرارداد یا پیش فاکتور یا اعتبار نامه اسنادی بین صادر کننده کالا با خریدار خارجی توافق می‌شود، معنا و تفسیر آن این است که صادر کننده‌ی کالا موظف است کالای فروخته شده به خریدار خارجی را جلوی درب اصلی کارخانه‌ی

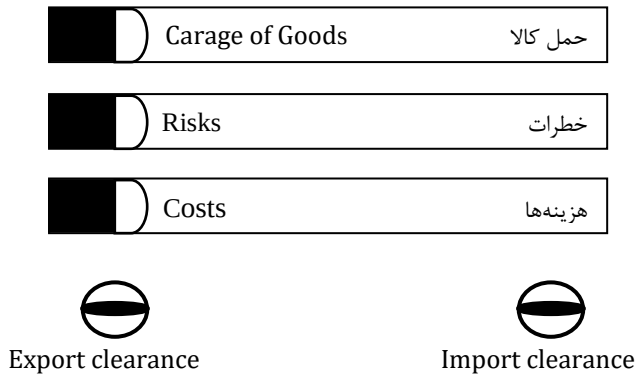
تولید کننده‌ی کالا، یا جلوی درب انباری که کالا در آن نگاهداری می‌شود یا در هر محل دیگری که فروشنده کالای خود را نگاهداری می‌کند به خریدار خارجی تحویل دهد و اگر خیلی به خریدار خارجی لطف داشته باشد کالا را روی کامیونی که خریدار خارجی تهیه کرده در جلو درب کارخانه یا انبار خود به خریدار خارجی تحویل دهد. بنابراین، هنگامی که اصطلاح EXW در قرارداد فروش بکار می‌رود وظیفه‌ی صادر کننده این است که کالا را دقیقاً طبق مشخصات مورد نیاز خریدار که در قرارداد شرح داده شده، تولید یا تهیه کرده و بسته بندی را نسبت به مسافتی که کالا می‌پیماید تا به مقصد برسد با استحکام مناسب عدل بندی کرده و جلو درب کارخانه یا در پایین و یا روی کامیون تحویل خریدار خارجی دهد و رسید تحویل کالا را از وی دریافت دارد. در اینجا وظیفه صادر کننده نسبت به فروش کالای خود طبق قرارداد فروش فروش پایان می‌پذیرد و این خریدار خارجی است که باید عملیات مربوط به رساندن کالا به مقصد موردنظر خود را تماماً به هزینه خود به انجام برساند. از جمله‌ی این عملیات حمل کالا از درب کارخانه یا انبار فروشنده به پشت گمرک کشور مبدأ یا کشور فروشنده کالا، انجام تشریفات گمرکی برای ترخیص کالا، و چنانچه لازم باشد حمل کالا به انبارهای گمرک کالا یا به بندر یا به ایستگاه راه‌آهن، حمل کالا بوسیله راه آهن یا کامیون یا کشتی به کشور مقصد، انجام تشریفات گمرکی در کشور مقصد خریدار و ترخیص آن از گمرک تا انبار خریدار تماماً بوسیله‌ی خریدار کالا و با هزینه و با مسئولیت کامل وی انجام می‌شود و در هیچیک از موارد فوق فروشنده‌ی کالا هیچ گونه مسئولیتی نخواهد داشت و هیچ یک از عملیات مشروح در فوق ارتباطی به فروشنده‌ی کالا پیدا نمی‌کند.

بنابراین در اصل اصطلاحEXW وظیفه‌ی اصلی فروشنده کالای صادراتی تحویل کالا با بسته بندی و عدل بندی مناسب حمل جلو درب کارخانه یا انبار خود است و در همین نقطه است که مالکیت کالا از فروشنده کالا به خریدار کالا منتقل می‌شود و این کار با ارائه رسید دریافت کالا از طرف خریدار به فروشنده و پرداخت قیمت کالا طبق مفاد مندرج در قرارداد فروش انجام می‌پذیرد. در مورد وظایف مربوط به تهیه مدارک مورد نیاز صدور کالا و ترخیص آن از گمرکات کشور مبدأ و مقصد کالا، مدارکی که معمولاً تهیه آنها به عهده‌ی فروشنده کالاست تهیه فاکتور فروش کالا، گواهی انجام بازرسی حین تولید کالا در کارخانه یا کارگاه به خریدار است و وظیفه‌ی دیگر نسبت به تهیه مدارک صدور کالا ندارد

مگر آنکه در قرارداد فروش وظیفه تهیه مدارک بیشتر نظیر گواهی مبدأ و غیره به عهده‌ی فروشنده کالا گذارده شود. در اینجا برای آشنایی بیشتر شما تقسیم وظایف بین فروشنده و خریدار کالا در اصطلاح EXW بصورت شمای زیر نشان داده شده است.

توضیح: در تمامی شماها، قسمت‌های سفید بیانگر خریدار و قسمت‌های سیاه بیانگر فروشنده است.

EXW



FCA (FREE CARRIER)

اصطلاح "FREE" شکل اختصاری دو کلمه (FREE CARRIER) است. کلمه FREE در اینجا به معنای مجانی و بدون تعلق هزینه به خریدار خارجی و کلمه CARRIER وسیله حمل کالا می‌باشد.

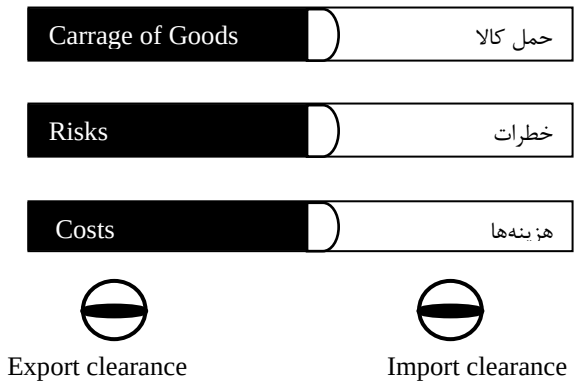
هنگامی که این اصطلاح در قرارداد فروش کالا یا در متن پیش فاکتور یا در اعتبارنامه صادراتی (L/C) می‌آید، مفهوم آن این است که فروشنده‌ی کالا موظف است علاوه بر تولید یا تهیه کالا و بسته بندی و عدل بندی مناسب آن، کالا را به هزینه خود از کارخانه یا انبار خود تا ایستگاه راه آهن یا گاراژ کامیون‌ها حمل کند.

مسئولیت‌ها و هزینه های مربوط به حمل کالا از ایستگاه راه آهن یا گاراژ کامیون تا کشور مقصد خریدار، شامل هزینه‌ها و مسئولیت‌های مربوط به حمل کالا تا گمرک قراردادن در انبار گمرک (اگر لازم باشد)، انجام تشریفات گمرکی، در کشور مقصد خریدار و حمل آن تا انبار خریدار تماماً به عهده خریدار کالاست.

مالکیت قانونی کالا در گاراژ کامیون یا ایستگاه راه آهن از فروشنده به خریدار کالا منتقل می‌شود و در این نقطه است که فروشنده باید رسید دریافت کالا را از خریدار بگیرد و از این نقطه به بعد فروشنده کالا هیچ گونه مسئولیتی ندارد.

حال این احتمال وجود دارد که خریدار کالا از فروشنده درخواست کند که سایر عملیات صدور کالا را نیز انجام دهد. در این صورت فروشنده کالا با وجودی که لطف می‌کند تمام یا قسمتی از عملیات صدور کالا را در کشور خود انجام دهد، هیچ گونه مسئولیت یا تعهدی در قبال خریدار نسبت به انجام این عملیات ندارد و این خریدار است که مسئول پرداخت هزینه‌ها و انجام تعهدات مربوط به حفاظت از کالای خود می‌باشد در این گونه موارد معمولاً در قرارداد فروش اصطلاح (FOB ADDITIONAL SERVICE) یعنی قیمت فوب کالا به اضافه خدمات اضافی بوسیله‌ی فروشنده) ذکر می‌گردد. در اینجا برای آشنایی بیشتر شما، تقسیم وظایف و تعهدات و هزینه‌ها بین فروشنده و خریدار در اصطلاح بصورت شمای زیر نشان داده می‌شود.

FCA



تحویل روی عرشه کشتی

FOB (با ذکر بندر حمل تعیین شده)

اصطلاح FOB حروف اختصاری سه کلمه انگلیسی (FREE ON BOARD) و معنای آن تحویل کالا از فروشنده به خریدار روی عرشه کشتی می‌باشد که باید نام بندر بارگیری کالا در کشتی بعد از این حروف اختصاری ذکر شود. FOB BANDAR ABBAS که معنای تحویل کالا روی عرشه کشتی در بندر عباس می‌باشد. هنگامی که این اصطلاح در قرارداد فروش یا پیش فاکتور یا اعتبار نامه اسنادی بین صادر کننده و خریدار کالا توافق می‌شود، وظایف و تعهدات فروشنده یا صادرکننده کالا نسبت به

اصطلاحاتی قبلاً شرح داده شد بیشتر می‌شود. یعنی علاوه بر اینکه فروشنده موظف به تولید یا تهیه کالا، بسته بندی و عدل بندی مناسب، حمل کالا از کارخانه یا انبار خود به ایستگاه کامیون یا قطار، حمل کالا تا گمرک، انجام تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، حمل آن به بارانداز کشتی تا زمان ورود کشتی، حمل کالا تا کنار کشتی هنگامی که کشتی وارد بندر شده و یا در اسکله بسته می‌شود، موظف است کالا را به هزینه خود تا روی عرشه کشتی ببرد و در روی عرشه کشتی تحویل خریدار بدهد.

از نظر مدارک صدور، فروشنده یا صادرکننده علاوه بر مسئولیت تهیه فاکتور تأیید شده، گواهی بازرسی در حین تولید، گواهی بازرسی قبل از گمرک، اظهارنامه گمرکی ترخیص کالا (برگ سبز گمرکی)، فهرست عدل‌بندی، گواهی بهداشت، مجوزهای صدور، گواهی بازرسی بوسیله مقامات گمرکی، مسئول اخذ رسید کالا از ناخدای کشتی در تاریخ و ساعت ورود کالا روی عرشه کشتی می‌باشد که در حکم رسید کالا از طرف خریدار بوده و جزو مدارکی است که فروشنده برای معامله اسناد باید به بانک ارائه دهد.

در همین روی عرشه کشتی است که مالکیت قانونی کالا از فروشنده به خریدار منتقل می‌شود و از این نقطه به بعد این خریدار کالاست که مسئول حمل آن تا مقصد و تخلیه کالا از کشتی در بندر مقصد، حمل تا گمرک مقصد و انجام گمرکی در کشور مقصد و حمل کالا تا انبار خود می‌باشد.

← **توجه** (۱): گاهی اوقات در قرارداد فروش یا اعتبارنامه‌ی اسنادی (L/C) اصطلاح داخل کشتی می‌باشد بکار می‌رود. گاهی اوقات نیز اصطلاح FOB STOWED AND TRIMMED (TRIM به معنای چیدن) در قراردادن فروش می‌آید که معنای آن این است که فروشنده موظف است علاوه بر اینکه کالا را با هزینه و مسئولیت خود تا عرشه کشتی ببرد، مسئولیت و هزینه‌ی حمل کالا به داخل انبارهای کشتی و نیز مرتب چیدن آن نیز به عهده‌ی فروشنده کالا می‌باشد. در اینگونه موارد فروشنده باید مبلغی که نسبت به مقدار کالا تفاوت پیدا می‌کند را به ناخدای کشتی پرداخت کند تا کارگران و ملاحان داخل کشتی کار حمل کالا به انبارهای کشتی و چیدن آنها بصورت منظم در داخل انبارها را انجام دهند.

← توجه(۲): چنانچه فروشنده یا صادرکننده به عللی نتواند در هنگام ورود کشتی به بندر و بسته شدن آن به اسکله، کالای صادراتی را به اسکله برساند مسئول پرداخت هزینه‌های معطلی کشتی در اسکله (DEMURRAGE) بابت هر ساعت و هر روز معطلی خواهد بود که هزینه‌ای بسیار گزاف می‌باشد.

← **توجه** (۳): همانطور که گفتیم اصطلاحات (FOB AIRPORT) تحویل کالا به هواپیما، یا (FREE ON TRUCK) تحویل کالا روی کامیون از بین رفته و منسوخ شده و بجای آن اصطلاح (FCA) بکار می‌رود که قبلاً در همین فصل تشریح شد. معذلک هرگاه در قرارداد فروش اصطلاح (FOB AIRPORT) بیاید، فروشنده موظف است کالا را پس از گذراندن از گمرک فرودگاه و انجام تشریفات گمرکی در فرودگاه، تحویل شرکت هواپیمایی بدهد.

این اصطلاح باید فقط در حمل دریایی یا آبراه داخلی مورد استفاده قرار گیرد. «تحویل روی عرشه کشتی» به معنای این است که فروشنده کالا را روی عرشه کشتی تعیین شده توسط خریدار در بندر حمل تعیین شده تحویل می‌دهد یا کالایی را که قبلاً بدین ترتیب تحویل شده تهیه یا فراهم می‌کند. انتقال ریسک فقدان یا خسارت وارده به کالا هنگامی است که کالا در کشتی بارگیری می‌شود، و کلیه هزینه‌ها از این لحظه به بعد به عهده خریدار است. فروشنده ملزم است که کالا را روی عرشه کشتی تحویل دهد یا کالایی را که قبلاً بدین ترتیب برای حمل تحویل شده تهیه یا فراهم کند. اشاره به مفهوم «تهیه یا فراهم کردن» در این اصطلاح برای تداعی فروش پیاپی (فروش زنجیره‌ای) به ویژه در تجارت کالاهای فله (کالاهای کشاورزی، مواد نفتی، فلزات و مانند آن) است.

استفاده از اصطلاح FOB در مواردی که کالا قبل از بارگیری در کشتی به حمل کننده تحویل می‌گردد، برای مثال کالای بارگیری شده در کانتینر، که معمولاً در پایانه حمل و نقل تحویل می‌شود، مناسب نیست. در این گونه موارد باید از اصطلاح FCA استفاده شود. اصطلاح FOB، بسته به مورد، فروشنده را ملزم می‌کند که کالا را برای صدور ترخیص کند. به هر حال، فروشنده وظیفه‌ای برای ترخیص کالا برای ورود، پرداخت هرگونه عوارض واردات یا انجام هرگونه تشریفات گمرکی برای واردات ندارد.

FOB

اصطلاح CFR حروف اختصاری سه کلمه (COST AND FREIGHT) و معنای آن پرداخت هزینه تولید یا تهیه کالا و نیز کرایه حمل آن تا بندر مقصد خریدار کالا، به عهده صادر کننده می‌باشد.

به عنوان مثال هرگاه در قرارداد فروش یا اعتبارنامه اسنادی(L/C) اصطلاح تحمل هزینه‌ها و مسئولیت‌های مشروح در فوق و رساندن کالا به هزینه مسئولیت خود به عرشه کشتی، کرایه حمل تا بندر مقصد را نیز پرداخته و مسئولیت سلامت رسیدن کالا را تا بندر مقصد به عهده بگیرد به استثنای بیمه کالا که به عهده خریدار کالا می‌باشد. به همین جهت است که تعهدات فرشنده یا صادر کننده کالا در اصطلاح CFR بسیار سنگین‌تر و مشکل‌تر و هزینه‌های وی بسیار بیشتر از دیگر اصطلاحات مشروح در فوق می‌باشد.

هنگامی که کشتی به بندر مقصد یعنی مثلاً بندر رتردام در هلند می‌رسد و ناخدای کشتی نسخه سوم بارنامه را که غیرقابل معامله است تسلیم خریدار یا نماینده‌ی وی می‌نماید مالکیت کالا و نیز مسئولیت‌های حمل در این لحظه از فروشنده یا صادرکننده کالا به خریدار منتقل می‌شود و این خریدار کالاست که باید به هزینه خود کالا را از کشتی تخلیه کند و به گمرک حمل کند، تشریفات گمرکی که مربوط به ورود کالا به کشورش را انجام دهد و کالا را به انبار یا محل موردنظر خود حمل نماید.

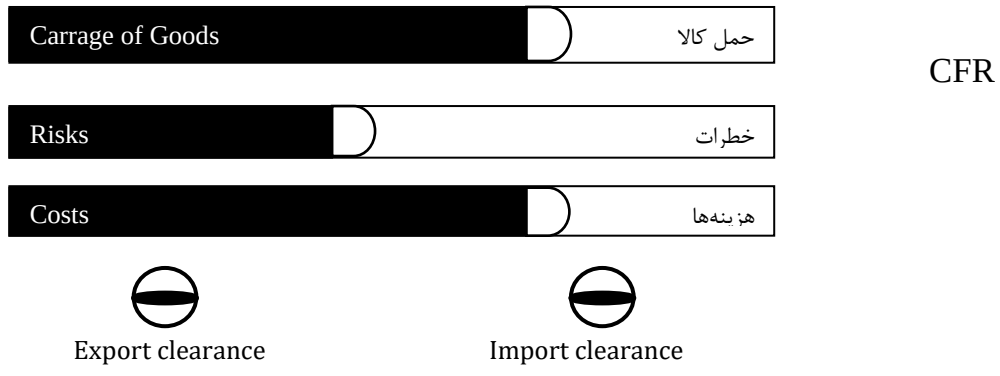
← **توجه**: معامله اسناد و دریافت وجه فروش کالا از طریق بانک در کاربرد این اصطلاح در قرارداد هنگامی صورت می‌گیرد عمل بارگیری کشتی انجام شده و ناخدا پته‌ی صادر می‌کند و نیز این پته را به شرکت کشتیرانی برده بارنامه‌ی حمل کالا با کشتی را می‌گیرد و بلافاصله همراه با سایر مدارک مشروح

در قرارداد فروش یا اعتبارنامه اسنادی (L/C) به بانک تسلیم می‌دارد و با وجودی که هنوز ممکن است چند ساعت از عزیمت کشتی از بندر نگذشته باشد، می‌تواند وجوه مربوط به فروش کالای خود را از بانک تحویل بگیرد و نیازی نیست که پانزده بیست روز صبر کند تا کشتی به بندر مقصد برسد و سپس اسناد خود با بانک معامله نماید.

بایستی توجه داشت که علاوه بر شرکت کشتیرانی مربوطه، ناخدای کشتی حامل کالا و نیز نماینده‌ی منصوب خریدار در بندر نیز قانوناً اختیار دارند که بارنامه کالا را آماده کرده و تحویل فروشنده یا صادرکننده دهند و این بارنامه هیچ‌گونه تفاوتی با بارنامه‌ای که بوسیله شرکت کشتیرانی صادر می‌شود ندارد.

←**توجه** ۱: اصطلاح CFR فقط در مورد حمل کالا با کشتی بکار می‌رود در مواردی که کشتی با وسائل نقلیه دیگری بجز کشتی حمل می‌شود مانند حمل کالا با کامیون، راه آهن، هواپیما بجای اصطلاح CFR اصطلاح CPT را که حروف اختصاری کلمات انگلیسی(CARRIAGE PAID TO…) بکار می‌رود که به معنای این است که هزینه حمل تا مقصد موردنظر خریدار به عهده‌ی صادر کننده کالا می‌باشد.

در اینجا برای آشنائی بیشتر شما تقسیم وظایف و تعهدات بین فروشنده و خریدار کالا در کاربرد اصطلاح CFR یا CPT با شمای زیر نشان داده شده است.



CFR

این اصطلاح باید فقط در حمل دریایی یا آبراه داخلی مورد استفاده قرار گیرد. «هزینه (ارزش) و کرایه حمل» یعنی اینکه فروشنده کالا را روی عرشه کشتی تحویل می‌دهد یا کالایی را که قبلاً بدین ترتیب تحویل شده تهیه یا فراهم می‌کند. انتقال ریسک، فقدان یا خسارت وارده به کالا هنگامی است که کالا در کشتی بارگیری می‌شود. فروشنده باید قرارداد حمل کالا را منعقد و هزینه‌ها و کرایه حمل لازم تا رسیدن کالا به بندر مقصد تعیین شده را بپردازد.

هنگامی که از اصطلاح CFR, CIP, CPT یا CIF استفاده می‌شود، وظیفه فروشنده با تحویل کالا به حمل کننده تعیین شده به نحوی که در اصطلاح مشخص شده، به پایان می‌رسد و نه زمانی که کالا به بندر مقصد می‌رسد.

این اصطلاح دارای دو نقطه مهم و حیاتی است زیرا که ریسک و هزینه در دو نقطه مختلف منتقل می‌شوند. در حالی که بندر مقصد همیشه در قرارداد، درج و مشخص می‌شود مکمن است اشاره‌ای حمل (بارگیری) یعنی محل انتقال ریسک به خریدار نشود. طرفین به خوبی می‌دانند که اگر این بندر اهمیت خاصی برای خریدار دارد، باید آن را به روشن‌ترین شکل ممکن در قرارداد مشخص کنند.

طرفین قرارداد به خوبی می‌دانند که باید بندر مقصد به روشن‌ترین حد ممکن در قرارداد مشخص شود زیرا که هزینه‌ها تا نقطه مذکور به عهده فروشنده است. فروشنده می‌داند که باید قرارداد حملی را تهیه کند که دقیقاً با نقطه مذکور منطبق باشد. اگر فروشنده براساس قرارداد حمل، هزینه تخلیه کالا در بندر مقصد را پرداخت کرده باشد حق بازپرداخت هزینه مذکور را از خریدار ندارد مگر اینکه توافق دیگری بین طرفین به عمل آمده باشد.

فروشنده ملزم است که کالا را روی عرشه کشتی تحویل دهد یا کالایی را که قبلاً بدین ترتیب برای حمل به مقصد تحویل شده، تهیه یا فراهم کند. علاوه بر آن فروشنده ملزم به انعقاد قرارداد حمل یا تهیه چنین قراردادی است. اشاره به مفهوم «تهیه یا فراهم کردن» در این اصطلاح برای تداعی مفهوم فروش پیاپی (فروش زنجیره‌ای) به ویژه در تجارت کالاهای فله (کالاهای کشاورزی، مواد نفتی، فلزات و مانند آن) است. اصطلاح CFR در مواردی که کالا در نقطه‌ای غیر از عرشه کشتی به حمل کننده تحویل می‌شود برای مثال کالای بارگیری شده در کانتینر که معمولاً در پایانه حمل تحویل می‌شود مناسب

نیست. در اینگونه موارد باید از اصطلاح CPT استفاده شود. اصطلاح CFR بسته به مورد، فروشنده را ملزم می‌کند که کالا را برای صدور ترخیص کند. با این حال فروشنده وظیفه‌ای برای انجام ترخیص کالا برای ورود، پرداخت هرگونه عوارض واردات یا انجام هرگونه تشریفات گمرکی واردات را ندارد.

← **توجه۲**: بجای اصطلاح CFR، اصطلاح CANDF یا C&F بکار برده می‌شد که حروف اختصاری دو کلمه انگلیسی COST AND FREIGHT به معنای پرداخت هزینه‌های تولید یا تهیه کالا و کرایه حمل تا مقصد خریدار به وسیله فروشنده بود ولی این اصطلاح در نهایت منسوخ شده و بجای آن اصطلاح CFR بکار می‌رود.

CIF

اصطلاح CIF که حروف اختصاری سه کلمه‌ی انگلیسی(COST, INSURANCE AND FREIGHT) و معنای آن پرداخت هزینه تولید یا تهیه کالا، پرداخت کرایه حمل تا بندر مقصد خریدار و پرداخت حق بیمه فروشنده یا صادرکننده کالا می‌باشد.

به عنوان مثال هرگاه در قرارداد فروش یا اعتبارنامه اسنادی (L/C) اصطلاح (CIF.ROTTERDAM) بیاید، معنای آن این است که فروشنده یا صادر کننده کالا باید علاوه بر تحمل هزینه‌های مشروح در اصطلاحات فوق و پرداخت هزینه حمل تا بندر مقصد یعنی مثلاً بندر رتردام در هلند، که همان اصطلاح CFR مشروح در فوق می‌باشد باید هزینه بیمه کالا و بیمه دریایی و بیمه-های مربوط به سایر ریسک‌ها را نیز متقبل شود که در این صورت باز هم تعهدات صادر کننده کالا با بکار بردن این اصطلاح در قرارداد فروش، سنگین‌تر و هزینه‌های وی نیز بیشتر می‌شود. بدین ترتیب اصطلاح CIF همان اصطلاح CFR است به اضافه اینکه فروشنده‌ی کالا باید هزینه بیمه‌های متفاوت کالا را نیز متقبل گردد.

← **توجه**: اصطلاح CIF فقط در مورد حمل کالا با کشتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در مواردی که کالا با وسیله دیگری نظیر کامیون، راه آهن یا هواپیما حمل می‌شود بجای CIFباید اصطلاح CIP را که حروف اختصاری سه کلمه انگلیسی CARRIAGE AND INSURANCE PAID پرداخت هزینه حمل و بیمه به وسیله صادرکننده کالا تا ... (نام مقصد) را بکار برد. شمای صفحه‌ی بعد نحوه

تقسیم تعهدات و هزینه‌های بین فروشنده و خریدار را در اصطلاح CIF نشان می‌دهد. انتقال مالکیت کالا از فروشنده به خریدار و نیز انتقال تعهدات و هزینه‌ها و خطرات مربوط به ادامه حمل کالا تا انبار خریدار از لحظه ورود کشتی به بندر و بستن آن به اسکله در حالی که کالا هنوز در کشتی است انجام می‌پذیرد.

تعهدات و هزینه‌های صادر کننده در این نقطه پایان می‌پذیرد و خریدار موظف به تقبل هزینه‌های مربوط به تخلیه کالا از کشتی، انتقال کالا به گمرک، ترخیص کالا از گمرک ورودی و انتقال کالا به انبار خود می‌باشد.

این اصطلاح باید فقط در حمل دریایی یا آبراه داخلی مورد استفاده قرار گیرد. «هزینه (ارزش)، بیمه و کرایه حمل » یعنی اینکه فروشنده کالا را روی عرشه کشتی تحویل می‌دهد یا کالایی را که قبلاً بدین ترتیب تحویل شده تهیه یا فراهم می‌کند. انتقال ریسک فقدان یا خسارت وارده به کالا هنگامی است که کالا در کشتی بارگیری می‌شود. فروشنده باید قرارداد حمل کالا را منعقد و هزینه‌ها و کرایه حمل لازم تا رسیدن کالا به بندر مقصد تعیین شده را بپردازد. فروشنده ضمناً قرارداد بیمه به منظور پوشش ریسک فقدان یا خسارت وارده به کالا در حین حمل را برای خریدار منعقد می‌نماید. خریدار باید توجه کند که تحت اصطلاح CIF فروشنده فقط ملزم به تهیه حداقل پوشش بیمه‌ای است. اگر خریدار خواستار پوشش بیمه‌ای بیشتری باشد باید در این خصوص صریحاً با فروشنده توافق کند یا شخصاً بیمه مازاد را تهیه کند.

هنگامی که از اصطلاحات CFR, CIP, CPT یا CIF استفاده می‌شود، ظیفه فروشنده با تحویل کالا به حمل کننده تعیین شده به نحوی که در اصطلاح مشخص شده به پایان می‌رسد و نه زمانی که کالا به بندر مقصد می‌رسد.

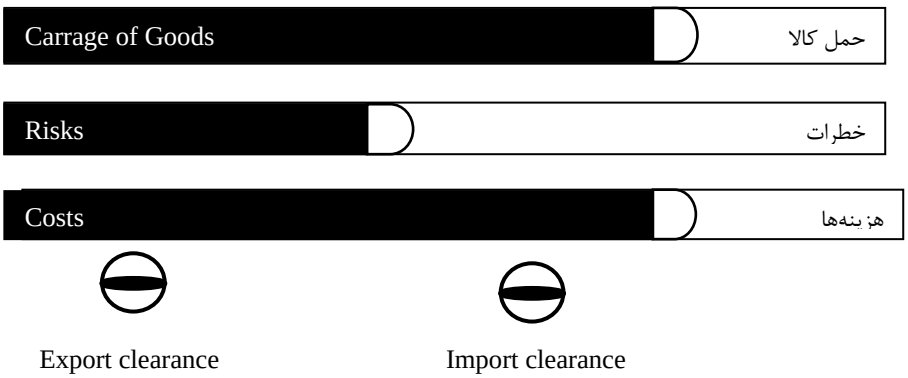
این اصطلاح دارای دو نکته مهم و حیاتی است زیرا که ریسک و هزینه در دو نقطه مختلف منتقل می‌شوند. در حالی که بندر مقصد همیشه در قرارداد درج و مشخص می‌شود ممکن است اشاره‌ای به بندر حمل (بارگیری) یعنی محل انتقال ریسک به خریدار نشود. طرفین به خوبی می‌دانند که اگر این بندر اهمیت خاصی برای خریدار دارد، باید آن را به روشن‌ترین شکل ممکن در قرارداد مشخص کنند.

طرفین قرارداد به خوبی می‌دانند که باید بندر مقصد به روشن‌ترین حد ممکن در قرارداد مشخص شود زیرا که هزینه‌ها تا تقطه مذکور به عهده فروشنده است. فروشنده می‌داند که باید قرارداد حملی را تهیه کند که دقیقاً با نقطه مذکور تطبق کند. اگر فروشنده بر اساس قرارداد حمل هزینه تخلیه کالا در بندر مقصدر را پرداخت کرده باشد حق بازپرداخت هزینه مذکور را از خریدار ندارد مگر اینکه به نحو دیگری توافق شده باشد.

فروشنده ملزم است که کالا را روی عرشه کشتی تحویل دهد یا کالایی را که قبلاً بدین ترتیب برای حمل به مقصد تحویل شده تهیه یا فراهم کند. علاوه بر آن فروشنده ملزم به انعقاد قرارداد حمل یا تهیه چنین قراردادی است. اشاره به مفهوم «تهیه یا فراهم کردن» در این اصطلاح برای تداعی مفهوم فروش پیاپی (فروش زنجیره‌ای) به ویژه در تجارت کالاهای فله (کالاهای کشاورزی، مواد نفتی، فلزات و مانند آن) است.

اصطلاح CIF در مواردی که کالا در نقطه‌ای غیر از عرشه کشتی به حمل کننده تحویل می‌شود، برای مثال کالای بارگیری شده در کانتینر که معمولاً در پایانه حمل تحویل می‌شود، مناسب نیست. در اینگونه موارد باید از اصطلاح CIP استفاده شود.

اصطلاح CIF بسته به مورد، فروشنده را ملزم می‌کند که کالا را برای صدور ترخیص کند. با این حال، فروشنده وظیفه‌ای برای انجام ترخیص کالا برای ورود، پرداخت هرگونه عوارض واردات یا انجام هرگونه تشریفات گمرکی واردات را ندارد.



CIF

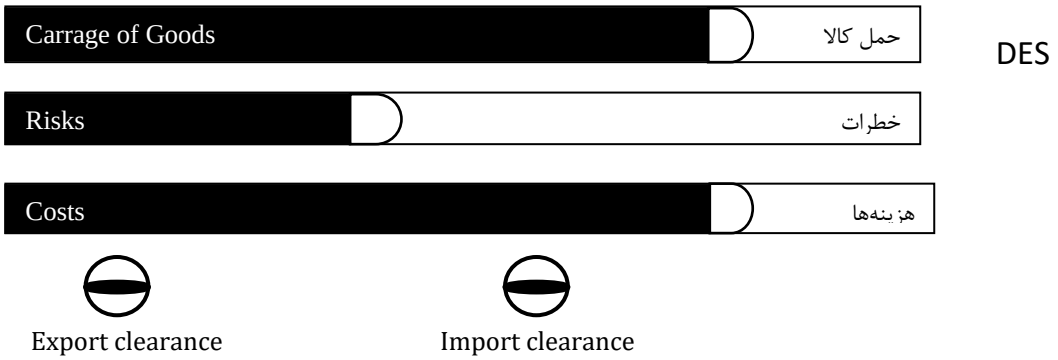
DES

اصطلاح DES حروف اختصاری کلمات انگلیسی(DELIVERED EX-SHIP) و به معنای تحویل کالا بوسیله فروشنده در کنار کشتی می‌باشد.

چنانچه این اصطلاح در قرارداد فروش یا اعتبارنامه اسنادی(L/C) بیاید، معنای آن این است که فروشنده باز هم تعهد سنگین‌تری را نسبت به اصطلاحات مشروح در فوق به عهده می‌گیرد و آن این است که علاوه بر تمامی تعهداتی که در اصطلاحCIF شرح داده شد متعهد است هزینه‌ی تخلیه کالا را پس از پهلو گرفتن کشتی در اسکله بندر پرداخته و کالا را در بارانداز اسکله تحویل خریدار دهد، در همین نقطه است که مالکیت کالا از فروشنده به خریدار منتقل می‌شود. همینطور نیز مسئولیت‌ها، تعهدات و هزینه‌های مربوط به ادامه سفر، کالا تا انبار خریدار از این نقطه به بعد از صادر کننده به خریدار منتقل می‌گردد و خریدار موظف به پرداخت هزینه انتقال کالا به گمرک و ترخیص آن و انتقال به انبار خود می‌باشد. چنانچه در دنباله‌ی اصطلاح DESعبارت (FREE OUT) بیاید پرداخت هزینه‌های مربوط به تخلیه کالا از کشتی به عهده خریدار در اصطلاح DES کالا خواهد بود.

در زیر نقطه انتقال مالکیت و نیز انتقال هزینه‌ها و تعهدات از فروشنده به خریدار مشخص شده است.

DES



تحویل در بارانداز- DEQ

اصطلاح DEQ حروف اختصاری کلمات انگلیسی DELIVERED EX-QUAY به معنای تحویل کالا در بارانداز اسکله بندر مقصد یا از صادر کننده به خریدار است. تا اینجا اصطلاح DEQ مشابه اصطلاح قبلی مشروح در فوق یعنی (DES) می‌باشد منتها در هنگامی که اصطلاح DEQ در

قرارداد ذکر می‌شود تعهدات صادر کننده نسبت به اصطلاحات فوق باز هم بیشتر می‌شود و آن پرداخت عوارض، مالیات‌ها و هزینه‌های گمرکی مربوط به ترخیص کالا از گمرک می‌باشد در نقطه بعد از عبور کالا از گمرک است که انتقال مالکیت از فروشنده به خریدار صورت می‌پذیرد و همینطور نیز انتقال هزینه‌ها و تعهدات نسبت به ادامه سفر کالا تا رسیدن آن به انبار خریدار از شمای زیر تقسیم تعهدات و هزینه‌ها بین فروشنده و خریدار و نیز نقطه انتقال مالکیت کالا را از فروشنده به خریدار نشان می‌دهد.

DEQ

DAF

اصطلاح DAF حروف اختصاری کلمات انگلیسی DELIVERED AT FRONTRER چنانچه این اصطلاح در قرارداد ذکر شود به موجب آن فروشنده تمامی هزینه‌های کالا را در حمل و نقل زمینی یا هوایی تا پشت گمرک کشور خریدار متقبل می‌شود و در همین نقطه است که مالکیت کالا از فروشنده به خریدار انتقال می‌یابد. هزینه‌های مربوط به ترخیص کالا از گمرک مرزی و انتقال کالا به انبار خریدار به عهده خریدار خواهد بود. در زیر وضعیت تعهدات و هزینه‌های فروشنده و خریدار را در اصطلاح DAF نشان می‌دهد.

DAF

DDP

اصطلاح DDP حروف اختصاری کلمات انگلیسیDELIVERY DUTY PAID می‌باشد و معنای آن این است که صادر کننده‌ی کالا علاوه بر انجام تعهدات و مسئولیت‌های مشروح در اصطلاحات فوق، مسئول تقبل هزینه‌های گمرکی، تهیه مدارک مربوط به ترخیص کالا از گمرک، پرداخت مالیات و عوارض واردات کالا به کشور خریدار، تأمین هزینه انتقال کالا از گمرک به مقصد خریدار که معمولاً انبار یا کارخانه وی است می‌باشد.

بنابراین چنانچه اصطلاح DDP در قرارداد فروش ذکر شود تمامی هزینه‌ها و مسئولیت‌های تولید یا تهیه کالا و حمل آن به بندر مقصد خریدار و ترخیص آن از گمرک مقصد خریدار است که مالکیت کالا از صادر کننده است و در انبار یا کارخانه خریدار است که مالکیت کالا از صادر کننده به خریدار منتقل می‌گردد. حال اگر بعد از اصطلاح (DDP) عبارت EXCLUSIVE OF VAT (به معنای باستثنای پرداخت مالیات و عوارض ورود کالا ذکر شود پرداخت اینگونه هزینه‌ها به عهده خریدار خواهد بود.

در اصطلاح DDU نیز که حروف اختصاری DELIVERED DUTY UNPAID میباشد، خریدار کالا موظف به پرداخت عوارض واردات کالا است. شمای زیر وضعیت هزینه‌ها و نقطه انتقال مالکیت از صادر کننده به خریدار را نشان می‌دهد.

