



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

بعنوان:

دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات خارج المحروقات بالجزائر

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

- خضير عقبة

إعداد الطالبات:

- الشاهد كلثوم

- بوطالبي وفاء

- برحمون نور الهدى

لجنة المناقشة:

رئيسا

مشرفا

مناقشا

أستاذ محاضر جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

أستاذ محاضر جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

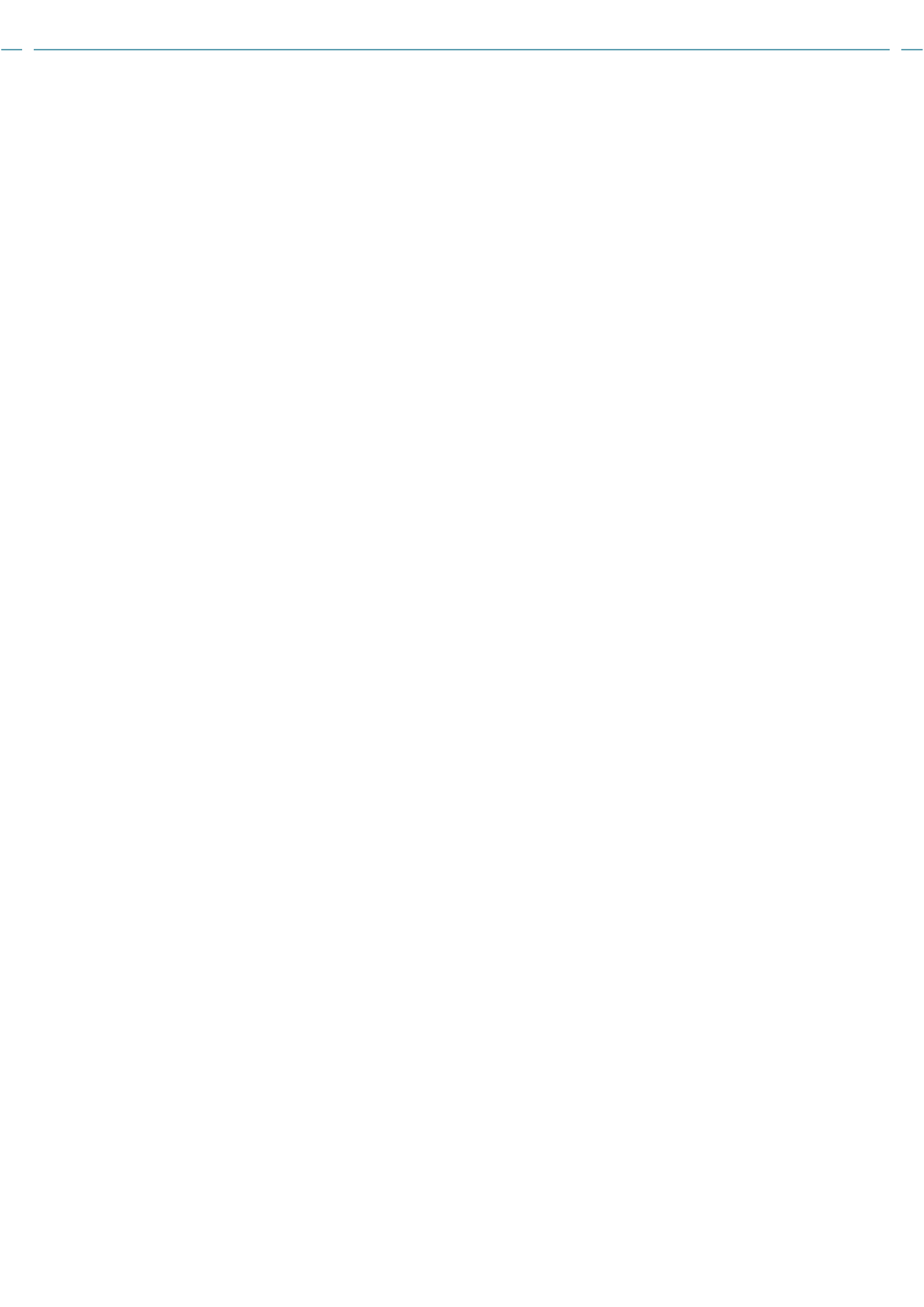
أستاذ محاضر جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

د. عيشوش الحافظ

د. خضير عقبة

د. عبيدلي عبد القادر

الموسم الجامعي: 2024/2023







الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

بعنوان:

هيئات دعم التصدير كألية لترقية الصادرات خارج المحروقات بالجزائر

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

- خضير عقبة

إعداد الطالبات:

- الشاهد كلثوم

- بوطالبي وفاء

- برحمون نور الهدى

لجنة المناقشة:

رئيسا

مشرفا

مناقشا

أستاذ محاضر جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

أستاذ محاضر جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

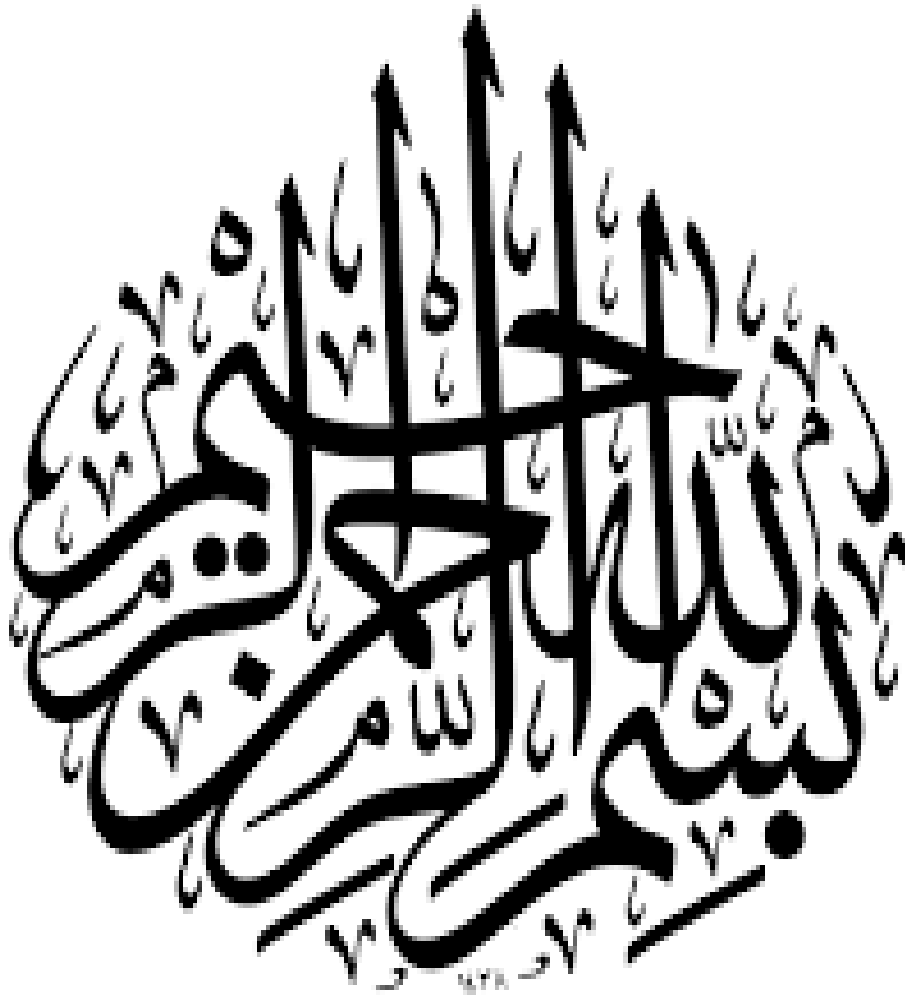
أستاذ محاضر جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

د. عيشوش الحافظ

د. خضير عقبة

د. عبيدلي عبد القادر

الموسم الجامعي: 2024/2023





الإهداء

اهدي ثمرة هذا الجهد إلى

ابي وامي حفظهما الله وأطال عمرهما
إلى باعثة العزم والإرادة صاحبة البصمة
الصادقة في حياتي بولجمار فهيمة وزوجها

يوسف عبديش

إلى من ساندني وصبر معي ولم يبخل

عليا بالتوجيهات

والنصائح والتشجيع خالد بوسلطان

كلثوم

الإهداء

إن قاطرة بحثي هذا قد مرت بالعديد من العوائق والصعوبات،
وعلى الرغم من هذا فأني حاولت أن أتخطى كل هذه العقبات
والصعوبات بثبات شديد بفضل الله سبحانه وتعالى.
ومع كل هذا قررت أن أتغلب على هذه الصعوبات
بإيمان راسخ بالله العظيم.

إلى من شجعني على المثابرة طوال مسيرة العملية والعلمية،
إلى الرجل الأبرز في حياتي شمعة ومصباح طريقي زوجي الغالي
إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المستنير؛ فلقد كان له
الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي (والدي الحبيب)،
أطال الله في عُمره.

إلى من علمتني النجاح والصبر، إلى (والدتي الحبيبة)
إلى فلذات كبدي ومستقبلي محمد البشير وآدم
إلى من بذلوا جهداً في مساعدتي وكانوا خير سندٍ (إخواني وأخواتي)
إلى رفيقاتي في رسالتي هذه عذرا إذا بدأ مني أي تقصير
إلى أسرتي إلى أصدقائي وزملائي
إلى كل من ساهم ولو بحرف في حياتي الدراسية....

إلى كل هؤلاء: أهدي هذا العمل، الذي أسأل الله تعالى أن يتقبله خالصاً...
لن أنسى أساتذتي، لقد قدموا لي النصيحة، وهم لا ييخلون بمعرفتهم ووقتهم.
في هذه أطروحة التخرج، كهدية خاصة لكم،
لأعبر لكم عن أعمق احترامي وامتناني
وفاء

الإهداء

إلى أبي

وقدوتي في الحياة فهو من علمني كيف أعيش بكرامة وشموخ

إلى أمي

الحنونة ومثال التفاني والعطاء،

أطال الله في عمرهما.

إلى زوجي العزيز ورفيق دربي،

إلى أخواتي كل باسمها،

إلى جميع الأصدقاء وكل من تلقيت منه نصح أو دعم

اهدي إليكم بحثي العلمي.

نور الهدى

شكر وتقدير

نشكر الله عز وجل على توفيقه لنا على إتمام هذا العمل، ولا يسعنا في هذا المقام إلى أن نتقدم ونتوجه بعظيم الشكر والامتنان إلى أستاذنا الفاضل

"عقبة خضير"

والذي قبل الإشراف على هذه المذكرة، وعلى نصائحه القيمة وتشجيعه، وتوجيهاته، وحرصه على إتمام العمل، فلك منافق التقدير والاحترام

كما لا تفوتنا في هذا المقام أن نتقدم بالشكر إلى مسير مؤسسة بوطي وبودراع لما قدمه من معلومات لإثراء هذا العمل

كما نتوجه بالشكر الخالص إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة. لتكرمهم بقبول مناقشة هذه الرسالة وعلى ما سيقدمونه من ملاحظات وتوجيهات والتي لن تزيد هذا العمل إلا إثراءً واتقاناً وجمالاً

دون أن ننسى كل من مد لنا يد العون من قريب أو من بعيد

الطالبات

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على دور هيئات ترقية التصدير في تعزيز وتطوير الصادرات خارج قطاع المحروقات ، و أهم الاستراتيجيات والتدابير التي اتخذتها الدولة الجزائرية في هذا الإطار خاصة بعد توجه الجزائر إلى إعداد اقتصادها لفترة ما بعد النفط من خلال مجموعة من الخيارات، أهمها التوجه نحو رسم سياسة اقتصادية تنطلق من ترقية الصادرات خارج المحروقات، وهو ما يستوجب تشجيعا للاستثمارات الأجنبية المباشرة بهدف تنويع فرص الجزائر في الإنتاج والتصدير وكذا رفع مستوى الجودة والتنافسية للمنتجات المصدرة، والتأثير الإيجابي على تحقيق وتعزيز النمو الاقتصادي ومن توصيات الدراسة ضرورة تقديم تسهيلات بنكية لتمويل المستثمرين الوطنيين ودعم الإنتاج الوطني والاهتمام بمجال زراعة وإنتاج التمور في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التصدير، هيئات دعم الصادرات، الصادرات خارج قطاع المحروقات.

Abstract

This study aims to shed light on the role of export promotion bodies in promoting and developing exports outside the hydrocarbons sector, and the most important strategies and measures taken by the Algerian state in this context, especially after Algeria moved to prepare its economy for the post-oil period through a set of options, the most important of which is moving toward Drawing up an economic policy based on promoting exports outside of hydrocarbons, which requires encouraging direct foreign investments with the aim of diversifying Algeria's opportunities in production and export, as well as raising the level of quality and competitiveness of exported products, and having a positive impact on achieving and enhancing economic growth. Among the recommendations of the study is the necessity of providing banking facilities to supply national investors and support production. National interest in the field of cultivation and production of dates in Algeria.

Keywords: export strategy, export support institutions, exports outside the hydrocarbon sector.

الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	الإهداء
	الشكر
	الملخص
I	الفهرس
III	فهرس الجداول
IV	فهرس الأشكال
V	قائمة الملاحق
VI	قائمة الرموز والاختصارات
أ-ج	المقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للتصدير	
5	تمهيد الفصل الأول
6	المبحث الأول: ماهية التصدير
6	المطلب الأول: تعريف التصدير
7	المطلب الثاني: أهمية وأهداف التصدير
9	المطلب الثالث: أنواع التصدير
11	المطلب الرابع: دوا فع إجراءات التصدير
14	المبحث الثاني : استراتيجيات التصدير
14	المطلب الأول: مفهوم استراتيجية التصدير
14	المطلب الثاني: أنواع استراتيجية التصدير
15	المطلب الثالث: دور التصدير في تحسين الأداء المؤسسي
17	المطلب الرابع: التصدير كاستراتيجية لاختراق الأسواق الدولية
23	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: الأجهزة الداعمة للتصدير في الجزائر	
25	تمهيد الفصل الثاني
26	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لهيئات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات
26	المطلب الأول: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX
28	المطلب الثاني: شركة الجزائرية للتأمين CAGEX
30	المطلب الثالث: الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX
31	المطلب الرابع: هيئات أخرى لدعم نشاط التصدير في الجزائر
33	المبحث الثاني: سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر
33	المطلب الأول: اليات ترقية الصادرات الجزائرية
43	المطلب الثاني: واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر
46	المطلب الثالث: مجالات تنوع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر
49	المطلب الرابع: حوافز، معوقات وتحديات ترقية الصادرات الجزائرية
53	خلاصة الفصل الثاني

الفصل الثالث: احد مظاهر تشجيع التصدير في الجزائر نموذج لشركة تصدير التمور بوطي بودراع تقرت	
55	تمهيد الفصل الثالث
56	المبحث الأول : تقديم عام لشركة بوطي وبود راع للتصدير
56	المطلب الأول: لمحة تاريخية عن الشركة
56	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة
58	المطلب الثالث: مجال نشاط وسوق المؤسسة
59	المطلب الرابع: مراحل إعداد المنتج الموجه للتصدير لشركة بوطي بود راع
64	المبحث الثاني : إستراتيجية التصدير لشركة بوطي وبودراع وامتيازات الهيئات الداعمة لها
64	المطلب الأول: إستراتيجية شركة بوطي وبود راع لغزو الأسواق الدولية
67	المطلب الثاني: الامتيازات الممنوحة للشركة من طرف كاجاكس
67	المطلب الثالث: اثر كاجاكس على تعويض خسائر صادرات المؤسسة
69	المطلب الرابع: ضمان قرض صادرات الشركة
75	خلاصة الفصل الثالث
77	الخاتمة
80	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجداول	الرقم
39	الفرق بين وثيقة التامين الشاملة والفردية	الجدول 1
44	تطور الصادرات الجزائرية 2010 إلى 2020 (الوحدة مليار دولار أمريكي)	الجدول 2
46	هيكل الصادرات خارج المحروقات (الوحدة مليون دولار أمريكي)	الجدول 3
58	منطقة وصنف تموين التمور وخصائصه	الجدول 4
60	عملية التكيف بالمؤسسة	الجدول 5
60	عملية التخزين لأكثر من سنة	الجدول 6
65	تطور هيكل صادرات شركة بوطي بود راع للفترة (2019 - 2023)	الجدول 7
66	رقم أعمال المؤسسة	الجدول 8
68	صادرات التمر لشركة بوطي بود راع إلى شركة برولين لسنتي النشاط (2019 - 2020)	الجدول 9

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
9	التصدير المباشر	الشكل 1
10	التصدير غير مباشر	الشكل 2
29	البنوك وشركات التأمين المساهمة في كاجاكس	الشكل 3
42	المخاطر التي يتم تأمينها من قبل هيئات دعم الصادرات	الشكل 4
58	الهيكل التنظيمي لشركة بوطي وبود راع لتصدير المواد الزراعية الغذائية	الشكل 5
59	النسب المتوية لأسواق مؤسسة بوطي بودراع	الشكل 6

قائمة الملاحق

الملاحق 01	الاشهار القانوني لشركة بوطي بودراع
الملاحق 02	نموذج طلبية
الملاحق 03	ترخيص عملية التكييف
الملاحق 04	نموذج طلب التوطن البنكي
الملاحق 05	الفاتورة التجارية
الملاحق 06	نموذج إقرار بالموافقة على التوطن
الملاحق 07	تعهد بالتسوية
الملاحق 08	مستند التوطن
الملاحق 09	وثيقة التسوية
الملاحق 10	اتفاقية CAGEX

قائمة الرموز والاختصارات

الرمز	المعنى باللغة الأجنبية	المعنى باللغة العربية
ALGEX	L'agence nationale pour la promotion du commerce extérieur	الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
CAGEX	La Compagnie Algérienne d'Assurance de garantie des exportations	شركة الجزائرية للتأمين كهيئة داعمة للنشاط التصدير
SAFEX	Société algérienne des foires et exportations	الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير
CACI	Chambre algérienne de commerce et d'industrie	الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة
PROMEX	L'office algérien de promotion du commerce extérieur	الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية
FSPE	Fonds spécial pour la promotion des exportateurs	الصندوق الوطني للدعم الصادرات
IBS-	Impôt sur les bénéfices des sociétés	الضريبة على أرباح الشركات
TVA	La taxe sur la valeur ajoutée	الرسم على القيمة المضافة
VF	La valeur forfaitaire	الإعفاء من الدفع الجزائي
TAP	La taxe sur l'activité professionnelle	الرسم على النشاط المهني
SARL	Société à responsabilité limitée	مؤسسة ذات مسؤولية محدودة
COFACE	La Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur	الشركة الفرنسية لتأمين التجارة الخارجية
SACE	Company specialize in short term credit insurance	الهيئة الإيطالية لتأمين القرض عند التصدير
CCLS	Coopérative des céréales des légumes secs	تعاونية الحبوب والبقول الجافة
COTUNACE	La Compagnie tunisienne pour l'assurance du commerce extérieur	والشركة التونسية لتأمين التجارة الخارجية

المقدمة

تمهيد

تلعب التجارة الخارجية دورا فعالا في تحريك عجلة النمو الاقتصادي، فهي إحدى الأجزاء الهامة في النشاط الاقتصادي لأي بلد، والتي تسمح بتدفق السلع والخدمات وانتقال رؤوس الأموال بين البلدان، من خلال تصريف الفائض من الإنتاج للخارج والحصول على الموارد الضرورية النادرة في البلد، مما يسمح بزيادة الدخل واحتياط الدولة من العملة الصعبة، بحيث أصبحت عملية التبادل التجاري ضرورة ملحة للاندماج مع العالم الخارجي.

فاحتلت تنمية الصادرات مكانة كبيرة في حيز اهتمام الدول والجزائر كمثيلا لها سعت ومنذ استقلالها إلى دفع عجلة النمو وتحقيق تنمية متوازنة وشاملة تتكيف مع الإمكانيات المتوفرة لديها خاصة قطاع الفلاحة، الذي يعد من القطاعات التي أولتها الدولة اهتماما بالغا من خلال تأهيله وترقيته، وذلك عن طريق توظيف الموارد الطبيعية أو لموا رد البشرية بحيث يترتب عن ذلك ارتفاع في حجم الناتج الزراعي ومن ثم تحقيق الاكتفاء الذاتي والانفتاح على التصدير، واقتحام الأسواق الخارجية حيث اهتمت بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بغية خلق منظومة مؤسسية تستجيب لجميع التغيرات الجذرية التي تفرضها التعاملات الاقتصادية، وبالخصوص في مجال التصدير خارج المحروقات، وهذا من خلال محاولة الارتقاء بهذه المؤسسات على جميع الأصعدة والتي لها دورا هاما وأساسيا في النهوض باقتصاديات الدول، وذلك بحكم أنها تمثل الحصة الكبرى في تكوين القطاعين الخاص والعام كما أنها تمثل المصدر الرئيسي للأفكار الجديدة والاختراعات لذلك فهي تسعى إلى تحقيق النجاح في عملياتها وأنشطتها.

وبناء على ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

1. إشكالية البحث الرئيسية:

- ما هو دور هيئات ترقية الصادرات خارج إطار المحروقات في الجزائر؟

(ب) الأسئلة الفرعية: ولتسهيل الإجابة يمكننا أن نُثير مجموعة من الأسئلة الجزئية:

1- ماهي أهمية التصدير وأهدافه؟

2- ما هو الدور الذي تلعبه هيئات دعم الصادرات؟

3- إلى أي مدى ساهم تنوع الصادرات في زيادة الإنتاج الوطني؟

4- هل تمثل التمور خيار استراتيجي في التصدير للجزائر؟

فرضية البحث: من أجل معالجة الإشكالية المطروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- 1- تساهم استراتيجية التصدير في اختراق السوق الدولي من خلال فتح اسواق جديدة بالنمط او الاسلوب الذي تلتزمه الدول في تحريك تنميتها الاقتصادية.
 - 2- تلعب الهيئات الداعمة للصادرات دورا بالغ الأهمية في الالمام بكافة المعلومات حول المتعاملين الدوليين بهدف تسهيل وإتمام إجراءات التصدير .
 - 3- تساهم ترقية الصادرات في تنشيط و تنويع الصادرات خارج المحروقات وبالتالي التنويع في الإنتاج.
 - 4 - تعتبر استراتيجية تصدير التمور منفذ أساسي للمنافسة في السوق الدولية لاعتباره من اهم المنتجات الزراعية التي تمتلك فيه الجزائر ميزة تنافسية من حيث الإنتاج سواء من خلال الجودة والتنوعية.
- أسباب اختيار الموضوع: فقد قمنا باختيار هذا الموضوع وذلك لما توليه الدولة من اهتمام للصادرات البديلة خارج قطاع المحروقات، لاعتبارها أحد الحلول للخروج من التبعية لقطاع المحروقات، وذلك عن طريق ترقية ودعم الصادرات.

هدف الدراسة:

- محاولة الإلمام بأهم المفاهيم النظرية للتصدير.
- تسليط الضوء على أهم الاستراتيجيات والتدابير التي اتخذتها الدولة الجزائرية في إطار سياسة دعم وترقية. صادراتها خارج قطاع المحروقات.
- دراسة تجربة تصدير منتج خارج قطاع المحروقات والمتمثل في التمور.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: تتناول هذه الدراسة الهيئات والهياكل الداعمة للتصدير في الجزائر.
- الحدود الزمنية: تتناول الدراسة الفترة الزمنية الممتدة ما بين 2010 و 2023.

أهمية البحث: تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوعا حساسا لتحقيق التنمية الاقتصادية لا سيما تحقيق الأمن الغذائي وتصدير الفائض للخارج، وهذا في إطار جهود ترقية الصادرات الفلاحية الجزائرية وأهمها التمور.

المنهج المستخدم في الدراسة: تحددت المناهج البحثية التي اعتمدت في بحثنا بناء على طبيعة وطريقة معالجة الإشكالية الرئيسية؛ وقد اعتمدنا للإجابة عن إشكالية الدراسة المنهج التحليلي والوصفي الذي أنصب على مسار استراتيجية التصدير وأجهزة ترقية الصادرات ودراسة لمؤسسة بوطي بود راع المصدرة للتمور كنموذج.

صعوبات البحث: تتلخص الصعوبات التي واجهتنا في هذا البحث في:

- صعوبة إيجاد هيئات أخرى للدراسة الميدانية للمقارنة بين مؤسستين أو أكثر.

هيكل البحث:

حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى مفهوم التصدير، أهمية التصدير والإجراءات والمستندات اللازمة، خطوات التصدير، وغيرها من المفاهيم الأخرى التي سيتم التطرق إليها من خلال تحديد ماهية التصدير وأنواعه وتأثيره على النمو الاقتصادي وركزنا على أهم إجراءات ومستندات عملية التصدير.

