



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير

تقرير تربص مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ليسانس
في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير

قسم: علوم تجارية

التخصص: تجارة دولية

إجراءات تصدير المنتجات الجزائرية

(دراسة حالة مؤسسة الورود - الوادي)

إشراف الدكتور:

- عيشوش محمد الحافظ

إعداد الطلبة:

✓ شبرو سفيان

✓ رزاق زوازي محمد الحبيب

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

إن الحمد لله نحمده تعالى على فضله
وعطائه، ونتوب إليه، فالفضل يرجع له
أولاً وأخراً فهو سبحانه من أنار لنا
درب العلم والمعرفة.

نتقدم بكل مشاعر الشكر والتقدير إلى
من مدّ لنا يد العون بإسدائه لنا
نصيحة أو إرشاد ونخص بالذكر الأستاذ
الفاضل "عيشوش محمد الحافظ" على
نصائحه وتوجيهاته لنا فجزاه الله عنا
خير الجزاء.

الملخص :

إجراءات التصدير لها دور هام في المؤسسات الجزائرية من أجل الدخول في الأسواق الخارجية و اختيار الموردين و أحسن الطرق للتمويل لذلك فإن تطوير طرق ووسائل الاتصال و استخدام أحدث التقنيات و تسهيل الإجراءات الإدارية يساهم في تنمية التجارة الخارجية و إجراء عملية تصدير في الوقت المناسب و الكمية و الجودة المناسبين .

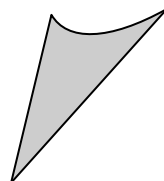
الكلمات المفتاحية : التصدير , التجارة الخارجية , الأسواق الخارجية .

Summary :

export procedures It has an important role in Algerian In order to enter foreign markets and supplier selection and the best way to financég therefore the development of methods and means of communication and using the latest technology facilitating administrative procedures contributes to the development of foreign trade perform export operation on time right quantity and quality.

Key words : Export, forign trade, foreign markets

فهرس المحتويات



الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
أ / ب	المقدمة
الفصل الأول: دراسة ميدانية حول مؤسسة الورود	
04	التمهيد
05	المبحث الأول : ماهية مؤسسة " الورود "
05	المطلب الأول : نشأة وتطور مؤسسة " الورود "
07	المطلب الثاني : بطاقة تعريف مؤسسة " الورود "
09	المطلب الثالث: مهام مصالح مؤسسة " الورود "
13	المبحث الثاني: عموميات حول مؤسسة الورود
13	المطلب الأول: نمو و تطور مؤسسة " الورود "
14	المطلب الثاني: نظام العمل و توزيع العمال في مؤسسة " الورود "
15	المطلب الثالث: منتجات مؤسسة " الورود "
18	الخلاصة
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي محل دراسة	
17	تمهيد
19	المبحث الأول : مفاهيم أساسية حول التصدير
19	المطلب الأول : مفهوم التصدير
20	المطلب الثاني : أهمية التصدير و أهدافه
22	المطلب الثالث: أنواع التصدير
25	المبحث الثاني: الإطار التطبيقي لمؤسسة "الورود"
25	المطلب الأول: إجراءات التصدير بالنسبة لمؤسسة " الورود "
25	المطلب الثاني: فوائد التصدير بنسبة للمؤسسة " الورود " وأهم الأسواق الدولية المصدرة لها

26	المطلب الثالث: معيقات التصدير التي تواجهها مؤسسة " الورود "
27	الخلاصة
28	الخاتمة
31	قائمة المراجع

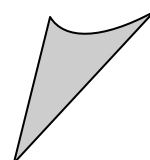
فهرس الجداول

الصفحة	العنوان
15	الجدول رقم (01) يمثل توزيع العمال في مؤسسة " الورود " سنة 2018
16	الجدول رقم (02) يمثل منتجات المؤسسة

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان
08	الشكل رقم (01) يوضح توزيع العمال في مؤسسة " الورود " سنة 2018
13	الشكل رقم (02) يوضح رقم أعمال المؤسسة 2010 إلى 2018

المقدمة



تلعب التجارة الخارجية دور فعالاً في التنمية الاقتصادية لما لها من تأثير إيجابي في تحريك عجلة النمو الاقتصادي، فهي الجزء الهام من النشاط الاقتصادي لأي بلد، كما تعتبر القناة الرئيسة التي تسمح بتدفق السلع والخدمات وانتقال رؤوس الأموال بين البلدان، حيث أن الهدف الرئيسي من ظهور التبادل الخارجي هو تصريف الفائض من الإنتاج للخارج والحصول على الموارد الضرورية المنعدمة أو النادرة في البلد، مما يسمح بزيادة الدخل واحتياط الدولة من العملة الصعبة، بحيث أصبحت عملية التبادل التجاري ضرورية أكثر من أي وقت مضى، بحيث لا تستطيع أي دولة أن تعيش منعزلة عن العالم الخارجي، أين أصبح الاندماج أمراً مفروضاً علينا. وعليه برزت بعض الأفكار التي تدعو إلى الاهتمام بهذا النشاط، فأحتلت تنمية الصادرات مكانة كبيرة في حيز اهتمام الدول باعتباره واجباً وطنياً يتطلب على الدولة تسخير كل الجهود المتاحة في سبيل الرفع من مستواه وإزالة كل العوائق التي تقف في طريق تطور وتقدمه، وبما أنا الصادرات الجزائرية تتميز بخاصية عدم التنوع، أحادية التصدير بالنظر لكون 95% من الصادرات نفطية، فهذه الصادرات معرضة للنضوب ناهيك عن تلك الأخطار الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي يمكن أن تتعرض لها الدولة من جراء الاعتماد على هذا المورد و تتمثل أهم هذه الأخطار في التقلبات التي يمكن أن تحدث في أسعارها، نتيجة لانخفاض الطلب عليها، أو اكتشاف بدائل أخرى، كذلك يمكن أن يعرض الدولة لأزمة اقتصادية في أي وقت، وهذا ما يلزم على الدولة البحث عن مصادر أخرى تتميز بالاستمرارية والتنوع.

و إدراك الجزائر إلى هذه الأخطار أدى بها إلى انتهاج مجموعة من البرامج والإصلاحات الهيكلية التي تخفف من الاعتماد على تصدير مورد واحد، وتعزيز التنمية في مختلف المجالات، حيث تعتبر مؤسسة "الورود" رائدة في قطاع الصناعة (تصنيع الروائح والعطور)، وعريقة في تصدير منتجاتها منذ حقبة من الزمن، تعتبر ذات خبرة في مجال الإدارة والتصدير والجودة والنوعية وغيرها من الوظائف والاستراتيجيات.

طرح الإشكالية:

- ما هي إجراءات تصدير المنتجات الجزائرية ؟

و تدرج ضمن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية :

- ماذا نقصد بالتصدير ؟

- ما هي أنواع التصدير ؟

- ما هي أهداف التصدير ؟

الفرضيات:

من أجل معالجة الإشكالية المطروحة نقوم بصياغة الفرضيات التالية :

- هو بيع المنتجات من دولة لأخرى وفق نظام معترف به و قوانين ونظم تدعم الاستيراد من جانب الدول المستهلكة و التصدير من جانب الدول المصدرة
- التصدير المباشر ، التصدير الغير مباشر(وكلاء البيع أو وكلاء التصدير)، التصدير المشترك أو المنظم(تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام مشترك للتصدير معا)
- زيادة موارد من النقد الأجنبي، خلق فرص عمل جديدة، جذب الاستثمار المحلي و الأجنبي، زيادة موارد الدولة من حصيلة ضرائب الأرباح الصناعية و التجارية.

مبررات اختيار الموضوع:

نظرا لما توليه الدولة من اهتمام للتطوير الاقتصاد الوطني و البحث عن موارد بديلة خارج قطاع المحروقات فقد قمنا باختيار هذا الموضوع للأهمية التي تحتلها الصناعة لاعتبارها أحد الحلول للخروج من التبعية للقطاع المحروقات وذلك عن طريق تصدير الفائض من المنتجات الصناعية التي من شأنها المساعدة على إيجاد بديل و لو جزئي يعوض صادرات المحروقات.