۵- صدور کالا بصورت رؤیتی (On Consignment)

ارسال کالا بصورت رؤیتی از جمله مشکل‌ترین و خطرپذیرترین روش صدور کالا می‌باشد. در این روش، قبل از صدور کالا بوسیله‌ی صادر کننده اصولاً خریداری وجود ندارد و قرارداد فروش با کسی

منعقد نگردیده تنها هنگامی احتمال دارد که برای کالای صادر شده خریدار پیدا شود که کالا به کشور مقصد برسد و از گمرک ترخیص شود و خریدار با رؤیت کالا احتمالاً کالای صادر کننده را خریداری کند.

بدین ترتیب در روش صدور کالا بصورت رؤیتی صادر کننده باید هزینه‌های تولید یا تهیه کالا صادراتی، بسته بندی و عدل بندی، حمل تا گمرک و ترخیص کالا از گمرک کشور خود، تحمل هزینه‌های بارگیری و حمل کالا تا مقصد و ترخیص آن از گمرک کشور مقصد و پرداخت کلیه عوارض گمرکی و هزینه‌های انبارداری را خود متقبل شود و تازه در آن موقع است که باید برای کالای خود خریدار پیدا کند و خریدار در صورتی حاضر به خرید کالا خواهد بود که کالا را رؤیت کرده و کیفیت آنرا تأیید کند.

روش ارسال کالا بصورت رؤیتی خطرات متعددی در بر دارد که از آن جمله معطلی کشتی یا کامیون در بندر مقصد و احتمال جلوگیری از ورود کالا به کشور مقصد به علت عدم انطباق مشخصات کالا با مشخصات مورد نیاز گمرک کشور مقصد و غیره می‌باشد. به همین جهت برای اینکه صادر کننده از خطرهای این روش بکاهد یا باید خود همراه کالای خود برود و یا اینکه طرف آشنا و قابل اعتمادی در کشور مقصد داشته باشد.

۶- قوانین اینکوترمز ۲۰۰۰

آنچه تاکنون تحت عنوان قوانین طلایی اینکوترمز شرح دادیم مربوط به اصطلاحاتی بود که در سال ۱۹۹۰ بوسیله اتاق بازرگانی بین‌المللی برای مشخص ساختن مسئولیت‌های فروشنده و خریدار منتشر شده بود و تاکنون در قراردادهای صادراتی مورد استفاده وسیع قرار می‌گرفت. اتاق بازرگانی بین‌المللی هر ده سال یکبار قوانین اینکوترمز را مورد بررسی و تجدیدنظر قرار می‌دهد و مشکلات احتمالی را که طی ده سال ممکن است در راه استفاده از اصطلاحات اینکوترمز روی دهد برطرف می‌سازد.

قوانین اینکوترمز در سال ۲۰۰۰ نسبت به قوانین سال ۱۹۹۰ تغییرات مختصری نموده که ذیلاً بشرح این تغییرات می‌پردازیم:

مسئولیت ترخیص کالا از گمرک بر طبق اصطلاح FAS (Free alongside the ship) که قبلاً به عهده‌ی خریدار کالا بود از این پس به عهده‌ی فروشنده کالا می‌باشد.

* تعهدات فروشنده کالا به منظور بارگیری کالا بر روی وسیله حمل تامین شده بوسیله خریدار و تعهد خریدار کالا جهت دریافت وسیله حمل رسیده به مقصد خریدار طبق اصطلاح (FCA) به تفصیل تشریح شده است.

* انتقال تعهد ترخیص کالا از گمرک مقصد از فروشنده کالا به خریدار طبق اصطلاح (DEQ). قبلاً تعهد ترخیص کالا از گمرک مقصد به عهده‌ی فروشنده بود.

علاوه بر این در اینکوترمز ۲۰۰۰ از جهت تسهیل در درک مسئولیت‌های فروشنده و خریدار کالا، اصطلاحات بصورت واضح‌تر و روشن‌تر تشریح گردید و اصطلاحات جدیدی نظیر FCA, CIP, CPT جهت سهولت بیشتر درک اصطلاحات، جایگزین اصطلاحاتی چون CFR, FOB و CIF گردیده است.

فصل دوازدهم

نقش فورواردر در عملیات حمل و نقل بین المللی

حق العمل کار حمل و نقل یا فورواردر

بسیاری از صادر کنندگان در کشورهای پیشرفته و بعضی از کشورهای رو به رشد برای انجام کلیهٔ امور حمل و نقل بین المللی و حتی بسیاری از وسایل جانبی آن، شخصی را به عنوان فورواردر استخدام می‌نمایند.

فورواردر یا به عبارت دیگر حق العمل کار حمل و نقل می‌تواند به عنوان یک رابط و هماهنگ کننده امور حمل و نقل به صاحبان کالا و نیز به حمل کنندگان کالا کمک نمایند.

مهم ترین خدمات فورواردر انتخاب بهترین مسیر برای انتقال کالا، انتخاب بهترین وسیله حمل و انتخاب حمل کنندهٔ مناسب و نیز رعایت عامل زمان و عامل هزینه از جمله مهم ترین وظایف فورواردر به شمار می‌رود.

دیگر خدمات فورواردی عبارت است از ارائه خدمات انبارداری، ارائه خدمات بسته بندی، ارائه خدمات در مورد اعتبارات اسنادی و صدور اسناد برای دریافت وجه کالا، بیمهٔ کالا، انجام امور گمرکی کالا، انجام حمل داخلی- ترتیب معاملات ارزی، سپردن تضمین‌های لازم- دادن اطلاعات لازم در مورد بازار تحویل کالا در زمان مناسب و چون فورواردرها مورد اعتماد شرکت‌های حمل و نقل هوایی، دریایی، زمینی و راه آهن هستند برای صادرکنندهٔ کالا در حکم یک موهبت آسمانی به شمار می‌رود که بارهای سنگین صادرات به خصوص بار حمل و نقل و جوانب آنرا از دوش صادر کننده بر می‌دارد و روی دوش خود می-گذارد. از جمله معایب سپردن کار به فورواردر جبران ناچیز خسارت‌هایی است که ممکن است وارد کند. در ایران هنوز آنچنان که باید مقام فورواردر پا نگرفته و هنوز این شغل شناخته نشده، البته قسمت هایی از وظایف آن به صورت تکه‌ای در ایران وجود دارد. مانند نمایندگان کشتیرانی که کار رزرو جا برای کالای شما را در کشتی انجام می‌دهند و یا ترخیص کاران گمرک که کالای شما را از گمرک ترخیص می‌کنند و غیره. بنابراین توصیه اکید می‌شود که در حال حاضر که وضع بدین منوال است شما به جای

استخدام فورواردر برای حمل و نقل بین المللی کالا خود و انجام جوانب آن شخصی با تجربه، موفق و کارآمد را به عنوان متصدی حمل و نقل شرکت خود انتخاب نمایید تا نامبرده با بهره گیری از تجارب خود و نیز استفاده از اینترنت بهترین راه حمل و نقل بین المللی را برای شما و تحت نظارت کامل شما به انجام رساند.

توجه داشته باشید که شرکت‌های کشتیرانی خود کار حمل و نقل را انجام نمی‌دهند، بلکه به عنوان واسطه یا نماینده به حمل کننده اصلی ارجاع می‌دهند. همین طور است بیمهٔ بین المللی حمل کالا که شرکت های بیمهٔ خودمان کالای شما را به نمایندگی از طرف شرکت اصلی بین المللی بیمه تحت عنوان بیمه اتکایی کار کاغذ بازی بیمه را انجام می‌دهند.

فصل سیزدهم

انجام تحقیقات مقدماتی برای صادرات

تاکنون رسم بر این بوده است که صادر کننده کالا برای فروش کالای صادراتی خود به چند کتاب راهنما و حداکثر به نمایندگی کشورهای مختلف در ایران مراجعه میکرده و نام چند خریدار احتمالی را انتخاب می‌کرده و با مکاتبه با هریک از آنها سرانجام یکی از خریداران که به کالای صادر کننده علاقه نشان می‌داد و سرانجام صادرات سر گرفته می‌شده است.

حال دیگر این روش منسوخ شده و دیگر شما نباید این روش را ادامه دهید. مهمترین دلیل آن علاوه بر وجود ریسک‌های فراوان این است که خریدار کالای شما را به قیمت حراج خریداری می‌کند زیرا خودتان چوب حراج را به کالای خود زده‌اید و به این طرف و آن طرف رفته‌اید تا کالای خود را به فروش برسانید. خریدار نیز با استفاده از نیاز شما قیمتی برابر یا یک سوم قیمت واقعی را پیشنهاد نموده و علاوه بر آن شرایطی برای فروش می‌گذارد که صادر کننده را در تنگنا قرار می‌دهد. امروزه این روش در دنیا از میان رفته است. صادرکنندگان واقعی هر یک نماینده‌ای در کشورهای متعدد دارند که کلیه عملیات مربوط به ترخیص و فروش کالا را بصورت رایج آن کشور به فروش می‌رسانند.

اکنون که شرکت مورد نظر خود را ثبت کرد ه‌اید و دفتر شما آماده عملیات صادراتی است، حساس‌ترین و سودمندترین تجارت صادرات و واردات را میبایست بطور مفصل شروع نمائید. زیرا کار صادرات چرخه پر ریسک و در عین حال جالب و سود آور میباشد. بدون انجام این تحقیقات بعنوان مثال شخص کوری می‌ماند که تفنگ بدست به شکار مرغابی می‌رود و آنقدر باید ساچمه‌های خود را حرام کند تا شاید یکی به شکار بخورد.

از همین ابتدا ما شما را راهنمایی خواهیم کرد که چگونه این تحقیقات بازار بین المللی صادرات و نیز واردات را انجام دهید و شما میتوانید این تحقیقات را به دو صورت انجام دهید. ابتدای کار این تحقیقات را هنگامی که در دفتر خود و پشت میز خود نشسته اید انجام خواهید داد و پس از تکمیل این اطلاعات چنانچه ضروری دانسته اید تحقیقات خود را هنگام مسافرت به کشورهای خارج تکمیل نمایید. اگر

بخواهید از همان ابتدا اطلاعات لازم را با سفر به کشورهای مقصد انجام دهید باز هم در آخر کار با صرف هزینه‌ای گزاف احتمالا با نتیجه صد چندان مثبت برمیگردید. بنابراین تحقیقات خود را ابتدا از محل دفتر خود شروع خواهید کرد.

انجام تحقیقات بازار از دفتر کار

حال که دریافته‌اید امکان فروش کالای شرکت شما در خارج از کشور نیز وجود دارد گام بعدی آن است که شروع به شناسایی این فرصت ها و امکانات از طریق انجام تحقیقات نمایید. اینکار حتی برای صادر کنندگان با تجربه نیز می‌تواند بعنوان یک برنامه ریزی مهم تلقی گردد. انجام تحقیقات در حالیکه در دفتر خود هستید از هزینه‌های غیر ضروری سفر و اتلاف وقت جلوگیری می‌کند. به همین جهت که هدف خود را ذیلا بصورت چکیده شرح می‌دهیم. شناخت وضع صادرات کنونی کشور و یافتن کشورهای دارای کشش صادراتی:

در بسیاری از این کشورها معمولاً صادرکننده هنگام انجام فرایند صادرات می‌بایست ماهیت محصول خود را بر حسب سر فصل‌های متناسب با تعرفه های گمرکی، حجم صادرات، ارزش آنرا به برخی از مقامات دولتی مانند گمرک یا اداره مالیات گزارش نماید. هنگام مراجعه به این مقامات می‌توانید آمارهای صادراتی داخل کشور را بدست آورید که معمولا نشان دهنده موارد زیر است:

۱-آیا در حال حاضر صادرات انجام می‌گیرد؟

۲- محموله‌های صادراتی به کدام کشورها می‌روند؟

۳-چه کسی اقدام به صادرات می‌نماید؟

شما می‌توانید آمارهای صادرات بازار داخلی کشور را معمولا از طریق منابع دولتی مانند گمرک و یا از طریق اتحادیه های صادراتی، اتاق‌های بازرگانی یا کارگزاران دولتی تشویق کننده امر صادرات بدست آورید. چنانچه این تحقیقات را بصورت کامل انجام دهید اطلاعات بسیار با ارزشی را در مورد حرفه خود بدست خواهید آورد. البته هنوز تحقیقات شما کامل نیست. چنانچه مشخص گردد که کشورهای دیگر به تولید محصولات مشابه و صادرات آنها اقدام می‌نماید، پس از دستیابی به آمار صادراتی آن کشورها اطلاعات خود را نسبت به صادرات کالاهای رقیب افزایش خواهید داد.

انجام این تحقیقات می‌تواند برای شما مبنایی برای مقایسه‌های کمی، کیفی و مهمتر از آن ارزشی باشد که کشورهای رقیب شما همان کالایی را صادر می‌نمایند که شما می‌خواهید صادر کنید. از این جهت باید قیمت‌های صادراتی آنرا با قیمت صادراتی خود مقایسه نمایید، میزان صادرات آن شرکت و نیز وسعت تجارت وارداتی آنرا نیز مورد مقایسه قرار دهید. برای انجام این کار و شروع رقابت با کشورهای صادر کننده کالاهای نظیر کالاهای شما را می‌توانید از اطلاعات منابع زیر بدست آورید:

سفارتخانه‌های کشورهای صادر کننده کالای شما در ایران (وابسته بازرگانی)

بانکهای عمل کننده به واردات (امور بین الملل یا اداره اعتبارات اسنادی)

سفارتخانه‌های ایران در کشورهای تولید کننده و صادر کننده کالاهای مورد نظر شما.

اتاق‌های بازرگانی مشترک بین دو کشور (نظیر اتاق بازرگانی ایران و آلمان)

چنانچه بدنبال فرصت‌هایی برای صادرات خدمات یا فناوری تحت یک توافقنامه یا مجوز باشید نیز فرایند انجام تحقیقات صادراتی در اصل به همین صورت میباشد. لازم است تحقیقات خود را در این مورد برای بازارهایی انجام دهید که دارای صنایعی با استفاده از توان خدمات یا فناوری شما هستند تا از آن طریق بتوانید فهرست اشخاص شرکت‌ها را برای تماس شناسایی نمایید.

بدست آوردن داده‌های واردات

حال که داده‌های روشنی از محل منابع رقابتی عرضه در کشورهای وارد کننده در اختیار دارید گام بعدی بدست آوردن ارقام وارداتی است. ارقام وارداتی را می‌توان از طریق واحدهای دولتی نظیر گمرک و یا بانک‌ها و یا اتاق‌های بازرگانی مشترک در کشورمان بدست آورد. همانند تحقیق درباره صادرات برای بدست آوردن اطلاعات در مورد واردات نیز می‌توانید وابسته بازرگانی سفارت خارجی در کشورمان و یا سفارت کشورهایی در کشورهای مورد نظر مکاتبه یا مراجعه نمایید.

چنانچه فروش محصولات شما حالت فصلی داشته باشد که عرضه یا استفاده و گرایش مصرف کننده آنها دارای یک الگوی فصلی باشد باز هم می‌توانید برا ی صادرات محصولات خود به همان منابع فوق مراجعه کنید. چنانچه دنبال فرصت‌هایی برای صادرات خدمات یا فناوری بر اساس موافقتنامه واگذاری

مجوز صدور باشید نیز فرایند انجام تحقیقات نیز در اصل به همین صورت مشروح در فوق صورت می‌گیرد.

دیگر منابع تحقیق

دفاتر کشورهای خارجی در ایران جدا از وابسته های بازرگانی می‌توانند اطلاعات جامع‌تری در مورد صادرات و واردات کشور خود به شما عرضه نمایید.

شناسایی وارد کنندگان و توزیع کنندگان اصلی

پس از آنکه کشور بازار هدف خود را انتخاب نمودید باید بدنبال وارد کنندگان عمده کالایی نظیر کالای خودتان باشید این شرکت‌ها می‌توانند بجای واردات خرید های خود را از کالای شما انجام دهند.

کارگزاران و موسسات دولتی صادرات

در کشور ما حتی برای تضمین برگشت حاصل از صادرات صندوق ضمانت صادرات وجود دارد که بسیار فعال است و می‌تواند منبع بسیار مفیدی جهت تحقیق در مورد کشورهای خوش حساب و بد حساب باشد. بجز این صندوق شرکت‌های متعددی نیز برای تشویق صادرات وجود دارند اکثراً شرکت‌های دولتی هستند و کار اصلی آنها بندرت کمک به صادرات است بلکه سرمایه خود را در دیگر رشته‌های سود ده و یا اعطای وام با بهره های کمرشکن بکار میگیرند تا در پایان سال تراز آنها سود نشان دهد.

علاوه بر آنکه بانک بسیار معتبر توسعه صادرات با شعبات متعدد خود در شهرستانها نیز می‌تواند منبع بسیار گرانبهایی برای انجام تحقیقات شما در کشورهای هدف باشد.

اتاق‌های بازرگانی مشترک

در کشور ما اتاق‌های بازرگانی مشترک بین اتاق بازرگانی ایران و کشورهای بسیاری که با ایران مراوده تجاری دارند می‌توانند اطلاعات بسیار جامعی در مورد صادرات به کشورشان و نیز واردات از کشورشان به ایران به شما بدهند. توصیه ما به شما این است که عضو یک یک این اتاق‌های بازرگانی مشترک شوید تا بتوانید از مزایای بیشتری که در اختیار اتاق مشترک است بهره مند شوید.

بانک‌ها

بانکی که در آن گشایش حساب کرده اید علاوه بر دریافت و پرداخت وجوه یک بخش مهم نیز دارد که اختصاص به امور بین الملل بخصوص قسمت اعتبارات اسنادی می‌باشد و چون شما مشتری آن بانک هستید بسیار محتمل است که قسمت اعتبارات اسنادی اطلاعات مربوط به واردکنندگان کالای مختلف، وضع مالی واردکنندگان، مشکلات تجارت با کشورهای خارجی شامل موارد ارزی، تبادل پول، الویت‌های دولتی، قوانین و مقررات باشد.

کتاب‌های راهنمای تجارت

شرکت‌های متعددی هستند که دست به انتشار کتاب‌های راهنمای تجارت زده اند. بعضی از این کتاب‌ها بسیار مفصل، جامع و راهنمای تجارت در خصوص وارد کنندگان، توزیع کنندگان، صادر کنندگان، تولید کنندگان و شرکت‌های خدماتی می‌باشد.

مکاتبات مربوط به استعلام

نامه درخواستی که در ابتدا برای یک سفارت خارجی، اتاق بازرگانی یا سایر تماس‌ها ارسال می‌کنید، کلید استخراج اطلاعات مرتبطی است که بخشی از برنامه تحقیق مقدماتی شما را تشکیل می‌دهد. بنابراین بسیار ضروری است که این نامه به شیوه‌ای واضح و خلاصه شرح دهد که اهدافتان چیست، که هستید و پیشنهاد فروشتان چیست. تلاش شما بر آن است که به یک گیرنده پرمشغله نام این انگیزه را بدهید که با جدیت به درخواست شما پاسخ گوید.

اشاره این فصل بر آن است که شما بر حسب ماهیت محصولتان به یک یا کلیه طبقه بندیهای زیر نیاز خواهید داشت:

*آمارهای وارداتی اخیر

*فهرست نمایندگی‌ها، وارد کنندگان و توزیع کنندگان

*گنجایش بازار محلی برای محصولاتتان

*داده‌های اقتصادی محلی

*مقررات برچسب زنی و بسته بندی محلی

*ثبت یا تائیدیه ضروری محلی برای محصول
*قوانین و مقررات بهداشتی و سازندگان این مواد
*مجوز واردات و قوانین و مقررات سهمیه‌ای
*کنترل‌های ارز خارجی
*تعرفه‌ها (و هر مانع غیر تعرفه‌ای که در موارد بالا به آن اشاره نشده است.)

ممکن است ماهیت محصول شما سوالات دیگری را نیز پیش آورد که باید پاسخ آنها را پیش از بازدید بازار فهرست برداری از کلیه شرایط خاص پیش از ارسال نامه های درخواست نیز عملی است که ارزش انجامش را دارد. ممکن است آنچه شما ارائه می‌کنید کالایی باشد که بعنوان جز یا ورودی یک محصول یا فرایند دیگر مورد استفاده قرار گیرد و بنابراین نیازمند فهرستی از مصرف کنندگان بالقوه باشید.

معمولا در صورتی که گیرنده نامه متوجه شود برخی تحقیقات ابتدایی را بعمل آورده‌اید، پاسخگویی بهتری خواهید داشت. هر زمان که ممکن بود در شناسایی نام و عنوان خاص فردی که توان مساعدت به شما را دارد بکوشید. یک نامه حرفه‌ای و مودبانه که شخص خاصی را مخاطب قرار می‌دهد بیشتر احتمال دارد به همان پاسخی دست یابید که به آن نیاز دارید. اما نامه‌ای که مخاطب ان مشاور بازرگانی یا مدیر اتاق باشد به احتمال بسیار زیاد سر از سطل کاغذ باطله یا پوشه مکاتبات بلاتکلیف در خواهد آورد. (به تصویر ۳۰۳ مراجعه نمائید).

نیازهای محصول (برای مثال، کامیون یخچال دار برای تحویل کالاهای منجمد یا دلالانی که قادر به حمایت از محصولی با خدمات پس از فروش باشند)

* وجود توزیع کنندگان محلی که قادر به بازاریابی محصولات باشند.
* حمایت فعلی یا بالقوه (از واردات) برای محصولات تولید داخل
* موجودی ارز خارجی برای واردات
* وجود مجوزهای واردات (در صورت نیاز)

پاسخی منفی به برخی از این عوامل می‌تواند دلیلی بر عدم سرمایه گذاری زمانی و سایر منابع در جهت توسعه یک بازار باشد، مگر قادر به ایجاد نفوذی مثبت در جهت تغییر بازار باشید.

طبق معمول، در زمان وجود داده‌های مقایسه‌ای خوب است که این داده‌ها را در یک قالب مقایسه‌ای ساده جدول‌بندی نموده تا امکان مشاهده همه چیز در یک نگاه و کمک به تصمیم‌گیری فراهم گردد. نمایشگر آن است که چگونه میتوان برخی از معیارهای فوق برای گستره ای از بازارها جدول بندی نمود.

فصل چهاردهم

سفرهای تحقیقاتی از بازارهای کشورهای هدف و بررسی نحوه پخش کالا در آنها

هدف از انجام این سفرهای تحقیقاتی، در ابتدا برنامه ریزی دقیق سفر با هدف‌های شخصی که در نظر دارید تا بتوانید از سفر کوتاه خود به بازار هدف، منتهای استفاده را ببرید و در حین انجام این سفر نسبت به روش‌های توزیع و پخش ان و آگاهی از روش پخش کالاهای مخصوص خودتان آگاهی یابید.

در این مورد کشوری را انتخاب نمائید که تحقیقات اولیه را در خودتان و در دفتر کارتان بطور کامل انجام داده باشید. این کار باعث خواهد شد که شما دردسرهای کمتری را متحمل شوید.

مهمتر از همه اینکه سفر به یک کشور خارجی پیشرفته بسیار گران تمام می‌شود. شما باید انجام تحقیقات خود را طوری برنامه ریزی نمایید که شامل موارد زیر باشد:

از نحوه و روش توزیع کالا در بازار هدف، کاملا آگاهی یابید و ... کسب و کار در آن کشورها را دریابید. با نمایندگان و توزیع کنندگان کالاهای مشابه کالای خودتان در آن کشور ملاقات کنید و روش کار آنها را بخوبی توجه نمایید و مهمتر از همه در ادامه تحقیقات خودتان در کشور خودتان با خریداران کالای مشابه کالای خودتان صحبت کنید و نظرات آنها را بسنجید. علاوه بر آن مشخصات اضافی را که به برنامه ریزی و مدیریت شما کمک می‌کند بخوبی فرا گیرید.

هدف از تشریح این فصل تشویق شما برای برنامه ریزی انجام یک سفر خوب با اهداف مشخص می‌باشد. این سفرهای کوتاه مدت باعث ایجاد آگاهی در خصوص روش‌های متفاوت توزیع کالا در کشور هدف و مهمتر از همه انجام تحقیقات وسیع جهت انتخاب وارد کننده، توزیع کننده یا نماینده شما در کشور هدف باشد. برای اینکه آسانتر به هدف سفرهای خود برسید قبلاً باید تحقیقاتی که از دفتر کار خود در ایران انجام داده اید بطور کامل انجام دهید تا تحقیقاتی که در حین سفر انجام می‌دهید مکمل تحقیقات قبلی شما باشد. برای شروع انجام تحقیقات در سفر اصول مهم زیر را باید در شروع کار انجام دهید :

*درک روش‌های توزیع کالا در کشور هدف در حین بازدید از آن کشور

*ملاقات و مذاکره با نماینده‌ها و توزیع کنندگان کالای دیگران که مشابه کالاهای شما باشند در حین سفر.

*ملاقات با مشتریان و خریداران کالای مشابه کالای شما (برای کالاهای مصرفی فروشگاه‌های عمده و یا کار بران نهایی ... محصولات و تولیدات صنعتی

*ارزیابی بیشتر ظرفیت فروش بازار

*انجام برنامه ریزی‌های بیشتری که به نظر خودتان به مدیریت بازار کمک نماید.

معرفی نامه‌ها

پس از تکمیل کلیه تحقیقاتی که قبل از مسافرت و در دفتر کار خود انجام داده اید و ما قبلاً برای شما تشریح کرده‌ایم اکنون نوبت به بازدیدهای اولیه هنگام سفر به کشور هدف می‌رسد. هدف عمده از این بازدیدها دستیابی به اطلاعات دست اول از یک بازار، کانال‌های توزیع و زیر ساخت‌های آن و شناسایی واردکنندگان، توزیع کنندگان و خریداران کالاهای مشابه کالای شما می‌باشد. انجام این کارها می‌تواند به تنگ کردن محدوده بازدید شما کمک نماید.

در این مرحله و قبل از برنامه ریزی سفر بهتر است یک معرفی نامه به افرادی که بعنوان نمایندگان کالاها درکشور هدف قبلا شناسایی کرده‌اید بنویسید و ارسال نمایید این معرفی نامه باید حاوی موارد زیر باشد:

*معرفی روشن و خلاصه شرکت و محصولات‌تان

* درخواست از گیرندگان برای راهنمایی در خصوص موارد زیر:

- تمایل به نمایندگانی محصولات شما (یا چنانچه ایشان دارای یک نمایندگی متضاد هستند)

- دارا بودن تجربه در محصولات مشابه

- ساختار بازار برای واردات و توزیع

- مقررات واردات و کلیه قوانین و مقررات مرتبط دیگری که با تجارت در طبقه بندی‌های محصول شما مرتبط باشد.

- ساختارهای قیمت گذاری رقبا در بازار

*در خواست از گیرندگان به منظور ارائه یک معرفی کامل از شرکت‌هایشان تا به شما امکان ارزیابی از توانایی ایشان در نمایندگی شما را بدهد. این معرفی باید شامل جزییات زیر باشد:

- اندازه شرکت و سطوح گردش مالی
- ساختارهای مالکیتی و مدیریتی
-سطوح کارکنان
- داده های مالی (شرح حساب ها در صورت امکان)
- مراجع بانکی و تجاری
- امکاناتی که برای بهره گیری، انبار و توزیع کالا دارند
-سایر خطوط محصولی که نمایندگی می‌کنند

بمنظور ایجاد انگیزه در دریافت یک پاسخ سریع می‌توانید اشاره نمایید که پیشنهاد شما برنامه‌ای قریب الوقوع برای بازدید از بازار است. عمق و کیفیت پاسخ ها می‌تواند کمک بسیار زیادی را در خصوص ارزیابی اینکه چه کسی مشتاق تجارت با شماست و همچنین تصمیم‌گیری دقیق در خصوص آنکه با چه کسی در بازدید بازار قرار ملاقات بگذارید، خواهد نمود. واضح است که تعداد نمایندگان بالقوه در هر بازار متفاوت است و معمولا عاقلانه تر آن است که نسبت به هماهنگی جلسات با چندین وارد کننده، توزیع کننده و نماینده که شاخصی از آن گستره تعدادی هستند، اقدام نمایید. مرتبط کردن خود به بزرگترین‌ها الزاماً و خودبخود در جهت منافع شرکت‌تان نخواهد بود. چرا که غالبا نمایندگان فروش بزرگتر، اشتیاق کمتر و تطابق کمتری را به توسعه بازار برای یک خط محصول ناشناخته نشان می‌دهند.

برنامه ریزی سفر

معمولاً به منظور صرفه‌جویی در زمان و هزینه، برنامه سفر به گونه‌ای طرح می‌شود که در برگیرنده چندین بازار متفاوت اما از نظر جغرافیایی مرتبط باشد. هزینه مسافرت در سفرهای صادراتی همیشه بسیار بیشتر از تلاش در فروش خانگی است و اکثراً باعث جلب توجه مدیریت ارشد می‌گردد. بسیار مهم است که یک آژانس مسافرتی تجاری حرفه ای را طرف مشورت قرار دهید که نه تنها توان مساعدت در

ارائه مطلوب‌ترین و اقتصادی ترین نحوه برنامه ریزی مسیر سفر را داشته باشد، بلکه بتواند کلیه ویزاهای مورد لزوم و سایر مدارک سفر را نیز فراهم نماید.

چنانچه برای نخستین بار از یک کشور بازدید می‌کنید، معمولا خوب است که اولین قرار ملاقاتتان با بخش بازرگانی سفارت خود در آن کشور باشد. بخصوص، اگر فردی در آن بخش در پاسخ به درخواست‌های تحقیق مقدماتی شما بهره‌وری بالایی را از خود نشان داده است. اگر چنین فردی را پیشاپیش و به صورتی کامل از بازدید و اهداف و همچنین برنامه سفر و نوع مساعدتی که احتمالا نیازمندید، مانند داده‌های بیشتر آگاه نمایید، زمان بسیار زیادی را می‌توان صرفه جویی نمود. از این نخستین ملاقات می‌توانید در جهت دریافت راهنمایی بیشتر در خصوص آنکه با چه کسی ملاقات و صحبت نمایید بهره برداری کنید. کارکنان سفارتخانه معمولاً از نفوذشان برای حصول اطمینان از آنکه امکان ملاقات با یک طرف تماس نیافتنی در کوتاهترین زمان را داشته باشید استفاده می‌نمایند. آنها همیشه شبکه‌ای وسیع از طرف تماس‌ها را هم در محافل دولتی و هم در شرکت‌های بازرگانی مانند بانک‌ها و شرکت‌های تجاری دارند.

اگرچه باید شماری از ملاقات‌ها را با برنامه‌ریزی قبلی انجام دهید، اما در نخستین سفرتان به هر بازار بسیار سودمند خواهد بود که یک یا دو روز را خالی بگذارید (بسته به اندازه و اهمیت بازار) و از این زمان یا برای پیگیری بیشتر ملاقات‌ها با طرف تماس‌های برنامه ریزی شده در برنامه سفر و یا برای ملاقات با طرف تماس‌های جدیدی که امکان هر نوع تاثیرگذاری بر مطالعات بازار شما را دارند، استفاده نمایید.

در زمان حضور در بازار باید حتما به پاسخ کلیه پرسش‌هایتان برسید. باید بتوانید نتیجه گیری کرده و یک طرح اقدام را با مشارکت و در گیر نمودن وارد کننده‌ای که برای نمایندگی خود از همه مناسب‌تر تشخیص داده اید، آماده نمایید. وارد کنندگان خوب از جریان مداوم و رو به رشد صادرکنندگان آتی رنج می‌برند و غالباً فاقد منابع یک شرکت چند ملیتی عمده برای ایجاد و اجرای طرح‌های پیچیده هستند. باید بتوانید به نمایندگان منتخب خود نشان بدهید که توانایی کار با ایشان را داشته و برای زمانی که در اختیارتان قرار می‌دهند دلیل موجهی وجود دارد و اینکه به اتفاق یکدیگر می‌توانید به آماده‌سازی یک برنامه بازاریابی اقدام نمایید که اجرا، پایش و کنترل آن ساده و عملی باشد بدون آنکه اخلالی در کسب و

کارهای مستقر ایشان در سایر رشته‌ها ایجاد نماید. بسیار مهم است کلیه مواردی را که برای دستیابی به اهدافتان در سفر به آنها نیاز دارید، همراه داشته باشید. یک فهرست کنترل خوب را آماده کرده و پیش از شروع سفر ان را بازنگری نمایید. برخی موارد بسیار مهم در زیر آورده شده اند:

* نمونه‌های محصول
* مشخصه‌های محصول، بروشور و کلیه نوشته‌ها و فهرست‌های قیمت‌ها
*راهنمای نرخ‌های حمل و سایر داده‌های محاسبه هزینه محصول بمنظور آماده سازی محاسبه هزینه‌های بازار در خصوص محصولات خاص
* برنامه‌های تولید و حمل و زمان تحویل
* راهنمایی‌های توانمندی کارخانه‌های تولید برای اصلاح محصول
* فهرست تماس‌های بازار
* خلاصه ای از داده‌های تحقیق اولیه مرتبط
* برنامه سفر و برنامه‌های ملاقات

فراموش نکنید که پاسپورت، ویزاها، ارز، چک‌های مسافرتی، بلیط‌های هواپیما، کارت‌های اعتباری، ماشین حساب جیبی و سایر موارد را همراه داشته باشید. همیشه خوب است هنگامی که منش تان در حال آماده سازی برنامه سفر است از وی بخواهید که جزییات برنامه‌هایی مانند پروازها، زمان‌های ورود، جزییات رزرو هتل، قرارهای ملاقات شامل نشانی‌ها و شماره‌های تلفن، در صورتی که لازم باشد دست به تغییراتی بزنید، را نیز برایتان آماده نماید. حرفه‌ای گری و کارآمدی در مرحله برنامه‌ریزی سفر، زندگی را برایتان در زمان مواجهه با ناکامی‌هایی که همیشه در مسافرت رخ می‌دهد، آسان‌تر می‌کند. از آنجا که همیشه احتمال گم شدن چمدان در قسمت ترانزیت فرودگاه می‌رود، بسیاری از مسافران تجاری همیشه کلیه کاغذها و اسنادشان را با خود به درون هواپیما می‌برند.

برخی کشورها دارای قوانینی در خصوص ورود نمونه‌های محصول، مجوزهایی برای مسافران بازرگانی، ویزاهای تجاری و سایر موانع مسافرتی یا بازدیدی هستند. مطمئن شوید آژانس مسافرتی یا بازدیدی هستند. مطمئن شوید آژانس مسافرتی یا سازمان‌های بازرگانی دولتی مرتبط اطلاعات کامل را در

اختیارتان قرار داده‌اند تا مبادا پا به یک فرودگاه خارجی گذارید و در یابید که امکان ورود خود یا نمونه محصولتان نیست یا اینکه فعالیت‌های مرتبط با بازدیدتان به دلیل مقرراتی سخت با بازدیدتان با ناکامی روبرو شده‌اند. برخی کشورها حتی دارای قوانینی مرتبط با وضعیت مالیات فردی ناشی از بازدیدتان هستند. چنانچه وارد کشور یا منطقه‌ای می‌شوید که احتمال ایجاد مخاطره برای ایمنی فردی تان وجود دارد، اطمینان حاصل نمایید که برنامه بازدیدتان را به دفاتر محلی کنسولگری کشورتان ارائه کرده باشید.

محتوا و برنامه ریزی ملاقات‌ها

بدیهی است که با در نظر گرفتن هزینه‌های اضافی بازدید از بازارهای خارجی، زمان به کالایی گرانبها تبدیل می‌شود. افرادی که با آنها صحبت می‌کنید انتظار دارند بدانند راجع به چه صحبت می‌کنید و قصد دستیابی به چه چیز را دارید و تحت تاثیر حرفه‌ای گری، آمادگی، دانش بازار و محصول و حس روشنی از استراتژی و هدف قرار می‌گیرند.

معمولاً ایده خوبی است که جلسه را با یک بازنگری کوتاه اما روشنگر از شرکت‌تان، محصولاتش و اهدافتان برای بازار شروع کنید. در نخستین جلسه با یک طرف تماس جدید بهتر است زمان کمتری را صرف شرکت خود و محصولاتش نموده و زمان بیشتری را به بحث در خصوص شرکت وارد کننده بالقوه و توانمندی وی در نمایندگی شما اختصاص دهید. آنها ممکن است نه تنها تحت تاثیر نمایش پر از خودستایی قرار نگیرند که حتی به آن واکنش منفی نشان می‌دهند. از آنجا که ممکن است زبان به یک مانع تبدیل شود، آماده سازی کمک‌های بصری (مانند ویدئو، جداول، نمایش‌های رایانه‌ای و امثال آن) و در صورت امکان ترجمه آنها به زبان بازار، در ارتباط بسیار سودمند خواهد بود.

