



משרד החינוך התרבות והספורט
המינהל למדע וטכנולוגיה

תכנית לימודים במקצוע

שיווק בינלאומי

(ניהול השיווק)

מהדורת ניסוי מעודכנת לתשס"ה ספט' 2004	רמת לימוד יה"ל: 1	סמל המקצוע: 18.20
--	----------------------	----------------------

חברי ועדת ההיגוי

- פרופ' יעקב קדם** - יו"ר הוועדה. ראש החוג להנדסת תעשייה וניהול ופרופסור חבר בבית הספר הגבוה להנדסה ועיצוב ע"ש שנקר. מרצה בכיר באוניברסיטת בר אילן ובמכון האקדמי-טכנולוגי, חולון.
- ד"ר מגדה גרוס** - מרכזת הוועדה. ממונה על מגמות ניהול מערכות חברה ותעשייה ומפמ"ר מגמות תעשייה וניהול וניהול עסקי, משרד החינוך מינהל מדע וטכנולוגיה.
- שלמה ארליך** - נציג התעשייה, מנהל תפעול, חברת YES מע"מ.
- ד"ר אבינועם בן אריה** - מרצה באוניברסיטת ת"א, הפקולטה להנדסה ובמכללת רופין.
- אביבה בשן** - מרצה באוניברסיטת ת"א, בי"ס להנדסאים, במכללה האקדמית להנדסה - ת"א ובאוניברסיטת דרבי - במסלול מינהל עסקים MBA, מנהלת תחום פיתוח מערכות הדרכה בחברת לוגיק.
- פרופ' אהוד מניפז** - ראש המחלקה למינהל עסקים ומרצה במחלקה להנדסת תעשייה וניהול, פרופסור מן המניין למינהל עסקים, פרופסור מן המניין להנדסה תעשייה וניהול באוניברסיטת בן גוריון, באר שבע.
- ד"ר יוסי פוגל** - מרצה במכללת רופין ובמכללת יהודה ושומרון בפקולטה למינהל עסקים.
- סיגל קורדובה** - מרכזת מגמת תעשייה וניהול ומורה בכירה בעמל ב, פתח-תקווה. מדריכה במגמת תעשייה וניהול במשרד החינוך.
- ד"ר יעקב רובינוביץ** - מרצה בכיר בפקולטה להנדסת תעשייה וניהול בטכניון.
- סא"ל אסף שולמן** - נציג צה"ל. ראש ענף תעשייה וניהול במפקדת קצין חימוש ראש

שיווק בינלאומי

תוכן העניינים

עמוד

4	התפיסה הרעיונית של התכנית
4	מטרות כלליות
5	מטרות אופרטיביות
6	דרכי הוראה/למידה מומלצת
7	ראשי פרקים
8	נושאי לימוד
14	מונחים מרכזיים
21	ביבליוגרפיה מומלצת
22	ביבליוגרפיה ממוקדת

שיווק בינלאומי

1. התפיסה הרעיונית של התכנית

בעשור האחרון היה העולם לכפר גלובלי, ובייחוד עם התפתחות התקשורת, התובלה וזרימת הכספים המהירה. חברות רבות נוטות להרחיב את פעילותן מעבר לגבולות מדינותיהן ורואות בכך הזדמנויות עסקיות לצמיחה והתפתחות, אף על הקשיים הכרוכים בשיווק הבינלאומי. מדובר בקשיים שעניינם הבנת לקוחות בעלי תרבויות שונות וכן לעתים שיתוף פעולה עם גורמים מקומיים בכל מדינה ומדינה, המכירים את המציאות היום יומית המקומית. זאת ועוד, החברות עומדות לפני אתגרים של גבולות משתנים, משטרים לא יציבים, מבחינה פוליטית וכלכלית, בעיות מטבע וכיוצא באלה. העברת הטובין בין מדינות מצריכה מערכת נהלים בינלאומית, מערכת טכנית ודוקומנטרית, כדי למזער טעויות ולמנוע הפסדים.

המקצוע שיווק בינלאומי פותח לתלמיד צוהר להבנת השיווק הבינלאומי ודרכי הפעילות בו, וכן להכרתם והבנתם של תהליכים של מערכת סחר חוץ והמערכות הנלוות המשותפות בשיווק בינלאומי ופירוט נהלים וכללים בינלאומיים.

