



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



تقرير تربص مقدم لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة : العلوم التجارية

التخصص : تجارة دولية

**اجراءات تصدير المنتجات**  
**دراسة حالة مؤسسة " روائح الورود " بالوادي**

تحت إشراف الدكتور:

د . بوشول السعيد

إعداد الطلبة

1. ذهب ابراهيم

2. حمي أحمد

3. خالد منصف

لجنة المناقشة

رئيسا

الرتبة العلمية بجامعة .....

مشرفا ومقررا

أستاذ محاضر أ ، جامعة الوادي

مشرفا مساعدا

الرتبة العلمية بجامعة .....

ممتحنا

الرتبة العلمية بجامعة .....

ممتحنا

الرتبة العلمية بجامعة .....

اسم ولقب الأستاذ

بوشول السعيد

اسم ولقب الأستاذ

اسم ولقب الأستاذ

اسم ولقب الأستاذ

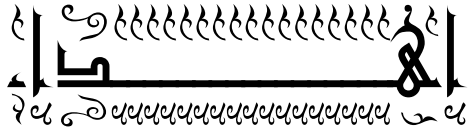
السنة الجامعية: 2017/2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

” وَقُلْ إِنِّي نَسِيتُ الْكِتَابَ فَأَتَذَكَّرُ بِاللَّذِي عَلَّمَكَذَا وَمَا كُنَّا إِلَّا وَرَاءَ سِوَالِهِ وَ  
نَسِيتُ الْكِتَابَ فَأَتَذَكَّرُ بِاللَّذِي عَلَّمَكَذَا وَمَا كُنَّا إِلَّا وَرَاءَ سِوَالِهِ وَ

” إِنِّي نَسِيتُ الْكِتَابَ فَأَتَذَكَّرُ بِاللَّذِي عَلَّمَكَذَا ”

صدق الله العظيم.



نهدي هذا العمل المتواضع الى الوالدين الكريم اللذين احاطانا بالرعاية والدعم وحبوا الينا  
طلب العلم وحفزونا على طلبه . وتمنى من الله عز وجل ان يحفظهما ويمكننا من رد  
الجميل لهما .

كما نهدي هذا العمل الى جميع الاخوة والاخوات الى كافة افراد عائلتنا .  
والى كل طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادى , وخاصة طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و  
علوم التسيير , وبالأخص طلبة دفعة "التجارة الدولية" .  
والى جميع الاصدقاء وكل من ساهم معنا وساعدنا فى انجاز هذا التقرير .  
والى جميع الاساتذة الافاضل حفظهم الله , والى ادارة الكلية وفقهم الله فى خدمة الطلبة , والى  
ادارة الجامعة من مدير وعمداء .

"سدد الله خطى الجميع لما فيه الخير والصلاح" .

ابراهيم - احمد - منصف

# شكر و عرفان

بتوفيق من الله عز وجل اتمنا انجاز هذا التقرير , فالحمد لله والشكر لله .

وعرفا منا بجميل كل من ساعدنا في اعداد هذا التقرير , لا يسعنا الا ان نتقدم بأطيب الت شكرات و

التقدير والاحترام الى كل من ساهم من قريب او بعيد في توجيهنا ومد يد العون لنا .

كما نتقدم بالشكر الى الاستاذ الماطر له جزيل الشكر والعرفان , والى عميد الكلية والى رئيس

قسم العلوم التجارية وموظفي الادارة , وكل من يسعى وراء نجاح وتقدم الطلبة .

كما لا يفوتنا ان نعبر عن تقديرنا للجهود المبذولة من طرف الاساتذة خلال السنوات الثلاثة التي

نهلنا فيها على ايديهم العلم النافع .

كما نتقدم الى جميع زملائنا الطلبة بأسمى عبارات التوفيق والنجاح .

# الفهرس





الصفحة	الموضوع
I	◆ الإهداء .....
II	◆ الشكر .....
/	◆ الفهارس : .....
III	◆ قائمة الجداول .....
IV	◆ قائمة الأشكال .....
VII	◆ قائمة الملاحق .....
VIII	◆ قائمة الرموز و الاختصارات .....
أ- ج	◆ المقدمة العامة .....
01	◆ الفصل الأول : الإطار العام لمؤسسة " روائح الورود " .....
03	المبحث الأول: لمحة عامة عن مؤسسة " روائح الورود " .....
03	المطلب الأول : التعريف بمؤسسة " روائح الورود " .....
05	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة " روائح الورود " .....
06	المطلب الثالث : نظام العمل و توزيع العمال .....
06	المطلب الرابع : مكانة مؤسسة " روائح الورود " في قطاع صناعة العطور .....
06	المطلب الخامس : منتجات المؤسسة .....
10	المبحث الثاني : مصلحة التسويق ( المصلحة اثناء الدراسة ) .....
10	المطلب الأول : جمع المعلومات .....
11	المطلب الثاني : تجزئة السوق .....
11	المطلب الثالث : الوضعية التنافسية .....
13	المطلب الرابع : المزيج التسويقي .....
15	المطلب الخامس : انجازات مصلحة التسويق ( الدول التي صدرت لها المؤسسة ) .....
16	المطلب السادس : المعارض الوطنية و الدولية التي شاركت فيها المؤسسة . .....
17	◆ الفصل الثاني : دراسة علمية التصدير بمؤسسة " روائح الورود " . .....
19	المبحث الاول : مفاهيم نظرية حول التصدير .....
19	المطلب الاول : ماهية التصدير .....
21	المطلب الثاني : تشخيص التصدير .....
24	المطلب الثالث : هيكلية عملية التصدير .....
27	المطلب الرابع : العقد التجاري الدولي .....
28	المطلب الخامس : العمليات المكتملة للتصدير .....
39	المبحث الثاني : منهجية البحث .....

39	المطلب الاول : المناهج المتبعة .....
39	المطلب الثاني : مصادر جمع المعلومات .....
40	المبحث الثالث : الاجراءات المتبعة عند عملية التصدير بمؤسسة " روائح الورود " ..
40	المطلب الاول : هيكله عملية التصدير داخل مؤسسة " روائح الورود " ( الاجراءات الاولية )
41	المطلب الثاني : العمليات المكتملة للتصدير داخل المؤسسة .....
43	المبحث الرابع : الاجابة على التساؤلات .....
43	المطلب الاول : الجودة و النوعية .....
44	المطلب الثاني : التغليف و التعليب .....
44	المطلب الثالث : اجراءات الصحة و الصحة النباتية .....
45	المطلب الرابع : متطلبات عملية التصدير .....
47	المبحث الخامس : تقديم اقتراحات لمؤسسة " روائح الورود " .....
47	المطلب الاول : مقترحات على المستوى الداخلي .....
48	المطلب الثاني : مقترحات على المستوى الخارجي .....
49	التقييم الشخصي .....
50	♦ الخاتمة العامة .....
57	♦ قائمة المراجع .....
60	♦ الملاحق .....

# قائمة الجداول





الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع العمال بمؤسسة " روائح الورود " لسنة 2017.	06
2	منتجات مؤسسة " روائح الورود " لسنة 2017 .	07
3	المعارض الوطنية التي شاركت فيها مؤسسة " روائح الورود " ما بين : 2009 – 2016 .	16
4	المعارض الدولية التي شاركت فيها مؤسسة " روائح الورود " ما بين : 1998 – 2016 .	16

# قائمة الأشكال



الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
05	الهيكل التنظيمي لمؤسسة " روائح الورود " بالوادي .	1
08	رقم اعمال مؤسسة " روائح الورود " مابين 2010 – 2016 .	2
26	مخطط الوظائف الاساسية للتصدير .	3
38	مخطط مراحل التسليم المستندي .	4
39	مخطط مراحل الاعتماد المستندي .	5

# قائمة الملاحق





الرقم	عنوان الملحق
01	مزيج من مختلف منتجات مؤسسة " روائح الورود " .
02	الجوائز المتحصلة عليها شركة " روائح الورود " في الجودة و النوعية وغيرها .
03	جائزة اللجنة الخاصة الممنوحة للمدير العام لشركة " روائح الورود " في التسيير و الادارة .
04	ملف الجمارك للمصدرين .
05	التصريح الجمركي الموحد و المفصل .
06	بوليصة الشحن .
07	صيغ العقد الدولي و التأمين .
08	سند الرفع .
09	طلب فتح اعتماد مستندي .
10	فاتورة اصلية موطنة لدى البنك .
11	فاتورة شكلية .
12	شهادة المنشأ .
13	سند الشحن .

# قائمة الرموز و الاختصارات



WTO : المنظمة العالمية للتجارة

ITC : مركز التجارة الدولي

PTB : المعهد الفيزيائي التقني الاتحادي ( المعهد الوطني الألماني للمترولوجيا )

FOB : التسليم على ظهر الباخرة

CFR : التكاليف و اجرة الشحن

CIF : التكاليف و التامين و اجور الشحن

S.A.R.L : شركة ذات مسؤولية محدودة

LVI : سيارة النقل الدولي

LTA : رسالة النقل الدولي

LE CREDIT DOC . REVOCABLE : الاعتماد المستندي القابل للإلغاء

LE CREDIT DOC IRREVOCABLE : الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء

LE CREDIT DOC IRREVOCABLE ET CONFERME : الاعتماد

المستندي غير القابل للإلغاء و المؤكد

LA LISTE DE COLISSAGE : قائمة الطرود

SAA : الشركة الجزائرية للتأمينات

ISO : المنظمة الدولية للمعايير

# المقدمة العامة

## تمهيد:

لا يمكن ان يتصور دولة ما تعيش منعزلة عن العالم الخارجي , ومهما كانت امكانياتها و مواردها فهي بحاجة الى تصريف جزء من منتجاتها نحو الدول الاخرى مقابل استيراد ما تحتاج اليه من سلع و خدمات , و يعد قطاع التصدير من القطاعات المهمة التي اصبحت تعتمد عليها الدولة قصد تحقيق ميزان تجاري رابح , تعتبر مؤسسة " روائح الورود " رائدة في قطاع الصناعة ( تصنيع الروائح و العطور ) , و ذو خبرة في تصدير منتجاتها منذ حقبة من الزمن , تعتبر ذات خبرة في مجال الادارة و التصدير و الجودة و النوعية وغيرها من الوظائف و الاستراتيجيات . من خلال تربصنا هذا و الذي دام حوالي اسبوعين استخلصنا الى مجموعة من النتائج يجدر بنا ذكرها وهي كالآتي :

معرفة البيئة الداخلية للمؤسسة كالقوانين الداخلية للمؤسسة من مواقيت الدوام و هيكل المؤسسة , وتطلعنا على كل قسم من اقسام ادارة المؤسسة من قسم المالية الى قسم الانتاج و خاصة القسم اثناء الدراسة : قسم التسويق . الاستفادة من كيفية اعداد منتجات المؤسسة ومعرفة كل مرحلة من مراحل الانتاج ومتطلباتها , من اول مرحلة وهي دخول المواد الاولية و الاعداد , الى غاية التعليب و التغليف وهي اخر مرحلة .

طريقة التعامل مع العمال و الزبائن و الموردين و غيرهم من المتعاملين مع المؤسسة وخاصة الجهات الحكومية و المالية . كما كان لنا في هذا التربص اهدافا عديدة نذكر منها :

محاولة التعرف على الاطار النظري للتصدير .

محاولة التعرف على اجراءات التصدير و خاصة في ولاية الوادي .

محاولة التعرف على شركة التصدير (الوورود) .

معرفة كافة الوثائق و مراحل وطرق و اجراءات و متطلبات عملية التصدير .

محاولة تقييم عملية التصدير بالنسبة للاجراءات , و محاولة ابداء الراي و تقديم توصيات .

و محاولة منا لمعرفة مدى نجاح و سير عمليات التصدير و تشجيع الصادرات و المصدرين , وقع الاختيار على مؤسسة " روائح الورود " لما لها من سمعة جيدة محليا و دوليا , و ايضا كونها تقوم بالتصدير .

ومن هنا نطرح الاشكالية التالية :

ما مدى مرونة عملية التصدير بالنسبة لمؤسسة روائح الورود ؟

ونظرا لاهمية الموضوع و تعدد جوانبه , نطرح جملة من التساؤلات التالية :

ما المقصود بعملية التصدير ؟

ما هي أهم الخطوات المتبعة لاجراء عملية التصدير ؟

ما هي المؤسسات المرتبطة بعملية التصدير ؟

ما هي أهم العوائق التصديرية لمؤسسة روائح الورد ؟

ان من الاسباب التي دفعتنا الى اختيار الموضوع دون غيره و بدون تردد , ويمكن تلخيصها في النقاط التالية :

شعورنا باهمية الموضوع , مع تناسبه مع تخصصنا .

توجه الشركات الى اقتصاد السوق وتشجيع الدولة له , والذي يفرض الاهتمام بالتجارة الدولية .

كما تتمثل اهمية التقرير في العناصر التالية :

إن معرفة أهم العوائق التصديرية بالنسبة للمؤسسات ، تعتبر من الجوانب المهمة للاقتصاد حيث تساهم في رفع

الانشغال إلى المؤسسات المسؤولة للدولة للتخفيف و تسهيل وازالة العقبات .

الآثار التي يمكن ان تترتب عن عملية التصدير , و بالتالي لهذا الموضوع اهمية كبيرة للمؤسسة لأنه عامل نجاح او فشل

بها .

# الفصل الأول

الفصل الأول

الإطار العام لمؤسسة

"روائح الورد"

تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل الى الحديث عن المؤسسة التي عملنا بها التقرير , مع اعطاء لمحة تاريخية عن تطور هذه المؤسسة العريقة , ثم الى الهيكل التنظيمي و ومقر تواجد المؤسسة و الطبيعة القانونية لها مع اعطاء بطاقة تعريف للمؤسسة , ثم التفصيل اكثر في المصلحة اثناء التريص ( مصلحة التسويق ) . وفق التقسيم منهجي التالي :

المبحث الاول : لمحة عامة عن مؤسسة " روائح الورود " .

المبحث الثاني : مصلحة التسويق ( المصلحة اثناء الدراسة ) .

## المبحث الاول : لمحة عامة عن مؤسسة " روائح الورد " .

سنحاول في هذا المبحث التعرف على مؤسسة روائح الورد وعلى مراحل تطورها ، ثم نتطرق إلى هيكلها التنظيمي ونظام العمل ، ثم نحاول التعرف على مكانة هذه المؤسسة ضمن المؤسسات الأخرى المصنعة للعطور.

### المطلب الاول : التعريف بمؤسسة " روائح الورد " .

الفرع الاول : نبذة تاريخية عن المؤسسة :

لمؤسسة روائح الورد تاريخ عريق في إنتاج العطور يعود لأكثر من نصف قرن ، حيث أسست الشركة الأم "الرياض" بالجزائر العاصمة سنة 1963 ، ويعتبر أول مصنع لإنتاج العطور بالجزائر.

في سنة 1983 أسست مؤسسة روائح الورد بالوادي ، على مساحة تقدر بـ: 200 متر مربع.

في سنة 1987 إنفرد الأخ محمد البشير جديدي بملكية المصنع بعد أن قام بشراء حصة أخيه.

في سنة 1988 ، أطلقت المؤسسة عطر الحاسة السادسة "sixieme sens" ، الذي حظي بشهرة كبيرة ولازال العطر المفضل لكثير من زبائن المؤسسة ، ويعتبر العطر الأكثر مبيعا ورواجا في الجزائر.

في سنة 1993 أدخلت المؤسسة الترميز بالأعمدة كطريقة لتسيير المخزون ، وكان ذلك قبل إنشاء المنظمة الجزائرية "EAN algerie" حيث اتصلت المؤسسة بالمنظمة الدولية "EAN international" ببروكسل (بلجيكا) ومنحتها الرقم (1001) وذلك سهل عليها مهمة التحكم في حركة المنتجات والمواد التي تدخل في عملية الإنتاج والتي تقدر بـ: 316 عنصر.

بدأت المؤسسة أعمال التوسعة وتحديد آلات وتجهيزات الإنتاج في أوت 1995 لتستمر إلى غاية نوفمبر 1997 ، لتصل بها المساحة إلى 4000 متر مربع ، وتم الإنجاز بشكل معماري بديع باستعمال الأقواس والقباب للحفاظ على الطابع المعماري للمنطقة.

تم إنجاز شبكة اتصالات داخلية سنة 1997 باستعمال الإعلام الالي تربط بين مختلف المصالح في المؤسسة وتسهل مرور المعلومات بينها.

كما تم تصميم أول موقع لمؤسسة تجارية جزائرية في نفس السنة ، ويهدف إلى التعريف بالمؤسسة ومنتجاتها ، ويسمح للزبائن بالاتصال بالمؤسسة عن طريق البريد الإلكتروني .

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

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

وتتم بمؤسسة " الوليد" المعالجات التالية:

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

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

الفرع الثاني : بطاقة تعريف مؤسسة " روائح الورود ":

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

اسم مديرها ومالكها : جديدي محمد البشير

رقم سجلها التجاري : 87/B/012.

نشاطها هو : صناعة العطور.