أما الفصل الثاني فسلطنا الضوء على أهم هيئات ترقية التصدير وتحديد دور الذي تلعبه كل هيئة إضافة إلى الإجراءات التي وضعتها الحكومة الجزائرية لتشجيع الصادرات خارج المحروقات وانعكاساتها على عمليات التصدير ومواجهة التحديات الراهنة. على سبيل المثال، تم إنشاء الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (CAGEX) التي تتمثل مهمتها في ضمان المخاطر التجارية والسياسية ومرافقة المصدرين الجزائريين وتأمين المعارض وتغطية الديون وتسهيل الحصول على التمويل من اجل دعم الصادرات.

وخصصنا الفصل الثالث لدراسة ميدانية لشركة بوطي بودراع لتصدير المواد الزراعية الغذائية التمور كإحدى مظاهر تشجيع التصدير في الجزائر حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تقديم عام للشركة أما المبحث الثاني فتضمن استراتيجيات الشركة وامتيازات هيئة كاجاكس لها.

أما خاتمة البحث فتضمنت ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مدعمين إياها باقتراحات نظرية علّها تكون إضافة علمية وعملية في هذا المجال.

وما التوفيق والسداد إلا من عند الله وحده

الفصل الأول
الإطار النظري للتصدير

تمهيد:

يعتبر التصدير احد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية، كما يعد وسيلة فعالة لتحقيق معدلات نمو مرجوة، وطريقة ناجعة لجمع أكبر قدر ممكن من العملة الصعبة، وذلك لكونه مورد هام من موارد العملة الصعبة، فالقطاع التصديري حظي باهتمام كبير في الفكر الاقتصادي ولمدة من الزمن، حيث اعتبره التجاريون بأنه الوسيلة الفعالة لتحقيق النمو، مع تحصيل كميات مهمة من العملة الصعبة التي كانت تتمثل آنذاك في المعدن الثمين، فيعتبر التصدير نشاط اقتصادي مهم في سير نشاط المؤسسة من حيث توفير المواد الرئيسية المستعملة في عملية الإنتاج والغير متوفرة في السوق المحلي وبالنسبة للتصدير فهو يفتح المجال أمام المؤسسة للدخول في الأسواق الدولية وعرض منتجاتها وتصرف الفائض من السلع والخدمات، ولنتعرف أكثر على عملية التصدير سنقوم بالتطرق لها في هذا الفصل من خلال المبحثين التاليين:

– المبحث الأول: ماهية التصدير

– المبحث الثاني: استراتيجيات التصدير

المبحث الأول: ماهية التصدير

يعد التصدير ركيزة تنموية فعالة، ومصدر هام لدخل الدول بفتح أسواق جديدة لمنتجاتها، وهو مؤشر على جودة الصناعة والزراعة في الدول، إذ يعتبر نشاط التصدير استراتيجية هامة لتحقيق اقتصاد متين، وهذا ما يستدعي العمل على ترفيقته ودعمه وتطويره والرفع من قدرته على منافسة الأسواق العالمية.

المطلب الأول: تعريف التصدير

التعريف الأول: يعرف التصدير على أنه " أحد أشكال الدخول إلى الأسواق الدولية وأبسطها، وهو يمثل قيام شركة ببيع بضاعتها في الأسواق الخارجية، إما بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة، وذلك بالاعتماد على مؤسسات تسويقية أخرى."¹

التعريف الثاني: "التصدير هو عملية تحويل سلعة أو خدمة من عون مقيم إلى عون غير مقيم بمعنى من مواطن حقيقي إلى شخص أجنبي".²

التعريف الثالث: ويعرف التصدير أيضا بأنه عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته دولة إلى الدول التي تعاني نقص في الإنتاج وهو عملية عبور السلع والخدمات من الحدود الوطنية.³

التعريف الرابع: على أنه: "تلك العمليات التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يؤديها بصفة نهائية المقيمون وغير المقيمين في البلد".⁴

وكتعريف أدق يمكن القول بأن التصدير هو عبارة عن بيع للمنتجات من دولة لأخرى وفق نظام معترف به وقوانين ونظم تدعم الاستيراد من جانب الدولة المستهلكة والتصدير من جانب الدول المصدرة، إذ يكتسي نشاط التصدير أهمية كبيرة في اقتصاديات مختلف الدول، وهو أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية فهو يعتبر وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو المرجوة، كما أنه يعتبر طريقة ناجعة لجمع أكبر قدر ممكن من العملة الصعبة.⁵

¹ هاني حامد الضمور - أحمد محمود زامل، التسويق الدولي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2013 ص 23.

² سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية، مدخل استراتيجي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 40.

³ وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية، استراتيجية الصادرات المصرية، السنة الأولى، أغسطس 2001، ص 04.

⁴ بن شني عبد لقادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية لطلبة سنة ثالثة تخصص: تجارة دولية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2021-2022م، ص 40.

⁵ وثام بغياني تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، العدد 13، 2019، ص 11.

وفي ذات السياق، يمكن تقديم مفهوم للتصدير على المستويات التالية:

- على مستوى المؤسسة: "هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته المؤسسة إلى الأعوان الخارجية".
- على المستوى الوطني: "هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته دولة إلى الدول التي تعاني من نقص في الإنتاج، وهو عملية عبور السلع والخدمات من الحدود الوطنية"¹
- ومنه نستنتج أن التصدير يعتمد على جزء كبير منه على صناعة الشحن حيث أن لكل منتج طريقة التصدير الخاصة به، فمثلاً تصدير الحديد والصلب يختلف في طريقة وأسلوب شحنه عن تصدير الأسماك المحاصيل الزراعية والورود على سبيل المثال.

المطلب الثاني: أهمية التصدير وأهدافه

أولاً: أهمية التصدير

تتركز أهمية التصدير في المزايا التي تحصل عليها الدولة منه في ثلاث محاور أساسية ومنها نذكر:

- يعتبر التصدير 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 التواجد يفرض على الشركات المصدرة مواكبة الشركات المنافسة لها في الأسواق الخارجية، من حيث تكنولوجيا الإنتاج وتطوير المواصفات الفنية، واستخدام 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 بمثيلاتها المصنعة في دول أوروبا الغربية وأمريكا إلا أن التواجد المستمر في هذه الأسواق أكسب الشركات اليابانية الخبرة ومكنها نقل التكنولوجيا الإنتاجية من الدول المنافسة وتطويرها إلى الأفضل حتى أصبحت الآن الأكثر بيعاً والأكثر تفضيلاً من جانب المستهلك الأوروبي

¹ منصف بوعزيلة - رمزي زراري، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر 2010-2018، كلية العلوم التجارية، جامعة قلمة، 2020-2021، ص 39

والأمريكي على حدّ سواء. وقد انعكس ذلك الأمر على الصناعات الهندسية الأخرى المنتجة في اليابان، وبدأت تغزو أسواق العالم.

-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 كثيراً على اعتبار قدرات التصدير وخاصة محتوياته التكنولوجية، والمقصود بذلك هو طبيعة التكنولوجيا ذاتها، فصنع وتصدير جهاز أوتوماتيكي مثلاً يختلف في أهميته وقيّمته المضافة عن صنع وتصدير آلة ميكانيكية.¹ ومن خلال ما سبق نستنتج أنّ عملية التصدير يتسرب تأثيرها انطلاقاً 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 وإعادة استثمار الجزء الباقي في نشاطات مختلفة منها البحث التطبيقي أو الإبداع التكنولوجي، وبالتالي القدرة التصديرية الفعلية لا تتمثل في تصدير أكبر الكميات فحسب، بل في تصدير أكبر كمية من المنتجات التي تتصف بمواصفات تكنولوجية متقدمة.

ثانياً: أهداف التصدير² حيث تتركز أهدافه فيما يلي:

1.2- أهداف مرتبطة بالاستراتيجية التجارية:

- ✓ تجاوز السوق الوطنية المشبعة.
- ✓ توزيع جغرافي للمخاطر.
- ✓ التكيف مع المنافسة.
- ✓ التواجد في السوق الدولية.

2.2- أهداف مرتبطة بالجانب المالي:

- ✓ الزيادة في رقم الأعمال.
- ✓ رفع هوامش المرودودية والإيرادات المالية.

¹مصطفى محمود حسن هلال، التسويق الدولي، كلية التجارة، د. د ب س، ص 09.

²حفايضية يمينه -برقوق صبرينة، ترقية الصادرات خارج المحروقات ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية -حالة الجزائر 2004-2017، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية التجارة، جامعة 08 ماي 1945، ص 04.

✓ رفع مردودية رؤوس الأموال المستثمرة.

✓ تسمح المنافسة من الرفع من فعالية التسيير المالي للمؤسسة

✓ الرغبة في الحصول على العملة الصعبة.¹

-3.2 أهداف مرتبطة بتحسين شروط الإنتاج:

✓ تحسين قدرات إنتاج المؤسسة.

✓ استغلال الامتيازات المتوفرة.

✓ خفض التكلفة الإنتاجية.

✓ الرفع من قيود البحث والتطوير.²

المطلب الثالث: أنواع التصدير

هناك عدة أنواع للتصدير منها: تصدير مباشر وتصدير غير مباشر وتصدير مشترك.

1_ المباشر التصدير: Direct Export

يتطلب التصدير المباشر وجود صلة مباشرة بين المؤسسة المنتجة والمصدرة في نفس الوقت (الطرف البائع) والمؤسسة المستفيدة (الطرف المشتري) خارج البلد الأصلي للمؤسسة المصدرة دون الاستعانة بخدمات الوسطاء، هذه العملية تتضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): التصدير المباشر



المصدر: من إعداد الطالبات

¹لكحل روميصة - شعلال بشرى , دور التصدير في اختراق الأسواق الدولية, مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية التجارة, جامعة ميلة , 2022-2023 ص41.

²حفايضية بمينه -برقوق صبرينة , نفس المرجع, ص04.

كما يفيد التصدير المباشر في تعميق معرفة وخبرة المؤسسة بالأسواق الدولية، ويتم بإحدى السبل التالية:¹

- ✓ إنشاء قسم التصدير للأسواق الخارجية: وهذا يتطلب من المؤسسة إنشاء قسم التصدير ليقوم بكافة مهام التصدير.

- ✓ إنشاء فروع في الأسواق الخارجية: حيث تقوم المؤسسة بإنشاء فروع في السوق الأجنبي يتولى مهام التصدير والتوزيع في ذلك السوق، وهذا ما يسمح للمؤسسة بتحقيق رقابة على نشاطاتها في السوق الخارجية.
- إرسال مندوبي بيع للخارج حيث يتولون عملية البحث عن العملاء في الأسواق الأجنبية، وذلك للتفاوض معهم بشأن عقد صفقات البيع.

* طرق التصدير المباشر:

- ✓ التصدير المباشر بدون دعم من الخارج.
- ✓ البيع عن طريق فروع الشركة في الخارج.
- ✓ الممثل التجاري وهو شخص من دولة ما أو شركة ما بدولة أجنبية.
- ✓ الوكيل التجاري وهو مندوب لشركة ما بغية التفاوض على بعض العمال تحت اسم هذا المشروع.²

2. التصدير غير المباشر: Indirect Export

يعد التصدير غير المباشر الطريقة الأكثر شيوعا في اقتحام الأسواق الخارجية، ويقصد به: "ذلك النشاط الذي يترتب على قيام مؤسسة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد محلي يتولى عملية تصدير المنتج إلى الأسواق في الخارج سواء كان المنتج في شكله الأصلي بشكله المعدل"، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2): التصدير غير مباشر



المصدر: من إعداد الطالبات

1. بن لحوش صراح، تشجيع الصادرات خارج المحروقات دراسة حالة ماجستير، المرجع السابق، ص21.

2. زير ريان، أثر ترقية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي-دراسة حالة الجزائر- الفترة، 2004-2005 مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2014-2015، ص.54.

يطبق هذا النوع من التصدير عادة على المؤسسات حديثة العهد بالتصدير إلى الأسواق الخارجية، وذلك لأنها تتضمن أقل استثماراً وأقل مخاطرة، وهذا النوع لا يكلف المؤسسة أي تعيين لأيدي عاملة في الخارج، فالوسط التجاري لديه معرفة كافية بأحوال السوق الأجنبي وطريقة التعامل في الأسواق الأجنبية المستهدفة خارجياً¹. كما يتم أيضاً عن طريق وكلاء التوزيع وشركات متعددة الجنسية وفروعها والمشروعات المشتركة، وعمليات البناء والتشغيل وغيرها من صيغ إدارة الأعمال الدولية، وقد يأخذ التصدير غير المباشر أشكالاً أكثر تعقيداً وتشابكاً عن الصور البسيطة التي تم عرضها في الشكل أعلاه.

* طرق التصدير غير المباشر: شركات التجارة الخارجية: في الواقع ليس لدى هذه الشركات كافة التوجيهات والإمكانيات لامتلاك جملة الكفاءات اللازمة للتصدير إذ لا بد لها من امتلاك شركات لبيع منتجاتها في الخارج².

3- التصدير المشترك (المنظم):

هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام خاص أو مشترك للتصدير معاً إنه يشكل أسلوباً فريداً في تنظيم النشاط التصديري، حيث تقوم شركات الأعضاء بالاشتراك في تنظيم معين بهدف تحسين أنشطتها التصديرية يمكن أن يظهر هذا الأسلوب بأشكال قانونية (مثل الاتحاد التصديري المحمول Piggy back، تجمع استكشاف الأسواق....). وترجم أهدافاً محددة تبدأ من الحصول على المعلومات عن الأسواق وحتى البيع للمنتجات في إطار شركة تجارية. يمكن التحدث عن الاتحاد التصديري عندما تكون مهمة الاتحاد متعلقة بمستوى استكشاف الأسواق والترويج و شحن البضاعة في مجال التوزيع نتحدث بدقة عن أسلوب الحمل (التصدير المحمول)³.

المطلب الرابع: دوافع وإجراءات التصدير

أولاً- دوافع التصدير: يمكن تحديد دوافع التصدير بالآتي⁴:

- ✓ تشجيع إدارة المؤسسة على ممارسة نشاط التصدير.
- ✓ تحقيق مردود مناسب من تسويق المنتج في الأسواق الخارجية.
- ✓ الاستفادة من وفورات الحجم الكبير في التسويق.
- ✓ الاستفادة من التمييز بتسويق منتج وحيد وتكنولوجيا متميزة في إنتاجه وتشغيله.
- ✓ تنويع مخاطر الدخول إلى الأسواق الخارجية.

¹ عزوزي عواطف، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة، 2010، ص 81.

² زير ريان، أثر ترقية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي-دراسة حالة الجزائر - الفترة 2004-2005 مذكرة ماستر في العموم التجارية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2015، ص 54، 55.

³ رضوان محمود العمر، التسويق الدولي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2001م، ص 313.

⁴ صديق محمد عفيفي، التسويق الدولي نظم التصدير والاستيراد، وكالة المطبوعات الجامعية، الكويت، 1973، ص 61.

- ✓ تصريف خارجي لسلع موسمية الإنتاج والاستخدام.
 - ✓ تشغيل طاقات وموارد فائضة ومعطلة.
 - ✓ اغتنام فرص تسويقية خارجية تحقق مردوداً مشجعاً للاستفادة منه.
 - ✓ صغر السوق المحلية غير القادرة على استيعاب السلع المنتجة محلياً.
 - ✓ تدهور الطلب في السوق المحلية وإقدام المؤسسة على ايجاد منافذ خارجية لتصريف منتجاتها.
- ثانياً- إجراءات التصدير:

يمر التصدير بعدة مراحل وإجراءات تقوم بها المؤسسة نلخصها فيما يلي¹:

المرحلة الأولى: مرحلة المناقصات والتفاوض بين المصدر والمستورد

وهي إجراء المفاوضات الأولى بين المصدر، والمستورد، بشأن البضائع المصدرة، سواء عبر الهاتف أو وجهاً لوجه

مكتوبة أو مسجلة، وذلك بتقديم نموذج عرض للحصول على موافقة الطرفين والتي تحدد ما يلي:

1- مصطلحات التجارة الدولية، "تحديد طريقة التسليم" من أجل استخدام لغة مشتركة في نموذج مقترح التصدير أو النموذج الأولي، من الضروري تحديد نماذج التسليم ومصطلحات التجارة الدولية (Incoterms) المراد استخدامها.

2- شروط الدفع، "تحديد طريقة الدفع" سواء كان نقداً، على الحساب أو تحويل

3- التفاصيل البنكية أي تضمين معلومات الحساب المصرفي للشركة المصدرة في ان يتم إدخال هذه التفاصيل عن طريق انشاء بند بعنوان "التفاصيل البنكية" في الفاتورة.

المرحلة الثانية: الإنتاج، المشتريات، التحضير للشحن قد تكون الشركة المصدرة هي الشركة المصنعة أو المورد للمنتجات التي ستبيعها. إذا كانت هناك مستندات جودة أو مستندات فنية مطلوبة في الإجراءات الجمركية والمراحل اللاحقة للمنتجات المطلوبة، سواء في بلدها أو في البلد المراد تصديرها إليه، فيجب إعدادهم في نهاية

¹ - موقع انترنت <https://www.tedeport.org/ar/anket.html> - شوهد بتاريخ 2024/04/10 على الساعة 18:00

عملية الإنتاج و الشراء. إذا كانت لدى الشركة المشتريّة مطالب مختلفة مثل التعبئة و التغليف أو البليت أو العلب فيجب مراعاة ذلك.

المرحلة الثالثة: الشحن, الانتهاء من الإجراءات الجمركية

مراعاة تاريخ إرسال المنتجات, إذا كان التصدير يتم باستخدام طريقة تسليم المصنع أو مصطلحات التجارة الدولية الأخرى, فيجب إبلاغ الشركة المشتريّة لتنظيم واعداد المركبات. ويجب أن تزود الشركة الشاحنة المستلمة بقائمة التعبئة و بالمعلومات اللازمة لإعداد بوليصة الشحن.

المرحلة الرابعة: المستندات التي يجب أن يُعدها المصدر

تقوم الشركة المصدرة بإعداد فاتورة إلكترونية, وقائمة التعبئة من أجل استكمال الإجراءات الجمركية في بلدها ومن ثم استكمال الإجراءات الجمركية في بلد المشتري. من ناحية أخرى يجب أن تشارك المعلومات الضرورية مع المخلص الجمركي لإعداد المستندات مثل شهادة المنشأ .

المرحلة الخامسة: تقديم مجموعة مستندات التصدير إلى المشتري

بوليصة الشحن التي تعدها الشركة الشاحنة حسب المعلومات الواردة من المصدر في الصادرات البحرية هي وثيقة "بوليصة الشحن" وهي بوليصة نقل البضائع. يتم تحميلها وطباعتها عند مغادرة السفينة للميناء في بلد التصدير.

المرحلة السادسة: الجمارك والشحن الداخلي في بلد المستلم¹

تسليم البضائع المصدرة في مستودعات المشتري, أي حسب طريقة التسليم المتفق عليها مسبقاً

المرحلة السابعة: إغلاق ملف التصدير

يتم إغلاق عملية التصدير نهائياً عندما تكتمل عمليات الشحن, ويتم تسليم المنتجات المصدرة إلى المشتري ويتم تحصيل سعر التصدير ولم يكن هناك أي ضرر أو شكوى تتعلق بجودة المنتجات المصدرة. في المرحلة الأولى يتم إرسال إيصالات المصروفات والإقرارات الخاص بملف التصدير إلى المصدر من قبل المستشار الجمركي عند إقفال الإقرار.

¹ - موقع انترنت <https://www.tedeport.org/ar/anket.html> - شوهد بتاريخ 2024/04/10 على الساعة 18:00

المبحث الثاني: استراتيجيات التصدير

تعد استراتيجية التصدير إحدى الآليات الأساسية لخطة عمل قوية وموثوقة. تعتمد عليها منظمات الأعمال المصدرة لفرض نفسها أمام المنافسة الأجنبية في الأسواق والتي تستطيع بواسطتها تحقيق أهداف خططها التصديرية، فالكفاءة التصديرية تتحدد على مدى مقدرة الشركة في تطبيق الاستراتيجيات المختارة بشكل مرن، للتغلغل في الأسواق و إيجاد فرص الربح.

المطلب الأول: مفهوم استراتيجية التصدير

يحتل مفهوم الاستراتيجية مكانة جد معتبرة في التوجه الاقتصادي، الإستراتيجية فهي تعرف بأنها: مجموعة القرارات المهمة للاختيارات الكبرى المتعلقة بالمؤسسة في مجموعها والرامية أساسا إلى تكييف المؤسسة مع التغيير وكذا تحديد الغايات الأساسية لاختيار هيكل التنظيم والأخذ بعين الاعتبار تطبيق الإستراتيجية التي تعتبر جزء منه¹.

وكما تعرف بأنها هي الطريقة الأبسط للدخول إلى السوق الخارجي، حيث أن الشركة قد تقدر بشكل غير فعال الفرائض من حين إلى آخر، وقد قد تقوم الشركة بعمل تعهدات فعالة للتوسع في التصديرات إلى الأسواق الخاصة وفي كلتا الحالتين تقوم الشركة بتصنيع كل منتجاتها في بلدها الأم².

المطلب الثاني: أنواع إستراتيجية التصدير

لإستراتيجية التصدير أنواع متعددة نذكر منها:

- إستراتيجية النمو المعتمدة على المنتج: تسعى المؤسسة في هذه الحالة لتحقيق هدف اختراق عدد كبير من الأسواق بمنتج واحد ويتم من خلال:
 - ✓ القيام بتحديد منتج أساس ي للمؤسسة.
 - ✓ القيام بتسويق المنتج في السوق المحلية وتعميمه وطنيا ثم دوليا.
 - ✓ تكييف المنتج حسب متطلبات الأسواق الخارجية، حيث تقوم المؤسسة المصدرة بدراسة ومعرفة أذواق كل سوق خارجي تريد الدخول إليه.
 - ✓ القيام بتعديل المنتج وتنميته بالطرق التقنية.

¹. شيقارة هجيرة، الإستراتيجية التنافسية ودورها في أداء المؤسسة، رسالة ماجستير جامعة الجزائر، 2004-2005، ص10.

²لكحل روميصة - شعلال بشرى، دور التصدير في اختراق الأسواق الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية التجارة، جامعة ميله، 2022-2023 ص 44.

• إستراتيجية النمو المعتمدة على الأسواق: يجب على المؤسسة في هذه الإستراتيجية القيام بمراقبة سوق معينة من حيث المنتج المعروض فيها الذي يكون من نفس النوع الخاص بالمؤسسة وكذلك تعمل على مراقبة سعره وكمياته.

المطلب الثالث: دور التصدير في تحسين الأداء المؤسسي

من أجل رفع الأداء المؤسسي يجب أن تكون هناك بيئة مناسبة لإستراتيجية التصدير وكذا حوافز تدعم المؤسسات على التصدير.

1. توفير البيئة المناسبة لإستراتيجية التصدير:

إن وجود بيئة صالحة لتطوير عمليات التصدير تسمح بتكوين إستراتيجية واضحة لتنمية الصادرات في المؤسسات ونعتقد أن هذه البيئة تتطلب القيام بالخطوات التالية¹:

✓ في مجال التخطيط للتصدير: وضع إستراتيجية التصدير تستند على أن التصدير هو أحد العناصر الرئيسية الإستراتيجية للتنمية في المستقبل، تحدد فيها السلع المستهدف تصديرها والسلع المراد تصنيعها بغرض التصدير والأسواق المستهدفة، والتوجه إلى الاندماج في الاقتصاد العالمي وسلاسل القيمة من خلال توريد وتوفير منتجات وسيطة متخصصة بدلا من المنتجات النهائية حيث المنافسة شديدة وغير متوازنة.

✓ في مجال منظومة التصدير: إنشاء مراكز لتنمية الصادرات، كهيئة مستقلة ذاتية التمويل تقدم خدماتها للمؤسسات المصدرة، وتوفر المعلومات الكافية حول فرص التصدير، وآليات عمل الأسواق العالمية والتغيرات المستمرة في احتياجات وتفصيلات المشترين.

✓ في مجال الترويج للتصدير: الاهتمام بموضوع الممثلين الخارجيين وتوجيه جهود البعثات الدبلوماسية في الخارج نحو ترويج الصادرات الوطنية².

✓ في مجال البيئة التمكينية للتصدير: ويمكن ذلك من خلال:

- تشجيع مؤسسات ضمان الصادرات من المنتجات المحلية ذات القيمة المضافة العالية.
- تبسيط إجراءات شهادة المطابقة الصادرة من الهيئة للبضائع التصديرية وتعزيز قدرات هيئة المواصفات لمنح شهادة المطابقة عند تصدير السلع تسهيلا لدخولها إلى الأسواق الخارجية.
- تشجيع قيام مؤسسات نقل وشحن كبيرة ذات خدمات عالية لعمليات التصدير.

¹ عماري جمعي، إستراتيجية التصدير في المؤسسات المتوسطة والصغيرة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2011، ص 169.

² محمود جاسم الصميد على، إستراتيجية التسويق مدخل كمي وتحليلي، ط2، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2004، ص 289.