2. מטרות כלליות

1. בחינת הסביבה השיווקית הבינלאומית והגורמים הפועלים בה
2. הבנת השלבים באסטרטגיית שיווק בינלאומית
3. הכרת הגופים והגורמים הפועלים במערכת סחר חוץ
4. הכרת מונחים בינלאומיים הקשורים למערכת סחר חוץ
5. הכרת הסכמי סחר בינלאומיים
6. הבנת תהליך יצוא ויבוא

שיווק בינלאומי

3. מטרות אופרטיביות

עם סיום לימודיו, התלמיד:

1. יפרש מושגים ומונחים מרכזיים בשיווק בינלאומי.
2. יזהה את הסביבה השיווקית הבינלאומית.
3. יכיר את דרכי החדירה לשווקים בינלאומיים.
4. יבין את דילמת הסטנדרטיות בשיווק הבינלאומי.
5. יכיר ויבין את תנאי מכר Incoterms.
6. יכיר את שיטות התשלום הבינלאומיות.
7. יכיר את סוגי הפוליסות בשיווק הבינלאומי.
8. יכיר ויבין את סוגי ההובלה, מאפייניה והמסמכים הנלווים להובלה.
9. יכיר את תפקודו של סוכן יאט"א ומסמכים הנלווים לשילוח בינלאומי.
10. יכיר את המסמכים במערכת הסחר הבינלאומי.
11. יכיר בהסכמי סחר עם ארה"ב והשוק האירופי המשותף.
12. יכיר ויבין את תהליך היצוא והיבוא והגופים המשתתפים בתהליכים אלה.

שיווק בינלאומי

4. דרכי הוראה/למידה מומלצת

בהוראת המקצוע יש לעשות שימוש במגוון שיטות הוראה ועזרי הוראה, תוך שילוב חלופות ייחודיות התורמות להגברת המוטיבציה של תהליך הלמידה.

1. שימוש במקורות ובמאגרי מידע שונים לצורך עבודות, תרגילים וניתוח אירועים.
2. מרצים אורחים מתחום שיווק וסחר בינלאומי.
3. סיור מקצועי בנמל ים/אוויר ו/או במכס.
4. ניתוח מאמרים מן העיתונות המקצועית או היומית הקשורים לחומר הלימוד במסגרת דיון כיתתי או קבוצתי.
5. השתתפות בהרצאות ובמפגשים רלוונטיים.

שיווק בינלאומי

5. ראשי פרקים

מס' שעות מומלצות	ראשי פרקים
24	1. מבוא לשיווק בינלאומי והסביבה השיווקית
8	2. שיקולים בקביעת דרכי חדירה לשווקים בינלאומיים
8	3. שיווק בינלאומי בעידן הגלובליזציה
22	4. שלבים באסטרטגית שיווק בינלאומי
12	5. תנאי מכר Incoterms
10	6. שיטות תשלום בינלאומיות
5	7. יסודות ביטוח ימי ואווירי
5	8. הובלה בינלאומית
6	9. שילוח בינלאומי
10	10. הסכמי סחר בינלאומי
10	11. מסמכים במערכת הסחר הבינלאומי
120	סה"כ שעות לימוד

שיווק בינלאומי

נושאי לימוד

מס' שעות מומלצות	נושאי לימוד
24	<p>1. מבוא לשיווק בינלאומי והסביבה השיווקית</p> <p>1.1 הסיבות לקיומו של הסחר הבינלאומי (יתרון יחסי והתמחות)</p> <p>1.1.1 השוק המקומי</p> <p>1.1.2 חשיבות היצוא</p> <p>1.1.3 חשיבות היבוא</p> <p>1.1.4 תהליך היבוא והיצוא</p> <p>1.1.4.1 תהליך היבוא: מסמכי היבוא, הערך לצרכי מכס, מיסים ביבוא, תהליך שיחרור טובין ביבוא</p> <p>1.1.4.2 תהליך היצוא ומסמכים הנלווים לתהליך</p> <p>1.2 מושגים כלכליים בסחר הבינלאומי</p> <p>1.2.1 מאזן תשלומים</p> <p>1.2.2 גרעון במאזן התשלומים</p> <p>1.2.3 עודף במאזן התשלומים</p> <p>1.2.4 חוב חיצוני</p> <p>1.2.5 שער חליפין</p> <p>1.2.6 שער חליפין נייד</p> <p>1.2.7 פיחות ותיסוף</p> <p>1.3 מניעים ומעצורים (קשיים) בסחר הבינלאומי</p> <p>1.4 סביבת השיווק הבינלאומי (מאפיינים וגורמים תרבותיים, כלכליים, חברתיים, דמוגרפיים, פוליטיים, משפטיים וחוקתיים)</p>