أهداف البحث:

- الدراسة التامة لمؤسسة الورود
- مدى معرفة المنتجات المحلية التي تصدر إلى الأسواق الدولية
- اكتساب المعارف والطرق لدخول الأسواق الدولية

أهمية البحث :

يستمد هذا الموضوع أهميته من خلال الموقع الذي تحتله الصادرات الدول و في الجزائر خاصة باعتبارها عاملا أساسيا في تحقيق النمو الاقتصادي و أداة مهمة لمعالجة الخلل في ميزان المدفوعات وتوفير عملات الصعبة الضرورية لتحقيق التنمية .

منهج البحث :

المنهج المتبع في هذا البحث هو مزيج من المنهج الوصفي و المنهج التحليلي حيث يتعلق الجانب الوصفي بالجانب النظري من البحث و المنهج التحليلي يتعلق بالجانب التطبيقي من خلال إسقاط الدراسة ميدانيا على المؤسسة محل الدراسة (مؤسسة الورود)

صعوبات البحث :

ندرة المعطيات و المعلومات أحيانا و صعوبة الحصول عليها خاصة في دراسة الميدانية وذلك بحجة سر المهنة

حدود البحث :

الحدود الموضوعية : اقتصر هذا التقرير على دراسة إجراءات التصدير المنتجات الجزائرية .

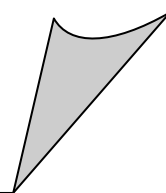
الحدود المكانية : أجري هذا التقرير في مؤسسة الورود بولاية الوادي .

الحدود الزمنية : تم إنجاز هذا التقرير خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2023/2022.

محتوى البحث :

قسمنا بحثنا هذا إلى فصلين بحيث سنتطرق في الفصل الأول إلى دراسة مؤسسة الورود ومعرفة نشأتها مع إعطاء لمحة تاريخية عن تطور هذه المؤسسة العريقة ، ثم إعطاء بطاقة تعريف للمؤسسة و مهام التي تقوم بها المؤسسة ، أما فيما يخص الفصل الثاني فقد تطرقنا إلى دراسة حالة مؤسسة الورود ومعرفة طرق إجراءات تصدير منتجاتها و فوائد التي تعود على المؤسسة من خلال تصدير منتجاتها و أهم الأسواق التي تستهدفها.

الفصل الأول دراسة ميدانية حول مؤسسة الورود



تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل إلى الحديث عن المؤسسة التي عملنا بها التقرير ، مع إعطاء لمحة تاريخية عن تطور هذه المؤسسة العريقة ، ثم إعطاء بطاقة تعريف للمؤسسة و مهام التي تقوم بها المؤسسة

المبحث الأول : ماهية مؤسسة " الورود " :

سنحاول في هذا المبحث التعرف على مؤسسة الورود وعلى نشأتها ، ثم نتطرق إلى بطاقة تعريف المؤسسة و هيكلها التنظيمي ، ثم نحاول التعرف على أهم مهام المؤسسة.

المطلب الأول : نشأة و تطور مؤسسة الورود¹ :

يعود تاريخ مؤسسة "روائح الورود" إلى أكثر من ثلث القرن أي منذ سنة 1963، حيث أسست المؤسسة الأم على يد المرحوم "جديدي سالم عطاء الله" وشركائه بالعاصمة تحت اسم شركة "الرياض"، وكانت أول مؤسسة لتصنيع العطور بالجزائر، وقد خلفه و على رأس المؤسسة ابنه السيد "محمد بشير جديدي" الرئيس والمدير الحالي مغيرا اسمها من الرياض إلى "روائح الورود" وقام بنقلها إلى ولاية الوادي، أين أعلن تأسيس مؤسسة "روائح الورود" في 15 جويلية 1983. وهي مؤسسة مصنعة، إذ يشتغل بها 150 عامل ويقدر رقم أعمالها لسنة 2008 بـ: 381.988.000 دينار جزائري وقد شهدت سنة 1988 إطلاق أول عطر للمؤسسة سمي بالحاسة السادسة "Sixième sens" الذي حظي بشهرة واسعة منذ إصداره إلى غاية اليوم ويعتبر العطر الأكثر مبيعا ورواجا في الجزائر، كما يساهم العطر بـ: 40% من رقم الأعمال الكمي للمؤسسة وفي سنة 1995 بدأت المؤسسة أعمال التوسع وتحديث الآلات واستمر ذلك إلى غاية نوفمبر 1997 لتصل بها المساحة إلى 4000 متر مربع حيث تم البناء بطابع معماري فريد يجمع بين التراث الصحراوي الأصيل وأحدث تقنيات البناء. وتم تجهيزه بأحدث الآلات و الأجهزة المستوردة، و اغلب هذه الأجهزة تعتبر الأولى من نوعها على مستوى شمال إفريقيا ومن المدير بالذكر أن مؤسسة "روائح الورود" تولي عناية خاصة لاستعمال التقنيات الحديثة وتعمل عليها في سياستها التنموية، فعلى سبيل المثال، بدأ الاعتماد على المعلوماتية واستعمال النسخ الهاتفية (الفاكس) منذ سنة 1987 ، وكذا استعمال التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال الذي تم في 1994 كما تعتبر أول شركة تنشأ موقع على الانترنت (سنة 1994) و أول من استعمل الترميز في الجزائر (سنة 1993) وكان ذلك قبل إنشاء المنظمة الجزائرية لترقيم المنتجات EAN Algérie حيث اتصلت المؤسسة بالمنظمة الدولية ببروكسل ومنحتها الرقم "1001" مما سهل مهمة متابعة ومراقبة حركة المواد الأولية و المنتجات. وتحرص مؤسسة "روائح الورود" على التطوير الدائم و مراقبة الجودة وتحسين النوعية وتستعمل لذلك أحدث أجهزة القياس و المراقبة. كما استطاعت أن تبني نظام إدارة الجودة وتعتمده في سياستها الإدارية، ففي سنة 2006 حصلت المؤسسة على شهادة إيزو 9001 إصدار 2000، وهي الآن تطبق النظام بإصدار 2008، والذي تسعى من خلاله إلى التطوير المستمر وتعزيز رضا الزبون

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

بالوفاء بمتطلباته ، وكذا العبور للأسواق الخارجية. فمن خلال ما تمتلكه المؤسسة من تكنولوجيا متطورة إلى جانب جودة منتجاتها وكفاءة موظفيها، تمكنت من الصعود إلى مصاف المؤسسات المنافسة في الأسواق العالمية، وشاركت في العديد من المعارض الدولية كما استطاعت أن تصدر 15% من رقم أعمالها إلى العديد من الدول مثل: السعودية، قطر، الإمارات العربية المتحدة، المغرب، ليبيا، روسيا، المكسيك كندا وجنوب أفريقيا. هذا وقد حازت مؤسسة "روائح الورود" على العديد من الأوسمة والجوائز العالمية منها¹:

- جائزة أفريقيا الدولية (باريس 1992):

13th International Africa Award Paris, February 24th, 1992

- الجائزة الدولية للنوعية (مدريد 1993):

21th International Trophy for Quality Madrid), Spain, April 19th, 1993

- جائزة النجم الذهبي للنوعية (مدريد 1993):

International Gold Star for Quality (Madrid), Spain, 1999

- الجائزة الدولية للتكنولوجيا والجودة (باريس 1997):

15th International Award for Technology and Quality (Paris), June 27th, 1997.

- جائزة الاهتمام بالنوعية العالمية (باريس 1997):

Word Quality Commitment Award(Paris), 1997.

- جائزة أمريكا الذهبية للنوعية (نيويورك 1998):

10th Golden America Award for Quality, New York (USA), June 19th, 1998.