عنوان موقعها على الانترنت هو : <http://www.wouroud.com>

بريدها الالكتروني هو : [wouroud@wouroud.com](mailto:wouroud@wouroud.com)

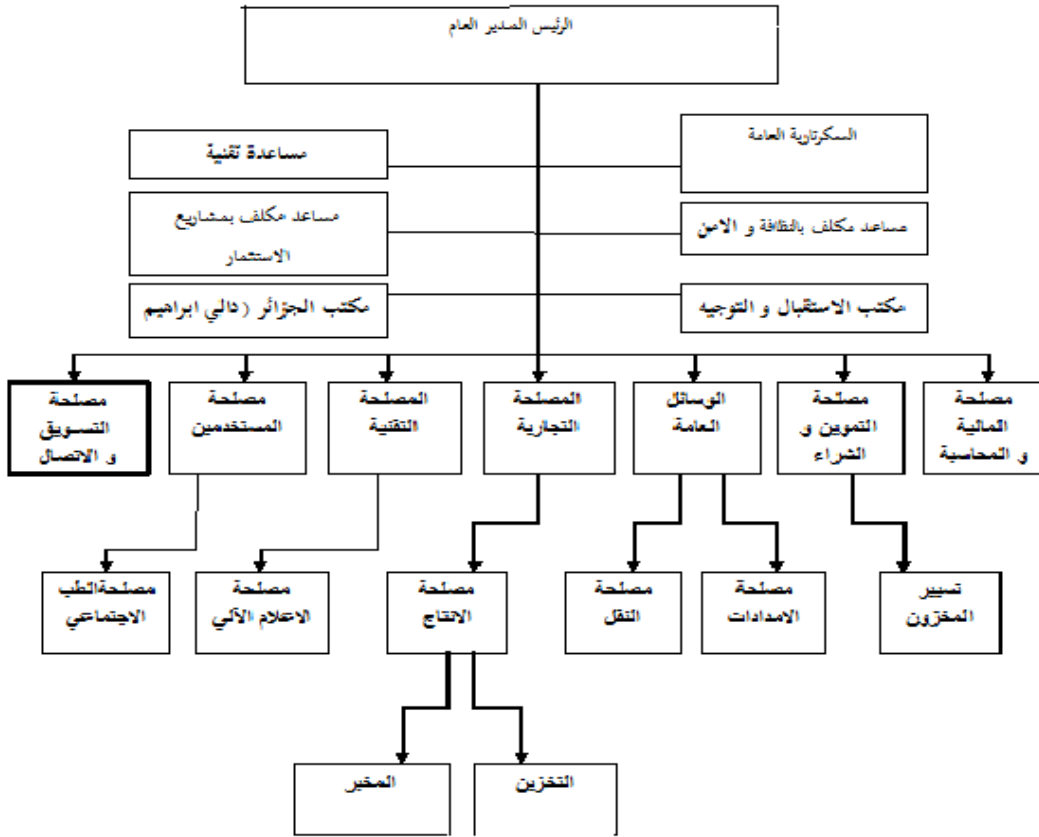
علامتها التجارية هي :

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمؤسسة "روائح الورود".

الفرع الاول : الهيكل التنظيمي:

الهيكل التنظيمي لمؤسسة "ورود" موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (1): الهيكل التنظيمي لمؤسسة روائح الورود



المصدر : وثائق المؤسسة

### المطلب الثالث : نظام العمل وتوزيع العمال:

يشتغل بمؤسسة "ورود" 125 عاملا ، يعملون في مختلف الوظائف الإدارية والإنتاجية لمدة 8 ساعات يوميا ( ماعدا يومي الخميس والجمعة)، تتخللها فترة للاستراحة وتناول الغذاء ، وذلك من الساعة 12:00 إلى 13:00 .

حيث أن مواعيد الالتحاق بالعمل والانصراف منه هي كالتالي:

-ورشة الإنتاج : من الساعة 8:00 صباحا إلى الساعة 17:00 مساء .

- الإداريين : من الساعة 8:30 صباحا إلى الساعة 17:30 مساء .

وحسب الإحصائيات التي قدمت لما فإنهم يتوزعون بالشكل التالي :

الجدول رقم (1) : توزيع العمال في مؤسسة روائح الورود " سنة 2017"

اسم القسم	الم		
	اعوان التنفيذ	اعوان تحكم	اطارات
قسم الإدارة	14	9	11
قسم الإنتاج	35	4	2
خدمات اخرى	50	/	/
المجموع	99	13	13

المصدر : مصلحة المستخدمين

### المطلب الرابع : مكانة مؤسسة " روائح الورود " في قطاع صناعة العطور.

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

### المطلب الخامس : منتجات المؤسسة .

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

الفرع الاول : منتجات المؤسسة :

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

الجدول رقم ( 2 ) : منتجات المؤسسة

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

المصدر : وثائق المؤسسة ( مصلحة التسويق ).

الفرع الثاني : مصادر المواد الأولية :

- مركز العطر يستورد من: فرنسا ، إنجلترا ، كما استوردت من: ألمانيا ، هولندا ، سويسرا.

- الكحول : من الجزائر ، الماء المعالج : يعد بالمؤسسة.

- الأغلفة وعلب الكرتون ، والعناصر البلاستيكية وجميع المعالجات التي تتعلق بطباعة وتلوين و ترميل الزجاج تتم كلها في مؤسسة " الوليد " .

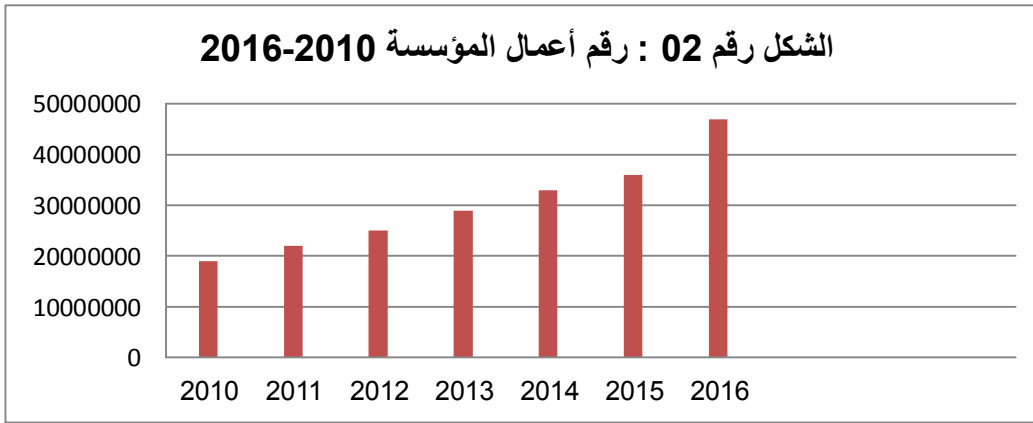
حيث يتم استيراد مادة البلاستيك الأولية ، لتتم معالجتها وتصنيعها في احجام وأشكال مختلفة ، كما يتم استيراد الزجاجات الشفافة وتطبق عليها معالجات مختلفة كالتلوين و الترميل والطباعة ، وذلك لتغطية متطلبات مؤسسة "ورود" .

الفرع الثالث : نمو وتطور مؤسسة روائح الورود :

تنمو الحصة السوقية لمؤسسة روائح الورود ، بمعدل 5% سنويا .

يغطي الإنتاج الوطني من العطور 70% من حاجة السوق ، والباقي أي 30% يغطيه المستوردون ، في حين أن مؤسسة روائح الورود لوحدها تغطي 20% من الإنتاج الوطني.

في خلال 6 سنوات تضاعف رقم أعمال المؤسسة ، وهذا مثلما يوضحه الشكل الموالي:



المصدر : وثائق المؤسسة ( مصلحة المالية ) .

نمو وتطور مؤسسة روائح الورود ، يتم تمويله بنسبة تمويل ذاتي "autofinancement" تصل إلى 75%.

إن المكانة المتميزة التي حصلت عليها مؤسسة روائح الورود أتت نتيجة لجهود الإدارة ومصلحة التسويق ، واعتماد استراتيجية تسويقية تتماشى مع مختلف أذواق الزبائن.

فالنسبة للزبون "المحافظ" تحاول المؤسسة الحفاظ على علامتها وعلى جودة منتجاتها .

في حين أنها تقوم بتقديم تشكيلة جديدة ومتنوعة من العطور ، والتجديد باستمرار لزيائنها الذين يفضلون التغيير والتنوع.

كما تركز المؤسسة على المحاور التالية:

. تخفيض التكاليف عن طريق التنظيم والتسيير الجيد والاستثمار (مصنع الوليد).

. تطوير وتحسين خيرة المؤسسة "savoir-faire"

. تطوير وتجديد آلات وتجهيزات الإنتاج باستمرار .

. اعتماد استراتيجية الاتصال المكثف عن طريق مختلف وسائل الاتصال

. التأكيد على التوزيع الفعال والموثوق فيه ، حيث تشرف المؤسسة بنفسها على توزيع منتجاتها.

. المحافظة على جودة المنتجات خلال عملية نقلها باستعمال شاحنات مبردة.

. الاصغاء إلى الزبائن.

. التركيز على جانبي البحث والتطوير.

. التعرف على السوق الداخلي ، والقدرة على ابتكار وتقديم منتجات جديدة تتماشى مع متطلبات السوق.

. اعتماد استراتيجية الإدارة بالقيم : "Un management par les valeurs"، فإدارة مجمع الورود

بصفة عامة ، ومؤسسة روائح الورود بصفة خاصة تعتمد على قيم مؤسسها ، وذلك بـ:

-اقتسام عشق مهنة تصنيع العطور مع بقية افراد المؤسسة.

-اشترك الجميع في تكوين سمعة ومكانة وشهرة المجمع ، والحفاظ على جودة منتجات مؤسسة "الورود" .

-تشجيع قوي لجميع الأفراد بثقافة العطر.

-تخصيص 2% من رقم اعمال المؤسسة للمشاركة في مختلف النشاطات الاجتماعية والثقافية من خلال دعم

ورعاية التظاهرات الرياضية والثقافية بالمنطقة.

## المبحث الثاني : مصلحة التسويق ( المصلحة اثناء الدراسة ) .

يقع على عاتق هذه المصلحة عبئ كبير , فهي تقوم بدراسة السوق من حيث الفئة المستهلكة و الاسعار المنافسة , وتقوم باختيار الاسواق الهامة لتصدير منتجاتها بالخارج , كما تقوم بمتابعة المشتريات و المبيعات ( خدمات ما قبل و ما بعد البيع ) , و تقوم ايضا بالإشهار للمنتج و تتكفل بالمعارض و تقوم بعملية التصدير ( عقد الصفقات ) .

### المطلب الاول : جمع المعلومات .

نعلم مدى ارتباط العطر بشخصية الفرد , و بالتالي من الصعب تغييب رأي المستهلك او ذوقه و هذا ما يفسر التباعد الزمني في صنع و تطوير المنتجات .

و تقوم المؤسسة بجمع المعلومات حسب ذوق المستهلك , فهي تقوم قبل طرح المنتج في الاسواق بالتعرف على رأي الزبائن و ذلك من خلال تقديم عينات لهم و التعرف على رأيهم في المنتج الجديد , وكذلك معرفة رأي الضيوف القادمين اليها , و اخذ الانطباعات الاولية عن الرائحة .

كما تكون المعارض الدولية و الوطنية فرصة هامة في معرفة الاذواق و جمع المعلومات عن هذه الاسواق , حيث يلعب موظف التسويق و المضيفات دورا هاما في جمع هذه المعلومات , حيث يتم التعرف على اذواق المستهلكين و ارائهم المختلفة في العطور , و ما الذي يعجبهم في المنتج ؟ و ما هي النقائص ؟ هذه المعلومات تجمع و تدرس من قبل موظف مصلحة التسويق .

تعرف المؤسسة بالتباعد الزمني في الانتاج الجديد , و هذا لحصرها الكبير على انتاج الاحسن و الافضل دوما , فهناك منتجات قبل اصدارها و صلت مدة دراستها او تحضيرها الى عامين . هذه بالنسبة للمنتجات التي بصدد التحضير , أما التي تصنعها المؤسسة فطريقة جمع المعلومات عنها تتم عن طريق :

احصاء الطلبات و عمليات البيع .

القيام بطريقة سبر الآراء للزبائن و في المعارض .

القيام بمتابعة المنتج في الاسواق الداخلية , حيث يلاحظ شخصا المسؤول عن مصلحة التسويق تصرفات المستهلكين تجاه المنتج في محلات العطور ( تجزئة او جملة ) فعمل مسؤول التسويق مستمر حتى بعد انتهاء فترة العمل حيث فضوله يتسع لطلب المعلومات من كل المصادر حتى من عمال المؤسسة أنفسهم .

طلب معلومات من تجار الجملة عن دوران عملية البيع .

و للعلم هذه المعلومات الغرض منها التحديد الدقيق الكمي للمنتجات , اما التحديد النوعي فالمؤسسة تضبطه قبل خروج المنتج الى الاسواق المستهدفة .

### المطلب الثاني : تجزئة السوق .

ان اسواق العطور في العالم تنقسم الى نوعين : سوق الطبقة الراقية و سوق كتلة المجتمع ( الباقي من المجتمع )

فالأولى موجهة بمنتج ذو اسعار عالية وجد خاصة , و الغرض منها اشهاري أكثر مما هو تجاري , اما الثانية فهي تحتوي على انواع العطور الاخرى ذات الاسعار المدروسة , و شركة " روائح الورد " تدخل ضمن السوق الثانية و يعتبر هذا التقسيم حسب السوق المستهدفة .

بالإضافة الى ذلك هناك تقسيم جغرافي ( حسب المنطقة ) نظرا لتأثير العوامل المناخية على طبيعة المنتج .

و تتبنى المؤسسة منذ نشأتها انتاج العطر الذي يناسب المنطقة , فكان اختيار المنتجات يهدف الى تغطية السوق الوطنية ومن ثمة الدخول الى الاسواق الاجنبية , التي تتشابه فيها عوامل المناخ و العادات و التقاليد بنفس المنتج , فنلاحظ ان نسبة تركيز عطورها تتراوح بين 80° و 90° وهو ما يوضح ان المؤسسة متوجهة بمنتجاتها نحو مناطق يكون فيها الجو حارا كون المستهلك في هذه المناطق يميل الى استعمال العطور ذات الرائحة القوية لمواجهة الافرازات الناتجة عن المناخ .

فتوجهات المؤسسة حاليا تستهدف اسواق الخليج - حسب تصريجات مسؤول التسويق - كونها على علم بان منتجاتها تلبى متطلبات هذه المنطقة , وان مستهلك المنطقة منذ القدم يولي عناية فائقة بالعطور و يستعملها بكثرة في كل زمان و مكان .

كما كانت و لازالت للمؤسسة تجارب اخرى للتصدير في اسواق كل من : روسيا , المغرب , ليبيا , المكسيك , فرنسا.....الخ من الاسواق .

و تقسم المؤسسة اسواقها ايضا حسب الجنس فهناك عطور رجالية و اخرى نسائية .

بفضل هذه التقسيمات واكبت المؤسسة الاسواق الخارجية , و المتغيرات التكنولوجية الحاصلة في المعدات و وعزمها على انتاج عطور ذات جودة عالية و مطابقة للمقاييس مما يتناسب مع تطلعات المستهلك .

### المطلب الثالث : الوضعية التنافسية .

شركة " روائح الورد " من المؤسسات الهامة و الفعالة في انتاج العطور على المستوى الوطني اذ تقوم بتغطية حصة كبيرة من السوق فيما يتعلق بالروائح بمختلف احجامها و انواعها , و ذلك كونها هي المؤسسة الوحيدة بالجزائر المختصة في انتاج العطور فقط - حسب تصريحات مسؤول التسويق - اما بقية المؤسسات الاخرى فتختص في العطور و مواد التحميل .

اما مكانة المؤسسة او بالأحرى حصتها السوقية على المستوى الوطني من الصعب تحديدها و ذلك لغياب الدراسات الاحصائية في هذا النشاط الصناعي .

كذلك المعيار او المعايير المكانية ( الوضعية التنافسية ) مختلفة , فهناك مكانة منتج تنتجه مؤسسة ما بالنسبة لمنتجات اخرى , و هناك منتجات المؤسسة ككل بالنسبة لمنتجات مؤسسة اخرى .

اما على المستوى الدولي فالمؤسسة سوقت منتجاتها في بعض الدول كروسيا , المغرب , المكسيك و دول الخليج . و مكانتها من الصعب الحكم عليها , لغياب المعلومات عن الكميات المصدرة , لكن هناك دلائل تشير الى انه قد اصبح للمؤسسة زبائن في دول الخليج و اوروبا و امريكا و غيرها , وهي جد معروفة و عدد من المعارض و الجوائز التي تحصلت عليها لدليل على انها التحقت بمكانة لا بأس بها , خاصة من ناحية الجودة و النوعية .

و يمكننا كذلك معرفة مكانة المؤسسة من خلال الجوائز التي تحصلت عليها , وهذه الجوائز هي :

جائزة افريقيا ( باريس ) 1992 للجودة .

الجائزة الدولية للنوعية ( مدريد ) 1993 .

جائزة النجم الذهبي الدولية للنوعية ( مدريد ) 1993 .

جائزة العالم الذهبي للتكنولوجيا و النوعية ( باريس ) 1994 .

جائزة الاهتمام بالنوعية العالمية ( باريس ) 1997 .

الجائزة الذهبية الامريكية للنوعية ( نيويورك ) 1998 .

اذا فهي تحتل مكانة مرموقة جدا على الصعيد الدولي , ضمن الدول الرائدة في ميدان العطور كفرنسا . الخ . فهي أصبحت تنافس الماركات العالمية من حيث الجودة و النوعية و خاصة الاسبانية و الانجليزية و الفرنسية .