מס' שעות מומלצות	נושאי לימוד
8	<p>2. שיקולים בקביעת דרכי חדירה לשווקים בינלאומיים</p> <p>2.1 אסטרטגיות שיווק בינלאומיות</p> <p>2.2 אסטרטגיות צמיחה בינלאומיות</p> <p>2.2.1 ריכוז שווקים</p> <p>2.2.2 הרחבת שווקים</p> <p>2.2.3 גיוון</p> <p>2.3 ההבדלים בין אסטרטגיות שיווק רב-לאומיות</p>
8	<p>3. שיווק בינלאומי בעידן הגלובליזציה</p> <p>3.1 מאפיינים במערכת הגלובלית. (טכנולוגיה, תקשורת, מידע, כלכלה ופיננסים, איכות סביבה וכיוצא באלה) מהי גלובליזציה?</p> <p>3.2 השפעת הגלובליזציה על הסחר הבינלאומי</p>

מס' שעות מומלצות	נושאי לימוד
22	<p>4. שלבים באסטרטגית שיווק בינלאומי</p> <p>4.1 החלטה בדבר שיווק בינלאומי</p> <p>4.2 החלטה על שוקי יעד</p> <p>4.3 החלטה על דרכי חדירה לשווקים בינלאומיים:</p> <p>4.3.1 יצוא עקיף</p> <p>4.3.2 יצוא ישיר</p> <p>4.3.3 רישוי</p> <p>4.3.4 מיזם משותף</p> <p>4.3.5 השקעה ישירה</p> <p>4.4 החלטה על מרכיביו של תמהיל השיווק</p> <p>4.4.1 דילמת הסטנדרטיות. אחידות כלל עולמית או התאמה?</p> <p>4.4.1.1 אסטרטגיית מוצר</p> <p>4.4.1.2 אסטרטגיית מחיר</p> <p>4.4.1.3 אסטרטגיית הפצה</p> <p>4.4.1.4 אסטרטגיית תקשורת</p> <p>4.5 ארגון, הערכה ופיקוח במערכת השיווק הבינלאומי</p> <p>4.5.1 ארגון הפעילות הבינלאומית</p> <p>4.5.1.1 מחלקות יצוא</p> <p>4.5.1.2 חטיבות בינלאומיות</p> <p>4.5.1.3 מערך ארגוני עולמי</p> <p>4.5.1.4 הערכה ופיקוח</p>
12	<p>5. תנאי מכר Incoterms</p> <p>5.1 עקרונות יסוד: מעבר הסיכון, הוצאות והאחריות ממוכר לקונה בכל אחד מן המקרים</p> <p>5.2 הגדרת 4 קבוצות מונחים בסיסיות</p> <p>5.2.1 קבוצת E: EXW</p> <p>5.2.2 קבוצת F: FCA, FAS, FOB</p> <p>5.2.3 קבוצת C: CFR, CIF, CPT, CIP</p> <p>5.2.4 קבוצת D: DAF, DES, DEQ, DDU, DDP</p>