ولتخفيض تكاليف الإنتاج واستيراد المواد الأولية ومواجهة المنافسة ، والتي تكون أحيانا غير مشروعة ، قرر المدير العام الاستثمار في مجال إنتاج مواد التغليف والطباعة ، فأسس مصنع (الوليد للطباعة والكرتون والبلاستيك) لتمويل مؤسسة روائح الورود بالمواد الأولية.

بدأ العمل في هذا المشروع من سنة 1999 إلى غاية سنة 2003.

¹ موقع مؤسسة الورود : www.wouroud.com

وتتم بمؤسسة " الوليد " المعالجات التالية:

- الطباعة على الزجاج (serigraphie sur verre) أفريل 1999 .
- الحتم بالتسخين (dorure a chaud): أفريل 1999 .
- تصميم وصناعة علب الكرتون ، والطباعة عليها (fabrication de cartons): فيفري 2000.
- تصنيع المواد البلاستيكية (injection plastique): مارس 2000.
- التشكيل الحراري (thermofomage): مارس 2000.
- تلوين الزجاج (poudrage du verre): ماي 2000.
- ترميل الزجاج (sablage du verre): سبتمبر 2000.
- طباعة وتغليف عالي الجودة (emballage de luxe): أفريل 2003.

ولذلك تمكنت المؤسسة من تحقيق نسبة تكامل في الإنتاج قدرت بـ: 80% ، حيث أنها تمكنت من تقليل الاستيراد والاعتماد على نفسها في تصنيع معظم المواد الأولية التي تدخل في إنتاج العطور ، وذلك باستعمال آلات جد متطورة.

المطلب الثاني : بطاقة تعريف مؤسسة الورود¹ :

هي شركة ذات مسؤولية محدودة (S.A.R.L) أسست سنة 1983 برأسمال اجتماعي قدره 200.000.000 دج تنتمي إلى قطاع الصناعات الخفيفة ، وتقع بالمنطقة الصناعية بكونين ، بمدينة الوادي يحدها غربا الطريق الوطني رقم 48، ويحدها من باقي الجهات أراضي للخواص.

اسم مديرها ومالكها : جديدي محمد البشير

رقم سجلها التجاري : 87/B/012.

نشاطها: صناعة العطور.

عنوانها على موقع الانترنت : <http://www.wouroud.com>

بريدها الالكتروني : wouroud@wouroud.com

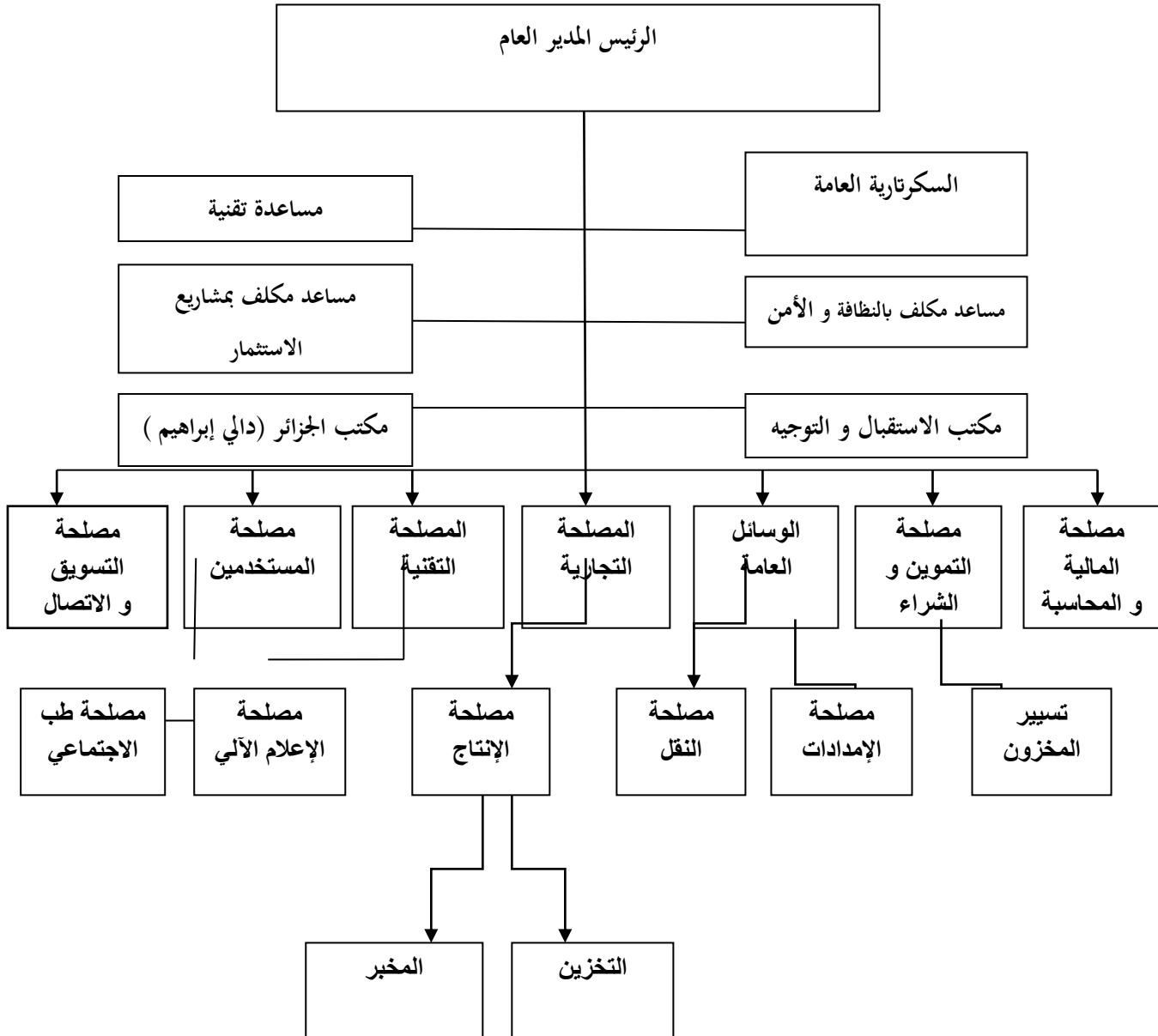
علامتها التجارية : الحرف اللاتيني W و فوقه وردة .

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

1- الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

الهيكل التنظيمي لمؤسسة "الورود" موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (1) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة الورود



المصدر : من وثائق المؤسسة المسلمة للطلبة¹

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

المطلب الثالث: مهام المؤسسة " الورود " ¹ :

1. المدير العام :

يقوم بالإشراف على السير الحسن لجميع نشاطات المؤسسة ، ويشرف على جميع التعاملات في الداخل والخارج ، وله الحق في اتخاذ القرار والتدخل في أعمال بقية الأفراد في المؤسسة.

2. السكرتارية :

- ✓ مساعدة المدير العام في مهامه
- ✓ متابعة السير الحسن للنشاط في غيابه
- ✓ استقبال البريد الوارد للمؤسسة
- ✓ استقبال المكالمات الداخلية والخارجية.

3. المساعدة التقنية :

تتكفل بمتابعة الإنتاج و إدخال المعلومات في برنامج الإعلام الآلي لتحليلها واستغلالها في الدراسات والتخطيط.

4. مساعدة المكلف بمشاريع الاستثمار :

يقوم بإعداد الدراسات للمشاريع الاستثمارية ومتابعتها.

5. مكتب الاستقبال والتوجيه :

يقوم باستقبال وتوجيه العملاء والزوار.

6. مكتب الجزائر :

عبارة عن فرع من المؤسسة في الجزائر العاصمة.

7. مصلحة التموين :

- ✓ البحث والاتصال بالموردين
- ✓ تقديم الطلب في الوقت المناسب
- ✓ مراقبة وفحص الطلبات الواردة من حيث الكمية والنوعية
- ✓ تسليم الطلبات لمصلحة الإنتاج
- ✓ توفير جميع المشتريات اللازمة لمختلف أقسام وهيكل المؤسسة.