## المطلب الرابع : المزيج التسويقي .

سياسة المنتج : نظرا لأهمية المنتج في وضع المزيج التسويقي المناسب ( سعر , منتج , توزيع , ترويج ) و وضعت المؤسسة منذ بدايتها لهذا النشاط الصناعي سياسة لمنتجها على اساس التقنيات الجديدة ووسائل التكنولوجيا الحديثة بهدف الوصول الى المقاسات العالمية , ومن هنا سنرى كل ما يتعلق بالمنتج داخل المؤسسة

النوعية : بالنظر الى الجوائز التي تحصلت عليها المؤسسة وطنيا و دوليا في ميدان النوعية , يتضح لنا جليا مدى اهتمام المؤسسة و عنايتها الخاصة بمنتجاتها من جهة , ولتلبية حاجيات المستهلك من جهة اخرى مع مراعاة ذوقه و قدرته الشرائية و تواجد المنتج وتوفره .

فكل هذا يتضح لنا من خلال البيانات و المعلومات التي قدمها لنا رئيس مصلحة التسويق فيما يخص دراسة المنتجات التي تضعها المؤسسة و التي تحضرها للإنتاج .

مركبات المنتج : يتكون العطر اساسا من : مركز العطر ( العطر القاعدي او الاساس ) , الكحول , الماء المقطر .

مراحل الانتاج : بعد دراسة المنتج الجديد و تحديد نوعيته , وبعد الموافقة النهائية عليه من طرف المدير العام تتم عملية الانتاج , و ذلك من مزج المكونات و تصفيتها ثم تعبئتها و تغليفها ثم تخزينها , جميع هذه العمليات تتم بواسطة تكنولوجيا حديثة . كما يتم مراقبة مختلف مراحل الانتاج بصفة مستمرة و ذلك بأخذ عينات عشوائية , وتتم هذه المراقبة من طرف مهندس كيميائي أما مراقبة عمليات التعبئة و التغليف تتم من طرف مصلحة التسويق .

سلسلة المنتج : منتجات المؤسسة موجهة للجنسين و بتشكيلات و احجام و استعمالات مختلفة منها :

ماء توالوات ( EAU DE TOILETTE ) , بخاخ ( DEODORANT ) , ما بعد الحلاقة ( )  
( APRE RASAGE ) , المناديل المعطرة ( POUCHETS PATRFUMÉES ) .

العلامة : المؤسسة تولي اهتمام كبير لعلامتها , فعلاقتها عبارة عن حرف دويلفي بالفرنسية ( W ) و عليه تاج مكتوب اسفله اسم المؤسسة " ورود " ( WOUROUD ) .

و يرمز لكافة منتجات المؤسسة بنفس العلامة , وغالبا ما نجدها في سيارات المؤسسة و شاحناتها و حافلاتها و حتى في ملابس عمال الشركة .

التصميم : و هي تقنية حديثة تهتم بها المؤسسة , وأبحاثها دائما جارية للوصول الى الشكل الجذاب و الكيفية المناسبة التي تجذب أكبر عدد من المستهلكين , ولتسهيل عملية الاستعمال , فمثلا تميز العطور ذات التركيز العالي

بألوان فاتحة و عبوات مناسبة , فالألوان المناسبة تصمم بدقة حسب طبيعة كل منتج , فالعطور الرومانسية تكون الوانها خاصة و كذلك تتميز بعبوات و بتعبئة و تغليف مميز عن باقي المنتجات .

البطاقة ( التبيين ) : في منتجات " روائح الورود " تكون البطاقة مباشرة على العبوة أو على التغليف الأولي بثلاث لغات ( العربية , الفرنسية , الانجليزية ) لتجنب المشاكل مع بعض الدول و هذه المعلومات هي :

اسم المنتج , قائمة المركبات , اسم و عنوان المؤسسة , الحجم .

التغليف : يتم التغليف بواسطة الكرتون ليسهل نقل السلعة و حمايتها من الصدمات و التشوهات , وهو مميز بعلامة المؤسسة , ويتم التغليف في صناديق ذات احجام مختلفة , و ذلك لتسهيل عمليات البيع .

دورة حياة المنتج : حسب ما لمسناه من حديث مسؤول التسويق فان منتج المؤسسة محليا في استقرار , نظرا لمكانة المنتج عند المستهلك المحلي , فمنتجات مؤسسة " روائح الورود " معروفة و لها شعبية و اقبال كبير لدى المستهلك المحلي . اما على المستوى الدولي , ورغم المنافسة العالمية الكبيرة فان جهود المؤسسة كبيرة لحماية المنتج , ومع ذلك فانه في تطور مستمر , والمؤسسة دائما تسعى الى اقتحام اسواق جديدة .

سياسة التسعير : يكتسي السعر اهمية بالغة , وفي سوق العطور خاصة , فثبتيته يلعب دورا هاما في سوق العطور , فالمؤسسة تحاول تثبيت أسعارها لمدة أطول من الزمن و ذلك بعد دراسة مسبقة , فالتذبذب يفوت على المؤسسة حصص تسويقية هامة , ولهذا فهي تحدد أسعارها وفق محددات هامة و أهمها :

التكلفة : ان المؤسسة دائما و بشكل مستمر تحاول التقليل من تكاليف الانتاج , وهذا يتمثل اولا في التموين بالمواد الاولية من طرف الممون الذي يناسبها سعره ( خاصة و ان المواد الاولية تأتي من اوروبا , ويأتي بها العديد من المومنين الذين يتنافسون لكسب العملاء ) , ايضا كون المؤسسة تجلب هاته المواد من شركات في ثلاث دول اوروبية رئيسية , وبالتالي تكون تكلفتها متقاربة في اغلبية هذه المصانع العالمية .

كما تحاول المؤسسة ايضا التقليل من التكلفة خلال الاستثمار في التكنولوجيا حيث ان المؤسسة تمتلك آلة للطباعة على الزجاج هذه الاخيرة التي كانت تتم في الخارج و بأسعار مرتفعة بالإضافة الى انشاء شركة الوليد للكرتون .

المنافسة : ان المؤسسة تقوم بدراسة أسعار المواد المنافسة الموجودة في السوق سواء كان السوق الداخلي او الخارجي , حيث ان المؤسسة توحد أسعارها على المستوى الوطني و الدولي .

و بعد طرح المنتج في السوق يكون بسعر مغري و جيد , وخاصة في حالة منتج جديد بحيث يكون الربح صغيرا او حتى معدوما , وذلك لإعطائه مكانة تنافسية هذا لمدة زمنية , و عندما يلاحظ ان المنتج اصبح له مكانة , تحاول المؤسسة رفع السعر , وهذا لا يتم مباشرة , حيث ان المؤسسة تقدم هدايا مع المنتج , كأكياس خاصة به بحيث لا يشعر المستهلك بالزيادة في السعر و ارتفاعه .

و نلاحظ في السوق المحلية ان منتجات المؤسسة أسعارها أقل من أسعار المنتجات المحلية المنافسة , وأيضا مقارنة مع اسعار المنتجات المستوردة وهذا ما لحظناه في السوق المحلية .

التوزيع : لدى المؤسسة نقطة توزيع بالجزائر العاصمة , وذلك لتغطية كل من ولاية الجزائر وولايات الوسط و الشرق و الغرب الجزائري , عن طريق تجار الجملة .

اما عن التوزيع الدولي , يتم شحن البضاعة و نقلها الى ميناء الجزائر العاصمة او مطار هواري بومدين , حسب الكمية و حسب الدولة الموجهة اليها البضاعة , ثم يتولى وكيل العبور انهاء العملية لتوصيل المنتج الى المستورد الاجنبي .

سياسة الاتصال ( الترويج ) : تولى المؤسسة اهمية كبيرة للترويج و الاشهار حيث تخصص نسبة من الارباح تتراوح بين 20% و 30% , لتحاول المؤسسة ان تكون في اتصال دائم ومباشر مع الزبائن و المستهلكين وذلك من خلال :

الاشهار في الصحافة المكتوبة و المسموعة و المرئية سواء الوطنية او الدولية .

الرعاية : حيث تساهم المؤسسة في الملتقيات الوطنية و ترعى الفرق الرياضية وكذلك على المستوى الدولي .

المعارض : يأخذ نصيبا كبيرا في سياسة الاتصال لدى المؤسسة , فقد قامت المؤسسة بالمشاركة في العديد من المعارض قديما او حديثا منها : الجدول رقم (3) و(4) .

**المطلب الخامس : انجازات مصلحة التسويق ( الدول التي صدرت لها المؤسسة ) .**

بدأت المؤسسة عملية التصدير مع إنشاء مصلحة التسويق سنة 1994 , وتمكنت من التصدير للعديد من دول العالم , منها : دول الخليج العربي ( السعودية , قطر , الإمارات العربية المتحدة ) , دول المغرب العربي ( المغرب , ليبيا ) , باقي دول العالم ( روسيا , المكسيك , كندا ) .

تعتبر روسيا أول دولة صدرت لها المؤسسة , كما صدرت لها أكبر حصة من المنتجات وذلك نظرا للعلاقات الودية التي تربط البلدين .

## المطلب السادس : المعارض الوطنية والدولية التي شاركت فيها مؤسسة " الورود " .

تؤكد المؤسسة على تواجدها في مختلف المعارض الوطنية والدولية كإستراتيجية اتصال مهمة ، أيضا للتعرف على الزبائن وتفضيلاتهم واحتياجات السوق مما يساعد على اتخاذ القرار بشأن المنتجات الجديدة .

### 1/ المعارض الوطنية التي شاركت فيها المؤسسة :

الجدول رقم (3) : المعارض الوطنية التي شاركت فيها مؤسسة " روائح الورود " ما بين 2009 – 2016

التاريخ	المكان	التسمية
5 – 9 مارس 2016	الجزائر	صالون الجمال و الاناقة
28 – 03 – 2011	وهران	المعرض الدولي بوهران
23 – 30 ديسمبر 2014	الجزائر	معرض الانتاج الوطني
3 – 6 افريل 2010	الجزائر	صالون الجمال
23 افريل – 3 ماي 2011	وهران	معرض وهران
19 – 28 جوان 2013	الجزائر	معرض الجزائر الدولي الـ46
29 ايار 2014	الجزائر	معرض الجزائر الدولي الـ47
07 ايار 2017	الجزائر	معرض الجزائر الدولي الـ50

المصدر : مصلحة التسويق

### 2/ المعارض الدولية التي شاركت فيها المؤسسة :

الجدول رقم (4) : المعارض الدولية التي شاركت فيها مؤسسة " روائح الورود " ما بين 1998 – 2016

التاريخ	المكان	التسمية
16 – 20 أكتوبر 2016	فرنسا	المعرض الجزائري ميفوسا
2 – 8 افريل 2014	بريطانيا	معرض الربيع الدولي لندن
14 – 23 جوان 2010	سوريا	المعرض الدولي بدمشق
19 – 28 مارس 2017	مصر	المعرض الدولي بالقاهرة
15 جانفي 2011	الامارات	معرض جمال الخليج بدبي
25 – 30 سبتمبر 2007	السنغال	المعرض التجاري الحادي عشر بالسنغال
19 – 22 سبتمبر 1998	الامارات	معرض إيماج اكسبو - Imag Expo
15 – 17 ماي 2014	الامارات	معرض العطور دبي
29 ماي 2016	الامارات	الصالة الكبرى للعطور دبي
21 – 23 افريل 2016	تركيا	المعرض الدولي الثاني عشر لمواد التجميل و الجمال و الشعر

المصدر : مصلحة التسويق

# الفصل الثاني

الفصل الثاني

دراسة علمية التصدير

بمؤسسة

" روائح الورود "

## تمهيد

يعتبر التصدير احد العناصر الاساسية لعملية التنمية الاقتصادية , باعتباره احد الاشكال المتعلقة بالتواجد الدولي , فمهما كانت قوة الدولة و قدراتها و امكانياتها فانها لا تستطيع الانفصال عن محيطها الخارجي , فهي بحاجة الى تصريف جزء من منتجاتها نحو الدول الاخرى لقاء استيراد ما تحتاج اليه من سلع او خدمات ومن ثم الحصول على العملة الصعبة . و سنتطرق في هذا الفصل الى الجانب النظري للتصدير و الاجراءات المتبعة لهذه العملية , ثم الى واقع هذه العملية بمؤسسة " روائح الورود " , بحيث سنتناول في :

المبحث الاول : مفاهيم نظرية حول التصدير .

المبحث الثاني : منهجية البحث

المبحث الثالث : الاجراءات المتبعة عند عملية التصدير بمؤسسة " روائح الورود " .

المبحث الرابع : الاجابة على التساؤلات .

المبحث الخامس : تقديم اقتراحات لمؤسسة " روائح الورود " .

التقييم الشخصي .

## المبحث الاول : مفاهيم نظرية حول التصدير .

ان لكل مؤسسة تهدف الى التوسع في السوق و تحاول البحث عن اسواق جديدة داخليا او خارجيا , ويمكن القول ان الهدف الاكثر اهمية هو بحثها عن اسواق جديدة ( دولية ) لتسويق منتجاتها و لكن هذا المطلب ليس بالامر السهل و ذلك لعدة اسباب منها المنافسة الكبيرة خارجيا , التي تختلف كلية عن المنافسة الداخلية , ولهذا تعتمد المؤسسة عن التصدير .

### المطلب الاول : ماهية التصدير .

الفرع الاول : تعريف التصدير .

يعتبر التصدير أحد العناصر الأساسية لعملية التنمية الاقتصادية ، باعتباره أحد الأشكال المتعلقة بالتواجد الدولي ، فمهما كانت قوة الدولة و قدراتها و إمكانياتها فإنها لا تستطيع الانفصال عن محيطها الخارجي ، فهي بحاجة إذن إلى تصريف جزء من منتجاتها نحو الدول الأخرى لقاء استيراد ما تحتاج إليه من سلع و خدمات و من ثم الحصول على العملة الصعبة.

التصدير :اختلفت التعاريف الخاصة بمصطلح التصدير و حتى تتمكن من فهم هذا الأخير ، لابد من التطرق إلى تعريفه من زوايا مختلفة ، ثم الوصول إلى تعريف شامل.

يعرف التصدير اقتصاديا حسب الدكتور رتيب على أنه "تلك العملية التي تقوم فيها الدولة أو أحد أجهزتها أو أحد أفرادها بعرض السلع و المنتجات التي تفيض عن الاحتجاج الوطني أو التي يمكن إنتاجها بكفاءة و مهارة عالية في الأسواق الدولية"<sup>1</sup>.

كما يعرف التصدير على أنه "تصريف الفائض من منتجات المؤسسة في الأسواق الخارجية قصد تحقيق الأرباح "<sup>2</sup>.

كما تطلق كلمة مصدر على من يقوم ببيع منتجات ، مواد ، سلع أو خدمات من دولة إلى دولة أخرى<sup>3</sup>.

كما هناك عدة تعاريف للتصدير ، و هذا باختلاف وجهات النظر المسند إليها :

فرجال المحاسبة يعرفون التصدير على أنه " خروج السلعة و الخدمات خارج النطاق الوطني"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> رتيب رابع ، الدخول إلى الأسواق الدولية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 1996 ، ص 35 .

<sup>2</sup> عمرو خير الدين ، التسويق الدولي ، مجهول دار النشر ، 1996 ، ص 28.

<sup>3</sup> يحي عروذكي ، عمليات التصدير و الصادرات و المصدرون ، غرفة تجارة ، دمشق ، سوريا ، 1996 ، ص 193 .

<sup>4</sup> Claude Daniel et autres , dictionnaire d' économie et des services sociaux , 1990, 125 p.

أما الفقه الجمركي فيعرف التصدير على أنه "خروج السلع و الخدمات خارج النطاق الجمركي"<sup>5</sup>.

و على مستوى المؤسسة يعرف التصدير بأنه " كل عملية عبور للسلع و الخدمات من الحدود الوطنية إلى الحدود الأجنبية"<sup>6</sup>.

أما قاموس الخارج فيعرف التصدير على أنه نقل و بيع المنتوجات الوطنية في Larousse.

انطلاقا من التعاريف السابقة الذكر يمكن إعطاء تعريف جامع لمصطلح " التصدير " و هو أنه "جملة من الوسائل و المهام التي تتخذها المؤسسة لإيصال منتجاتها من السوق المحلي إلى السوق الأجنبي ، من قبل الأعوان المقيمين إلى الأعوان غير المقيمين ، و يعتبر عملية معقدة بحيث تستوجب تدخل الاختصاصات المختلفة كالتسويق ، التأمين ، التمويل و النقل و التموين ... و هذا ما يستلزم تجنيد كل طاقات المؤسسة "

الفرع الثاني : أهمية التصدير .

يعتبر التصدير من أهم الموارد لتوسيع السوق ، حيث تستعمله الدولة كأسلوب للتعامل مع الأسواق الخارجية من أجل تطوير اقتصادها و لتسديد ديونها التي تعرقل حركة التنمية ، لذلك فعلى المؤسسات الاقتصادية أن تتعدى الإطار الوطني باعتبار أنها هي التي ستتواجه فيما بينها في الأسواق الدولية عن طريق عملية التصدير ، التي لا تهدف فقط إلى توفير موارد الاستثمارات الرأسمالية ، بل تهدف أيضا إلى تحقيق تنمية الصناعات المحلية و تخفيض تكاليف الإنتاج كما أنه يحقق الرفاهية للدول المصدرة و ذلك من خلال ما يلي:

- رفع الاحتياط من العملة الصعبة - زيادة مناصب العمل و تحقيق النمو الاقتصادي - توسيع السوق المحلي - إعادة التوازن لميزان المدفوعات بالنسبة للدول النامية .