ممکن است در بخش‌های بازرگانی سفارتخانه‌ها و اتاق‌های بازرگانی و سایر موسسات به دنبال مساعدت و اطلاعات در خصوص موارد زیر باشید:

* نمایندگان، واردکنندگان و توزیع کنندگان بالقوه
* قدرت ایشان در بازار شامل محصولات تحت نمایندگی، گردش مالی، توانمندی‌های توزیع، میزان کارکنان، حساب‌های مالی و گزارشات وضعیت اعتباری
* تاریخچه واردات بازار برای گروه محصول شما

* فعالیت رقبا در بازار
* مقررات وارداتی (مجوزها، کنترل‌های ارز خارجی و غیره)
*سایر مقررات مرتبط شامل: بسته بندی، برچسب زنی، ایمنی، سلامت، مواد سازنده، و فعالیت محصولات وارد شده و محلی رقبا
* مساعدت در دستیابی به قرارهای ملاقات در زمان کوتاه با طرف‌های تماس تجاری محلی

کانال‌های توزیع

صادرکننده در مرحله ابتدایی فرایندهای تحقیق ارزیابانه باید کانال‌های توزیع و هزینه آنها را در نظر گیرد، زیرا بدیهی است که هریک از حلقه‌های زنجیره توزیع موجب افزایش قیمت نهایی برای مصرف کننده نهایی خواهد شد. زنجیره توزیع موجب افزایش قیمت نهایی برای مصرف کننده نهایی خواهد شد. زنجیره توزیع می‌تواند بسیار کوتاه باشد، همانند صادرات مستقیم به کاربر نهایی (متداول در محصولات صنعتی) یا می‌تواند طویل باشد، همانند موضوع یک محصول مصرفی که نیازمند رسیدگی، انبار و توزیع مجدد در بسیاری از سطوح عمده و خرده فروشی و پیش از فروش به استفاده کننده یا مصرف کننده نهایی است. هدف شما، قاعدتاً، باید به حداکثر رساندن فروش همراه با استفاده از کوتاهترین زنجیره توزیع ممکن باشد تا امکان به حداقل رساندن تاثیر تورمی هریک از حلقه‌ها بر قیمت مصرفی کننده نهایی را داشته باشید.

تصویر ۴ نمایشگر آن است که راه‌های متعددی برای توسعه بازارهای خارجی وجود دارد. در بخش‌های بعدی به بحث در خصوص واگذاری امتیاز ، مجوز دهی و شعب و شرکت‌های وابسته خارجی خواهیم پرداخت اما در این مرحله تنها بر صادرات مستقیم از طریق کانال‌های سنتی توزیع تمرکز خواهیم کرد.

در برخی بازارها، یک وارد کننده منفرد، احتمالا با بهره گیری از فروشگاه‌های تحت کنترل خود که از طریق آنها به بازاریابی محصولات شما می‌پردازد، می‌تواند موثرترین واردکننده باشد. در بازاری دیگر، یک وارد کننده تعیین شده می‌تواند نسبت به فروش مجدد محصول به شبکه‌ای از توزیع کنندگان مادون

بپردازد که آنها نیز به نوبه خود کالا را از طریق توزیع کنندگان جزء و دلال‌های محلی در حلقه‌های بعدی زنجیره پخش کنند.

گزینه های ارائه محصول به بازار
توافقنامه انحصاری فروش و توزیع
نماینده مستقل در بازار
موسسه تجارتی واسطه میان خریدار و صادر کننده یا شرکت صادراتی مستقل
نماینده صادرات مستقر در بازار داخلی
شبکه دفاتر شعب خارجی
شرکت وابسته در بازار خارجی
تدارک واگذاری مجوز به شخص ثالث

تصویر۴،۱ برخی راههای جایگزین برای توسعه بازارها

عواملی در بررسی نیازهای توزیع

برخی از عواملی که در زمان بررسی نیازهای توزیعی محصول در ارتباط با لایه‌ها و کانال‌های توزیع موجود در بازار باید در نظر گرفته شوند شامل موارد زیر می‌باشند:

* **نیاز به دستیابی و حفظ قیمت رقابتی** درآن دسته از بازارهای خارجی‌که تفاوت محصول در انها آنقدر ناچیز است که در زمان بازاریابی ترکیبی، قیمت بعنوان عاملی دست دوم در نظر گرفته می‌شود. در این حال، ملاحظه کلیدی در آن است که آیا می‌توان محصول را به شیوه‌ای قیمت گذاری نمود که قیمت آن در زمان رسیدن به دست مصرف کننده نهایی معادل قیمت بازار محلی باشد و وی را مایل و توانمند به پرداخت نماید.

* **توانمندی‌های عملی توزیع** آن دسته از توزیع کنندگانی که علاقمند و توانمند به معامله محصولات بوده و همچنین شیوه های کارآمد توزیع در زیر ساختارهای آن بازار مانند جاده، ریل، راه‌های آبی، انبار و کامیون‌های یخچال‌دار و سایر محدودیت موجود بر سر راه کاربری و انبار سازی. برخی از مصرف کنندگان نهایی بالقوه ممکن است در مناطق روستایی دور افتاده با دسترسی دشوار باشند و در همان حال ممکن است توزیع کنندگان عمده بر شهرهای عمده تمرکز یابند. بعلاوه، ارائه خدمات پس از فروش در مناطق دورافتاده ممکن است برای توزیع کنندگان مشکل باشد. شکست در عرصه و ارائه خدمات در مناطق دور افتاده‌تر، در جایی که رقبا نیز توان بهره برداری از بازارهای بالقوه را نداشته باشند، می‌تواند منجر به از دست رفتن فرصت برای ایجاد یک وفاداری قدرتمند به برند گردد.

* **شمار و گستره پخش جغرافیایی نقاط کارآمد و موجود توزیع** برای مثال، دپوها، کابران نهایی صنعتی، عمده فروشی‌ها، خرده فروشی‌ها

* **نیازهای احتمالی محصول تولیدی به خدمات پس از فروش.** چنانچه یک محصول صنعتی یا مصرفی دارای خدمات پس از فروش یا نیازهای پشتیبانی فنی باشد، آنگاه فروش بدون پشتیبانی منجر به عدم رضایت در آینده خواهد شد و می تواند یک توزیع کننده در یک مرکز شهری یا صنعتی عمده را متمایل به تعیین توزیع کنندگان محلی جزء یا نمایندگان ارئه خدمات نماید.

* **مکانیزم‌ها و زیر ساخت های مستقر محلی سنتی**، برای مثال خانه‌های تجارت، وارد کنندگان، عمده فروشی عمده اولیه و درجه سه. در برخی بازارها مانند ژاپن ، یک مکانیزم توزیع سنتی وجود دارد که عملیات توزیع را از خانه های تجارت به لایه‌های پایین‌تر عمده فروشی انتقال داده و نیازهای خدمت پس از فروش نیز از سوی توزیع کننده نهایی یا یکی بالاتر از وی در زنجیره توزیع ، تامین می‌گردد.

واردکننده، نماینده یا توزیع کننده بالقوه

بخش پیش بیانگر آن بود که بعنوان یک اولویت، برایتان ضروری خواهد بود تا تعیین نمایید که چه نوع نماینده یا شبکه توزیعی در ارتباط با سیستم‌های فعال در بازار، بهترین تناسب را با نیازها و اهداف شما خواهد داشت.

صادرکننده
مصرف کننده نهایی

	صادرکننده	
توزیع کننده		**نماینده**
توزیع کننده جزء		
خرده فروشان جزء	عمده فروشان: - عمده - اولیه	مسئولان فروش مستقیم
خرده فروشان کل	**مصرف کنندگان**	

تصویر۴,۲ برخی شبکه های توزیع جایگزین.

زنجیره شما می‌تواند شامل کلیه حلقه‌هایی باشد که به نوع محصولتان ارتباط دارد، برای مثال، از طریق یک نماینده یا توزیع کننده (الف) صادرات مستقیم به مصرف کنندگان نهایی. (ب) صادرات صنعتی از طریق نمایندگان یا توزیع کنندگان. (ج) صادرات محصولات مصرفی از طریق نماینده‌ها یا توزیع کنندگان.

واردکننده یا توزیع کننده انحصاری

این یک سیستم مرجح برای بسیاری از شرکت‌هایی است که تمایل دارند یک نماینده مسئولیت انحصاری بازاریابی را کنار مالکیت محصولات و توزیع و بازاریابی آن محصولات را از طریق کانال‌های توزیع مناسب به مصرف کننده یا کاربر نهایی پذیرا گردد.

در این روش توزیع کننده با افزودن یک حاشیه سود متعارف به هزینه‌های وارداتی‌اش به سود می‌رسد. آنها مسئول شناسایی محلی مصرف کنندگان یا مسئولان خرده فروشی و اعتبار مشتریان محلی هستند. بعلاوه، وی می‌تواند پذیرای کل یا بخشی از مسئولیت هرگونه تبلیغات و تشویق لازم برحسب برنامه‌های تعیین شده از سوی کارفرما باشد. قوانین و مقررات محلی می‌توانند توزیع کننده را ملزم به ثبت خود در یک سازمان دولتی نموده و خواستار آن باشد که وی مسئولیت محصول را بعنوان تعهد

خود بپذیرد یا نام و نشانی تجاری خود را بر روی کلیه برچسب‌ها نمایش یکی از حوزه‌های عمده بحث با توزیع کنندگان در خصوص حاشیه‌های سود مورد نظر ایشان است. لذا معمولا منطقی است نسبت به تهیه یک توافقنامه رسمی و وضع راهکارهایی برای محاسبه یا توافق بر حاشیه های سود توزیع کننده اقدام نمود. زیرا قیمت گذاری بالا می‌تواند منجر به کاهش قابلیت رقابتی و حجم فروش گردد و قیمت گذاری پایین نیزمی‌تواند موجب کم ارزش نمودن محصولات با پرستیژ یا عدم توازن در ساختارهای قیمتی بین بازارهای همسایه گردد که عاملی مرتبط در ایجاد تفاوت در حقوق و عوارض وارداتی نیز نخواهد بود (این امر احتمالا منجر به واردات موازی یا "غیر قانونی" به بازار همسایه می‌گردد.

کارگزار تجارت غالباً با ارائه خدمات واسطه‌ای، بعنوان وارد کننده، اما نه توزیع کننده، عمل می‌کند و علاوه بر نقش بانکدار معاملات، بعنوان رابط انحصاری با کارفرما نیز عمل می‌نماید. همین خانه تجارت در همانحال که به نمایندگی یک کارفرما برای یک یا چند توزیع کننده می‌پردازد، می‌تواند، علاوه بر آن، توزیع کنندگان را نیز نمایندگی نماید بدون آنکه به هیچگونه تضاد منافع واقعی یا بالقوه ای عقیده داشته باشد.

درس عمده‌ای که یک صادر کننده از تجارت در بسیاری از کشورها می‌گیرد آن است که انعطاف پذیر باشد و خود را با سیستم‌های مستقر در بازار تطبیق دهد. تلاش در تحمیل شرایط و سیستم‌های مستقر در بازار خانگی تان منجر به رو برگردانی احتمالی طرف‌های تماس‌تان در مراحل ابتدایی رابطه از شما می‌گردد. آنچه وارد کنندگان در سراسر جهان به شما می‌گویند این است که "بازار ما منحصر بفرد است" و گفتن اینکه ده‌ها بازار دیگر را می‌شناسید که عملاً هیچ تفاوتی با این بازار ندارد، هیچ مزیتی را برای شما به ارمغان نمی‌آورد. تلاش برای تغییر یک فرهنگ اعم از تجاری یا اجتماعی همیشه منجر به مقاومت و ایجاد رفتاری منفی خواهد شد. بجای آن بهتر است با تلاشی ملایم نسبت به اصلاح برخی جنبه‌ها یا تلاش بر سازگاری یک محصول یا یک مفهوم بازاریابی اصول قابل اطمینان، در جهت برآوردن استانداردهای قابل قبول فرهنگی اقدام نمائیم.

موسسه تجاری واسطه میان خریدار و صادر کننده

موسسات تجاری یا صادراتی واسطه میان خریدار و مصرف کننده در کشور مادر می‌توانند غالباً ایفا کننده یک نقش واسطه بین فروشنده و خریدار باشند. چنین موسساتی اصولاً متعهد پرداخت وجه کالاها به تامین کننده و حمل آنها برای مشتری خارجی هستند. آنها می‌توانند اعتبار گیرنده کالا را افزایش داده و حاشیه سود خود را یا افزایش قیمت و یا با هزینه‌های مالی تامین نمایند. آنها می‌توانند برای تولید کنندگان در بازار خانگی مفید باشند زیرا مخاطرات پرداخت را از معاملات خارجی رفع می‌نمایند و غالباً دارای شبکه ای وسیع از مشتریان کوچکتری هستند که امکان خرید مقادیر اولیه کلان را ندارند. این موسسات واقعا می‌توانند بعنوان بخش صادرات برخی شرکت‌ها در زمان رشد روابط خاص آنها با مشتریانشان به ایشان خدمت نمایند.

برخی از این موسسات تجاری یا صادراتی واسطه میان خریدار و صادرکننده تصمیم می‌گیرند که بصورت اختصاصی می‌توانند به بانک یا سایر خطوط اعتباری موجود برای آن مناطق دسترسی داشته باشند. یک مدیر صادرات تنها زمانی به سود دست می یابد که به توسعه طرف‌های تماس با این موسسات تخصصی بپردازد. موسساتی که غالبا بدون درخواست بازار انحصاری، حمایتی محدود از مشتریان را می‌پذیرد.

کارگزار صادرات

بسیاری از تولید کنندگان کوچکتر با افراد و منابع مالی محدود می‌توانند از کار با یک کارگزار صادرات در بازار خانگی و در روزهای اولیه توسعه صادراتشان به سودی بسیار دست یابند. این کارگزاران غالبا افراد یا شرکت‌هایی کوچک با دانشی اختصاصی از بخش‌ها یا مناطق مشخصی از بازار هستند که به نمایندگی از کارفرما به مسافرت‌های خارجی رفته و در قبال یک دستمزد یا کمیسیون به جلب سفارشات می‌پردازند. بسیاری از چنین کارگزارانی علاقمند به درگیری در گرفتن مالکیت کالاها یا تامین سرمایه معاملات نیستند و تنها بعنوان بازوی فروش صادراتی تولید کننده عمل می‌نمایند. در فصول آینده نگاهی خاص به جنبه‌های گزینش یک کارگزار یا توزیع کننده خواهیم انداخت. موضوعی که به فعالیت‌های مرتبط بازدیدهای اولیه بازار نیز ارتباط دارد.

گزارش‌های تماس

بسیار مهم است که پس از تکمیل کلیه تحقیقات و ارزیابی‌های درون بازاری، به نگهداری یک سابقه رسمی از یافته‌ها، نتیجه گیری‌ها و جلسات بعمل آمده با طرف‌های تماس‌تان اقدام نمایید. چرا که حافظه می‌تواند نارسا باشد و از آن مهمتر بسیار حیاتی است که از ایجاد سوءتفاهم در خصوص تعابیر حاصله از مباحثات بعمل آمده با طرف‌های تماس در بازار خارجی، جلوگیری شود. بکارگیری همین رویه در خصوص بازدیدهای آتی از بازار نیز ارزشمند است (که با جزییاتی بیشتر در فصول آینده مورد بحث قرار می‌گیرد). بمحض برقراری یک رابط با نماینده بسیار مفید خواهد بود که رو نوشتی کامل یا خلاصه‌ای از گزارش تماس‌تان را برای وی ارسال نمایید، زیرا این گزارش به ارائه خلاصه‌ای از فعالیت‌های بازدید بازار و محتوای جلسه و ثبت توافقات در خصوص طرح‌ها و برنامه‌ها پرداخته و اقداماتی که هریک از طرفین باید انجام دهند را یادآوری می‌نماید.

در مرحله بازدیدهای اولیه بازار، پرونده گزارش تماس که می‌تواند در صورتی که مناسب تشخیص دهید در داخل تشکیلات خودتان نیز گردش یابد، باید سوابق زیر را در بر گیرد:

*تماس‌های بعمل آمده (نام‌ها، نشانی‌ها، عناوین و غیره)

*هدف و محتوای مبحث

*ملاحظات، ارزیابی ها و نتیجه گیری‌ها

* توافقات دست یافته شده

* برنامه بازار یابی بمنظور ورود به بازار

*برنامه یا نقاط اقدامی که مستلزم عملیات یا پیگیری‌های بیشتر هستند. لازم است سریعاً شیوه مخصوص بخود در جمع آوری داده‌ها و آماده سازی گزارشات تماس را ایجاد نمایید. سیستم دلخواه خود من بسته به آنکه موضوع به بازدید اول بازار و تحقیقی مقدماتی به منظور شناسایی داده‌ها، گرایشات و فرصت‌های مرتبط می‌باشد یا به بازدیدی مجدد در خصوص برنامه توسعه مداوم بازار، مرتبط گردد.

فصل پانزدهم

شناسایی، گزینش، مدیریت و انگیزش کارگزاران و توزیع کنندگان

در این فصل به تمرکز بر نقاطی می‌پردازیم که بازاریاب صادراتی باید آنها را در زمان شناسایی یک کارگزار یا توزیع کننده بالقوه درنظر گیرد. هدف، ارائه چهارچوبی برای یک فرآیند گزینش جامع‌تر و کاهش مخاطراتی است که متعاقب انتخاب یک کارگزار یا توزیع کننده غیرقابل قبول رخ خواهد داد.

ورود بسیاری از شرکت‌ها به حیطه صادرات همانند یک روال فرصت طلبانه است که غالباً بسیار پیش از آنکه یکی از مشتریان خارجی خواستار حقوق انحصاری کارگزاری یا توزیع باشد و شرکتی با منابع و تخصص محدود به تحقیق در خصوص فرصت‌ها بپردازد و بازارها راغب به درخواست یک قرار ملاقات رسمی گردند، تنها بر این مبنا که در آن مقطع زمانی هیچ چیزی را از دست نمی‌دهند، با دریافت درخواستی از بازارهای خارجی و بمحض ارسال نخستین محموله، فکر می‌کنند شرکت به یک صادرکننده مبدل شده است. معمولاً مشکلات چندی بعد خود را نشان می‌دهند، یعنی زمانی که صادرکننده متوجه می‌شود توان توسعه سفارشات از سوی کارگزار یا توزیع کننده فعلی بسیار کمتر از فرصت‌های فروش موجود در بازار است. تغییر یک کارگزار یا توزیع کننده می‌تواند علاوه بر هزینه بر بودن زیاد، موجب ایجاد اختلال زیادی نیز در بازار گردد، بخصوص، زمانی که امکان ادعای جبران خسارت برای ایشان میّسر باشد.

بهره گیری از یک شیوه رسمی‌تر برای گزیشن و انتصاب کارگزاران و توزیع کنندگان موجب کاهش مخاطرات ناشی از عدم رضایت آتی یا عملکرد ضعیف در بازار خواهد شد.

ملاحظاتی در گزینش کارگزار یا توزیع کننده

اجازه دهید در این بخش تصور کنیم شما واقعاً در بازار خارجی به دنبال تعیین یک کارگزار یا توزیع کننده برای واردات یا نمایندگی محصولات‌تان هستید. در فصول آینده به بررسی روابط آتی و مدیریت کارگزار یا توزیع کننده خواهیم پرداخت.

در زمان مصاحبه با یک نماینده بالقوه بمنظور ایفای نقش کارگزار، توزیع کننده یا واردکننده به تعیین اطلاعات پایه مشخصی برای کمک به ارزیابی تان نیاز خواهید داشت.

نکات زیر شامل موضوعاتی اساسی است که باید در زمان تعیین کارگزار یا توزیع کننده بالقوه به آنها پرداخته شود:

- **عنوان حقوقی صحیح و نشانی شرکت**

کلیه قراردادها باید دارای جزئیاتی صحیح باشند

- **موقعیت مکانی دفاتر، شعب، شرکت های وابسته، انبارها**

نیازمند آگاهی از جزئیات کلیه عملیات کارگزار یا توزیع کننده (شامل شعب و انبارها یا مراکز خدمات) و سایر امکانات مرتبط خواهید بود. چنانچه به دنبال پوشش کشوری بازار باشید، پس مهم است که شعب یا مراکز خدماتی بصورتی استراتژیک در نزدیکی مراکز تجمع مشتریان عمده قرار گرفته باشند. در برخی کشورها، صنایعی مشخص در مناطق جغرافیایی معین با سهولت دسترسی به ورودی‌های کلیدی متمرکز شده‌اند. مناطقی که ممکن است نزدیک به پایتخت یا شهری بندری نباشند که بسیاری از کارگزاران و توزیع کنندگان بمنظور سهولت دسترسی به واردات کالا یا ملاقات با کارفرمایان، علاقمندند در آن مناطق مستقر شوند.

- **مالکیت شرکت و تاریخ تأسیس آن**

از آنجا که تشکیلات بسیاری از کارگزاران و توزیع کنندگان دارای مالکیت سرمایه گذارانه می‌باشد، باید برای صادرکننده روشن باشد که مالکین یا صاحبان سهام چه کسانی هستند و به چه میزان در مدیریت آن کسب و کار مشارکت فعالانه دارند. معمولاً مفید است بررسی شود چه مدت از تأسیس و

فعالیت تجاری شرکت می‌گذرد (و پرسش از مشتریان عمده بازار غالباً می‌تواند منجر به تأیید برخی ادعاها گردد).

• سرمایه پرداخت شده و ذخایر شرکت

از آنجا که به احتمال بسیار زیاد یک شرکت صادرکننده بخشی از یک از شرکت سهامی عام می‌باشد، پس ممکن است حسابداران علاقمند به حصول اطمینان از آن باشند که آیا یک کارگزار یا توزیع کننده محتمل دارای منابعی بمنظور برآوردن کلیه تعهدات مالی مورد انتظار می‌باشد یا خیر. در هر صورت، باید برای صادرکننده بسیار مهم باشد که آیا نماینده بالقوه‌اش سرمایه خود را بمنظور رشد بیشتر در کسب و کار حفظ می کند یا سودها را برای مصارف دیگری برداشت می‌نماید.

• حساب‌ها و داده‌های مالی سه سال گذشته

بازاریاب صادراتی باید مطمئن باشد کارگزار یا توزیع کننده احتمالی سودآور است و دارای منابعی برای برآوردن تعهدات بالقوه می‌باشد. خوب است بررسی شود که آیا نماینده دارای منابعی داخلی برای گسترش‌های آتی از قبیل برعهده گرفتن مسئولیت یک خط محصول دیگر می‌باشد یا اینکه برای چنین گسترشی به اعتبار تأمین کننده وابسته خواهد بود. تعیین این نکته نیز مهم خواهد بود که آیا رشد نماینده ناشی از به دست آوردن کسب و کارهای جدید است یا آنکه اساس این رشد بر مجموعه‌ای از یک محصول پایه استوار بوده است (در صورت اول، صادرکننده می‌تواند انتظار رفتاری مشابه در آینده را نیز داشته باشد، یعنی، بمحض رسیدن فروش به سطحی مشخص، ممکن است آن نماینده/ توزیع کننده تنها به دنبال گسترش از طریق دستیابی به محصولات بیشتر باشد).

• محصولات تحت نمایندگی و مدت نمایندگی

صادرکننده باید فهرستی کامل از کلیه محصولات دیگری را که از سوی یک کارگزار/ توزیع کننده نمایندگی می‌شود، به دست آورد. هدف از این کار، حصول اطمینان از تناسب نمایندگی ایشان و عدم تعارض منافع (مانند محصولات رقیب) است. همچنین مفید است بدانید هر محصول برای چه مدت تحت نمایندگی کارگزار/ توزیع کننده بوده است، چرا که همین موضوع می‌تواند نشانگر میزان رضایت سایر کارفریان باشد.

• منابع تجاری و بانکی

مهم است بمنظور بررسی میزان رضایت برخی از کارفرمایان موجود از نحوه نمایندگی کارگزار/ توزیع کننده در خصوص محصولات ایشان و بمنظور تعیین وضعیت مالی و ارزش اعتباری آنها به جمع آوری منابع تجاری و بانکی دست زنید. بسیاری از صادرکنندگان خواهان دستیابی به طرف‌های تماس هستند اما در جمع آوری منابع قصور می‌نمایند.

• توانمندی‌های توزیع

همانطور که قبلاً هم اشاره شد، صادرکننده باید به بررسی توانمندی‌های توزیع کلیه توزیع کنندگان محتمل، شامل نحوه انبارسازی و امکانات توزیع منطقه‌ای بپردازد. آیا وی توان تحویل کالا به کلیه مشتریان بالقوه در مکان های جغرافیایی متفاوت شان را دارد؟ آیا وی توان پشتیبانی از محصول و ارائه خدمات پس از فروش را دارد؟ آیا انبارها از آخرین و برترین استانداردهای عملی طراحی و عملیات یا حداقل یک مدیریت کارآمد و باکفایت در جهت برآوردن نیازهای بازار محلی برخوردارند؟ آیا شمار خودروهای تحویل کافی است، از آنها بخوبی نگهداری شده است و برای تحویل محصولات در شرایط خوب مناسبند؟

• نیاز به امکانات ویژه برای توزیع محصولات شما

به بررسی موجود بودن هر نوع امکانات توزیع ویژه‌ای بپردازید که ممکن است برای محصولات‌تان لازم باشد، اعم از وجود انبار در بازار یا توزیع بعدی آنها با استفاده از سیستم حمل و نقل محلی (برای مثال، انبار سرد، انبارهای مجهز به تهویه مطبوع، انبارهای امن، کامیون های یخچال دار و غیره).

• تعداد و سطوح کارکنان و جداول تشکیلاتی سازمان

از کارگزار/ توزیع کننده بخواهید کلیه جداول تشکیلاتی سازمان خود را در اختیار شما قرار داده و ببینید یک ساختار مدیریتی عملی که توان برنامه ریزی، تصمیم گیری، مدیریت بازار و بازاریابی و فروش و توزیع کارآمد را داشته باشد، وجود دارد یا خیر. آیا تعداد و سطوح کارکنان در کلیه واحدها کافی است؟ آیا کارکنان نسبت به نقش و عملکردهای شغلی خویش آگاهند؟ آیا عملکرد تشکیلات نرم و روان

است یا نشانه‌های واضحی از ضعف عملکرد، تضادهای داخلی و غیره وجود دارد؟ آیا ارتباطات با بخش‌های بالا و پایین تشکیلات به خوبی صورت می‌گیرد؟

• تشکیلات فروش و بازاریابی

بسیار مهم است که به بررسی تشکیلات فروش کارگزار/ توزیع کننده پرداخته و سطوح مهارتی فروش، ارتباط با مشتریان، کارآمدی مدیریت میدانی، فعالیت‌های برنامه ریزی فروش و کنترل‌ها و نحوه پایش عملکرد را بررسی نمائید. صادرکننده باید تعیین نماید که آیا برنامه‌ریزی فعالیت فروش به دقت انجام گرفته و کنترل می‌شود یا اینکه تنها فعالیتی بدون برنامه است که بجای فروش فعالانه خطوط محصول، با مشتریان تماس های گاه به گاه گرفته می‌شود و جمع‌آوری سفارشات به گونه‌ای غیرفعال انجام می‌گیرد.

• پوشش فروشگاهی بازار

بنظر می‌رسد هر کارگزار و توزیع کننده بالقوه‌ای این ادعا را داشته باشد که "همه بازار را پوشش می‌دهم". تجربه اکثر صادرکنندگان مؤید این گفته نیست. صادرکننده باید در تعیین این نکته بکوشد که تماس‌های فروش با چه تعداد از مشتریان ارزیابی شده محتمل و به چه میزان برقرار گردیده است. تحقیق مقدماتی یا سایر تحقیقات بازار می‌تواند در خصوص تعداد کاربران بالقوه (در خصوص کالاهای صنعتی) یا شمار فروشگاه‌ها (در خصوص کالاهای مصرفی) ایده‌ای را در اختیار شما قرار دهد. این اطلاعات می‌تواند در جهت کمک به تعیین آنکه کارگزار/ توزیع کننده محتمل با چه بخشی از مشتریان محتمل تماس گرفته و همینطور در جهت مشخص نمودن آنکه وی چقدر بازار خود را خوب می‌شناسد، مورد استفاده قرار گیرد. پوشش مشتریانی که در بخش‌های دور از امکانات کارگزار/ توزیع کننده قرار گرفته‌اند ممکن است ضعیف باشد، هر چند که همین مشتریان می‌توانند گزینه‌های فروش قابل قبولی باشند.

• تاریخچه عملکرد فروش بهمراه خطوط کارگزاری فعلی و داده های سهم بازار

نکته کلیدی دیگر تعیین نحوه رشد کارگزار/ توزیع کننده است. آیا این رشد ناشی از تمرکز بر مجموعه‌ای از محصولات است یا از جمع آوری محصولات جدید ناشی شده است؟ بنابراین باید خواستار

یک تاریخچه سه تا پنج ساله از عملکرد فروش در خصوص خطوط اصلی تحت نمایندگی وی باشید. همچنین باید به بررسی این موضوع بپردازید که آیا رشد وی دارای یک مبنای در حال رشد برای توزیع محصولات است یا صرفاً از فروش گستره وسیعتری از محصول به یک هسته مرکزی از مشتریان ثابت حاصل شده است. بنابراین، صادرکننده می تواند منطقاً به این نتیجه رسد که شیوه سنتی عملیات و رشد آن نماینده بالقوه، در خصوص وی نیز احتمالاً بدون تغییر خواهد ماند.

• سیاست‌ها و استراتژی‌های شرکتی توزیع کننده

چنانچه کارگزار/ توزیع کننده دارای هر گونه سیاست شرکتی یا استراتژی بازار باشد، این موارد باید بمنظور حصول اطمینان از سازگاری شان با اصول صادرکننده، شناسایی و مشخص گردند.

• سیستم ها و کنترل های اداری

تعیین نمائید که شیوه کنترل موجودی و روال‌های اخذ سفارش در تشکیلات کارگزار/ توزیع کننده به چه صورت است و از رایانه چه استفاده‌ای در مدیریت اطلاعات (اعم از مالی، مدیریت موجودی و ماهیت بازاریابی) می‌گردد. آیا سیستم‌ها یکپارچه‌اند یا هر واحد به شیوه خود به جمع آوری و تحلیل اطلاعات (بصورت دستی یا با استفاده از رایانه) می‌پردازد؟ آیا بخوبی از اطلاعات در مدیریت کسب و کار و برنامه‌ریزی‌های آتی استفاده می‌شود؟

• سیاست ها و برنامه های آموزشی

در بسیاری از بازارها اگر هم آموزشی رسمی از سوی کارگزاران/ توزیع کنندگان انجام گیرد، میزان آن بسیار کم است. آنها معمولاً کارکنان "با تجربه‌ای" را بخدمت می‌گیرند که فرض می‌شود مهارت‌ها و آموزش‌های خود را در جای دیگری کسب کرده‌اند. ممکن است صادرکننده، علاقمند به تحقیق در این خصوص باشد که برخورد نماینده محتمل با موضوع آموزش کارکنان چیست و چه آموزش‌هایی را اجرا نموده و اینکه آیا صادرکننده می‌تواند نقشی در آموزش مرتبط با محصولات خود و حوزه‌های مهارتی ایفا نماید یا خیر (به فصل مربوط به بازاریابی کارگزاران و توزیع کنندگان مراجعه نمائید).

• توانایی و تعهد به اجرای طرح‌های بازاریابی شما

صادرکننده باید تعیین نماید شیوه برخورد کارگزار/ توزیع کننده محتمل با طرح‌های بازاریابی چیست و اینکه به چه میزان با صادرکننده در اجرا و انجام این طرح‌ها برای محصولات صادرکننده همکاری می‌نماید. آیا نشانه واضحی وجود دارد مبنی بر اینکه کارگزار/ توزیع کننده نسبت به انجام عملیات فروش بازار محلی و طرح های بازاریابی برای گستره محصولات خویش اقدام می‌نماید. چنانچه نشانه‌ای از یک برنامه‌ریزی مناسب وجود ندارد، آیا کارگزار/ توزیع کننده در ایجاد فروش تنها متکی بر تقاضای مشتری است؟

• تمایل به ارائه داده های عملکرد

صادرکنندگان همیشه از دشواری دستیابی به داده ها و بازخوردهای عملکردی قابل فهم از سوی کارگزاران/ توزیع کنندگان (بخصوص از سوی توزیع کنندگان) شکایت دارند. صادرکننده در مرحله گزینش یک نماینده محتمل باید روشن نماید که انتظار چه نوع گزارش عملکردی را دارد و اینکه آیا کارگزار/ توزیع کننده توان و تمایل ارائه آن را دارد یا خیر (لازم است توان وی در خصوص دسترسی و جمع آوری داده‌ها بررسی شود). چنانچه الزامات گزارش عملکرد از همان ابتدا معین نگردد (و در یک توافقنامه ذکر نشود) بعید است که پس از آن کارگزار/ توزیع کننده واکنش مناسبی را نسبت به تغییر قوانین در روابط فیمابین نشان دهد. داده‌های بسیاری از توزیع کنندگان در ارتباط با پایش فروش برحسب کارفرمای مشخص یا محصولات مشخص، محدود است (این موضوع شامل سوابق موجودی نمی‌شود). دلیل این امر آن است که ایشان در حال فروش خطوط متعددی از محصول به هر یک از مشتریان بوده و تمایل دارند در سوابق مالی شان، فروش را بصورت کلی و برحسب مشتری کنترل نمایند.

• امکانات خدمات پس از فروش برای مشتریان/ کاربران نهایی

چنانچه محصولات ماهیتی فنی داشته باشند، آیا توزیع کننده دارای امکانات (و تمایل) برای ارائه خدمات پس از فروش محلی و نگهداری قطعات یدکی و توافق بر ارائه هر گونه آموزش ویژه در خصوص خدمات و تعمیرات می‌باشد؟ (برای مثال، آیا وی مهندسین خدمات را برای آموزش به کارخانه

صادرکننده اعزام می‌نماید؟) کنترل کنید که امکانات خدماتی به راحتی در اختیار مشتریان باشد، زیرا عدم وجود امکانات بصورت محلی یا در مکان مشتری می تواند انگیزه خرید را کمرنگ نماید.

• توقعات مرتبط با حاشیه سود ناخالص

یک کارگزار غالباً بر مبنای درصد سود فروش کار می‌کند و این موضوع باید بین صادرکننده و کارگزار بحث و توافق شود تا از اینطریق اطمینان حاصل گردد رقم توافقی برای انگیزش کارگزار در جهت فروشی فعالانه کافی است، اما آنقدر بالا نیست که منجر به غیررقابتی شدن محصول گردد. در زمان کار با توزیع کنندگان لازم است حاشیه های سود عرفی مورد انتظار توزیع کننده از سوی صادرکننده تعیین گردد تا با محاسبه آنها در قیمت گذاری محلی امکان پوشش هزینه‌های عملیاتی توزیع کننده (هزینه های وارداتی، فعالیت‌های توزیع، بازاریابی، فروش، هزینه‌های سربار، سودها و غیره) فراهم گردد. ساختار قیمت گذاری باید بین صادرکننده و توزیع کننده توافق گردد، چرا که موضع گیری صحیح در این خصوص، عنصری کلیدی در ایجاد فروش است. این ساختار باید انعکاس دهنده یک موضع گیری رقابتی در ارتباط با ارزش نسبی محصول نسبت به سایر محصولات جایگزین موجود باشد. بسیاری از صادرکنندگانی که از کنترل حاشیه های سود توزیع کننده و ساختارهای قیمت گذاری محلی غفلت نمایند با وضعیتی روبرو می‌شوند که حتی علیرغم وجود پتانسیل فروش، ضعف عملکرد مانع از دستیابی به آن می‌شود.

پرسشنامه کارگزار

غیرعادی نیست دریابید یک کارگزار یا توزیع کننده محتمل علاقمند به ارائه جزئیات اطلاعاتی زیادی از جنبه‌های عملکردی یا مالی خویش نیست. یک شیوه برای شروع فرآیند جمع‌آوری اطلاعات و افزودن یک ظاهر قانونی به این درخواست، تهیه یک پرسشنامه است. بسیاری از پرسش‌های خوبی که از چنین پرسشنامه‌ای بر می آیند، در بخش پیش آمده است. یک ساختار محتمل در تصویر زیر نمایش داده شده است. مطلوب آن است که این پرسشنامه نسبتاً کوتاه باشد و کارگزار یا توزیع کننده بالقوه آن را در قالب ساختاری که پرسش‌هایی مرتبط را به عمل می‌آورد، درنظر گیرد.

نام شرکت:		
نشانی به ثبت رسیده دفتر: محل دفتر شعب: محل انبار/ سایر امکانات: سرمایه پرداخت شده: ارزش خالص سرمایه: ساختار مالکیت:		تعداد کل کارکنان: کارکنان موجود در دفتر اصلی: کارکنان موجود در هر یک محل های شعب: تعداد کارکنان در هر محل: تاریخ ثبت شرکت: گردش مالی در ۳ سال اخیر: بانک های طرف حساب:
خلاصه جزئیاتی از شرکت ها و محصولات تحت نمایندگی انحصاری		
نام شرکت:	محصولات تحت نمایندگی:	نماینده از تاریخ:
توضیحاتی در خصوص امکانات حمل و نقل، انبارداری و توزیع		
توضیحاتی در خصوص تشکیلات فروش و بازاریابی شامل تعداد و سطوح کارکنان		
توجه: لطفاً این فرم را تکمیل و بهمراه اطلاعات تکمیلی مرتبط مانند حساب های شرکت، جداول تشکیلاتیو جزئیات منابع تأمین کنندهو بانکی عودت فرمائید تا در فرآیند بررسی علاقمندی شرکت شما به نمایندگی محصولات ما مساعدت نماید.		