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

8. مصلحة الإنتاج :

- ✓ تتكفل هذه المصلحة بالإشراف على عمليات الإنتاج
- ✓ متابعة السير الحسن للعمل
- ✓ تحتوي على مخبر لمراقبة النوعية يشرف عليه مهندسين كيميائيين
- ✓ ترقية الاحتياجات المطلوبة من المنتجات

9. مصلحة التخزين :

تتكفل بحراسة وتخزين وصيانة المنتجات والمواد الأولية ، وإشعار مصلحة التموين عند الاقتراب من مخزون الأمان ،
لتقوم هذه الأخيرة بتجهيز الطلبية في الوقت المناسب.

10. مصلحة المحاسبة والمالية :

- ✓ تطبيق السياسة المالية للمؤسسة
- ✓ إعداد الميزانيات
- ✓ تنظيم وترتيب وحفظ الوثائق المحاسبية (فواتير، وصول استلام ...)

11. مصلحة الإمدادات :

- ✓ تقوم بمتابعة حركة التصدير
- ✓ متابعة نقل المواد المصدرة والمستوردة
- ✓ متابعة مختلف الوثائق والملفات المقدمة لمصلحة الجمارك
- ✓ الاتصال بوكالة العبور الدولية فيما يخص عمليتي التصدير والاستيراد

12. مصلحة التسويق :

- ✓ المساهمة في تصميم المنتجات الجديدة (العطر ، شكل القارورة ، التغليف ، الاسم ...)
- ✓ متابعة وتحليل تطورات أسعار السوق ، ومختلف أنواع المنتجات المنافسة الوطنية والدولية
- ✓ تجميع وبحث مختلف المعلومات التجارية والتسويقية التي تهم المؤسسة
- ✓ إعداد وتنفيذ مختلف المشاركات في المعارض الوطنية والدولية.

13. مصلحة الإعلام الآلي:

- ✓ تصميم مخطط الإعلام الآلي للمؤسسة ، ووضع شبكة الاتصال الداخلي
- ✓ توفير مختلف برامج الإعلام الآلي لخدمة الاختصاصات الموجودة في المؤسسة
- ✓ توجيه المؤسسة لاقتناء أفضل أنواع التجهيزات والبرامج في الإعلام الآلي
- ✓ إدخال مختلف الوثائق والمراجع الخاصة بالمؤسسة داخل شبكة الإعلام الآلي
- ✓ تصميم وتطوير ومتابعة موقع المؤسسة على الانترنت
- ✓ استغلال شبكة الانترنت من أجل الاطلاع وتبادل المعلومات العلمية التي تخدم المؤسسة.

14. المصلحة التقنية :

- ✓ القيام بتصليح مناطق الخلل الموجودة داخل ورشة الإنتاج أو خارجها
- ✓ الصيانة والمتابعة الدورية لمختلف الآلات الإنتاجية
- ✓ القيام بتركيب مختلف التجهيزات الكهربائية داخل المؤسسة.

15. مصلحة الطب الاجتماعي :

تتكفل بالعمال وعائلاتهم من جهة العلاج الطبي ومتابعة حالتهم الصحية والنفسية ، كما توجد بالمصلحة طبية عامة و أخصائية نفسية .

16. مصلحة النقل :

تتكفل بنقل السلع والمنتجات ، وتوفير وسائل النقل للعمال.

17. مصلحة المستخدمين :

- ✓ إعداد عملية التوظيف و إعداد الأجور
- ✓ تخطيط العطل السنوية للعمال
- ✓ إشراف على إجراءات تكوين و تقييم العمال و تقدير الكفاءات
- ✓ إعداد وثائق التأمين خاصة بعمال.

18. المصلحة التجارية :

- ✓ تقوم بعرض وبيع منتجات المؤسسة
- ✓ دراسة السوق و تقدير المبيعات
- ✓ تسجيل و تحليل شكاوي و احتياجات الزبائن.

19. مصلحة الوقاية و الأمن :

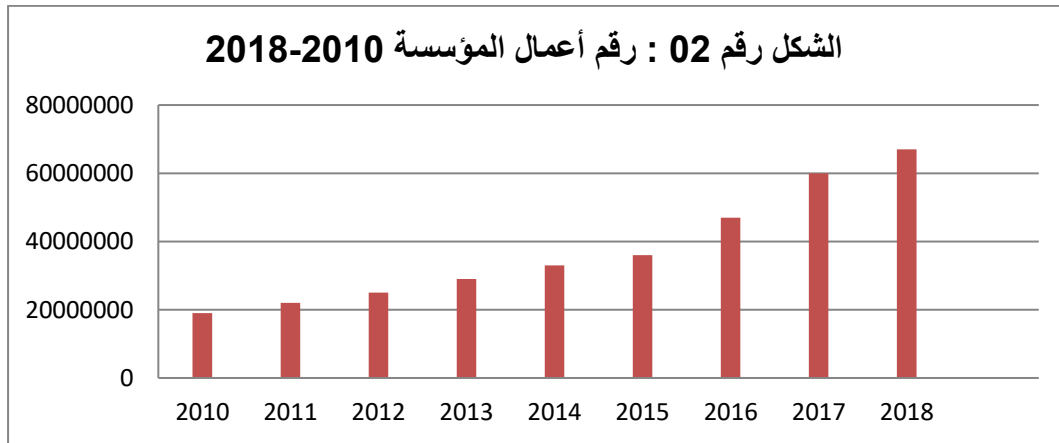
- ✓ الحرص على توفر جميع قواعد النظافة ، ومراقبة المطعم وأماكن العمل.
- ✓ الحرص على توفر جميع قواعد الأمن وتجهيزات الحماية ومراقبتها باستمرار .

المبحث الثاني: عموميات حول مؤسسة الورود

المطلب الأول: نمو وتطور مؤسسة الورود¹:

تنمو الحصة السوقية لمؤسسة روائح الورود ، بمعدل 5% سنويا . حيث تغطي من الإنتاج الوطني من العطور 70% من حاجة السوق ، والباقي 30% يغطيه المستوردون ، في حين أن مؤسسة روائح الورود لوحدها تغطي 20% من الإنتاج الوطني.

في خلال 8 سنوات تضاعف رقم أعمال المؤسسة ، وهذا مثلما يوضحه الشكل الموالي:



المصدر : وثائق المؤسسة (مصلحة المالية) 2018.

نمو وتطور مؤسسة روائح الورود ، يتم تمويله بنسبة تمويل ذاتي "autofinancement" تصل إلى 75%. إن المكانة المتميزة التي حصلت عليها مؤسسة الورود أتت نتيجة لجهود الإدارة ومصلحة التسويق ، واعتماد إستراتيجية تسويقية تتماشى مع مختلف أذواق الزبائن.

فالنسبة للزبون "المحافظ" تحاول المؤسسة الحفاظ على علامتها وعلى جودة منتجاتها في حين أنها تقوم بتقديم تشكيلة جديدة ومتنوعة من العطور ، والتجديد باستمرار لزبائنهم الذين يفضلون التغيير والتنوع.

كما تركز المؤسسة على المحاور التالية:

- تخفيض التكاليف عن طريق التنظيم والتسيير الجيد والاستثمار (مصنع الوليد).
- تطوير وتحسين خبرة المؤسسة "savoir-faire"
- تطوير وتجديد آلات وتجهيزات الإنتاج باستمرار .