מס' שעות מומלצות	נושאי לימוד
10	<p>6. שיטות תשלום בינלאומיות</p> <p>6.1 עקרונות היסוד של שיטות תשלום בינלאומיות</p> <p>6.2 4 שיטות תשלום מקובלות</p> <p>6.2.1 תשלום מראש</p> <p>6.2.2 תשלום כנגד מסמכים (דוקומנטים)</p> <p>6.2.3 אשראי דוקומנטרי</p> <p>6.2.4 חשבון פתוח</p> <p>6.3 יתרונות וחסרונות ליבואן וליצואן בכל אחד מ- 4 השיטות.</p>
5	<p>7. יסודות ביטוח ימי ואווירי</p> <p>7.1 סוגי הפוליסות שבנמצא:</p> <p>7.1.1 פוליסה חד-פעמית</p> <p>7.1.2 פוליסה פתוחה</p> <p>7.2 סוגי הכיסוי הקיימים בפוליסה: A B ו C.</p> <p>7.3 סוגי הנזקים המבוטחים בפוליסות השונות:</p> <p>7.3.1 נזק מוחלט</p> <p>7.3.2 נזק מוחלט למעשה</p> <p>7.3.3 נזק חלקי</p> <p>7.3.4 היזק כללי</p>

מס' שעות מומלצות	נושאי לימוד
5	<p>8. הובלה בינלאומית</p> <p>8.1 עקרונות הובלה ימית</p> <p>8.1.1 סוגי תפעול אוניות</p> <p>8.1.1.1 אוניות חכורות</p> <p>8.1.1.2 אוניות קו</p> <p>8.1.1.2.1 אוניות מטען כללי</p> <p>8.1.1.2.2 אוניות מכולות</p> <p>8.1.1.2.3 אניות מתמחות (קירור, גלנוע)</p> <p>8.1.2 שטר מטען ימי</p> <p>8.1.2.1 תכונות השטר: קבלה, מסמך בעלות, הוכחה לקיום חוזה</p> <p>8.2 עקרונות בהובלה אווירית</p> <p>8.2.1 תעריפי הובלה באוויר</p> <p>8.2.2.1 משקל בפועל</p> <p>8.2.2.2 משקל לחיוב</p> <p>8.2.2 שטר מטען אווירי</p>
6	<p>9. שילוח בינלאומי</p> <p>9.1 סוכן יאט"א (International Air Transport Association) IATA</p> <p>9.2 מסמכי הובלה של שילוח בינלאומי</p>
10	<p>10. הסכמי סחר בינלאומיים</p> <p>10.1 הסכם סחר חופשי עם מדינות השוק האירופי משותף (הקהילייה האירופאית)</p> <p>10.1.1 כללי מקור</p> <p>10.2 הסכם G.A.T.T (General Agreement on Tariffs and Trade)</p> <p>10.3 הסכם סחר חופשי עם ארה"ב</p> <p>10.3.1 כללי מקור</p> <p>10.4 תעודות מקור</p> <p>10.5 חשיבות הסכמי הסחר עם הקהילייה האירופאית וארה"ב</p>

מס' שעות מומלצות	נושאי לימוד
10	<p>11. מסמכים במערכת הסחר הבינלאומי</p> <p>11.1 חשבון ספק</p> <p>11.2 מפרט אריזות</p> <p>11.3 תעודת ביטוח</p> <p>11.4 אישור קונסולרי</p> <p>11.5 אישורי רשויות מוסמכים ואישורי טיב</p>

מונחים מרכזיים בשיווק בינלאומי

הסבר	מושג	
שרות ספנות שנחכר למסע או לתקופה.	1	אוניות חכורות Charter
שרות ספנות המותאם במיוחד להובלת סוגים מסוימים של סחורות או להובלתם בצורה מיוחדת. אוניות קירור, אוניות מכל להובלת נוזלים/גזים וכיוצא בזה.	2	אוניות מתמחות Specialist Ships
שירות ספנות הפועל באופן סדיר בקו קבוע.	3	אוניות קו Liner
התחייבות של בנק במדינת יבוא לשלם ליצואן (מוטב האשראי), סכום כסף נקוב תמורת הצגתם של מסמכי משלוח.	4	אשראי דוקומנטרי Documentary Credit
זרימה חופשית של הון, סחורות וכוח-אדם ברחבי העולם. תהליך ניהול עסקים ברמה עולמית, תוך נטרול גבולות גיאוגרפיים על ידי התפתחויות טכנולוגיות תקשורת המאפשרות התקשרות עם כל גורם, בכל עת ובכל מקום.	5	גלובליזציה Globalization
מצב בו היבוא של הסחורות והשירותים גדול מהיצוא של הסחורות והשירותים.	6	גירעון במאזן התשלומים Deficit in Balance of Payment
הקרבה יוצאת דופן של רכוש או הוצאה בלתי רגילה שנעשתה מתוך רצון חופשי ובסבירות בזמן של סכנה כללית לביטחון המשותף של האוניה, מטענה ודמי ההובלה.	7	היזק כללי General Average
פעילות מכוונת בה הפירמה גובה פחות ממחיר העלות שלה או פחות ממה שהיא גובה בשוק הבית שלה, כדי להיכנס לשוק בינלאומי או לתפוס בו נתח שוק גדול מאוד.	8	היצף Dumping