پرسشنامه را می‌توان پیش از بازدید پست نمود یا از آن بعنوان یک راهنمای بحث در نخستین ملاقات استفاده کرد. موضوعاتی که ممکن است شخصی‌تر باشند را می‌توان در نخستین ملاقات مطرح نمود. پاسخ رضایت بخش به شماری از پرسش‌ها، بخصوص آنهایی که با عملکرد، سیستم‌ها و شیوه مدیریت عمومی و توانمندی‌ها ارتباط دارند را تنها می‌توان از طریق بازدید و کار با کارگزار یا توزیع کننده دریافت. همانطور که در فصل بعد خواهیم دید، ضعف در برخی حوزه‌ها مانع تعیین نماینده نمی‌شود، به شرط آنکه احساس کنید منتخب تان تلاش لازم را بمنظور همکاری در برآوردن سیستم‌ها و الزامات شما بعمل می‌آورد.

شما در این مرحله اولیه از تماس با کارگزاران یا توزیع کنندگان بالقوه به دنبال تعیین آن هستید که این نماینده بالقوه دارای ساختاری پابرجا و اعتباری خوب در بازار باشد، از نظر مالی قدرتمند بوده و توان سرمایه گذاری در مراحل اولیه واردات و رشد همراه آن را داشته باشد.

برخی از پرسش هایی که احتمالاً در ذهن تان وجود دارد شامل موارد زیر است:

• آیا توزیع کننده عملاً توان توزیع کالاها (و ارائه کلیه خدمات پس از فروش لازم) را در حیطه کشوری یا منطقه ای داراست، یا تنها دارای توانمندی‌های جغرافیایی محدودی است؟

• آیا می‌توانند از طریق توسعه هسته موجود خطوط کارگزاری به رشد دست یابند یا این کار را به سادگی با پذیرش خطوط جدید برای فروش به گستره محدودی از مشتریان انجام می‌دهند؟

• آیا دارای یک تشکیلات کارآمد مدیریتی، فروش و بازاریابی و همچنین مدیران جانشین و برنامه‌های آموزشی هستند؟

مدیر صادرات باید خود شخصاً از کلیه امکانات مرتبط واردکننده بالقوه بازدید نموده و موجودیت و متناسب بودن آنها را تأیید نماید. کلیه تلاش‌های لازم باید بعمل آید تا معین گردد تعداد و سطوح کارکنان همان است که ادعا می شود. این کار، بخصوص، در زمان کار با شرکت‌های کوچکتر و کم ثبات‌تر لازم است.

تحقیق میدانی از بازار محصول: دستگاه‌های سنجش الکترونیکی			**بازار:** امارات		**تاریخ:**
کاربر/ فروشگاه	**نوع محصولات مورد مصرف**	**منبع فعلی محصول**	**توزیع کنندگان مطلوب**	**توانمندی ها/ ضعف های توزیع کنندگان مطلوب**	**مشکلات موجود با محصولات مورد مصرف فعلی**
فروشگاه لبنیات	سنجش حجم در خطوط تولید شیر و ماست	گروه سوئدی کنترل	شرکت واردات اسپکتر شرکت حبیب	امکان ایجاد موجودی خدمات پس از فروش عالی	آسیب پذیر در صورت استفاده زیاد امکان گیر کردن
دستگاه بطری پر کن	اندازه گیری حجم در خطوط تولید بطری نوشیدنی غیر الکلی	شرکت الکترونیک آساهی	شرکت حبیب گومز	پشتیبانی فنی خوب انبارهای محلی	نیاز به خدمات مداوم هزینه قطعات یدکی

توافقنامه های کارگزاری/ توزیع کننده

فصول آینده دربرگیرنده جزئیات پیش نویس و محتوای توافقنامه‌هایی است که با کارگزار یا توزیع کننده منعقد می‌گردد. نکته‌ای که در اینجا به آن اشاره می‌کنم آن است که چنانچه پیش نویس یک

توافقنامه استاندارد را در اختیار دارید، رونوشتی از آن را در زمان بازدید همراه خود ببرید تا امکان بحث در خصوص شرایط و مفاد عمومی ناظر بر نمایندگی و توزیع محصولات‌تان میسر گردد. بهمراه داشتن یک پیش‌نویس توافقنامه در زمان بحث یا گذاشتن آن نزد کارگزار یا توزیع کننده بالقوه، علاوه بر افزودن وزنی بیشتر به موضع شما و نشان دادن انعطاف پذیری محدودتان در مذاکره در خصوص شرایط و مفاد استاندارد، به فرآیند مذاکره نیز کمک می‌نماید.

تماس با مشتری

در طول فرآیند گزینش، زمانی می‌رسد که لازم است مشتریان و کاربران نهایی (برای محصولات صنعتی) بالقوه را بازدید نموده تا از این نکته اطمینان حاصل نمائید که کارگزار یا توزیع کننده بالقوه از پذیرش و اعتبار بازار برخوردار است و میزان شور و اشتیاق این کارگزار بالقوه را در ارائه محصولات خود احساس نمائید. یک شیوه سودمند در این خصوص آن است خود شخصاً برخی از کاربران نهایی یا (در خصوص محصولات مصرفی) خریداران فروشگاه را بازدید نموده و به ایشان بگوئید که در جستجوی یک نماینده بازار هستید و از راهنمایی ایشان استقبال می نمائید. معمولاً از پاسخ‌های مفیدی که دریافت می‌نمائید خوشنود خواهید شد. همچنین اگر بهمراه یک فروشنده از سوی نماینده بالقوه تان اقدام به بازدید برخی مشتریان بالقوه نمائید این امکان را خواهید داشت که ارزیابی اولیه ای را از میزان مقبولیت، روابط تجاری و حرفه‌ای‌گری وی در بازار بعمل آورید.

در صورتی‌که مشغول بازاریابی محصولات مصرفی باشید، هیچ گزینه‌ای جای یک بررسی تصادفی فروشگاه از سوی شخص خودتان را نخواهد گرفت. با این کار می توانید موارد زیر را تعیین نمائید:

- قدرت محصولات رقیب (برای مثال، نحوه توزیع، نمایش و غیره)
- اینکه کدام توزیع کننده کارآمدترین شیوه را در دستیابی به توزیع داشته است (محصولات خرده فروشی)
- کدام توزیع کننده برای برخی از مدیران یا کاربران نهایی محصول شناخته شده و مورد احترام است: بررسی قدرت کارگزار/ توزیع کننده (برای مثال، اعتبار و حسن نیت) در ارتباط با مشتریان
- شیوه‌های محلی عرضه، قفسه چینی و بسته بندی محصولات

• شیوه‌های قیمت گذاری بازار (برای مثال، سطوح قیمتی محصول، نقاط کلیدی در قیمت محلی، حاشیه‌های سود تجاری)

• دستآوردهای فروش کارگزار بالقوه تان در خصوص محصولاتی که در حال حاضر نمایندگی می‌کند

• توانمندی نماینده بالقوه تان در اجرای طرح‌ها و برنامه‌های بازاریابی

• مهارت‌های فروش کارگزار/ توزیع کننده احتمالی‌تان

خوب است در زمان انجام کنترل‌های میدانی مرتبط با توزیع نسبت به طراحی فرم‌ها یا فهرست کنترل‌های ساده‌ای اقدام نمائید که در جمع آوری و دسته بندی داده‌های بدست آمده در بازدید از بازار به شما کمک نمایند. چند نمونه فرم در تصاویر به نمایش درآمده اند و نمونه فرم دیگری نیز که برای پایش فعالیت یک توزیع کننده تعیین شده برای کالاهای مصرفی مناسب‌تر است در تصویر نمایش داده شده است.

فهرست کنترل ۵,۱

گزینش کارگزاران/ توزیع کنندگان

موضوعات اساسی برای درمیان گذاشتن با کارگزار یا توزیع کننده بالقوه تان شامل موارد زیر است: • اندازه تشکیلات • محل دفتر، شعبه، انبار و سایر مکان ها • دسترسی به سطوح لازم از منابع مالی برای توسعه سرمایه گذاری (پذیرش توزیع کنندگی جدید) • تاریخچه شرکتی (چه مدت از تأسیس می گذرد و غیره) • مالکیت و ساختار شرکتی • عناوین حقوقی و نشانی صحیح • تناسب امکانات توزیع موجود منابع و عملکرد مالی • تاریخچه عملکرد مالی • سرمایه پرداخت شده و ذخایر • داده های مالی و حساب های سه سال اخیر • منابع تجاری و بانکی • توقعات حاشیه سود	نقاط عمل

عملکرد بازاریابی و فروش • تاریخچه و توانمندی های عملکرد بازاریابی • محصولاتی که در حال حاضر نمایندگی می کند • عملکرد فروش در ارتباط با سایر زمینه های کارگزاری • تعهد به طرح های بازاریابی شما • تمایل به ارائه داده های عملکردی • سهم و گرایشات بخش بازار • پوشش فروشگاهی بازار (در خصوص کاربران/ مصرف کنندگان) منابع مدیریتی • میزان درگیری مدیریتی سهام داران • جزئیات رؤسا و مدیران کلیدی • تشکیلات و کارکنان شرکت • هماهنگ کننده بازاریابی شرکت • مهارت ها و تجارب مدیریت • نحوه جایگزینی و آموزش مدیریت • شیوه مدیریت توزیع کننده توانمندی های عینی توزیع • توانمندی های خدمات پس از فروش • توانمندی های توزیع • وجود امکانات توزیع ویژه • سیستم ها و کنترل های اداری	

در حال توزیع: محصول برای فروش در فروشگاه موجود است **محل های نمایش**: تعداد محل های نمایش در قفسه های ثابت **قیمت گذاری**: قیمت به نمایش گذاشته شده فعلی برروی محصول	محصول الف: لوسیون پس از اصلاح اطلس محصول ب: ادوکلن اطلس محصول ج: لوسیون پس از اصلاح رامبراند محصول د: ادوکلن رامبراند

نکته در خصوص فرم نمونه: هنگام استفاده از فرم تحقیق میدانی توجه نمائید که در حال بررسی کدام محصولات رقیب، برحسب نام محصول (و در صورت ارتباط، اندازه بسته) هستید.

نمونه فرم تحقیق میدانی برای کالاهای مصرفی است.

تماس با مشتری

در طول فرآیند گزینش، زمانی می‌رسد که لازم است مشتریان و کاربران نهایی (برای محصولات صنعتی) بالقوه را بازدید نموده تا از این نکته اطمینان حاصل نمائید که کارگزار یا توزیع کننده بالقوه از پذیرش و اعتبار بازار برخوردار است و میزان شور و اشتیاق این کارگزار بالقوه را در ارائه محصولات خود احساس نمائید. یک شیوه سودمند در این خصوص آن است خود شخصاً برخی از کاربران نهایی یا (در خصوص محصولات مصرفی) خریداران فروشگاه را بازدید نموده و به ایشان بگوئید که در جستجوی یک نماینده بازار هستید و از راهنمایی ایشان استقبال می نمائید. معمولاً از پاسخ‌های مفیدی که دریافت می‌نمائید خوشنود خواهید شد. همچنین اگر بهمراه یک فروشنده از سوی نماینده بالقوه‌تان اقدام به بازدید برخی مشتریان بالقوه نمائید این امکان را خواهید داشت که ارزیابی اولیه‌ای را از میزان مقبولیت، روابط تجاری و حرفه‌ای‌گری وی در بازار بعمل آورید.

در صورتی‌که مشغول بازاریابی محصولات مصرفی باشید، هیچ گزینه‌ای جای یک بررسی تصادفی فروشگاه از سوی شخص خودتان را نخواهد گرفت. با این کار می‌توانید موارد زیر را تعیین نمائید:

قدرت محصولات رقیب (برای مثال، نحوه توزیع، نمایش و غیره)

اینکه کدام توزیع کننده کارآمدترین شیوه را در دستیابی به توزیع داشته است (محصولات خرده فروشی)

کدام توزیع کننده برای برخی از مدیران یا کاربران نهایی محصول شناخته شده و مورد احترام است:

بررسی قدرت کارگزار/ توزیع کننده (برای مثال، اعتبار و حسن نیت) در ارتباط با مشتریان

شیوه‌های محلی عرضه، قفسه چینی و بسته بندی محصولات

شیوه‌های قیمت گذاری بازار (برای مثال، سطوح قیمتی محصول، نقاط کلیدی در قیمت محلی، حاشیه‌های سود تجاری)

دستآوردهای فروش کارگزار بالقوه تان در خصوص محصولاتی که در حال حاضر نمایندگی می کند

توانمندی نماینده بالقوه‌تان در اجرای طرح‌ها و برنامه‌های بازاریابی

مهارت‌های فروش کارگزار/ توزیع کننده احتمالی‌تان

خوب است در زمان انجام کنترل‌های میدانی مرتبط با توزیع نسبت به طراحی فرم‌ها یا فهرست کنترل‌های ساده‌ای اقدام نمائید که در جمع آوری و دسته بندی داده‌های بدست آمده در بازدید از بازار به شما کمک نمایند. چند نمونه فرم در تصاویر به نمایش درآمده‌اند و نمونه فرم دیگری نیز که برای پایش فعالیت یک توزیع کننده تعیین شده برای کالاهای مصرفی مناسب‌تر است در تصویر دیگری نمایش داده شده است.

فصل شانزدهم
فرم کوتاه شده (خلاصه شده)
قرارداد نمایندگی تجاری بین المللی
اتاق بازرگانی بین المللی (ICC)

مقدمه

این «فرم خلاصه» یک قرارداد ساده شده برای گروه هایی است که تمایلی به استفاده از قراردادهای نمایندگی بازرگانی، که به صورت جامع و طویل طراحی شده است، ندارند و ترجیح می‌دهند که یک فرم نمونه ساده را که در واقع کلیه مسائل و نیازهای آنان را در برگیرد، به کار گیرند.

باید بر این واقعیت تأکید کرد که قراردادهای «کوتاه و خلاصه شده» صرفاً شرایطی دارند که در بر گیرنده موضوعات تیپ و مشترکی است که ممکن است میان طرفین قرارداد ایجاد شود. به همین دلیل امکان تأمین یک شرایط جامع جایگزین را که بتواند برای طرفین و استفاده کنندگان قابل استفاده باشد ندارد. در واقع، ممکن است مسائلی بین طرفین قرارداد پدید آید که در شرایط این قراردادها به آن اشاره نشده باشد و به همین دلیل دادگاه‌ها در مورد آن تصمیم می‌گیرند.

اگر طرفین قرارداد نیاز به راه حل های جامع و مدون تر داشته باشند، توصیه می‌شود که از فرم نمایندگی تجاری کامل اتاق بازرگانی بین المللی استفاده کنند که شرایط جامع‌تر، راه حل‌ها و حق انتخاب‌های مناسب تری ارائه می‌نمایند (به ویژه از طریق کاربرد الحاقیه و منضمات قرارداد).

فرم نمونه قرارداد با این هدف طراحی شده است که وضعیت نمایندگانی را که در نظر دارند که کالایی را در یک منطقه به فروش برسانند مد نظر قرار دهد. این قرارداد را هم می‌توان در مورد نمایندگانی که به ارائه خدمات مشغول اند مورد استفاده قرار داد، اما در این حالت طرفین قرارداد باید تمام شرایط قرارداد را کنترل کنند تا مطمئن شوند که شرایط موجود منطبق با نیازها و موقعیت آنان است.

بسیاری از شرایط قرارداد نمونه نمایندگی، شامل کلماتی مانند «مگر این که شرط دیگری توافق شده باشد» می‌شود. مفاد قرارداد برای این مورد استفاده قرار می گیرد که توجه استفاده کنندگان را به امکان استفاده و کاربرد راه حل‌های دیگری که ممکن است مناسب‌تر برای این نیازهای خاص باشد جلب کند. اگرچه این امر بدان مفهوم نیست که در فقدان وجود کلمات «مگر این که شرط دیگری توافق شده باشد» طرفین قرارداد نتوانند توافق دیگری بنمایند.

صرفاً در بعضی از موارد، زمانی که طرفین قرارداد باید اطمینان داشته باشند که به تحقیق در جست و جوی راه حل دیگری هستند (و یا در جایی که ممکن است درک صحیح از نیازهای واقعی آنان مشکل باشد) مرجح است که کلمات «مگر این که شرط دیگری به صورت مکتوب توافق شده باشد» را به کار برند، تا اینکه به وضوح مشخص شود که طرفین قرارداد صرفاً و با موافقت کتبی می‌توانند از شرایط قرارداد دو جانبه سر باز زنند.

اظهار نظر در مورد بعضی از نکات خاص

تولیدات (کادر A- ۳ –A)

اگر طرفین قرارداد کادر ۳-A را تکمیل نکنند، قرارداد منعقده کلیه تولیدات و محصولات فروشنده (به ماده ۲-۱ مراجعه شود) را در بر می‌گیرد. اگر طرفین قرارداد به توضیح و تشریح کالا در کادر ۳-A بپردازند، ممکن است هدف آنها آن دسته از تولیدات و محصولات ویژه و یا مدل و انواع خاص آن باشد. اگر فضای تخصیص یافته کفایت نمی‌کند، ممکن است مطالب اضافی به عنوان ضمیمه و یا الحاقیه مورد استفاده قرار گیرد. مثلاً در کادر A- ۳ –A نوشته شود که به ضمیمه و یا الحاقیه شماره «۱» مراجعه شود.

کارمزد (کادر ۴- A)

اگر میزان کارمزد ساده و یکنواخت (Flat) کفایت می‌کند (مثلاً اگر طرفین قرارداد ترجیح می‌دهند که از سطوح و نرخ‌های مختلف کارمزد حسب ارزش کالاهای مورد معامله بهره مند شوند و یا در مورد تخفیف‌های مجازی که در اختیار نماینده قرار دارد) آنان می‌توانند این کار را به صورت الحاقیه و یا ضمیمه قرارداد انجام دهند.

در قسمت راست کادر ۴- A طرفین می توانند تاریخی را که در زمان آن کارمزد قابل پرداخت است توافق و ذکر کنند. اگر طرفین گزینه اول را انتخاب کنند، حق نماینده برای دریافت کارمزد زمانی تحقق می‌یابد که کارفرما کالا را تحویل داده باشد، در حالی که چنانچه گزینه دوم را برگزینند، نماینده محق به دریافت کارمزد صرفاً بعد از پرداخت ارزش کالا توسط خریداران (مشتریان) است. اگر طرفین قرارداد، انتخابی نکنند، گزینه دوم بر اساس ماده ۴-۶ حاکم بر شرایط قرارداد است.

غرامت شهرت تجاری

در بسیاری از کشورها (مثلاً کشورهای اتحادیه اروپا) قانون مقرر می‌دارد که به استثنای شرایطی که در ماده ۳-۹ معین و مشخص شده است، نماینده محق به دریافت غرامت شهرت تجاری در صورت خاتمه و فسخ قرارداد توسط فروشنده، برای شهرت تجاری ایجاد شده که مزایای ایجاد شده آن پس از خاتمه و فسخ قرارداد نصیب فروشنده خواهد شد، است. اگر نماینده ساکن یکی از این کشورها باشد، قویاً توصیه می‌شود که غرامت شهرت تجاری به نماینده با انتخاب گزینه A- ۵ –A داده شود (و یا از طریق تکمیل نکردن کادر ۵-A که همان اثر را دارد این عمل صورت پذیرد). چنانچه برعکس مورد بالا، نماینده مقیم این گونه کشورها نباشد و این چنین حقی بر اساس قوانین موجود به رسمیت شناخته نشده است، طرفین قرارداد مخیرند که گزینه B را انتخاب کنند.

قانون حاکم (کادر ۶-A)

راه حل پیشنهادی برای طرفین این است که قانون ملی خاصی را حاکم بر شرایط قرارداد کنند. در عوض، طرفین قرارداد باید موافقت خود را با کاربرد اصول و قواعد حقوقی که متعارفاً جوامع بازرگانی بین المللی شناخته‌اند، اعلام کنند (به ماده ۱-۱۰) مراجعه شود). دلیل این پیشنهاد، آن است که تفاوت‌های عمده میان قوانین ملی و محلی کشورهای مختلف با یکدیگر وجود دارد، لذا تهیه و تدوین مجموعه‌ای از قوانین و مقررات قابل انطباق با هر یک از قوانین ملی و محلی غیر ممکن است. دلیل اینکه اصولاً چرا قواعد تجارت بین المللی این اصل را در مقایسه با قوانین یک کشور خاص پذیرفته در همین واقعیت قرار دارد و به نظر می‌رسد که راه حل مناسب‌تر و بهتری است، به ویژه چنانچه اصحاب دعوی و طرفین، حل اختلاف خود را به داوری ارجاع کنند.

اگر طرفین قرارداد، این راه حل را بپذیرند، یا باید کادر ۶- A را تکمیل نکنند و یا گزینه A را انتخاب نمایند.

اگرچه، این گزینه (برای مثال، اگر قرارداد از قوانین کلی حقوقی به جای قوانین محلی تابعیت کند) برای زمانی که درخواست حل اختلاف از طریق داوری تا مراجعه به دادگاه‌های محلی تصمیم‌گیری می‌شود، بسیار مناسب‌تر است، البته انتخاب یک قانون ملی، آن هم زمانی که طرفین قرارداد تصمیم دارند از حق رجوع قبل از ارجاع موضوع به دادگاه های عادی استفاده کنند مرجح است (به کادر ۷- A مراجعه شود). اگرچه در این حالت، طرفین قرارداد باید کنترل‌های لازم را در مورد مطابقت شرایط قرارداد با قوانین حاکم ملی به عمل آورند.

حل اختلاف (کادر ۷- A)

کادر ۷-A حق انتخاب بین مراجعه به داوری و یا دادگاه های معمولی و عمومی را ارائه می‌دهد. اگر طرفین انتخابی نکرده باشند، حسب مفاد ماده ۲-۱۰ حل اختلاف به مرکز داوری اتاق بازرگانی بین المللی ارجاع خواهد شد. زمانی که دعوای قضایی برای حضور در دادگاه‌های عادی انتخاب شده باشد، یک حق انتخاب و گزینه دیگر این است که آیا این حق دادرسی باید انحصاری باشد یا نه. هدف از غیر انحصاری بودن قانون دادرسی برای اطمینان از این واقعیت است که اعضا بتوانند حل اختلاف خود را به دادگاه عرضه کنند، بدون اینکه حقوق قانونی آنان برای مراجعه به سایر حوزه‌های قضایی محدود شده باشد. برعکس، حسب شرایط دادرسی انحصاری، طرفین قرارداد قصد حذف کلیه دادگاه‌ها را دارند. اگر چه، در بعضی از کشورهای مشخص، این قبیل استثناها ممکن است مؤثر و مورد قبول به دلیل سیاست‌ها و قوانین عمومی که حقوق دادرسی دادگاه‌های محلی را به رسمیت می‌شناسد، نباشد.

قوانین رقابتی اتحادیه مشترک اروپا (EU)

به عنوان یک اصل کلی، قراردادهای نمایندگی، از ممنوعیت اصلی واگذاری بر اساس شرایط ماده ۸۱ (۸۵ قبلی) قراردادهای اتحادیه مشترک اروپا تابعیت نمی کنند و به همین دلیل نیازی نیست که موضوع را با قوانین ضد تراست (EU) انطباق داد. اگرچه در موارد استثنایی، زمانی که نماینده پذیرای ریسک مالی و تجاری، مشابه ریسک های توزیع کننده (فروشنده مجدد) باشد، این قرارداد از ماده ۸۱ تابعیت

می‌نماید و به همین دلیل باید منطبق با قوانین و مقررات شماره ۲۷۹۰/۱۹۹۹ باشد تا ممنوعیت واگذاری شامل آن نشود. در این گونه موارد طرفین قرارداد باید از راهنمایی متخصصان استفاده کنند.

بخش اول- شرایط خاص

کادر ۱- A

A -۱	اعطا کننده نمایندگی
نام:	
آدرس:	
(که بعد از این «اعطا کننده نمایندگی» نامیده می شود)	

کادر ۲- A

A -۲	اعطا کننده نمایندگی
نام :.....	
آدرس:.....	
(که بعد از این «اعطا کننده نمایندگی» نامیده می شود)	

کادر ۳-A

A -۳	تولیدات (کالاها) و منطقه (ماده ۱-۱)
A– کالاهای مورد قرارداد عبارت است از :	B– قلمرو فعالیت مورد قرارداد عبارت است از: .....

کادر ۴- A

A -۴	کارمزد و کمیسیون نماینده (ماده ۶)
نرخ کارمزد معادل ... درصد است.	زمان پرداخت کارمزد عبارت است از: □ زمانی که اعطا کننده نمایندگی کالا و محصولات را تحویل می دهد. □ زمانی که خریدار (مشتری) قیمت را پرداخت میکند. □ سایر توافقات

کادر ۵- A

A -۵	ارزش شهرت تجاری ماده ۹
A- ارزش شهرت تجاری در زمان خاتمه قرارداد نماینده محق به دریافت به دریافت وجهی بابت ارزش شهرت تجاری بر اساس ایجاد شده و شرایط ماده ۹ است.	B- فقدان ارزش شهرت تجاری در زمان خاتمه قرارداد، نماینده محق وجهی بابت ارزش شهرت تجاری یا هرگونه غرامت دیگری نیست.
باید از کاربرد و استفاده شرط B در زمانی که قانون کشور نماینده، این حق را برای دریافت غرامت و یا سایر وجوه مشابه بابت ارزش شهرت تجاری به نماینده می دهد خودداری کرد.	

کادر ۶- A

A -۶	قانون حاکم
دو راه حل موجود (قوانین کلی و قانون ملی)، دو گزینه قابل انتخاب هستند. طرفین نباید هر دو را انتخاب کنند. اگر انتخابی صورت نگرفته است، قوانین کلی بر اساس ماده ۱-۱۰ حاکمیت دارد	
A□– قوانین کلی حقوقی این قانون نمایندگی تابع قوانین و مقرراتی است که در عرف تجارت بین المللی قابل شناسائی است. همان طور که در ماده ۱-۱۰ شرایط عمومی به آن اشاره شده است.	B□- قانون ملی (محلی) بر اساس این قانون نمایندگی تابع قوانین و مقررات کشور فروشنده است.
اگر طرفین گزینه B را انتخاب کرده باشند، ابتدا باید شرایط قرارداد را کنترل کنند تا مطمئن شوند که این شرایط منطبق با قوانین ملی (محلی) است.	

کادر ۷- A

A -۷	شیوه حل اختلاف
دو راه حلی که در زیر به آن اشاره خواهد شد (داوری یا دادرسی در دادگاه های معمولی) دو گزینه هستند. طرفین نمی توانند هر دو گزینه را برگزینند. اگر انتخاب صورت نگرفته باشد، داوری اتاق بازرگانی بین المللی بر اساس ماده ۲-۱۰ مورد استفاده قرار خواهد گرفت.	
A□- داوری □ اتاق بازرگانی بین المللی بر اساس شرایط ماده ۲-۱۰) □ سایر راه حل ها □ محل داوری	B□- دادرسی (دادگاه های معمولی)در صورت بروز اختلاف دادگاه محل کشور دارای حق رسیدگی است. این حق رسیدگی باید: □ انحصاری باشد. □ غیر انحصاری باشد.

کادر ۸- A

A -۸	تاریخ و امضای طرفین قرارداد
این قرارداد نمایندگی تابع شرایط خاص بالا (حسب شرایطی که کادرهای بالا کامل شده باشد) و قوانین و مقررات عمومی که در بخش دوم ذکر شده است می باشد. مکان تاریخ فروشنده نماینده	

بخش دوم – شرایط عمومی

۱. کالا و منطقه

۱-۱. فروشنده نماینده را انتخاب می‌کند تا او در مورد معرفی و فروش کالا حسب لیست کادر A– ۳- A (که از این به بعد تولیدات نامیده می‌شود) در قلمرو منطقه (اگر وجود داشته باشد) مذکور در کادر B– ۳- A (که از این به بعد قلمرو و منطقه نامیده می شود) اقدام کند.

۱-۲. اگر طرفین قرارداد کادر A– ۳- A را کامل نکرده باشند، کلیه تولیدات و کالای ساخته شده و یا به بازار عرضه شده توسط کارفرما در حال حاضر و در آینده بر اساس شرایط این قرارداد به عنوان «تولیدات و کالا» تلقی می‌شود.

۲. حسن نیت و رفتار عادلانه

۲-۱. در ایفای تعهدات مذکور در این قرارداد، طرفین با حسن نیت کامل و رفتار عادلانه عمل خواهند کرد.

۲-۲. شرایط این قرارداد در کنار هرگونه توافق دیگر طرفین در ارتباط با آن با حسن نیت تلقی، تعبیر و تفسیر خواهد شد.

۲-۳. طرفین قرارداد اطلاعات مورد نیاز و حمایت‌های لازمی را که برای ایفای تعهدات قراردادی خود لازم دارند از یکدیگر به عمل خواهند آورد.

۳. وظایف نماینده

۳-۱. نماینده موافقت می‌کند که بهترین سعی خود را برای توسعه فروش کالاها در منطقه، بر اساس دستورالعمل‌های منطقی فروشنده به کار بندد و با پشت کار یک تاجر، مسئولیت منافع فروشنده را بر عهده گیرد.

۳-۲. نماینده کلیه سفارش‌ها و یا درخواست‌های رسیده را به فروشنده منتقل خواهد کرد. فروشنده مخیر به پذیرش این گونه درخواست‌هاست.

چنانچه شرط مغایری به صورت کتبی توافق نشده باشد، نماینده حق انعقاد قرارداد به نمایندگی از فروشنده را ندارد و نمی‌تواند فروشنده را در قبال اشخاص ثالث مسئول قرار دهد.

۳-۳. نماینده باید بهترین سعی خود را در رابطه با اعتبارسنجی مشتریانی که درخواست‌های آنان را به اعطا کننده نمایندگی منتقل می‌نماید انجام دهد. او نباید درخواست‌های آن دسته از مشتریانی را که اعتبار و اعتبار سنجی آنان مورد سؤال قرار دارد به او منتقل کند. به علاوه، او باید کمک و مساعدت لازم را به اعطا کننده نمایندگی در مورد بازیافت وجوهی که باید وصول و یا بازیافت شود به عمل آورد.

۳-۴. نماینده حق دریافت وجوه را به نیابت از اعطا کننده نمایندگی ندارد مگر اینکه به طور مشخص و خاص و به صورت مکتوب، از اعطا کننده نمایندگی مجوز گرفته باشد.

۴. تعهد عدم رقابت

۴-۱. نماینده نباید بدون داشتن مجوز قبلی کتبی از اعطا کننده نمایندگی در تمام مدت این قرارداد اقدام به ساخت، توزیع یا قبول نمایندگی کالاهایی را بنماید که با کالاهای مذکور در این قرارداد در رقابت قرار دارد یا نماینده نمی تواند مستقیم یا غیر مستقیم، به عنوان نماینده، تاجر کارمزد بگیر، فروشنده مجدد، توزیع کننده و یا به هر صورت دیگر و برای منافع اشخاص ثالثی که کالایی را تولید و یا به بازار عرضه کرده اند و این کالا در رقابت با کالای موضوع قرارداد است اقدام نماید.

۴-۲. نماینده می‌تواند در مورد ارائه، توزیع و یا تولید کالا و تولیدات غیر قابل رقابت (مشروط بر اینکه به منظور رقابت با کالاهای اعطا کننده نمایندگی نباشد) مشروط بر اینکه نوع فعالیت خود را به اطلاع اعطا کننده نمایندگی رسانده باشد اقدام نماید. اگرچه، تعهدات مذکور در بالا و اطلاع دادن به اعطا کننده نمایندگی با توجه به تحقق شرایط زیر لازم نیست:

(۱) ویژگی‌های کالا و تولیداتی که نماینده تمایل به ارائه و توزیع آنها دارد. و

(۲) محدوده فعالیت اعطا کننده نمایندگی که نماینده برای آن فعالیت می‌کند.

غیر منطقی است که انتظار داشت که منافع اعطا کننده نمایندگی با این عمل ممکن است در خطر قرار گیرد.

۵. انحصار

۵-۱. اعطا کننده نمایندگی نباید در طول مدت این قرارداد حق عرضه یا فروش کالاها را به شخص دیگری در داخل منطقه اعطا کند.

۵-۲. اعطا کننده نمایندگی مجاز است و می تواند مستقیماً، بدون دخالت نماینده با مشتریانی که در منطقه هستند به طور مستقیم داد و ستد نماید، مشروط بر اینکه قبلاً موضوع را به اطلاع نماینده رسانده باشد. در رابطه با فروش به این گونه مشتریان، نماینده محق به دریافت کارمزد مذکور در ماده ۱-۶ است.

۶. کارمزد

۶-۱. به استثنای آنچه توافق شده است، نماینده محق به دریافت کارمزد پیش بینی شده در کادر A-۴ برای فروش کلیه کالاهای تهیه شده توسط اعطا کننده نمایندگی به مشتریانی که در طول مدت قرارداد در منطقه شناسایی شده اند می‌باشد.

۶-۲. در صورتی که نماینده در داد و ستد با مشتریان واقع در منطقه سفارش‌هایی دریافت نماید که منجر به انعقاد قرارداد فروش با مشتریان خارج از منطقه شود، مشروط به قبول و پذیرش اعطا کننده نمایندگی، نماینده محق به دریافت کارمزد کاهش یافته است که میزان آن مورد به مورد تعیین و توافق می‌شود. به همین دلیل نماینده می‌پذیرد، چنانچه نماینده دیگری سفارش‌هایی خارج از منطقه دریافت نماید که منجر به قرارداد فروش با مشتریان داخل منطقه شود، که کارمزد کاهش پیدا نماید.

۶-۳. کارمزد بر مبنای مبلغ خالص صورت حساب‌ها، و بر مبنای قیمت واقعی فروش) منهای هرگونه تخفیف به استثنای تخفیف‌های نقدی و یا پرداخت های قبل از موعد مقرر (معین خواهد شد، بدون هرگونه عوارض یا مالیات‌ها یا حقوق گمرکی، مشروط بر اینکه، این گونه هزینه‌های اضافی، عوارض و مالیات‌ها به طور جداگانه در صورت حساب قید شده باشد.

۶-۴. چنانچه به نحو دیگری توافق شده باشد (که در کادر A-۴ ذکر شده) نماینده محق به دریافت کارمزد صرفاً پس از پرداخت ارزش کامل کالا و تولیدات توسط مشتریان خود بر اساس صورت حساب‌ها (فاکتورها) است. در صورتی که بخشی از ارزش کالا پرداخت شود، مشروط بر اینکه بر اساس شرایط قرارداد فروش باشد، اعطا کننده نمایندگی کارمزد علی الحساب، متناسب با مبلغ پرداخت شده که نباید دیرتر از آخرین روز ماه بعد از سه ماهه مربوط باشد پرداخت خواهد شد.

۶-۵. اعطا کننده نمایندگی باید صورت وضعیت‌های سه ماهه کارمزد استحقاقی (و یا هر تاریخی را که طرفین توافق می‌کنند) را برای نماینده تهیه نماید و کلیه معاملاتی را که کارمزد آنها قابل پرداخت است در آن ذکر کند. کارمزد نباید دیرتر از آخرین روز ماه بعد از سه ماهه مربوط پرداخت شود.

۷. شرایط و فسخ قرارداد

۷-۱. این قرارداد به مدت نامحدود منعقد می شود و تاریخ اعتبار آن از زمان امضای آن خواهد بود.

۲-۷. این قرارداد را هر یک از طرفین با ابلاغ قبلی کتبی حداقل چهار ماهه از طریق وسایل ارتباطی که تاریخ رسید آن را نشان دهد) مثلاً پست سفارش با رسید برگشت، پست مخصوص، تلکس (می‌تواند فسخ کند. اگر قرارداد بیش از ۴ سال ادامه داشته باشد، مدت ابلاغ باید ۶ ماه باشد. پایان مدت ابلاغ باید مصادف با پایان یک ماه تقویمی باشد. طرفین قرارداد می‌توانند کتباً مدت طولانی‌تری را برای اعلام و ابلاغ اعلامیه فسخ توافق کنند.