2. الحوافز المدعمة للمؤسسات على التصدير:

تعد حوافز التصدير أحد الجوانب الهامة في مجال تشجيع الصادرات، حيث مجموعة متكاملة من الأساليب والإجراءات التي تهدف الأداء التصدير في مجالات عديدة في الإطار المؤسسي والتشريعي، منعكسا على الميادين التي تمس النواحي الضريبية وسعر الصرف وسعر الفائدة وضمن الصادرات في محاولة لدعم الصادرات والنقل إلى غير ذلك من الإجراءات التي تتخذها الدولة بهدف زيادة ربحية نشاط التصدير، ومن أهم الحوافز في كثير من البلدان النامية والمتقدمة نجد الحوافز التالية¹:

- **جانب التمويل:** حيث تقوم العديد من الدول بتقديم التسهيلات والخدمات التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواء بالعملة المحلية أو العملة الصعبة، بإعطائها قروضا بمعدلات فائدة ميسرة أو مضمونة من قبل الدولة قبل وبعد شحن البضاعة، أو إنشاء ما يعرف بشباك المصدر على مستوى البنوك التجارية، بهدف السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببلوغ الأسواق الخارجية ومنافسة المنتجات الدولية، وفي هذا الإطار تم إنشاء العديد من الهيئات المالية المتخصصة في تمويل الصادرات الناتجة من هذه المؤسسات.

- **جانب التأمين لتعويض المخاطر:** التي تواجه المصدرين بصفة عامة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة على وجه الخصوص أثناء العملية التصديرية، والتي تشملها نظم التأمين الأخرى، تقوم الدولة بإنشاء نظام لتأمين الصادرات، أو ما يسمى بنظام تأمين القرض عند التصدير، بحيث تشرف على إدارة هذا النظام مؤسسات متخصصة، كالشركة الفرنسية لتأمين التجارة الخارجية (COFACE)، والهيئة الإيطالية لتأمين القرض عند التصدير (SACE)، والشركة التونسية لتأمين التجارة الخارجية (COTUNACE)، والشركة المصرية لضمان الصادرات والشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (CAGEX)، بهدف تأمين المؤسسات المصدرة من المخاطر السياسية والتجارية، والكوارث الطبيعية والبحث عن أسواق جديدة، والتقلبات في أسعار الصرف... إلى غير ذلك من أخطار التصدير، ويتم وضع تسهيلات خاصة بالنسبة للتأمين على صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تتمثل في نسبة أقساط صغيرة ومدة تعويض قصيرة ونسبة تأمين مرتفعة، وهذا ما يجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تشجع لاقتحام الأسواق الخارجية².

- **السياسة الضريبية:** يتم منح التخفيضات الضريبية على سوق السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يؤدي إلى خفض تكلفة الإنتاج وتمتع سلع هذه المؤسسات بالميزة التنافسية في الأسواق الدولية،

¹ عماري جمعي، إستراتيجية التصدير في المؤسسات المتوسطة والصغيرة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2011، ص 169-170.

² المرجع نفسه، ص 170.

ففي اليابان مثلاً تم وضع نظام ضريبي يتمثل في احتياطي تنمية الأسواق الخارجية لبعض السلع التصديرية، مع معاملة بعض المصروفات المنفقة بالخارج معاملة الخسائر.

- **جانب النقل والتوزيع:** يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تجد طريقها للأسواق الخارجية بواسطة ثلاث قنوات مختلفة (مباشرة، وغير مباشرة من خلال وسطاء كمراكز التجارة ومراكز الصادرات، أو الاندماج مع المؤسسات الكبيرة، حيث تقوم بعض الدول بتقديم المساعدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة في مجال نقل وتوزيع السلعة المراد تصديرها، بتحمل الدولة لنسبة من مصاريف النقل والتوزيع والمشاركة في المعارض الدولية، قد تتعدى 50% من التكلفة الكلية للنقل والتوزيع مثل ما معمول به بالجزائر منذ سنة 1997، مما يجعل منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمتع بميزة تنافسية عند دخولها الأسواق الدولية جراء تحمل الدولة لتكاليف النقل، فعادة ما تتم بتأسيس الدولة لصناديق تنمية الصادرات مهمتها تدعيم المؤسسات المصدرة¹.

- **الإطار المؤسسي:** اعتمدت بعض الدول من أجل النهوض بصادراتها إلى تأسيس مكاتب التجارة الخارجية للترويج للصادرات، وذلك عن طريق دراسة الأسواق الخارجية، وإقامة المعارض الدولية وللنهوض بالتصميمات الصناعية الخاصة بمنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يتم إنشاء هيئات صناعية للعمل في إطار تنمية التصميم الصناعي من أجل الارتقاء بمنتجات هذه المؤسسات مما يكون له الأثر الفعال في تدعيم موقف المنافسة في السوق الدولية للبلد.

- **نظام فحص السلع المصدرة لضمان الجودة المناسبة للأسواق الخارجية:** تم وضع في عدد من الدول ومنها اليابان نظام للحفاظ على سمعة المنتج الوطني في الأسواق الخارجية، وذلك من خلال استفتاء المواصفات القياسية الموضوعة من قبل وكالات الفحص والتي تطبق بصرامة شديدة، مع وضع نظام للجودة.

المطلب الرابع: التصدير كإستراتيجية لاختراق الأسواق الدولية

في ظل العولمة المتزايدة، أصبحت الأسواق الدولية أكثر أهمية بالنسبة للشركات من أي وقت مضى. حيث توفر الأسواق الدولية فرصاً للشركات لزيادة المبيعات، وتوسيع السوق، وتحقيق الميزة التنافسية، ومن أهم إستراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية هو التصدير، وهو عملية بيع السلع والخدمات المنتجة محلياً في الأسواق الدولية. ويُعد التصدير إستراتيجية مهمة للشركات التي ترغب في دخول الأسواق الدولية.

¹عماري جمعي، مرجع سبق ذكره، ص 171

سنتطرق في هذا المطلب لمعرفة دور إستراتيجية التصدير كآلية فعالة في اقتحام الأسواق الدولية، من خلال التعرف على العوامل المؤثرة في اختيار إستراتيجية الدخول إلى الأسواق الدولية ومراحل اختيار إستراتيجية المتبعة لخوض الأسواق الدولية.

أولاً: مفهوم إستراتيجية الدخول إلى الأسواق الدولية:

* يعتبر ALFRED CHANDLER من الأوائل الذين اهتموا بموضوع التنظيم والإستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية في كتابه STRATEGIES ET STRUCTURES DE L'ENTREPRISE فقد عبر عن الإستراتيجية بأنها سواء إعداد الأهداف والغايات الأساسية طويلة الأجل لمؤسسة أو اختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لبلوغ هذه الغايات¹.

* كما تعرف استراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية على أنها مجموعة السياسات والإجراءات التي تتخذها الشركة من أجل دخول الأسواق الدولية.

حيث تتمثل أهمية استراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية في أنها تساعد الشركات على تحقيق أهدافها الإستراتيجية، مثل: زيادة المبيعات، وتوسيع السوق، وتحقيق الميزة التنافسية.

ثانياً: إستراتيجية التصدير لدخول للأسواق الدولية²:

يعتبر التصدير من أبسط أشكال الدخول للأسواق الدولية لأنه يتضمن أقل نسبة من المخاطر بالمقارنة مع الطرق الأخرى للتصدير كالأستثمار المباشر والمشروعات المشتركة. ويعتبر التصدير من أحد الوسائل التي تستخدم للدخول إلى الأسواق الخارجية، والتصدير قد يكون نشاطاً سلبياً أو قد يكون نشاطاً إيجابياً، فالنشاط السلبي للتصدير (Passive Exporting) يعنى أن الشركة قد تباع للخارج دون تخطيط مسبق إنما تنظر إلى الأسواق الخارجية كوسيلة للتخلص من فائض المنتجات فهي بالتالي تمارس النشاط التسويقي الدولي بالمناسبات، كما سبق لنا التطرق إلى مفهوم وأنواع التصدير في المبحث الأول، سنتطرق إلى طرق وأساليب إستراتيجية التصدير لدخول الاسواق الدولية المتمثلة في:

¹ ناصر دادي عدون: اقتصاد المؤسسة، الطبعة الأولى (الجزائر: دار المحمدية العامة 1998) ص 263

2 حبيب الله محمد رحيم. التسويق الدولي الناشر: دار الاعلام للنشر والتوزيع 01 ديسمبر 2008، ص 119-131.

(أ) التصدير المباشر:

ويدخل ضمن هذا النوع من التصدير كل من:

1. الموزع الأجنبي: Foreign Distributors

الموزع الأجنبي هو شخص أو شركة يقوم بتوزيع منتجات أو خدمات في سوق خارج بلدهم. يمكن أن يكون الموزع الأجنبي شريك تجاري للشركة المصنعة أو المورد، ويساعد في توسيع نطاق توزيع المنتجات في الأسواق الدولية.

ومثال ذلك التجار الموجودون في الأسواق المحلية والذين يستوردون المنتجات الأجنبية من الخارج فهم في الواقع موزعون للمنتجات الخارجية في الأسواق المحلية.

2. الوكيل الأجنبي: Foreign Agent

هو شخص أو كيان يعمل على تمثيل مصالح دولة أجنبية في بلد آخر. يمكن أن يكون الوكيل الأجنبي شخصاً أو شركة أو منظمة غير حكومية.

3. مكاتب البيع الخارجية: Foreign Sales Office

مكاتب البيع الخارجية هي مكاتب تقوم ببيع منتجات أو خدمات لشركة معينة في دولة أو منطقة خارج بلد المنشأ لهذه الشركة. تعتمد هذه المكاتب على وكلاء محليين أو موزعين لتسويق وبيع المنتجات أو الخدمات في السوق الخارجية.

4. شركات التصدير: Export Companies

شركات التصدير هي الشركات التي تقوم ببيع منتجاتها أو خدماتها للعملاء في الخارج. تعتبر هذه الشركات جزءاً هاماً من الاقتصاد العالمي وتلعب دوراً حيوياً في تعزيز التجارة الدولية. بعض الشركات التصدير الكبيرة والمعروفة عالمياً تشمل شركة تويوتا للسيارات، وشركة أبل للإلكترونيات، وشركة بروكتر آند جامبل للمنتجات الاستهلاكية.

5. التجارة المقابلة: Counter Trading

التجارة المقابلة هي عملية تبادل البضائع أو الخدمات بين الأفراد أو الشركات دون استخدام النقود. يتم تحديد قيمة كل سلعة أو خدمة بناءً على قيمتها المقابلة في الصفقة. وهناك العديد من أشكال التجارة المقابلة والترتيبات التي يمكن إدراجها تحت مسمى التجارة المتقابلة ومنها ما يسمى بالمقايضة والشراء المتبادل أو الصفقات المتكافئة وصفقات التحويل.

(ب) التصدير غير المباشر وذلك من خلال:

1. المكاتب التجارية الأجنبية: ويقصد بذلك الشركات التي تمتلك مكاتب في بلد المصدر وتشتري المنتجات ثم تقوم بتصديرها إلى أسواقها الأصلية خارج بلد المصدر. ونجد مثل هذه الصور في حالات الشركات العالمية في قطاع الصناعات الاستخراجية الإنتاجية.

2. شركات التجارة الدولية: هناك شركات دولية تمتلك مكاتب في بلد المصدر مثل ميتسويشي اليابانية لها مكاتب شراء في أمريكا وهي تشكل المورد الأساسي للسلع الأجنبية الأمريكية في الأسواق اليابانية، وتقوم إدارة التسويق بالتعامل مع هذه الشركة وبيع منتجاتها للأسواق الخارجية من خلال الشركات الدولية التجارية في بلد المصدر.

3. شركات إدارة الصادرات: وهي تمثل نموذجاً آخر من أشكال التصدير غير المباشر، وهي مؤسسة تتولى إدارة عمليات التصدير لصالح شركات أخرى كوسيط تسويق دولي داخل الشركة (المصدرة) فقد تلجأ إلى استخدام أوراق الشركة (المصدرة). واستخدام هذا النوع من الشركات يوفر العديد من المزايا المحتملة للشركة المنتجة ومنها المعرفة السريعة بأحوال الأسواق الخارجية والمعرفة التسويقية في الأسواق الدولية، واستخدام مثل هذه الشركات من قبل الشركة (المصدرة) يوفر الوقت والتكلفة الخاصة كما يعفيها من مسؤولية دراسة الأسواق الخارجية ومتابعة تطوراتها.

4. شركات التعامل مع الصادرات: بالإضافة إلى شركات إدارة الصادرات ظهرت أساليب أخرى مثل شركات التعامل مع الصادرات وهي من أساليب الدخول للأسواق الخارجية بدون تحمل تكاليف أو مصاريف إنشاء إدارة تصدير داخل الشركة المصدرة أو المنتجة. وقد سمحت أمريكا للمؤسسات الكبرى ذات الخبرة الدولية بإنشاء شركة للتعامل في الصادرات وتستفيد الشركات الصغيرة من هذا النظام من الموارد الضخمة والشبكة الدولية الواسعة.

5. شركات التصدير المتكامل: ويسمى بنظام البيجي باك Piggy back ويهدف إلى تعامل الشركة المحلية في إسناد مهمة التسويق الخارجي لشركة أخرى تتوفر لديها المزايا الكلية للتسويق. وهي إحدى صور البيع للأسواق الخارجية وتهدف إلى التوجه للشركات التي لها طاقات فائقة في صادراتها، لأن عملياتها المرتبطة بالتسويق الدولي قد تتجه إلى التفكير في تقديم منتجات متكاملة للسوق الخارجي كوسيلة لتحسين كفاءة وربحية هذه العمليات¹.

ثالثاً: العوامل التي يجب مراعاتها عند اختيار وضع الدخول الصحيح² :

1. حبيب الله محمد رحيم، التسويق الدولي الناشر: دار الاعلام للنشر والتوزيع 01 ديسمبر 2008، ص131.

2- موقع انترنت² <https://fastercapital.com/ar> 1 شوهده بتاريخ 2024/04/08 على الساعة: 9:42.

1. خصائص السوق ومعوقات الدخول:

- ✓ حجم السوق ونموه: يجب على الشركات تقييم حجم السوق المستهدف وإمكانات نموه. وقد تبرر الأسواق الأكبر حجماً زيادة الاستثمارات، في حين قد تتطلب الأسواق الأصغر أساليب أكثر حذراً.
- ✓ الاختلافات الثقافية والتنظيمية: يعد فهم الفروق الثقافية الدقيقة والمتطلبات القانونية أمراً ضرورياً. على سبيل المثال، لدى بعض البلدان لوائح صارمة بشأن الملكية الأجنبية أو حقوق الملكية الفكرية.
- ✓ عوائق الدخول: قم بتقييم العوائق مثل التعريفات الجمركية والحصص ومتطلبات الترخيص والعقبات الإدارية. يمكن أن يؤثر ذلك بشكل كبير على اختيار وضع الدخول.

2. الالتزام بالموارد وتحمل المخاطر:

- ✓ الموارد المالية: تتطلب أوضاع الدخول المختلفة مستويات مختلفة من الاستثمار المالي. وتتطلب الأساليب المباشرة (مثل الشركات التابعة المملوكة بالكامل) رأس مال كبير، في حين أن الأساليب غير المباشرة (مثل الترخيص) قد تكون أقل استهلاكاً للموارد.
- ✓ الموارد التشغيلية: خذ في الاعتبار مدى توفر الموظفين المهرة والبنية التحتية وشبكات التوزيع. ويمكن للمشاريع المشتركة أو التحالفات الإستراتيجية الاستفادة من خبرات الشركاء المحليين.
- ✓ تحمل المخاطر: تقييم مدى تقبل المنظمة للمخاطرة. وتنطوي بعض الأساليب (مثل التصدير) على مخاطر أقل، في حين تنطوي طرق أخرى (مثل الاستثمارات الجديدة) على مخاطر أعلى.

3. التحكم والمرونة:

- ✓ درجة التحكم: توفر الشركات التابعة المملوكة بالكامل أقصى قدر من التحكم، ولكن المشاريع المشتركة أو اتفاقيات الترخيص تتضمن اتخاذ قرارات مشتركة. النظر في المفاضلة بين السيطرة والمخاطر.
- ✓ القدرة على التكيف: تختلف أوضاع الدخول في قدرتها على التكيف مع ظروف السوق المتغيرة. على سبيل المثال، يتيح التصدير المرونة، في حين أن إنشاء مرافق التصنيع قد يكون أقل مرونة.

4. الأفق الزمني والأهداف الإستراتيجية:

- ✓ الأهداف قصيرة المدى مقابل الأهداف طويلة المدى: تختلف أوضاع الدخول من حيث الالتزام بالوقت. وقد يتناسب التصدير أو الترخيص مع الأهداف قصيرة المدى، في حين تتوافق الاستثمارات المباشرة مع الاستراتيجيات طويلة المدى.

✓ الهدف الاستراتيجي: فكر فيما إذا كان الهدف هو اختراق السوق، أو التنويع، أو نقل التكنولوجيا. يخدم كل وضع أغراضاً استراتيجية مختلفة.

5. البيئة التنافسية وديناميكيات الصناعة:

✓ المشهد التنافسي: تحليل شدة المنافسة في السوق المستهدفة. إذا كان لدى المنافسين حضور قوي بالفعل، فقد تكون المشاريع المشتركة أو عمليات الاستحواذ أكثر فعالية.

✓ خصائص الصناعة: تتطلب بعض الصناعات (مثل المستحضرات الصيدلانية) إنتاجاً محلياً بسبب القيود التنظيمية، بينما تسمح صناعات أخرى (مثل البرامج) بتقديم الخدمات عن بُعد.

6. تأثيرات منحى التعلم والخبرة:

✓ فرص التعلم: توفر أوضاع الإدخال التي تتضمن عمليات مباشرة (مثل الشركات التابعة) تجارب تعليمية قيمة. يمكن للشركات الحصول على رؤى حول سلوك المستهلك المحلي، وسلاسل التوريد، وقنوات التوزيع.

✓ فعالية التكلفة: بمرور الوقت، يمكن للشركات الاستفادة من فعالية التكلفة بسبب تأثيرات منحى الخبرة.¹

رابعاً: مراحل دخول الأسواق الدولية :

تتضمن عدة خطوات أساسية يجب إتباعها لضمان نجاح العملية. هذه المراحل تشمل²:

✓ دراسة السوق: يجب أولاً دراسة السوق المستهدفة بدقة لفهم احتياجات الزبائن والمنافسة والتوجهات الاقتصادية.

✓ تحليل الجدوى: يجب إجراء تحليل جدوى مالي لتقييم الفرصة التجارية وتحديد الاستثمار المطلوب.

✓ اختيار الاستراتيجية: يجب تحديد الإستراتيجية المناسبة لدخول السوق الدولية، سواء كانت تصدير، ترخيص، تشاركية، أو استثمار مباشر.

✓ التنفيذ والتسويق: بعد اتخاذ القرار بدخول السوق، يجب البدء في تنفيذ الإستراتيجية وتسويق المنتج أو الخدمة بشكل فعال.

✓ متابعة وتقييم: يجب متابعة أداء العملية وتقييم النتائج بانتظام لضمان تحقيق الأهداف المرسومة.

¹ - موقع انترنت¹ <https://fastercapital.com/ar> 1/ عموهد بتاريخ 2024/04/08 على الساعة: 9:42.

². مدرس تسويق - لمعلمي التسويق والمعلمين والمهنيين. (marketingteacher.com)

خلاصة الفصل الأول

يعتبر التصدير احد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية، كما يعد وسيلة فعالة لتحقيق معدلات نمو مرجوة، وطريقة ناجعة لجمع أكبر قدر ممكن من العملة حيث شملت حدود دراسة الفصل على عموميات التصدير وبناءا على هذه الدراسة نستنتج أن إستراتيجية التصدير هي أحد الأجزاء الرئيسية والأساسية لخطة عمل قوية وموثوقة حيث تلعب دورًا حاسمًا في توسيع نطاق الأعمال والوصول إلى الأسواق الدولية حيث يوفر لها فرصاً لزيادة المبيعات، وتوسيع السوق، وتحقيق الميزة التنافسية كما يجب أن يكون تصميم هذه الإستراتيجية بسيطاً ومفهوماً للجمهور. بهذه الطريقة، يمكننا التأكد من أن جميع موظفينا في شركتنا التجارية يمكنهم المشاركة في الوصول إلى أهداف التصدير وأن يكونوا على دراية بتفاصيلها، ومنه يمكن القول أن الإستراتيجية جزءًا من خطط الشركات لتحقيق النجاح على المستوى العالمي.

الفصل الثاني

الأجهزة الداعمة للتصدير في الجزائر

تمهيد:

بهدف ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات قامت السلطات الجزائرية باستحداث هيئات خاصة وظيفتها مساعدة الأعوان الاقتصاديين الناشطين في مجال التصدير من خلال مرافقتهم في مراحل العملية التصديرية من أجل تسهيل العملية وضمان السير الحسن لها. وتعتبر هيئات دعم الصادرات وكالات ائتمانية تهدف إلى تقديم خدمات تتمثل في التمويل، التأمين وتعزيز التنافس بين المصدرين وترقية الصادرات على المستوى الدولي، وتكون هذه الهيئات على أشكال مختلفة بحسب طبيعة الهدف الذي أنشئت من أجله وسنحاول من خلال هذا الفصل الدراسة المتعلقة بالأجهزة الداعمة لنشاط التصدير وهذا من خلال مبحثين:

- المبحث الأول: بالإطار المفاهيمي لهيئات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات
- أما المبحث الثاني: سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لهيئات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

عمدت الجزائر من خلال الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها في بداية التسعينات والتي تهدف إلى ترقية الصادرات من خلال مجموعة من الوسائل المختلفة لتحسين التجارة الخارجية والدخول إلى الأسواق الخارجية، فتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات تعتبر أهم موارد الاقتصاد لدور الذي تساهم في زيادة الدخل القومي وعملا بالقاعدة المعروفة في مجال التجارة الخارجية على أنه لا توجد تجارة خارجية بدون قروض ولا توجد قروض بدون أخطار ولا أخطار بدون ضمان، وفي هذا الإطار عمدت الدولة إلى آلية للضمان وتشجيع المصدرين على القيام لنشاط التصدير وتشجيع البنوك والمؤسسات المالية للقيام بتمويل هذا النشاط.

المطلب الأول: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

طبقا لما جاء في الأمر 03-04 والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها فقد نص في مادته 19 إنشاء هيئة عمومية تسمى الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

1- تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي 04-174 المؤرخ في جوان 2004 بعد حل الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية تطبيقا لأحكام المادتين 19 و 20 من الأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، ويتمثل دورها في كونها الوسيط بين مؤسسات الدول والمصدرين الجزائريين فمن أجل دعم الجهود المبذولة من طرف الشركات وضعت مجموعة من السياسات والاستراتيجيات العمومية لأجل ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.¹

2- مهام الوكالة الوطنية لترقية الصادرات (ALGEX)

¹ - موقع الانترنت، [https:// www.commerce.com](https://www.commerce.com) شوهذ بتاريخ 2024/04/05 على الساعة: 8:42.

✓ المشاركة في تحديد إستراتيجية ترقية التجارة الخارجية ووضعها حيز التنفيذ بعد المصادقة عليها من قبل الجهات المختصة.

✓ تحليل الأسواق العالمية وإجراء دراسات استشرافية شاملة وقطاعية لها.

✓ إعداد تقرير سنوي تقييمي لسياسة الصادرات وبرامجها.

✓ متابعة المتعاملين الاقتصاديين الوطنيين وتأطير مشاركتهم في مختلف التظاهرات الاقتصادية والمعارض والعروض والصالونات المنظمة بالخارج.

✓ مساعدة المتعاملين الاقتصاديين على تطوير أعمال الاتصال والإعلام والترقية المتعلقة بالمنتجات والخدمات الموجهة للتصدير.

3- صلاحيات (ALGEX) ويمكن تلخيص هذه الصلاحيات من خلال ما أورده المرسوم 04-174 والتي تتمثل في:

1- تنفيذ السياسة الوظيفية لترقية التجارة الخارجية: ويتم ذلك من خلال:

✓ تزويد المؤسسات الجزائرية بالمعلومات التجارية والاقتصادية حول الأسواق الخارجية.

✓ دعم جهود المؤسسات الجزائرية في الأسواق الخارجية وساعدها في تنظيم المعارض والتظاهرات الخارجية.

✓ ضمان تسيير ديناميكي للشبكة الوطنية للمعلومات التجارية.

✓ ضمان تسيير أدوات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

✓ تسهيل دخول المؤسسات الجزائرية للأسواق الخارجية.

2- تحليل الأسواق العالمية.