הסבר	מושג	
כניסת פירמה לשוק בחו"ל, בהקמת מתקני יצור או הרכבה בחו"ל, למקומות שבהם יש לפירמה שליטה של ממש.	השקעה ישירה Direct Investment	9
תהליך שבו פירמה עוסקת בקטע צר ומוגדר המגדיל את מיומנותה ומונע בזבוז הכרוך במעבר בין פעולות.	התמחות Specialization	10
תשקיף חשבון הנערך בידי הספק, לפני המכירה, ומשמש דוגמה לחשבונות - הדוגמה תוגש לקונה לאחר שתתבצע המכירה ואינה מהווה חשבון לתשלום. בסחר-חוץ מסמך זה הוא צעד ראשון לקבלת הוראות יצוא או קבלת רשיון יבוא לטובין במידת הצורך.	חשבון פרו-פורמה Performa Invoice	11
רכישת סחורות ושירותים מחו"ל.	יבוא Import	12
הסכם בין קונה למוכר בשיווק בילאומי לפיו היצואן שולח את הסחורה במישרין ליבואן ומאפשר לו לשחרר את הסחורה בלא התניות כלשהן.	חשבון פתוח Open Account	13
מכירת סחורות ושירותים לחו"ל. העברת סחורות או תוצרת שיוצרו בארץ אחת ונשלחות לחו"ל למכירה ולתצרוכת שם.	יצוא Export	14
פעולת יצוא הנעשית באמצעות מתווכים בלתי תלויים, כלומר שאינם עובדי החברה.	יצוא עקיף Indirect Exporting	15
יכולת של מדינה מסוימת לייצר מוצר או שירות מסוים בעלות נמוכה יותר מזו שבה יכולה לייצר מדינה אחרת או יחידה כלכלית אחרת. למדינה שבה, לעומת מדינות אחרות, ההוצאות האלטרנטיביות ליצור אותה יחידת סחורה נמוכות יותר, יש יתרון יחסי ביצור אותו מוצר על פני המדינות האחרות.	יתרון יחסי Relative Advance	16
תנאים שבהם מדינה מסוימת או יחידה כלכלית יכולה לייצר או למכור מוצרים ושירותים במחיר כלכלי נמוך יותר מאשר אחרים.	יתרון מוחלט Absolute Advance	17

הסבר	מושג	
דוח המסכם את כל העסקאות הכלכליות שנערכו בתקופה מסוימת בין תושבי המשק לבין תושבי משקים אחרים בעולם.	מאזן תשלומים Balance of Payment	18
חבירה של משקיעים מקומיים לזרים לשותפות בבעלות ובפיקוח.	מיזם משותף Joint Venture	19
מס שקבע שלטון מקומי וחל על מוצרים ו/או שירותים ביבוא, כדי להגדיל את ההכנסות של הממשל המקומי.	מכס Customs Duty	20
הגבלה על סחורות מיובאות בקטגוריית מוצרים כלשהי, כדי לשמור על מטבע חוץ ולהגן על התעשייה המקומית ועל רמת התעסוקה.	מכסות יבוא Quotas	21
מס על מוצרים מיובאים בהגנה על תוצרת מקומית, הנגבה על-ידי השלטון המקומי.	מכסי מגן Tariff	22
הוראה בכתב מן הבנק (או מוסד כספי אחר) אל בנק אחר מקומי או בחו"ל, לאפשר לנושא המכתב (יצואן בסחר בינלאומי) למשוך סכומי כסף מוגדרים לתקופה קבועה מראש.	מכתב אשראי Letter Of Credit	23
עסקאות מסחריות הנעשות בין מדינות שונות על ידי סוחרים וחברות ממשלתיות.	מסחר בינלאומי Internatinal Trade	24
משק כלכלי המספק לעצמו את כל צרכיו כלומר משק שאינו מיבא ואינו מיצא.	משק אוטרקי	25
רשימה הכוללת מידע על הטובין ועל פירוט האריזות וסימונן. המפרט מהווה "מיפוי של המשלוח".	מפרט תכולה packing list	26
נזק שאינו מגיע ל- 100% ואינו היזק כללי.	נזק חלקי Particular Average	27
דבר הביטוח אבד או איבד את תכונותיו הטבעיות (נייר שנשרף וכיוצא באלה).	נזק מוחלט Total Loss	28