۸- فسخ قبل از موعد

هر یک از طرفین می‌توانند این قرارداد را از طریق ابلاغ کتبی توسط وسایل ارتباطی که تاریخ رسید آن را نشان دهد (مثلاً پست سفارشی با رسید برگشت، پست مخصوص) فوراً فسخ کنند و در چنین وضعیتی:

الف) نادیده گرفتن شرایط اصلی

هرگونه قصور یکی از طرفین در ایفای تمام یا قسمتی از تعهدات خود به موجب شرایط این قرارداد، به طوری که طرف دیگر را از آنچه حقاً از اجرای این قرارداد انتظار داشته است به طور عمده محروم نماید، می‌تواند باعث فسخ قرارداد شود مگر اینکه، این قصور یا نادیده گرفتن شرایط قرارداد قابل گذشت و یا ترمیم باشد که عدم اصلاح این قصور در مدت ۳۰ روز باعث نفوذ تاریخ فسخ می‌شود.

ب) شرایط استثنایی

در صورت ورشکستگی، یا اعطای مهلت قانونی، امانت نهادن در دادگاه، و یا هر ترکیب دیگری که میان طلبکاران و بستانکاران هر یک از طرفین پدید آید و یا هرگونه شرایطی که احتمالاً ممکن است تا حدود بسیار زیادی بر امکانات طرفین در ایفای تعهداتشان تحت شرایط این قرارداد اثر بگذارد، قرارداد را می‌توان فسخ کرد.

اگر نماینده، شرکت (شخصیت حقوقی) است، هر گونه تغییر در کنترل، مدیریت و مالکیت شرکت نماینده به عنوان شرایط استثنایی تلقی می‌شود که می تواند فسخ قبل از موعد قرارداد را در بر داشته باشد، مگر اینکه نماینده ثابت نماید که این گوه تغییرات هیچ گونه اثر منفی بر ایفای تعهدات قراردادی وی نخواهد داشت.

۹. قانون حاکم، داوری

۹-۱. مشروط به موافقت کتبی (چه در کادر ۶- A و یا قسمت‌های دیگر) هرگونه سؤال در رابطه با قرارداد نمایندگی تابع شرایط و قوانین شناخته شده تجارت بین المللی است که حاکم بر قرارداد نمایندگی تجاری خواهد بود.

۹-۲. مشروط به موافقت کتبی، کلیه اختلافات در رابطه با این قرارداد نمایندگی باید توسط قوانین داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی و توسط یک یا چند نفر داور که به موجب مقررات مذکور تعیین می‌شوند حل و فصل گردد.

فرم نمونه قرارداد توزیع اتاق بازرگانی بین المللی

مقدمه

این فرم نمونه، یک قرارداد ساده شده است و با این هدف طراحی شده تا طرفین قرارداد که نمی‌خواهند از فرم های کامل تر و با جزئیات بیشتر قراردادهای توزیع استفاده نمایند و فرم‌ها و قراردادهای خلاصه شده‌ای را که صرفاً نکات اصلی و مهم قرارداد در آن گنجانده شده ترجیح می‌دهند از آن استفاده نمایند.

باید بر این واقعیت تأکید کرد که «فرم خلاصه» قرارداد صرفاً شامل شرایطی است که به مهمترین مسائل و مواردی اشاره دارد که ممکن است بین طرفین قرارداد پدید آید و امکان استفاده از شرایط پیشرفته و جزئی‌تر که ممکن است برای بعضی از طرفین قرارداد مناسب‌تر باشد وجود ندارد. در واقع، بعضی از مشکلات ممکن است بروز کند که ابداً تحت پوشش وجود ندارد و اختلافات ناشی از آن برای تصمیم گیری باید به دادگاه ارجاع شود.

اگر طرفین قرارداد نیاز به راه حل‌های پیشرفته‌تر دارند، باید «فرم نمونه قرارداد توزیع بازرگانی بین المللی اتاق بازرگانی بین المللی وارد کننده انحصاری- توزیع کننده انحصاری» (نشریه شماره ۵۱۸ اتاق بازرگانی بین المللی) را که شرایط و راه حل‌های متنوع و کامل‌تری ارائه می‌کند مورد استفاده قرار دهند (به ویژه از طریق ضمیمه کردن ضمایم خاص).

بسیاری از شرایط این فرم‌های نمونه شامل کلماتی مانند «چنانچه به نحو دیگری توافق شده باشد» است. کاربرد این کلمات برای جلب نظر مصرف کنندگان این قراردادها به احتمال به کارگیری سایر راه حل‌هایی که ممکن است برای نیازهای خاص بسیار مناسب‌تر باشد خواهد بود. اگرچه این بدان مفهوم نیست که در فقدان کلمات «چنانچه به نحو دیگری توافق شده باشد» طرفین بتوانند به توافقات دیگری دست یابند.

صرفاً در بعضی از موارد، در زمانی که طرفین قرارداد مطمئن هستند که در جست و جوی راه‌حل‌های متفاوتی هستند (یا در زمانی که برای ایشان بسیار مشکل است که به نیازهای واقعی خود پی ببرند) در این حالت پیشنهاد می‌شود که ترجیحاً از کلمات «چنانچه به نحو دیگری توافق شده باشد» استفاده کنند. این به مفهوم روشنگری این واقعیت است که طرفین قرارداد می‌توانند با توافق کتبی از شرایط قرارداد عدول کنند.

اظهارنظر در بعضی از موارد و نکات خاص

کالا کادر(A- ۳ - A)

اگر طرفین قرارداد کادر ۳-A را کامل نکنند، قرارداد شامل کلیه کالاها و تولیدات فروشنده (به ماده ۲-۱ رجوع شود) خواهد بود. اگر طرفین قرارداد کالا را در کادر ۳-A تعریف نمایند، اشاره آنها، ممکن است به گروهی از کالاها و یا مدل‌های خاص آن باشد. اگر فضای تخصیص یافته کافی نباشد، ممکن است به ضمیمه و یا الحاقیه ای اشاره کرد. مثلاً به صورت مکتوب در کادر A- ۳- A اشاره کرد که به الحاقیه (ضمیمه) شماره ۱رجوع شود.

پرداخت غرامت ارزش تجاری (کادر ۶- A)

اگر طرفین قرارداد کادر ۳-A را کامل نکنند، قرارداد کلیه کالاهای فروشنده را در بر می‌گیرد (به ماده ۲-۱ مراجعه شود). اگر طرفین قرارداد کالا را در کادر ۳ - A تعریف کنند، اشاره آنان ممکن است به نوعی خاص از کالا و یا مدل‌های مشخص باشد. اگر فضای تخصیص یافته کافی نباشد، می‌توان از ضمیمه قرارداد، آن هم با ذکر کتبی در کادر A- ۳ - A (به ضمیمه شماره ۱ رجوع شود) استفاده کرد.

قانون حاکم (کادر ۷- A)

راه حل توصیه شده در این قرارداد این است، که قرارداد تابع قوانین ملی خاصی نباشد، بلکه صرفاً از قوانین کلی شناخته شده در تجارت بین المللی تابعیت کند (به ماده ۱-۱۳ مراجعه شود). در این حالت، طرفین قرارداد یا نباید کادر ۷- A را کامل کنند و یا این که گزینه A را انتخاب نمایند.

اگر چه این گزینه در زمان بروز اختلاف و ارجاع آن به داوری بسیار مناسب‌تر است تا دعوای قضایی در دادگاه های ملی، گزینه یک، قانون ملی معین و مشخصی است. اگر طرفین قرارداد تصمیم به استفاده و توسل به دعوای قضایی قبل از رسیدگی به دعاوی در دادگاه‌های معمولی را داشته باشند (به کادر A - ۸ –B مراجعه شود)، در این حالت، طرفین قرارداد باید بررسی و کنترل دقیقی کنند که شرایط قرارداد تا چه حد در انطباق با قانون حاکم قرار دارد.

قانون حاکم بر فروش توزیع کننده (ماده ۱-۱۳)

چنانچه قرارداد فروش بین فروشنده و توزیع کننده منعقد شود، ماده ۱-۱۳ قرارداد حکم می‌کند که قرارداد فروش تابع قوانین مربوط به فروش بین المللی کالا بر اساس کنوانسیون سازمان ملل متحد (کنوانسیون وین سال ۱۹۸۰ که به نام CISG نامیده می‌شود) باشد. البته این تصمیم باعث محرومیت طرفین قرارداد از این که راه حل دیگری انتخاب نمایند نمی‌شود، به ویژه در رابطه با شرایط کلی فروش (یا خرید) که می توانند به قرارداد توزیع کالا مراجعه کنند)

حل اختلاف (کادر ۸- A)

کادر ۸- A ارائه کننده دو گزینه حل اختلاف از راه داوری و یا رسیدگی در دادگاه‌های معمولی است. اگر انتخابی صورت نگرفته باشد، شیوه داوری اتاق بازرگانی بین المللی به استناد ماده ۲-۱۳ مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ زمانی که دعوای قضایی در دادگاه‌های معمولی برگزیده می‌شود، گزینه دیگر در این قرارداد که این گونه رسیدگی باید به صورت انحصاری باشد یا نه. هدف از غیر انحصاری بودن رسیدگی به دعاوی، این مزیت را دارد که طرفین قرارداد می‌توانند موضوع اختلاف را به دادگاه بدون محدود کردن حقوق آنها برای رجوع به سایر مراجع رسیدگی عرضه کنند. بر عکس، در صورت انحصاری بودن رسیدگی به دعاوی، طرفین قرارداد قصد مستثنی کردن کلیه دادگاه ها را دارند. اگر چه، در بعضی

از کشورها، این گونه استثناها ممکن است به دلیل این که مغایر قوانین عمومی است، حقوق افراد برای رفتن به دادگاه‌های ملی و محلی را به رسمیت شناخته باشد.

حفظ حقوق (کار ۵-۶)

شرایط کلی این ماده بیان می‌دارد که تولیدات تحویل داده شده به توزیع کننده تا زمانی که ارزش تمام و کمال آن پرداخت نشده است جزو اموال و دارایی‌های فروشنده محسوب می‌شود. اگرچه، این حق قانونی تا آن حدودی قانونی است که قوانین مربوط به انتقال قانونی حقوق کالاها و تولیدات که همان قوانین حاکم بر انتقال مالکیت کالاها و تولیدات است که معمولاً قانون کشوری است که کالا در آنجا قرار دارد، رعایت شده باشد. طرفین قرارداد باید اشراف و کنترل داشته باشند که آیا حفظ حقوق مالکیت در کشور توزیع کننده کالا معتبر است یا نه و آیا شرایط خاصی برای بیمه اعتباری این قانون وجود دارد.

قوانین رقابتی اتحادیه اروپا

در مورد قراردادهای داخل اتحادیه اروپا (یا قراردادهایی که آثار مهم در داخل اتحادیه اروپا دارد) قوانین رقابتی قراردادهای اتحادیه اروپا به ویژه ماده ۸۱ (ماده ۸۵ قبلی) باید مورد توجه قرار گیرد. به استثنای مواردی که سهم بازار فروشنده ۳۰ درصد و یا بیشتر باشد (که در این حالت معافیت از رقابت فردی باید مورد توجه قرار گیرد)، در تمام حالت‌ها کفایت می‌کند که شرایط قرارداد در انطباق با قوانین معافیتی شماره ۱۹۹۹/۲۷۹۰ باشد. در این راه حل یکنواخت، انطباق با قوانین و شرایط ۱۹۹۰/۲۷۹۰ مورد توجه قرار گرفته، به ویژه در رابطه با فروش در خارج از محدوده و قلمرو قراردادری (ماده ۱-۷) و ارزش فروش مجدد (ماده ۲-۷). به علاوه از آن جا که مدت زمان قوانین مربوط به عدم رقابت نمی‌تواند بیشتر از ۵ سال باشد، بنابراین حد اکثر مدت قرارداد هم از ۵ سال تجاوز نخواهد کرد (به ماده ۱-۹ مراجعه شود).

بخش اول - شرایط خاص

کادر ۱- A

A– ۱	فروشنده
نام : آدرس : (که از این به بعد «فروشنده» نامیده می شود)	

کادر ۲- A

A– ۲	توزیع کننده
نام : آدرس : (که از این به بعد «توزیع کننده» نامیده می شود)	

کادر ۳- A

A– ۳	کالا و منطقه (ماده ۱-۱)
A- کالا حسب شرایط قرارداد عبارت است از:	B- محدوده جغرافیایی قرارداد عبارت است از: .....

کادر ۴- A

A-۴	حداقل خرید سالیانه (ماده ۵)	
سال	ارز	مبلغ
اگر این کادر تکمیل نشده باشد، ماده ۵ قابلیت انطباق ندارد. برای سال های آینده که در کادر به آن اشاره شده است، افزایش ۱۰ درصد ذکر شده در ماده ۱-۵ قابلیت انطباق دارد، مگر اینکه به نحو دیگری توافق شده باشد.		

کادر ۵- A

A -۵	تخفیف توزیع کننده (ماده ۲-۶)
چنانچه ارزش کالای اعلام شده به توزیع کننده ارزش خالص کالاست، این کادر نباید تکمیل شود (مثلاً، اگر لیست خالص قیمت ها در اختیار توزیع کننده قرار گرفته باشد)	

کادر ۶- A

A-۶	غرامت شهرت تجاری (ماده ۱۱)
A□- غرامت شهرت تجاری در زمان خاتمه و فسخ قرارداد، توزیع کننده به دریافت غرامت شهرت تجاری حسب ماده ۱۱ قرارداد است.	B□- عدم استحقاق دریافت غرامت شهرت تجاری در زمان خاتمه و فسخ قرارداد، توزیع کننده به دریافت غرامت شهرت تجاری و یا غرامت های مشابه نیست.

کادر ۷- A

A-۷	غرامت شهرت تجاری (ماده ۱۱)
دو راه حل مذکور در این قسمت (قوانین کلی حقوقی و قانون ملی و محلی) دو گزینه متفاوت اند. طرفین قرارداد نمی توانند هر دو گزینه را انتخاب کنند. اگر انتخاب صورت نگرفته باشد، قوانین کلی حقوقی حسب ماده ۱-۱۳ بر شرایط قرارداد انطباق دارد.	
A□- قوانین کلی حقوقی این قرارداد توزیع تابع قوانین و اصول کلی حقوقی شناخته شده در عرف تجارت بین المللی است. همان طور که در ماده ۱-۱۳ شرایط عمومی مشخص شده	B□- قوانین ملی این قرارداد توزیع تابع قوانین و مقررات کشور ..... است.
اگر طرفین قرارداد گزینه B را انتخاب کرده باشند، در ابتدا باید شرایط موجود در قرارداد حاضر را با قانون مورد نظر کنترل کنند.	

کادر ۸- A

A-۸	غرامت شهرت تجاری (ماده ۱۱)
دو راه حل مذکور در این قسمت (داوری یا دادرسی در دادگاه های معمولی) دو گزینه هستند. طرفین قرارداد نمی توانند هر دو گزینه را انتخاب کنند. اگر انتخابی صورت نگرفته باشد، قوانین کلی داوری اتاق بازرگانی بین المللی (ICC) حسب شرایط ماده ۲-۱۲ حاکمیت دارد.	
A□- داوری A□- داوری اتاق بازرگانی بین المللی (بر اساس ماده ۲-۱۳) □ سایر □ محل داوری ...	B□- دادرسی در دادگاه های معمولی در صورت بروز اختلاف دادگاه های.. در محل..... در شهر ..... دارای حق رسیدگی هستند.

	این حق رسیدگی می تواند: □ انحصاری باشد. □ غیر انحصاری باشد.

کادر ۹- A

A-۹	تاریخ و امضای طرفین قرارداد
این قرارداد توزیع تابع شرایط خاص و شرایط عمومی است که متعاقباً ذکر می‌شود (با توجه به اینکه کدام یک از کادرهای قرارداد تکمیل شده باشد.) مکان تاریخ فروشنده نماینده	

بخش دوم- شرایط عمومی

۱. منطقه و کالا

۱-۱. فروشنده حق انحصاری بازاریابی و فروش کالای مذکور در کادر A- ۳ - A را (که از این به بعد «تولیدات») نامیده می‌شود برای منطقه ای (اگر وجود داشته باشد) که در کادر A- ۳ –B ذکر شده (که ازاین به بعد «منطقه») نامیده می‌شود به توزیع کننده واگذار می‌کند.

۱-۲. اگر طرفین قرارداد کادر A- ۳ –A را کامل نکرده باشند، کلیه کالاهای ساخته شده و یا به بازار عرضه شده توسط فروشنده در آینده به عنوان «کالا» حسب شرایط این قرارداد محسوب می‌شود.

۲. حسن نیت و رفتار عادلانه

۲-۱. طرفین باید در ایفای تعهدات خویش بر اساس این موافقت نامه و بر مبنای حسن نیت، رفتار عادلانه و مناسب عمل کنند.

۲-۲. حسب شرایط این قرارداد و نیز هر گونه توافق دیگری که طرفین و در ارتباط با روابط توزیع به عمل آورند، باید بر اساس حسن نیت کامل تعبیر و تفسیر شود.

۲-۳. طرفین قرارداد در ایفای تعهدات قراردادی خود اطلاعات مورد نیاز و همچنین حمایت‌های لازم را که برای اجرای شرایط قرارداد لازم است از یکدیگر به عمل خواهند آورد.

۳. وظایف توزیع کننده

۳-۱. توزیع کننده، کالایی را که فروشنده در اختیارش قرار داده است به نام و حساب خودش در منطقه توافق شده می فروشد.

۳-۲. توزیع کننده دارای اختیار عقد قرارداد به کالت از سوی فروشنده در منطقه که او را در مقابل اشخاص ثالث متعهد کند، نیست، مگر اینکه به صورت کتبی خلاف آن تعهد شده باشد.

۳-۳۳. توزیع کننده تعهد می‌کند که همه سعی خود را برای توسعه امر فروش کالا و تولیدات در منطقه و با رعایت سیاست‌های فروشنده انجام دهد و منافع فروشنده را همانند یک تاجر مسئول با پشت کار حمایت نماید. توزیع کننده به ویژه باید سازمان مناسبی برای فروش با کارکنان مناسب راه اندازی و حفظ کند، که مناسب باشد و بتواند خدمات بعد از فروش را برای ایفای تعهدات قراردادی خود بر اساس شرایط این قرارداد برای کلیه کالاها و در سر تا سر منطقه ارائه کند.

۳-۴. توزیع کننده می‌تواند، در مواردی که خود مایل به خرید کالا و فروش مجدد آن نیست، مورد را به فروشنده ارجاع دهد تا او به طور مستقیم کالا را به مشتری بفروشد. توزیع کننده که در این حالت به عنوان واسطه عمل می‌کند کارمزدی دریافت می‌کند که میزان آن در هر مورد توافق خواهد شد. بدین وسیله تصریح می‌شود که این اقدام توزیع کننده که به عنوان واسطه صورت می‌گیرد موجب آن نخواهد شد که موقعیت حقوقی توزیع کننده به عنوان یک تاجر مستقل که به حساب خود خرید و فروش می‌کند تغییر یابد.

۴. تعهد عدم رقابت

۴-۱. توزیع کننده نباید در تمام مدت قرارداد، بدون مجوز کتبی و قبلی فروشنده اقدام به ارائه، تولید، بازاریابی و یا فروش هر نوع کالایی که رقیب کالاهای موضوع این قرارداد است در قلمرو و محدوده جغرافیایی توافق شده کند و یا مستقیم و غیر مستقیم به عنون نماینده، تاجر کارمزد بگیر، فروشنده مجدد، توزیع کننده و یا به هر شیوه دیگر، برای منافع اشخاص ثالثی که کالایی را تولید و یا به بازار عرضه کرده‌اند که در رقابت با کالای فروشنده است، اقدام کند.

۴-۲. توزیع کننده می‌تواند کالاهای غیر قابل رقابت را توزیع و یا تولید کند (مشروط بر این که به منظور استفاده فروشنده رقیب نباشد) و موضوع و این گونه فعالیت را به اطلاع فروشنده برساند. گرچه، تعهد دادن اطلاع به فروشنده در صورت تحقق این شرایط لازم و ضروری نیست. الف (ویژگی کالاهایی که توزیع کننده تمایل به ارائه آن دارد و ب (حوزه فعالیت فروشنده که می‌خواهد بر آن اساس اقدام کند، بنابراین غیر منطقی است که انتظار داشت که منافع فروشنده تحت تأثیر قرار گرفته باشد.

۵. حداقل خرید

۵-۱. توزیع کننده تعهد می‌کند که سالیانه کالایی معادل حداقل آن چیزی را که در کادر ۴- A ذکر شده است خریداری نماید. این میزان خرید سالیانه به طور خودکار هر سال ۱۰ درصد افزایش خواهد یافت، مگر اینکه شرط خلاف دیگری مورد موافقت قرار گرفته باشد.

۵-۲. اگر توزیع کننده در پایان هر سال موفق به خرید حداقل کالای ذکر شده در آن سال نگردد، فروشنده محق است که با دادن یک اخطار یک ماهه، حسب میل خود قرارداد را خاتمه داده و فسخ نماید و یا شرط انحصاری بودن توزیع کننده را فسخ کند و یا قلمرو جغرافیایی را محدودتر نماید. اگر چه این حق قانونی باید به صورت مکتوب و حد اکثر تا دو ماه پس از پایان هر سال مالی اعلام شود که در آن سال توزیع کننده نتوانسته است به حداقل خرید مذکور در قرارداد عمل کند.

۶. شرایط ارزش گذاری کالا

۶-۱. فروشنده موافقت می‌کند که کلیه کالاهای سفارش داده شده را، مشروط به موجود بودن و با این فرض که تضمین کافی نسبت به پرداخت ارزش آن داده شده است تهیه نماید. فروش کلیه کالاها به توزیع کننده باید تابع قوانین و مقررات کلی فروشنده باشد، که ضمیمه این قرارداد است و یا به صورت مکتوب با توزیع کننده توافق شده باشد. در صورت مغایرت بین شرایط کلی و شرایط این قرارداد، شرایط قرارداد حاکمیت خواهد داشت.

۶-۲. قیمت های قابل پرداخت از طرف توزیع کننده همان‌هایی خواهد بود که در لیست ارزش کالاهای فروشنده در زمانی که سفارش کالا را دریافت داشته با در نظر گرفتن تخفیف‌های مذکور در

کادر ۵-A (اگر کادر کامل شده باشد) خواهد بود. این قیمت ها تابع هر گونه تغییری در هر زمان خواهد بود، مشروط بر اینکه این تغییر قیمت ها یک ماه قبل به اطلاع توزیع کننده رسیده باشد.

۶-۳. کلیه پرداخت‌ها، الف (به صورت گشایش اعتبار اسنادی غیر قابل برگشت توسط یکی از بانک‌های شناخته شده در کشور فروشنده و حد اقل ۳ روز قبل از تاریخ توافق شده برای تحویل کالا و با ارائه اسناد حمل خواهد بود. ب (و یا در صورت پرداخت مدت دار (مشروط، به تضمین مناسب بانکی که کلیه تعهدات توزیع کننده را شامل شود) که در ابتدا ارائه گردد صورت خواهد پذیرفت.

۶-۴. توزیع کننده موافقت می‌کند که با دقت کافی، خود را با شرایط پرداخت مورد توافق طرفین تطبیق دهد.

۶-۵. بدینوسیله موافقت می‌شود که کالای تحویل داده شده در تملیک و به نام فروشنده تا زمانی که فروشنده ارزش کالای خود را دریافت دارد باقی بماند. توزیع کننده موافقت می‌کند که برای اجرای این شرط همکاری لازم را با فروشنده از طریق اجرای اعمالی که برای حفظ این حقوق لازم است مرعی دارد.

۷. فروش مجدد کالا توسط توزیع کننده

۷-۱. توزیع کننده موافقت می کند که (مثلاً از طریق آگهی، تأسیس شعبات یا عوامل توزیع) اقدام به افزایش فروش در قلمروهای جغرافیایی که انحصاری در اختیار فروشنده قرار دارد و یا از طریق فروشنده به توزیع کنندگان دیگر، به طور انحصاری واگذار شده نکنند.

۷-۲. توزیع کننده مخیر به ارزش گذاری مجدد کالای غیر قابل فروش است، مشروط به رعایت حد اکثر سقف قابل فروش که فروشنده اعلام کرده است.

۸. انحصار

۸-۱. فروشنده نباید در طول مدت اعتبار این قرارداد حق عرضه یا فروش کالاها را به شخص دیگری در داخل منطقه اعطا کند. فروشنده نمی تواند مستقیماً اقدام به فروش و معامله با مشتریانی نماید که در منطقه هستند.

۸-۲. فروشنده می‌تواند کالای خود را به مشتریانی که خارج از منطقه و قلمرو جغرافیایی قرار دارند بفروشد، حتی اگر این گونه مشتریان قصد صادرات این کالا را به منطقه داشته باشند، ولی نمی‌تواند با

هدف گریز از شرط انحصار موضوع ماده ۸-۱ به طور فعال در پی جلب اینگونه مشتریان یا ترغیب اشخاص ثالث به این گونه خریدها برآید.

۹. شرایط و فسخ قرارداد

۱-۹. این قرارداد از زمان امضای آن تا زمانی که بر اساس مواد ۲-۵ و ۲-۹ و ۱۰ خاتمه پیدا کند معتبر است، اما به هر صورت بعد از گذشت ۵ سال از تاریخ امضای آن (اگر زودتر فسخ نشود) منقضی خواهد شد.

طرفین قرارداد موافقت می‌کنند که حد اقل ۳ ماه قبل از خاتمه مدت ۵ ساله قرارداد با یکدیگر ملاقات و احتمال انعقاد یک قرارداد جدید پس از انقضای آن را بررسی کنند.

۲-۹. هر یک از طرفین قرارداد می‌توانند با ابلاغ کتبی و از طریق وسایل ارتباطی مناسب (مثلاً پست سفارشی، رسید برگشت، پست مخصوص) که تاریخ رسید داشته باشد قرارداد را فسخ کنند، مشروط بر این که اطلاعیه فسخ شش ماه قبل از انقضای قرارداد ارسال شده باشد. انقضای مهلت داده شده باید هم زمان با انقضای هر ماه باشد.

۱۰. فسخ قبل از موعد

هر یک از طرفین قرارداد می‌توانند بلافاصله و با اعتبار فوری و بدون ارسال اطلاع که با ارسال ابلاغ کتبی و توسط وسایل ارتباطی مناسب (مثلاً پست سفارشی، رسید برگشت، پست مخصوص) در صورت وقوع هر یک از شرایط زیر، اقدام به فسخ قرارداد کنند:

الف) قصور اصلی: هر گونه قصور یکی از طرفین، در ایفای تمام یا قسمتی از تعهدات خود به موجب این قرارداد، به طوری که طرف دیگر را از آنچه حقاً از اجرای این قرارداد انتظار داشته به طور عمده محروم کند، و اگر این نادیده گرفتن شرایط قرارداد قابل جبران باشد، جبران آن در طول مدت سی روز.

ب) شرایط استثنایی در صورت ورشکستگی، مهلت قانونی برای تعویق در تصفیه دیون، انحلال و تصفیه و یا هرگونه توافق دیگری بین بدهکار و بستانکاران طرف دیگر و یا هر گونه شرایطی که به طور اساسی مانع ایفای تعهدات او تحت شرایط قرارداد شود.

اگر توزیع کننده یک شرکت (شخصیت حقوقی) است، هر گونه تغییر در کنترل، مالکیت و مدیریت توزیع کننده به عنوان شرایط استثنایی تلقی می شود و این حق را به فروشنده می‌دهد که در مورد فسخ قرارداد قبل از موعد مقرر اقدام کند، مگر این که توزیع کننده اثبات نماید که این گونه تغییرات هیچ گونه اثر منفی بر ایفای تعهدات قراردادی وی نخواهد داشت.

۱۱. غرامت شهرت تجاری

۱-۱۱. اگر طرفین قرارداد، کادر A -۶- A را تکمیل کرده باشند، توزیع کننده محق است که در زمان فسخ قرارداد از طرف فروشنده، به دلایلی غیر از نقض آشکار شرایط قرارداد از سوی توزیع کننده که بر اساس ماده ۱۰ قرارداد، فسخ را توجیه می‌کند، غرامت شهرت تجاری را معادل ۵۰ درصد سود ناخالص سالیانه ای که از سوی مشتریان معرفی شده از سوی توزیع کننده و یا از سوی مشتریانی که از طریق آنان توزیع کننده اقدام به افزایش فوق العاده حجم کاری و فروش خود نموده است، بر اساس میانگین ۵ سال گذشته دریافت کند (اگر قرارداد کمتر از مدت ۵ سال اعتبار داشته باشد، بر اساس زمان اعتبار قرارداد).

توزیع کننده به طور منطقی سعی خواهد کرد که مشتریان موجود به فروشنده و یا هر توزیع کننده (و یا نماینده) جدیدی منتقل شوند. در اجرای این شرط توزیع کننده موافقت می‌کند که برای مدت ۱۲ ماه از تاریخ خاتمه قرارداد، چه به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم از فروش، توزیع و یا عرضه به بازار کالایی که در رقابت با کالای فروشنده است به خریدارانی که او قبلاً کالا بر اساس شرایط قرارداد عرضه می کرده است خودداری نماید. پرداخت غرامت شهرت تجاری در سه قسط مساوی و به ترتیب چهار ماه، هشت ماه و یک سال بعد از خاتمه قرارداد صورت می‌پذیرد. پرداخت غرامت شهرت تجاری مشروط به کوشش‌های معقول و منطقی توزیع کننده در رعایت و ایفای تعهدات خود در زمینه انتقال مشتریان موجود به جانشین خود و یا به فروشنده خواهد بود.

۲-۱۱. غرامت شهرت تجاری که در ماده ۱۱ (غرامت قراردادی) پیش بینی شده به جای جبران خسارت، ضرری است که توزیع کننده بر اساس شرایط قانون حاکم بر قرارداد محق به دریافت آن است (غرامت قانونی) که طبیعتاً جایگزین این گونه غرامت‌های قانونی (اگر وجود داشته باشد) می‌شود. اگر

چه، حقوق توزیع کننده به غرامت قانونی نمی تواند به طور تمام و کمال به وسیله غرامت قراردادی جایگزین شود. بنابراین، شرایط مـاده ۱-۱۱ بر قرارداد انطباق نخواهد داشت و توزیع کننده محق به دریافت غرامت قانونی در عوض غرامت قراردادی که در ماده ۱۱ پیش بینی شده است، نخواهد داشت.

۳-۱۱. اگر طرفین قرارداد کادر A– ۶ –B را تکمیل کرده باشند توزیع کننده محق به دریافت، به محض فسخ و خاتمه قرارداد، هیچ گونه غرامت و یا وجود مشابه آن نیست.

۴-۱۱. شرایط مذکور در بالا نافی حقوق توزیع کننده برای ادعای خسارت ناشی از فسخ قرارداد، تا آنجا که خاتمه قرارداد از سوی فروشنده به عنوان نقض قرارداد تلقی شود، نیست.

۱۲. فورس ماژور

۱-۱۲. هر یک از طرفین قرارداد مسئول شکست و تأخیر و یا عدم ایفای تعهداتی که ممکن است ایجاد شود نخواهد بود، مشروط بر این که ثابت کند:

الف) که عدم موفقیت ناشی از مقاومت های ظاهری بوده که او کنترلی بر آن نداشته است و یا :

ب) این که به طور معقول و منطقی نمی‌توانسته است آثار مستقیم این مقاومت‌های ظاهری را بر توانایی‌های خود در ایفای تعهدات قراردادی در زمان انعقاد قرارداد بررسی کند و یا :

پ) به طور معقول و منطقی نمی‌توانسته است از آن اجتناب کند و یا بر آثار ناشی از آن فایق آید.

۲-۱۲. هر یک از طرفین به منظور اجتناب از این وضع باید در سریع ترین زمان ممکن در جهت شناخت مقاومت‌های موجود بر سر راه نمایندگی و آثار آن بر استعداد و توان او در اجرای شرایط قراردادی، و آثار منفی آن بر ایفای تعهداتش اقدام کند و موظف به اعلام آن به طرف دیگر است. اطلاعیه لازم هم باید در زمانی که آثار آن متوقف و بر طرف می شود به طرف دیگر داده شود. عدم اعلام و دادن اطلاع به طرف دیگر باعث می‌شود که طرف مقصر، مسئول جبران خسارت‌های وارده باشد، در حالی که در صورت دادن اطلاع می‌توانسته از آن پرهیز کند.

۳-۱۲. بر اساس شرایط این ماده، زمینه ای برای عدم پرداخت غرامت و سایر مجازات‌هایی که حسب تحریم‌های اقتصادی که ممکن است پدید آید، و یا پرداخت سود به دیون موجود تا زمانی که زمینه این شرایط هنوز پایدار است برای طرفین قرارداد وجود دارد.

۱۲-۴. اگر زمینه و شرایط موجود بیشتر از ۶ ماه به طول انجامد، هر یک از طرفین قرارداد محق به فسخ قرارداد بدون ارسال اطلاعیه فسخ هستند.

۱۳. قانون حاکم- داوری

۱۳-۱. هر گونه سؤالی در رابطه با قرارداد توزیع، تابع اصول و قوانین کلی شناخته شده در عرف تجارت بین المللی و قوانین توزیع بین المللی است، مگر این که شرط خلاف آن (چه در کادر ۷ –A و یا هر جای دیگر) توافق شده باشد.

قراردادهای فروشی که بین فروشنده و توزیع کننده با رعایت این موافقت نامه توزیع، منعقد می‌شود تابع کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد قراردادهای فروش بین المللی کالا (کنوانسیون سال ۱۹۸۰ وین که از این به بعد از آن به صورت CISG یاد می‌شود) است. چنانچه سؤالات مطروحه در قوانین CISG مطرح نشده باشد، ذکر مقررات و اصول کلی قوانینی که در تجارت بین المللی شناخته شده است و قابلیت انطباق با قراردادهای فروش بین المللی را دارد حاکم بر این گونه مسائل خواهد بود، مگر این که توافق کتبی دیگری صورت پذیرفته باشد.

۱۳-۲. کلیه اختلافات موجود و در ارتباط با قرارداد توزیع نهایتاً باید از طریق قوانین داوری اتاق بازرگانی بین المللی از طریق یک دور و یا داوران بیشتری که بر اساس قوانین داوری منصوب می‌شوند حل و فصل گردد، مگر این که توافق کتبی دیگری صورت پذیرفته باشد.

قرارداد فروش

- در مذاکرات بین شما و خریدار چه به صورت حضوری باشد یا بصورت‌های دیگر تمامی شرایط انجام معامله فروش و صدور کالا مشخص می شود و از جمله نحوهٔ حمل، قیمت کالا، بیمه و مدارک مورد نیاز برای وصول وجه فروش.در این قرارداد پس از مقدمه‌ای کوتاه ابتدا نام فروشندهٔ کالا با تمامی مشخصات خود و سپس نامه خریدار با تمامی مشخصات خود و بعد قیمت کالا و نیز مدارک مورد نیاز برای دریافت وجه از جمله بارنامه، فاکتور فروش بیمه حمل نامه حمل کالا، گواهی مبدأ و گواهی عدل‌بندی و بسته بندی و چنانچه ضروری باشد مدارک دیگری که مورد توافق طرفین قرار گرفته باشد و

پس از آن نحوهٔ رفع اختلافات و در آخر کار قانون حاکم بر قرارداد می باشد. جهت آگاهی شما نمونه‌ای از قرارداد فروش را ذیلاً ذکر می‌نمائیم.

به منظور فروش و صدور رب گوجه فرنگی قراردادی با شرایط زیر بین خریدار و فروشنده منعقد شد؛

ماده ۱- مشخصات فروشنده: شرکت ..... به آدرس ..... تلفن ..... ف تلکس، فکس ..... ایمیل ..... (که از این پس در این قرارداد فروشنده خوانده می شود)

ماده ۲- مشخصات خریدار: شرکت ..... به آدرس شارجه- امارات متحده عربی، خیابان ..... تلفن ..... ، فاکس ..... فکس ..... ایمیل که از این پس در این قرارداد خریدار نامیده می‌شود، قراردادی با شرایط مشروح در زیر بین فروشنده و خریدار منعقد گردید:

ماده ۳- کالای مورد معامله: حدود پنج هزار تن رب گوجه فرنگی در قوطی‌های یک کیلوگرمی الکترولیت با روکش داخل قوطی دارای گواهی استاندارد نوشته‌های به برچسب زبانهای فارسی و عربی و انگلیسی بمبلغ هر تن ۵۰۰دلار امریکا سیف شارجه و حدود ۱۵ تن رب گوجه فرنگی در قوطی‌های ۵۰۰ گرمی الکترولیت روکش داخلی، دارای مهر استاندارد برچسب به زبان‌های فارسی، انگلیسی و عربی به قیمت هر تن ۶۴۰ دلار سیف شارجه.

ماده ۴- حمل به وسیله کشتی از ایران به شارجه (امارات متحده عربی) حمل به دفعات، حمل با تعویض کشتی مجاز نیست.

(این اعتبار نامه طبق ماده ۹ مندرج در ذیل قابل پرداخت می‌باشد.)

(برات مربوط طبق اعتبار نامه اسنادی شارجه که به وسیله بانک بازرگانی بین المللی دبی برای ارزش کامل کشیده می‌شود.