و من أجل كل هذه الأهداف و لغرض تحقيق التنمية الاقتصادية لمختلف الميادين ، أصبح من مصلحة مختلف الدول الاهتمام بالتصدير<sup>7</sup> ، بل و السعي على تحقيقه على أكمل وجه.

<sup>5</sup> المديرية العامة للحمارك الجزائرية ، قانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل و المتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 اغسطس 1998 ( ج ر رقم 61-98 ) ، منشور وزارة المالية ، الجزائر ، 2016 .

<sup>6</sup> صديق محمد عفيفي ، نظم الاستيراد و التصدير ، وكالة المطبوعات الجامعية ، الكويت ، 1981 ، ص 13.

<sup>7</sup> محمد صديق عفيفي ، مرجع سبق ذكره ، ص 14.

الفرع الثالث : دوافع التصدير و مبرراته

إن جميع المؤسسات الإنتاجية ، تهدف إلى تصريف جزء من منتجاتها نحو الدول الخارجية<sup>8</sup> ، و هذا يرجع إلى عدة أسباب سنعرضها في الفرع التالية:

أ- عدم قدرة استيعاب السوق المحلي لمنتوج المؤسسة . ب- الدفاع عن الوجود و مواجهة المنافسة الأجنبية . ج- عالمية الطلب على منتجات السوق .

الفرع الرابع : أشكال التصدير<sup>9</sup>

يأخذ التصدير ، عامة ، شكلين رئيسيين : التصدير المباشر و التصدير غير المباشر.

أ- التصدير المباشر:

في هذه الحالة تعتمد المؤسسة على التفاوض المباشر مع المستوردين ، و يشترط هنا أن تكون مواصفاتهم مطابقة للبنية التجارية للمؤسسة المصدرة.

ب- التصدير غير المباشر:

هو ذلك التصدير الذي يتم عن طريق وسطاء قد يكونون وسطاء التصدير أو وسطاء الاستيراد ، سمسرة أو شركات العبور ، و هم مختصون في التجارة الدولية أو البيوع الدولية.

المطلب الثاني : تشخيص التصدير<sup>10</sup> .

ان ميكانيزمات التسويق الخارجي تتركز على دراستين :

الدراسة الاولى : تشمل على التعرف على نقاط القوة للتصدير و التي تصلح في تشكيلة الاسواق المستهدفة من خلال تحليل فرص المؤسسة في الاسواق الخارجية .

الدراسة الثانية : تخضع لتقنيات دخول الاسواق و تقديرات البيع على قنوات التوزيع المختارة

<sup>8</sup> نفس المرجع .

<sup>9</sup> يحيى عروذي ، مرجع سبق ذكره ، ص 38 .

<sup>10</sup> هاني حامد الضمور ، التسويق الدولي ، دار وائل للنشر ، عمان ، الاردن ، ( بدون سنة نشر ) ، ص 239 .

الفرع الاول : تحليل اهداف المؤسسة

اهداف المؤسسة تكون وفق المدة الزمنية :

المدى القصير ( سنة واحدة ) , المدى المتوسط ( من سنة الى ثلاث سنوات ) , المدى الطويل ( اكثر من ثلاث سنوات )

و تحدد المؤسسة المدة الزمنية انطلاقا من سياستها للتصدير , و انطلاقا من الغايات التالية :

المردودية : عموما أي مؤسسة تشكل مجموعة من الغايات العامة المتصلة بالتوزيع لكل بلد .

المبيعات : هذه الغايات قد تكون مقاسه مباشرة ب :

منظور كيفي ( تجزئة , مركز , صورة , علامة ) .

منظور كمي ( رقم الاعمال , نسبة الدخل , عتبة المردودية ) .

ج- استعمال اداة الانتاج : يجب ذكر جميع المعطيات الاقتصادية في المؤسسة .

الفرع الثاني : تحليل المعطيات الخارجية

عموما معلوماتنا عن الاسواق الخارجية تكون اقل من الاسواق المحلية و اكثر تعقيدا , لذا فمن الضروري البحث عن نظام معلوماتي لنبغفه . فتحليل المعطيات الخارجية يشمل ثلاث مراحل :

1- تحليل الطلب : الهدف من هذا التحليل السماح للمؤسسة بتحديد الاسواق المحلية بهدف تعريف الاسواق الخارجية وهي تشمل محورين :

التحليل الكيفي : الفرق بين السوق العام و الخاص , التعرف على اتخاذ قرارات الشراء

التحليل الكمي : رقم الاعمال , تقدير السوق بالحجم و القيمة .

2- تحليل العرض : الشكل العملي لهذا التحليل يؤول بنا الى تحليل كمي و كيفي <sup>11</sup> .

التحليل الكمي : يتعلق بتقدير حصة السوق و المنافسة في ميدانين ( حسن الاستهلاك , حسن التجهيز )

<sup>11</sup> نفس الرجع السابق , ص 240 .

التحليل الكيفي : في هذه الحالة التحليل يكون أكثر تعقيدا , فهو يتعلق بتكوين استراتيجيات التطوير ( منتج , سعر , ترويج , اتصالات ) في اسس المنافسة .

3 - تحليل السوق الخارجية : يسمح هذا التحليل بالتعرف على ثلاث نظم تحليلية :

مخاطر الدول : هي مرتبطة مباشرة بالوضع المالية و الاقتصادية و السياسية , فتقدير هذه المخاطر بالنسبة للمؤسسات و البنوك عنصرا اوليا في استراتيجياتهم العامة .

الجهات التنظيمية و الوقائية : هذا التحليل للمتناقضات يذهب بالمؤسسة الى دراسات جبائية لذا فهي محتاجة الى معرفة النظم الجبائية , لضبط سعر البيع في الخارج .

نظام التوزيع : هذا التحليل يتم بتسيير توزيع المنتج نحو السوق المستهدفة , فسياسة التوزيع هي احدى المركبات للخطة التجارية للمؤسسة .

و للوصول الى هذه السياسة , نضع في الحسبان نوع الانتاج , رقم الاعمال , خصوصيات الاسواق , كلفة التوزيع .

الفرع الثالث : تحليل المعطيات الداخلية :

يجب العمل على تحليل نقاط القوة و الضعف لمؤسسة بالخارج , وذلك بثلاث اصناف اساسية .

تشخيص المنتج : أي الاخذ بعين الاعتبار نظرية دورة حياة المنتج , على المستوى الاستراتيجي ( تقديم , نمو , استقرار , تراجع ) , ويتعلق الامر بتقنية تسمح للمؤسسة خلال المراحل المتتالية في حياة المنتج.

فطور حياة المنتج يؤثر على تكاليف الدخول الى الاسواق , و على الجهود الشهرية . هذه التقنية تسمح بتوسيع مفهوم ( منتج , السوق ) .

وعلى المستوى العملي يجب مراعاة الميزات الاساسية للمنتج ( نوعية , علامة , خط المنتج ) , و المؤسسة مضطرة الى انشاء قابلية لمنتجها على مختلف الاسواق المقصودة , وهذه المعالجة تتطلب شكلين :

استحداث يدعم نوعية المنتج , ويضمن الشكل ( نوعية , سعر<sup>12</sup> ) .

التمويل بالمواد الاولية مثل ( قطاع الغيار ) .

<sup>12</sup> عمر سلمان , التسويق الدولي من منظور بلد نامي , الدار المصرية اللبنانية , القاهرة , مصر , 1996 , ص 309

تشخيص الموارد البشرية<sup>13</sup> : المؤسسة مجبرة على النظر في كفاءاتها الانسانية , نظرا للتغير التطبيقي في اللغات , و خبرة الاسواق الخارجية , فهذا المورد بالنسبة للمؤسسة , نقطة لضمان بلوغ مرحلة التصدير بنجاح .

التشخيص المالي : يتعلق بدراسة مالية , تتكون من عدة مراحل :

تحليل تركيبة ديون المؤسسة , تحليل دوران المخزون , تقدير اسعار المبيعات لمختلف المنتجات , تقدير اسعار النقل و الايواء في الاسواق او الدول المقصودة .

### المطلب الثالث : هيكلية عملية التصدير .

لخروج المؤسسة بمنتجاتها نحو الاسواق الخارجية , يجب عليها الدراية بعدة معوقات , من اهمها هيكلية التصدير

الفرع الاول : مختلف وظائف التصدير .

هذه الوظائف الاساسية تنظم التصدير و هي<sup>14</sup> :

الوظائف التوجيهية : هذه الوظيفة هدفها التعريف و قيادة السياسة العامة للمؤسسة<sup>15</sup> , من خلال صادراتها , بتطبيق مناهج تسييرية فعالة و تهتم بـ ( تحديد اهداف المؤسسة , بتحديد تنبؤات المبيعات , اعداد البرامج و الميزانيات , تحديد السياسة العامة للتصدير , تنظيم وسائل التصدير , برمجة الاستثمارات , تحديد الاهداف , ترتيب عمليات العقود مع الخارج ) .

الوظيفة التجارية : عملها يكمن فيه بعض الصعوبات , و تستعمل تحاليل خاصة بالمعطيات المتعلقة بالزبائن , الاسواق , و الدول .

و نشاطها يتمثل في ( ترتيب الدراسات السوقية , تنظم الحركة التجارية , التفاوض , التعرف على اهم وسائل و طرق التوزيع , انشاء قنوات البيع , الحفظ على الاتصالات مع الزبائن ) .

الوظيفة الادارية : تخضع لأعمال جزئية و متخصصة , و تتضمن تسيير القيادات و مصلحة التصدير ( تأمين , مالية ) .

<sup>13</sup> هاني حامد الضمور , مرجع سابق , ص 251 .

<sup>14</sup> CHIBANI RABAH , LE VADE MECUM DE L'IMPORT EXPORT , ENAG EDITIONS , année 1997 , P09

<sup>15</sup> CHIBANI RABAH , OP, CIT , P25

الوظيفة التنظيمية : تختص بتنظيم او برمجة المراسلات , و اختيار الناقلين , و تسيير منافذ السلعة اذن فهي تتضمن احسن الوسائل لعملية التصدير .

الفرع الثاني : وظائف الدعم لهذه العملية .

هذه الوظيفة تحضر تقنيات خاصة لمساعدة دوران الوظائف الاساسية :

الوظيفة القانونية : تهتم بـ( تشكيل عقود البيع , ترتيب الشروط العامة للبيع , تضمن الخطوات القانونية , تغطية المعلومات الجبائية و القضائية ) .

يجب على المؤسسة ان تراعي للقوانين الخاصة بالجمارك سواء محليا او خارجيا - بلد المستورد - كما هي على علم وإطلاع دائم لكل تغير يطرأ على هذه القوانين , وذلك لمعرفة مدى وضعيتها القانونية تجاه كل عملية تصدير , حتى تكون الاجراءات الجمركية سلسلة ولا يتصدى لها حاجز يؤخر العملية التصديرية , ومن هذه القوانين الجمركية نذكر :

قانون رقم 07-79 المؤرخ عام 1399هـ الموافق لـ 21 يوليو سنة 1979 المعدل و المتمم بالقانون 98-10 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق لـ 22 غشت سنة 1998 . و المتضمن : قانون الجمارك ( ج ر رقم 61 - 98 ) .

الوظيفة المالية : المشكل المالية لها مجال واسع في التجارة عموما و في التصدير خاصة<sup>16</sup> , فهي لا تتعلق بالتقنيات فقط , و لكن مردودية الجهاز المالي اجبارية لتنظيم التصدير على مستوى المؤسسة , و تشمل ( مراقبة حسابات المؤسسة , تحليل الاسعار و مردودية العمليات , الدراسة المالية للتصدير , التحليل المالي , مراقبة انظمة الصرف) .

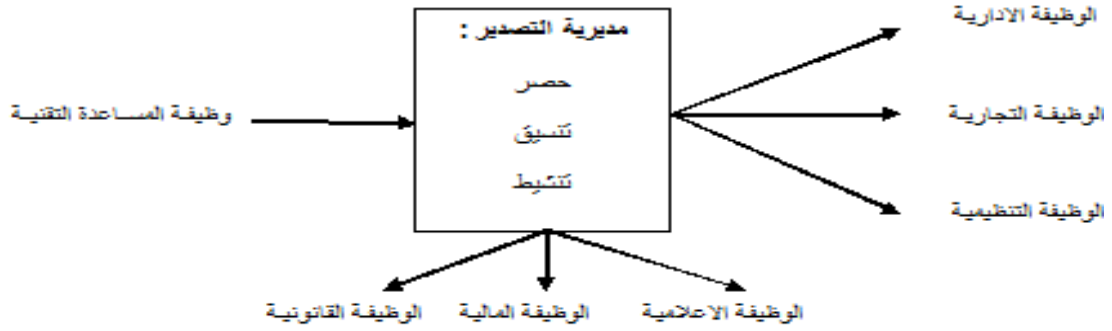
الوظيفة الاعلامية : وهي تختص في تحضير المعلومات عن حقيقة الحياة الدولية<sup>17</sup> , و هي المعلومات التي تاتي عن طريق رجال مختصين في دراسة السوق , او عن طريق التحقيقات من اجل تحليل مقدرة المؤسسة حيال المعطيات الدولية .

وظيفة المساعدة التقنية : يقوم بها شخص معنوي يساعد في العملية التجارية , بتحضير البيع في الاسواق الخارجية , وتتضمن كل التقنيات لتصدير السلع بصفة منتظمة , ونلخص الوظائف الاساسية في الشكل التالي :

<sup>16</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية , العدد 47 , المحررة بالجزائر في 24 يوليو 2007 .

<sup>17</sup> CHIBANI RABAH , OP, CIT , P25

الشكل رقم ( 3 ) : مخطط الوظائف الاساسية للتصدير<sup>18</sup>



الفرع الثالث : دور الوظائف الاساسية و تسيير عملية التصدير<sup>19</sup> .

المديرية التوجيهية ( دراسة , تسيير , قيادة ) , المديرية التنظيمية ( توجيه ) , المديرية التجارية ( دعاية , البيع ) , المديرية القانونية ( تنظيم ) , المديرية المالية ( تقنيات الدفع , ترتيب مالي , تركيب مالي ) , مديرية المساعدة التقنية ( مساعدة المصالح التقنية غير المفصولة عن النشاط التجاري ) , مديرية الاعلام ( اعداد التقارير , تحضير الوثائق ) .

المشكل الذي يطرح في عملية التصدير , هو كيف يمكن تسيير و قيادة عملية التصدير<sup>20</sup> ؟

يجب ان نربط مصلحة التصدير بعدة مصالح , لتسهيل العمل و بعث روح الجماعة في العمل , وتوحيد عدة احتمالات لكي تكون هذه الاخيرة على احسن وجه :

مصلحة التصدير المرتبطة بالمديرية العامة : لا يوجد أي نظام متكامل للعمل دون علاقة مع المديرية العامة , لانها صانعة قرار التصدير , اذن فهي تلتزم باختيار العملية المعالجة , دون تشارك مباشرة في العمل الاداري .

مصلحة التصدير المرتبطة بالمديرية التجارية : تنظيم غير مكيف لا يضمن النتائج في الاسواق الدولية , اذن يجب ربط مصلحة التصدير مع المديرية التجارية , فهي تنتج الاختيارات المسموحة , وتراقبها في حالة الخدمة

فالاعمال الادارية و التنظيمية و العلاقات بين المديرية و المصالح تذهب لتحقيق جزء مؤثر لرقم الاعمال .

<sup>18</sup> . CENTER FRANÇAIS DU COMMERCE Extérieur ( CFCE ) , EXPORTER , FOUCHER , PARIS , 1993 , P287 .

<sup>19</sup> CHIBANI RABAH , OP, CIT , P 31

<sup>20</sup> يحي عروذكي , مرجع سبق ذكره , ص 20 .

## المطلب الرابع : العقد التجاري الدولي .

الفرع الاول : تعريف العقد التجاري الدولي .

ان التعاقد عملية حيوية و مهمة بالنسبة لكل من المصدر و المستورد , فبالاضافة الى انها وسيلة لضمان التبادل التجاري , فمن شأنه كذلك ان يجد الخطوط العريضة التي تحكم سير هذه المعاملات و التبادلات .

و يجب ان يتميز العقد بالوضوح و الدقة في جميع نقاط الاتفاق , حتى تسهل عملية الفهم و يخلو من المشاكل و التاويلات , كما يشكل العقد حماية قانونية فعالة للطرفين المتعاقدين , وهذا في حالة حدوث أي نزاعات او سوء تفاهم , بحيث يعتبر دليل مادي في حالة النزاع<sup>21</sup> .

و يمكن تعريف العقد التجاري الدولي بانه ذلك الاتفاق الذي يعقده طرفان من بلاد مختلفة ( مصدر , مستورد ) يتم بموجبه تحديد التزامات الطرفين , و ينصب غالبا على البيع الدولي , بحيث يلتزم البائع ان ينقل للمشتري ملكية الشيء , او حق مالي اخر في مقابل ثمن نقدي<sup>22</sup> .

الفرع الثاني : الشكل العام للعقد التجاري الدولي .

تاتي عقود التجارة الدولية في شكل موحد , ويندرج ضمنها مجموعة من البنود التي تحدد الالتزامات , و كذلك الارتباطات التي تخص المتعاقدين حتى تتم عملية البيع و الشراء في ظروف حسنة و تفادي الوقوع في منازعات , و يتضمن العقد مجموعة من المعطيات تتمثل في نوعين من البنود :

اولا : بنود ذات طابع عام : ويندرج تحتها :

التعريف بالمتعاقدين , مدة وموضوع العقد , تاريخ بداية سريان العقد , بنود الاعفاء , بند الفسخ , بنود القانون المطبق و محكمة الاختصاص .