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

- اعتماد إستراتيجية الاتصال المكثف عن طريق مختلف وسائل الاتصال
- التأكيد على التوزيع الفعال والموثوق فيه ، حيث تشرف المؤسسة بنفسها على توزيع منتجاتها.
- المحافظة على جودة المنتجات خلال عملية نقلها باستعمال شاحنات مبردة.
- الإصغاء إلى الزبائن.
- التركيز على جانبي البحث والتطوير.
- التعرف على السوق الداخلي ، والقدرة على ابتكار وتقديم منتجات جديدة تتماشى مع متطلبات السوق.
- اعتماد إستراتيجية الإدارة بالقيم : "Un management par les valeurs"، فإدارة مجمع الورود بصفة عامة ، ومؤسسة روائح الورود بصفة خاصة تعتمد على قيم مؤسسها ، وذلك بـ:
- اقتسام عشق مهنة تصنيع العطور مع بقية أفراد المؤسسة .
- اشتراك الجميع في تكوين سمعة ومكانة وشهرة المجمع ، والحفاظ على جودة منتجات مؤسسة "الورود" .
- تشجيع قوي لجميع الأفراد بثقافة العطر.
- تخصيص 2% من رقم أعمال المؤسسة للمشاركة في مختلف النشاطات الاجتماعية والثقافية من خلال دعم ورعاية التظاهرات الرياضية والثقافية بالمنطقة¹.

المطلب الثاني: نظام العمل وتوزيع العمال

- يشتغل بمؤسسة "ورود" 150 عاملا ، يعملون في مختلف الوظائف الإدارية والإنتاجية لمدة 8 ساعات يوميا (ماعدا يومي الخميس والجمعة)، تتخللها فترة للاستراحة وتناول الغذاء ، وذلك من الساعة 12:00 إلى 13:00 حيث أن مواعيد الالتحاق بالعمل والانصراف منه هي كالتالي:
- ورشة الإنتاج : من الساعة 8:00 صباحا إلى الساعة 17:00 مساء .
 - الإداريين : من الساعة 8:30 صباحا إلى الساعة 17:30 مساء .

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

وحسب الإحصائيات التي قدمت لما فإنهم يتوزعون بالشكل التالي :

الجدول رقم (01) : توزيع العمال في مؤسسة الورود " سنة 2018"

اسم القسم	العمال			المجموع
	أعوان التنفيذ	أعوان تحكم	إطارات	
قسم الإدارة	14	15	11	40
قسم الإنتاج	45	9	6	60
خدمات أخرى	50	/	/	50
المجموع	109	24	17	150

المصدر : مصلحة المستخدمين

امتزجت خبرة ثلث قرن في مجال تصنيع العطور مع التخصص والطموح والتسيير الجيد والاستثمار في مجال آلات الإنتاج واليد العاملة فكانت مؤسسة روائح الورود بمنتجاتها التي تحظى بمكانة متميزة سواء على المستوى الوطني أو الدولي ، وفيما يلي سوف نتعرف على ذلك .

المطلب الثالث : منتجات المؤسسة الورود

تنتج المؤسسة مجموعة متنوعة من العطور للرجال والنساء والأطفال ، بأحجام مختلفة ، وفيما يلي سوف نتعرف على منتجاتها ومصادر المواد الأولية والدول التي صدرت لها.

تنتج المؤسسة 41 منتج بين ماء عطر وبخاخ وما بعد الحلاقة ، والجدول الموالي يوضح منتجات المؤسسة¹.

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

الجدول رقم (02) : يمثل منتجات المؤسسة

المنتج	ماء عطر	بخاخ	مناديل معطرة	ما بعد الحلاقة
Sixième sens	100 مل-30 مل	75 مل	مختلف الأحجام	
Féminin	105 مل-30 مل	75 مل	مختلف الأحجام	
Oskar	100 مل-30 مل	75 مل	مختلف الأحجام	
Miss de Wouroud	53 مل	75 مل	مختلف الأحجام	
Junior	100 مل	75 مل	مختلف الأحجام	100 مل
Océan	100 مل	75 مل	مختلف الأحجام	100 مل
Opinion	100 مل	75 مل	مختلف الأحجام	
El sénior	100 مل	75 مل	مختلف الأحجام	
Elu	100 مل-50 مل-30 مل	75 مل		
Borane	100 مل-50 مل	75 مل		
Danesia	100 مل-50 مل	75 مل		
Mawja	100 مل-60 مل	75 مل		
Parfum Magic Filles	50 مل			
Parfum Magic Garçons	50 مل			
Plutôt Automne- Hiver Tabac Boisé Vanille Exotic	50 مل 50 مل 50 مل 50 مل			

			50 مل	Prairie
			50 مل	Mure
			50 مل	Plutôt
				<u>Printemps- Eté</u>
				Lavande
			50 مل	Cologne
			50 مل	Pêche
			50 مل	Pomme
			50 مل	Frais
			50 مل	Vert
			50 مل	

المصدر : وثائق المؤسسة (مصلحة الإنتاج) 2018

الخلاصة

إن تصدير المنتجات الصناعية له دور فعال في الرفع من القدرات التنموية للبلاد ، خاصة بعد ظهور بوادر أزمة حقيقية تتخبط فيها الجزائر من جراء التوترات في أسعار البترول ، والتي أدت بدورها إلى تفاقم هذا الوضع الخطير عن طريق زيادة نسبة البطالة الناتجة عن النقص في الاستثمارات الوطنية في كل المجالات . وهذا يتزامن مع نمو ديمغرافي كبير ، وكذا ارتفاع نسبة التضخم المنجر عن الندرة السلعية و العجز المالي في ميزان المدفوعاتالخ. و أخذ بهذه المعطيات ، قامت الجزائر بسن قوانين و اتخاذ تدابير ترمي في مجملها إلى إنعاش الوضع الاقتصادي ، وإعطائه حيوية أكثر (خاصة قطاع المحروقات) ، عن طريق تحرير الطاقات و تشجيع المبادرات و إبرام الاتفاقيات في ظل هذه المرحلة الحاسمة ، لتزويد الأسواق الخارجية بالمنتجات الجزائرية و خاصة المنتجات الصناعية . و بهذا الصدد ، وللاطلاع أكثر و عن كثب على واقع هذه التغيرات ، أجرينا دراسة بمؤسسة " الورود " . فالتصدير يتطلب قبل كل شيء معرفة طريقة تصدير المنتجات إلى الخارج ، ولكي يتسنى ذلك ، لابد أن تكون مستويات الأداء داخل المؤسسة في مستوى تطلعات سياستها التجارية التي ترمي إلى التحسين المستمر في نوعية المنتج ، والتحكم في سعره عن طريق التخفيض من التكاليف ، وكذا حسن التصرف في المواد الأولية و موجودات المؤسسة .

الفصل الثاني الإطار التطبيقي محل الدراسة

تمهيد

يعتبر التصدير منذ القدم من القضايا التي أولتها الدول أهمية كبيرة، وذلك بالنظر إلى الدور الذي كان يلعبه في جلب الثروة، و إمكانية بذلك تلبية الحاجيات الضرورية من الدول الأخرى، دون أن يكون هناك نقص في الموارد الداخلية لهذه الدول. ومع التطور الكبير الذي أحدثته الثورة الصناعية، ظهر مفهوم جديد في مجال التجارة الدولية، وهو مفهوم التخصص الدولي الذي تدعمه مجموعة من الأفكار والنظريات تنادي بضرورة تحرير التجارة الخارجية وقيام كل بلد بتصدير السلع التي يمتلك فيها ميزة أكبر من غيره واستيراد باقي المنتجات التي يحتاجها مستفيدا بذلك من مزايا تقسيم العمل الدولي، حيث أن خصائص كل المنتجات المصدرة والمنتجات المستوردة من طرف هذه الدول التي تتمتع بهيكل تصديري يميل إلى التنوع و ارتفاع في القيمة المضافة للمنتجات التي تشكله هي نفسها الدول التي تستفيد أكثر من التخصص الدولي و عليه فعرض محتوى الفصل، ينطلق أولاً من عرض أهم التعاريف المختلفة للتصدير، لأنه نقطة البداية، ثم التطرق إلى أهمية و أهداف التصدير و في الأخير التطرق إلى أهم أنواع التصدير