ماده ۵: در این اعتبار نامه قیمت کامل کالا طبق سفته مربوطه صادر می‌گردد که همراه با مدارک زیر خواهد بود.

الف: فاکتور بازرگانی ذینفع (فروشنده) که باید به وسیله اتاق بازرگانی در شهر صادر کننده و بوسیله کنسولگری یا سفارت امارات متحده عربی در صورت وجود در محل کار ذینفع و در غیر اینصورت هر یک

از کنسولگری‌ها یا سفارت خانه‌های کشورهای عربی تصدیق امضاء شود. در فاکتور فروش عبارت سیف شارجه باید درج گردد.

ب) یک دست کامل از بارنامه کامل غیرقابل انتقال که بنا به دستور بانک بین المللی دبی صادر گردیده و طی آن تذکر داده شده که تمام وجه هزینهٔ بار فرمای قبلاً پرداخت گردیده است و طی آن نامه کشتی و آدرس نمایندگان محلی کشتی در بندر مقصد ذکر شده باشد.

ج) گواهی مبدأ که نشان دهد کالا در ایران تهیه شده است. گواهی مبدأ باید به تأیید اتاق بازرگانی محل رسیده و عیناً به وسیله کنسولگری یا سفارتخانه امارات متحده عربی در محل اقامت فروشنده و چنانچه وجود نداشته باشد هر یک از کنسولگری‌ها و یا سفارتخانه‌های کشورهای عربی گواهی امضاء شود.

د) گواهی بیمه یا بیمه نامه که بصورت قابل انتقال و بمبلغ کل فاکتور به اضافه ده در صد ادعای ضرر و زیان که بنا به دستور بانک بین المللی دبی بدون در نظر گرفتن درصد حاصله با ذکر نام وآدرس نماینده بیمه در شارجه (امارات متحده عربی) که طی آن هزینه بیمه تماماً پرداخت شده و مشتمل بر خطرات دریائی از جمله عبارت جنگ، اعتصاب، شورش‌ها و آشوب‌های مردمی و نیز ریسک‌های مربوط به جابجایی کالا از انبار ذینفع تا انبار خریدار در شارجه خواهد بود.

و) گواهی مورد نیاز بهداشت که به وسیله مقامات بهداشتی ایران صادر گردیده و طی آن تاریخ تولید و خاتمه مصرف ذکر شده و به وسیله هر یک از کنسولگری‌ها و سفارتخانه‌های عربی تصدیق امضاء شده باشد.

فاصله بین تاریخ تولید و تاریخ انقضاء باید یکسال تمام باشد.

ز) تاریخ تولید نباید بیش از ۶۰ روز فاصله با بارنامه داشته باشد.

ح) ارسال یکدست کامل از مدارک حمل که غیر قابل انتقال باشد. به سفارش کنندگان اعتبار به وسیله پست سریع طی هفت روز پس از تاریخ بارنامه.

ط) پرداخت در صورتی انجام می‌شود که کالا بوسیله مقامات بهداشتی امارات متحده عربی ظرف مدت سی روز از تاریخ بارنامه مورد آزمایش قرار گیرد و درصورتی‌که به وسیله مقامات بهداشتی مردود

شناخته شود پرداخت وجه کالا تحت هیچ عنوان انجام نخواهد شد.) علت صدور شرکت ..... شارجه، تلفن .....

دستورات مخصوص اضافی

کلیهٔ هزینه‌های بانکی خارج از کشور به عهده حساب ذینفع می‌باشد.

کلیهٔ مدارک مورد نیاز طبق این اعتبار نامه، باید به زبان انگلیسی نوشته شده و شماره این اعتبارنامه در آن ذکر شده و دارای مهر و امضای اصلی و واقعی باشد.

حال می‌دانیم که اجزاء یک قرارداد عبارت از نام فروشنده، نام خریدار، نام کالا و مشخصات کالای مورد معامله- مقدار کالای مورد معامله

شرایط حمل- پرداخت در مقابل این مدارک- فاکتور بازرگانی بارنامه- فهرست بسته بندی کالا- گواهی بیمه- گواهی بهداشت- انجام بازرسی کالا به وسیله مؤسسه بازرسی بین المللی رفع اختلافات که قانون حاکم و احتمالاً مدارکی دیگر که چندان مهم نیست.

در این جا تأکید می‌کنیم که کلیهٔ قراردادهای خرید و فروش به همین فرم تهیه می‌شود و مهمتر از همه عین مفاد قرارداد به صورت اعتبار نامه اسنادی در می‌آید. یعنی آنچه که در موافقتنامه بین خریدار و فروشنده مورد موافقت قرار گرفته عیناً در اعتبار اسنادی منعکس می‌گردد. بنابراین اعتبار اسنادی انعکاسی از قرارداد فروش به شمار می‌رود.

حال اگر خواستید انجام معامله از طریق گشایش اعتبار اسنادی باشد. این اعتباری که به عنوان نمونه برای شما شرح داده‌ایم عمداً تمام معایب آنرا آورده ایم تا شما با آگاهی کامل بتوانید قرارداد فروش را منعقد نمائید. مواردی که در این قرارداد یا اعتبار نامه به زیان شماست عبارت است از:

مشخصات کالای مورد معامله: معمولاً خریداران چون با شرکت مقیم کشور رو برشد طرف هستند که عملاً فاقد آزمایشگاههای بسیار مجهز هستند در قرارداد فروش مشخصات کالا را که ممکن است نصف صفحه را اشغال نماید ذکر می‌نمایند تا احتمالاً بتوانند مدعی شوند یک یا چند مورد از مشخصات با مشخصات ذکر شده در قرارداد هم خوانی ندارد و از این راه اگر نتوانند یا نخواهند قرارداد را باطل نمایند می توانند تخفیف قابل ملاحظه‌ای از فروشنده دریافت نمایند. راه جلوگیری از این کار این است که شما

در قرارداد خود نمونهٔ کالا را که به وسیله بازرس بین المللی تهیه و مهر و موم شده به عنوان مشخصات کالا ارائه نمائید. در هر صورت فروشنده که می‌داند چه کالائی را می‌خرد حتماً موافقت خواهد کرد و شما را از زحمت اضافی نجات خواهد داد.

قیمت کالا: با در نظر گرفتن کلیهٔ هزینه های تولید یا خرید- بسته بندی- هزینه‌های گمرکی و مهمتر از همه سودی که نماینده شما و خود شما باید ببرید تعیین خواهد شد.

حمل کالا: همانطور که قبلاً گفتیم صلاح در این است که کالای خود را به صورتEXW تحویل درب انبار یا به صورت فوب FOB یا قرار دادن کالا در طول کشتی (FAS) بفروشید ولی هرگاه ناچار شدید به صورت CFR یعنی هزینه به اضافه هزینه حمل بفروشید اشکالی ندارد ولی باید به شرکت‌های کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و هند و چند شرکت دیگر مراجعه کرده، فضای کالای خود را در کشتی رزرو نمائید که این کار چند روز طول خواهد کشید.

ولی در گرفتن پول فروش کالای شما از بانک طولی نخواهد کشید و شما به محض ارائه بارنامه و سایر مدارک خواسته شده در متن اعتبارنامه وجه خود را وصول خواهید کرد حتی اگر کالای شما یک ماه یا دو ماه بعد به مقصد خریدار برسد.

تهیه بارنامه: چون تهیه بارنامه به عهده شماست، که در آن شرح کالا و سایر مطالب تشریح گردیده پس توجه داشته باشید که بارنامه سند مالکیت کالای شماست و شما نباید جز به بانک به کس دیگری بدهید. کلاً ممکن است خریدار درخواست فتوکپی بارنامه را بنماید. تحت هیچ عنوان قبول نکنید، چون با همان فتوکپی امکان دارد کالا را دریافت کند و از پرداخت وجه کالا سر باز زند.

معمولاً بارنامه را همراه با فاکتور، گواهی مبدأ و سایر گواهی‌ها تحویل بانک می‌دهید. در مورد فاکتور فروش و گواهی مبدأ منتهای کوشش خود را به کار برید تا از ذکر آدرس کامل و تلفن و فاکس و ایمیل خریدار بخصوص نام خریدار خودداری نمائید تا مشخصات شما به دست رقبای شما نیفتد و همین قدر در فاکتور و گواهی مبدأ به نام شهر و کشور کافیست توجه داشته باشید که از ذکر نام و آدرس خریدار به این دلیل خودداری نمائید که حتی یک درصد احتمال می‌رود خریدار در نیمه راه کشتی از خرید خودداری نماید. بهترین راه برای امنیت شغل خود این است که آدرس و مشخصات گیرنده کالا را در

هنگامی که کشتی یا کامیون تا راه آهن در نیمه راه است به مسئول وسیله نقلیه که ممکن است کاپیتان کشتی یا راننده کامیون باشد بدهید. دلیل آن است که خریدار از خرید کالای شما ممکن است خودداری نماید و شما را در مخمصه بگذارد و به همین جهت فرصت کافی خواهید داشت تا کالای خود را به خریدار دیگری عرضه کنید و از بروز زیان های کمرشکن جلوگیری نمائید. بعلاوه چون بارنامه دست به دست می‌گردد امکان شناسایی خریدار شما بوسیله رقیب شما وجود دارد.

گواهی بهداشت: گواهی بهداشت به وسیله سازمان بهداشت کشور خودتان یعنی کشور مبدأ صادر می‌شود و مورد گواهی تمامی مراجع جهانی می‌باشد. حال خریدار بخواهد جزو مدارک بانکی گواهی بهداشت در مقصد را نیز بخواهد. اگر چنین خواسته‌ای داشته باشد مطمئن باشید دو منظور دارد یکی این که شما نتوانید مبلغ حاصل از فروش کالای خود را از بانک دریافت کنید (چون یکی از مدارک کم است)، دوم این که قصد سوئی دارد و بالطبع مقامات بهداشتی کشور خود ایراد کوچکی از محموله صادراتی شما بگیرد و گواهی بهداشت را صادر نمی‌نماید و شما می‌مانید با بارتان هزارها کیلومتر دورتر. پس از آنکه مدتی خواهش و تمنا کردید ممکن است خریدار حاضر شود کالای شما را به نصف و حتی ثلث قیمت خریداری نماید و شما نیز چاره‌ای نداشته باشید بجز آنکه با این پیشنهاد موافقت نمائید. به همین جهت در مذاکرات خود برای انعقاد قرارداد متوجه باشید که هیچگاه با بازرسی کالا در مقصد موافقت نکنید.

ممکن است خریدار از شما بخواهد برای بانک خودش یکدست از مدارک حمل که غیر قابل انتقال باشد در اختیار او قرار دهید. این کار را هیچگاه انجام ندهید چون ممکن است از مدارک حمل سوء استفاده نموده و از بانک تسهیلات بگیرد و یا اینکه منظور دیگری داشته باشد.

رفع اختلافات: معمولاً رسم بر این است که طرفین داور مورد نظر خود را انتخاب کرده و نفر سوم نیز به عنوان سر داور تعیین می‌شود. رسوم دیگری نیز وجود دارد و آن ارجاع اختلاف به دادگاه محل خریدار یا فروشنده است. به شما توصیه می‌شود تحت هیچ عنوان امر داوری را قبول نکنید بخصوص آنکه داورها از میان افراد کشور خریدار باشند. حتی پیشنهاد نمی‌کنیم که امر داوری در کشور صادر کننده بوسیله داوران ایرانی انجام شود.

در مذاکرات خود برای انعقاد قرارداد حتماً ارجاع مورد اختلاف به دادگاههای ایران را قبول کنید و لاغیر و چنانچه خریدار بخواهد از خرید خود عقب نشینی کند حد اکثر داوری اتاق بازرگانی بین المللی واقع در ژنو و نه تهران را قبول کنند.

قانون حاکم بر قرارداد- این هم باید حتماً قوانین رایج در کشور خودمان باشد، دلیل آن این است که کالا مال ایران است و قوانین حاکم بر آن باید ایرانی باشد. چنانچه قوانین حاکم بر قرارداد در کشور فروشنده باشد در صورت وجود اختلاف مرتباً باید به کشور فروشنده مراجعه کرده و با گرفتن وکیل و غیره ابتکار پرداخت را انجام دهید.

زبان قرارداد: قرارداد باید به دو زبان فارسی و انگلیسی به صورت نوشته شده باشد که هم متن فارسی و هم متن انگلیسی جدا از هم معتبر باشند. دلیل آن این است که در زبان انگلیسی واژه‌های چند معنی و چند کاربرد وجود دارد و کثرت لغات در این زبان ممکن است ایجاد سوءتفاهم نماید. ولی هرگاه به دو زبان فارسی و انگلیسی بطوری که هر یک به طور مستقل معتبر باشد دیگر هیچگونه سوء تفاهمی بوجود نخواهد آمد.

برای اینکه نسبت به مفاد قرارداد اشـراف کامل داشته باشـید ذیلاً نمونه یک قـرارداد ایده‌آل و دلخواه شما را می‌آوریم:

خریدار: ..... مشخصات کامل

فروشنده: ..... مشخصات کامل

کالای مورد معامله .....

مشخصات و آنالیز کالا ..... نمونه خود کالا که به وسیله بازرسی تهیه و مهر و موم شده

حمل به وسیله کشتی-کامیون یا راه آهن (قرارداد جداگانه)

فاکتور بازرگانی فقط به تأیید اتاق بازرگانی .... ذکر نام و مشخصات خریدار

بارنامه بدون ذکر خریدار تا اواسط راه سپس با وسیله ارتباطی تلفن یا تلکس مقصد را اعلام نمائید.

گواهی مبدأ با تأیید اتاق بازرگانی بدون ذکر نام و مشخصات خریدار فهرست بسته بندی انجام بازرسی در کشور مبدأ (ایران)

گواهی بهداشت بدون ذکر نام و مشخصات در ایران

حل و فصل اختلافات ترجیحاً دادگاههای ایران

قانون رایج با قانون رایج جمهوری اسلامی ایران

زبان قرارداد: به دو زبان فارسی و انگلیسی هر یک مستقلاً به خودی خود معتبر باشد.

هزینه های بانکی به عهده خریدار

نمونه‌گیری از کالاهای صادراتی

نمونه کالاهایی که قرار است صادر شود همیشه قبل از اقدام خریدار خارجی به خرید مورد نیاز وی می‌باشد. نمونه کالا آنقدر برای خریدار خارجی مهم است که گاهی اوقات از نماینده بازرسی بین المللی می‌خواهد کار نمونه برداری از محموله های صادراتی را انجام دهد و برای او بفرستد. خریدار خارجی پس از دریافت نمونه کالا آنرا بمنظور تطبیق مشخصات کالا با مشخصات مورد نیاز خود، به آزمایشگاههای مختلف ارسال داشته و پس از حصول اطمینان از کیفیت کالا اقدام به اجرای مقدمات خرید می نماید. چنانچه قرار باشد خودتان کالاهایی که قرار است صادر کنید نمونه برداری کرده و برای خریدار خارجی بفرستید توجه داشته باشید که پس از نمونه برداری از کلیه محموله‌ها و امتزاج آنها با یکدیگر و با بسته بندی جالب و در عین حال محکم همراه با پیش فاکتور (پروفرما) برای خریدار خارجی ارسال نمایید.

وجود پیش فاکتور یا پروفورمای شرکت شما که باید همراه نمونه کالا ارسال شود مورد نیاز گمرک کشور صادر کننده و کشور وارد کننده می باشد. در پیش فاکتور همراه نمونه باید اعلام شود که نمونه کالا فاقد ارزش بازرگانی است و یا اینکه ارزش آنرا یک دلار ذکر نمایید.

شما می‌توانید نمونه کالای صادراتی خود را به روش‌های مختلف برای خریدار خارجی بفرستید که ما برای رعایت اختصار به سه روش زیر اکتفا می‌کنیم:

الف- شما می‌توانید نمونه کالای خود را به فرودگاه محل اقامت خود ببرید و در آنجا پس از پر کردن فرم‌های مخصوص، نمونه کالا را تحویل قسمت بار هواپیمایی ملی ایران بدهید. بدین ترتیب نمونه را ابتدا تحویل گمرک فرودگاه می‌دهید و گمرک پس از بازرسی نمونه موافقت خود را با ارسال آن اعلام می‌دارد. سپس به قسمت بار هواپیمایی ملی که در همان سالن قرار دارد مراجعه و پس از پرداخت کرایه حمل به

ریال، بارنامه مربوط به نمونه کالا را دریافت می‌دارید که مدرک ارسال نمونه کالا توسط شما برای خریدار خارجی خواهد بود.

متوجه باشید که حتما باید خودتان یا کارمندتان نمونه کالا را به فرودگاه برده و به ترتیب فوق برای خریدار ارسال دارد، هر شرکت هواپیمایی متعهد است که نمونه را به گمرک فرودگاه شهر مورد نظر تحویل دهد و تعهد ندارد که آنرا به آدرس خریدار خارجی بفرستد و این خریدار خارجی است که باید به گمرک فرودگاه شهر خود رفته و نمونه را پس از انجام امور گمرکی آن تحویل بگیرد.

ب) شما می‌توانید نمونه کالای خود را به موسسات بین المللی پست سریع که به آنها کوریر (COURRIER) می‌گویند نظیر پست DHL تحویل دهید. در این روش کافیست به یکی از شعبات پست سریع تلفن کنید. آنها به دفتر شما می‌آیند، نمونه را می‌گیرند، بارنامه را صادر می‌کنند و خودشان به گمرک فرودگاه برده و بوسیله هواپیما به فرودگاه شهر خریدار خارجی میرساند و خود تشریفات گمرکی آنرا انجام داده و سپس به آدرس دفتر خریدار خارجی و به شخص او یا نماینده‌اش تحویل می‌دهند.

این روش بسیار سریع اطمینان بخش و از هر جهت خوب است. تنها عیب بزرگی که دارد هزینه بسیار سنگین آن است به نحوی که هزینه ارسال یک نمونه پانصد گرمی را تا بیش از پنجاه دویست هزار تومان بالا می‌برد.

ث) روش بسیار اطمینان بخش و در عین حال ارزان که با استفاده از آن نمونه کالای صادراتی در آدرس دفتر خریدار خارجی تحویل وی می‌شود، استفاده از پست هوایی است. شما نمونه کالا را که بشرح فوق تهیه کرده‌اید به منطقه پستی که دارای قسمت ارسال محموله‌های پستی به خارج از کشور است می‌برید. در آنجا مامورین گمرک پس از بازرسی نمونه و تطبیق با مقررات گمرکی بسته را تحویل پست می‌دهند و مامور پست پس از توزین و اندازه گیری ابعاد جعبه، هزینه پستی را تعیین و پته پستی را صادر می‌کند و همین پته پستی در حکم بارنامه و مدرک شما برای ارسال نمونه کالا بشمار می‌رود. پست پس از تحویل گرفتن نمونه از شما آنرا ظرف چند روز که قاعدتاً از یک هفته تجاوز نمی‌کند در دفتر خریدار خارجی به وی تحویل می‌دهد.

حداکثر مقدار کالای مجاز بعنوان نمونه کالا که برای صادرکنندگان دارای کارت بازرگانی بدون هزینه گمرکی انجام می‌شود بیست کیلو می‌باشد که بدیهی است قیمت آن نباید از حد معینی تجاوز نماید. نمونه کالای صادراتی نباید از کالاهای ممنوع الصدور باشد والا توسط گمرک ضبط می‌گردد.

هنگام ارسال نمونه رعایت نکات زیر بسیار ضروری است:

(الف) نمونه برداری از کالا باید بصورتی باشد که نشان دهنده کیفیت خود کالا باشد.

هرگاه نمونه را از جنس خوب بفرستید و کالای صادراتی جنس متوسط باشد اینکار شدیداً به ضرر شما خواهد بود. برای اینکه اگر خریدار نمونه ر ا بپسندد در تمامی مفاد قرارداد عبارت "طبق نمونه ارسالی" را قید خواهد کرد و چون نمونه ارسال شده با اصل کالا تطابق ندارد ارسال خود کالا کار بیهوده‌ای بوده و خریدار از پرداخت قیمت آن خودداری خواهد کرد و زیان خانمانسوزی متوجه صادر کننده می‌شود.

(ب) نمونه کالای خود را بصورت صحیح بسته بندی کنید. جعبه حاوی نمونه باید محکم باشد.

چون در تحویل نمونه به هواپیما در مواقع بارگیری و تخلیه، جعبه ضربات محکمی می‌بینند. بهتر است جعبه حاوی نمونه را از تخته تهیه نمایید و از ارسال نمونه داخل جعبه یا کارتن خودداری نمایید.

(پ) آدرس فرستنده و گیرنده بصورت خوانا بزبان خارجی نوشته شده و نام شهر کشور مقصد هم به زبان خارجی و هم به زبان فارسی درج شود.

نکته آخر اینکه هنگامی‌که نمونه کالا را با پست ارسال میدارید صرفا با پست هوایی معمولی ارسال کنید. چون مدت زمان ارسال آن با پست سریع ممکن است یک روز تفاوت داشته باشد که با صرف هزینه زیاد برای پست پیشتاز ، ارسال آن با پست پیشتاز اقتصادی نخواهد بود.

فصل هفدهم

تدارک یا تولید کالای صادراتی و بازرسی آنها قبل از حمل تدارک یا تولید کالا

برای اینکه بتوانید صادر کننده منظم و دائمی یک کالای صادراتی باشید و بتوانید سفارش‌های مکرر خریداران خارجی را تدارک دیده و یا تولید کرده و صادر نمایید باید منتهای دقت، آگاهی و احتیاط را برای تدارک یا تولید کالاهای مرغوبی که باید صادر کنید بعمل آورید. به همین جهت برای صادر کننده دائمی کالا داشتن تسهیلات لابراتوار جهت آزمایش کیفیت و مشخصات کالا و نیز وسایل طراحی که متعلق به خود صادر کننده باشد تا خود کالای تولیدی را با مارک خود صادر نماید امری الزامی است. در مورد تولید و صدور کالاهای تولیدی نظیر تلویزیون، لباس، لوازم التحریر و غیره، صادرکننده باید منبعی دائمی برای تامین مواد اولیه کالاهای تولیدی خود داشته باشد تا کیفیت کالاهای تولیدی خود را بطور یکسان و یکنواخت حفظ نماید. تسهیلاتی که دولت جمهوری اسلامی برای واردات مواد اولیه معاف از حقوق و عوارض گمرکی در مقابل صدور کالاهای تولید شده از همان مواد اولیه (برنامه بای بک یا خرید متقابل) بوجود آورده بهترین منبع دائمی تحصیل مواد اولیه از خارج و ورود آن به کشور می‌باشد.

در مورد کالاهایی نظیر محصولات کشاورزی و باغی و فراورده‌های غذایی، چون میوه، رب گوجه فرنگی، بیسکویت و غیره باید منتهای دقت را بعمل آورید تا مشخصات مورد نیاز خریدار در این کالاها و فراورده‌ها دقیقا صدق نماید. بعلاوه هرگاه بخواهید کالای بسته بندی شده‌ای که مارک تولیدکننده یا فروشنده روی بسته بندی آن چاپ شده از کارخانه ای خریداری و با همان مارک صادر نمایید، شما دیگر صادر کننده واقعی و دایمی نخواهید بود بلکه تبدیل به یک فرد بازاریابی برای همان کارخانه‌ای خواهید شد که جنس را از آن خریداری کرده‌اید و پس از آنکه با تحمل مشقات بسیار توانستید برای بار اول جنس را صادر کنید و به خریدار خارجی بفروشید، دیگر برای بار دوم خریدار خارجی سراغ شما نخواهد آمد و دلیل هم ندارد که سراغ شما بیاید زیرا نفع خود را در این میبینند که با همان کارخانه مستقیماً وارد معامله شود و جنس را ارزانتر خریداری نماید. به همین سیاق نیز فروشنده کالا که از مدارک مختلف نام و آدرس خریدار را متوجه می‌شود دلیلی نمی‌بیند که برای بار دوم جنس خود را به شما

بفروشد تا صادر کنید. برای سود بیشتر و تحصیل ارز، خود مستقیماً با خریدار وارد معامله می‌شود و جنس خود را ارزانتر با همان کیفیت به فروشنده میفروشد و از این راه فقط مقدار زیادی تلاش، سرمایه و وقت گرانبهای شما تلف شده و حاصل آنرا فروشنده و خریدار با دور زدن شما و تماس مستقیم با یکدیگر می‌برند.

به همین جهت است که اگر شما می‌خواهید صادر کننده واقعی و دائمی باشید باید تمام کالاهایی را که صادر می‌کنید مارک خودتان را داشته باشد. در این مورد نحوه خرید، بسته بندی و صدور یک فراورده غذایی مثلاً رب گوجه فرنگی را برای شما تشریح می‌کنیم تا توجه کافی به رموز کار صادرات داشته باشید.

شما که صادر کننده هستید با زحمت زیاد به صورتهای مختلف برای شرکت خود بازاریابی می‌کنید و هزینه‌های هنگفتی را برای شناساندن شرکت خود می‌پردازید پس از یک سال فعالیت بازاریابی که مهمترین مرحله کار صادرات شماست خریدار خارجی برای خرید رب گوجه فرنگی شما مکاتبه می‌کند. حال فرض را براین می‌گیریم که شما در کار صادرات تازه وارد هستید. اولین کاری که می‌کنید تماس با کارخانه‌های تولید رب گوجه فرنگی است و منتهای سعی خود را شبانه روز بعمل می‌آورید تا از کارخانه‌ای خرید کنید که مشخصات رب گوجه فرنگی آن با مشخصات خواسته شده توسط خریدار خارجی منطبق باشد. حال فرض کنیم چنین ربی با چنین کیفیتی پیدا کردید (که بعید است) که در قوطی‌های نیم کیلویی و یک کیلویی توسط کارخانه بسته بندی شده و طبیعی است که آدرس و مشخصات کارخانه تولید کننده نیز روی هریک از قوطی‌ها چاپ شده است. شما این جنس را از کارخانه خریداری می‌کنید و برای صدور آن برای خریدار خارجی، خودتان را زیر انواع تعهدات ارزی و ریالی و گمرکی از جمله بازگرداندن ارز حاصل از فروش طبق پیمان ارزی که سپرده‌اید می‌برید و هزینه‌های متعدد از جمله هزینه حمل را متقبل می‌شوید و این جنس را برای خریدار خارجی ارسال می‌کنید. فرض کنیم خریدار خارجی جنس را پسندیده و قیمت آنرا به ارز برای شما میفرستد. شما هم خوشحال می‌شوید ولی هر چه منتظر می‌شوید که برای بار دوم سفارش خرید رب از خریدار خارجی بگیرید می‌بینید خبری نمی‌شود و تماس‌های مکرر شما با خریدار بی نتیجه می‌ماند. دلیل آن این است که هم

کارخانه‌ای که رب را به شما فروخته و هم خریداری که رب را از شما خریده، آدرس و مشخصات کارخانه را از روی چاپ قوطی های رب بدست آورد، هیچکدام دلیلی نمی‌بیند که رب گوجه فرنگی را از طریق شما معامله کنند. کارخانه‌ای که از روی مدارک خواسته شده، اسم و آدرس خریدار را پیدا می‌کند و خود مستقیماً با خریدار وارد معامله می‌شود و خریدار خارجی هم که می‌بیند جنس مورد نیاز خود را می‌تواند ارزانتر تهیه کند عقل سلیم به او حکم می‌کند که شما را دور بزند و مستقیماً با کارخانه وارد معامله شود.. بدین ترتیب تمامی زحمات شما برای در دست داشتن یک بازار فروش دائمی رب گوجه فرنگی به همین آسانی از دست میرود زیان هایی که از این راه به شما وارد میشود قابل محاسبه نیست.

به همین جهت است که ما اکیداً به شما سفارش می‌کنیم که هر چیزی که می‌خواهید صادر کنید باید دارای مارک خودتان بوده و کیفیت خواسته شده توسط خریدار را خودتان تامین نمایید. برای انجام اینکار مثلاً همین خرید و صدور رب گوجه فرنگی را مثال می‌زنیم.

شما باید گوجه فرنگی خودتان یا سر جالیز و یا از میادین میوه و تره بار خریداری کنید و سپس با کارخانه‌هایی که مجهز هستند قرارداد کارمزدی ببندید. بدین ترتیب که شما گوجه فرنگی را بدهید و در عوض از همان گوجه فرنگی رب آنرا تحویل بگیرید و بابت هر کیلو رب فلان مقدار ریال به کارخانه بپردازید. علاوه براین شما باید تعداد کارگران کنترل کننده گوجه فرنگی سالم را قبل از ورود به پخت و هنگام شستشو سه برابر کنید تا حتی یک گوجه فرنگی سبز یا لهیده، کرم زده یا فاسد وارد دستگاه نشود و ربی که به دست میاید بالاترین کیفیت را داشته باشد. از سوی دیگر، خودتان باید به کارخانه صنایع بسته بندی مراجعه کنید و قوطی‌های با مارک خودتان و طبق طرحی که از طرف خریدار به شما داده می‌شود را تولید کرده و خریداری نمایید و عیناً این رب‌ها را داخل قوطی‌ها بسته بندی کنید. در این صورت است که بازار فروشی که با هزاران زحمت بدست آورده اید، بازاری دائمی در خارج از کشور خواهد شد و هزینه تهیه و تولید رب شاید حتی تا یک سوم که قیمتی که از کارخانه خریداری کرده‌اید کاهش خواهد یافت.

کنترل کیفیت و مرغوبیت کالا و بازرسی قبل از حمل آن

کنترل مرغوبیت و بازرسی قبل از حمل کالاهای صادراتی از جمله جنبه‌های حیاتی مبادلات بین المللی کالا بشمار می‌رود. علاوه بر کنترل کیفی کالا در داخل کارخانه یا کارگاه، کالاهای صادراتی تابع بازرسی اجباری سازمانهای دولتی از جمله موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران است. مقام‌های گمرکی در صورت وجود گواهینامه کنترل مرغوبیت کالا از موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران حتی اگر کالای صادراتی فاقد گواهینامه بازرسی قبل از حمل هم که باشد باز هم اجازه خروج از گمرک کالای صادراتی را صادر خواهند کرد. علاوه بر بازرسی‌های اجباری که از طرف موسسات وابسته به دولت جهت کنترل و مرغوبیت کالای صادراتی بعمل می‌آید، گاهی اوقات خریداران خارجی بمنظور حصول اطمینان از کالایی که خریداری کرده‌اند ممکن است خود یک موسسه بازرسی بین المللی را به هزینه خود مامور کنترل کیفیت کالا نمایند تا اطمینان حال کنند که کالای تولید شده دقیقا منطبق با استانداردها و مشخصات مورد نیاز آنها تهیه یا تولید شده باشد. بدیهی است انتصاب یا عدم انتصاب بازرس بین المللی از طرف خریدار و یا نوع روش و کنترل کیفی کالا باید در هنگام تایید سفارش خرید، بوسیله صادر کننده و خریدار خارجی مشخص شود.

کالاهای صادراتی نسبت به نوع کالاها و نحوه تولید آنها به روشهای زیر مورد بازرسی و کنترل مرغوبیت قرار بگیرند:

(الف) بازرسی تک محموله‌های صادراتی

در این روش تک تک محموله‌های کالای صادراتی بمنظور کنترل کیفی کالا بوسیله موسسه بازرسی بین المللی و یا موسسه دولتی استاندارد و تحقیقات صنعتی مورد بازرسی قرار می‌گیرد و گواهی انجام بازرسی نیز به همین ترتیب صادر می‌شود. بازرسی کنترل مرغوبیت کالا معمولاً در کارخانه یا انبار صادرکننده انجام می‌پذیرد و انجام آن در این محل‌ها در صورتی است که تسهیلات لازم برای انجام عملیات بازرسی در کارخانه یا انبار موجود باشد والا اینگونه بازرسی‌ها در بندری که قرار است کالا از آن بندر صادر شود قبل از بازرسی گمرکی انجام می‌پذیرد.

فرم در خواست انجام بازرسی بوسیله سازمان‌های دولتی (موسسه استاندارد و غیره) باید بوسیله صادر کننده پر شود و همراه با مدارک زیر تحویل موسسه استاندارد یا هر سازمان دیگر شود.

(الف) مشخصات کامل کالای هر محموله‌ای که باید صادر شود.

(ب) رسید پرداخت هزینه بازرسی.

(پ) رونوشت سفارش خرید خریدار که حاوی مشخصات مورد نیاز وی باشد.

(ت) فهرست بسته بندی.

پس از آنکه مراحل بازرسی و کنترل کیفیت و مرغوبیت کالا بوسیله سازمان‌های دولتی مربوطه به صورت رضایت بخش پایان پذیرفت، موسسه یا سازمان مربوطه گواهینامه را که به صورت فرم استاندارد است در پنج نسخه صادر می‌نماید که اصل گواهینامه برای اداره گمرک، نسخه دوم برای خریدار خارجی، نسخه سوم برای صادر کننده کالا و نسخه چهارم برای بانک مرکزی و نسخه پنجم برای بایگانی سازمان بازرسی کننده ارسال می‌گردد.

(ب) انجام بازرسی جهت کنترل کیفیت در حین تولید یا بسته بندی کالا

کالاهایی نظیر تولید مواد شیمیایی یا کالاهای مهندسی باید در حین جریان تولید خود مورد بازرسی کنترل کیفی قرار بگیرند. برای بررسی کیفیت این قبیل کالاها عملیات بازرسی در چند مرحله در هنگام تولید کالا صورت می‌پذیرد. در اینگونه موارد تولید کننده‌ای که می‌خواهد کالای خود را صادر نماید باید سوابق بازرسی از مراحل تولید کالای خود را داشته باشد. معمولاً اینگونه بازرسی‌ها توسط موسسات دولتی نظیر موسسه استاندارد بدون اطلاع قبلی و در زمان‌های مختلف هنگام تولید کالای صادراتی انجام می‌پذیرد و در آخر کار گواهی بازرسی کنترل مرغوبیت کالا بوسیله موسسه بازرسی مربوطه در هنگام حمل کالا صادر می‌شود.

حال چنانچه بازرسی حین تولید، برای کنترل مرغوبیت کالا رضایت بخش بوده و گواهینامه مربوطه صادر شده باشد خود تولید کننده نیز می‌تواند برای آن کالایی که بازرسی در حین تولید انجام پذیرفته گواهینامه بازرسی صادر نماید.

(پ) صدور گواهینامه بازرسی مرغوبیت کالا بوسیله خود کارخانه

تولید کنندگان و نیز موسسات صادراتی بزرگ که دارای علامت استاندارد باشند برای صدور کالای خود نیاز به ارائه گواهی کنترل مرغوبیت کالا ار اداره استاندارد ندارند و خود می‌توانند گواهی بازرسی و کنترل کیفیت کالایی که خود تولید کرده‌اند و یا کالایی که قرار است صادر کنند تهیه نموده و به مقامات گمرکی ارائه دهند. اعطای این مزیت یعنی صدور گواهینامه بازرسی کنترل کیفیت کالا بوسیله خود تولید کننده یا صادر کننده برا ین اصل استوار است که تولید کننده یا صادرکننده‌ای که سالیان متمادی در امر صادرات فعالیت داشته و از شهرت خوبی در بازارهای جهانی برخوردار است هیچگاه راضی نخواهد شد که شهرت خود را به صدور گواهینامه بازرسی کالایی که مرغوب نیست بفروشد و خود را ضایع نماید. معمولاً این اختیار بمدت یکسال همزمان با اعطایعلامت استاندارد به تولید کننده یا صادر کننده داده می‌شود ودر صورت تجدید علامت استاندارد این اختیار نیز در پایان هر سال تجدید خواهد شد.

آماده سازی کالا برای صدور

اقدام بعدی پس از تدارک و تولید کالاهای صادراتی، آماده ساختن آنها برای حمل می‌باشد. از جمله این اقدام‌ها برچسب زنی(شرح مشخصات کالا) ، بسته بندی، علامتگذاری، عدل بندی و تسمه کشی می‌باشد.

۱- برچسب زنی

برچسب زدن یا تشریح مشخصات کالا روی هر بسته یا قوطی باید نشان دهنده کیفیت، مقدار وزن، شماره تولید، قیمت واحد، تاریخ تولید، انقضاء تاریخ مصرف، نام تولید کننده و غیره می‌باشد. نحوه برچسب‌زنی و مطالبی که روی هر بسته نوشته می‌شود نسبت به هر کشور تفاوت پیدا می‌کند. به همین جهت این موضوع یعنی نحوه شرح کالا روی هر بسته یا شیشه یا قوطی باید طبق خواسته خریدار انجام پذیرد.

۲-بسته بندی کالا

بسته بندی کالای صادراتی نقش بسیار حیاتی در استقبال خریداران نسبت به خرید آن کالا در بازار بین المللی دارد. طرح و نحوه بسته بندی نظر خریداران را نسبت به خرید کالا، بمیزان بسیار زیاد جلب

می‌نماید. به همین جهت است که کیفیت بسته بندی کالا را نباید فدای هزینه کمتر آن کرد. نحوه بسته بندی نیز باید منطبق با خواسته های خریدار خارجی باشد.