ثانيا : البنود ذات الطابع الاقتصادي :

بند آجال التسليم , بند خاص بالتسعير و طريقة الدفع , بند متعلق بالتغليف , بند خاص بالضمانات

الفرع الثالث : الوثائق المشكلة للعقد التجاري الدولي

<sup>21</sup> زياد سليم رمضان و محفوظ احمد , جودة إدارة البنوك , دار وائل للنشر , عمان , الاردن , 2003 , ص 150 .

<sup>22</sup> محمود سمير الشرقاوي , العقود التجارية الدولية , دار النهضة العربية للنشر , القاهرة , مصر , 1992 , ص 05 .

بالإضافة الى تحرير العقد يجب تحضير مجموعة من الوثائق الهامة و التي يجب ادراجها في العقد و ترسل عادة من طرف المصدر عبر عدة طرق منها :

اولا : الوثائق المقدمة الى قائد السفينة و المرافق للبضاعة :

توضع هذه الوثائق في ملف الحافظة المضمونة , وتحمل عنوان المرسل اليه و تسلم الى قائد السفينة , وتعتبر كبطاقة تعريف للبضاعة , وتشتمل هذه الوثائق على مايلي :

نسخة من الفاتورة الشكلية , نسخة من شهادة المنشأ , نسخة من قائمة الطرود , نسخة من سند الشحن غير القابل للتفاوض , نسخة من تقرير المراقبة , نسخة من وثيقة التأمين .

ثانيا : الوثائق المرسله بواسطة البريد المضمون و السريع<sup>23</sup> :

نسخة من الفاتورة التجارية , نسخة من شهادة المنشأ , وثيقة التأمين .

وهذا لكي يتسنى للمستورد كسب الوقت و تحضير كافة الوثائق الخاصة بالجمارك في بلده و الخاصة باستلام البضاعة

ثالثا : الوثائق المرسله عن طريق البنك :

نسخة اصلية من سند الشحن , نسخة اصلية من شهادة المنشأ , نسخة من قائمة الطرود , نسخة اصلية من الفاتورة الاصلية

## المطلب الخامس : العمليات المكتملة للتصدير .

الفرع الاول : التغليف و التعليب

نتحدث هنا عن التغليف و التعليب الخاص بالنقل بالكميات الكبيرة الموجهة للتصدير . ان عملية تعليب منتج موجه للتصدير من الاهمية الكبيرة التي تعطي للمنتج شخصية و ايضا من حيث وصوله في ظروف حسنة للمستورد وكذلك من حيث الدور الذي يلعبه في الاشهر في حالة التعليب الجيد للمنتج<sup>24</sup> , ومن هنا اصبح هناك مهندسين مختصين في التغليف و التعليب , ففي اكثر الاحيان يحتاج المصدر الى الاستعانة بوكالات التعليب , طالما ان العملية تحتاج الى تقنية عالية .

<sup>23</sup> زياد السيد , الشحن و التجارة الدولية , مطابع الشرق الاوسط للطباعة و النشر , 1984 , ص 95 .

<sup>24</sup> سونيا محمد البكري , نظم المعلومات الإداري "المفاهيم الأساسية" , الدار الجامعية للطباعة و النشر و التوزيع , الإسكندرية , 1998 , ص 387.

اولا : اهداف التغليف و التعليب .

حماية المنتج من الصدمات و الانكسار , بمعنى الحفاظ على الخصائص النوعية للمنتج , مما يحفظ له قيمته .

تسهيل مهمة بيع المنتج و جعله جذابا يفي بأغراض الاشهار , أي مطابقته للأذواق و العادات و التقاليد الى جانب التأثير النفسي .

حماية المنتج من السرقة و الانتهاكات .

تسهيل النقل بالإضافة الى تسهيل مهمة تعيين المنتج و معاينته .

ثانيا : المحددات العالمية لطبيعة التغليف<sup>25</sup> :

قيمة وطبيعة المنتج , وسيلة النقل المستعملة , عدد مرات التفريغ و الشحن و عمليات النقل المساعدة , الموسم , المناخ , المدة الزمنية الازمة او التي تستغرقها البضاعة للوصول الى الزبون , وكذلك المدة التي تستغرقها في المكوث بكل نقطة قبل الوصول , الشروط و المتطلبات التي يفرضها البلد المستورد على البضاعة , خاصة بالنسبة للمواد و المعدات الصيدلانية و المواد الغذائية .

ثالثا : تقنيات التعليب ( اصناف التعليب )<sup>26</sup>:

البضائع المنقولة التي لا تحتاج الى تعليب كالحديد و الانايب ... الخ .

البضائع المنقولة بكميات كبيرة , في حالة عدم وجود التعليب كالحبوب و الفحم ففي حالة الضرر يعفى الناقل من مسؤولياته .

البضائع المنقولة في اكياس كالاسمنت و الدقيق , ففي هذه الحالة يكون الناقل مسؤولا .

البضائع المنقولة في حاويات او طرود .

البضائع المنقولة على شكل سوائل .

البضائع ذات الحجم المحدود او البضائع الثمينة .

رابعا : المعلومات الموجودة على التعليب:

<sup>25</sup> حسين احمد توفيق , ادارة المبيعات , دار النهضة العربية للنشر , القاهرة , مصر , 2000 , ص 153 .

<sup>26</sup> نفس المرجع , ص 155 .

معلومات حول الإرسال : كل علبه او حاوية ينبغي ان تحتوي على المعلومات التالية :

اسم المرسل , اسم المرسل اليه , ميناء الشحن , ميناء الوصول , رقم العقد , رقم رخصة الاستيراد , رقم العلبه .

معلومات خاصة بالمقاييس : تقع على مسؤولية المعلن كتابة و تسجيل الخصائص الخاصة بالتعليب و هي :

الابعاد ( الطول , العرض , الارتفاع ) , الوزن الاجمالي , الوزن الصافي .

توجيهات في النقل و الشحن و التخزين<sup>27</sup> :

العبارات " سريعة الانكسار " او " FRAGILE " , العبارة " عدم استعمال الضاغط " , التأكد من الارتفاع , تجنب الحرارة , تجنب الرطوبة , تحديد مركز الثقل , تجنب دحرجة العلبه , استعمال الكوابل مسوح او لا , الحمل الجانبي مسموح او لا .

خامسا : الوثائق الخاصة بالتعليب<sup>28</sup>

1 ) - قائمة الطرود ( LIST DE COLISAGE ) : كل صندوق او حاوية ينبغي ان يرفق بوثيقة تدعى قائمة الطرود , وهذه الوثيقة تتضمن مايلي :

المراجع الخاصة بالعقد , خصائص العلبه و الطرد من حيث ( الابعاد , الوزن الاجمالي و الصافي , الحجم , رقم الصندوق ) , وتفصيل محتوى و طبيعة الطرد , معلومات خاصة بالممول و الزبون .

2 ) - جدول الطرود : ان الفرق بين قائمة الطرود و جدول الطرود هو ان قائمة الطرود خاصة بعلبة واحدة بينما الجدول خاص بالارسال ككل و تتضمن وثيقة جدول الطرود المعلومات التالية :

المراجع الخاصة بالعقد , معلومات خاصة بالممول و الزبون , خصائص و ابعاد الطرود .

الفرع الثاني : التامين

عقد التامين هو اتفاق يتم بمقتضاه تعهد المؤمن التعويض عن الخسائر و الاضرار التي قد تنجم عن عملية نقل و تحويل البضاعة , وهذا مقابل اداء اتاوى او مبلغ مالي يدفعه المؤمن له<sup>29</sup> , و يراعى في تحديد القسط مايلي :

<sup>27</sup> زياد السيد , مرجع سابق , ص 115 .

<sup>28</sup> CHIBANI RABAH , OP , CIT , P 89

<sup>29</sup> حديدي معراج , مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 1999 , ص 6 .

نوع البضاعة المؤمن عليها , خصائص البضاعة , مدى قابليتها للتلف , حجم الاخطار التي قد تلحق بها , الشروط التقنية الخاصة بوسيلة النقل .

و عملية التامين ترتبط اساسا بالناقل الذي يقع ضمن مسؤولياته<sup>30</sup> , ايصال البضاعة او السلعة الى المستورد , الا ان المصدر يكون معنا ايضا ببعض التأمينات , كالتامين عن الخسائر مثلا .

اولا : أنواع التأمينات

التامين ضد خطر معين .

التامين ضد كل الاخطار<sup>31</sup> و التي تتمثل في :

التامين بالنسبة للنقل , التامين على المسؤولية المدنية , التامين على الاشخاص , العتاد و التقنية و اخطارها , التامين ضد اخطار العجز و الافلاس , التامين ضد اخطار تغيير العملة , التامين ضد اخطار الكوارث و الزلازل , التامين ضد اخطار التغيرات السياسية و القانونية , التامين ضد اخطار الانتهاكات و السرقة

ثانيا : اجراءات التامين : تجري عملية التامين بين المؤسسة و شركة التامين ابتداء من تحضير الوثائق الرسمية الى غاية ابرام عقد التامين , هذه الوثائق ضرورية و أهمها :

الفاتورة التجارية .

قائمة الطرود و تحتوي على المعلومات المتعلقة بالبضاعة المؤمن عليها بالاضافة الى معلومات خاصة بـ :

اسم الناقل ووسيلة النقل , مكان و تاريخ الانطلاق و الوصول , نوع الاخطار المؤمن عليها , عمر السفينة في حالة النقل البحري .

و يجر هذا العقد و يثبت في وثيقة التامين و تحرر كتابيا , و تحتوي هذه الوثيقة زيادة على توقيع الطرفين البيانات التالية<sup>32</sup> :

اسم الطرفين المتعاقدين و عنوانهما , الشيء المؤمن عليه , نوع الاخطار المؤمن عليها , مبلغ الضمان و مبلغ القسط , تاريخ الاككتاب و تاريخ بداية سريان العقد و مدته , هامش الملاحظات .

<sup>30</sup> أقاسم نوال , دور نشاط التأمين في التنمية الاقتصادية , مذكرة ماجستير دراسة حالة الجزائر , 2001 , ص 38.

<sup>31</sup> المادة 144/136 من الأمر 07-95 الصادر في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات.

<sup>32</sup> حديدي معراج , مرجع سبق ذكره , ص 9 .

و في حالة ما اذا تقدمت المؤسسة بطلب تعويض عند وقوع الاخطار , فان شركة التامين تشتترط على المؤسسة احضار مجموعة من الوثائق و هي :

تقرير تحقيق التلف المعد من قبل خبير مختص , الفواتير الخاصة بالتلف , شهادة الضياع التي تعد من قبل خبراء مستقلين , وتشمل الاسباب الجوهرية للضياع , و بالتالي تحديد المسؤوليات .

و بعد ان تستوفي المؤسسة الوثائق المطلوبة و تراقبها , تتقدم شركة التامين بالملف كاملا للتعويض عن الاخطار التي لحقت بالبضاعة , و عموما فان طريقة التامين تختلف بحسب طريقة النقل CIF او FOB .

#### الفرع الثالث : النقل

ان جميع عقود النقل سواء النقل البري او البحري او الجوي , تتفق على ان عقد النقل هو " تعهد الناقل بنقل البضاعة من مكان الى اخر مقابل اجر "33 .

ومن خلال هذا التعريف نستنتج ان عقد النقل هو اتفاق يلتزم بمقتضاه متعهد النقل مقابل ثمن ان يتولى بنفسه نقل البضاعة من مكان معين الى اخر خارج الحدود الوطنية .

#### أولا : انواع عقود النقل الدولي

و يختار نوع او طريقة النقل بمراعاة عوامل اساسية , كالتكلفة و الاجل , و تنقسم عقود النقل الدولي الى :

عقد النقل البحري : ويتم ابرامه بين المؤسسة و الناقل و يدون كتابيا , حيث تقوم المؤسسة بتقديم البضاعة الى الناقل الذي يكون عادة ممثلا لمؤسسة النقل البحري في الوقت و المكان المحددين بالعقد<sup>34</sup> , و يلتزم الناقل بتقديم وثيقة الشحن دليل التعاقد بين المؤسسة و الناقل , كما يشتمل على جملة من البيانات الغرض منها اعلام المرسل اليه بحصول تسليم البضاعة الى الناقل , و الشروط التي بمقتضاها يستطيع المرسل اليه التعرف على البضاعة عند وصولها .

و يحتوي سند الشحن<sup>35</sup> على المعلومات التالية : مكان تسليم البضاعة , نوع البضاعة , وزنها و عددها .

كما تحرر هذه الوثيقة و تسلم نسخ منها الى قائد السفينة و صاحب البضاعة و ترسل نسخة الى المرسل اليه و اخرى تسلم للناقل .

<sup>33</sup> مستيري فاطمة , عقد النقل البحري للبضائع في القانون الجزائري , مقال منشور بالعدد الخاص للغرفة البحرية و التجارية للمحكمة العليا , 2001 , ص 53 .

<sup>34</sup> عبد القادر العطير و اخرون , الوسيط في شرح قانون التجارة الدولية البحرية , دراسة مقارنة , دار الثقافة للنشر و التوزيع , الجزائر , 2009 , ص 222 .

<sup>35</sup> احمد محمود حسني , عقد النقل البحري , منشأة المعارف , الاسكندرية , مصر , 1983 , ص 28 .

و عادة ما تكون طريقة النقل بحسب الاتفاق بين المؤسسة و الطرف الاجنبي , بحسب الموضوع ( الشراء , البيع ) بطريقتين : " CIF " او " FOB " .

طريقة FOB : حسب هذه الطريقة البائع يشحن البضاعة على السفينة في ميناء بلده , و يتحمل المستورد بتكاليف النقل و التأمين .

طريقة CIF : على المصدر تسليم البضاعة للمستورد بتحمل مختلف التكاليف من نقل و شحن و تخزين و تأمين , وبهذا لا يتحمل المستورد أي تكاليف .

عقد النقل الجوي : هذا النوع لا تعتمد عليه المؤسسات إلا في حالات خاصة كإرسال العينات او بعض الاجهزة الخاصة و حالات مستعجلة اخرى , و يجرر هذا العقد و يثبت في وثيقة تدعى رسالة النقل الجوي ( LTA ) , وتسلم نسخ الى صاحب البضاعة و المرسل اليه و الناقل .

عقد النقل البري : و يثبت هذا العقد في وثيقة تدعى رسالة سيارة النقل الدولي ( LVI ) , غير ان هذا النوع من النقل قليل الاستعمال بحكم ان المعاملات الخارجية تنحصر بين دول متباعدة و من قارات مختلفة لذا لا يصلح النقل البري الا في حالات مع الدول المجاورة .

ثانيا : التزامات الاطراف<sup>36</sup> المتعاقدة :

التزامات صاحب البضاعة :

استعمال تغليف جيد باتخاذ كل التدابير الاحتياطية , تسليم البضاعة للناقل و فق التاريخ المبين في العقد . القيام بكافة الاجراءات الجمركية الخاصة بالبضاعة , دفع الاجرة , اشعار و اعلام المرسل اليه بموعد انطلاق ووصول البضاعة .

التزامات الناقل<sup>37</sup> :

تسليم سند الشحن او رسالة النقل الجوي , او رسالة سيارة النقل الدولي الى المصدر و امضاءها , التكفل التام بالبضاعة , بتحفظ او بدونه ( تحديد نقاط عدم مسؤولية الناقل بعد مراقبة الطرود ) , تسوية عمليات العبور , تفريغ البضاعة في ميناء الوصول مع امكانية التصرف بالبضاعة في بعض الاحوال الطارئة , القيام بإشعار المرسل اليه بوصول البضاعة " اعلان الوصول " .

<sup>36</sup> احمد غنيم , سند الشحن البحري في اطار الاعتمادات المستندية , دراسة نظرية و تطبيقية , ط 7 , بدون دار نشر , 2000 , ص 27 .

<sup>37</sup> فريد العريبي , محمد السيد الفقي , القانون البحري و الجوي , منشورات الحلبي الحقوقية , لبنان , 2005 , ص 329 .

## الفرع الرابع : العبور و الجمارك

### اولا : العبور

عملية العبور عملية هامة و مكتملة للتصدير و ذلك لارتباطها بالنقل و الجمارك و الشحن و الاستقبال , ووكيل العبور له عدة ادوار تهم المصدر و المستورد على حد سواء فهو يشبه الى حد بعيد السمسار في الاسواق العادية الذي بإمكانه ان يقوم بأصعب المهام بشرط ان يتلقى مقابل للأعمال التي يقوم بها .

### وظائف و وكيل العبور :

يتكفل بعملية النقل , يتكفل بالاتصال بالمتعاملين , يتكفل بعملية التامين على البضائع , يتكفل بكل مراحل و مراسيم عبور البضائع لدى الجمارك

### الشخصية القانونية لوكيل العبور :

كوكيل للنقل : تقع على عاتقه مسؤولية نقل و تسليم البضاعة و ذلك حسب الاتفاق الحاصل بينه و بين المصدر او المستورد .

التصرف بالنيابة عن المصدر او المستورد : يقوم وكيل العبور بكافة العمليات المتعلقة بالتصدير او الاستيراد - حسب الاتفاق بالعقد - من نقل و شحن و تامين و استقبال و تسليم البضاعة<sup>38</sup> نيابة عن المصدر او المستورد .

كوكيل معتمد لدى الجمارك : يقوم بجميع العمليات المتعلقة بالإجراءات الجمركية<sup>39</sup> نيابة عن المصدر او المستورد .