ويتم ذلك من خلال مجموعة الدراسات الاستكشافية التي تقوم بها الوكالة حول الأسواق الخارجية ولتحقيق هذا الهدف تضع الوكالة منظومات الإعلام والاتصال حول الإمكانيات الوطنية للتصدير إلى الأسواق الخارجية، كما تتولى الوكالة أيضا وضع منظومات لمواكبة الأسواق الدولية وتأثيرها في المبادلات التجارية الجزائرية عن طريق متابعة المتعاملين الاقتصاديين وتأطير مشاركتهم في مختلف التظاهرات الدولية.¹

¹-موقع الانترنت، [https:// www.algex.com](https://www.algex.com) شوهد بتاريخ 2024/04/05 على الساعة: 20:42.

المطلب الثاني: شركة الجزائرية للتأمين (CAGEX).

عرف قطاع التأمين في نهاية الثمانينات اصلاحات منها تمتع نظام التأمين بالاستقلالية فتم فتح فروع جديدة ابتداء من سنة 1989 بهدف القضاء على احتكار الدولة على هذا القطاع والاتجاه للقطاع الخاص والمنافسة الحرة.¹

وفي ظل تطور الصادرات وتنوعها توجب وجود آلية تقوم بتأمين وضمان القروض الموجهة نحو الخارج حيث تم في هذا السياق صدور القانون 96-06 الصادر في 10 جانفي 1996 المتعلق بتأمين وضمان أخطار القرض عند التصدير وهي الشركة الجزائرية للتأمين.

1. تعريف الشركة الجزائرية للتأمين (CAGEX)

تم إنشاء الشركة بموجب عقد توثيقي بتاريخ 03 ديسمبر 1995 وتخضع للمادة 04 من القانون رقم 96-06 الصادر في 10 جانفي 1996 الذي ينص على أن تأمين الصادرات يمنح إلى الشركة المسؤولة عن الضمان والتي تعمل لصالح حسابها الخاص وتحت سيطرة الدولة تتولى تأمين المخاطر التجارية التي قد تنجم إثر حدوث كوارث طبيعية.

وتتمثل الصفة القانونية لهذه الشركة هي شركة ذات أسهم برأس مال يقدر بـ 2.000.000.000 دج موزعة بصفة متساوية (10٪) على 10 مساهمين هم خمسة شركات تأمين وخمس بنوك.

✓ شركات التأمين:

تتمثل في: الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين، الشركة الجزائرية للتأمين الشامل، الشركة المركزية لإعادة التأمين، الشركة الجزائرية للتأمين، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي.

✓ البنوك:

بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري.²

¹ - موقع انترنت، [https:// www.cagex.com](https://www.cagex.com) شوهد بتاريخ 2024/04/08 على الساعة: 9:42.

² - موقع انترنت، [https:// www.cagex.com](https://www.cagex.com) شوهد بتاريخ 2024/04/12 على الساعة: 10:42.

الشكل رقم (03): البنوك وشركات التأمين المساهمة في كاجاكس



المصدر: إعداد الباحثات

2. مهام الشركة الجزائرية للتأمين كهيئة داعمة لنشاط التصدير (CAGEX)

وأبرز مهامها ما يلي:

- ✓ تأمين وائتمان الصادرات (تغطية المخاطر التي قد تحدث عند التصدير).
- ✓ التأمين والائتمان الداخلي (الذي يغطي الائتمانيات الداخلية للمؤسسة والقروض الخاصة بالاستهلاك)
- ✓ تأمين المعارض.
- ✓ بيع المعلومات الاقتصادية والمالية.
- ✓ ضمان الدفع في حالة التمويل.
- ✓ تأسيس بنك المعلومات في المجال الاقتصادي.
- ✓ مساعدة المصدرين لترقية الصادرات.¹
- ✓ تعويض وتغطية الديون.

¹ - نفس المرجع، بتاريخ 2024/04/13 على الساعة 14:15.

3. المخاطر التي تغطيها الشركة الجزائرية للتأمين كهيئة داعمة للنشاط التصدير (CAGEX)

- 1- المخاطر التجارية.
- 2- المخاطر السياسية.
- 3- مخاطر عدم النقل.
- 4- المخاطر المتعلقة بالكوارث الطبيعية.
- 5- المخاطر المتعلقة بكلفة التنقيب عن أسواق الخارجية.
- 6- المخاطر المتعلقة بعدم القدرة على استرجاع الصادرات.¹

المطلب الثالث: الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX

1. تعريف: الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX

هي مؤسسة اقتصادية عمومية ذات أسهم أنشأت في 06-11-1989 وهي منبثقة من تغيير النشاط الاجتماعي وتسمية الديوان الوطني للمعارض الذي أنشئ سنة 1971، وهي نتيجة دمج كل من الديوان الوطني للأسواق والتصدير

2. مهامها:

لعبت الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير دورا هاما في تنظيم المعارض وانشاء الصالونات المتخصصة بمساهمتها في تطوير المهن والحرف في المناسبات التظاهرة كما تساهم في ترقية الصادرات من خلال تنظيم المشاركة الجزائرية في مختلف المعارض والصالونات المنظمة بالخارج مجسدة بذلك مسعى الدولة في تشجيع الإنتاج الوطني والتصدير خارج قطاع المحروقات.²

وتتمثل مهامها في:

- ✓ تنظيم المعارض العامة والخاصة على مستوى الدولي والوطني، الجهوي، والمحلي.
- ✓ تنظيم المعارض الخاصة خارج البلاد.

¹-موقع انترنت، [https:// www.cagex.com](https://www.cagex.com) شوهد بتاريخ 2024/04/12 على الساعة: 16:42.

²-موقع انترنت، [https:// www.SAFEX.com](https://www.SAFEX.com) شوهد بتاريخ 2024/04/12 على الساعة: 23:20.

- ✓ الإعلام في ميادين القوانين والتنظيمات التجارية.
- ✓ فرض التعامل الاقتصادي والتجاري مع الشركاء الأجانب.
- ✓ الإعلام الاقتصادي والتجاري.
- ✓ التقارب بين المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين والأجانب.
- ✓ قوانين وترتيبات التصدير.
- ✓ تحرير مجلات ونشريات إعلامية اقتصادية وتجارية تنظيم ملتقيات مهنية، ندوات ومحاضرات متخصصة
- ✓ تسيير واستغلال كل منشآت قصر المعارض.¹

المطلب الرابع: هيئات أخرى لدعم نشاط التصدير في الجزائر.

وهناك هيئات وكل لها دعم نشاط التصدير في الجزائر من شأنها ان تحرر و تضبط ثقافة التصدير لدى المصدرين من بين هذه الهياكل ما يلي:

1. الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI).

وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي 96-93 الصادر في 03 مارس 1993 تتكون من 21 غرفة مخولة باختصاص وطني تلعب دورا في النشاطات الاقتصادية والتجارية ومواكبة المؤسسات الأجنبية في الجزائر والمؤسسات الجزائرية في الخارج وقد أوردت المادة 05 من المرسوم السالف الذكر أن دور هذه المؤسسة يتمثل في المساهمة في تنظيم كل اللقاءات الاقتصادية في الجزائر والخارج مثل الندوات والمعارض والمهام التجارية التي تسعى لتطوير وترقية النشاطات الاقتصادية والمبادلات التجارية مع الخارج.²

2. الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية (PROMEX)

هو هيئة عامة ذات طابع إداري وضعت تحت وصاية وزارة التجارة أنشأ بموجب المرسوم 96-327 الصادر في 01 أكتوبر 1996 تتمثل مهامه في:

- ✓ يرصد ويحلل الأوضاع الهيكلية والظرفية للأسواق العالمية بهدف تسهيل نفاذ المنتوجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية وتكاثرها فيها.

¹ - موقع انترنت، [https:// www commerce.com](https://www.commerce.com) شوهد بتاريخ 2024/04/15 على الساعة: 15:21.

² - موقع انترنت، [https:// www commerce.com](https://www.commerce.com) شوهد بتاريخ 2024/04/16 على الساعة 8:12.

- ✓ يشارك في إستراتيجية ترقية التجارة الخارجية ويساهم في تطبيق السياسة الوطنية في المبادلات التجارية.
- ✓ إنجاز الدراسات المستقبلية ويجند كل مساعدة تقنية مفيدة في مجال التجارة الدولية.
- ✓ يصدر ويوزع كل النشريات والمذكرات المتعلقة بسياق التجارة الخارجية لفائدة المؤسسات والإدارات.
- ✓ ينشط برامج المبادلات التجارية الخارجية وترقيتها الموجهة أساسا نحو تطوير الصادرات من غير المحروقات ويساهم تطبيق الإجراءات العمومية نحو الصادرات¹.

✓ الصندوق الوطني للدعم الصادرات (FSPE)

أنشأ هذا الصندوق بموجب المرسوم 96-205 المؤرخ في 1996/06/50 حيث جاء في نص المادة 195 "يفتح في كتابات الخزينة حساب تخصيص رقم 084-302 عنوانه الصندوق الوطني لترقية الصادرات" وقد تم توسيع مجال تدخل الصندوق بمقتضى المادة 19 من قانون المالية 1997 حيث أصبح بمثابة مؤسسة مالية تضمن السير الحسن لعمليات التصدير وذلك عن طريق قانون المالية لسنة 2007 وتم تنظيمه عن طريق مرسوم وزاري معدل والمتمم لسنة 2009 والذي وضع إيرادات ونفقات وطرق دعم التصدير، كما تم إنشاء مجلس وطني لترقية الصادرات يشرف عليه الوزير الأول².

ويتكفل الصندوق بجزء من التكاليف المتعلقة بنقل المنتجات الموجهة للعرض وكذا تكاليف مشاركة الشركات في المعارض والصالونات في الخارج وتخص موارد الصندوق الخاص لترقية الصادرات لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتجاتهم في الأسواق الخارجية كما تمنح إعانات الدولة عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بتقديم خدمات أو إنتاج ثروات لكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير كما يتم تحديد إعانة الدولة المتاحة بإشراف وزارة التجارة وبحسب نسب تحدّد مسبقا وفقا للموارد المتاحة حيث مجالات الإعانة كالتالي:

- ✓ أعباء لها صلة بالأسواق الخارجية.
- ✓ التكفل الجزئي بمصاريف المشاركة بالمعارض في الخارج.
- ✓ جزء من تكاليف دراسة الأسواق الخارجية.
- ✓ تكاليف النقل الدولي ورفع وشحن البضائع بالموانئ الجزائرية والموجهة للتصدير.

¹ - المرسوم التنفيذي 96-93 المؤرخ في 03 مارس 1996 الجريدة الرسمية العدد 16 الصادر في 06 مارس 1996.

² - المرسوم التنفيذي 96-205، مؤرخ في 05-06-1996 يحدد كفاءات تسيير حساب التخصيص رقم 84-302، بعنوان ترقية الصادرات جريدة عدد 35 ل 09-05-1996.

تمويل التكاليف المتعلقة بتكثيف الموارد حسب مقتضيات السوق.¹

المبحث الثاني : سياسة ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر.

إن قطاع التجارة الخارجية من القطاعات الإستراتيجية والمؤثرة في اقتصاد أي دولة ولا بد للدولة أن تنوع من المجالات الاقتصادية فلا تعتمد كل الاعتماد على مجال واحد فقد سعت الجزائر إلى ما تسعى له الدول الأخرى للخروج من الحيز الاقتصادي الذي يعتمد على المحروقات وذلك بسبب تدبب أسعار النفط خاصة في السنوات الأخيرة .

المطلب الأول: آليات ترقية الصادرات الجزائرية.

يمكن حصر الدور الذي تقوم به هيئات دعم الصادرات خارج قطاع المحروقات في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، تمويل الصادرات وضمان الصادرات.

أولاً: وسائل ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

سواء كانت الدول نامية أو متقدمة فإنها تسعى إلى ترقية صادراتها وهذا ما تصبو إليه الجزائر أيضا وهذا من خلال الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها منذ نهاية الثمانينات من خلال تنويع صادراتها وعدم الاكتفاء بقطاع المحروقات فقط، وتحقق مساعي الجزائر في ترقية الصادرات من خلال وسيلتين هما الإعلام التجاري والمشاركة في المعارض الدولية.²

أ) الإعلام التجاري لترقية الصادرات.

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لها دور بالغ الأهمية في جميع جوانب النشاط الاقتصادي فكلما تطور النظام التكنولوجي تغير النظام الاقتصادي، وفي ظل هذا التطور السريع فقد ساهم الإعلام في توطيد العلاقات بين المؤسسة والمتعاملين الاقتصاديين من خلال التعريف بالمؤسسة ومنتجاتها ودراسة متطلبات المتعاملين ورغباتهم ومحاولة إشباعها على النحو الذي يرضيهم وفي ظل تبادل المصالح بين المتعاملين والمؤسسة وتعزيز العلاقات القائمة وتحسينها ويأخذ الأشكال التالية:

¹-المرسوم التنفيذي 96-205، المرجع السابق.

²- قطاف لويوة، التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات وأثرها في تحسين ميزان مدفوعات في الجزائر -2000-2013 مذكرة مقدمة لنيل متطلبات الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ألكلي محمد أولحاج البويرة، 2014، ص64.

- 1- جمع المعلومات المتعلقة بالظروف والاتجاهات الاقتصادية العامة السائدة في سوق المؤسس¹
 - 2- تجميع معلومات متعلقة بالتوزيع الجغرافي لسوق المؤسسة.
 - 3- معرفة كمية المبيعات المحققة لكل سوق.
 - 4- رصد المعلومات حول المنافسة القائمة والسلع البديلة.
 - 5- القوانين التشريعية والإجراءات الضريبية
 - 6- معلومات حول الوسطاء.
 - 7- تقديم معلومات متعلقة بالمشتريين والمشتريات
- ب) مساعدة المؤسسة على المشاركة في المعارض والتظاهرات التجارية.

تعد المشاركة في المعارض والتظاهرات التجارية أحد السبل المهمة في تشجيع الصادرات التجارية تساهم في نشر الوعي التجاري حول أعمال الشركات والمنتجات في السوق الأجنبية هذا بالإضافة إلى تطوير العلاقات العملاء وتحسينها سواء كانوا عملاء حاليين أو محتملين أو جدد،²

1-دعم هيئات التصدير لإقامة معارض وتظاهرات تجارية.

تدعم وزارة التجارة المصدرين خلال توافدهم نحو الأسواق الخارجية من خلال مساعدات مالية تقدمها عن طريق هيئاتها المختلفة والمتخصصة في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات كما تمنح الدولة لأي شركة تقع على إقليمها في حالة عجزها عن تمويل صفقاتها الحق في أن تستفيد من التسهيلات المصرفية سواء أرادت المشاركة في المعارض أو التصدير من خلال مؤسساتها المصرفية.³

2 - تغطية نفقات المعارض والتظاهرات التجارية من خلال شركات التأمين.

تتدخل الشركة الوطنية للتأمين لأجل تغطية جزئية للنفقات الحقيقية التي أنفقتها الشركة لأجل المشاركة في المعرض الدولي أو التظاهرة التجارية كما تعوض الفترة الزمنية المستغرقة في حالة فشل المعرض وقد أوضحت وثيقة المعارض والتظاهرات في مادتها الثالثة على مجموعة العناصر التالية:

✓ إيجار وتطوير موقف الرسوم لأعمال مختلفة.

✓ التكاليف المتعلقة بالنقل (نقل المواد المعروضة قبل الحدث).

¹ - براق محمد، عبيلة محمد، دفع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات باستخدام مقارنة التسويق الدولي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2004، ص103.

² - بوسجرة ليليا، دور وسائل الإعلام في تطوير العلامة التجارية للمؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 21 سنة 2015، ص224.

³ - موقع الانترنت: www.cagex.com شوهده بتاريخ 20-04-2024 على 10:10.

✓ تكاليف نقل الرجوع النفقات لشل حركة المواد المعروضة مع مراعاة بعض التحفظات.

✓ مصاريف سفر المندوبين.

✓ تكاليف الإعلان.

ثانيا: تمويل الصادرات.

منحت الدولة صلاحية تمويل الصادرات إلى المؤسسات المصرفية أو البنوك والتي يمكن تقسيمها إلى أربعة أنواع رئيسية هي: بنوك استثمارية، بنوك تجارية، بنوك الادخار والتوفير، البنوك التجارية، وبنوك الأعمال ويقتصر دور البنك كونه يعمل كوسيط بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي إذ يتركز توزيع القرض على مفهوم الجدوى الاقتصادية للمشروع، ويكون تمويل البنك للمشروع أو المؤسسة بهدف تحقيق المساعدة المالية للمتعاقل الاقتصادي يكون تمويل المؤسسات المصرفية أو البنوك وفق تقنيات تصنف حسب فترة التمويل إلى تمويل قصير الأجل، تمويل متوسط الأجل و تمويل طويل الأجل.¹

1- تمويل قصير الأجل:

هو نوع من التمويل يستخدم لتغطية التكاليف أو النفقات الصادرات المرتبطة بمواد الاستهلاك والمواد الأولية لفترة زمنية تقدر عادة من 6 أشهر إلى غاية 18 شهرا، هذا النوع من التمويل غالبا ما يخصص للمشروعات الزراعية والتجارية وعلى الرغم من كون بعض الدول قد خصصت بعض البنوك لهذا الغرض وحسب إلا أن قانون النقد والقرض الجزائري قد منح الصلاحية لهذه لجميع البنوك دون تحديد التخصص. ومن بين نماذج القروض قصيرة الأجل في مجال التصدير والتجارة الخارجية:

✓ الاعتماد المستندي:

هو خطاب من البنك يتم إصداره بناء على طلب المتقدم ويقضي بأن يقوم البنك بدفع مبلغ معين لصالح طرف ثالث هو المستفيد مقابل بعض المستندات التي تتطابق مع الشروط المتفق عليها بين البنك والمتعاقل الاقتصادي، ويعد الاعتماد المستندي من الوسائل الشائعة في مجال التجارة الخارجية إذ أنه حقق نجاحا في تسوية عمليات البيع الدولي من خلال الحماية القانونية التي يمنحها لأطراف عملية البيع فهو يضمن للبائع حصوله على الثمن كما يضمن للمشتري تسلم البضاعة.

¹ - بورزام رمزي، الآثار القانونية للاعتماد المستندي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة سطيف، 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2013-2014، ص 17.

✓ عقد تحويل الفاتورة

تعد من أساليب تمويل التجارة الخارجية وفق لهذا العقد فإنه تحل بمقتضاه شركة متخصصة تسمى وسيط محل زبونها يسمى المنتمي عندما تسدد فوراً لهذا الأخير المبلغ التام لفاتورة لأجل محدد ناتج عن عقد وتتكفل بتبعية عدم التسديد وذلك مقابل أجر، فهو آلية تقوم بمقتضاها مؤسسة متخصصة تكون في الغالب بنك أو مؤسسة مصرفية بشراء الدين الذي يملكه المصدر على الزبون الأجنبي حيث تقوم هذه المؤسسة بتحصيل الدين و ضمان حسن القيام بذلك وبهذا فهي تحل محل المصدر في الدائنية مما يتطلب تحملها جميع الأخطار المترتبة عن ذلك.

2- تمويل متوسط وطويل الأجل:

يستخدم عادة لتمويل حاجات دائمة للمشروع والتي تستغرق مدة زمنية تفوق السنة حيث تتراوح مدة هذا التمويل الأجل من 18 شهراً إلى 07 سنوات وقد تصل أحيانا إلى 10 سنوات وفي الغالب ينصب هذا النوع من التمويل إلى المشروعات الصناعية مثل صناعة السفن أو الطائرات ومن تقنيات التمويل المتوسط أو الطويل الأجل القروض من أجل التوريد والقروض من أجل الشراء.¹

✓ القروض من أجل الشراء

من أجل تشجيع المبادلات التجارية الدولية وتطويرها وتحسين أداء المؤسسة المصدرة فإن القرض من أجل الشراء هو الخيار الأمثل والأنسب في المبادلات التجارية الدولية حيث تقوم هذه الآلية وفق منح البنك أو مجموعة بنوك البلد المصدر قرض للمستورد الذي يقوم بتسديد مبلغ الصفقة نقدا للمصدر وفي الجزائر تتولى الشركة الوطنية لتأمين و ضمان الصادرات (CAGEX).

وفي هذا الصدد نجد أن القرض من أجل الشراء يتضمن ثلاث أطراف هم المصدر، المشتري والبنوك.

✓ القروض من أجل التوريد.

هو قرض يمنحه المصدر إلى المشتري بتدخل البنك بهدف تمويل صادراته وفق شروط معينة وتميز في هذا الصدد نميز:

1- قروض من أجل التوريد متوسطة الأجل:

تتراوح المدة الزمنية لهذه القروض من 18 شهراً إلى غاية 07 سنوات تسري من بداية الالتزام العقد من جانب المصدر الخاص بتسليم البضاعة حيث تعتبر بداية سريان الدين.

¹ - بورزام رمزي، المرجع السابق، ص 21.

2- قروض من أجل التوريد طويلة الأجل:

تفوق مدتها الزمنية 07 سنوات لتصل إلى 10 سنوات وتعلق بالعمليات التجارية ذات القيمة المالية المرتفعة وتختلف الشروط المتعلقة بهذه القروض عن سابقتها إذ أنها تتميز بشروط دقيقة ومعقدة.¹

ثالثا: ضمان الصادرات:

يعتبر التأمين على قروض الصادرات وسيلة أتاحها التشريعات والقوانين المتعلقة بالتجارة الخارجية للضمان الأخطار المتعلقة بعملية التصدير وحماية المصدر نفسه والحصول على مساعدات من الهيئات الدولية والحفاظ على المستحقات المالية وإرجاعها بالطرق الودية وتتم هذه العملية بمجرد دفع المستحقات لشركة التأمين سواء كانت حكومية، خاصة أو مختلطة.

إذن الغرض من التأمين هو رفع مجموعة القيود على التعاملات التجارية لأي طرف من أطراف العقد. وقد تطرق المشرع الجزائري إلى التأمينات سواء ما تعلق بالنصوص التشريعية أو ما تعلق بالهيئات التي عنيت لها سواء على الصعيد المحلي أو على صعيد التجارة الخارجية حيث يعتبر تأمين الصادرات أحد أنواع التأمين التي فرضتها الظروف الدولية.²

أولا: تأمين قرض: ويتم بالوثيقتين التاليتين:

(1) وثيقة تأمين شاملة واهم ما يميزها:

● مبدأ الضمان:

إن وثيقة تأمين شاملة موجهة إلى مصدري السلع والخدمات، الممتلكون لعقود عمل أو مبيعات متكررة في الخارج تخضع لشروط ائتمانية أو بدونها. تضمن وثيقة تأمين شاملة المبيعات المعدة للتصدير. نتيجة لذلك فإن المؤمن يودع كل رقم أعماله للتصدير إلى CAGEX.

● المخاطر المغطاة:

تغطي وثيقة التأمين الشاملة مخاطر القرض، في حالة عدم سداد الديون الناتجة عن:

✓ إفلاس أو إخفاق مشترٍ خاص من حيث المخاطر التجارية.

✓ وقوع مخاطر سياسة، وكارثة طبيعة، وعدم تحويل أو فشل المشتري العمومي، تحت مخاطر سياسة.

¹ - ليلي بعتاش، أثر الغش في عقد الأساس على تنفيذ الاعتماد المستندي، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، كلية العلوم السياسية 2014-2013 ص 25.

² - طارق جمعة سيف، تأمين التجارة الخارجية تأمين ائتمان الصادرات ضمان سداد الضرائب الجمركية تأمين رفض السلطات، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2008، ص 26.

● ضمانات إضافية:

تخضع الضمانات الإضافية لتعديل عقد التأمين، بناءً على طلب المؤمن عليه وتتيح تغطية:

✓ مخاطر التصنيع.

✓ مخاطر توقف عملية التسويق.

(ب): بوثيقة تأمين فردية: واهم ما يميزها

● مبدأ الضمان:

تغطي وثيقة تأمين الفردية عمليات التصدير لمرة واحدة للسلع والخدمات، مع أو بدون فترة القرض.

● المخاطر المغطاة:

تضمن وثيقة تأمين الفردية للمصدرين ضد مخاطر عدم دفع المستحقات المحتفظ بها على الزبون الأجنبي

والناجمة عن أحداث مثل:

✓ إفلاس أو فشل زبون خاص تحت المجازفة التجارية.

✓ وقوع مخاطر سياسية، أو كارثة طبيعية، أو عدم تحويل أو فشل الزبون العمومي، في ظل

مخاطر سياسة.

● ضمانات إضافية:

بالإضافة إلى وثيقة تأمين الفردية، يمكن أيضا تغطية التصدير، في إطار وثيقة تأمين تكميلية للحدث التالي:

✓ مخاطر التصنيع.

✓ مخاطر توقف عملية التسويق.