المبحث الأول : مفاهيم أساسية حول التصدير

يعتبر التصدير الوسيلة الأكثر سهولة للمؤسسات في اقتحام الأسواق الأجنبية، ونجد أن معظم المؤسسات تبدأ توسعها نحو الأسواق العالمية من خلال قيامها بدور المصدر ثم التحول بعد ذلك إلى أحد الأشكال الأخرى لخدمة السوق الأجنبي، فهي بمثابة المرحلة الأولى لتحول المؤسسة نحو العالمية، وهو ما يتحقق إذا تمكنت المؤسسة من تطوير منتوجاتها بالشكل الذي يجعل المنتوجات ذات مواصفات تتناسب مع احتياجات الزبائن في الأسواق الأجنبية، كما أنها الطريقة الأفضل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأنها لا تتطلب استثمارات كبيرة وتسمح لها باكتساب الخبرة الدولية اللازمة مع مرور الوقت ولعملية التصدير أهمية وأهداف مختلفة وعدد من الأشكال في سياسات الدول الراغبة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مما جعله يحض بدراسات العديد من المفكرين الاقتصاديين

المطلب الأول : مفهوم التصدير

التصدير هو عملية هامة تدخل في مراحل النشاط التجاري للمؤسسة الاقتصادية وهو ركيزة تنموية فعالة بالنسبة للدول النامية. ولقد تعددت تعاريفه نذكر أبرزها:

يمكن تعريف الصادرات على أنها "عملية تقوم على بيع وإرسال سلع وخدمات وطنية إلى الخارج"¹.

وتعرف أيضا هي "تلك العمليات التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يؤديها بصفة نهائية المقيمون والغير المقيمين في البلد"².

كما يعرف أيضا على أنه "انتقال السلع و سواها من الخيرات والممتلكات المادية من بلد المنشأ إلى بلدان أخرى لتسويقها في أسواق عالمية"³.

ويعرف على أنه "قدرة الدولة وشركائها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية ومعلوماتية ومالية وثقافية وسياحية وبشرية إلى دول وأسواق عالمية ودولية أخرى بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيم مضافة وتوسع وانتشار فرص عمل والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيات جديدة وغيرها"⁴.

¹ بلقلة براهيم، وآليات تنويع و تنمية الصادرات خارج المحروقات أثرها على النمو الاقتصادي , دراسة حالة الجزائر, مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية, جامعة حسيبة بن بوعلي, الشلف, 2008/2009, ص88.

² الجبارية كحلي, دور إستراتيجية التصدير في تحسين الأداء المؤسسي, دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوضيب و تصدير التمور طولقة, مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير, جامعة محمد خيضر, بسكرة 2014/2015, ص11.

³ أحمد خليل خليل, معجم المصطلحات الاقتصادية, دار الفكر اللبناني, بيروت, 1997, ص15.

⁴ فريد النجا, التصدير المعاصر و التحالفات الإستراتيجية, الدار الجامعية, الإسكندرية, 2008, ص15.

المطلب الثاني: أهمية التصدير و أهدافه:

الفرع الأول : أهمية التصدير

يمثل التصدير أهمية كبيرة في إقتصاديات مختلف الدول وهو أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية. في مدة طويلة من الزمن إعتبره أصحاب النظرية التجارية وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو المرجوة، كما أعتبر طريقة ناجعة لجمع أكبر قدر ممكن من العملة الصعبة، فأهميته كذلك مرتبط ببحجم الإنتاج الذي كلما زاد إضطرت مختلف المؤسسات والشركات إلى مضاعفة الإنتاج قصد تغطية هذه الزيادة في السوق، وللتصدير أهمية تتركز في المزايا التي تحصل عليها الدولة منه.

❖ إن التصدير هو المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي الذي يستفاد منه في تمويل عمليات

الاستيراد من جهة، وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات من جهة أخرى.

❖ إن الصناعات التصديرية قد تحصل على مدخلات من صناعات غير تصديرية، كما أن جزء

من مخرجاتها قد يستخدم في تدعيم صناعات غير تصديرية أيضاً، وهذه العلاقة

التكاملية تؤدي حتماً إلى تطور الصناعات غير التصديرية وتحويلها إلى

صناعات تصديرية في الأجل الطويل. إن التصدير يعني التواجد المستمر في الأسواق الخارجية،

والقدرة على المنافسة، للحصول على أكبر حصة تسويقية، وهذا لتواجد يفرض

على الشركات المصدرة مواكبة الشركات المنافسة لها في الأسواق الخارجية،

من حيث تكنولوجيا الإنتاج، وتطوير المواصفات الفنية، و

استخدام وسائل ترويج أكثر تأثيراً وغيرها، وكل هذه الأمور تنعكس بدورها على

تطوير هيكل الصناعات التصديرية، بشكل مباشر وتطوير هيكل الصناعة ككل بشكل

غير مباشر، وأقرب مثال على ذلك الصناعات الالكترونية اليابانية

التي بدأت تظهر في الأسواق الأوروبية في أوائل السبعينات، ورغم أنها

كانت متوسطة الجودة مقارنة بأمثالها المصنعة في دول أوروبا الغربية

وأمریکا، إلا أن التواجد المستمر في هذه الأسواق أكسب الشركات اليابانية

الخبرة و مكنها من نقل التكنولوجيا الإنتاجية من الدول المنافسة وتطويرها

إلى الأفضل حتى أصبحت الآن الأكثر بيعاً والأكثر تفضيلاً من جانب المستهلك

الأوروبي والأمريكي على حد سواء. وقد انعكس ذلك الأمر على الصناعات الهندسية

الأخرى المنتجة في اليابان، وبدأت تغزو أسواق العالم¹.

¹ مصطفى محمود حسن هلال , التسويق الدولي , كلية التجارة, دار المعرفة الجامعية, مصر, 1997, ص9.

- ❖ التصدير هو المخرج مما تعاني منه الكثير من المؤسسات من فائض في طاقات الإنتاج وفي المخزون نتيجة لمعوقات التسويق المحلي.
- ❖ تنوع الصادرات فضلا عن كونه هدفا بحد ذاته يزيد من تنوع مصادر الدخل الوطني و يدعم الميزان التجاري، ويجلب العملات الأجنبية و يزيد من فرص تشغيل العمالة الوطنية
- ❖ تزداد ضرورة التصدير مع كون المشروعات الوطنية تعتمد إلى حد كبير على استيراد الخامات والمواد و المعدات من الخارج ،و هذا الاستيراد ينبغي أن يقابله تصدير للمنتجات لتعويض آثار التمويل بالعملات القابلة للتحويل.
- ❖ مواجهة ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات ودورها في الاستحواذ على أكبر نصيب في حجم التجارة الدولية.
- ❖ مواجهة التطورات التي شهدتها الأسواق المحلية والعالمية والمنافسة بين الدول المتقدمة وسعي الشركات المتزايد لفتح المزيد من الأسواق الخارجية لتستطيع الصمود في وجه المنافسة القوية¹.
- ❖ ينظر دائما للتصدير على أنه قاطرة النمو الاقتصادي. إضافة إلى ذلك وعلى مستوى المنافسة العالمية، أصبح التصدير يشير إلى مدى امتياز اقتصاد بلد معين بالمردودية والتكلفة الدنيا والجودة، حتى أن مقياس الأداء الاقتصادي والتكنولوجي أصبح في السنوات الأخيرة يعتمد كثيرا على اعتبار قدرات التصدير و خاصة محتوياته التكنولوجية و المقصود بذلك هو طبيعة التكنولوجيا ذاتها، فصنع وتصدير جهاز أوتوماتيكي مثلا يختلف في أهميته وقيمه المضافة عن صنع وتصدير آلة ميكانيكية.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن عملية التصدير يتسرب تأثيرها انطلاقا من تحسين الجودة إلى حدوث تخفيض في تكاليف الإنتاج والتكلفة النهائية، وصولاً إلى احتلال وضعية تنافسية أقوى، وبالتالي الاستحواذ على شريحة سوقية أكبر مما يرفع رقم الأعمال وبالتالي الحصول على أكبر أرباح وتوزيع جزء منها إلى المساهمين و إعادة استثمار الجزء الباقي في نشاطات مختلفة منها البحث التطبيقي أو الإبداع التكنولوجي وبالتالي القدرة

¹ وصاف سعيدي ونحو إستراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير ، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و الممارسة التسويقية المركز الجامعي بشار، 20/21 أبريل 2004.

