



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت صنعت، معدن و تجارت  
سازمان توسعه تجارت ایران

## معرفی شرکت مدیریت صادرات

معاونت توسعه صادرات

دفتر امور بنگاه ها

فروردین ماه ۱۳۹۶

## شرکت مدیریت صادرات

### تعریف شرکت مدیریت صادرات

شرکت مدیریت صادرات یکی از انواع واسطه های صادراتی<sup>۱</sup> است که برای کمک به بنگاه های اقتصادی در جهت ورود به بازارهای جهانی و افزایش صادرات کالا یا خدمات بنگاهها ایفای نقش می کند. این شرکتها بسته به شرایط و نیاز می توانند مدیریت تمام و یا بخشی از فعالیتهای صادراتی بنگاههای اقتصادی مخصوصاً بنگاههای کوچک و متوسط را بعهده گیرند. این شرکتها معمولاً با نام EMC<sup>۲</sup> شناخته می شوند. شرکت مدیریت صادرات یک شرکت خصوصی کاملاً مستقل می باشد که مانند یک دپارتمان فروش صادراتی برای بنگاهها عمل می کند. شرکت مدیریت صادرات بر اساس یک قرارداد رسمی که جهت مدیریت امر صادرات شرکتها با آنها منعقد می کند، می تواند نمایندگی انحصاری یا غیر انحصاری تمام یا بخشی از محصولات تولیدی و یا خدمات آنها را در بازارهای خارجی داشته باشد.

شرکتهای مدیریت صادرات نباید با شرکتهای بازرگانی<sup>۳</sup> که معمولاً به دنبال پیدا کردن مشتری خارجی هستند و هیچ تعهدی به تولیدکننده ندارند اشتباه شوند. تعهد در قبال حفظ رابطه بلند مدت با تولید کنندگان و مصرف کنندگان ماهیت شرکت مدیریت صادرات را از سایر واحدهای تجاری متمایز می نماید. به عنوان بخشی از این تعهد شرکتهای مدیریت صادرات در زمینه ارتقاء ارزش افزوده می کوشند که زمینه هایی غیر از بازاریابی بین المللی را پوشش می دهند. شرکت مدیریت صادرات خدماتی را در راستای ایجاد تقاضا در بازار های بین المللی<sup>۴</sup> و همچنین نحوه پردازش و پاسخ صحیح به تقاضای بازارهای خارجی<sup>۵</sup> و به عبارتی تسهیل تجارت خارجی به بنگاهها ارائه می دهد که در نتیجه بنگاههای اقتصادی از ورود به بازارهای جهانی منتفع می شوند و شرکت مدیریت صادرات هم از ایجاد رابطه بلند مدت بین تولید کننده و خریدار سود می برد و حاصل آن برای کشور نیل به یکی از اهداف مهم توسعه یعنی توسعه صادرات غیر نفتی می باشد.

---

۱-Export Intermediaries

۲- Export Management Company

۳- Export Trading Company (ETC)

۴-Transaction-creating Activities

۵-Transaction-Fulfillment Activities

## انواع شرکت مدیریت صادرات:

یک نوع از شرکتهای مدیریت صادرات شبیه یک نمایندگی<sup>۱</sup> عمل می کند، بطوریکه در بازار هدف حضور پیدا کرده و به دنبال جذب مشتریان خارجی است ولی با نام خود تولید کننده اصلی فعالیت می نماید به طوری که فاکتورها به نام تولید کننده صادر می شود و به آن در تمامی مراحل و جزئیات انجام صادرات کمک می کند، در این حالت تولید کننده خود ریسک عدم پرداخت پول را می پذیرد و ممکن است شرکت مدیریت صادرات قیمت را به تولید کننده پیشنهاد دهد ولی در این حالت تصمیم در خصوص قیمت نهایی توسط تولید کننده گرفته می شود. در مواردی که بنگاههای طرف قرارداد شرکت مدیریت صادرات شرکتهای خدماتی هستند بر اساس توافق فی مابین، پروژه می تواند با نام شرکت مدیریت صادرات اخذ و توسط شرکت خدماتی اجرا گردد. نوع دیگر شرکتهای مدیریت صادرات همانند یک توزیع کننده انحصاری و یا غیر انحصاری عمل می کند و به دلیل اینکه تسلط کافی بر کانالهای توزیع دارد برای محصولات صادراتی قیمت رقابتی تعیین کرده و شرکتهای تولید کننده از آن تبعیت می کنند، در این حالت نیز تولید کننده خود ریسک عدم پرداخت پول را می پذیرد. تفاوت این شرکتها با شرکتهای بازرگانی در همین نکته است که در شرکتهای بازرگانی تولید کننده هیچ کنترلی بر قیمت صادراتی ندارد و شرکت بازرگانی محصول را مستقیماً از تولید کننده با یک قیمت توافقی خریداری کرده و به مشتری خارجی با قیمت مورد نظر خود می فروشد. در این حالت شرکتهای بازرگانی خود مسئول صدور فاکتور و پذیرش ریسک عدم پرداخت می باشد و تولید کننده هیچ کنترلی بر قیمت صادرات ندارد و حتی ممکن است مشتری خارجی را نیز نشناسد.

## نحوه فعالیت شرکت مدیریت صادرات

اغلب شرکتهای مدیریت صادرات در بازارهای خارجی شبکه فروش دایر می کنند. حتی بعضی از آنها شعبه و انبار فروش هم دارند. آنچه که معمولتر است این است که شرکتهای مدیریت صادرات نماینده ها و شبکههای گسترده ای از توزیع کنندگان و واسطه های تجاری را در هر یک از بازارهای هدف دارند و برای انجام امور صادراتی خود از آنها استفاده می کنند.

---

<sup>۱</sup> - Agent

## نحوه انعقاد قرارداد شرکتهای مدیریت صادرات با بنگاههای زیر مجموعه

معمولاً شرکت مدیریت صادرات با بنگاههای طرف قرارداد، قراردادهای بلند مدت (۱ تا ۳ ساله) منعقد می کند و بر اساس نوع قرارداد می تواند از بنگاههای زیر مجموعه خود حق عضویت سالانه و یا کمیسیون فروش / اخذ پروژه<sup>۱</sup> و یا هم حق عضویت و هم کمیسیون فروش / اخذ پروژه اخذ نماید.

### خدمات قابل ارائه توسط یک شرکت مدیریت صادرات

انجام کلیه اقدامات مشتمل بر ایجاد تقاضا و نیز پاسخگویی به تقاضای موجود و یا ایجاد شده در بازارهای بین المللی از جمله:

- انجام تحقیقات بازاریابی برای شناسایی بازار هدف
- تعیین ویژگیهای کمی و کیفی محصول مورد نیاز بازار هدف
- شناسایی و انتخاب توزیع کننده ماهر و با تجربه
- مذاکره برای کسب مجوزهای لازم
- آموزش توزیع کننده ها در مورد نحوه بازاریابی هر محصول خاص
- ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان
- تهیه اسناد و مدارک مورد نیاز صادرات کالا یا اخذ مناقصات بین المللی خارج از کشور
- ارائه الزامات و پیشنهاد مارک گذاری و بسته بندی محصول صادراتی
- تعیین دقیق هزینه های بیمه، حمل و نقل و ....
- ارائه مشاوره برای قیمت گذاری محصولات (کالا یا خدمات)
- ارائه خدمات انبارداری در بازار هدف
- هماهنگی امور حمل و نقل
- مدیریت ریسک پرداختها و تعهدات طرفین

---

<sup>۱</sup> در مورد شرکتهای خدماتی