جدول رقم(1): الفرق بين وثيقة التأمين الشاملة والفردية

معايير تحديد الأقساط	تكلفة الضمان	التعويض	ضمانات إضافية	المخاطر المغطاة	مبدأ الضمان	الخصائص وثيقة تأمين
_حجم التداول المطلوب تحقيقه. _خصائص الزبون _ضمانة الدفع المقطعة _مدة القرض	يتم احتساب تكلفة الضمان بما يتناسب مع رقم الأعمال المؤمن عليه. يعتمد تحديد معدلات	_شهرين على الأكثر للديون التي تقل عن 300.000 دج 05- أشهر على الأكثر للذمم المدينة الأخرى . _للمخاطر السياسية أكثر من 06 أشهر	تخضع الضمانات لتعدي لعقد التأمين، بناءً على طلب المؤمن عليه وتتيح تغطي: مخاطر التصنيع ومخاطر توقف عملية التسويق	تغطي مخاطر القرض، في حالة عدم سداد الديون	توجه لمصدري السلع والخدمات، الممتلكون لعقود عمل أو مبيعات متكررة في الخارج	وثيقة تأمين شاملة
_مبلغ رقم الأعمال المؤمن عليه _خصائص الزبون _مدة القرض. _خصائص بلد المقصد	يتم احتساب تكلفة الضمان أو معدل قسط التأمين الذي يدفعه المؤمن له، اعتماداً على طبيعة المخاطر	يحدث التعويض بعد 06 أشهر من استلام طلب التدخل .	تغطية التصدير، في إطار وثيقة تأمين تكملية لمخاطر التصنيع ومخاطر توقف عملية التسويق	تضمن للمصدرين ضد مخاطر عدم دفع المستحقات المحتفظ بها على الزبون الأجنبي	تغطي عمليات التصدير لمرة واحدة للسلع والخدمات، مع أو بدون فترة القرض	وثيقة تأمين فردية

المصدر: إعداد الباحثات¹

ثانياً: المخاطر التي يتم تأمينها من قبل هيئات ترقية الصادرات.

هناك جملة من المخاطر التي تتعرض لها عمليات التصدير وهي المخاطر التي يتم ضمانها من قبل هيئات دعم الصادرات ويمكن حصر المخاطر التي تغطيها شركات التأمين في: مخاطر القروض، المخاطر الناشئة عن التزامات التعاقدية ومخاطر الاستثمار الأجنبي.

1- **مخاطر القروض:** هي مخاطر مستمدة من تمويل الصادرات الذي يتم بواسطة شركة الائتمان أو من قبل مؤسسة مصرفية وتتمثل في:

✓ **المخاطر التجارية:** وتتضمن ما يلي:

● **الإعسار المالي من قبل المشتري.**

¹ - طارق جمعة سيف، المرجع السابق، ملخص ص 26.

● التصدير في سداد من قبل المشتري الخاص في نهاية فترة الائتمان أو بعد فترة محددة من تاريخ الائتمان المتفق عليه.

● عدم قبول البضاعة المسلمة للمشتري عندما تكون هذه البضائع مطابقة للعقود القائمة.¹

✓ المخاطر السياسية.

وهي المخاطر التي نشأت من طبيعة سياسية وعادة ما تشمل الأحداث السياسية التي لها تأثير على العلاقات التعاقدية يغطيها القانون المدني بما في ذلك:

✓ الحرب وغيرها من الاضطرابات في بلد المشتري والتي تؤثر على الوفاء بالعقد.

✓ إلغاء أو عدم تجديد ترخيص التصدير المؤمن عليه بعد إبرام العقد.

✓ مخاطر التحويل (يشار إليها أيضا باسم مخاطر التحويل من بلد ثالث) حيث يمكن لدولة واحدة أن تقوم بتجميد الأصول والحسابات البنكية لدولة أخرى محتفظ بها محليا.

✓ مخاطر تحويل العملات الأجنبية، أي الصعوبات التي والتأخيرات في تحويل الأموال من بلد المشتري، بما في ذلك الخسائر الناشئة نتيجة الوقف الاختياري للدين الخارجي الصادر عن حكومة ذلك البلد.

✓ المعاملات بين المصدرين الخاصين والمشتريين العموميين، أي التخلف عن السداد من جانب المشتري العام.

✓ أي إجراء من جانب الحكومة الأجنبية يعوق بطريقة ما إبرام العقد بما في ذلك قيود الاستيراد والتصدير، مصادرة البضائع وتأميم الشركات والصناعات.

هذا ويمكن أن تحدث مخاطر القروض في مرحلتين مختلفتين من الدعم الرسمي وتمثل هذه المرحلتين في

ضمانات ما قبل الشحن وضمانات ما بعد الشحن.²

أ- ضمانات ما قبل الشحن (ضمان قرض رأس المال العامل):

تقدم هذه السياسة ضمانات قروض رأس المال العامل قبل التصدير للبنوك التجارية مما يوفر السيولة

للمصدر لدعم معاملات التصدير الجديدة حيث قبل الشحن يتم تمويل رأس المال العامل للشركات حيث تتلقى

الشركات أموالا من البنك أو المؤسسة المالية لإنتاج سلع أو خدمات التي يتم تصديرها لاحقا وتمثل المخاطر التي

¹ قارح أمين، شري محمد الأمين، وكالات ائتمان الصادرات كآلية لتغطية مخاطر التجارة الخارجية عرض تجربة الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (CAGEX)، مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 16، العدد 01، جوان، 2020، ص94.

² قارح أمين، دور شركات تأمين قروض التصدير في ترقية الصادرات غير النفطية دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، في ميدان العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 202/2019، ص26.

تغطيها إجراءات ضمان ائتمان التصدير في أن المصدر لن يدفع التمويل المتعاقد عليه مع بنك الإقراض حيث يتم إصدار تغطية ما قبل الشحن للبنوك التجارية لتشجيعها على الإقراض للمصدرين وتحصل عملية تحصيل الدين في حالة التخلف عن السداد في السوق المحلية ونظرا لأن مصدر المخاطرة هو المصدر فإنه من الأسهل للبنوك إجراء تحليل مخاطرة العملية لأن الشركة الممولة عادة ما تكون عميلا للبنك وتتوفر المعلومات لإجراء تحليل ائتماني مناسب.¹

ب- ضمانات تمويل ما بعد الشحن.

تظهر مخاطر القروض بعد شحن البضائع أو بعد الوفاء بالالتزامات التعاقدية للمصدر وعادة ما تكون البضائع المرسله أو التي يتم تسليمها خارجة عن السيطرة الفعلية للبائع الذي يصبح في حالة انتظار دفع فواتيره عند استحقاقها حيث غالبا ما يتم منح شروط دفع مؤجلة للمستورد وهو ما يعرض البائع لمخاطر ما بعد الشحن إذ يمكن أن تتحقق بعض أو أحد الأحداث التجارية أو السياسية التي تؤدي إلى خطر عدم الدفع من المستورد أو الحصول على وكالات تحليل ائتمان دولية حيث أن البنوك لا تملك معلومات عن الشركات في البلدان الأخرى بالإضافة إلى حالة عدم الدفع يتم تحصيل الدين في السوق الدولية وهو ما يصعب هذه العملية.

وقد تحدث بعض الأحداث الأخرى في فترة الائتمان بعد شحن السلع أو قبولها مثال ذلك اكتشاف عيوب وإفلات أسعار السوق للتسويق ورفع قيمة العقد الأمر الذي يؤدي إلى رفض السلعة أو يمكن أن يؤثر على استعداد المشتري وقدرته على دفع الثمن السلع بموجب شروط وأحكام العقد الأصلية.²

2- مخاطر الالتزامات التعاقدية:

وهي مخاطر مشتقة من الالتزامات التعاقدية بين المصدر والمستورد كمخاطر تقدم الأداء والموارد، مخاطر التصنيع، وسندات العطاء.

✓ مخاطر الأداء:

لا توفر تغطية تأمين قروض التصدير الحماية للبائعين بسبب الأداء الخاصة بهم ولا تغطي خسائهم بسبب عدم سداد المشتريين إلا في حالة وجود سبب مقنع وصالح لعدم الدفع فتغطية الأداء ترتبط بتقديم المصدر من

¹ - قاج أمين، شري محمد الأمين، المرجع السابق، ص95

² - المرجع نفسه، ص27.

الأموال على الرغم من كون هذا الشرط غير مطلوب إلا أنه ترتبط بالمخاطر التي يتم تغطيتها هي عدم التصدير من قبل المصدر الوطني.¹

✓ مخاطر التصنيع:

تغطي شركة التأمين قروض التصدير هذا النوع من المخاطر التي يتعرض لها المصدرين بين تاريخ توقيع العقد التجاري وتاريخ تسليم البضائع أو الخدمات للمشتري الأجنبي حيث أن الأحداث التجارية أو السياسية قد تقطع أو توقف عمل المصدر بالمقابل لا تغطي شركة التأمين الصادرات خسارة التصنيع عند مقاطعة العقد التجاري أو تعليقه بسبب خرق المصدر للعقد، وتتعلق التغطية المقدمة إلى غاية إلغاء العقد وعادة ما يتم تصميم التغطية لتعويض المؤمن له عن تكاليف تصميم وتصنيع وتوريد السلع التي لا يمكن تسليمها ناقصا أي مدفوعات مستلمة وعائدات إعادة بيعها.

✓ ضمانات العطاء

هذا النوع من التغطية شائع في عمليات تقديم العطاءات الدولية لأعمال البنية التحتية حيث إذا قدمت الشركة عرضا سوف تقوم بالوفاء بالتزاماتها إذا كانت الفترة الفائزة في المسابقة قد يكون هذا الضمان إلزاميا في المزايدات الدولية لمنع البلدان من تنفيذ عملية تقديم عطاءات وتحمل مخاطر عدم التوقيع عقد تجاري بموجب الشروط المنصوص عليها في الإشعار مع تحمل عبء إعادة العملية بالإضافة إلى الآثار الضارة للتأخير في الأعمال تغطي وكالة ائتمان الصادرات الغرامة المطبقة في حالة حدوث خروقات بضمانات العرض.²

3- مخاطر الاستثمار:

تقدم شركة التأمين قروض التصدير بشكل عام تأمين الاستثمار المحلي في الخارج حيث يرتبط بأصول الشركات وليس بالقروض ويتم ذلك من خلال تغطية تشجيع تدويل الشركات الوطنية وتسعى الشركة إلى تغطية أصولها بالخارج ضد المخاطر السياسية مثل المصادرة أو استحالة تحويل العملات الأجنبية حيث توجد علاقة بين تأمين الاستثمار والمخاطر السياسية لكن أساس تغطية الاستثمار هو من الحقوق الملكية المستثمرة بالخارج وكذا نتائجها مثل تحويلاتها وأساس مخاطر القروض هو التمويل.

¹ - نفسه، ص 96

² - قارح أمين، المرجع السابق، ص 28.

الشكل (04): المخاطر التي يتم تأمينها من قبل هيئات دعم الصادرات

المخاطر التي يتم تأمينها من قبل هيئات دعم الصادرات		
مخاطر القروض	مخاطر الالتزامات التعاقدية	مخاطر الاستثمار

المصدر: إعداد الباحثات

المطلب الثاني: واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

لقد أدركت الدول النامية ومن ضمنها الجزائر على ضرورة عدم الاعتماد على النفط كمورد اقتصادي أساسي الأمر الذي جعل هذه الدول تتعد عن أحادية التصدير وتنوع صادراتها ويعد هذا الأخير هدفا أساسيا وشرطا ضروريا لبناء اقتصاد أكثر استدامة من خلال تنوع السلع والخدمات لتحقيق الاكتفاء الذاتي.

والمتتبع لواقع تطور التصدير خارج قطاع المحروقات في الجزائر يجد أنها لم تستطع تحقيق النتائج المرجوة على النحو الجيد، فقد شهدت النتائج المدروسة على مر السنوات السابقة تذبذبا وعدم استقرار بالإضافة إلى أنها لم تكن نتائج مرضية فهي لم تتجاوز معدلاتها في أحسن الأحوال 7٪ من إجمالي الصادرات. ومن هذا المنطلق سوف نتطرق إلى دراسة واقع الصادرات خارج قطاع المحروقات خلال السنوات الماضية وتفعيل البنية المؤسساتية لواقع الصادرات خارج قطاع المحروقات.

أولا: دراسة الصادرات خارج قطاع المحروقات للسنوات الممتدة من 2010 إلى 2020.

حاولت الجزائر النهوض باقتصادها وتحقيق التنمية الاقتصادية حيث سعت كمشيلاها من الدول الأخرى إلى ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات إلى تشجيع الاستثمار الوطني والأجنبي وكذا محاولتها خلق منظومة تشريعية تهيأها لبلوغ أهدافها والوصول إليها، لكن محاولاتها وجهودها المضنية لم تحقق النتائج المطلوبة وهذا لكون الجزائر بالرغم من سعيها للخروج من دائرة الاعتماد الكلي على المحروقات إلا أنها لم تلي اهتمام أكبر بالصادرات خارج قطاع المحروقات، حيث بلغت 5.07 مليار دولار إلى غاية نوفمبر 2023 مقارنة بإجمالي الصادرات المقدر ب 54.75¹.

وهذا ما يوضحه الجدول الذي يرصد تطور الصادرات خلال الفترة الزمنية 2010 إلى 2020

¹ - موقع الانترنت: <https://elghadeldjazairi.dz/> شوهذ بتاريخ بتاريخ 2024/04/05 على الساعة: 8

جدول رقم(2): تطور الصادرات الجزائرية 2010 إلى 2020 (الوحدة مليار دولار أمريكي)

السنوات	صادرات المحروقات	صادرات خارج قطاع المحروقات	إجمالي الصادرات
2010	56.134	1.61	57.762
2011	71.66	2.14	73.804
2012	70.57	2.048	72.62
2013	63.66	2.16	65.82
2014	58.36	2.81	61.17
2015	33.08	2.05	35.138
2016	27.91	1.78	29.69
2017	33.20	1.93	35.13
2018	38.95	2.83	41.78
2019	32.93	2.07	34.99
2020	20.02	1.91	21.93

المصدر إحصائيات التجارة الخارجية¹

يتضح من خلال الجدول أعلاه ارتكاز الصادرات الجزائرية على سلعة واحدة و هي المحروقات منذ 2010 إلى 2020 حيث سجلت أعلى نسبة سنة 2011 بـ 73.804 مليار دولار، ويعود هذا الارتفاع المسجل إلى الأرقام التي وصلت إليها أسعار البترول في الأسواق العالمية، ثم سجلت هذه الصادرات انخفاضا طفيفا بين سنتي 2012 و 2013 ليواصل التذبذب حتى 2020 بـ 21.93 مليار دولار بسبب تذبذبات أسعار البترول، ومن الملاحظ ان النسبة الأكبر من الصادرات الجزائرية هي من المحروقات، ما يجعل النمو الاقتصادي حبيس تطور هذا القطاع

¹ - موقع الانترنت: <https://www.douane.gov.dz> شوهذ بتاريخ 2024/04/05 على الساعة: 8

ثانيا: البنية المؤسسية لواقع الصادرات خارج قطاع المحروقات.

اعتمدت السلطة الجزائرية تحت تأثير الأعوان الاقتصاديين على إعطاء الأهمية لاستحداث إطار مؤسسي جديد لترقية التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات حيث يعمد إلى توفير الدعم للصادرات والاستناد لقطاعات التصدير ويسهر على تطبيق سياسة الحكومة في مجال تنويع الصادرات وفقا لما ورد في نص المادة 19 من دستور 1996 "تنظم التجارة الخارجية من اختصاص الدولة" حيث يمنح القانون للدولة سلطة تنظيم التجارة الخارجية¹.

منذ صدور المرسوم التشريعي رقم 93-12 ومرورا بالأمر رقم 01-03 سعت الجزائر إلى ترقية الاستثمار وبذلت جهود كبيرة لاستقطاب الاستثمار الأجنبي لزيادة تدفق رؤوس المال وقد وفرت جميع الشروط لجذب هذه الاستثمارات من حيث الموارد الطبيعية والإمكانات المادية والبشرية والمحفزات التي تضمنها القانون الاستثمار.

أولا: مزايا النظام العام:

تستفيد من مزايا النظام العام الاستثمارات المنجزة خارج قطاع المحروقات والاستثمارات غير المعنية بالنظام الاستثماري، وقد حدد المجال الزمني للاستفادة من مزايا الاستثمارات بفترة الانجاز فقط والمنصوص عليها في الأمر 01-03 مما يلي:

- الإعفاء الكلي من الرسم على القيمة المضافة لكل السلع والخدمات ذات الصلة المباشرة بإنجاز المشروع
- تطبق النسبة المحققة في مجال الحقوق الجمركية على التجهيزات المستوردة الخاصة بالاستثمار المعني، وهذا بخصوص مزايا النظام العام وفق الأمر 01-03 التي تخص الانجاز فقط دون فترة الاستغلال.

ثانيا المزايا الخاصة بالنظام الاستثنائي:

يستفيد من مزايا هذا النظام الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة، وكذا الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني لاسيما عندما نستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها المحافظة على البيئة وقد ذكر المشرع في المادة 11 من الأمر 01-03 العديد من المزايا سواء بعنوان إنجاز الاستثمار أو بعد معاينة مباشرة الاستغلال التي تعدها المصالح الجبائية بطلب من المستثمر².

1- بلحوت نعيمة، مخلوي ساجية، فعالية الاجراءات المتعلقة بالتصدير وتطوير التجارة الخارجية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون العون الاقتصادي، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2015، ص58.

2 - المرجع نفسه، ص 64/ 65.

المطلب الثالث: مجالات تنوع الصادرات خارج قطاع المحروقات.

إن التنوع الاقتصادي للصادرات خارج قطاع المحروقات آلية لا بد من توفرها وتحقيقها فالاعتماد على نوع واحد للصادرات يعتبر شكلا اقتصاديا يؤدي بالفشل الاقتصادي مثله في ذلك مثل الاعتماد على المحروقات، وقد سعت الجزائر لتحقيق التنوع الاقتصادي للصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال الاعتماد على جملة وآليات للتشكيل قاعدة اقتصادية تمكن من مواجهة المخاطر الاقتصادية وتخلق اقتصادا أقل تعرضا للصدمات الخارجية، وقد عرفت الصادرات خارج قطاع المحروقات تنوعا اقتصاديا نوعا ما في الهيكل السلعي وذلك وفقا لما ورد في الجدول التالي:

جدول رقم (3): يمثل هيكل الصادرات خارج المحروقات (الوحدة مليون دولار أمريكي)

2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	السنوات المواد
437	408	373	349	327	239	323	402	314	357	305	مواد غذائية
71	96	92	73	84	105	110	108	167	162	165	مواد أولية
1287	1445	2242	1410	1299	1685	2350	1608	1519	1495	1089	مواد نصف مصنعة
0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	تجهيزات فلاحية
77	83	90	78	53	17	15	25	30	36	27	تجهيزات صناعية
37	36	33	20	18	11	10	18	18	16	33	سلع استهلاكية
1909	2068	2830	1930	1781	2057	2810	2161	2048	2140	1619	مجموع الصادرات خارج المحروقات

المصدر: إحصائيات التجارة الخارجية¹

من خلال الجدول نجد أن أقصى ارتفاع حققته الصادرات خارج قطاع المحروقات بلغ 2830 مليون دولار والذي كان في سنة 2018 الذي يرجع إلى قيمة المجموعات السلعية المصدرة بينما شهدت انخفاضا في سنة

¹ - موقع الانترنت: <https://www.douane.gov.dz/> شهود بتاريخ بتاريخ 2024/04/05 على الساعة: 8

2010 والذي وصل إلى 1619 مليون دولار أمريكي وفي سنة 2016 وصلت إلى 1781 مليون دولار أمريكي وهذا الانخفاض يرجع إلى انخفاض السلع بنسب متفاوتة وكذا جائحة كورونا.

وتجد الإشارة إلى أن هناك أشكالاً مختلفة ومتنوعة من التنوع نذكر منها ما يلي:¹

أولاً: تنوع الإنتاج

يتعلق التنوع في الإنتاج على التركيز على تحقيق المكاسب الإنتاجية، فهو ينطبق بشكل خاص على الاقتصاديات المتعلقة على إنتاج وتصدير الموارد الأولية من خلال التهيئة الاقتصادية، التي تهدف للدخول في فضاء جديدة للإنتاج الأمر الذي يحد من الاعتماد على مجموعة محدودة من الأنشطة الإنتاجية وتفادي كل ما هو غير مرغوب فيه من الأزمات مثل ندرة الموارد الطبيعية، فالتنوع الإنتاجي يعمل على تسهيل التغير الهيكلي نحو الأنشطة ذات المسؤولية الأعلى من المهارات التكنولوجية مما يحقق تنمية اقتصادية ذات معنى شمولي.

ويتحقق التنوع في الإنتاج من خلال تحقق التناسب بين المساهمات النسبية والضرورية للقطاعات الاقتصادية في توليد الإنتاج والدخل القومي من خلال القطاعات المختلفة للتنوع الاقتصادي هو محور التحولات الهيكلية من خلال كونه قطاع قيادي يضمن التوسع والتشابك بشكل مناسب لكل القطاعات. في المقابل يواجه التنوع الإنتاجي تحديات تكمن في جانب الطلب وفي جانب العرض حيث تتمثل تحديات جانب الطلب في إصلاح الإطار العام لإدارة الاقتصاد الكلي

والمعلقة بجانب السياسات الكلية الاقتصادية الكلية، التي تتمثل في السياسة المالية، السياسة النقدية وسياسة سعر الصرف، أما التحديات المتعلقة بجانب العرض يمكن تلخيصها في تراكمات المتعلقة برأس المال البشري وإصلاح القطاع العام وتشوهات سوق العمل وبناء قاعدة اقتصادية تدعم الصادرات.²

ثانياً: تنوع الأسواق الخارجية.

من خلال التنوع السلعي للصادرات والواردات يمكن معرفة مدى الاعتماد على تصدير سلعة واحدة من خلال قياس نسبتها إلى إجمالي الصادرات ودراسة طبيعة السلعة إذا ما كانت أولية أو مصنعة فشدة الاعتماد تؤثر على إمكانية استمرار عملية التنمية الاقتصادية وتنوع التجارة الخارجية من خلال تحليل الهيكل السلعي لها.

¹ - مريم زغاشو، محمد دهان، دور سياسة الإنفاق العام في تفعيل التنوع الاقتصادي-إقتصاد دولة الإمارات العربية نموذجاً- مجلة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، الجزائر، العدد 18، ديسمبر، 2012، المجلد 1، ص103.

² - موسى باهي، كمال روانة، التنوع الاقتصادي كخيار إستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في البلدان النفطية، حالة البلدان العربية المصدرة للنفط، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية العدد 12، ديسمبر 2008، ص119.

وتنوع الأسواق يتم في جانبين هما:

1. تنوع هيكل الاستيراد:

ويتم من خلال عدم التركيز على مجموعة محددة من السلع إذ أنه يؤثر على مجال التنمية ومساها مما يفقدها عنصر الاستقلالية فتتنوع الواردات أو حتى التقليل من أصنافها قد يؤدي إلى شطب البلد المعني في قائمة البضائع التي يستوردها.

2. تنوع هيكل التصدير:

من خلال تنوع أصنافها ويتم ذلك بتزويد الأسواق بالخدمات الأولية والمنتجات التي يتم معالجتها وتحويلها وتصنيعها ثم الصناعات النصف الجاهزة من الإنتاج المحلي¹.

ثالثا: التنوع التنافسي في الأسواق.

ينعكس التنوع الاقتصادي على المنتجات الأقل إنتاجا على المستوى الدولي الأمر الذي يرفع من تحقيق مكاسب المنافسة إن الاعتماد على سوق واحد يعرض الاقتصاد إلى المخاطر في حالة ما إذا انخفض الطلب في السوق مما يجعله أكثر استقرارا في سوق أخرى وهذا ما يدل على القدرة التنافسية للبلد في حالة تنوع أسواقها.

رابعا: تنوع أصول الصادرات.

إن أي تقسيم لأصول دولة ما يكون وفق ثلاثة أنواع هي الأصول الطبيعية مثل أراضي ومراعي، الأصول المنتجة مثل رأس المال المنتج وهو ما يتمثل في الاستثمارات المادية ورأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي، وأخيرا الأصول غير الملموسة مثل المؤسسات الوطنية وحكم القانون وتصدير هذه الأصول يتمثل ما تقدمه من صادرات مثل المواد الغذائية، مواد التجهيز الزراعية، مواد التجهيز الصناعية، السلع الغير الاستهلاكية الغير الغذائية، وجميع هذه الصادرات يتم تحفيزها من خلال جملة من التحفيزات².

¹ - شليحي الطاهر، بن موفق مرزوق، المنظور الاستراتيجي لعملية التنوع الاقتصادي في الدول النامية، مجلة الحقيقة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة الجزائر، مجلد 06 العدد 27 ديسمبر 2001، ص 401.

² - طبائبية سليمة، التنوع الاقتصادي خيار إستراتيجي لاستدامة التنمية، المؤتمر الدولي للتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 18/17 أبريل 2005، ص 104.

المطلب الرابع: حوافز، معوقات وتحديات ترقية الصادرات.