اضافة الى ما سبق فان لوكيل العبور دور اقتصادي , وذلك من خلال دراسة الاسعار بدلا من المصدر او المستورد , وكذلك يخول له التوكيل الدخول في المنازعات و اعداد الشكاوى .

### الوثائق التي يقدمها وكيل العبور ( المعلومات ) :

الفاتورة الاصلية , قائمة الطرود , شهادة المنشأ , تصريح في حالة المواد الخطرة , وثيقة النقل .

<sup>38</sup> علي البارودي , جلال وفاء محمددين , القانون البحري , القاهرة , مصر , 1992 , ص 351 .

<sup>39</sup> هشام فرعون , القانون البحري , مطبعة كرم , دمشق , 1976 , ص 215 .

و غيرها من الوثائق و الاجراءات التي يمكن لوكيل العبور ان ينجزها او يقدمها لكافة المصالح الادارية العامة او الخاصة .

ثانيا : الجمركة :

يعتبر جهاز الجمارك في جميع الدول , جهازا اقتصاديا حساسا و لهذا تحكمه تشريعات و قوانين خاصة , يمكنها التغيير حسب الوضعية الاقتصادية من خلال التعريف الجمركية - هناك اتفاقيات تحكمها - هذه الاخيرة التي من خلالها تحمي الدول اقتصادها المحلي من المنافسة الاجنبية , كما يعتبر هذا الجهاز من الاجهزة التي توفر الموارد المالية للدولة , من خلال التعريف الجمركية المفروضة

و تاتي عملية الجمارك بعد قيام كل من عمليات النقل و التامين و العبور , حيث لا يمكن للسلعة المرور الا بعد المعاينة من طرف الجمارك , و حصولها على وثيقة جمركة مؤقتة , على ان لا يتم الاجراءات في ظرف لا يتعدى الشهر , و يتكون الملف غالبا من الوثائق التالية :

اعلان بوصول : وهي وثيقة يصدرها المكلف بالتوريد و ذلك لإثبات وصول البضاعة

مذكرة تفصيلية : و تتضمن كل العناصر المتعلقة بالبضاعة , مثل كيفية التغليف و النوعية , واصل البضاعة

الفاتورة الاصلية

التأشيرة الصحية : التي تثبت صلاحية المادة المستوردة بعد مرورها على مخبر التحاليل

الفرع الخامس : الدعاية و الاعلام ( الاشهار ) :

اولا : انواع الاشهار ( مظاهره )<sup>40</sup> :

الدعاية غير المباشرة : يتضمن هذا النوع كل ما يقرب الزبون و يجلبه ناحية البضاعة خارج اطار الحملات الاشهارية المخططة مسبقا و ذلك من خلال :

التغليف الجيد و الجذاب , نوع المنتج و كميته , العلامة التجارية الجميلة و القصير , خدمات ما قبل البيع و بعده , الكفاءة و المهارة لدى رجال البيع و التسويق

الدعاية المباشرة : وهي حملات اشهارية مخطط و مبرمج لها مسبقا و لها عدة قنوات منها :

<sup>40</sup> محمد صالح المؤذن ، مبادئ التسويق ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2002 ، الصفحة 428.

الصحافة المكتوبة كالجرائد و المجلات , الصحافة المسموعة و المرئية كالتلفزيون و الراديو , اللافتات و الملصقات , البيع الشخصي<sup>41</sup> , المعارض الوطنية و الدولية , ويمكن القول بانها انجح الوسائل الاشهارية , من خلال قلة التكاليف و كذلك الاتصال المباشر مع الجمهور حيث يرى المنتج و يجربه بصفة مباشرة .

ثانيا : ميزانية الدعاية و الاشهار : تقوم المؤسسة بالاعداد للميزانية اعتمادا على مايلي :

رقم الاعمال المحقق , المبيعات المتوقعة , الميزانيات المنافسة , المنتج من حيث خصائصه , قدرة المنتج و علاقته بالطلب , مدى اتساع رقعة بيع المنتج .

الفرع السادس : الفوترة و العمليات البنكية

و في النهاية وبعد كل هذه العمليات , تكون عملية التسديد و ذلك اعتمادا على الفاتورة التي تحتوي على المعلومات المفصلة عن السلعة<sup>42</sup> منها :

الوزن الاجمالي , الوزن الصافي , عدد الوحدات , سعر الوحدة , السعر الاجمالي , خصائص المنتج .

ترتكز العمليات البنكية على العموم في تقنيات التسديد و كذا آجال التسوية الى جانب عمليات التسديد , حيث ان هذه التقنيات او اجراءات التغطية في التجارة الدولية لها طابعها الخاص , وذلك انها تختلف كثيرا عن التسويات الداخلية , لما تتميز به التسويات الخارجية من مخاطر عدم الدفع او التأخر عن الدفع .

وهناك طريقتين للدفع و التحصيل و هي :

التسليم المستندي : وهو اجراء تغطية او تحصيل يتم في حالة ما اذا استقبل احد البنوك حوالة باسم المصدر ( البائع ) لدفع مبلغ مستحق على ذمة المستورد مقابل اظهار مجموعة من الوثائق الخاصة بالبضاعة<sup>43</sup> , وتستعمل هذه الطريقة في حالة ما اذا كان المستورد محل ثقة كبيرة .

كيفية سير عملية التسليم المستندي<sup>44</sup> : نميز خمس مراحل اساسية :

<sup>41</sup> محمد فريد الصحن ، التسويق ، الدار الجامعية للنشر و التوزيع ، الإسكندرية ، مصر ، 2001 ، الصفحة 329.

<sup>42</sup> خيرت ضيف ، محاسبة البنوك ، دار النهضة العربية للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 1987 ، ص 145 .

<sup>43</sup> طاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001 ، ص 119 .

<sup>44</sup> مدحت صادق ، ادوات و تقنيات مصرفية ، دار غريب للطباعة و النشر ، القاهرة ، مصر ، 2001 ، ص 30 .

المرحلة الاولى : ترسل المؤسسة البضاعة نحو حدود البلد المستورد و تقوم باعداد الوثائق الخاصة بالنقل و التأمين التي ترسل فيما بعد الى بنك المستورد .

المرحلة الثانية : تقوم المؤسسة بتسليم الوثائق التي تم اعدادها سابقا للبنك المتكفل بالعملية .

المرحلة الثالثة : يقوم البنك بتحويل الوثائق مع ارفاقها برسالة المعلومات الى بنك المستورد .

المرحلة الرابعة : يقوم بنك المستورد بتقديم الوثائق للمستورد مقابل قيام هذا الاخير بالدفع .

المرحلة الخامسة : يحول المبلغ الى فائدة المؤسسة المصدرة عن طريق البنك الذي يكون قد اعلم المؤسسة بواسطة اعلان خروج .

الاعتماد المستندي : يمكن تعريفه بأنه تعهد يلتزم بمقتضاه بنك المشتري بالدفع للبائع وفق شروط المشتري ( الأمر ) قيمة البضاعة . وبعبارة اخرى هو تعهد مشروط بالدفع مأخوذ من طرف بنك<sup>45</sup> .

أنواع الاعتمادات المستندية :

اولا : الاعتماد المستندي القابل للإلغاء<sup>46</sup> ( LE CREDIT DOC . REVOCABLE ) : هذا النوع يحمل خطر التعديل او الالغاء من قبل بنك المستورد , دون اعلام اولي للمؤسسة . هذا النوع يتيح الالغاء حتى و ان كانت البضاعة في الطريق او قبل تقديم الوثائق او حتى قبل التسديد , ولهذا فهو قليل الاستعمال .

ثانيا : الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء<sup>47</sup> ( LE CREDIT DOC IRREVOCABLE ) : يقدم للبائع اكبر قدر من الضمان للتحصيل , هذا لكونه غير قابل للإلغاء , إلا بموافقة الاطراف .

ثالثا : الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء و المؤكد<sup>48</sup> ( LE CREDIT DOC IRREVOCABLE ET CONFERME ) : وهو الشكل الاكثر ضمانا و تأكيدا وهذا النوع يقتضي انشاء تعهد بنكي مضاعف , الاول من قبل بنك المستورد و الثاني من قبل بنك المصدر , ويضمن كافة حقوق المؤسسة البائعة و كذلك المشتري .

كيفية سير الاعتمادات المستندية<sup>49</sup> :

<sup>45</sup> مازن عبد الحميد فاعور , الاعتماد المستندي و التجارة الالكترونية , منشورات الحلبي الحقوقية , بيروت , لبنان , 2006 , ص 79 .

<sup>46</sup> عبد العزيز عبد الرحيم سليمان , التبادل التجاري , دار حامد للنشر و التوزيع , عمان , الاردن , 2003 , ص 133 .

<sup>47</sup> مدحت صادق , مرجع سابق , ص 17 .

<sup>48</sup> عبد الحق بوعتروس , الوجيز في البنوك التجارية , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 2000 , ص 86 .

<sup>49</sup> Philippe Guarsault , Stephane Priami , Les opérations Bancaires à L'international , banque-éditeur , paris , 1999 , P131-140 .

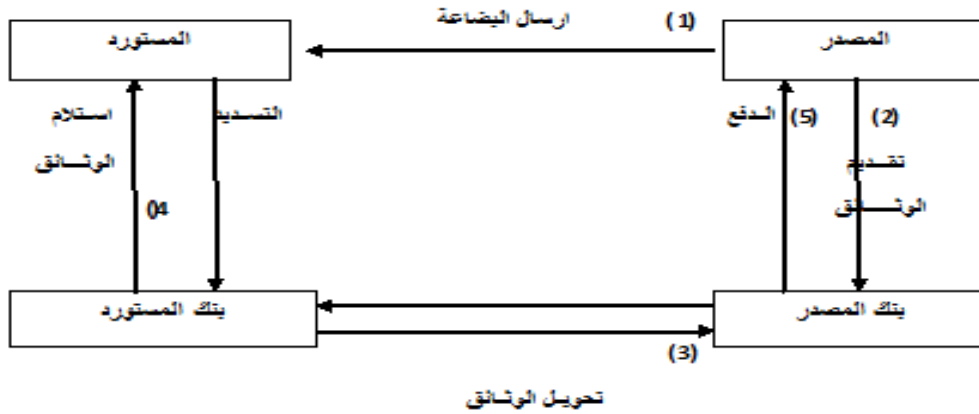
اولا تقوم المؤسسة بإرسال الفاتورة النموذجية للمستورد و يقوم هذا الاخير بتقديم طلب الى البنك المحلي لفتح اعتماد له , بعد التأكد من حصول الاجراء تقوم المؤسسة بتسليم البضاعة الى قائد السفينة مقابل تسليم وثيقة شحن ليتم اعداد ملف مكون من :

سند الشحن . وثيقة التامين , الفاتورة , عقد التصدير , قائمة الطرود , وثيقة ( شهادة ) المنشأ .

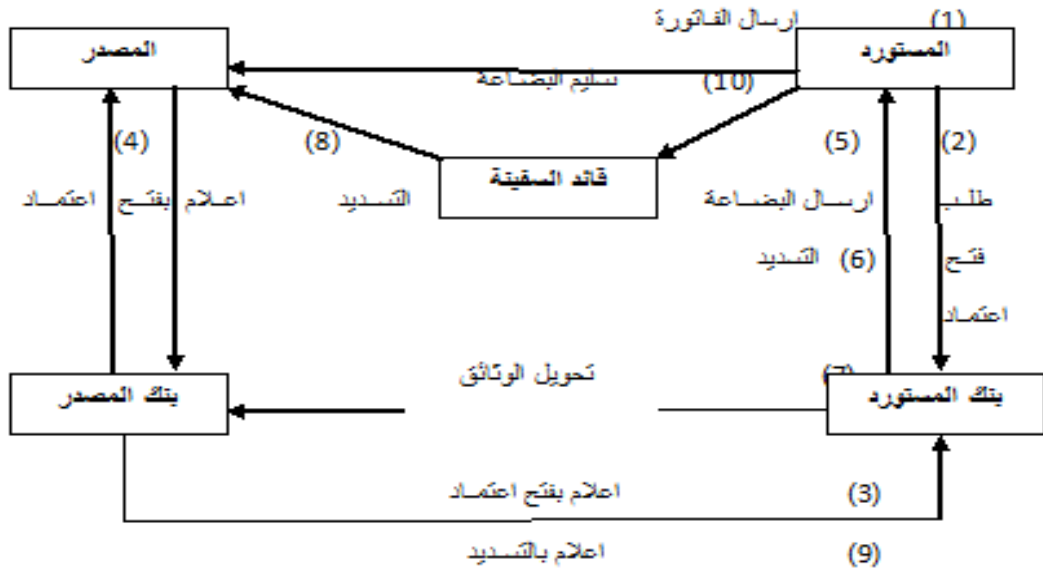
و يقدم هذا الملف الى البنك الذي يقوم بعملية التسديد مباشرة بعد الاطلاع على الملف , ثم يتم تحويل الوثائق من طرف البنك المستورد مع اعلامه بالتسديد , من خلال الوثائق المقدمة . ويقوم بنك المستورد بسحب المبلغ من حساب المستورد و تحويله الى بنك المصدر , وبعدها مباشرة يسلم المستورد الوثائق التي يقوم بإظهارها الى قائد السفينة لتسليم البضاعة<sup>50</sup> .

و باختصار فان هذه التقنية يتم بموجبها الدفع قبل تسليم البضاعة و الوثائق الى المستورد .

الشكل رقم ( 4 ) : مخطط يبين مراحل التسليم المستندي



الشكل رقم ( 5 ) : مخطط يبين مراحل الاعتماد المستندي



المبحث الثاني : منهجية البحث

المطلب الاول : المناهج المتبعة .

لمعالجة هذا التقرير , سوف نعتمد على مزيج من المناهج , و سنعتمد على المنهج :

التاريخي : في تقديم المؤسسة و التعريف بها و تطورها .

الوصفي و التحليلي و الاستنباطي : لاستعراض المفاهيم النظرية و تحليلها في الجزء النظري , اما في الجزء التطبيقي استعمل لوصف واقع التصدير و سير هذه العملية بمؤسسة " روائح الورود " .

المطلب الثاني : مصادر جمع البيانات .

كما اعتمدنا في هذا التقرير على مصادر عدة لجمع المعلومات منها :

المقابلات : المقننة و غير المقننة , و لقد تقابلنا في اعداد هذا التقرير مع السيد المدير العام للمؤسسة " محمد البشير جديدي " ومع رئيس مصلحة التسويق السيد عبد المجيد جديدي "

الملاحظات : عن طريق الاعين المجردة من خلال التتبع لمسؤول التصدير ورجل العبور .

وثائق خاصة بالمؤسسة : بعض وثائق لعمليات تصدير فائقة كسند الرفع و التريح المفصل لدى الجمارك و صيغ العقد التجاري الدولي و غيرها من الوثائق التي تم منحها لنا .

رسائل ماجستير , الشبكة العنكبوتية , المجلات و الملتقيات , الكتب .

### المبحث الثالث : الاجراءات المتبعة عند عملية التصدير بمؤسسة " روائح الورود " .

اتجهت المؤسسة منذ منتصف التسعينات الى التصدير , وقد لاحظنا نجاحها وهذا راجع الى سياساتها المطبقة في هذا المجال , ومن هنا سنرى خطوات هذه العملية .

#### المطلب الاول : هيكلية عملية التصدير داخل المؤسسة ( الاجراءات الاولى ) .

توكل مهمة عقد صفقات التصدير الى مصلحة التسويق , فهذه الاخيرة تهتم بالاتفاق مع الطرف الاجنبي حول العملية , حيث انها تقوم بجميع العمليات الادارية و تحضير الوثائق , واهم خطوات و مراحل عملية التصدير التي تقوم بها مصلحة التسويق كمايلي :

البحث عن الاسواق : وذلك من خلال :

المعارض .

العروض في الانترنت .

العروض في المجلات , الجرائد , الراديو و التلفزة .

و يبقى الشرط في عرض المنتج في المعارض و العروض المختلفة مرهونا بان يكون المنتج محليا و يتميز بالصفة الوطنية للمنتج و يحمل الشفرة المحلية للمنتجات الوطنية , فإذا توفرت هذه الصفة " منتج محلي " و كذلك توفرت الاسواق المؤكدة - العميل او الزبون - , تتوجه المؤسسة الى الاجراءات الخاصة بعملية التصدير .

تحضير الفاتورة الشكلية : بعد ان تتم الموافقة من قبل المستورد تبدأ المؤسسة بأول خطوة وهي تحضير هذه الفاتورة , تكون الاسعار بها دقيقة , تشمل كل التكاليف , وتتضمن تكاليف السعر او كلفة البضاعة و النقل .

الفاتورة النهائية : تحرر هذه الفاتورة بعد الموافقة التامة و النهائية من قبل المصدر " مؤسسة روائح الورود " و المستورد الاجنبي , وتتضمن هذه الفاتورة ما يلي :

تعيين البضاعة بدقة , الكمية بالوحدات او كغ , السعر بالعملة العالمية , تحديد المجموع الاجمالي .

كما تتضمن الفاتورة النهائية المعلومات التالية :

شروط البيع " FOB " او " CFR " .

طريقة التسديد وتتم بإحدى الخطوات التالية : التحويل , التحويل المباشر الحر , القرض المستندي .