التصديرية الفعلية لا تتمثل في تصدير أكبر الكميات فحسب، بل في تصدير أكبر كمية من المنتجات التي تتصف بمواصفات تكنولوجية متقدمة¹.

الفرع الثاني : أهداف التصدير

تسعى المؤسسة من خلال نشاطها الى تحقيق مجموعة من الأهداف و المزايا ومنها ما يلي²:

1 الأهداف المرتبطة بالاستراتيجيات التجارية

✓ تجاوز السوق الوطنية المشبعة

✓ توزيع جغرافي للمخاطر

✓ التكيف مع المنافسة

✓ التواجد في السوق الدولية

2 الأهداف المرتبطة بالجانب المالي

✓ الزيادة في رقم الأعمال

✓ رفع هوامش المردودية و الإيرادات المالية

✓ رفع مردودية رؤوس الأموال المستثمرة

✓ تسمح المنافسة من الرفع من فعالية التسيير المالي للمؤسسة

3 الأهداف المرتبطة بتحسين شروط الإنتاج

✓ تحسين قدرات الإنتاج بالمؤسسة

✓ استغلال الامتيازات المتوفرة

✓ خفض الكلفة الإنتاجية

✓ رفع من جهود البحث والتطوير.

المطلب الثالث: أنواع التصدير

يمكن للمؤسسة أن تقوم بعملية التصدير بعدة أشكال ومنها بالشكل المباشر أو غير المباشر أو مشترك ونفصلها كالتالي:

أ/ **التصدير المباشر:** هو دخول الشركة بصورة مباشرة في عمليات التصدير مع تحملها كلف الاستثمار والمخاطرة، ومفترضة بأن العوائد المتحققة من وراء دخولها المباشر يغطي كلف الاستثمار فضلا عن رغبتها في عدم إعطاء حصة من عوائدها المتحققة إلى الوسيط³.

¹ الوكيل محمد السعيد , اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي, ديوان المطبوعات الجامعية, الجزائر, 1994, ص40/28 .

² ناصر دادي عدون , اقتصاد المؤسسة , دار المحمدية العامة , الجزائر , 1999, ص43.

³ ثامر البكري , التسويق (أسس و مفاهيم معاصرة), دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع , عمان , الأردن, الطبعة العربية , 2006, ص280.

وتتم عملية التصدير المباشر من خلال ما يلي¹:

- إنشاء إدارة متخصصة للتصدير ويكون مسؤول عنها مدير المبيعات الخارجية (مدير التصدير) ومجموعة من المساعدين له وهدفهم البحث عن أسواق خارجية من خلال تفاوضهم مع إدارة التسويق في المؤسسة.
- وجود فرع لإدارة المبيعات في الأسواق الخارجية وذلك حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق وجود فعلي لها على أراضي الأسواق الدولية وللتعرف عن كثر على طبيعة هذه الأسواق وحاجات ورغبات الزبائن فيها.
- تعيين مديرين وممثلين في الأسواق الخارجية وتكون مهمتهم السفر للأسواق الدولية
- وكيل أجنبي في السوق الدولية، حيث يقوم بالبيع لصالح المؤسسة نيابة عنها في سوقه الدولية.

ب/ التصدير غير المباشر:

يتم التصدير غير المباشر من خلال أن يقوم الوسيط (وكلاء البيع أو وكلاء التصدير) بشراء المنتج مباشرة من المصنع و من ثم إعادة بيعه إلى دولة أجنبية وتحت اسم وكيل البائع أو وكيل التصدير، وعليه فإن المصدرين غير المباشرين ليس لديهم اتصال مباشر مع المستهلكين في الأسواق الأجنبية². والذي يمكن أن يأخذ الأشكال التالية:

1) التصدير من خلال الاعتماد على وكلاء:

حيث يقوم الوكيل بالبحث عن المشترين في الأسواق الخارجية مقابل حصوله على عمولة.

2) المنظمات التعاونية :

حيث تقوم هذه المنظمات بالتعاون مع الشركات المنتجة للبحث لها عن أسواق خارجية لمنتجاتها وتكون هذه المنظمات تحت سيطرة ورقابة الشركات المنتجة³.

وهذه الطريقة في الدخول للأسواق الخارجية تحقق ميزتين أساسيتين هما:

- أنها تقلص التكاليف المترتبة على الاستثمار لكون الشركة ليست بحاجة إلى إيجاد وتطوير قسم التصدير وإيجاد قوة بيعية للعمل فيه، وتحمل التكاليف الإضافية مقابل ذلك.
- تقليل هذه المخاطرة لأدنى حد ممكن لكون هؤلاء الوسطاء الذين ينبون عن الشركة في التصدير لهم الإلهام والمعرفة الكافية عن الأسواق الخارجية ولذلك فالأخطاء المحتملة بالعمل ستكون قليلة جدا¹.

¹ نظام موسى سويدان ، شفيق إبراهيم حداد ، التسويق (مفاهيم معاصرة)، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان ، الطبعة الأولى 2003، ص363 .

² نظام موسى سويدان ، التسويق المعاصر (مفاهيم جديدة طرأت بعد عامي 2004 و 2007)، دار الحامد للنشر و التوزيع عمان، الأردن، ص 391.

³ نظام موسى سويدان ، شفيق إبراهيم حداد ، مرجع سابق ذكره ، ص363.

ج/ التصدير المشترك أو المنظم :

هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام مشترك للتصدير معا، وهو يشكل أسلوبا فريدا في تنظيم النشاط التصدير، حيث تقوم الشركات بالاشتراك في تنظيم معين لتحسين أنشطتها التصديرية².

¹ ثامر البكري ، مرجع سابق ذكره ، ص 280 .

² رضوان المحمود العمر ، التسويق الدولي ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص 141.

المبحث الثاني: الإطار التطبيقي لمؤسسة الورود

المطلب الأول: إجراءات التصدير بالنسبة لمؤسسة الورود

قبل عملية التصدير تقوم مؤسسة الورود بقيام بالعديد من الإجراءات لسير عملية التصدير بنجاح وهي :

1/ تقوم المؤسسة بإعداد فاتورة مبدئية و ترسلها إلى المستورد في بلد الاستيراد

2/ بعد موافقة المستورد على الفاتورة المبدئية تقوم المؤسسة بإعداد الفاتورة النهائية

3/ توطين الفاتورة النهائية من طرف البنك, ومن إجراءات التوطين ما يلي:

✓ ثلاث نسخ من الفاتورة الأصلية

✓ طلب توطين الفاتورة الأصلية

✓ طلب التصدير.

4/ إعداد شهادة المنشأة ومن إجراءاتها طلب مصادقة على عليها التي توافقها فاتورة موطنة من البنك و معها

نسختان من شهادة المنشأة تحتوي على معلومات المنتج, و إيداعها لدى غرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة للمصادقة عليها

5/ إعداد وثيقة الشحن التي تحتوي على معلومات الناقل للبضاعة المصدرة, و مكان صعود ونزول البضاعة و في الأخير يقوم بمصادقة عليها الناقل و المرسل للبضاعة (المؤسسة المصدرة)

6/ تقوم مؤسسة بإعداد بوليصة التأمين للبضاعة لكي تحميها وتحمي نفسها من الخسائر إذا تم إتلافها أثناء عملية النقل وتسلم هذه الوثيقة إلى ناقل البضاعة .

المطلب الثاني: فوائد التصدير بنسبة للمؤسسة الورود و أهم الأسواق الدولية التي تصدر إليها

1/ فوائد التصدير بنسبة للمؤسسة الورود¹ :

- زيادة في رأسمال مؤسسة الورود
- الوصول إلى المزيد من المستهلكين وبالتالي تزيد إيرباحها
- توسيع دورة حياة المنتجات لأن السوق المحلي مشبع بسلع المؤسسة وبالتالي يمكن تقديمها إلى السوق جديد في دول أخرى
- إمكانية عقد اتفاقيات شراكة مع مؤسسات أخرى
- البحث عنه وكلاء لتمثيل المؤسسة في تلك الدول

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورود .

2/ أهم الأسواق الدولية التي تستهدفها مؤسسة الورد:

- دول شمال إفريقيا: تونس . المغرب - موريتانيا - ليبيا
- دول إفريقيا: السنغال - إثيوبيا - مالي - الكاميرون - جنوب إفريقيا
- دول أوروبية : فرنسا - إسبانيا
- كذلك صدرت في التسعينات إلى بعض دول الخليج و إلى روسيا و المكسيك و كندا.

المطلب الثالث : معوقات التصدير التي تواجهها مؤسسة الورد¹

- غلق الحدود الدولية بسبب أزمة كورونا
- القيود المفروضة على استيراد بعض المواد الأولية
- وجود العديد من العوائق الجمركية
- إشكالية الاعتماد المستندي
- تذبذب السوق الوطنية
- عدم استقرار التشريعات والقوانين
- صعوبة الدخول الأسواق أفريقيا بسبب ضعف وسائل النقل حيث لا يوجد خطوط البرية وجوية كافية للتعامل مع هذه الأسواق
- العراقيل المرتبطة بالإجراءات العلمية لإتمام الصفقات الدولية
- كثرة المتدخلين و الوسطاء

¹ من الوثائق المستخرجة من شركة الورد .

خلاصة

من خلال دراستنا لهذا الفصل اتضح لنا أنه بفضل انتهاج سياسات تصدير تتماشى مع السوق العالمية استطاعت مؤسسة الورود فرض نفسها و احتلال مكانة لها في السوق الداخلية و الخارجية حيث استطاعت أن تطور من منتجاتها لتصديرها حتى يمكنها من اختراق أسواق عالمية جديدة. ونستنتج من دراستنا لمؤسسة الورود أن حجم صادراتها تطور و تزايد في السنوات السابقة و لكن نظرا لوقوع أزمة كورونا جعلها تتوقف عن إتباع إستراتيجية التصديرية لها التي تمنعها من طرح منتجاتها في الأسواق الدولية لزيادة رقم أعمالها التصديري

الخاتمة

حتى تستطيع المؤسسات الاقتصادية الانتقال من المعاملات المحلية إلى المعاملات الخارجية و الدولية و يجب عليها ترقية صادراتها وتنميتها و تنويعها و الدخول إلى الأسواق الدولية و مواجهة العديد من المنافسين كما و يجب عليها أن تعمل باستمرار لتطوير هذا الميكانيزم حسب متطلبات العالمية لتجعل له استراتيجيات من أجل تحقيق أهدافها المستقبلية حيث أصبح التصدير ضرورة حتمية للدخول للأسواق الدولية و حتى تحقق مكان لها في الأسواق العالمية فعليها القيام بتشخيص البيئة التي ستعمل فيها و تحديد حاجات و رغبات المستهلكين و الأسواق التي يرغبون الدخول إليها

ومن خلال ما سبق تطرقنا لدراسة حالة مؤسسة الورود وكيف تصدر منتوجاتها لأسواق الدولية واستخلصنا منها أهم النتائج و التوصيات أبرزها :

النتائج:

- ✓ يخضع نشاط التصدير لمجموعة من الإجراءات و القوانين المتعلقة بالتجارة الخارجية
- ✓ يعتبر التصدير عنصر مهم لزيادة النمو و التوسع للمؤسسة و تحقيق مكاسب أرباح جيدة
- ✓ إن التصدير أصبح عملية مهمة للمؤسسة لأنه يكسب زبائن جدد و كيفية المحافظة عليهم
- ✓ إن التصدير يساهم بنسبة كبيرة لاختراق الأسواق الدولية حيث ساعد المؤسسات بالنمو و الاستقرار في السوق الدولي فالمؤسسة الأكثر تصديرا هي الأكثر قدرة على خلق أسواق جديدة
- ✓ من خلال درستنا نجد أن مؤسسة الورود تسعى جاهدة لتحقيق الأفضل دائما للوصول إلى مستوى المنافسة العالمية
- ✓ تسعى مؤسسة الورود لإثبات وجودها في السوق الدولية و أن تكون الأقوى بين منافسيها و هذا راجع إلى طبيعة منتجاتها ذات الجودة العالمية

التوصيات :

- ✓ الاعتماد على وسائل الدفع الحديثة من أجل تسهيل عملية التصدير
- ✓ تقديم عناية كبرى للقطاع الخاص من طرف الدولة عن طريق تقييم تحفيزات متعددة
- ✓ تخفيض القيود الجمركية مما تساهم في جذب المستورد الأجنبي
- ✓ تقديم تحفيزات للمؤسسة من طرف الدولة لتحسين نوعية منتوجاتها و تحقيق وفورات في الكميات المنتجة
- ✓ يجب أن تقوم دولة الجزائرية على فتح معارض دولية باستمرار لمساعدة على تعريف بالمنتج الجزائري
- ✓ توفير عديد من وسائل النقل لتسهيل عملية نقل البضائع.

نقاط القوة :

- رائدة السوق المحلية في سوق الروائح .
- منتجات ذات جودة عالية .
- شبكة مبيعات وخدمة قوية .

نقاط الضعف :

- الاعتماد الأكبر على منتج واحد بالرغم من وجود العديد من المنتجات الأخرى الأقل نجاحا .
- اعتماد الكبير على الواردات للمواد الخام .
- ارتفاع تكاليف التشغيل .

قائمة المراجع

أ- الكتب ووثائق باللغة العربية:

- 1/ أحمد خليل خليل, معجم المصطلحات الاقتصادية, دار الفكر اللبناني, بيروت, 1997.
- 2/ فريد النجا, التصدير المعاصر و التحالفات الإستراتيجية, الدار الجامعية, الإسكندرية, 2008.
- 3/ مصطفى محمود حسن هلال , التسويق الدولي , كلية التجارة, دار المعرفة الجامعية, مصر, 1997.
- 4 / الوكيل محمد السعيد , اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي, ديوان المطبوعات الجامعية, الجزائر, 1994.
- 5/ ناصر دادى عدون , اقتصاد المؤسسة, دار المحمدية العامة , الجزائر, 1999.
- 6/ ثامر البكري , التسويق(أسس و مفاهيم معاصرة), دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع , عمان ,الأردن, الطبعة العربية , 2006.
- 7/ نظام موسى سويدان , شفيق إبراهيم حداد , التسويق(مفاهيم معاصرة), دار الحامد للنشر و التوزيع , عمان , الطبعة الأولى 2003.
- 8/ نظام موسى سويدان , التسويق المعاصر (بمفاهيم جديدة طرأت بعد عامي 2004 و 2007) , دار الحامد للنشر و التوزيع عمان,الأردن.
- 9/ رضوان المحمود العمر , التسويق الدولي , دار وائل للنشر و التوزيع , عمان , الأردن , الطبعة الأولى , 2007.

ب- مذكرات الماجستير:

- 1/ بلقطة براهيم,آليات تنويع و تنمية الصادرات خارج المحروقات أثرها على النمو الاقتصادي , دراسة حالة الجزائر,مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية,جامعة حسيبة بن بوعلي,الشلف,2008/2009.
- 2/ الجبارية كحيلي , دور استراتيجية التصدير في تحسين الأداء المؤسسي,دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوضيب و تصدير التمور طوالة,مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير,جامعة محمد خيضر , بسكرة2014/2015.

ج- الملتقيات و المؤتمرات :

- 1/ وصاف سعيدي ,نحو إستراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير , ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و الممارسة التسويقية المركز الجامعي بشار,20/21أفريل 2004.

د- مواقع الانترنت :

- 1/ موقع مؤسسة الورود : www.wouroud.com