سعت الجزائر إلى بعث إستراتيجية وطنية شاملة لتنمية صادراتها وتنوعها ورفع من مستوى تنافسية منتجاتها المحلية وفي ظل هذا السعي أوردت الجزائر بعض التسهيلات لانهوض بالتصدير وتشجيع التجارة الخارجية إلا أنه ورغم التسهيلات التي أقرتها الجزائر إلا هناك بعض العراقيل والعقبات التي واجهتها.¹

أولاً: التسهيلات التي شهدتها التصدير خارج قطاع المحروقات.

لجأت الجزائر إلى التصدير خارج قطاع المحروقات كحل بديل للاعتماد على المحروقات التي لم تشهد ثباتاً في أسواقها، إذ يعد التصدير خارج قطاع المحروقات مصدراً جديداً لتمويل الخزينة العامة باحتياط العملة الصعبة وعلى الرغم من بعض التسهيلات التي أقرتها الدولة من خلال المنظومة التشريعية الوطنية لتسهيل عملية التصدير والمشاركة في فعاليات التجارة الخارجية والمتمثلة في:

1. التسهيلات المالية:

أقر المشرع الجزائري في منظومته القانونية مجموعة من التسهيلات المالية للمصدر خارج قطاع المحروقات ومن ضمن هذه التسهيلات طبقاً لما جاء في نص المادة 07 من القانون 09-02 المؤرخ في سبتمبر 1990 حيث نصت على "يسمح للمصدر التصرف في جزء أو في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية التصدير في المنتجات خارج المحروقات"

كما كرس المشرع مبدأ حرية تصدير واستيراد السلع من خلال الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 17 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة على المطبقة على الاستيراد والتصدير حيث ينص الأمر على "يمكن لأي شخص معنوي أو طبيعي ممارسة التجارة الخارجية شرط خضوعه لمراقبة الصرف" الأمر الذي مكن المصدرين من تسجيل 50% من حصيلة صادراتهم خارج المحروقات ومن منتجاتهم، هذا وقد تم تقرير الدعم لصدري بعض المواد مثل التمور الذي يستفيد تصديرها من دعم مزدوج بقا لما جاء في القرار الوزاري المشترك بين التجارة والفلاحة سنة 2001 المتمثل في التكفل بـ80% من نفقات النقل ومنح 5 دج لكل كلغ للتشجيع الإنتاج والتصدير.²

¹ - وردة سعدي، سليمة طبايبي، تجربة الجزائر في تنمية الصادرات بين ضرورة تنويع وإشكالية التبعية (الواقع والتطلعات المستقبلية)، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2015، ص203.

² - المرجع نفسه، ص205.

2. تسهيلات متعلقة بالضرائب

تعتبر الضرائب مهمة في مجال التجارة الخارجية وذلك لكون بعض المنتجات يخصص لها إعفاء ضريبي سواء كان إعفاء كلي أو إعفاء جزئي.

✓ الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات IBS.

نصت عليه المادة 12 من قانون المالية لسنة 1996 حيث قد يمتد إلى غاية 5 سنوات بالنسبة للمؤسسات المنتجة للسلع والخدمات والتي تحقق التصدير للخارج أما بالنسبة لوكالات السياحة والأسفار فإن مدة الإعفاء لا تتجاوز 03 سنوات.

✓ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة TVA.

طبقا لما ورد في نص المادة 13 من قانون المالية فإنه تعتبر كل المبيعات الموجهة نحو التصدير معفاة من الرسم على القيمة المضافة باستثناء بعض العمليات المتعلقة ببيع الأشياء الفنية.

✓ الإعفاء من الدفع الجزئي VF ومن الرسم على النشاط المهني TAP.

بالرجوع للقانون المالية 1996 وطبقا لما ورد في نص المادة 19 فقد جاء الإعفاء للصادرات خارج قطاع المحروقات باستثناء بعض الخدمات المتعلقة بالبنوك والنقل وإعادة التأمين وقد تم تدعيم هذه المادة بالمادة 06 من نفس القانون.¹

3. تسهيلات جمركية.

أورد قانون الجمركي على أن إجراءات التجارة الخارجية تستفيد من نقل وتخزين وتحويل البضائع دون أية رسوم الأمر الذي ينعكس على سعر المنتج الموجه للتصدير، كما أنها تسمح مؤقتا باستيراد مستلزمات الإنتاج التي تدخل في صنع المنتجات الموجهة للتصدير ومن ضمن الأنظمة التي أقرت ذلك:

- التصدير المؤقت: طبقا لما ورد في نص المادة 195 من القانون الجمركي على أن البضائع المرسلّة إلى الخارج قصد إعادة تحويلها أو عرضها في المعارض والتظاهرات الثقافية يمكن أن تصدر بصفة نهائية إلى الخارج.
- نظام القبول المؤقت: أوردته المادة 174 من نفس القانون والذي يسمح بقبول البضائع المستوردة والمعدة للتصدير في الإقليم الجمركي دون أية رسوم.

¹ - آيت عمر إلهام، بجمعيات التصدير خارج المحروقات، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2014، ص140.

● نظام المستودعات الجمركية: يتم تطبيق القيود الجمركية في هذا النظام من خلال بقاء السلع في المخازن إلى أن يتم تصديرها إلى الخارج ولمدة محددة تعتبر استثناء من القاعدة إلا أنه قد تفرض عليها رسوم وضرائب أخرى إذ دخلت السوق المحلية.¹

ثانيا: التحديات (معوقات) التي واجهت الصادرات خارج قطاع المحروقات.

إن قطاع التجارة الخارجية من القطاعات الكبيرة والمتشعبة الأمر الذي جعلها تواجه تحديات ومشاكل انعكست سلبا على واقع الصادرات خارج قطاع المحروقات ومن بين هذه التحديات:

المشاكل على المستوى الجزئي

- قصر البعد الاستراتيجي والنظرة الاستشرافية بالنسبة للمسير الجزائري الأمر الذي أدى إلى إغفال الأساليب الحديثة في مجال إدارة الأعمال والتسويق على غرار إدارة العلاقة مع الزبون، إدارة المعرفة التسويقية إدارة الجودة الشاملة الأمر الذي يشكل معضلة أمام المنتجات الجزائرية التي تعجز عن التقدم في التجارة الخارجية.
- التطبيق الغير منظم والعشوائي للإجراءات القانونية المنصوص عليها في نظام الجودة بالإضافة إلى عدم توظيف الأساليب الإحصائية لقياس الاختلاف
- غياب التحفيز المعنوي والمادي داخل المؤسسة الأمر الذي أدى إلى إحباط الإبداع والابتكار لدى العمال وعجزهم عن إنتاج منتج يتلاءم مع مواصفات المعمول بها.
- انعدام قنوات التوزيع الاقتصادي لاسيما تلك التي تركز على جانب التصدير والتي تتوقف عليها درجة قوة أو ضعف المنافسة التي تسود في السوق.
- عدم كفاءة هياكل المؤسسة التي تتكفل بعملية التصدير وغياها في بعض المؤسسات وهذا يرجع لقوة الطلب مقارنة بالعرض الأمر الذي أدى إلى عدم وجود مصالح تهتم بعملية التسويق.
- ضعف الصناعة في المؤسسة الجزائرية وهذا راجع إلى عدم حداثة أجهزتها الميكانيكية والتي لم تعد قادرة على مجابهة التغيرات الحالية من التطور التكنولوجي وممارسات التصدير.
- افتقاد المنتوجات الوطنية لجودة المنتج تماشيا مع المتطلبات العالمية مما يضعف قدرته على المنافسة.²

¹ - آيت عمر إلهام، المرجع السابق، ص142.

² - طارق قندوز، قاسمي السعيد، تحديات ورهانات واستراتيجيات ترقية الصادرات خارج المحروقات، مطبوعة مقدمة لطلبة السنة الثانية تجارة دولية، جامعة المسيلة، ص08.07.

المشاكل المرتبطة بالحيط المؤسسي والتشريعي.

- التشابك والتداخل في المهام الموكلة للهيئات والهيكل المدعومة لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات مما أدى إلى غياب التنسيق والتضارب في المعطيات الاقتصادية المقدمة.
- التباطؤ في إدراج النصوص التنظيمية والتشريعية التي تحكم عمليات التجارة الخارجية والعمليات المرتبطة بالاستيراد والتصدير.
- استفحال ظاهرة الفساد الإداري رغم الجهود التي تقوم بها الدولة في هذا المجال.¹
- عدم التنسيق بين المصدرين الجزائريين سواء على المستوى الوطني أو الخارجي.

المشاكل على مستوى الحيط الاقتصادي.

- غياب إستراتيجية محددة لمعالم التصدير محددة لمعالم التصدير والتي تغطي الحاجات المحلية.
- غياب الثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين وميلهم إلى الاستيراد بسبب ارتفاع الربح والتقليل من المخاطر الناجمة عن التصدير.
- سوء استخدام التكنولوجيا حال دون التطور والتقدم ومطابقة المواصفات الدولية سواء من حيث تصميم المنتج أو تغليفه.
- سوء استخدام الموارد المالية للصندوق الخاص بترقية الصادرات غير النفطية.
- نقص الدعم اللوجستي للمصدرين الجزائريين من حيث التخزين والنقل والمناوبة حيث يشكو المصدرين من مشكلات عديدة تعترضهم على غرار محدودية طاقات الشحن.²

¹-سكينة بن حمود، استراتيجية الصادرات من غير المحروقات، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 02/17، 2008، ص173.

2- المرجع نفسه، ص174.

خلاصة الفصل الثاني

في ختام هذا الفصل، يمكن القول بأن الجزائر قد اتخذت خطوات مهمة نحو تنويع اقتصادها وتقليل الاعتماد على قطاع المحروقات من خلال تطوير وتعزيز قطاع التصدير والإصلاحات الاقتصادية التي بدأت في التسعينات والمؤسسات الجديدة مثل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)، قد ساهمت في تحسين البنية التحتية للتصدير وتوفير الدعم اللازم للمصدرين. هذه الجهود تعكس التزام الجزائر بتحقيق استقلال اقتصادي أكبر وتحسين موقعها في السوق العالمية. ومع ذلك، يظل التحدي قائمًا في ضمان استدامة هذه الإصلاحات وتوسيع نطاقها لتشمل قطاعات أوسع من الاقتصاد. كما من الضروري استمرار العمل على تحسين السياسات والإجراءات التنظيمية لتشجيع المزيد من الابتكار والتنافسية في الأسواق الدولية.

الفصل الثالث

احد مظاهر تشجيع التصدير في الجزائر

نموذج شركة تصدير التمور بوطي بودراع تقرت

تمهيد:

بعد التطرق إلى الإطار النظري للتصدير والتعرف على دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات وواقع قطاع الصادرات في الجزائر والتحديات التي تواجهها في ظل تقلبات أسعار المحروقات من خلال الفصلين السابقين، تبين لنا أن تحقيق تنوع اقتصادي يتطلب بناء إستراتيجية ترقية وتنوع في هيكل الصادرات هدفها كسب مكانة في السوق المحلية والدولية من خلال توفير منتجات ذات جودة عالية ولتحقيق هذه الجودة وترقيتها إلى المستوى المطلوب، حيث اخترنا دراسة تطبيقية لشركة بوطي بود راع لتصدير المواد الزراعية الغذائية التمور، وهذا لتعاملها مع دول مختلفة مثل فرنسا، ألمانيا ومالي مؤخرًا، حيث خاضت تجارب في مجال تصدير التمور، فقسمنا هذا الفصل إلى مبحثين على النحو التالي:

- المبحث الأول: تقديم عام لشركة بوطي بود راع للتصدير
- المبحث الثاني: إستراتيجية التصدير لشركة بوطي بود راع وامتيازات الهيئات الداعمة لها

المبحث الأول: تقديم عام لشركة بوطي وبود راع

تسعى دول العالم اليوم جاهدة لترقية صادراتها خارج قطاع المحروقات خاصة باقتحام الأسواق الدولية، من خلال الاهتمام بالمنتجات المحلية الموجهة للتصدير وتشجيعها، إذ أصبح النشاط التصديري خيارا استراتيجيا للدول من أجل التنمية الاقتصادية ولا سيما الجزائر حتى تحقق مكانة لها فيها من خلال مؤسساتها لتأمين قروض التصدير، خاصة بعد صدور قانون الاستثمار الجديد (الجريدة الرسمية) 2022 العدد 50، قانون 24 والمؤرخ 12_18 جوان، 2022 والذي يتماشى مع الإستراتيجية الوطنية للتصدير من خلال ضمان تحويل رؤوس الأموال الأجنبية. وسنحاول التعرف على شركة بوطي وبود راع من خلال نشأتها وهيكلها التنظيمي أسواقها واهم مراحل إعداد المنتج للتصدير باعتبارها إحدى المؤسسات التي خاضت تجربة التصدير واختراقها للسوق الدولية.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن الشركة

أنشأت شركة بوطي وبود راع لتصدير المواد الزراعية الغذائية عام 2005 بمنطقة الزبدة مقارين بمدينة تقرت بمساهمين اثنين السيد بوطي محمد جمال الدين والسيد بود راع مراد، وهي عبارة عن مؤسسة ذات مسؤولية محدودة تندرج ضمن المؤسسات الصغيرة (SARL)، تبلغ مساحتها حوالي 3200 متر مربع برأس مال قدره 100000.00 دج يقدر عدد عمالها ب 40 عامل (10 دائمين و 30 موسمين). (انظر الملحق رقم 01)

كانت نشأة هذه المؤسسة على يد المؤسسين السابقين الذكر، بحكم خبرتهما، حيث كانا إطارا دولة في المجال كما أن السيد بوطي نشأ وسط عائلة تمتلك بساتين بالمنطقة معروفة بإنتاج التمور، حيث كان والده من اشتهر تجار التمور بتقرت، وهذا ما جعل الرجلان يفكران في تصدير هذا المنتج للخارج، وهذا ما تجسد بشركة بوطي وبود راع التمور حيث استطاعت اختراق السوق العالمي من خلال أهدافها والتمثلة في:

- تحقيق التقدم والنمو الاقتصادي.
- زيادة الأرباح.
- الحصول على أسواق جديدة.
- التعريف بالتمور الجزائرية وتحسين صورتها على المستوى الدولي .

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

تتكون شركة بوطي وبود راع للتصدير من الهيكل التنظيمي التالي:

أولاً: مسير الشركة:

وهو المسؤول عن الإدارة حيث يشرف على جميع الأنشطة والمتمثلة في البيع وشراء أنواع التغليف والتمور.

ثانياً: الأمانة:

يشرف القسم على تنظيم المواعيد وإعداد جدول الأعمال بناء على توجيهات المسير وتلقي الفاكسات والمراسلات

ثالثاً: الإدارة:

والمتمثلة في مختلف الأقسام بالمؤسسة وإدارة الشؤون الداخلية بها ويشرف عليها المسير وهذه المصالح:

1- قسم المحاسبة ومصلحة المالية: وتتمثل مهامها في:

- إعداد وتحليل الميزانية السنوية .
- ضمان التسيير الجيد للمحاسبة المالية والقانونية في التاريخ المحدد.
- مراقبة كل العمليات المالية للمؤسسة.
- يصادق على بعض الفواتير.

2- قسم البيع: ويتمثل مهامه فيما يلي:

- العمل على دراسة الكمية المطلوبة ومقارنتها بالكمية المنتجة لتوفرها إلى العملاء حسب الحاجة.
- اختيار أفضل الأسواق وأفضل الأسعار.

3- قسم التموين: ويتمثل مهامه فيما يلي:

- شراء التمور ومواد التعبئة والتغليف من داخل الوطن وخارجه.
- البحث عن أفضل الموردين وبأسعار معقولة.

4- قسم التسويق: ويتمثل مهامه في:

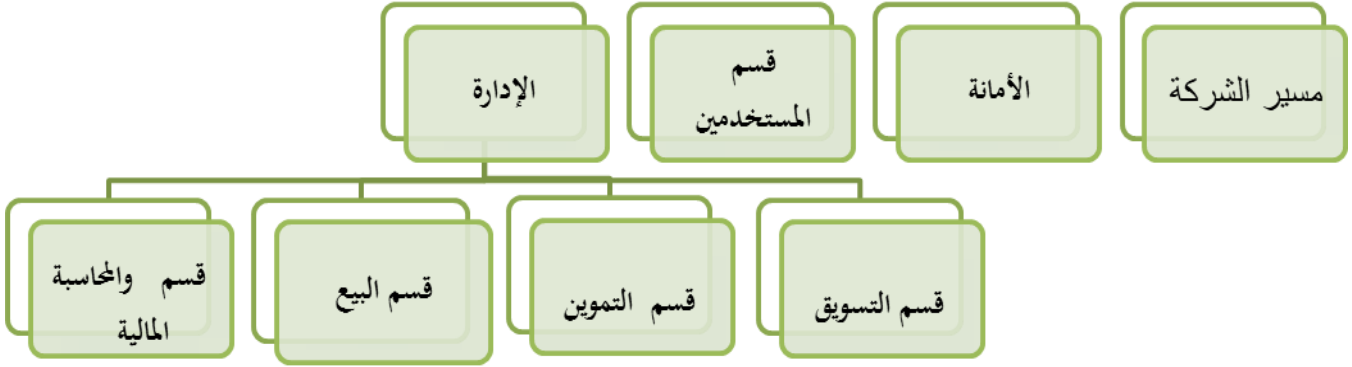
- مراقبة كل عمليات البيع .
- تحميل البضائع.
- مراقبة مرحلة انتقال السلعة حتى وصولها إلى العميل.

5- قسم المستخدمين: ويتمثل مهامه في:

- الاهتمام بالموارد البشرية.
- مراقبة العمال وأجورهم.

ويمكن تلخيص الهيكل التنظيمي للمؤسسة في الشكل التالي:

الشكل رقم: (05) : الهيكل التنظيمي لشركة بوطي وبود راع لتصدير المواد الزراعية الغذائية



المصدر: من إعداد الباحثات

المطلب الثالث: مجال نشاط وسوق المؤسسة

أولا : مجال نشاط المؤسسة

تقوم المؤسسة بالتصدير حيث تعتبر التمور المادة الأولية التي تعتمد عليها المؤسسة في نشاطها حيث يتم إنتاج أغلبها في البساتين التابعة لإخوة صاحب المؤسسة كما تقوم المؤسسة، بشراؤه من المنتجين المحليين في حالة الطليبات الكبيرة (انظر الملحق رقم 02). كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (04): منطقة وصنف تموين التمور وخصائصه

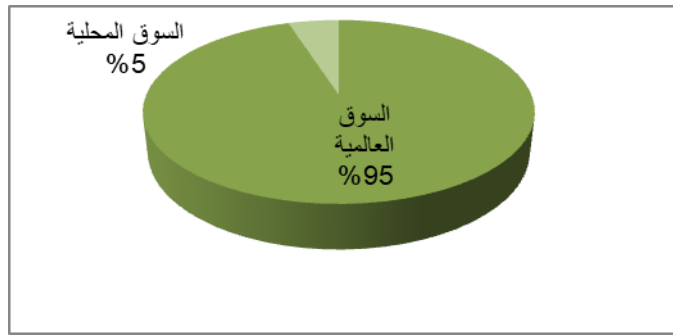
منطقة التموين	صنف التموين	الخصائص
بسكرة	دقلة نور أغصان	ثاني صنف نور دقلة
تقرت الكبرى	دقلة بيضاء	دقلة بيضاء
الطييات	دقلة نور حبات	دقلة نور نصف طازجة صغيرة الحجم دقلة نور نصف جافة كبيرة الحجم دقلة نور نصف جافة صغيرة الحجم دقلة نور منزوعة النوى دقلة نور قبل الفرز

المصدر: مقابلة مع مسير الشركة

ثانيا : سوق المؤسسة-

يعتبر التسويق من أهم الأسس التي يقوم عليها البنيان الاقتصادي، فهو مكمل لعملية الإنتاج لأنه لا يمكن إنتاج أي منتج دون أن يكون هناك تسويق له يضمن وصوله من المنتج إلى المستهلك، حيث تعمل شركة بوطي وبودراع لتصدير المواد الزراعية الغذائية على تسويق منتجاتها في السوق العالمية بنسبة تتراوح ما بين 95% والنسبة الباقية 5% موجهة نحو السوق المحلية.

الشكل رقم (06) : النسب المئوية لأسواق مؤسسة بوطي وبودراع



المصدر : من إعداد الباحثات

المطلب الرابع: مراحل إعداد المنتج الموجه للتصدير لشركة بوطي وبودراع

إن إستراتيجية التسويق تعتمد على المواصفات القياسية للتمور، وهي الخصائص الواجب توفرها في المنتج من حيث الجودة وانخفاض التكاليف خاصة في الأسواق الخارجية التي يكثر فيها عدد المتعاملين.

أولا: مراحل إعداد المنتج ويمكن تقسيمها إلى أربعة مراحل وهي:

المرحلة الأولى: وتمثل في إنتاج التمور أو شراءها من فلاحي ومنتجي المنطقة السابقة الذكر وفرزها لضمان عرضها.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة العلاج والتكليف والتطهير وهي علاجات محددة ومدروسة بشكل دوري لحماية المنتج من الحشرات والآفات، حيث يجب تبخير وتكليف التمر في أسرع وقت ممكن بعد القطف في بستان النخيل، ثم في مصنع التعبئة بعجلة، إذ يتم التبخير تحت الضغط الجوي أو تحت القماش المشمع (باستخدام الفوسفين).

(انظر الملحق رقم 03)

جدول رقم (05) : يوضح عملية التكييف بالمؤسسة

التسمية	الجرعة	الحالة	درجة حرارة <. Co25 Co	درجة حرارة > Co25 Co
الفوسفين	3مليغرام	غاز	7أيام	3أيام

المصدر: وثائق المؤسسة

المرحلة الثالثة: التعبئة والتغليف حسب أصناف ونوعية التمور، وبمعايير مترية حسب النوعية والوزن
المرحلة الرابعة: التخزين، وتعتبر وظيفة تسويقية هامة، تهدف إلى الاحتفاظ بالمنتجات المشتراة في ظل شروط التخزين المناسبة ذلك فالتخزين البارد مفيداً للحفاظ على جودة التمور المعالجة، وهذا ما يوضحه الجدول التالي من خلال الاختبار الذي تم بدقة تامة لدرجة التخزين في المؤسسة.

جدول رقم (06) : يوضح عملية التخزين لأكثر من سنة

الفترة	درجة التخزين
شهر	26/27 درجة مئوية
ثلاثة أشهر	15/16 درجة مئوية
ثمانية أشهر	04/05 درجة مئوية
سنة	-02/-03 درجة مئوية
أكثر من سنة	-17/-18 درجة مئوية

المصدر: وثائق المؤسسة

ثانيا: توجيه المنتج للتصدير

وتتمثل في الخطوات والاجراءات المتبعة من طرف الشركة للتصدير، واغلبها كانت على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، BADR والتي تمت على عبر ثلاث مراحل وهي:

(1) مرحلة معالجة ما قبل التوطين.

(2) مرحلة فتح التوطين.

(3) مرحلة التسوية.

✓ مرحلة معالجة ما قبل التوطين

وتتمثل في طلب المصدر لعملية ما قبل التوطين للتصدير، عن طريق ملء استمارة افتتاح لعملية التصدير عبر

الموقع www.BADR-BANK.DZ مع اختيار خدمة ما قبل التوطين PRE DOMICILIATION.

وبعد الانتهاء من إدخال المعلومات المتعلقة بالبريد الإلكتروني وكلمة المرور اللازمة للفتح، يتم إتمام الطلب بالمعلومات المتمثلة في اسم وعنوان المورد؛ مواعيد الشحن والصلاحية؛ طبيعة البضاعة ويتم بعدها الرد بالرفض أو قبول الفتح من قبل البنك، خلال 48 ساعة، حيث تحمل وتطبع الوثائق PDF لعمليات ما قبل التوطين حال القبول.

✓ مرحلة فتح التوطين

وتتضمن هذه المرحلة قيام المصدر بفتح التوطين والتقدم إلى البنك مع الملف التكميلي الخاص بإتمام إجراءات فتح عملية التوطين والمتمثل في:

✓ نموذج طلب التوطين البنكي (انظر الملحق رقم 04).

✓ الفاتورة التجارية (انظر الملحق رقم 05).

✓ نموذج إقرار بالموافقة على التوطين (انظر الملحق رقم 06).

✓ تعهد بإحضار أصل الإقرار الجمركي.

✓ تعهد بالتسوية خلال 180 يوم (انظر الملحق رقم 07).

✓ شهادة السداد الضريبي سارية المفعول.

✓ ميزانية المؤسسة خلال ثلاث سنوات.

✓ الرقم الجبائي.

✓ السجل التجاري

✓ حيث يقدم البنك للمصدر مستند التوطين عليه ختم طابع يضعه البنك (انظر الملحق رقم 08) بعد اقتطاعه عمولة التوطين 3000 دج.