### المطلب الثاني : العمليات المكتملة للتصدير داخل المؤسسة .

بعد ان تتم هذه الخطوات تأخذ المؤسسة مرحلة اخرى من الاجراءات الرسمية للتصدير وهي عمليات مكتملة لعملية التصدير وهي كالاتي :

الفرع الاول : التغليف و التعليب : تحدثنا في السابق عن التعليب الخاص بالمنتج نفسه , وفيما يلي نحاول التحدث عن التعليب الخاص بالكميات الكبيرة او بالأحرى الخاص بالمنتج المتجه للتصدير .

ان التعليب يجب ان يكون مناسب للسلعة و لنوعيتها , حيث يجب ان يحمي السلعة المنقولة من الانكسار و يجب ايضا ان يكون مناسب لوسيلة النقل و خاصة النقل البحري , هذا الاخير الذي يستعمل كثيرا من طرف المؤسسة .

ان النوع المستعمل للتعليب من طرف المؤسسة هو الحاويات , نظرا لما لها من مميزات حمائية للمنتج , هذا الاخير الذي يمتاز بسهولة الانكسار نظرا لكونه من الزجاج غالبا , و للحاويات مقاييس دولية .

و يجب ان تصبح الحاويات مجموعة من الوثائق , واهما هي قائمة الطرود ( LA LISTE DE COLISSAGE ) , و التي تحتوي على مجموعة من المعلومات اهمها :

اسم المرسل و اسم المرسل اليه , اتجاه البضاعة , رقم الحاوية .

و مجموعة اخرى من المعلومات مثل رقم قائمة الطرود و رقم الفاتورة و كذلك ارقام و نوعية الطرود , و الوزن الاجمالي و الحجم , و مكان البيع و امضاء البائع , وكذلك لا بد من وجود معلومة " سريع الانكسار " او " FRAGILE " على الحاوية , وعلى الطرود ايضا , ولا بد من وجود قائمة الطرود لخروج البضاعة من الميناء , وهي ضرورية تقريبا لجميع العمليات , النقل , التامين , العبور , الجمركة .

الفرع الثاني : التامين : بالنسبة للتامين فالمؤسسة تعتمد على الشركات الوطنية للتامين , و هي حاليا متعاقدة مع الشركة الجزائرية للتأمينات ( SAA ) , و تتحمل هذه الاخيرة التامين على البضاعة من جميع الاخطار ( السرقة , الضياع , الكوارث ..... ) .

و كذلك تتكون عملية التامين و تتم حسب طريقة البيع المستعملة و هي ( CFR , CIF , FOB ) , و يكون التامين على البضاعة من مكان القيام الى غاية مكان الوصول , وكذلك التامين مدة 30 يوم و البضاعة في الميناء , و في حالة النقل الجوي فان العقد هو نفسه , و الاختلاف يكمن في النسبة , و هي ان نسبة التامين في النقل الجوي اكثر ب : 4/1 من النقل الجوي .

الفرع الثالث : النقل : تستعمل المؤسسة الانواع الثلاثة من النقل الا انها في الغالب تستعمل النقل البحري .

و تستعمل في حالة التصدير ( البيع ) , ثلاث طرق و هي :

CIF : البائع يتحمل جميع المصاريف .

CFR : و تعني ان المستورد يتحمل جميع التكاليف , وتوكل اليه مهمة نقل البضاعة الى ميناء الوصول .

FOB : يتحمل المصدر مسؤولية شحن البضاعة و نقلها على متن الباخرة من ميناء القيام فقط كما ذكرنا سابقا فاختيار الطريقة يتم بالاتفاق بين الطرفين ( المصدر و المستورد ) .

و تستعمل المؤسسة في بعض الاحيان النقل الجوي الذي لا يختلف عن النقل البحري الا ان هذا الاخير اقل في السعر من النقل الجوي .

الفرع الرابع : العبور و الجمارك : و هما عمليتان متكاملتان او بالأحرى عملية واحدة , ويقوم بها وكيل العبور , و لدى مؤسسة " روائح الورود " وكيل عبور حيث يقوم بجميع عمليات العبور في غالب الاحيان , وفي بعض الحالات توكل عملية العبور الى وكيل محلي .

و يقوم وكيل العبور بعملية عبور البضاعة و التخليص الجمركي وفق طريقتين :

في حالة فتح اعتماد مستندي : العملية تتم وفق خطة البنك صاحب الاعتماد .

في حالة عدم فتح اعتماد : العملية تتم وفق مسار المؤسسة .

و يتكون الملف الذي يطلبه وكيل العبور وهو نفسه الملف الجمركي الذي يقدم الى الجمارك من :

فاتورة اصلية ( الفاتورة التجارية النهائية الموطنة لدى البنك ) , شهادة التعبئة و الاوزان للبضائع , شهادة المنشأ , شهادة الصحة و الصحة النباتية اذا لزم الامر , شهادة النوعية اذا لزم الامر , قائمة الطرود , تصريح - خاص بالمواد الخطرة - , وثيقة النقل البحري او الجوي .

ثم يقدم هذا الملف الى الجمارك , وتقوم الجمارك بـ :

عملية فحص و تفتيش للبضاعة , ثم عملية التشميع .

و النسبة المقدمة للجمارك 4 % من قيمة البضاعة , و في بعض الحالات تعفى عملية التصدير من الحقوق و الرسوم , وفي الميناء كذلك و بعض الاتوات , ويعفى المصدر منها مدة 10 ايام و تفرض عليه رسوم رمزية بعد الانتهاء من

عملية الجمارك تتحصل المؤسسة على وثيقة الاذن بالتصدير , تسلم لها " سند الرفع " للبضائع للتصدير . وهذه العملية تتم بعد التنسيق التام مع وكلاء النقل البحري او الجوي او البري , وان تكون مواعيد النقل مضبوطة بدقة , حتى تتم عملية التصدير بيسر , وبعد الشحن تسلم بوليصة الشحن للمؤسسة من طرف وكالة النقل .

الفرع الخامس : العمليات البنكية ( التحصيل و التسديد ) : تستعمل المؤسسة في العمليات البنكية طريقة الاعتماد المستندي , و النوع المعتمد من طرف المؤسسة هو الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء و المؤكد , ونظرا لما يحتويه من ضمان كلي للمؤسسة .

و تتعامل المؤسسة مع بنوك محلية , هذه الاخيرة تطلب مجموعة من الوثائق و هي :

سند الشحن , وثيقة التامين , الفاتورة الاصلية و النهائية و الموطنة لدى البنك , وصل الايداع , اذن التسليم , الفاتورة القنصلية , شهادة المنشأ , شهادة الوزن , شهادة التحليل , قائمة التعبئة , شهادة المراجعة , شهادة الخلو من الآفات الزراعية - اذا لزم الامر - , الشهادة الصحية - اذا لزم الامر - , الشهادة البيطرية - اذا لزم الامر - .

الفرع السادس : الدعاية و الاعلان : لقد تحدثنا سابقا عن الاشهار و ذكرنا بان المؤسسة تولي اهتماما كبيرا له , و تخصص ما بين 20 الى 30 % من الارباح له , و تعتمد المؤسسة في السياسة الاشهارية خاصة على المعارض , نظرا لما لها من فوائد كونه يوفر الاتصال المباشر مع المستهلك , ونظرا لقلّة تكاليفه نسبة لوسائل الاشهار الاخرى .

وهنا تنتهي اخر خطوة من مراحل عملية التصدير , حيث تراقب المؤسسة عن كثب كل خطوة و مرحلة بدقة , وهذا لسير عملية التصدير بسلاسة و وصول البضاعة الى المستورد بوقتها , مع مراعاة القوانين و التشريعات المنظمة لعمليات التصدير .

## المبحث الرابع : الاجابة على التساؤلات .

### المطلب الاول : الجودة و النوعية .

في حوارنا مع ريس مصلحة التسويق قمنا بتوجيه عدة اسئلة في مختلف المجالات :

السؤال الاول : ما مدى تطبيق المؤسسة و مواكبتها لمعايير الجودة و النوعية و خاصة الصادرة عن المنظمات العالمية ؟

الجواب : تحرص شركة " روائح الورود " على التطوير الدائم و مراقبة الجودة و تحسين النوعية وتستعمل لذلك احدث اجهزت القياس و المراقبة . كما استطاعت ان تبني نظام ادارة الجودة و تعتمد في سياستها الادارية , ففي سنة

2006 حصلت المؤسسة على شهادة ايزو اصدار 2000 , وهي الان تطبق النظام بإصدار 2008 , و الذي تسعى من خلاله الى التطوير المستمر و تعزيز رضا الزبون بالوفاء بمتطلباته , وكذا العبور للأسواق الخارجية .

السؤال الثاني : هل لتطبيق معايير الجودة و النوعية مردودا في راس مال المؤسسة ؟

الجواب : نعم , كما امددناكم سابقا بتطور راس مال المؤسسة وذلك بفضل تطبيق هذه المعايير , مما تعطي احسن وأجود منتج و بمواصفات عالمية , مما بدوره يحظى بالقبالية لدى المستوردين و المستهلكين .

السؤال الثالث : هل بتطبيق هذه المعايير تكون اجراءات عمليات التصدير من اول خطوة الى اخرها تحظى بالسلاسة و القبول ؟

الجواب : نعم , فالمؤسسة بتطبيقها لمعايير الجودة و النوعية لم ترف لها عملية تصدير منذ بدايتها لهذا النشاط , وكافة الاجراءات لدى الجمارك تحظى بسيرورة عادية و سلسلة , و اكبر دليل على ذلك ما قدمناه لكم من عمليات تصدير مضت خلال سنوات عدة ولمختلف الدول , ومن جوائز ممنوحة للمؤسسة تخص الجودة و النوعية .

**المطلب الثاني : التغليف و التعليب .**

السؤال الاول : ما مدى مراعاة المؤسسة لنوعية و شكل التغليف و التعليب ؟

الجواب : ان المؤسسة لها خبرة كبيرة في هذا المجال , فهي التي تصنع العبوات من زجاج وغيره من فرعها المعروف بـ " الوليد " , فهي تراعي الى الجنس و العمر لتصنيع العبوات و التغليف الكرتوني و على حسب نوع المنتج و ولقد رأيتم ذلك من خلال انواع المنتجات التي نصنعها .

السؤال الثاني : هل تطبقون في التعليب و التغليف المواصفات العالمية و خاصة التي تصدر عن المنظمات العالمية التي تنشط في مجال التجارة الدولية ؟

الجواب : اكيد , فنحن نقفاد بما تنشره و توصي به كل المنظمة العالمية للتجارة نتيجة لتعاملنا مع عدة من البلدان ومن اقاليم مختلفة , ايضا ما يصدر عن المركز التجاري الدولي و المعهد الالماني للمترولوجيا .

**المطلب الثالث : اجراءات الصحة و الصحة النباتية :**

السؤال الاول : هل تاخذ المؤسسة بعين الاعتبار اجراءات الصحة و الصحة النباتية ؟

الجواب : على العموم الذي يعيننا هي اجراءات الصحة , اما اجراءات الصحة النباتية لا تعيننا كثيرا الا من جانب العبوات و التغليف المستعمل . و اجراءات الصحة و الصحة النباتية هي متطلبات فرضتها الحكومات على السلع من

اجل مراقبة انواع معينة من المخاطر على حياة وصحة الانسان او الحيوان او النبات . وتتطرق غالبية اجراءات الصحة و الصحة النباتية الى المحافظة على حماية صحة النبات و الحيوان و الانسان من الافات و الامراض . وتتناول الاجراءات الصحية حماسية حياة او صحة البشر او الحيوانات بينما تتناول اجراءات الصحة النباتية حماية حياة او صحة النباتات . و تختلف هذه الاجراءات من دولة لأخرى على حسب تعاملنا مع عدة دول . فنحن نعمل جاهدين لمراعاة ومواكبة هذه الشروط و المتطلبات المفروضة من قبل بلدان المستوردين . و خاصة تلك الشروط التي تصدر عن " المنظمة العالمية للتجارة - WTO " و " مركز التجارة الدولي - ITC " و " المعهد الالماني للمترولوجيا - PTB " .

#### المطلب الرابع : متطلبات عملية التصدير .

السؤال الاول : ما هي المتطلبات التي تراعيها المؤسسة قبل القيام بعملية التصدير ؟

الجواب : البحث عن المعلومات اللازمة عن المتطلبات الفنية للتصدير , وذلك اساسا ما يصدر عن الهيئات و المنظمات العالمية و التي سبق ذكرها كالـ WTO و ITC و PTB و غيرها من بعض الهيئات المحلية كالاقتداء بقانون الجمارك وذلك من خلال ( دليل المصدر ) الصادر عن ادارة الجمارك :

فنحن نحتاج الى نوعين من المعلومات الفنية لكي ننجح في عملية التصدير .

اولا : علينا ان نكون على علم بأي لائحة فنية او اجراءات للصحة و النبات يطبقها البلد المستورد في ما يخص المنتج او السلع او الخدمة المصدرة . اذ ان الالتزام بهذه المتطلبات فرض قانوني , لذلك فمن المهم جدا ان يكون مصدر هذه المعلومات موثوقا به , أي ان يكون مصدرا رسميا .

ثانيا : علينا ان نحدد ماهي المتطلبات التجارية لمنتجنا , وما اذا كان السوق وحده هو الذي يتطلبها او انها تشكل جزءا من المتطلبات التعاقدية للمشتريين الرئيسيين و ما اذا كانت هناك فوائد تسويقية ستتحقق من خلال المطابقة للمواصفات القياسية الوطنية .

متطلبات التعبئة و التغليف :

موضوع متطلبات التعبئة و التغليف موضوع معقد لكن ينبغي بوجه عام تناول هذه المتطلبات من وجهة نظر تسويقية وعلى المستوى التنظيمي فيما يخص السيمات المتعلقة بالمترولوجيا القانونية , وسلامة التعبئة و التغليف و الاثر البيئي لمواد التعبئة و التغليف .

من المهم معالجة موضوع متطلبات التعبئة و التغليف بعناية . فيجب تلبية المتطلبات الالزامية اذ قد تمنع الصادرات غير المطابقة من الدخول عند الوصول الى بلد الوجهة او حتى وهي في طريقها اليه . ومن المعروف انه قد حدث ردت سلع الى بلد المنشأ , مما ادى الى خسائر مالية طائلة للمصدر .

المتطلبات التسويقية :

يلعب التصميم الفعلي او شكل التعبئة و التغليف دور مهما في نجاحنا في عملية التسويق فالتعبئة و التغليف هما اول ما يراه العميل المحتمل , و التصميم الجيد ضروري لجذب الانتباه و توجيه العميل الى منتجنا من بين جميع المنتجات الاخرى المعروضة . يعني ذلك في العادة ان علينا ان نعهد بتصميم عبواتنا الى مصمم اختصاصي . ويمكن لمعاهد التعبئة و التغليف و للكثير من منظمات ترويج التجارة مساعدتنا بهذا الخصوص , ويقدم لنا البعض من تلك المنظمات حتى خدمات التصميم لدعم مؤسستنا .

متطلبات المتولوجيا التجارية :

و تختلف هذه المتطلبات من دولة لأخرى و تتناول هذه الاخيرة الوزن و الحجم و كميات القياس الاخرى بالإضافة الى ذلك تتناول التعبئة و التغليف نفسه و تحدد على سبيل المثال اقصى حجم يمكن ان يترك فارغا داخل العبوة .

انظمة ادارة الجودة ISO :

تلعب هذه المواصفات القياسية المعروفة اليوم بالايزو في ادارة الجودة و البيئة دورا مهما للمنتوج , مما يعطيه ثقة و قابلية كبيرة جدا في الاسواق الدولية . كما تنشط هذه المواصفات القياسية الدولية للبيئة و الجودة تجارة الصادرات و ذلك من خلال التغلب على العوائق التجارية و غيرها .

التسعير التنافسي :

ان لمؤسستنا خططنا تسير عليها في شتى الاقسام و بالخصوص في ما يخص التسعير و ذلك لمنافسة المنتجات المماثلة و الجنيسة في الاسواق الدولية و من بعض الطرق التي نسير عليها لتحقيق افضل منتج و بأقل سعر منها الحفاظ على المواد الاولية و الموارد مثل الكهرباء و المياه و الوقود .

التقييم و القياس و المطابقة :

وهو مدى مطابقة منتجنا للمتطلبات الفنية وغيرها قبل ان نحري عملية التسويق له او عرضه في المعارض الدولية او غيرها من عمليات او اجراءات البيع سواء محليا او دوليا و الواجب علينا هنا فحص المنتج اولا بالتحليل المخبري للجودة و النوعية ثم اختبار التغليف وغيرها من الاجراءات اللازمة حتى اذا كانت هناك عيوب او مشاكل في المنتج

تصحح ليحضى المنتج بالقول وتكون اجراءات التصدير و اتفاقيات البيع سلسلة ولا تتسم بالتأخر على مواعيد المستورد .

### المبحث الخامس : تقديم اقتراحات لمؤسسة " روائح الورود " .

قمنا بتقسيم مقترحاتنا و التي وجهناها للمؤسسة الى مايلى :

#### المطلب الاول : مقترحات على المستوى المحلي .

فتح فروع للمؤسسة او نقاط او وكلاء بيع , على ان يكون فرع بإحدى ولايات الجنوب كتمنراست مثلا , الشرق كعنابة , الغرب كوهران , الوسط كسطيف .

تشجيع السوق المحلي , واكتسائه بالمنتجات , مما يعطي تعريفا أكثر لعلامة المؤسسة .

الاشهار و الترويج بالمحطات الفضائية المحلية كقناة النهار و الشروق و غيرها مما يعطي تعريفا أكثر للمؤسسة , وكذا الاشهار بالجرائد و المجلات مع استمرار هذه العملية دون انقطاع .