הסבר	מושג	
אבדן מן הבחינה המסחרית, המטען נמצא כיאות ואינו בגדר אבדן כליל בעליל, אבל הוצאות הצלתו ו/או שיקומו עולים על ערכו לאחר שיקום והצלה.	נזק מוחלט למעשה Constructive total loss	29
תחום פעילות העוסק בתהליכים הנלווים להעברת מוצרים, שירותים או ידע בין מדינה אחת למדינה/ות אחר/ות.	סחר בינלאומי International Trade	30
מצב בו היצוא של הסחורות והשירותים גדול מהיבוא של הסחורות והשירותים במדינה מסוימת.	עודף במאזן התשלומים Surplus in Balance of Payment	31
הסכם ביטוח המגיע לסימום עם השלמת הובלת המשלוח.	פוליסה חד-פעמית One Time Policy	32
הסכם ביטוח המתאר את הביטוח באופן כללי כשצפויה סדרה של משלוחים, ובה שם האוניה וכמויות המשלוח אינם מצוינים.	פוליסה פתוחה Open Policy	33
ירידת ערך המטבע המקומי ביחס למטבע חוץ.	פיחות Devaluation	34
מצב בו היצוא גדול או שווה ליבוא, המשק מממן בעזרת היצוא ואינו זקוק להלוואות או למענקים למימון היבוא.	עצמאות כלכלית Economic Independance	35
הענקת רישיון לחברה זרה להשתמש בתהליך יצור ידע, פטנט או כיישום תמורת תשלום כלשהו.	רישוי Licensing	36
תעודה רשמית הכוללת פרטים כגון: סוג סחורה, כמות, ערכה, דמי הובלה, פרטי המוביל, נמל יציאה, נמל כניסה. מדובר במסמך מכס המאפשר שחרור טובין מן המכס של המדינה שאליה יובאו הטובין.	רשומון יבוא Import Entry	37
מסמך מאומת ומאושר בידי המכס, לפי מצהר היצוא ובו פרטים על משלוח הטובין כגון: יעד, הרכב הטובין, מידות ומשקולות. רשומון יצוא הוא המסמך העיקרי בביצוע יצוא.	רשומון יצוא Export Entry	38
רשיון שמוציאה רשות מוסמכת (משרדי ממשלה) המאשרת יבוא של סחורות או שירותים מארץ אחרת.	רשיון יבוא Import license	39