۳- عدل‌بندی، لفاف کشی و تسمه کشی کالا

عدل‌بندی، لفاف کشی و تسمه کشی در حکم بسته بندی خارجی کالا است که بمنظور حمل کالای صادراتی و سالم رسانیدن آن بدست خریدار خارجی و داخلی انجام می‌پذیرد و فرم و مختصات عدل بندی و میزان استحکام آن براساس خواص فیزیکی کالاها، طول مسیری که باید طی کند و نیز تعویض وسیله حمل از کشتی به کشتی دیگر یا از کشتی به کامیون و نیز مقررات مخصوص و شرایط کشور مقصد مشخص شده و نسبت به آن عمل می‌شود. در مورد مشخصات و مختصات مربوط به اندازه، وزن، ارزش و میزان استحکام عدل بندی باید در نظر داشت که وزن جعبه استاندارد معمولا به خاطر اینکه آسانتر جابجا شود از ۵۰کیلوگرم تجاوز نمی‌نماید. در این جعبه‌ها کالاهایی که باید صادر شود بصورتی مناسب چیده شده و فهرست اقلام و تعداد بسته‌های موجود در هر عدل نوشته می‌شود. با کمک این فهرست بسته بندی که عنوان آن (PACKING LIST) می باشد خریدار خارجی کالا و نیز مقامات گمرکی و شرکت بیمه می‌توانند محتویات هر عدل و هر جعبه را به آسانی و بدون اتلاف وقت بازرسی نمایند.

۴- علامتگذاری

صادر کننده معمولا برای هر یک از عدل ها یا جعبه ها علائم و عباراتی را برای علامتگذاری انتخاب می‌کند که رقبای او نتوانند جزئیات آدرس مشخصات مشتریان وی و نیز کشور مقصد و یا کشور مبدا را متوجه شوند و از این راه مشتری صادر کننده را از دست او خارج سازند. این عبارات در عین حال که باید طوری انتخاب شوند که برای رقبای صادرکننده مبهم باشد در عین حال نیز باید حاوی اطلاعاتی حاوی علائم مخصوص شرکت صادر کننده و شرکت خریدار خارجی (وارد کننده) مقصد، بندر ورود (چنانچه با مقصد کالا متفاوت باشد)، شماره سفارش یا شماره اعتبار نامه (L/C)، کشور مبدا، محل بارگیری و ارسال کالا، وزن ناخالص و وزن خالص و نیز وزن بسته و ظرف محتوی کالا یعنی تفاوت بین وزن خالص و وزن ناخالص و نیز اندازه‌های طول، عرض و ارتفاع به متر و دستورات مربوط به جابجایی و

حمل عدل روی عدل یا بسته روی بسته نوشته شود. در هنگام علامتگذاری باید دقت لازم مبذول داشت تا علائم و نوشته‌های روی هر عدل یا جعبه بصورت خوانا و با مرکب رنگ ساده نوشته شود. برای وزن و اندازه عدل‌ها فقط و فقط باید از سیستم متریک یعنی متر، سانتی متر، متر مکعب و کیلوگرم استفاده کرد.

در نشریه‌ای که انجمن بین المللی هماهنگ سازی روش جابجایی بار منتشر کرده توصیه‌های مهمی نسبت به علامتگذاری عدل‌ها و جعبه‌های محتوی کالا بوسیله صادر کنندگان بعمل آورده است. از جمله این توصیه‌ها دستورالعمل درج مختصات اصلی کالا، نوع حروفی که باید در چاپ روی بسته‌ها درج بکار رود و همچنین نوع جوهر یا رنگی که باید با آن رنگ کلمات روی عدل‌ها نوشته شود نیز مشخص ساخته است.

مناسب‌ترین روش در علامتگذاری عدل‌ها و بسته‌های صادراتی این است که برای کسب اطلاعات و نحوه درج مطالب روی عدل‌ها هم با خریدار و هم با نماینده کشتیرانی مشورت کنید.

اعلام قیمت به خریدار کالا

قیمت‌های کالاهای صادراتی معمولاً با ذکر اصطلاحات زیر که مورد قبول تمامی کشورها قرار گرفته به خریدار اعلام می‌شود.

(الف) قیمت تحویل درب کارخانه یا کارگاه *(EX-WORKS PRICE)*

وقتی که فروشنده کالای صادراتی با این اصطلاح قیمت کالا را به خریدار خارجی اعلام می‌دارد، معنای آن این است که مسئولیت فروشنده کالا در تحویل به موقع کالای ساخته شده طبق مشخصات مورد نیاز خریدار تا درب کارخانه یا کارگاه بوده و از آن نقطه به بعد تا حمل کالا به مقصد جزو مسئولیت خریدار کالا می‌باشد و در این نقطه یعنی در درب کارخانه پس از اینکه فروشنده کالای صادراتی را تحویل خریدار خارجی یا نماینده وی داد مسئولیت فروشنده در همین نقطه پایان می‌یابد و از این پس این خریدار خارجی است که باید مسئولیت حمل کالا را تا کشور خود داشته باشد، البته در عمل، خریدار خارجی از فروشنده و صادر کننده درخواست می‌کند که ترتیب حمل کالا را بدهد و هزینه حمل داخلی و خارجی را در صورتحساب خود منظور نماید.

(ب) قیمت تحویل کالا توسط فروشنده به خریدار در روی عرشه کشتی *(F.O.B.PRICE)*

حروف فوق خلاصه سه کلمه *(FREE ON BOARD)* می باشد که معنی اصلی آن این است که فروشنده یا صادر کننده کالا علاوه بر پرداخت هزینه‌های مربوط به ساخت یا تهیه کالا، هزینه‌های حمل و بارگیری هزینه‌های گمرکی و همچنین هزینه‌های مربوط به بیم کالا را تا زمانی که کالا روی عرشه کشتی قرار بگیرد می‌پردازد و در این نقطه مسئولیت فروشنده کالا نسبت به تحویل کالا به خریدار پایان می‌پذیرد و از این پس خریدار کالا خود مسئول پرداخت هزینه‌های حمل کالا و نیز هزینه‌های مربوط به بیمه کالا تا کشور مقصد یعنی کشور خود خواهد بود. بدین ترتیب اصطلاح *F.O.B.* یا *FREE ON BOARD* که کلمه *FREE* یعنی مجانی و کلمه *ON BOARD* یعنی روی عرشه کشتی است این معنی را می‌دهد که کلیه هزینه‌های مربوط به تهیه کالا و حمل آن تا بندر و پرداخت هزینه بارگیری کشتی همه به عهده صادر کننده یا فروشنده است و تا این نقطه یعنی تا روی عرشه کشتی خریدار هیچگونه مسئولیتی نسبت به پرداخت هزینه‌ها ندارد و از همین نقطه به بعد است که مسئولیت حمل کالا و رساندن آن به مقصد و بیمه کردن آن از فروشنده یا صادر کننده به خریدار خارجی منتقل می‌شود.

اگر کالا بخواهد با کامیون حمل شود اصطلاح *F.O.T.*را که حروف اختصاری *FREE ON TRUCK* است به کار می برند و عیناً همانند *F.O.B.* کلیه هزینه‌ها تا قرار دادن بار روی کامیون به عهده فروشنده بوده و از روی کامیون به بعد مسئولیت حمل و بیمه کالا تا مقصد از فروشنده به خریدار خارجی منتقل می‌شود.

همین طور نیز اصطلاح *F.O.R.* که حروف اختصاری *FREE ON RAIL* در مورد وسیله حمل با راه آهن است که عیناً همانند *FOB* و *FOT* هزینه‌ها تا قرار دادن کالا روی واگن قطار به عهده فروشنده و پس از آن به عهده خریدار است. همین طور در مورد وسیله هواپیما که اصطلاح *(F.O.B.)* که مخفف سه کلمه *(FREE ONBOARD)* و *(FREE ON AIRCRAFT)* می‌باشد و معنی تحویل کالا در داخل هواپیما را می‌دهد. شما صادر کننده عزیز دقت کنید هنگامی که کالای فروخته شده خود را تحویل کشتی، کامیون، قطار یا هواپیما می‌دهید بارنامه یا *B/L* مخفف *BILL OF*

LADING را از مسئول کشتی یا شرکت حمل و نقل یا مسئولین قطار یا هواپیما بگیرید و حتماً در بارنامه‌های *FOB* باید کلمات *"SHIPPED ON BOARD"* یعنی حمل تا روی عرشه کشتی پشت نویسی شده و به امضای ناخدای کشتی یا نماینده شرکت حمل و نقل که نماینده کشتی است برسد. باید اطمینان حاصل کنید که مقام و مسئولیت شخص امضاء کنندهٔ بارنامه برای شما محرز شده بارنامه را امضاء کند والاّ هنگام وصول قیمت کالا دچار ناراحتی‌های فراوان خواهید شد. دقت کنید تاریخ تحویل کالا به کشتی یا کامیون یا هواپیما یا راه آهن نیز در بارنامه ذکر شده باشد.

(پ) قیمت تحویل کالا تا بندر مقصد خریدار خارجی *CFRPRICE*

که حروف اختصاری دو کلمه *COST* یعنی هزینه کالا و *FREIGHT* یعنی کرایه حمل با کشتی یا هواپیما یا وسیله دیگر می‌باشد. در این مورد فروشنده در قرارداد فروش متعهد می‌شود که کالا را تا بندر مقصد خریدار خارجی که نام آن بندر در قرارداد فروش ذکر می‌گردد برساند و کلیه هزینه‌ها و خطرات مربوط به آن را که هزینه خود کالا به اضافه هزینه حمل است متقبل شود. بدین ترتیب مسئولیت رساندن کالا به خریدار خارجی تا بندر مقصد خریدار ادامه داشته و در آن نقطه است که مسئولیت‌ها از فروشنده کالا به خریدار خارجی منتقل می‌گردد. به صورت ساده‌تر اصطلاح *(CFR)* عبارت از همان *F.O.B.* به اضافه هزینه حمل به عهده فروشنده خواهد بود. در گذشته به جای اصطلاح *(CFR)* اصطلاح *(CAND/F)* یا*(C&F)* را به کار می‌بردند که در اصل هر دو یکی است.

(ت) قیمت تحویل کالا تا بندر مقصد خریدار خارجی به اضافه بیمه *(CIF PRICE)*

این اصطلاح که حروف اختصاری سه کلمه *COST* (هزینه کالا) + *INSURANCE* (بیمه) + *FREIGHT* (هزینه حمل) می‌باشد در اصل همان *(CFR)* است به اضافه این که فروشنده کالا متعهد می‌شود که کالا را هم در مقابل خطرات احتمالی خسارت به کالا یا فقدان و سرقت قسمتی از کالا در خلال حمل تا مقصد با هزینه خود بیمه نماید.

(ث) قیمت تحویل کالا، به مقصد خریدار خارجی حمل با کامیون *DCP PRICE*

این اصطلاح که حروف اختصاری کلمات *DELIVERED*(تحویل شده) + *CARRIAGE* (وسیله حمل (معمولاً کامیون)) + *PAID* (پرداخت شده) می‌باشد معمولاً برای محموله‌هایی به کار می‌رود که

برای حمل آنها از وسیله حمل زمینی یعنی کامیون یا قطار استفاده می‌شود. در این مورد نیز فروشنده یا صادرکننده باید هزینه حمل کالا تا مقصد خریدار را پرداخت نماید. تعهدات و مسئولیت‌های فروشنده در هنگامی که کالا را تحویل وسیله حمل اولیه می‌دهد پایان می‌پذیرد.

(ج) قیمت تحویل کالا تا پشت گمرک کشور خریدار خارجی *EX-SHIP PRICE* یا *EXS*

در این مورد فروشنده در قراردادی که با خریدار خارجی منعقد می‌کند خود را متعهد می‌سازد که کالا را علاوه بر این که تا بندر مقصد خریدار خارجی به هزینه خود حمل می‌کند و خطرات آن را متقبل می‌شود. هزینه تخلیه کشتی و بارگیری کامیون ها و هزینه حمل با کامیون‌ها را نیز تا پشت درب گمرک مرزی کشور خریدار خارجی نیز می‌پردازد.

(چ) قیمت فروش کالا و تحویل آن در کنار کشتی، روی اسکله یا روی کامیون یا روی قطار *(EX-QUAY*

در این حالت فروشنده کالا تمامی هزینه‌ها را تا روی اسکله بندر مقصد خریدار خارجی متقبل می‌شود. در این حالت نیز همانند حالت *(EXS)* خریدار متعهد هزینه تخلیه کشتی نیز می‌گردد.

(ح) قیمت تحویل کالا در مرز *DAF*

در این اصطلاح حروف اختصاری سه کلمه *DELIVERED* (تحویل شده) + *AT* (در) + *FRONTIER* (مرز) می‌باشد. این اصطلاح در مواردی به کار می‌رود که کالا با وسیله حمل زمینی یعنی قطار یا کامیون حمل شود و طی آن فروشنده کالا، متعهد به پرداخت کلیه هزینه‌ها تا مرز کشور مقصد خریدار خارجی می‌باشد که محل آن پشت درب گمرک مرزی است که نام آن در قرارداد ذکر می‌گردد.

(خ) قیمت تحویل کالا به صورت *FREE CARRIER (FRC PRICE)*

این اصطلاح در مواردی به کار می‌رود که وسیله حمل چندگانه به صورت ترکیبی است یعنی تریلی کامیون و کشتی و راه آهن. حال بسته به محلی که در قرارداد نام برده می‌شود، هزینه حمل تا آن محل به عهده فروشنده و بقیه راه تا مقصد به عهده خریدار کالا است.

برآورد خطرات احتمالی که ممکن است از جانب خریدار خارجی بوجود آید

در امر صادرات، برآورد کردن میزان اعتبار و شهرت خریدار خارجی امری حیاتی است. هنگامی که می‌خواهید اعتبار و شهرت خریدار خارجی را ارزیابی و برآورد کنید، عوامل زیر را باید مدّ نظر قرار دهید.

(الف) عوامل غیرمالی شامل

قدمت شرکت خریدار و نوع فعالیت‌های آن

این که شرکت واقعی و اصلی است یا اینکه تابع شرکت دیگری است و یا شرکتی است که در کشور ثالث تشکیل گردیده.

(ب) سوابق مالی شامل

سابقه پرداخت وجوه آخرین خریدی که کرده.

میزان خرید و فروش در سال.

ارزش واقعی شرکت.

میزان اعتبار بانکی.

(پ) سایر عوامل شامل

نظر و عقیده مؤسسات و نمایندگانی که درباره وضع شرکت‌ها تحقیق می‌نمایند.

روش مدیریت اعمال شده در شرکت خریدار کالا.

اطلاعات خریدار در وضع شرایط فروش.

شرایط موجود در مبادلات بازرگانی در رشته فعالیت خریدار خارجی.

تحویل به موقع

شخص تازه وارد که خواستار ورود به شغل بازرگانی صادرات می باشد باید منتهای دقت را نسبت به تحویل فوری و به موقع محموله به مقصد داشته باشد. امکان دارد تأخیر در تحویل کالا بعلت عواملی چون اعتصاب کارگران در اسکله بندر، بروز تأخیر در بارگیری و حمل کالا باشد. بدیهی است این عوامل تقصیر صادرکننده نیست ولی حتی بروز یکی از این عوامل مسئولیت تأخیر در تحویل کالا را متوجه

صادر کننده می‌نماید. به همین جهت صادر کننده باید ترتیبی اتخاذ نماید تا با محاسبه زمان‌های تلف شده در صورت احتمال بروز اینگونه عوامل، کالا را به موقع و در تاریخ تعیین شده تحویل خریدار بدهد.

اطلاعات مربوط به مبادلات بازرگانی

اطلاعات مربوط به صدور کالاها را می‌توان از منابع مختلف تهیه کرد. از آن جمله مرکز توسعه صادرات، مجلات اقتصادی و بازرگانی، نمایشگاه های بازرگانی، وابسته‌های بازرگانی سفارت جمهوری اسلامی ایران در کشورهای خارج، کتاب‌های راهنمای بین المللی مبادلات کالا و مهم‌تر از همه بخش *E- COMMRCE* در شبکه اینترنت که کامل‌ترین اطلاعات مربوط به خرید و فروش و صادرات و واردات کالا را در اختیار صادر کننده قرار می‌دهد و چون امر مبادلات بین المللی کالا نیاز به اقدام فوری و نیز قابلیت صادر کننده نسبت به تحویل تمامی مقدار کالاهای دارای کیفیت خوب با مشخصات مورد لزوم دارد به همین جهت صادر کننده باید همواره کاملاً مجهز و آماده برای انجام مراحل مختلف مبادلات بین المللی کالا باشد.

ارتباط فوری

انجام مکاتبات و ایجاد ارتباط خوب عامل بسیار مهمی در راه نیل به موفقیت در امر مبادلات بین المللی به شمار می‌رود. نحوهٔ کار صادرات ایجاب می نماید که بین تولید کنندگان، فروشندگان و صادر کنندگان با وارد کنندگان کالا در خارج از کشور ارتباط نزدیک برقرار شود. صادر کننده باید برای دسترسی فوری خریدار خارجی به خود، آدرس تلگرافی، تلفن، شماره پست کامپیوتری *(E-mail)* تلکس و اکس دفتر خود را در اختیار وی قرار دهد. صادر کننده باید به منظور رتباط سریع با مشتریان و خریداران کالا از خدمات یک مؤسسه پستی سریع و خوش نام برخوردار بوده و دفترش در یک منطقه یا مجتمع بازرگانی ممتاز و یا در محیطی تمیز و قابل فعالیت بازرگانی قرار داشته باشد. از جمله مهم ترین عامل مورد نیاز صادر کننده چاپ کاتالوگ‌ها و بروشورهای حاوی شرح تمامی تولیدات و کالاهایی است که صادر می‌نماید.

تست بازار نسبت به یک کالا

قبل از این که شما به عنوان صادر کننده وارد فعالیت های وسیع بین المللی شوید کار عاقلانه این است که ابتدا خود را نسبت به ارائه و فروش کالای مورد نظر در مقیاس کوچک-تر و با قصد فروش کالای خود در بازارهای داخل کشور مورد آزمایش قرار دهید به تدریج وارد فعالیت‌های بزرگتر و وسیع‌تر شوید. بازارهای خارج از کشور آنقدر گسترده است که چندی نخواهد گذشت امر مبادلات و فروش کالا در مقیاس وسیع برای شما سهل و آسان خواهد شد.

تست کالا در بازار

صادر کننده باید ابتدا به عنوان آزمایش، در یک بازار کوچک نفوذ کند زیرا در بازتاب بازار نسبت به کالا، اشتباهاتی را که صادر کننده مرتکب می‌شود به آسانی و بدون نیاز زیان فاحش می توان جبران کرد.

سیاست بازار

در اجرای مراحل صدور کالا نکته بسیار مهم عکس العمل و بازتاب بازار نسبت به کالای صادراتی می‌باشد. در این راه اصلاحات و بهبود کیفیت کالا حتی هر قدر هم جزئی باشد می‌تواند مشتریان را به میزان بسیار زیاد تحت تأثیر قرار داده نتایج مثبت و قابل توجهی را به بار آورد.

بررسی سفارش خرید کالا

صادر کننده به محض دریافت سفارش خرید کالا از طرف خریدار خارجی اول باید دریافت سفارش را بلافاصله به خریدار اعلام کند و سپس شروع به بررسی دقیق متن سفارش خرید نموده، اقلام یا مشخصات کالاهایی که قرار است طبق سفارش خرید کالا صادر نماید دقیقاً مورد مطالعه قرار داده نحوه بازرسی کالا قبل از حمل به مقصد، شرایط پرداخت قیمت کالا از طرف خریدار، نحوه بسته بندی کالا، برچسب زنی و علامت گذاری بسته‌های کالا و عدل بندی و تسمه کشی آن، مهلت حمل و تحویل کالا به خریدار، بیمه کالا و تهیه مدارک مورد نیاز را مورد بررسی قرار داده و با امکانات خود منطبق نماید. حال اگر تمامی جنبه های فوق مورد رضایت و قبول صادر کننده قرار گرفت، شرکت صادر کننده باید طی ارسال اطلاعیه کتبی به خریدار، موافقت خود را با متن سفارش خرید به خریدار خارجی رسماً اعلام نماید ولی هرگاه مواردی از شرایط سفارش خرید مغایر با موارد قبلی بوده باشد صادر کننده به خریدار

خارجی این موارد را کتباً اعلام کرده و از وی می خواهد ابهامات موجود در سفارش خرید را برطرف نماید و پس از رفع ابهامات و اشکالات، شرکت صادر کننده سفارش خرید و موافقت خود را رسماً به خریدار خارجی اعلام می نماید. پس از تأیید رسمی سفارش خرید است که صادر کننده باید بلافاصله و بدون اتلاف وقت شروع به تولید یا تهیه کالاهای مورد نیاز خریدار نموده و سپس آن کالاها را برای خریدار خارجی صادر نماید.

صادر کننده قبل از دور کالا باید قرارداد صادراتی با خریدار خارجی منعقد نماید. برای اجتناب از بروز اختلافات در آینده، پیش نویس متن قرارداد صادراتی باید به صورتی مناسب و با توجه دقیق به تشریح کلیه شرایط انجام معامله با خریدار تهیه و برای تأیید و امضای او ارسال شود و پس از تأیید شرایط انجام معامله توسط خریدار است که قرارداد فروش به صورت نهائی تهیه شده و به امضای صادر کننده و خریدار کالا خواهد رسید.

هنگام تهیه متن قرارداد، صادر کننده باید نسبت به تشریح مشخصات کالاها و سایر شرایط معامله نظیر قیمت صادراتی کالا، نحوه پرداخت قیمت کالا، نحوه انبار کردن و توزیع کالا، نوع بسته بندی، بندر حمل کالا و مقصد فروشنده، برنامه زمانی تحویل کالا به خریدار و غیره توجه لازم مبذول بنماید، به ترتیبی که کوچک ترین ابهامی وجود نداشته باشد.

به همین جهت قرارداد صادراتی بایستی در برگیرنده جنبه‌های اصلی زیر باشد:

الف) مقدار و کیفیت و حالت ظاهری و استاندارد و مشخصات دقیق کالاهایی که باید صادر شود.

ب) روش ارسال و نحوه بیمه کالای صادراتی.

پ) شرایط تحویل و مهلت حمل و تحویل کالاهای صادراتی به خریدار خارجی.

ت) نحوه پرداخت مالیات‌ها، عوارض و غیره.

ث) شرایط پرداخت قیمت کالا از طرف خریدار خارجی به صادر کننده (مبلغ، نحوه پرداخت و نوع پول رایجی که قیمت کالا باید به آن پول پرداخت شود).

ج) نحوه بسته بندی، برچسب زنی، علامت گذاری و دل بندی کالا.

چ) میزان تخفیف در قیمت و مبلغ کمیسیون (چنانچه وجود داشته باشد).

ح) نحو کسب مجوزها و گواهی نامه‌ها.

خ) مدارک مورد نیاز.

د) نحوه تضمین و گارانتی کالای صادراتی.

ذ) ذکر موارد اضطراری یا فورس ماژور که باعث عدم اجرای مفاد قرارداد فیمابین می‌گردد.

ر) راه‌های رفع موانع اضطراری

ز) نحوه داوری در صورت بروز اختلاف بین صادر کننده و خریدار خارجی نسبت به عملکرد مفاد قرارداد.

توجه←در امر بازرگانی داوری مناسب بوده و راه حلّی اقتصادی، سریع و غیر رسمی برای رفع اختلافات بازرگانی را فراهم می‌آورد. شخص داور معمولاً تسلط کامل به موضوع مورد اختلاف دارد و بدین جهت روش داوری همواره برای رفع اختلافات بازرگانی مورد استفاده بازرگانان و بخصوص صادر کنندگان قرار می‌گیرد اما با تمام این مزایا، همانطور که قبلاً گفته شد مراجعه به دادگاه محلی مناسب‌ترین راه دفع اختلافات است.

لازم به توضیح است که اتاق بازرگانی بین المللی *(International Chamber of Commerce) (I.C.C.)* مفاد قرارداد فیمابین صادر کننده و خریدار خارجی و نیز جزئیات امر داوری را به طور مفصل تشریح می‌کنیم - هزینه تمام شده کالا برای هر واحد (قیمت به ریال)

مواد اولیه.....

حقوق کارگران .....

هزینه‌های تنخواه کارخانه .....

هزینه‌های اداری .....

هزینه‌های امور اداری مربوط به صدور کالا .....

هزینه‌های مربوط به تبلیغات کالا .....

جمع هزینه تمام شده کالا .....

۲- هزینه‌های مربوط به صدور کالا. (قیمت به ریال)

هزینه بسته بندی .....

هزینه برچسب زنی و تسمه کشی .....

هزینه علامت گذاری .....

هزینه عدل بندی و تسمه کشی.....

هزینه‌های فورواردینگ شامل

تهیه مدارک صادراتی .....

بیمه کالا .....

جمع هزینه‌های صدور کالا .....

اضافه می‌شود میزان سودی که در نظر دارید .....

قیمت اصلی فروش کالا .....

اضافه می‌شود کمیسیون نمایندگی (چنانچه وجود داشته باشد) .....

اضافه می‌شود بهره بانکی مشروط بر اینکه کالا به صورت یوزانس (مدت دار) فروخته شود.

قیمت فروش کالا درب کارخانه یا کارگاه (*EX-WORKS*) .....

۳- هزینه‌های حمل برای صدور کالا (قیمت به ریال)

هزینه‌های حمل داخل کشور .....

هزینه‌های بارگیری و هزینه‌های بندری .....

جمع (تحویل کالا روی عرشه کشتی (فوب) .....

اضافه می‌شود هزینه حمل با هواپیما .....

هزینه حمل با کشتی.....

هزینه بیمه کالا .....

جمع قیمت کالا به صورت تحویل در بندر کشور خریدار کالا با بیمه (*CIF*) .....

۴- حال تمامی اقلام فوق را با نرخ روز تبدیل به ارز نمائید.

(دلار- پوند- مارک آلمان و یا ین ژاپن)

فصل هجدهم
قواعد کردارنامه برای مبارزه با اخاذی و رشوه

۱- مقدمه

هدف از این دستورالعمل و «کردارنامه» وضع مقرراتی خودشمول در تجارت بین المللی است که دولت‌ها نیز باید از آن حمایت و پشتیبانی کنند. قبول داوطلبانه این قواعد از جانب واحدهای تجاری نه تنها معیارهای استحکام و سلامت معاملات تجاری بین واحدهای تجاری خصوصی و عمومی یا بین واحدهای تجاری خصوصی را ارتقاء می‌بخشند، بلکه در قبال نفوذ اخاذی و رشوه به آنها حفاظی مطمئن تعبیه می‌کند.

ویژگی عمومی این قواعد آن است که هر آنچه بر حسب رویه بازرگانی مطلوب و خوب به شمار آید، در آن هست و فراهم می‌کند، بدون اینکه آثار حقوقی مستقیمی در بر داشته باشد. قواعد «کردارنامه» تخلف یا نقض قانون داخلی کشورها نیست و از آنجا که نظام‌های حقوق داخلی کشورها گوناگون است، باید حسب مورد با قوانین داخلی تطبیق و هماهنگ شوند.

جامعه بازرگانی در برابر همه شکل‌های اخاذی و رشوه موضع مخالفت دارد. معذلک در بعضی کشورها به لحاظ شرایط کنونی خاصی که دارند، لازم است برنامه مؤثری برای مبارزه با اخاذی و رشوه به اجرا درآید. اولویت نخست باید متوجه پایان بخشیدن به اخاذی و رشوه‌هایی باشد که سیاستمداران و دولتمردان عالیرتبه در آنها دخیل هستند، چراکه چنین وضعی تهدیدی بزرگ برای نهادهای دمکراتیک به شمار می‌آید و باعث نابسامانی‌های کلان اقتصادی می‌شود. حتی پرداخت مبالغ ناچیز به کارمندان دون پایه برای تسهیل صدور مجوزها و پروانه‌ها نباید مورد اغماض قرار گیرد- ولو اینکه در مقایسه با سایر شکل‌های رشوه کم اهمیت‌تر بشمار می‌روند. اما وقتی اخاذی و رشوه در سطوح بالا رخ می‌دهد از رهبران دولت‌ها توقع می‌رود که با هرگونه فساد کوچک و بزرگ مبارزه نمایند و آن را پاکسازی کنند.

۱- اصل پایه

هر واحد تجاری موظف است از کلیه قوانین و مقررات کشوری که در آن تاسیس شده و نیز کشوری که در آن مشغول کار است تبعیّت کند و همچنین موظف است نص وروح قواعد این کردارنامه را رعایت کند و احترام گذارد. از نظر مقاصد این قواعد، اصطلاح «واحد تجاری» شامل هر شخص حقیقی یا حقوقی است که به تجارت می‌پردازد خواه به قصد انتفاع تشکیل شده باشد یا نه، و نیز مشتمل است بر واحدهای تجاری تحت کنترل دولت یا دستگاه‌های فرعی دولتی. همچنین هرگاه قواعد حاضر دلالت کند، منظور از «واحد تجاری» شرکای عضو و یا شرکت فرعی آن نیز خواهد بود.

۳- متن قواعد کردارنامه

ماه ۱- هیچکس حق ندارد مستقیم یا غیر مستقیم رشوه درخواست یا قبول کند.

ماده۱- رشوه و برگشت وجوه

الف- هیچ واحد تجاری حق ندارد، مستقیم یا غیر مستقیم پیشنهاد رشوه کند یا رشوه دهد و موظف است هرگونه درخواست رشوه را ردّ کند.

ب- هیچ واحد تجاری نباید (۱) بخشی از دریافت‌های قراردادی خود را به کارمندان طرف مقابل قرارداد برگشت دهد، یا (۲) برای پرداخت وجه به مأموران دولت، کارمندان طرف مقابل، بستگان یا همکاران تجاری ایشان به طرف دیگری مانند انعقاد قرارداد دست دوم، دستور خرید یا قرارداد مشاوره، متوسل شود.

ماده ۳- نمایندگان عامل

واحدهای تجاری موظف‌اند تا جایی که عرفاً در توان آنهاست، اقداماتی بعمل آورند تا اطمینان حاصل کنند که:

الف- پرداخت‌هایی که به نماینده عامل خود می‌کنند بیش از حق الزحمه مناسب او یا ارزش خدمات مشروعی که انجام داده، نباشد.

ب- نماینده عامل قسمتی از پرداخت‌های مذکور را به عنوان رشوه یا سایر عناوین، برخلاف مفاد این قواعد به شخص دیگری مسترد نمی‌کند.

ج- مشخصات و شرایط قرارداد استخدام نمایندگان عامل که برای معاملات با بخش عمومی یا شرکت‌های دولتی به کار گرفته شده‌اند در دفتری ثبت و نگهداری می‌شود.

ماده۴- دفاتر مالی و حسابرسی

الف- کلیه معاملات مالی باید بطور صحیح و منظم در دفاتر حسابداری مربوط ثبت شود و عندالاقتضا جهت بازرسی هیئت مدیره، یا طرف معامله و نیز حسابرسان در دسترس باشد.

ب- هیچ حساب مخفی یا «خارج از دفاتر» نباید وجود داشته باشد، و هیچ سند و مدرکی جز برای اینکه بطور صحیح و منظم معامله موضوع آن سند را ثبت کرده باشد، نباید صادر شود.

ج- واحدهای تجاری موظف‌اند کلیه اقدامات لازم برای ایجاد سیستم حسابرسی مستقل را معمول دارند، به نحوی که هر معامله‌ای را که مخالف قواعد این کردارنامه باشد بطور روشن و شفاف نشان دهد، که در این صورت اقدامات اصلاحی مقتضی باید انجام پذیرد.

ماده۵- مسؤولیت‌های واحدهای تجاری

هیئت مدیره یا سایر ارکان هر واحد تجاری که مسئولیت نهایی آن واحد را دارند موظف است:

الف- کلیه اقدامات معقول، منجمله ایجاد و حفظ سیستم کنترل را به عمل آورد با این هدف که از هرگونه پرداخت به وسیله یا از جانب واحد مربوط که مخالف قواعد این کردارنامه باشد، جلوگیری شود.

ب- به طور دوره‌ای نظارت و بررسی کند که مفاد این قواعد رعایت می‌شود و ترتیبی اتخاذ نماید که انجام نظارت و بررسی گزارش شود.

ج- در برابر هر مدیر یا کارمندی که برخلاف این قواعد عمل کند، اقدام مناسب به عمل آورند.

ماده ۶- مداخله در امور سیاسی

هرگونه مداخله و مشارکت واحدهای تجاری در احزاب یا گروههای سیاسی یا همکاری با سیاستمدارن و دولتمردان فقط در حدود قانون مجاز است، و کلیه الزامات و مقررات ناظر به افشای عمومی چنین همکاری‌هایی باید رعایت شود. هرگونه مشارکت در امور سیاسی بایستی به بالاترین مقام اداری در واحدهای تجاری مربوط گزراش شود.

ماده ۷- مقررات داخلی شرکت‌ها

باتوجه به اینکه قواعد این کردارنامه کلی است واحدهای تجاری موظف‌اند در صورت اقتضاء مقررات داخلی خود را هماهنگ با این قواعد تدوین و نسبت به هر مورد خاص که معامله‌ای انجام می‌شود، اعمال نمایند . مقررات داخلی واحدهای تجاری می‌تواند به نحو مفیدی حاوی نمونه‌ها و مصادیقی از اخاذی و رشوه باشد و کارمندان و نمایندگان عامل (شرکت) را موظف سازد که به محض اینکه خود را در معرض هرگونه اخاذی و رشوه ببینند، موضوع را به بالاترین مقام شرکت گزارش کنند. شرکت‌ها باید برای اجرا و انجام مقررات داخلی خود دستورالعمل‌ها و برنامه‌های آموزشی روشن و لازم فراهم و اجرا کنند.

پیگیری‌های اتاق بازرگانی بین المللی در تشویق اجرای کردارنامه

به منظور توسعه و ترغیب هرچه وسیع‌تر قواعد کردارنامه‌ای و برای برانگیختن همکاری بین دولت‌ها و جهان تجارت، اتاق بازرگانی بین المللی «کمیته دایمی ناظر بر منع اخاذی و رشوه» را تشکیل داده است. رئیس این کمیته به وسیله رئیس اتاق بازرگانی بین المللی منصوب می‌شود و دبیر کل اتاق هم موظف است از طریق تماس با کمیته‌ی دائمی ناظر، نمایندگانی از هر دو گروه کشورهای پیشرفته و کشورهای درحال توسعه و نیز دست‌اندارکاران تجارت و بازرگانی حضور داشته باشند. از جمله اولویت‌های کار این کمیته عبارت است از:

به کمیته‌های ملی اتاق بازرگانی بین المللی تأکید کند با قید فوریت اقدامات لازم بعمل آورند و مطمئن شوند که سازمان‌ها و واحدهای تجاری در کشورشان- خواه دارای سیستم اقتصادی تفکیک شده به بخش‌های عمومی و خصوصی و غیره باشند و خواه دارای سیستم اقتصادی مرکب و مختلط باشند- قواعد کردارنامه موصوف را بطور جدی حمایت می‌کنند. به ویژه محافل و گروه‌های تجاری بین المللی باید تشویق شوند که شعب و نمایندگی‌هایشان را وادار کنند این قواعد یا سایر مقررات شرکتی و سازمانی را که آثار و احکام مشابه دارند، رعایت کنند و آنها را در محیط کار خود آگهی و بلیغ نمایند.

۲- از طریق کمیته‌های ملی و مجموعه‌ای وسیع از مقررات داخلی شرکت‌ها در زمینه موازین اخلاق حرفه‌ای شامل مقررات مربوط به منع اخاذی و رشوه را جمع‌آوری نماید تا به صورت مرکز مبادله اطلاعات بین کسانی که می‌خواهند مقررات جدیدی تدوین کنند یا مقررات موجود را اصلاح کنند یا محتاج مشورت برای حل مشکلات خود هستند، قابل استفاده باشد.

۳- هم از طریق کمیته‌های ملی و هم از طریق دفتر مرکزی اتاق بازرگانی بین المللی، تشکیل سمینارهایی را به منظور برانگیختن توجه و بحث و گفتگو در مورد قوعد کردارنامه توصیه کند.

۴- کمیته‌های ملی را تشویق کند که به دولت خود تفهیم و القاء نمایند که دست اندارکاران تجارت و محافل بازرگانی را از طریق تشکل‌های سازمانی، در بحث‌هایی که برای تهیه یا اصلاح قوانین منع اخاذی و رشوه انجام می‌شود، از نخستین مراحل وارد کنند و مشارکت دهند.

۵- ارتباط با سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (اروپا)، سازمان تجارت جهانی و سایر سازمان‌های بین المللی به منظور اطلاع و دسترسی اتاق بین المللی از پیشرفت‌ها و تحولاتی که در سطح بین المللی برای مقابله با اخاذی و رشوه انجام می‌شود.

