

## 第二章 國際貿易的組織管理與經營

---



## 本章重點

- 貿易公司的內部組織
- 貿易經營的內部管理
- 貿易商品的擇定
- 貿易市場的選擇
- 電子化貿易經營



## 貿易公司的內部組織

### □ 組織規模較小者

- 負責人
- 銷售經理
- 秘書
- 行政助理
- 會計

### □ 組織規模較大者

- 業務部
- 管理部
- 財務部



## 貿易經營的內部管理

- 通訊設備的安排
- 樣品室的布置
- 產品型錄及價目表的印製
- 客戶信用的管控
- 工廠驗貨制度
- 報關與船運的安排
- 貨款催討與管理
- 人事管理



# 貿易商品的擇定

- 選擇產品的考量因素
- 選擇交易商品的思考方面
  - 選擇自身所熟悉的產品
  - 選擇對貨源易於掌握的產品
  - 選擇就市場調查與研究顯示有利的產品
  - 選擇流行性的產品



# 貿易市場的選擇

- 取得市場資訊的管道
- 判斷市場的因素
  - 基本因素
  - 市場經營限制
  - 市場發展潛力
  - 市場交易條件
  - 產品配銷與通路



## 電子化貿易經營 (1/3)

### □ 電子化貿易的效能

- 貿易商可以透過電子化貿易進行24小時全天候的超級行銷活動。
- 採電子化貿易的貿易商可以節省大量的時間與金錢。
- 採電子化貿易不受發行量、地區之限制和影響。
- 用影像、聲音、動畫、甚至檔案傳輸，達到平面廣告所無法達到的境界。



## 電子化貿易經營 (2/3)

- 企業實施電子化貿易之步驟
  - 申請掛上網路
  - 自建網站
  - 加入貿易社群網站
  - 建立企業內部網路
  - 實施全方位的資訊化管理
- 網站之推廣
  - 利用網際網路上的搜尋引擎
  - 利用貿易公布欄
  - 利用電子郵件
  - 利用專業公司的協助推廣



## 電子化貿易經營 (3/3)

### □ 電子化貿易應注意事項

- 注意保密
- 謹慎處理樣品問題
- 客戶之跟進、追蹤
- 靈活運用保密區