הסבר	מושג	
רשיון ממשלתי הניתן ליצואן ובו מוענקת לו הרשות לייצא מוצר או שירות. ברשיון זה מצוינים מקום וכמות היצוא המאושר.	רשיון יצוא Export License	40
קבלה שמוציא המוביל על סחורה שהתקבלה אצלו להעברה, וכן התחייבות למסור את הטובין באותו מצב שבו קיבל אותם, במקום מוגדר, לאדם ששמו נקוב בשטר מטען או לשלוחו.	שטר מטען Bill Of Lading	41
מסמך שמוציא גוף מוסמך בשם מוביל אווירי ומשמש קבלה וראייה להסכם הובלה. כלולות בו גם הוראות למוביל בעניין טיפול במטען, שילוחו ומסירתו ליעדו.	שטר מטען אווירי Airway Bill	42
שטר מטען המכסה משלוח על יותר ממוביל או על יותר מסוג הובלה אחד. שטר מטען במעבר נוגע בכמה חוזים בהובלה ימית שנעשו עם שניים או יותר מובילים ימיים, וקובע כי כל מוביל ימי שיטפל בסחורה אחראי לסחורה אך ורק לפי תנאי חוזה ההובלה בתקופה שהסחורה בפיקוחו.	שטר מטען במעבר Through Bill Of Lading	43
שטר מטען המונפק בגין מטען הנשלח היישר לקונה בלא מעורבות של גורם נוסף בתהליך.	שטר מטען ישיר Direct Bill Of Lading	44
שטר מטען להובלה משולבת (ים, אוויר, יבשה).	שטר מטען משולב Multi Model Bill Of Lading	45
פעילות אנושית המכוונת לסיפוק צרכים ורצונות באמצעות תהליכי חליפין, ומתקיימת בין יחידים ו/או פירמות משתי מדינות או יותר.	שיווק בינלאומי International Marketing	46
מחיר מטבע אחד במונחי מטבע אחר כלומר מספר יחידות מטבע של מדינה אחת שניתן להמיר ביחידות מטבע של מדינה אחרת.	שער חליפין Exchange Rate	47
עליית ערך המטבע המקומי ביחס למטבע חוץ.	תיסוף Revaluation	48
שימוש באותו תמהיל שיווק בכל העולם בלי קשר לארץ יעד.	תמהיל שיווק אחיד Standardized marketing mix	49

הסבר	מושג	
התאמת מרכיבי תמהיל השיווק לכל ארץ יעד בנפרד על-ידי הפירמה.	תמהיל שיווק מתואם Standardized Marinating mix	50
מסמך המונפק על ידי רשות מוסמכת (בדרך כלל על ידי לשכות המסחר) ובו פירוט מלא על ארץ המקור של הטובין המיוצר.	תעודת מקור Certificate Of Origin	51
שיטת תשלום הנהוגה בסחר הבינלאומי, ומיועדת להבטיח ליצואן, באמצעות הבנק שבו הפקיד את המסמכים בעניין העסקה, שהמסמכים והבעלות על הטובין יימסרו ליבואן רק תמורת התשלום המוסכם.	תשלום כנגד מסמכים Payment Against Documents	52
תשלום בעד סחורה או שירות הנעשה לפני או בעת אספקת הסחורה או השירות.	תשלום מראש Advanced Payment	53
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה במחסן המוכר במדינת היצוא, טרם התרתם ממכס יצוא, כשהם ארוזים ומסומנים כהלכה.	EXW- Ex Works	54
בסיס מחיר בסחר הבינלאומי הכולל את עלות הטובין, נשוא עסקת המכר, והובלתם בהובלה ימית, על חשבון המוכר עד לנמל היעד המוסכם במדינת היצוא.	CFR- Cost And Freight	55
בסיס מחיר בסחר הבינלאומי הכולל את עלות הטובין, נשוא עסקת המכר, ביטוחם והובלתם על חשבון המוכר, בכל אחד מאמצעי ההובלה שעליו הסכימו הצדדים, עד נקודת מסירה מוסכמת במדינת היעד טרם שחרורם מן המכס.	CIP- Carriage And Insurance Paid to	56
בסיס מסחר בסחר הבינלאומי הכולל את עלות הטובין, נשוא עסקת המכר, ביטוחם והובלתם בהובלה ימית על חשבון המוכר לנמל יעד המוסכם על הצדדים לעסקה.	CIF- Cost, Insurance & Freight	57
בסיס מחיר בסחר הבינלאומי הכולל את עלות הטובין, נשוא עסקת המכר, ועלות הובלתם, על חשבון המוכר, בכל אחד מאמצעי ההובלה שעליו הסכימו הצדדים עד נקודת המסירה המוסכמת במדינת היעד, טרם שחרורם מן המכס.	CPT- Carriage Paid To	58
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה בנקודת	DAF-	59