مرحلة التسوية: وهي المرحلة الأخيرة التي يتم من خلالها إتمام عملية التصدير بتقديم المستندات والمتمثلة في:

1- الفاتورة الموطنة

2- قائمة التعبئة.

3- شهادة صحية.

4- إذن الشحن.

5- إعداد المستندات النهائية : وهذه المستندات يتم إعدادها فور الانتهاء من إتمام عملية الشحن وهي:

✓ بوليصة الشحن.

✓ الفاتورة التجارية.

✓ مستندات ووثائق أخرى: أهمها شهادة التأمين شهادة المنشأ وشهادة معاينة.

على أن يتم التسديد النهائي لثمن السلعة عن فترة لا تتجاوز 180 يوم من طرف البنك المركزي (انظر الملحق رقم 09).

المبحث الثاني : إستراتيجية شركة بوطي وبودراع التصديرية وامتيازات الهيئات الداعمة لها

يعتبر التصدير أحد البدائل الإستراتيجية وهذا ما يفسر توجه الجزائر إلى الأسواق الدولية والتواجد فيها من خلال إسهامها في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات عبر هيئاتها الداعمة لذلك، فإستراتيجية التصدير المتبعة من طرف مؤسسة بوطي وبودراع، تعتبر كأحد أهم عوامل وسبل التوسّع داخل الأسواق الدولية، من خلال فتح أسواق تصديرية جديدة للمنتجات الجزائرية.

المطلب الأول : إستراتيجية شركة بوطي وبودراع لغزو الأسواق الدولية

إن الإستراتيجية المعتمدة من قبل شركة بوطي وبودراع، هي المشاركة في المعارض الدولية والمحلية، كإستراتيجية رئيسية للدخول للأسواق الدولية، حيث تعتبر مشاركتها في المعارض الدولية الخطوة الأساسية لتفرض وجودها في الأسواق الدولية، حيث شاركت الأخيرة في بعض المعارض الدولية والوطنية نذكر منها:

(1) فرنسا: سنة 2017، 2018، 2019 .

(2) تونس سنة 2022.

(3) الجزائر العاصمة سنة 2022 معرض كاجاكس للمصدرين.

(4) بسكرة سنة 2022 وسنة 2023.

(5) ومؤخرا ألمانيا والتي أجلت بسبب الحرب.

إذ حقق نشاط المؤسسة التصديري ارباحا وهذا ما يوضحه الجدول المبين أسفله، وتقدما ملموسا في عملية التصدير، واستطاعت منتجات بوطي وبودراع للتصدير من اكتساح الأسواق الخارجية، حيث بلغ خلالها عدد الدول التي تصدر إليها المنتوج كما يلي:

- أوروبا: فرنسا كزبون دائم

- دول شرق الأوسط: الإمارات العربية المتحدة.

- إفريقيا: مالي

أولا: تطور هيكل هيكل صادرات شركة بوطي وبودراع:

تسعى الشركة جاهدة إلى تنمية وزيادة صادراتها وهذا ما يبينه الجدول أدناه:

الجدول رقم (07): تطور هيكل صادرات شركة بوطي بود راع للفترة (2019 - 2023)

الصادرات من التمور بالاورو	السنوات
146 655.00	2019
224 507.90	2020
227 500.00	2021
132 430.00	2022
72 770.00	2023

المصدر: الوثائق الخاصة بعملية التصدير في المؤسسة

فالجدول أعلاه يبين أنه من سنة 2019 إلى سنة 2021 ارتفعت حصيلة التصدير في المؤسسة بشكل ملحوظ، وهذا راجع إلى :

- (1) زيادة طلبيات السوق .
- (2) لديها منتجات مضمونة وموثوقة.
- (3) دقة المواعيد وتلبية طلبات المستهلكين.

حيث سجلت انخفاضا متذبذبا في التصدير منذ سنة 2022 بفارق 95070.00 اورو مقارنة بسنة 2021، ليصل سنة 2023 إلى 72770.00 اورو، ويرجع السبب إلى عدم وضوح معالم قانون الاستثمار الجديد 18-22، إذ اعتبره المصدرين من العقبات والعوائق التي تعترض تطوير قطاع تصدير التمور في الجزائر.

ثانيا: تطور رقم أعمال شركة بوطي بود راع

على الرغم من الظروف الصعبة التي شهدتها الجزائر (جائحة فيروس كورونا)، نجحت الشركة في رفع التحدي، والتميز، من خلال الحفاظ على وتيرة نمو متزايدة لمشاريعها وأرقام اعمالها وهذا ما تبينه إحصائيات الجدول أدناه.

الجدول رقم (08): رقم أعمال المؤسسة

2023	2022	2021	السنة التعيين
52 368 750,00	49 875 000,00	47 500 000,00	رقم الأعمال

المصدر : إحصائيات المؤسسة لعام 2023

من الجدول أعلاه، نلاحظ إرتفاع رقم أعمال الشركة، إذ كان يقدر بـ 47 500 000,00 دج سنة 2021 وازداد إلى 49 875 000 دج في سنة 2022 ليصل إلى 52 368 750,00 دج كحد أقصى في نهاية سنة 2023 ، حيث الطلب فاق العرض.، وهذا راجع إلى الزيادة في القدرة الإنتاجية من جهة والطلب المتزايد من جهة آخر.

المطلب الثاني : الامتيازات الممنوحة للشركة من طرف كاجاكس

أنظمت شركة بوطي بودراع إلى كاجاكس كمؤمن عليه سنة 2017، وذلك للتسهيلات وللدور الذي تلعبه كاجاكس من خلال التحسيس والتوعية بأهمية العمليات التصديرية، وكذا حماية المصدر من أخطار الدفع المعنية بصفقات التصدير نحو الخارج، ولعل من الامتيازات التي منحت لشركة بوطي (انظر الملحق رقم 10) :

أولاً: المشاركة في المعارض والصالونات في إطار برنامج رسمي وذلك من خلال تقديم الوثائق التالية:

- 1) نسخ مصادق عليها من السجل التجاري ووالرقم الجبائي.
- 2) فاتورة الكراء الخاص بقسم بالعرض .
- 3) فاتورة نقل العينات.
- 4) نقل سند العينات.
- 5) فواتير العبور والنقل والتفريغ للعينات.
- 6) فاتورة مصاريف لإإشهار الخلاص بالتظاهرة.

ثانياً : التكفل بجزء من تكاليف النقل للتصدير بعد تقديم الوثائق والمستندات التي تثبت الانجاز الفعلي لعملية التصدير هذه الوثائق هي:

- 1) نسخ مصادق عليها من السجل التجاري والرقم الجبائي.
- 2) فاتورة موطنة .
- 3) فاتورة النقل أصلية .
- 4) فاتورة العبور أصلية .
- 5) شهادة بنكية تثبت دخول الأموال الأجنبية للوطن .
- 6) التصريح الجمركي.
- 7) سند النقل .

المطلب الثالث: أثر كاجاكس على تعويض خسائر صادرات المؤسسة

سنعرض في هذا المطلب مثال عن تغطية شركة CAGEX لخطر تعرّضت له الشركة محل الدراسة.

عن صفقة تصدير التمور أبرمت بين هذه الأخيرة وبين شركة برولين الفرنسية، والتي تعتبر الزيتون الدائم والاهم للشركة، كما يوضح الجدول الموضح أسفله وذلك حول طلبه خلال بداية فيروس كورونا 2020 وقبل غلق الحدود ومن اجل الإسراع في إفراغ الموانئ الجزائرية، سقطت حاوية نقل معبئة خاصة بمؤسسة بوطي وبودراع، والمقدرة بمبلغ خمسة ملايين دينار جزائري في البحر، مما ترتب عنه خسائر وتلف تام للبضاعة، حيث تم التعويض من طرف كاجاكس للسلعة المصدرة التالفة إضافة إلى مصاريف النقل وتغطية بنسبة 80% حيث حدث التعويض بعد ستة أشهر و احتسب اعتمادا على :

- طبيعة المخاطر.
- مبلغ رقم الأعمال المؤمن عليه.
- خصائص الزيتون.
- مدة القرض.
- خصائص بلد المقصد.

وهنا تظهر قوة شركة كاجاكس باعتبارها الشركة الضامنة والمؤمنة لكافة صادرات الجزائر.

جدول رقم(09): صادرات التمر لشركة بوطي بودراع إلى شركة برولين لسنتي النشاط(2019 - 2020)

التاريخ	خصائص التمر	البلد	الصادرات من التمور بالاورو
2019/03/13	دقلة بيضاء	فرنسا	22680
2019/04/08	دقلة بيضاء	فرنسا	29100
2019/04/17	دقلة نور نصف جافة	فرنسا	23160
2019/05/28	دقلة نور نصف جافة	فرنسا	25995
2019/11/14	دقلة نور نصف جافة	فرنسا	16160
2020/01/21	دقلة بيضاء	فرنسا	23040
2020/01/30	دقلة بيضاء	فرنسا	24125
2020/02/26	دقلة بيضاء	فرنسا	24125
2020/03/24	دقلة نور نصف جافة	فرنسا	24000
2020/03/24	دقلة بيضاء	فرنسا	27540
2020/04/19	دقلة بيضاء	فرنسا	22750
2020/04/19	دقلة نور نصف جافة	فرنسا	22500
2020/07/23	دقلة بيضاء	فرنسا	27540
	الإجمالي		312715

سعر الصرف 148.00 المجموع بالدينار الجزائري 46 281 820

المصدر: وثائق المؤسسة

المطلب الرابع: ضمان قرض صادرات الشركة

إن ابرز مثال في دراستنا الميدانية القرض الموجه للتصدير الذي استفادت منه الشركة بضمان كاجاكس وهو قرض موسمي (الرفيق للتصدير)، مدعم كلياً من طرف الدولة بنسبة 100/100 للفوائد، ويعتبر قرض قصير المدى موجه لمصدرين فلاحين، مربين، تعاونيات، يمنح من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية للمشاريع الموسمية مثل: شراء البذور، الأسمدة، الأدوية الزراعية، شراء التمور المخصصة للتصدير، شراء الطماطم المخصصة للتعليب والتصبير، اقتناء الأغذية الخاصة بالحيوانات (كل الأصناف)، أعمار وإعادة أعمار الإسطبلات والحظائر واقتناء المدخلات اللازمة للنشاط... الخ، حيث نسبة أكبر منه توجه لزراعة الحبوب بالتعاون مع تعاونية الحبوب والبقول الجافة CCLS .

I. الشروط الخاصة للقرض :

* نوع القرض : ¹

- قرض قصير المدى الرفيق للتصدير.
- مدة القرض (12) شهر .
- مدة التسديد (12) شهر.
- مدة تأجيل التسديد /
- رزنامة حصص التسديد بعد (12) شهر حصة واحدة سنويا.

* المبلغ:

* صحة العقد :

- رقم القرض.
- نوعية القرض.
- رقم حساب التسديد.
- تاريخ بداية القرض.
- تاريخ نهاية الاستعمال.
- تاريخ تسديد القرض.
- مبلغ حصص التسديد مستقر (حصة واحدة).

¹ اتفاقية القرض خاصة بينك الفلاحة والتنمية الريفية

النسبة: 5.50% (قابلة للتغيير).

- نسبة القاعدية: 5.25% (قابلة للتغيير) .
- نسبة الهامش : 0.25 %
- عمولة الالتزام : 0.50 %
- مصاريف الملف : حسب مبلغ القرض.
- النسبة المدعمة: 5.50%
- نسبة فوائد التأخير : 7.50%
- نسبة عقوبة التأخير: 2 %
- نسبة الرسم: 19%

* الضمانات الحاصرة :

- الرهونات مع الخبرة من طرف خبير متعاقد مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية .
- شهادة كفالة تضامنية للشركاء للمؤسسة.
- سلسلة سندات الأمر .

* الإحتياطات الحاصرة :

- إنشاء شهادة التامين CAGEX لصالح بنك BADR.
- شهادة النظافة من الضرائب أو تعهد بالدفع.
- شهادة النظافة من صندوق الضمان الاجتماعي للأجراء وغير الأجراء سائرة المفعول.
- إنشاء شهادة التامين ضد جميع الأخطار وضد الكوارث الطبيعية لصالح البنك.
- اتفاقية القرض مسجلة في مصلحة الضرائب.

2 الشروط العامة للقرض :

المادة 1 : مبلغ القرض :

- يمنح البنك بموجب هذه الاتفاقية للمقترض قرض مبلغه مبين في الشروط الخاصة.

المادة 2 : موضوع القرض :

- بناء على طلب التمويل المقدم من طرف المقترض، فإن القرض موضوع هذه الاتفاقية سيخصص لتمويل المشروع المذكور في الشروط الخاصة، وهذا تطبيقا لتركيبية التمويل المتفق عليها بين الأطراف.

المادة 3 : مدة القرض :

- يمنح القرض لمدة ولفرة التأجيل المنصوص عليهما ضمن الشروط الخاصة.
- غير أنه إذا كان القرض موضوع هذه الاتفاقية لم يسجل بداية الاستهلاك في المدة المحددة ضمن الشروط الخاصة، فإن هذه الاتفاقية تعتبر ملغاة إذا لم يقبل البنك تمديدتها.

المادة 4 : نسبة القرض بدون فائدة إذا سدد في الوقت المحدد:

- إن نسبة الفائدة المطبقة على استعمال القرض متكونة من نسبة قاعدية قابلة للمراجعة دوريا وفقا لشروط البنك السارية المفعول وإضافة إلى النسبة المحددة في الشروط الخاصة.
- تخضع النسبة القاعدية المذكورة ضمن الشروط الخاصة للمراجعة الدورية.
- يتم إخطار المقترض بكل تعديل في النسبة القاعدية، ويصرح المقترض بقبول هذا التعديل دون قيد أو تحفظ.

المادة 5 : الرسوم والعمولات :

- تكون جميع الرسوم والعمولات المرتبطة بمنح واستعمال القرض على عاتق المقترض، إلى جانب الرسوم والعمولات الأخرى التي تضاف لاحقا وذلك طبقا للنصوص التشريعية والتنظيمية.

المادة 6 : كيفية استعمال القرض

- إن القرض موضوع هذه الاتفاقية يتم استعماله بإدانة حساب القرض المفتوح من طرف البنك لدى الوكالة الوطنية للمقترض تحت الرقم المشار إليه ضمن الشروط الخاصة.
- ترخص استعمالات القرض حسب احتياجات التمويل الذي يثبت بتقديم بيانات اعتمادها من طرف البنك وكذلك بالإمضاء على السندات لأمر.
- إن إثبات القرض وتسديده يكون حسب الكتابات والعمليات المسجلة من طرف البنك.

المادة 7 : طرف التسديد :

- عند نهاية فترة الاستعمال التي لا يمكن أن تتجاوز تلك المحددة ضمن الشروط الخاصة، فإن الاستهلاكات الفعلية للقرض تثبت بتقديم بيانات اعتمادها من طرف البنك في جدول التسديد الذي يحدد فيه الأصل والفوائد وهذا في حالة ما إذا كانت الشروط الخاصة تنص على نسبة ثابتة معدة على أساس سندات لأمر مدعمة لهذه الحالة.
- هذه السندات تعوض تلك المنصوص عليها في المادة السادسة (06) أعلاه.
- يتعهد المقترض بتسديد أصل القرض على أقساط حسب جدول التسديد المعد طبقا للشروط الخاصة لهذه الاتفاقية بالإضافة إلى الفائدة في حالة عدم التسديد في الآجال القانونية.

المادة 8 : الضمانات :

- لضمان الوفاء بأصل القرض، الفوائد، المصاريف والعمولات المتعلقة بالقرض موضوع الاتفاقية، يتعهد المقترض بتخصيص الضمانات المذكورة في الشروط الخاصة لفائدة البنك.
- تكون مصاريف التسجيل والمصاريف المتعلقة بالضمانات المذكورة أعلاه على عاتق المقترض.
- إن أي تبديد أو بيع جزئي أو كلي للأموال المادية والمعنوية المخصصة كضمان لفائدة البنك يعرض المقترض حسب شروط الاتفاقية، بالإضافة إلى إلغاء القرض متابعة قضائيا.
- استعمال القرض مرتبط بالاستلام الفعلي للضمانات.

المادة 9 : التسديد المسبق

- للمقترض الحق في التسديد المسبق للقرض جزئيا أو كليا.
- التسديد الجزئي يقتطع من الأقساط المتباعدة.

المادة 10 : الترخيص بالخصم

- يعطي المقترض ترخيص للبنك للخصم الفوري من حسابه للمبالغ التي تكفي لتسديد الأقساط من أصل وفوائد وكذا المبالغ الأخرى التي أصبحت واجبة الأداء (عمولات - مصاريف - ضرائب).

المادة 11 : شروط الفسخ

- في حالة عدم تسديد المبالغ الواجبة الأداء من أصل، فوائد ومصاريف أخرى وملحقات، فإن البنك يحتفظ بحق إلزامه على التسديد الفوري لكل قيمة القرض، خاصة في الحالات التالية :
- التصريح الخاطئ للمقترض.

- دفع النفقات التي لا تدخل في إطار تحقيق المشروع الموافق عليه في هذه الاتفاقية.
- تحويل الموضوع الأصلي للقرض.
- عدم احترام المقترض لأي تعهد من التعهدات المتفق عليها من طرفه.
- كل تعديل متعلق بالوضع المالية والقانونية للمقترض.
- البيع الجزئي أو الكلي للأموال المادية والمعنوية المخصصة كضمان لفائدة البنك
- عند عدم احترام بنود هذه الاتفاقية، يتحمل المقترض جميع الأعباء المسجلة من طرف البنك بفعل الأداء المسبق.

المادة 12 : مراقبة القرض

- حتى يتسنى للبنك المراقبة المستمرة والمنظمة لاستعمال القرض يتعهد المقترض بما يلي :
- تقديم جميع البيانات والوثائق التي يراها البنك ضرورية.
- تقديم صور مطابقة الأصل للميزانية السنوية، ووثائق الحسابات والملحقات وكذا تقرير محافظ الحسابات.
- تسهيل الزيارات التي يقوم بها أعوان البنك وكذا الدخول للمحلات والتجهيزات الأخرى.
- كذلك يستطيع البنك أن يتحقق في عين المكان وبناء على الوثائق المقدمة من تطابقها.

المادة 13 : التزامات المقترض

- مع مراعاة الأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول، وما دام المدين مدينا بموجب هذه الاتفاقية، فهو ملزم بما يلي :
- عدم تقديم لصالح الدائنين الآخرين، أي ضمان أو تعهد لامتياز دائن عن آخر على الأموال الموجودة حاليا أو المستقبلية، حتى يتم التسديد الفعلي للقرض.
 - العمل على كل ما هو ضروري لإبقاء وحماية مؤهلاته القانونية وكذا وسائل الإنتاج والخدمات.
 - تأمين المعدات المنقولة والعقارات والوفاء بجميع المصاريف وفقا لعقد التأمين، وفي حالة حدوث كارثة كلية أو جزئية قبل إبراء ذمته، يحتفظ البنك بحق التعويض في التأمين طبقا لبنود الضمان المبرم وفقا لهذه الاتفاقية.
 - تقديم للبنك رقم الأعمال الكامل المحقق في المشروع عند الدخول في مرحلة الإنتاج أو الخدمات.

المادة 14 : العقوبات التأخيرية

- كل تأخر من طرف المقترض عن الوفاء بالدين يؤدي إلى توجيهه إنذار بالدفع بسبب هذا التأخير مع خصم فوائد التأخير.
- نسبة عقوبة التأخير السارية المفعول محددة في الشروط الخاصة.

المادة 15 : العمولة والمصاريف

- يتعهد المقترض بدفع كل ثلاثة أشهر عمولة التعهد ومصاريف الملف المذكورة في الشروط الخاصة.

المادة 16 : تسوية النزاع

- كل نزاع ناتج عن تفسير أو تنفيذ هذه الاتفاقية، يخضع في حالة عدم التسوية الودية للمتابعة أمام الجهات القضائية المختصة.

المادة 17 : اختيار الموطن

- لتنفيذ هذه الاتفاقية، يختار الأطراف الموطن في العناوين السابقة الذكر.
- فمن خلال استعراضنا للشروط العامة والخاصة بالقرض التصديري. وتحديدنا للمادة الأولى والثانية والتي تنص على انه في حين الإخلال بشرط من الشروط الخاصة بما فيها شهادة التأمين CAGEX، فإن هذا القرض يعتبر ملغى ولن يقبل به البنك إذ أن الشروط السابقة تقدم إلى CAGEX من طرف المقترض للتفاوض على العقد التجاري، إذ يجب على الشركة تقديم طلب ضمان إلى الشركة يوضح فيه بلد المقصد، تفاصيل الاتصال الزبون المعني، وعند نجاح التفاوض التجاري، يتم توقيع عقد التأمين بعد الاتفاق على شروط التأمين. ويُدفع قسط التأمين عند توقيع عقد التأمين مما ما يؤدي إلى تفعيل ضمانات التأمين الواردة في العقد.

خلاصة الفصل:

تمكنت مؤسسة بوطي وبودراع من احتلال موقع في السوق المحلية والدولية رغم إمكانياتها المحدودة، وذلك من خلال تطور صادرات المؤسسة في السنوات الثلاثة الأخيرة، وبذلك فهي تسعى جاهدة إلى تعزيز تواجدتها على المستوى العالمي بطموحها إلى احتلال مرتبة معتبرة ضمن المؤسسات الرائدة، وذلك بفرض نفسها من خلال المنتجات التي تقدمها، ولكن من المتوقع أن تذهب هذه المؤسسة إلى أبعد من ذلك في المستقبل وذلك من خلال انضمام مسير أجنبي جديد للشركة خلال شهر سبتمبر المقبل إضافة إلى تصديرها لمنتجات أخرى كالثوم ومعلبات لحم الجمال.

الخاتمة

الخاتمة

أصبحت الصادرات خارج المحروقات تلعب دورا مهما بالنسبة لاقتصاديات الدول النامية المصدرة للنفط، حيث لها اثر ايجابي على الميزان التجاري ودفع عجلة النمو الاقتصادي. خاصة في ظل التحول الهيكلي لمختلف القطاعات الاقتصادية ضمن سياسة التوجه نحو إستراتيجية التنويع الاقتصادي.

حيث حاولنا من خلال دراسة وتحليل الفصول الثلاثة للمذكرة استنتاج النتائج التالية:

الجانب النظري : وكإجابة على الفرضية الأولى:

- فالفرص التي توفرها الأسواق الدولية حفزت الكثير من الدول على إعادة النظر باستراتيجياتها التسويقية من خلال صياغة استراتيجيات التصدير واختراق السوق.

- تعتبر إستراتيجية التصدير من إستراتيجيات النمو والتوسع التي تحقق للمؤسسة مكاسب ايجابية حيث تسمح لها بالحصول على الأرباح.

- إن التصدير أصبح من الإستراتيجيات المهمة للمؤسسة من أجل البقاء حيث أنه لم يعد الهدف فقط في كيفية كسب الزبائن الجدد وإنما في كيفية المحافظة عليهم ومسايرة أذواقهم. وهذا وفق متطلبات المناهج الحديثة للتنويع مع مراعاة خصوصية وطبيعة يل دولة حسب القدرات والإمكانات
إما الفرضية الثانية والثالثة:

- فالتزام الدولة الجزائرية بدعم شركات ضمان تأمين الصادرات في تغطية كافة الأخطار التجارية والسياسية وتوفير فرص كافية لها لتغطية الأخطار التجارية وغير التجارية، يعد من بين الخيارات الناجحة التي تتمكن بفضلها الصادرات الجزائرية من التغلب على العديد من تحديات بيئة التصدير الدولي.

- مفهوم تأمين وضممان الصادرات انتشارا واسعا في الدول الكبرى لخصائصه وأهميته التي يتميز بها في خدمة التجار الخارجية، لكن نفس هذا المفهوم لازال محدود الانتشار في الدول النامية.

- مازال الاقتصاد الجزائري يعاني من تبعات لعنة الموارد وتأثيرها السلبية على الأنشطة الاقتصادية الأخرى كما أن تفش ظاهرة الفساد وسوء التسيير يعد من الأسباب المؤدية لفشل الخطط والبرامج الاقتصادية.

- إن أسس ترقية الصادرات الجزائرية تنطلق من قاعدة إنتاجية متنوعة مع تحليل موقف الصادرات، وذلك من خلال تبني إستراتيجية التصنيع الموجه للتصدير مع التوسع في إستراتيجية إحلال الواردات، على أن يتم استغلال وفورات الحجم لتطوير وتنويع الصادرات خارج المحروقات.

✓ الجانب التطبيقي وجوابا للفرضية الرابعة

- بينت الدراسة أن بإتباع المؤسسة لإستراتيجية التصدير كان له أثر كبير على النشاط التصديري، حيث عرفت.
- تغيرات ملحوظة في صادراتها مما أدى إلى زيادة أرباحها وتطور رقم أعمالها.
- تعتبر مؤسسة بوطي بوداع مؤسسة متحدية في مجال تصدير التمور فهي تسعى إلى بلوغ الزيادة قصد الوصول إلى مستوى الأداء التنافسي.
- لعبت شركة CAGEX دورا هاما في تنظيم المعارض وإنشاء الصالونات المتخصصة بمساهمتها في تطويرا العلاقات مع العملاء الأجانب.