۶- مطالعه و تحقیق در طول یک دوره دو ساله درباره‌ی مناسب‌ترین خط‌مشی و آیین کار یا روش‌هایی که مدیران عالی شرکت‌ها اتخاذ کرده‌اند تا خطر اخاذی و رشوه‌گیری از جانب کارمندانی که دست اندرکار موضوعات حساسی مانند شرکت در مناقصه‌های عمومی، خصوصی سازی و فروش شرکت‌های دولتی و غیره می‌باشندف کاهش دهند.

۷- حداقل هر دوسال یکبار، گزارشی از نتایج به دست آمده در باب اقبال و استقبال از قواعد کردارنامه در سطح جهانی و نیز پیشرفت‌هایی که از طرق دیگر برای مقابله با اخاذی و رشوه صورت گرفته است، تهیه و به هیئت اجرایی و همچنین شورای اتاق بازرگانی بین المللی تسلیم کند. تصمیم گیری در مورد انتشار این گزارش به عهده هیئت اجرایی و شورای مذکور خواهد بود.

۸- قواعد کردارنامه را در پرتو تجارب به دست آمده بررسی کند و در صورت لزوم پیشنهاد اصلاح آن را به هیئت اجرایی اتاق بازرگانی بین المللی تسلیم نماید.

فصل نوزدهم

آزمایش عملی آنچه از کتاب فرا گرفته‌اید

حال برای اینکه شما بتوانید خودتان را آزمایش کنید و به خودتان ثابت شود که مطالب این کتاب را به دقت مطالعه کرده و به خوبی درک کرده‌اید یک مورد را برای شما مثال می‌زنیم. به عنوان مثال فرض می‌کنیم اعتبارنامه ای به شرح زیر به وسیله خریدار خارجی و برای خرید رب گوجه فرنگی به نفع شما که صادرکننده کالا هستید گشایش گردیده و شما می‌بایست طبق مفاد و شرایط این اعتبارنامه کالای مورد نظر خریدار خارجی را تهیه و برای وی صادر کنید و قیمت کالای ارسال خود را از بانک بگیرید. چنانچه در مقایسه با پاسخ‌های صحیح حتی یک مورد هم اشتباه داشته باشید لازم است حتماً بار دیگر مطالب کتاب را مرور نمائید.

متن اعتبارنامه به زبان اصلی:

* FM: COMMERCIAL BANK INTL, PLC, DUBAI

* TO: BANK MELLI IRAN, HEAD OFFICE,* TEHRAN, IRAN* TLX MSG NO. 1981 DT. 30.7.94

TEST NO. AMT USD. 12, 100 – DTD 28.7.94* YOURSELVES.

URGENT ATTN. EXP LC DEPT.

* PLS ADVISE BNES. M/S ….* COMPANY, LTD., AT NO…… STREET, P.O. BOX … TEHRAN, IRAN, FAX ……OPENING IN THEIR FAVOUR OUR IRRE. DOC.* CREDIT

* NO. DB/LC/1278/94.* FOR ABOUT USD. 12, 100/- (ABOUT U.S.* DOLLARS TWELEVE THOUSAND ONE HUNDRED)* CIF SHARJAH VALID IN IRAN. SHIPMENT DATE 31ST AUGUST, 94 EXPIREY DATE* 30TH SEPTEMBER, 94

OPENERS: M/S … TRADING * CO., P.O. BOX……, SHARJAH U.A.E.

* TEL: ……331894, FAX …* TLX : 69262 COVERING SHIPMENT OF FOLLOWING GOODS:-

* ABOUT 5 METRIC TONS OF TOMATO PASTE IN ONE* KG ELECTROLYTIC * CANS VARNISHED INSIDE, BEARING STANDARD * EMBLEM, ARABIC AND * ENGLISH LABELLING AT PRICE USD. 500/- PER * METRIC TON, CIF * SHARJAH AND ABOUT 15 METRIC TONS OF TOMATO PASTE IN 500 GRAMS ELECTROLYTIC CANS

* VARNISHED INSIDE, BEARING STANDARD EMBLEM, ARABIC AND ENGLISH LABELLING AT PRICE USD. 640/- PER 8 METRIC TON, CIF SHARJAH. INVOICE MUST* CERTIFY THE SAME.

* SHIPMENT BY VESSEL FROM IRAN TO SHARJAH (UAE)PART SHIPMENT AND TRANSHIPMENT NOT ALLOWED

* THIS L/C IS AVAILABLE AGAINST PAYMENT AS PER CLAUSE 9 BELOW BEARING THE DRAFT DRAWN UNDER L/C NO.

* DB/LC/1278/94 ISUED BY COMMERCIAL BANK INTERNATIONAL* PLC, DUBAI, FOR FULL INVOICE VALUE OF GOODS ACCOMPANIED BY THE FOLLOWING* DOCUMENTS:

* 1. BENEFICIARY’S SIGNED COMMERCIAL ORIGINAL COMMERCIAL INVOICE MUST BE

* CERTIFIED BY CHAMBER OF COMMERCE IN EXPORTING TOWN DULY* LEGALISTED BY. U.A.E. CONSULATE/EMBASSY,* IFAVAILABLE AT BENEFICIARY’S LOCATION OTHERWISE BY ANY ARAB CONSULATE/EMBASSY.

* COMMERCIAL INVOICE MUST INDICATE THE DELIVERY TERMS AS CIF SHARJAH

* 2. FULL SET OF ‘CLEAN SHIPPED ON BOARD,* MARINE BILL (S) OF LADING PLUS ONE NON-* NEGOTIABLE COPY ISSUED TO THE ORDER OF* COMMERCIAL BANK INTERNATIONAL PLC.,* DUBAI SHOWING FREIGHT* PREPAID AND NOTIFY BUYERS (BUYER’S FULL ADDRESS REQUIRED)* AND SHOWING NAME

AND FULL ADDRESS OF THE SHIPS LOCAL AGENTS AT PORT OF DESTINATION.

* 3. CERTIFICATE OF ORIGIN STATING THAT GOODS ARE OF IRANIAN* ORIGIN. CERTIFICATE OF ORIGIN MUST BE CERTIFIED BY CHAMBER* OF COMMERCE, DULY LEGALIZED BY U.A.E. CONSULATE/ EMBASSY IF* AVAILABLE AT BENEFICAIARY'S LOCATION* OTHERSIE BY ANY ARAB CPMSULATE OR EMBASSY.

* 4. PACKING LIST SHOWING NUMBER OF* PACKAGES AND THE CONTENTS OF EACH PACKAGE SEPARATELY.

* 5. INSURANCE POLICY OR CERTIFICATE ISSUED IN NEGOTIABLE FROM FOR INVOICE AMOUNT PLUS TEN PERCENT SHOWING CLAIMS PAYABLE IN SHARJAH (U.A.E.) TO THE ORDER OF COMMERCIAL BANK INTERNATIONAL PLC., DUBAI, IRRESPECTIVE OF PERCENTAGE* STATING NAME AND ADDRESS OF AGENT OR

* REPRESENTATIVE IN SHARJAH (U.A.E.)* SHOWING PREMIUM PAID AND COVERING ALL

* RISKS MARINE INCLUDING INSTITUTE WAR* CLAUSES, ETRIKES, RIOTS AND CIVIL

* COMMEOTION AND TRANSHIPMENT RISKS FROM BENEFICIARY'S* WAREHOUSE TO BUYER'S WAREHOUSE IN* SHARJAH.

* 6. REQUIRED HEALTH CERTIFICATE ISSUED BY THE IRANIAN HEALTH AUTHORITIES STATING PRODUCTION AND

* EXPIRY DATES AND DULY LEGALISED BY ANY ARAB EMBASSY OR

* CONSULATE. THE GAP BETEWEEN PRODUCTION AND EXPIRY DATES TO* BE ONE YEAR.

* 7. PRODUCTION DATES MUST NOT BE MORE THAN 60 DAYS FROM B/L DATE

* 8. ONE FULL SET OF NON-NEGOTIABLE SHIPPING DOCUMENTS TO BE SENT TO THE L/C
* OPENERS DIRECTLY BY COURRIER POST WITHIN 7*DAYS FROM B/L DATE.

* 9. PAYMENT WILL BE REMITTED SUBJECT TO INSPECTION AND APPROVAL OF GOODS BY UAE HEALTH AUTHORITIES WITHIN A*MAXIMUM OF 30 DAYS FROM THE DATE OF BILL OF LADING. IN CASE THE GOODS ARE REJECTED BY REFERRED HEALTH AUTHORITIES, THE PAYMENT WILL NOT BE EFFECTED AT ALL.

* 10. SHIPPING MARKS: ….. CO., SHARJAH.* TEL. 331894.

* ADDITIONAL SPECIAL INSTRUCTIONS:

* 1. ALL BANK CHARGES ABROAD ARE FOR* BENEFICIARY'S A/C.

* 2. ALL DOCUMENTS REQUIRED UNDER THIS L/C* MUST BE ISSUED IN ENGLISH ALSO TO INDICATE THIS L/C NO., AND MUST BEAR ORIGINAL SEAL AND SIGNATURE.

* 3. A CERTIFICATE ISSUED BY VESSEL OWNERS/AGENTS/CAPTAIN STATING THAT THE

* CARRYING VESSEL IS A CONFERENCE/ REGULAR LINE VESSEL AND/OR SALLING ON REGULAR LINER SERVICES, SUCH CERTIFICATE ALSO MUST STATE THAT CARRYING

* VESSEL IS NOT PROHIBITED FROM ENTRY TO* U.A.E.

9* 4. COMMERCIAL INVOICE ORIGINAL DULLY CERTIFIED BY CHAMBER OF COMMERCE

* 5. CERTIFICATE OF OFIGIN ISSUED AND ATTESTED IN TWO COPIES BY* THE CHAMBER OF COMMERCE, TEHRAN * ACCEPTABLE.

* 6. NEGOTIATING BANK MUST CERTIFY ON THEIR COVERING SCHEDULE THAT THE DOCUMENTS ARE STRICTLY COMPLIED WITH L/C TERMS AND CONDITIONS.

* NEGOTIATING BANK IS REQUESTED TO* FORWARD ORIGINAL SET OF DOCUMENTS AND DUPLICATES DIRECTLY TO

* COMMERCIAL BANK INTERNATIONAL PLC, P.O. BOX. 4449, DUBAI, (U.A.E.)

* TEL. 275265 IN TWO SEPARATE SETS, ORIGINAL BY COURIES AND DUPLICATE BY REG. AIRMAIL.

* BEIMB. ISTRUCTIONS: NEGOTIATING BANK IS REQUIRED TO CLAIM REIMBURSEMENT FROM CREDIT SUISSE, 100, WALL STREET, NEW YORK, N. Y. 10005, U.S.A. BY DEBIT OF OUR USD. A/C NO. 33173201 UNDER TELEX ADVICE TO US AT MATURITY.* THIS TELEX MESSAGE IS TO BE CONSIDERED AS AN OPERATIVE CREDIT INSTRUMENT (.) NO MAIL CONFIRMATION FOLLOWS. THIS L/C IS SUBJECT TO THE UNIFORM CUSTOMS AND PRACICE FOR DOCUMENETARY CREDITS (1993 REVISION)* INTERNATIONAL CHAMBER

* PARIS PUBLICATION NO.500 (.).

* TKS AND BEST REGARDS L/C DEPT.

این احتمال وجود دارد که شما تسلط چندانی به زبان انگلیسی نداشته باشید، به همین جهت برای اینکه اطلاع کامل از مفاد و شرایط اعتبارنامه داشته باشید ترجمهٔ دقیق آن را به زبان فارسی به شرح زیر برای شما می‌آوریم:

از : بانک بازرگانی بین المللی با مسئولیت محدود – دبی

به : بانک ملی ایران، اداره مرکزی، تهران- ایران.

شماره پیام تلکس: ۱۹۸۱ تاریخ ۱۹۹۴/۷/۳۰

مبلغ ۱۲/۱۰۰ دلار آمریکا

قابل توجه فوری ادارهٔ اعتبارات اسنادی صادراتی؛

خواهشمند است به ذینفع این اعتبارنامه شرکت ..... با مسئولیت محدود، واقع در ساختمان شماره ..... خیابان ..... تهران، ایران، صندوق پستی ..... فاکس ..... تلفن ..... که اعتبارنامهٔ اسنادی شماره *BD/LC/1278/94* را بنام آن شرکت گشایش کرده‌ایم.

مبلغ اعتبارنامه حدود ۱۲/۱۰۰ دلار آمریکا (حدود دوازده هزار و یکصد دلار آمریکا) به صورت سیف *(CIF)* شارجه می‌باشد که در کشور ایران اعتبار دارد.

تاریخ حمل: ۳۱ اوت ۱۹۹۴ تاریخ انقضای مهلت اعتبارنامه ۳۰ سپتامبر ۹۴ گشایش کنندگان اعتبارنامه: شرکت بازرگانی مواد غذایی .....، صندوق پستی ..... شارجه، امارات متحده عربی، تلفن شماره ..... فاکس شماره ..... تلکس شماره .....

برای حمل کالاهای مشروح در زیر:

حدود پنج تن متریک رب گوجه فرنگی در قوطی های یک کیلویی حلب الکترولیت و داخل قوطی ها با لاک پوشانده شده، دارای علامت استاندارد، برچسب روی قوطی ها به زبان های عربی و انگلیسی به قیمت هر تن متریک ۵۰۰ دلار سیف (CIF) شارجه و حدود ۱۵ تن متریک رب گوجه فرنگی در قوطی های ۵۰۰ گرمی حلب الکترولیت که داخل قوطی ها با لاک پوشانده شده باشد، دارای علامت استاندارد بوده و برچسب روی قوطی ها به زبان های عربی و انگلیسی نوشته شده باشد به قیمت هر تن متریک ۶۴۰ دلار سیف (CIF) شارجه. در فاکتور فروش نیز همین مشخصات باید قید شده و مورد تأیید قرار گیرد.

حمل با کشتی از ایران به شارجه (امارات متحده عربی)

حمل به دفعات و حمل با تعویض وسیلهٔ حمل مجاز نیست.

این اعتبارنامهٔ اسنادی طبق ماده ۹ مشروح در زیر قابل پرداخت می‌باشد که برات آن طبق اعتبارنامه اسنادی شماره DB/LL/1278/94 صادره از بانک بین المللی بازرگانی با مسئولیت محدود، دبی، امارات متحده عربی به مبلغ معادل ارزش تمامی کالاهای مندرج در فاکتور فروش که باید همراه با مدارک زیر باشد:

اصل فاکتور بازرگانی فروش به امضای ذینفع که باید به تأیید اتاق بازرگانی شهر صادرکننده کالا رسیده و رسماً مورد تأیید کنسولگری/ سفارت امارات متحده عربی (درصورتیکه محل ذینفع وجود داشته باشد) و در غیر این صورت کنسولگری/ سفارت هر یک از کشورهای عربی قرار گرفته باشد.

در فاکتور بازرگانی باید شرط تحویل به عنوان سیف شارجه تذکر داده شود.

لیست کامل بارنامه (های) دریایی به اضافه یک نسخه غیرقابل معامله آن که به دستور بانک بازرگانی بین المللی با مسئولیت محدود به آدرس دبی صادر شده و در آن نشان داده شود که هزینهٔ حمل قبلاً پرداخت گردیده و به اطلاع خریدار (با ذکر آدرس کامل آن) رسانده شده و در آن نام و آدرس کامل نمایندهٔ کشتی در بندر مقصد ذکر شده باشد.

گواهی مبدأ که طی آن شرح داده شده باشد که کالا دارای مبدأ ایران است. گواهی مبدأ باید به گواهی اتاق بازرگانی رسیده عیناً به وسیله کنسولگری/ سفارت امارات متحدهٔ عربی (چنانچه در محل ذینفع وجود داشته باشد.) والاّ به وسیلهٔ هر یک از کنسولگری ها، سفارتخانه های کشورهای عربی رسماً مورد گواهی قرار گیرد.

بیمه نامه یا گواهی بیمه که به صورت قابل معامله به مبلغ مندرج در فاکتور فروش، به اضافه ده درصد صادر شده باشد و طی آن متذکر گردد که کلیهٔ ادعاهای ضرر و زیان در شارجه (امارات متحده عربی) و بنا به دستور بانک بازرگانی بین المللی با مسئولیت محدود واقع در دبی بدون کسر پورسانت قابل پرداخت بوده و در آن نام و آدرس نماینده بیمه در شارجه (امارات متحدهٔ عربی) ذکر شده باشد. در بیمه نامه یا گواهی بیمه باید نشان داده شود که حق بیمه پرداخت گردیده و شامل تمامی خطرات دریایی از جمله کلوزها یا موارد مربوط به خطرات جنگ، اعتصاب، شورش و ناآرامی‌های مردمی و خطرات حمل با تعویض وسیلهٔ حمل از انبار ذینفع تا انبار خریدار در دبی باشد.

گواهی بهداشت مورد نیاز که به وسیلهٔ مقامات بهداشتی صادر شده و طی آن تاریخ تولید و تاریخ انقضای مصرف ذکر گردیده باشد و به وسیله یکی از کنسولگری‌ها یا سفارتخانه‌های کشورهای عربی رسماً تأیید گردد. فاصله زمانی بین تاریخ تولید و تاریخ انقضای مصرف باید یکسال باشد.

تاریخ تولید نباید بیش از ۶۰ روز از تاریخ صدور بارنامه باشد.

یک فهرست کامل از مدارک حمل که غیر قابل معامله باشد بایستی ظرف مدت هفت روز از تاریخ بارنامه به وسیله پست سریع مستقیماً به آدرس گشایش کنندگان اعتبارنامه اسنادی ارسال گردد.

پرداخت وجوه مشروط به بازرسی و تأیید کالا به وسیلهٔ مقامات بهداشتی امارات متحده ظرف ۳۰ روز از تاریخ صدور بارنامه خواهد بود. درصورتی که کالا به وسیله مقامات بهداشتی مربوط مردود شود پرداخت وجوه ابداً عملی نخواهد شد.

علائم مندرج در روی عدل‌ها: شرکت ..... شارجه، .....

دستورات اضافی مخصوص

تمامی هزینه های بانکی خارج از کشور به عهدهٔ ذینفع خواهد بود.

تمامی مدارک مورد نیاز طبق این اعتبارنامه اسنادی باید به زبان انگلیسی صادر شده و شماره این اعتبارنامه اسنادی روی آنها قید شده و دارای امضاء و مهر اصلی باشد.

(الف)- گواهینامه‌ای باید به وسیلهٔ صاحبان/ نمایندگان/ ناخدای کشتی صادر شده مبنی بر اینکه کشتی حامل کالا یک کشتی متعلق به خطوط کشتیرانی است که بطور مرتب در رفت و آمد می باشد. در این گواهی باید ذکر شود که کشتی حامل کالا در بنادر امارات متحده عربی ممنوع الورود نمی باشد.

اصل فاکتور فروش بازرگانی باید به وسیلهٔ اتاق بازرگانی گواهی شود.

گواهی مبدأ در دو نسخه که به وسیلهٔ اتاق بازرگانی تهران صادر و گواهی شده باشد مورد قبول است.

بانک معامله کنندهٔ اسناد باید در نامهٔ ضمیمهٔ مدارک تأیید نماید که مدارک دقیقاً منطبق با شرایط اعتبارنامه اسنادی می باشد.

لازم است بانک معامله کننده، اسناد اصلی و رونوشت آنها را مستقیماً به بانک بازرگانی بین المللی، صندوق پستی ۴۴۴۹ دبی (امارات متحده عربی) تلفن: ۲۷۵۲۶۵ طی دو فهرست جداگانه ارائه دهد. فهرست حاوی نسخه‌های اصلی را به وسیلهٔ پست سریع و فهرست رونوشت مدارک را با پست معمولی هوایی پست کند.

دستور بازپرداخت

بانک معامله کننده اسناد باید بازپرداخت مبلغ این اعتبارنامه را از بانک کردیت سویس واقع در شماره ۱۰۰ خیابان وال استریت، شهر نیویورک، ایالت نیویورک، کد پستی ۱۰۰۰۵ ، ایالت متحده با بدهکار کردن حساب دلاری به شماره ۳۳۱۷۳۲۰۱ بخواهد و متعاقباً دریافت وجه را به ما اطلاع دهد.

این پیام تلکس به عنوان اصل اعتبارنامه بوده و تأییدیه پستی برای آن صادر نخواهد شد.

این اعتبارنامه اسنادی تابع مفاد مقررات یکسان‌سازی عملیات گمرکی و اعتبارنامه‌های اسنادی اتاق بازرگانی بین المللی پاریس (تجدید چاپ ۱۹۹۳) می‌باشد.

با سلام و تقدیم احترامات فائقه

حال که متن اعتبارنامه را متوجه شدیم طبق مفاد فصول گذشته به بررسی دقیق آن می‌پردازیم.

آیا اعتبارنامه قابل برگشت است یا غیرقابل برگشت؟

- اعتبارنامه غیر قابل برگشت است.

آیا نامه و آدرس صادرکننده کالا به صورت صحیح و دقیق درج شده است؟

- فرض کنیم، بلی- موارد دقیق و صحیح و خوانا درج شده است.

آیا قیمت مندرج در هر اعتبارنامه معادل قیمت کامل تمامی کالاهای سفارشی داده شده است؟ و آیا نوع ارز آن مشخص است؟

- بلی، هم قیمت مندرج در اعتبارنامه معادل قیمت کل کالاهای سفارش داده شده است و هم نوع ارز آن مشخص است.

آیا مشخصات صحیح و کیفیت و جنس کالای سفارش داده شده به وسیله خریدار دقیقاً در متن اعتبارنامه اسنادی درج و مشخص شده است؟

- بلی- مشخصات صحیح درج شده ولی در مورد کیفیت به دارا بودن علامت استاندارد اشاره شده.

در متن اعتبارنامه قید شده که حمل از بندر ایران با کشتی به بندر شارجه (امارات متحده عربی) باید صورت پذیرد و بلافاصله تأکید شده که حمل به دفعات و حمل با چند وسیله حمل مجاز نیست.

- اشکالی ندارد، چون هم مقدار کالا کم است و هم بندر شارجه نزدیک بنادر جنوبی ایران است و هم دارای سرویس کشتیرانی منظم است. ولی اگر مقدار جنس زیاد باشد و خریدار خارجی در کشوری باشد که دارای خطوط کشتیرانی مستقیم با ایران نباشد شما باید از خریدار بخواهید که حمل به دفعات و حمل با تعویض وسیله حمل را مجاز بشمارد.

آیا باید فاکتور فروش و گواهی مبدأ به گواهی کنسولگری سفارت کشور خریدار خارجی در ایران برسد؟-

- بلی- طبق مفاد اعتبارنامه اسنادی هم فاکتور فروش و هم گواهی مبدأ باید به گواهی کنسولگری سفارت امارات متحده در تهران برسد.

آیا بانک گشایش کنندهٔ اعتبار، بانک معروفی است؟ آیا شما آن بانک را می شناسید؟

- اگر در این مورد تردید دارید باید به بانک خودتان که اعتبارنامه را دریافت کرده مراجعه کنید و از مسؤول آن بخواهید این اعتبارنامه را تأیید کند یعنی پرداخت مبلغ اعتبارنامه را تضمین نماید و مسؤولیت پرداخت آن را به عهده بگیرد. حال اگر بانک شما این کار را نکرد باید از بانک دیگری که معتبر است بخواهید که پرداخت مبلغ اعتبارنامه را توسط بانک گشایش کننده اعتبار تأیید نماید و به عبارت دیگر پرداخت وجه را تضمین نماید.

آیا بانک گشایش کنندهٔ اعتبار پس از دریافت مدارک مذکور در اعتبارنامه بلافاصله وجه آن را پرداخت خواهد کرد؟ و با چه ارزی؟

- بلی، در متن اعتبارنامه بانک گشایش کننده اعتبار به بانک شما در تهران اختیار داده که اسناد اعتبارنامه را در تهران معامله کرده و قیمت کالای شما را به دلار پرداخت نماید.

ظاهر امر این است که این L/C یا اعتبارنامهٔ اسنادی هیچ گونه ایرادی ندارد. در حالی که این طور نیست، همان حیله هایی ک معمولاً خریداران برای خرید کالا به کار می‌برند در این اعتبارنامه اسنادی نیز وجود دارد. آیا شما می‌توانید این حیله‌ها را در متن این اعتبارنامه اسنادی پیدا کنید؟ یک بار، دو بار و چند بار دیگر متن اعتبارنامه را بخوانید و سعی کنید این حیله‌ها را پیدا کنید. اگر نتوانستید به همین صفحه مراجعه کنید تا قسمتی از این حیله ها را که در این اعتبارنامه موجود است بشناسید.

حیله‌های خریدار

حیله‌های خریدار که در متن اعتبارنامه اسنادی برای خودداری از پرداخت مبلغ اعتبارنامه یا به تأخیر انداختن آن وجود دارد به قرار زیر است:

اولین و مهمترین حیله خریدار که مانع از پرداخت مبلغ اعتبارنامه می‌شود وجود ماده ۹ مندرج در متن اعتبارنامه است.

در ماده ۹ متن اعتبارنامه به صراحت قید گردیده که «پرداخت وجوه مربوط به اعتبارنامه مشروط به بازرسی و تأیید کالا به وسیلهٔ مقامات بهداشتی امارات متحده ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ صدور بارنامه خواهد بود. درصورتی که کالا به وسیله مقامات بهداشتی مربوط مردود شود، پرداخت وجوه ابداً عملی نخواهد شد.

- وجود این شرط پرداخت وجوه خرید کالا از طرف خریدار را عملاً غیر ممکن می‌سازد. چرا؟

برای اینکه یکی از مدارکی که شما باید به بانک ارائه کنید همین گواهی بازرسی کالا به وسیلهٔ مقامات بهداشتی امارات متحده ظرف ۳۰ روز پس از تاریخ بارنامه است. خوب، شما که نمی‌توانید مقامات بهداشتی امارات متحده را به تهران بیاورید تا کالا را بازرسی کنند!

پس باید کالای خود را به امارات بفرستید و ۳۰ روز منتظر بمانید تا مقامات بهداشتی امارات، کالای شما را بازرسی کنند. حال اگر هم از کالای شما ایراد نگیرند. تا آن را با مدارک دیگر، آن هم پس از گذشت یکی دو ماه از ارسال کالا تحویل بانک بدهید و پول خود را بگیرید؟!

وای به وقتی که خریدار اعمال نفوذ کند و مقامات بهداشتی امارات کالا را مردود اعلام کنند. آن وقت شما چه می کنید؟- این همه هزینه کرده اید، هزینه حمل با کشتی را پرداخت کرده‌اید، آن وقت چنین وضعی برای شما پیش آید!

در اینجاست که حاضرید حتی پنجاه درصد زیر قیمت توافق شده به خریدار بفروشید تا از این ناراحتی نجات پیدا کنید. اتفاقاً خریدار کالای شما همین را هم می‌خواهد و این شرط را نیز به همین منظور در متن اعتبارنامه گذارده است.

۲- بانک‌های ایران با بانک‌های آمریکا رابطهٔ بانکی و پولی ندارند. در اعتبارنامه، بانکی که باید وجه حاصل از فروش کالای شما را بپردازد بانک ملی ایران است که چون با بانک کردیت سوئیس در شهر نیویورک رابطه مالی ندارد وجه کالای شما را نمی‌تواند به شما بپردازد. نتیجه این می‌شود که شما کالا را قبلاً حمل کرده‌اید و با زحمت زیاد مدارک مشروح در متن اعتبارنامه اسنادی را تهیه کرده اید و به بانک خود ارائه داده‌اید و بانک پس از چند روز که معمولاً برای بررسی مدارک طول می‌کشد به شما پاسخ می‌دهد که نمی‌توانید وجه حاصل از فروش کالای خود را دریافت دارید. زیرا دولت ایران با آمریکا رابطه ندارد و همین طور نیز بانک‌های ایرانی با بانک‌های آمریکایی رابطه بانکی ندارند. اینجاست که باز هم زیان غیرقابل جبرانی به شما وارد می‌گردد. چنانچه بعد از ارسال کالا به خریدار مراجعه کنید و موضوع را بگویید، با وجودی که مسلماً او از موضوع قبلاً خبر داشته و عمداً ما نمی‌توانیم به بانک خود دستور دهیم بانک دیگری را در یک کشور اروپایی معرفی کند تا بانک ملی بتواند وجهی که می‌پردازد وصول کند.

بلی، با این ترفند است که خریدار شما را در بن بست کامل قرار می دهد و شما چاره‌ای ندارید جز آنکه روی دست و پایش بیافتید و از او بخواهید که به هر قیمت که می‌خواهد کالای شما را خریداری کند.

این هم ضرر دیگر به خاطر عدم اطلاع از رموز حرفهٔ صادرات ...

بلی، البته ایرادهای متعدد دیگری به این اعتبارنامه اسنادی هست که در حوصله این مقال نمی‌گنجد. برای همین است که حالا که امر صادرات را به عنوان حرفه برای خود انتخاب کرده اید توصیه‌ای مکرر می کنم که به کلمه رموز این حرفه تسلط کامل پیدا کنید.

بدین منظور اگر مطالب این کتاب را تا کنون به دقت مطالعه نکرده باشید توصیه می‌کنم نه یک بار و دو بار بلکه چند بار مطالعه نمایید تا به مطالب آن که در حرفه صادرات در سطح ابتدایی قلمداد می‌شود تسلط کامل پیدا کنید، و تنها با مطالعهٔ کامل این کتاب است که شما قادر خواهید بود به حرفه صادرات و تمامی پیچ و خم‌های آن تسلّط کامل پیدا کنید.

ما در کتاب دوم نیز به همین ترتیب راهنمای شما خواهیم بود تا از زیان های ناخواسته شما که صرفاً به علت عدم تسلط به حرفه صادرات است جلوگیری نماییم.

بایستی توجه داشت که هرچه متن قرارداد و به دنبال آن گشایش اعتبار اسنادی ساده و قابل اجرا باشد،آن وقت است که خریدار واقعاً خواهان خرید کالای شماست و میل دارد ارتباط کاری خودش را با شما صمیمانه ادامه دهد. برای آنکه توجه نمایید که یک قرارداد و به دنبال آن گشایش اعتبارنامه اسنادی چگونه باید باشد ذیلاً متن همین اعتبار اسنادی را به صورت ایده آل و عملی تکرار می‌کنیم.

مشخصات کالا: مشخصات کالا ممکن است شامل مشخصات فیزیکی و یا شیمیایی یا هر دو آنها باشد و همانطور که قبلاً گفته شد چون کشور ما فاقد لابراتوارهای مجهز و مدرن است به احتمال یک درصد ممکن است مشخصات کمی تفاوت پیدا کند که همین امر مورد سوء استفاده خریدار قرارگرفته و از پرداخت وجه خرید کالا امتناع کند.

راه چاره برای رفع این مشکل این است که خریدار کالای خود را قانع کنید که به جای مشخصات چند نمونهٔ خود کالا را که به مهر و امضاء و تأیید بازرس بین المللی یا بازرس اعزامی خریدار رسیده باشد، تعدادی را نزد خودش و تعداد دیگری را نزد شما نگاه دارد و در اعتبارنامه در مقابل مطلب مشخصات فقط ذکر شود: طبق نمونه کالا که به تأیید و مهر و امضای بازرس بین المللی رسیده باشد.

روال عادی تهیه مدارک این است که حداکثر ساده باشد. به عنوان مثال در گواهی مبدأ فقط ذکر نام گیرنده و کشور مقصد کافیست. نیازی نیست که آدرس کامل و شماره تلفن و مشخصات دیگر خریدار را در آن ذکر نمایید. همین طور است در مورد گواهی بهداشت و گواهی حمل که قبلاً گفته شد نام خریدار را نمی نویسید تا بانک شما اعلام کند که وجه خرید کالا به حساب شما ریخته شده باشد و فقط نام بندر و کشور مقصد ذکر شود.

همانطورکه قبلاً ذکر شد در بارنامه که در حقیقت سند مالکیت کالاست هیچگاه نباید نام و آدرس گیرنده یا خریدار کالا قبلاً ذکر شود و تنها هنگامی که وجه خرید کالا به حساب شما واریز شد طی تلگرام یا تلکس به ناخدای کشتی که در راه است یا حتی به بندر نیز رسیده دستور دهید که محموله را

تحویل خریدار بدهد. این کار دیگر راه تمام حیله ها را می‌بندد، زیرا شما ابتدا وجه فروش کالا را دریافت کرده‌اید و خریدار نیز به کالای خود رسیده است بدون حیله و حقه بازی.

هزینه‌های بانکی داخل کشور به عهدهٔ شماست ولی هزینه‌های بانکی خارج از کشور باید به عهده خریدار کالا باشد.

تعیین مهلت حمل باید به صورتی باشد که شما بتوانید با فراغت کامل کالا را تهیه، تولید و صادر نمایید. ذکر مهلت های یک ماهه- دو ماهه و غیره نباید مورد قبول شما قرار گیرد، فقط مهلتی که بتوانید بدون عجله کالا را آماده صدور نمایید ذکر گردد.

در مورد حمل به صورت CFR درخواست خریدار برای حمل کالا با کشتی‌هایی که دارای خطوط منظم کشتیرانی است درخواستی بی‌مورد است. هنگامی که حمل کالا به عهدهٔ شماست به او ارتباطی ندارد که با چه نوع کشتی کالا حمل می شود. استفاده از خطوط کشتیرانی منظم گران است و شما اجباری به استفاده از این نوع کشتی‌ها ندارید، مگر آنکه دولت از شما بخواهد با کشتی های متعلق به کشور خودمان استفاده نمایید. نوع دیگر کشتی‌ها، کشتی های اجاره ای یا چارتر است. هزینه حمل این نوع کشتی‌ها مانند هواپیمای چارتر بسیار ارزان‌تر از کشتی‌های متعلق به خطوط منظم کشتیرانی است. علاوه بر آن سال ساخت کشتی نیز هیچ ارتباطی به خریدار ندارد. شما می‌توانید قدیمی‌ترین کشتی‌های موجود در جهان را اجاره کنید، مشروط بر اینکه کشتی، کلیهٔ بیمه نامه‌ها، را به تاریخ روز داشته باشد و به اطلاع شما برسد.

جهت رزرو کشتی اجاره ای در وضعی که در این حالت (حالت مبتدی) قرار دارید، بهتر است با یکی از شرکت‌های کشتیرانی دارای نمایندگی کشتی‌های چارتر که تعداد دفاتر آنها در تهران بسیار زیاد است تماس بگیرید تا برای شما کشتی مورد نظرتان را با ارزان‌ترین نرخ اجاره نماید. برای اجاره کشتی همانند قرارداد فروش ناچار به عقد قرارداد با صاحبان کشتی هستید.

در قرارداد اجاره کشتی تمامی جزییات سفر و هزینه حمل ذکر می‌گردد. منتها باید به چند مورد توجه کامل داشته باشید. مهم تر از همه ماده رفع اختلافات است که همانند قرارداد فروش باید از طریق دادگاه‌های ایران رسیدگی شود. دیگر قانون رایج قرارداد است که باید قانون رایج ایران باشد و موضوع

بسیار مهمتر هزینهٔ معطلی کشتی بیش از مدت مجاز می‌باشد که شما باید اولاً مدت مجاز را طولانی‌تر کنید و در ثانی هزینه روزانه آن را به خاطر کهنه بودن کشتی به حداقل برسانید.

بدیهی است موارد متعدد دیگری است که جای آنها در کتاب‌های بعدی است ولی در اینجا یک مورد هم این است که شما نباید هیچگونه بیمه دریایی کالا را قبول کنید. به دلیل که منطقه خلیج فارس از نظر کشتی‌های بیمه منطقه جنگی به حساب می‌آید و هزینه‌های گزافی برای بیمه کالای شما طلب می‌کنند که بر نرخ فروش کالا اثر می‌گذارد و احتمال دارد در رقابت با دیگر صادرکنندگان همان کالا عقب بمانید.

مجتبی مـدرسی طهـــرانی دارای تحصیلات عـالیه در رشتـــه عمـــران اقتصادی و به عنوان صـادر کننده عمـده و کارشناس ممتاز بازار آزاد و بازار دولتی میباشد که قریب به پنجاه سال به حـــرفه صـادرات مشغول است و طی این دوران طولانی شکستها وپیروزیهای بسیاری را تجـــربه کرده که حاصل این همه تجربیات را بصورت این کتاب در آورده است که رموز ناگفتنی صادرات را در بر دارد و یقیناً مطالعه آن نه تنها خالی از زیان نیست بلکه باعث موفقیت شما در حرفه شریف صادرات خواهد گردید.

از آنجایی که لازمه موفقیت در صـادرات دانستن زبان انگلیسی است در طول سالیان گذشته سری کتابهای آموزش زبان انگلیسی قدم به قـدم را نیز تالیف کرد که به لطف خداوند در تیراژ گـستردهای انتشار یافتـه و افراد زیادی از آن بهرمند شدند.