הסבר	מושג	
גבול יבשתית מוסכמת על גבי אמצעי ההובלה, לאחר התרתם ממכס יצוא במדינת המוצא וטרם שחרורם ממכס יבוא במדינת יבוא.	Delivered At Frontier	
מסירת הטובין נשוא עסקת המכר, לקונה, לאחר פריקתם מהאוניה, ברציף נקוב בנמל היעד במדינת היבוא, טרם התרתם ממכס.	DEQ- Delivered Ex Quay	60
מסירת הטובין נשוא עסקת המכר, לקונה, ללא פריקה מאמצעי ההובלה הבא, למסכם בנקודה פנים יבשתית מוסכמת בין הצדדים בעסקה, במדינת היעד, לאחר תשלום מכס ומסי יבוא ע"י המוכר.	DDP- Delivered Duty Paid	61
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה מתבצעת עם מעבר הטובין את דופן האוניה פנימה בנמל המוצא.	FOB- Free On Board	62
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה ל"צד האוניה", לאחר ביצוע הליכי מכס יצוא בנמל המוצא.	FAS- Free Alongside Ship	63
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה מתבצעת עם מסירתם למוביל בינלאומי במדינת היצוא, שקבע הקונה ועמו התקשר לביצוע ההובלה למדינת יעד.	FCA- Free Carrier	64
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה על סיפון האוניה בנמל הפריקה המוסכם במדינת היעד.	DES- Delivered Ex Ship	65
מסירת הטובין, נשוא עסקת המכר, לקונה, בלא פריקתם מאמצעי ההובלה הבא למסרם בנקודה פנים יבשתית מוסכמת בין הצדדים בעסקה במדינת היעד, ובלא תשלום בעבור מכס ומסי יבוא.	DDU- Delivered Duty Unpaid	66

ביבליוגרפיה מומלצת

1. פיליפ קוטלר והורניק יעקב. 2000, ניהול השיווק. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
2. * שחק חיים. 2000, מסחר בינלאומי. הוצאת שחק-שירותי סחר חוץ בע"מ.
3. * יצחק אורון, נילי מארק, אמירה עופר. 1999. מבוא לכלכלה-מקרו כלכלה, הוצאת עמיחי.
4. זימון יאיר, דפנה פפר, 1987. מבוא לכלכלה. הוצאת לומדון, כ"ס.
5. * תומס ל' פרידמן, 2000. ה"לקסוס" ועץ הזית. גלובליזציה-מבט אל עולם משתנה. הוצאת הד ארצי.

* הביבליוגרפיה המומלצת מיודעת למורה.

נספח לתכנית הלימודים: שיווק בינלאומי

ביבליוגרפיה ממוקדת

נושא	ביבליוגרפיה
1	1 פרק 14, 3, פרק 3, 4
2	1 פרק 14
3	2 פרק 4
4	2 פרק 5
5	2 פרק 6
6	2 פרק 6
7	2 פרק 6
8	2 פרק 8
9	2 פרק 7
10	פרקים 2 ו 3

ביבליוגרפיה

1. פיליפ קוטלר/ הורניק יעקב, 2000, ניהול השיווק. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
2. שחק חיים. 2000, מסחר בינלאומי. הוצאת שחק-שירותי סחר חוץ בע"מ.
3. יצחק אורון, נילי מארק, גליה עופר. 1999. מבוא לכלכלה-מקרו כלכלה, הוצאת עמיחי.
4. תומס ל. פרידמן, 2000. ה"לקסוס" ועץ הזית. גלובליזציה-מבט אל עולם משתנה. הוצאת הד ארצי.

כותב ומפתח: ד"ר יוסי פוגל
עריכה לשונית: ורדה איתן
עימוד וביצוע גרפי: קרן סימון
ריכוז פרויקט: רות אבן

אין לשכפל, להעתיק, לצלם, להקליט, לתרגם או לאחסן במאגרי מידע בכל דרך או אמצעי אחר כל חלק שהוא מהחומר שבספר זה. שימוש מכל סוג שהוא בחומר הכלול בספר זה אסור אלא ברשות מפורשת מאת המו"ל והמחברים.

© כל הזכויות שמורות



משרד החינוך
המינהל למדע וטכנולוגיה



אורט ישראל
המינהל למחקר ופיתוח ולהכשרה

הוצאת הספרים - אורט ישראל

המרכז למו"פ ע"ש מושינסקי
דרך הטייסים 28, ת.ד. 25203
תל אביב 61251

טלפון: 03-6301310 פקס: 03-6301318
דאר אלקטרוני: mop@ort.org.il

נדפס בישראל תשס"ב 2002