التوصيات:

- كخلاصة لما جاءت به هذه الدراسة، نقدم جملة من التوصيات والاقتراحات:
- توفير آليات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستثمرين الأجانب لتنشيط عملية التصدير
- تقديم تسهيلات بنكية لتمويل المستثمرين الوطنيين ودعم الإنتاج الوطني.
- دعم المستثمرين في قطاع التصدير.
- اهتمام بمجال زراعة وإنتاج التمور في الجزائر.
- تسهيل إنشاء المؤسسات الناشطة في مجال التمور والتصدير.

آفاق البحث:

- نظرا للأهمية والمكانة التي يحضى بها التصدير وبهدف التعمق في دراسة ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات نقترح بعض المواضيع لتكون كبحوث مستقبلية:
- ✓ دراسة مقارنة بين هيئات دعم التصدير.
- ✓ دراسة تقييمية لمجموعة من مؤسسات تصدير التمور.

قائمة المراجع

الكتب

- 1) حبيب الله محمد رحيم. التسويق الدولي الناشر : دار الإعلام للنشر والتوزيع 01 ديسمبر 2008
- 2) صديق محمد عفيفي، التسويق الدولي نظم التصدير والاستيراد، وكالة المطبوعات الجامعية، الكويت، 1973
- 3) طارق جمعة سيف، تأمين التجارة الخارجية تأمين ائتمان الصادرات ضمان سداد الضرائب الجمركية تأمين رفض السلطات، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2008.
- 4) رضوان محمود العمر، التسويق الدولي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2001م
- 5) هاني حامد الضمور ،أحمد محمود زامل ، التسويق الدولي ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2013.
- 6) سعد غالب ياسين ، الإدارة الدولية ، مدخل استراتيجي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 7) رضوان محمود العمر، التسويق الدولي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن-عمان ، 2001م.
- 8) محمود جاسم الصميد على ، إستراتيجية التسويق مدخل كمي وتحليلي ، ط2، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، 2004.
- 9) ناصر دادي عدون : اقتصاد المؤسسة، الطبعة الأولى (الجزائر: دار المحمدية العامة 1998) .

الرسائل والأطروحات الجامعية

- 1) منصف بوعزيلة -رمزي زراري، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر 2010-2018، كلية العلوم التجارية ، جامعة قلمة ، 2020- 2021
- 2) عماري جمعي، إستراتيجية التصدير في المؤسسات المتوسطة والصغيرة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2003.

- (3) حفايضية يمينة، ترقية الصادرات خارج المحروقات ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادي - حالة الجزائر- خلال الفترة 2004-2017م، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945، الجزائر، 2018.
- (4) مولاي عبد القادر، التصدير كإستراتيجية لتحقيق التنمية الاقتصادية -دراسة حالة الجزائر، - مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007.
- (5) قطاف لويزة، التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات وأثرها في تحسين ميزان مدفوعات في الجزائر -2000-2013 مذكرة مقدمة لنيل متطلبات الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة، 2014.
- (6) علوة نجمة دامية، دور المؤسسات المصرفية في التجارة الخارجية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2014.
- (7) بورزام رمزي، الآثار القانونية للاعتماد المستندي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة سطيف، 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2013-2014
- (8) ليلي بعناش، أثر الغش في عقد الأساس على تنفيذ الاعتماد المستندي، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، كلية العلوم السياسية 2013-2014 .
- (9) قارح أمين، دور شركات تأمين قروض التصدير في ترقية الصادرات غير النفطية دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، في ميدان العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 202/2019.
- (10) بلاوي عبلة، قاسمي روميصة، واقع الصادرات خارج قطاع المحروقات 2010-2020، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، السنة الجامعية 2020.
- (11) بلحوت نعيمة، مخلوفي ساجية، فعالية الإجراءات المتعلقة بالتصدير وتطوير التجارة الخارجية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون العون الاقتصادي، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2015.
- (12) لكحل روميصة، شعلال بشرى , دور التصدير في اختراق الأسواق الدولية, مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية التجارة، جامعة ميلة ، 2022.-2023.
- (13) زير ريان، أثر ترقية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي-دراسة حالة الجزائر- الفترة ،20014-2005 مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، ،2014-2015.

- 14) عزوزي عواطف، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة، 2010
- 15) شيقارة هجيرة، الإستراتيجية التنافسية ودورها في أداء المؤسسة ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2004-2005.
- 16) مشري إيناس، كرايمية ندى ،متطلبات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية العلوم الاقتصادية، جامعة العربي تبسي ، جامعة تبسة ، 2021-2022م

الدوريات والمجلات

- 1) وئام بغياني، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، العدد 2019.
- 2) بن شني عبد لقادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية لطلبة سنة الثالثة تخصص: تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2021-2022م.
- 3) براق محمد، عبيلة محمد، دفع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات باستخدام مقاربة التسويق الدولي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2004.
- 4) شتوان صونية، محاضرات في سلوك المستهلك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، 2016-2017.
- 5) بوسجرة ليليا، دور وسائل الإعلام في تطوير العلامة التجارية للمؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 21 سنة 2015.
- 6) موسى باهي، كمال رواينة، التنوع الإقتصادي كخيار إستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في البلدان النفطية، حالة البلدان العربية المصدرة للنفط، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية العدد 12، ديسمبر 2008.
- 7) شليحي الطاهر، بن موفق مرزوق، المنظور الاستراتيجي لعملية التنوع الاقتصادي في الدول النامية، مجلة الحقيقة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة الجزائر، مجلد 06 العدد 27 ديسمبر 2001.
- 8) قارح أمين، شربي محمد الأمين، وكالات ائتمان الصادرات كآلية لتغطية مخاطر التجارة الخارجية عرض تجربة الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات (CAGEX)، مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في

- ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 16، العدد 01، جوان، 2020
- (9) مريم زغاشو، محمد دهان، دور سياسة الإنفاق العام في تفعيل التنوع الاقتصادي-إقتصاد دولة الإمارات العربية نموذجاً- مجلة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، الجزائر، العدد 18، ديسمبر، 2012، المجلد أ.
- (10) وردة سعدي، سليمة طبائية، تجربة الجزائر في تنمية الصادرات بين ضرورة تنويع وإشكالية التبعية (الواقع والتطلعات المستقبلية)، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2015.
- (11) آيت عمر إلهام، تجمعات التصدير خارج المحروقات، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2014.
- (12) طارق قندوز، قاسمي السعيد، تحديات ورهانات واستراتيجيات ترقية الصادرات خارج المحروقات، مطبوعة مقدمة لطلبة السنة الثانية تجارة دولية، جامعة المسيلة.
- (13) سكيبة بن حمود، إستراتيجية الصادرات من غير المحروقات، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 02/17، 2008.

التقارير

- (1) المرسوم التنفيذي 96-93 المؤرخ في 03 مارس 1996 الجريدة الرسمية العدد 16 الصادر في 06 مارس 1996.
- (2) المرسوم التنفيذي 96-205، مؤرخ في 05-06-1996 يحدد كفاءات تسيير حساب التخصيص رقم 84-302، بعنوان ترقية الصادرات جريدة عدد 35 ل 09-05-1996.

المؤتمرات والملتقيات والندوات

- (1) طبائية سليمة، التنوع الاقتصادي خيار إستراتيجي لاستدامة التنمية، المؤتمر الدولي للتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 18/17 أبريل 2005.
- (2) وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية، إستراتيجية الصادرات المصرية، السنة الأولى، أغسطس 2001.

Web sites

- 1) <https://fastercapital.com/ar>
- 2) <https://www.marketingteacher.com/>
- 3) <https://www.ejaba.com/>
- 4) www.badr-bank.dz
- 5) [https:// www commerce.com](https://www.commerce.com)
- 6) www.algex.com
- 7) www.cagex.com
- 8) [www.safex.com .](http://www.safex.com)
- 9) <https://elghadeldjazairi.dz>
- 10) <https://www.douane.gov.dz>
- 11) <https://wuilt.com/?hsLang=ar-eg>
- 12) <https://www.tedeport.org/ar/anket.html>

الملاحق

الملحق رقم (01) : الاشهار القانوني لشركة بوطي بودراع

تأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة

تلاستاذ الصادق بوخلوف

بموجب عقد حرر، استلم، بمكتب التوثيق بتاريخ: 16 ماي 2005 ومسجل، تم تأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة بين السادة: مراد بن محمد بودراع (BOUDRAA MOURAD) ومحمد جمال الدين بن عبد القادر بوطي (DINE) - (BOUTI MOHAMED) DJAMEL ED تعمل المواصفات التالية التأسيسية، شركة بوطي وبودراع للاستيراد والتصدير التمور، ذات: م.م (SARL STE BOUTI BOUDRAA IMPORT EXPORT DATTES) المقر الاجتماعي والمقر: جهة الربطة التجاريين ولاية ورقلة، الرأسمال الاجتماعي: 100,000,00 دج. الموضوع: استيراد وتصدير التمور والشواكه الجافة أو المعقدة، استيراد وتصدير السكر والشاي والبن والكافور والتوابل - استيراد وتصدير البقول الجافة ومنتجات الطحينة - استيراد وتصدير منتجات العلبات الغذائية - استيراد وتصدير الزيوت الحسوانية والنباتية والمواد المنسوجة الاخرى، المدة: 99 سنة، الميزان: محمد جمال الدين بن عبد القادر بوطي بمراسلة: لا يمكن التمسك بالتجاري ملحقة ولاية ورقلة.

تلاستاذ / التوثيق

شوفه جازينغ
الحا نصحها للاصل

الموثق الأستاذ
الصادق بوخرم

الملحق رقم (02) : نموذج طلبية

Nombre total de pages: 05 53 36 19 75 Cathy BLONDY
 (y compris celle-ci) Tél : 05 53 36 19 75 Standard
 Tél : 05 53 36 19 75

BON DE CONFIRMATION

Emetteur : Service Achat Fruits Secs/MAITRE FRUNILLE SAS
 Destinataire : BOUTI BOUDRAA SARL
 N° Fax destinataire :
 A l'attention de :
 Fournisseur : BOUTI BOUDRAA SARL

MAITRE FRUNILLE SAS

Commande à Fournisseur

Bon d'achat N° 01 290225 F8BRI

Livraison SAUVAUD

74440 CASSENEUIL

Embarquement le 9/03/21

EORI FR38067825000016

Incoterm FOB

Libellé article	Gencod	Fiche Sanitaire	Fiche Qualité	Fiche Tech. Prdt. charge	Cahier des charges	Contrat achat	Quantité	Prix en EURO/T	Confirmation fournisseur Date sign
144 DATE DGI NR ALG A125	350249013418.2	DIV/FIS/25	E/06/07	2413	900361	13990	1800,0	1150,000	
02 DLMO 28/02/22									

certificat de fumigation: gaz utilisé, dose appliquée, temps et température du traitement) - pour chaque lot (methyl bromide interdit)
 Résultats des contrôles sur produit fini : calibre, humidité, % de chaque défaut - pour chaque lot
 détails de tous les contrôles poids (sachets UVC) avec calculs statistiques (moyenne, TUI, TUZ, écart type) - pour chaque lot

service achat "Maitre Frunille" précise les modifications, les commandes dépannage, aux services réception, agrégée et qualité.
 s numéros de contrat font référence à la version en cours à la date de passage de la commande.

 Merci de nous retourner votre confirmation de commande sous 48 heures à l'attention de Cathy BLONDY Fax: 05 53 41 08 91.
 -> Acceptation des observations éventuelles
 Sans réponse de notre part dans les 48h après réception de votre confirmation de commande, vos observations sont acceptées.
 -> Non respect des quantités et/ou date de livraison
 Le fournisseur doit prévenir immédiatement MAITRE FRUNILLE
 de la confirmation de commande :

الملحق رقم: (03): ترخيص عملية التكييف

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLICUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère De L'agriculture,
Et du développement Rural

وزارة الفلاحة و التنمية الريفية

Service De La Protection Des Végétaux

مصلحة حماية النباتات

TOUGGOURT..... 04 مارس 2020

PROCES VERBAL N°01
DE CONSTAT

L'inspection phytosanitaire de la DSA de La Circonscription Administrative de :
TOUGGOURT

Après un contrôle effectué le : 04/03/2020 du produit présenté par SARL Ste BOUTI
BOUDRAA EXPORT PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES, TOUGGOURT

Caractérisations du Produit

- Dénomination du produit : Dattes Vrac - Demi sèche – Non étuvé.....
- Variété : Deglet Nour standard - Origine : Touggourt
- Catégorie : Conditionné
- Quantité : 19000 kg....., Présenté en : Carton de dix (10) kg.....
- Nombre du Colis : 1900
- Méthode de désinsectisation : Fumigation par phosphine d'hydrogène à dose 03 g/m³ sous température 20 C° pendant 72 heures.
- N° du lot : 03/20.....
- Etablissement de vente (Dénomination, adresse, gérant) : SARL Ste BOUTI BOUDRAA EXPORT PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES , Zone d'activité e BP N°/657 Touggourt.
- Etat de la marchandise à transférer (constatation de mise sous scellé ...) :
* Le produit végétal décrit-ci-dessus ne présente aucune anomalie après constat .
- Engagement: N°..... 10..... du..... 2020.....
- Destination : MAITRE PRUNILLE S.A.S SAUVAUD 47440 CASSENEUIL-FRANCE .

Signature et cachet
de l'inspectrice



الملحق رقم (04): نموذج طلب التوطين البنكي

Espace Domiciliation



BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL
بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE
ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL
14 NOV 2019
TOUGBOURT 944

Date : 14.1

DEMANDE DE DOMICILIATION

Nom ou Raison Sociale : **SARL STE BOUTI ET BOUDRAA EXPORT PRODUITS ALIMENTA**
 Numéro de Compte :

Alger le : **14/11/2019**
 Agence : **AGENCE DE TOUGG**

OBJET :
 Messieurs,
 Nous vous prions d'ouvrir à notre nom, conformément à la réglementation en vigueur, un dossier de domiciliation pour l'importation des marchandises ci-après :

Désignation : - - Dattes fraîches
Tarif Douanier : 0804101000
Provenance : Algérie
Prix en devises (C&F – FOB) : 1.2
Délais pour les expéditions : 10 jours
Contre-valeur en Dinars : 3.058.940,16 DZD
Modalités de règlement du prix : Remise Libre (Transfert/virement)
Date de règlement : 14/11/2019
 Ci-joint à cet effet en un exemplaire original et deux copies du :
La Facture Commerciale N° : 02/2019

Nous déclarons sur l'honneur que toutes les conditions légales et réglementaires liées à cette importation sont réunies.

Nous nous engageons à accomplir avec votre banque toutes les opérations et les formalités bancaires prévues réglementation du Commerce Extérieur et des Changes à ce dossier.

Nous vous autorisons à débiter notre compte courant ci-dessus du montant de la Commission de domiciliation et la taxe y relatives, afférent à ce dossier.

NOUS NOUS ENGAGEONS PAR LA PRESENTE A SUPPORTER TOUT RISQUE DE CHANGE QUI PEUT DECOULER DE CETTE OPERATION DE DOMICILIATION.

https://inzerim.bafibank.dz/vint/le/print.php?id=53290

2/3

الملحق رقم (05): الفاتورة التجارية

SARL Ste BOUTI BOUDRAA EXPORT PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES

SBEPA

Zone d'activité Mégarine BP N°: 657 Touggourt centre Algérie
Tél/Fax: 00 213 29 33 43. Mob : 00 213 6 61 10 62 05.00 213 7 72 69 10 95.
E-mail: boutidjamel@yahoo.fr sbouti.exp.agro@gmail.com

R C : NIF : Art :
R.I.B :

14/11/2019

Numéro Facture : 06/2019

Code client : 002
Contrat : 01/12284 : 13/02/2019

Doit : MAITRE PRUNILLE S.A.S
Sauvaud-47 440 CASSENEUIL
FRANCE
Tel : 00 33 (0)5 53 36 19 67
Fax : 00 33 (0)5 53 36 19 58

FACTURE

Contrat : 01/12284

Nb colis	Désignation	Qualité	Quantité/kg	Prix Unitaire FOB	Montant
1920	DATTES DEGLET-NOUR D'ALGERIE E 140 CLOR DE 10 kg/net	½ Sèche	19200	1.20 euro	23040.00 euro
TOTAL FOB :					23040.00 Euro

Arrête la présente facture a la somme de : Vingt-trois mille quarante euro.

*Virement bancaire 30 jours date d'embarquement après réception.
*Banque D'agriculture et développement rural (BADR) agence de Touggourt.
*Cpt n° : 00.3-00944-300124300092

CHAHED KEITHOUM

Directrice d'Agence

Signature :

BOUTI Mohamed Djamel-gerant
GERANT
Ste SBEPA

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL		A. L. E	
DOMICILIATION		TOUGGOURT 944	
30	04	02	2019
TOUGGOURT LE.		4	00001 EUR
		14/11/2019	



الملحق رقم (06): نموذج إقرار بالموافقة على التوطين

719 Espace Domiciliation

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL
بنك الفلاحة و التنمية الريفية

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL
14 NOV. 2019
توفورت
TOUGGOUCT 004

AVIS D'ACCEPTATION

A : SARL STE BOUTI ET BOUDRAA EXPORT PRODUITS ALIMENTA

Numéro de Compte : _____

Adresse : COTE ZOBDA MEGGARINE

OBJET : Avis d'Acceptation

Monsieur

Nous avons le plaisir de vous informer que votre demande de domiciliation N°: **944-2019-0091** a été acceptée services de contrôle.

Nous vous invitons à vous présenter à nos guichets dans les meilleurs délais, munis de tous les documents exigés pour examen et domiciliation définitive.

Nos Cordiales Salutations.

<http://www.banque-agn.com>

1/3

الملحق رقم (07): تعهد بالتسوية

ATTESTATION

Nous (je) soussigné (s)attestons (atteste)
par la présente avoir pris connaissance de la teneur des articles 29 et 31 du règlement
n° 95/07 du 23/12/1995 de la Banque d'Algérie relatif au contrôle des changes et des
articles 11 et 17 du règlement 91/13 du 14/08/1991 de la Banque d'Algérie relatif à
la domiciliation et au règlement Financier des exportations hors hydrocarbures.


Nous (je) prenons (prend) acte de l'obligation de rapatriement de fonds qui
incombe solidairement à l'exportation et à la Banque.

En conséquence, nous (je) délivrons (délivre) cette attestation par laquelle nous
(je) engageons (m'engage) sur l'honneur vis-à-vis de la B.A.D.R TOUGGOURT
944 à rapatrier le produit de notre opération d'exportation domiciliée sous le n° 30
04 02.2013 totalisant un montant en devises de....., et ce dans les
délais réglementaires

الملحق رقم (08) : مستند التوطين

2019


ETAT IMPORTATION

 بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

Agence : 944 - AGENCE TOUGGOURT
Agrement : 300402

AVIS DOMICILIATION EXPORTATION

Client : 004442542 - SARL STE BOUTI BOUDRAA EXPORT
Adresse : PRODUIT AGRO ALIMENTAIRE MEGGA
Numero Registre :
Identifiant Fiscal :
Numéro de compte :
Numero Facture : 06/2019
Date Facture : 14/11/2019
Montant : 23040.00
Monnaie : EUR
Cour Change : 132.7665
Contre Valeur : 3058940.16000
Tarif Douane : 0804101000
Designation : DATTES DEGLET NOUR D ALGERIE E 140 CLOR DE 10 KG/NET
Pays : FRANCE - FR
Provenance :
Pays Origine : ALGERIE - DZ
Mode tranport : FREE ON BOARD
Delais : 180(Jours)
Nom Fournisseur : MAITRE PRUNILLE S.A.S
Adresse Fournisseur : Sauvaud 47 400 CASSENEUIL FRANCE
Mode Reglement : TRANSFERT LIBRE
Type Couverture :
Numero : 300402.2019.4.CT.00001.EUR
Enregistre le : 14/11/2019



CHAHED KELTHOUM
Directrice d'Agence

<http://172.16.31.129/BADRIMTIYAZ/accueil.html>

1/1

الملحق رقم (09) : وثيقة التسوية الخاصة ببنك الجزائر

البنك المركزي الجزائري BANQUE CENTRALE D'ALGERIE CONTROLE DES CHANGES Formule 4		PRELEVEMENT DE DEVIS Instruction N° 824 (Art 33 à 6)		GUICHET DE LA BANQUE DOMICILIATRICE (Nom et adresse) BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL	
A DONNEUR D'ORDRE Nom : Adresse : Agissant { pour son compte (1) Nations pour le compte de (1) Nom : résident (1) Adresse : non résident (1)		E Cadre Réserve à la Banque Centrale d'Algérie 1 2 3 4		D Bordereau E N° N° de la formule C EXECUTION DE L'ORDRE 1. Date du prélèvement sur le marché 2. Désignation de la devise 3. Cours Appliqué	
B NATURE DE L'OPERATION et référence au répertoire de codification GROUPE I : Achat de marchandises Pays d'origine des marchandises : a) Importation (1) réglée après expédition : <input type="checkbox"/> F.D.D. <input type="checkbox"/> C.A.F. <input type="checkbox"/> F.D.D. (Franco destination dédouané) (1) réglée avant expédition (acompte autorisé) (1) Numéro du dossier de conciliation : b) Autres (préciser la nature de l'opération)		Montant du PRELEVEMENT sur le Marché 4			
GROUPE II : Autres règlements (sauf annulations de cessions antérieures) Pays de résidence du créancier étranger : Précisions sur la nature de l'opération)					
GROUPE III : Annulations de cessions antérieures Pays de résidence du débiteur étranger initial : (ou destination des marchandises) : Référence à l'opération initiale de cession :					
(1) Rayer les mentions inutiles. (1) Destiné à la Banque Centrale d'Algérie.				Cachet et numéro d'immatriculation de l'intermédiaire agréé :	

CA 1047

الملحق رقم (10): اتفاقية CAGEX



COMPAGNIE ALGERIENNE D'ASSURANCE ET DE GARANTIE DES EXPORTATIONS
S.P.A. AU CAPITAL DE 2.000.000.000 DA
Adresse : 10, Route Nationale N°36 Dely-Ibrahim, Alger.
Tél : (213) 023.51.21.00 à 02 - Fax : (213) 023.51.20.93/94
R.C 00 B 14088 - Matricule Fiscal : 099616239128706 - Article d'Imposition : 16232415021 - Nis : 0996 1623 00823 27

ASSURANCE CREDIT EXPORT
DECISION D'AGREMENT SUR ACHETEUR
N° 2.1/0003/17/A0001
POLICE GLOBALE

POLICE	CB	CP	NP	AN	AVIS/AVENANT DE RECONDUCTION	N° RJ50
	142	1	9905	17		

Effet: du 01/03/2017 au 31/03/2018

L'ASSURÉ : SARL BOUTI BOUDRAA EXPORT PRODUITS AGRICOLES

L'ACHETEUR :

Code : (à rappeler dans toutes vos correspondances)

S/ Code : /

Dénomination : MAITRE PRUNILLE SAS
Adresse : LIEU-DIT SAUVAUD, 47440 CASSENEUIL, FRANCE

Cher Client,
En réponse à votre Demande d'Agrement du 05/03/2017, pour un montant de 2 385 000,00 DA, nous avons le plaisir de porter à votre connaissance que l'Acheteur dénommé ci dessus est agréé aux conditions suivantes :

DECOUVERT GARANTI : 2 3 8 5 0 0 0 DA.
Validité : du 05/03/2017 au 04/03/2018

DEPASSEMENT GARANTI : DA
Validité : du ___/___/___ au ___/___/___

TOTAL : 2 3 8 5 0 0 0 DA
Soit : DEUX MILLIONS TROIS CENT QUATRE-VINGT CINQ MILLE DINARS ALGÉRIENS

CONDITIONS :

- Quotités Assurées : 80% en RC et 90% en RP
- Délai de Paiement : 30 Jours
- Mode de Paiement : Virement libre / Transfert Libre
- Autres Conditions : //

- Risques couverts RC(Risque Commercial)

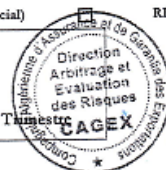
RP(Risque Politique)

A Alger, le 07/03/2017

Taux de prime : 0,90 %
RC : 0,90 %

RP :
Frais d'enquête : 5 000,00 DA

Frais de surveillance : 1 200,00 DA / Trimestre



Tarik RAHMOUN
Directeur Arbitrage et Evaluation des Risques

Note importante: Les décisions de la CAGEX revêtent un caractère confidentiel et ne doivent en aucun cas être communiquées à l'Acheteur.