الاستمرارية في تصنيع منتجات جديد و بمواصفات مواكبة للموضة , وخاصة العطور الموسمية الخاصة لكل فصل , ولمختلف المناطق على اساس التقسيم الجغرافي .

تبني سياسة تصديرية واضحة , تتماشى مع تطلعات المؤسسة و اهدافها .

تكوين علاقات شخصية وطيدة مع المتعاملين , كالجمارك و البنوك التجارية و مؤسسات التامين و النقل و غيرها , مما ييسر على المؤسسة ويسرع اجراءات عملية التصدير , في ظل البيروقراطية الادارية التي تشهدا البلاد .

ضمان التمويل بالمواد الاولية في ظل غلق الدولة باب الاستيراد , وذلك بإنشاء مخازن احتياط تلجا لها المؤسسة في حالة انقطاع التمويل .

تشجيع البحوث و الدراسات لتطوير التكنولوجيا المكتسبة , لتتماشى مع المتطلبات الحالية و المستقبلية للسوق .

اتضح من خلال الدراسة ان المؤسسة تنتج مجموعة كبيرة من المنتجات , مما يجعلها تستنزف امكانياتها المادية و المالية في انتاج نماذج زائدة يكاد الطلب عليها يكون منعذما . لذا على المؤسسة ان تراعي ما يجب انتاجه .

نقترح استعمال تقنيات الترميط عن طريق التبسيط و اختصار عدد النماذج بهدف المحافظة على طاقات المؤسسة و استغلالها بطريقة مثلى .

## المطلب الثاني : مقترحات على المستوى الخارجي .

تبين لنا من خلال هذا التقرير ان عملية تمويل الصادرات لا تتم في جميع مراحل التصدير ( دراسة السوق , المعارض , البحث ..... ) . لذا فاقترحنا هو مطالبة المؤسسة السلطات و الهيئات المعنية بإنشاء بنوك متخصصة في تمويل الصادرات , وهذا لإعطاء ديناميكية أكثر لقطاع الصادرات .

كما تبين لنا ايضا ان التأمينات على الاخطار التي تتم تغطيتها من طرف مؤسسات التامين , تبقى غير كافية لتغطية الاخطار الاخرى التي تصادفها المؤسسة المصدرة اثناء قيامها بعملية التصدير ( البحث عن الاسواق , دراسة السوق , المعارض ..... ) . لذا نقترح خلق انواع اخرى من التأمينات لتغطية هذه الاخطار لتكون المؤسسة في مأمن من تحمل الخسائر لوحدها .

### التوصيات :

مدى قدرة الشركة على الوفاء بتميز منتجاتها , وهذا في المدى الطويل اذ يجب على المؤسسة ان تضمن الحفاظ على خصائص منتجاتها في المدى الطويل .

الاستمرار في القيام بإبداعات في المنتجات , من اجل تنمية الميزة التنافسية لها و الحفاظ عليها على الاقل

الاهتمام المفرط بجودة و تميز المنتج , مما قد يتسبب في سعر اضافي مرتفع .

التركيز الشديد على المنتج , أي الاهتمام بالناحية الفيزيائية للمنتج فقط .

الحفاظ على استراتيجية الابداع المعمول بها في الشركة .

الحفاظ على استمرارية الادارة الحالية لما لها من دور تلعبه في الابداع و في القدرة على مواكبة التطورات الجديدة في الصناعة , وتعمل على ازالة العقبات التي يمكن ان تعترضها .

العمل على الحصول على معدات الانتاج الحديثة , من اجل الحفاظ على صورة منتجات المؤسسة في اذهان العملاء .

تشكيل خلية يقظة , مكونة , قادرة , واعية , من اجل متابعة المعلومات الخاصة بسوق العطور في الجزائر و في الخارج .

محاولة البحث عن اسواق خارجية جديدة ( كإفريقيا و شرق اسيا ) .

## التقييم الشخصي :

من خلال تقريرنا هذا نحصي اهم المعارف و الخبرات و المهارات التي اكتسبناها من المؤسسة نتيجة تربصنا بها وهي كالآتي :

اكتساب خبرة التعامل و الاتصال مابين المصالح , ومعرفة عمل و اختصاص كل قسم .

فهم ما معنى التصدير , خطواته , مراحل , الاجراءات المتبعة لعملية التصدير خطوة بخطوة .

كيفية التعامل و الاتصال مع الزبائن و الموردين , البنوك التجارية , الجمارك , رجل العبور , مؤسسات التأمين , شركات النقل بمختلف انواعها .

مشاهدة مراحل عملية الانتاج .

1- نقاط القوة في المؤسسة :

تعتبر مؤسسة روائح الورود رائدة في مجال العطور و حتى التصدير , وذلك لقلة المنافسين المحليين في هذا المجال.

التسهيلات التي تكتسبها المؤسسة و الممنوحة من طرف الدولة , خلال التصدير , من اعفاءات ومنح وغيرها من الحوافز , مما يعطي للمؤسسة دافعا لتصدير منتجاتها نحو الاسواق الدولية .

القروض البنكية الخاصة بالاستثمار , التصدير , استيراد المواد الاولية ..... الخ . مما يدفع بالمؤسسة نحو زيادة الانتاج , تحسين المنتج وتطويره , تحديث المصنع و التوسعة , التصدير .

وفرة اليد العاملة الرخيصة و المؤهلة , وتشجيع الدولة بدفع نصف اجر العمال الموظفين عن طريق مكاتب التشغيل لدى المؤسسات .

اكتساب المؤسسة المساحة الكافية التي تسمح لها بيسر سير مختلف اعمالها و نشاطاتها .

وفرة المؤسسة على آلات حديثة , وفروع انتاجية كفرع الطباعة و فرع التغليف ..... الخ .

2- نقاط الضعف في المؤسسة :

سوء الاحوال الجوية ( الرياح الرملية القوية , درجة الحرارة العالية جدا ) , مما يلزم المؤسسة بالتوقف عن العمل , نظرا لحساسية المواد المستخدمة والتي هي سريعة الاشتعال , و حساسية الآلات .

انقطاعات التمويل بالمواد الاولية . نظرا للسياسة الحالية للدولة بتقييد الاستيراد .

تفضيل المستهلك المنتج الاجنبي على المنتج المحلي وذلك لعدم الثقة في هذه المنتجات , مما تشهد المؤسسة بعض الركود في تصريف منتجاتها .

مركزية السلطة بالمؤسسة , فغياب المدير العام تتوقف المؤسسة عن اداء بعض من مهامها الرئيسية .

الصعوبات التي واجهتنا خلال التريص نذكر منها :

قلة المراجع وخاصة الكتب التي تتحدث عن التصدير .

اختلاف و تضارب بعض الشروحات لبعض النقاط .

ضيق الوقت مع تزامن بداية العمل و اعداد هذا التقرير مع التريص بالمؤسسة , و فترة اخر الموسم باكتضاض البحوث و الواجبات بالأعمال الموجهة و ايجاز الفروض و الامتحانات مما ضاق الوقت علينا في اعداد التقرير .

استغراق وقت طويل و مواجهة بعض الصعوبات في الحصول على بعض المعلومات , مما وجب علينا بالتنقل الى البنوك التجارية , رجل العبور , الجمارك , وكالات التأمين .

# قائمة المراجع



المراجع باللغة العربية :

أ- الكتب :

- احمد غنيم , سند الشحن البحري في اطار الاعتمادات المستندية , دراسة نظرية و تطبيقية , ط 7 , بدون دار نشر , 2000 .
- احمد محمود حسني , عقد النقل البحري , منشأة المعارف , الاسكندرية , مصر , 1983 .
- حديدي معراج , مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 1999 .
- حسين احمد توفيق , ادارة المبيعات , دار النهضة العربية للنشر , القاهرة , مصر , 2000 , ص 153 .
- خيرت ضيف , محاسبة البنوك , دار النهضة العربية للطباعة و النشر و التوزيع , القاهرة , مصر , 1987 .
- رتيب رابع , الدخول إلى الأسواق الدولية , دار النهضة العربية , القاهرة , مصر , 1996 .
- زياد السيد , الشحن و التجارة الدولية , مطابع الشرق الاوسط للطباعة و النشر , 1984 .
- زياد سليم رمضان و محفوظ احمد , جودة إدارة البنوك , دار وائل للنشر , عمان , الاردن , 2003 .
- سونيا محمد البكري , نظم المعلومات الإداري " المفاهيم الأساسية " , الدار الجامعية للطباعة و النشر و التوزيع , الإسكندرية , 1998 .
- صديق محمد عفيفي , نظم الاستيراد و التصدير , وكالة المطبوعات الجامعية , الكويت , 1981 .
- طاهر لطرش , تقنيات البنوك , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 2001 .
- عبد الحق بوعتروس , الوجيز في البنوك التجارية , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 2000 .
- عبد العزيز عبد الرحيم سليمان , التبادل التجاري , دار حامد للنشر و التوزيع , عمان , الاردن , 2003 .
- عبد القادر العطير و اخرون , الوسيط في شرح قانون التجارة الدولية البحرية , دراسة مقارنة , دار الثقافة للنشر و التوزيع , الجزائر , 2009 .
- علي البارودي , جلال و فاء محمدين , القانون البحري , القاهرة , مصر , 1992 .
- عمر سلمان , التسويق الدولي من منظور بلد نامي , الدار المصرية اللبنانية , القاهرة , مصر , 1996 .
- عمر وصفي عقيلي و آخرون - مبادئ التسويق - دار زهران للنشر و التوزيع , عمان , الأردن , 1996 .
- عمرو خير الدين , التسويق الدولي , مجهول دار النشر , 1996 .
- محمد صالح المؤذن , مبادئ التسويق , دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان , الأردن , 2002 .
- محمد فريد الصحن , التسويق , الدار الجامعية للنشر و التوزيع , الإسكندرية , مصر , 2001 .

- محمود سمير الشرقاوي , العقود التجارية الدولية , دار النهضة العربية للنشر , القاهرة , مصر , 1992 .
- مدحت صادق , ادوات و تقنيات مصرفية , دار غريب للطباعة و النشر , القاهرة , مصر , 2001 .
- هاني حامد الضمور , التسويق الدولي , دار وائل للنشر , عمان , الاردن , ( بدون سنة نشر ) .
- هشام فرعون , القانون البحري , مطبعة كرم , دمشق , 1976 .
- بجي عروذكي , عمليات التصدير و الصادرات و المصدرون , غرفة تجارة , دمشق , سوريا , 1996 .

ب- الرسائل و الاطروحات الجامعية :

- أقسام نوال , دور نشاط التأمين في التنمية الاقتصادية , مذكرة ماجستير دراسة حالة الجزائر , 2001 .

ت- الدوريات و المجلات :

- فريد العربي , محمد السيد الفقي , القانون البحري و الجوي , منشورات الحلبي الحقوقية , لبنان , 2005 .
- مازن عبد الحميد فاعور , الاعتماد المستندي و التجارة الالكترونية , منشورات الحلبي الحقوقية , بيروت , لبنان , 2006 .
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية , العدد 47 , المحررة بالجزائر في 24 يوليو 2007 .

ث- التقارير و القوانين و المراسيم و القرارات :

- المديرية العامة للحمارك الجزائرية , قانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل و المتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 اغسطس 1998 ( ج ر رقم 61-98 ) , منشور وزارة المالية , الجزائر , 2016 .
- المادة 144/136 من الأمر 95-07 الصادر في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات .

ج- المقالات :

- مستيري فاطمة , عقد النقل البحري للبضائع في القانون الجزائري , مقال منشور بالعدد الخاص للغرفة البحرية و التجارية للمحكمة العليا , 2001 .

المراجع باللغة الفرنسية :

LIVRES :

Phillippe Guarsault , Stephane Priami , Les opérations Bancaires à L'international , banque-éditeur , paris , 1999 .

Jacques Mondino , Yves Thomas , Le droit du Crédit , édition Agende , Dunod , Paris .

CHIBANI RABAH, LE VADE MECUM DE L'IMPORT EXPORT , ENAG EDITIONS , année 1997 .

## RAPPORTS :

CENTER FRANÇAIS DU COMMERCE Extérieur ( CFCE ) , EXPORTER , FOUCHER , PARIS , 1993 .

## DICTIONNAIRES :

Claude Daniel et autres , dictionnaire d' économie et des services sociales , 1990 .

الملاحق



الملحق رقم 01 : مزيج من مختلف منتجات مؤسسة " روائح الورد " .



الملحق رقم 02 : الجوائز المتحصلة عليها شركة " روائح الورود " في الجودة و النوعية وغيرها .



الملحق رقم 03 : جائزة اللجنة الخاصة الممنوحة للمدير العام لشركة " روائح الورود " في التسيير و الادارة .



الملحق رقم 04 : ملف الجمارك للمصدرين .

NOM PRENOM (s)  
OU  
RAISON SOCIALE {  
ADRESSE  
Regime Douanier N Date

الجمارك الجزائرية  
ملف الجمارك

NOM PRENOM (s)  
OU  
RAISON SOCIALE {  
ADRESSE  
Regime Douanier N Date

DOUANES ALGERIENNES

REGIMES ECONOMIQUES PROROGATIONS									
CADRE A					CADRE B				
N°	DECISION	ECHEANCE		REF DECLARATION 3R PAIEMENT D.T. PARTIELS	N°	DECISION	ECHEANCE		REF DECLARATION 3R PAIEMENT D.T. PARTIELS
		DU	AU				DU	AU	
1					6				
2					7				
3					8				
4					9				
5					10				

APUREMENT DES OPERATIONS										
DECLARATIONS D'IMPUTATION							12 QUANTITE IMPUTEES	13 VALEUR	14 MONTANT DES	
5 TYPE	6 NUMERO	7 DATE	8 BUREAU	9 P ORIGINE DEST	10 ARTICLE	11 CODIFICATION STATISTIQUE			PRESTATIONS	PIECES INCORPOREES

PRODUITS COMPENSATEURS									
15 PRODUITS COMPENSATEURS DECLARES POUR LA CONSOMMATION, LA REEXPORTATION L'ENTREPOT, L'INCORPORATION (1)			16 MARCHANDISES IMPORTEES ET DECHETS DE FABRICATION				21 APUREMENT DES DECLARATIONS		
			17 ARTICLE N° 1		18 ARTICLE N° 2				
			19 QUANTITES	20 QTES DECHETS	19 QUANTITES	20 QTES DECHETS			
16 VALEUR	17 QUANTITES	18 DEST					21 DECLARATIONS TYPE N° DU TYPE N° DU TYPE N° DU TYPE N° DU A LE L'AGENT DES DOUANES		
A REPORTER EVENTUELLEMENT SUR UNE FICHE D'IMPUTATION				23	22	23	TOTAUX DES QUANTITES IMPORTEES ET DES DECHETS DE FABRICATION		

CADRE D A REMPLIR EN CAS DE REGULARISATION PAR MISE A LA CONSOMMATION					CADRE E A REMPLIR EN CAS DE TAXATION DES DECHETS ET EPAVES				
24 MARCHANDISES DECLAREES A L'ARTICLE	25 DECISION DE REGULARISATION N° DU	26 QUITTANCE D.T.		27 D.D TAXES	29 QUITTANCE D.T.	30 D.D TAXES			
		N°	DU				31 QUITTANCE PENAL N° DU	INTERET PENALITES TOTAL	

**MARCHANDISES PRISES SUR LE MARCHÉ INTERIEUR ET SOUMISES A DES TAXES INTERIEURES**

CADRE F TITRE(S) D'ACCOMPAGNEMENT				5 QUANTITES POUR LAQUELLE ILS ONT ETE ETABLIS	6 QUANTITE A IMPUTER	OBSERVATIONS
1 ARTICLE	2 BUREAU EMISSION	3 NUMERO	4 DATE			

**CADRE G  
ECOR A L'EXPORTATION (1) A LA REEXPORTATION (1)**

8 VU EMBARQUER COLIS Nos.....  
A L'EXCEPTION DES COLIS Nos.....  
A ..... LE ..... L'AGENT DES DOUANES

**CADRE H  
CAS DES VEHICULES ET EFFETS PERSONNELS IMPORTES PAR DES PARTICULIERS**

9 CERTIFICAT D'IMMATRICULATION : ..... N° ..... DU ..... DELAI INCESSIBILITE .....  
ACQUIT : N° ..... DU ..... VALIDITE .....  
REFERENCE DES TEXTES APPLIQUES N° ..... DU .....  
REGIMES  
RESIDENTS - NON RESIDENTS - DIPLOMATES ALGERIENS - MOUDJAHIDINE - AUTRES (IT CT CDT (1))

CADRE I 10 SUITE CERTIFICAT DE VISITE	CADRE J OBSERVATIONS DU SERVICE
	11 I - NATURE ACTE CONTENTIEUX REGLEMENT ADMINISTRATIF (1) SOUMISSION CONTENTIEUSE (1) PROCES-VERBAL (1) N° DOSSIER ..... DU ..... N° QUITTANCE ..... DU ..... II - DESTINATION DES MARCHANDISES  (SIGNATURE)

**CADRE K  
12  
MAIN LEVEE DE CAUTION**


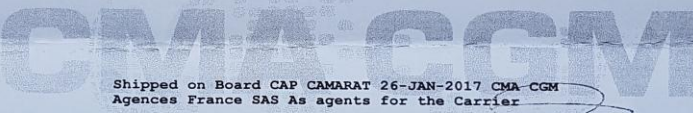
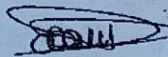
JE SOUSSIGNE, RECEVEUR AU BUREAU DE ..... CERTIFIE QUE EN CONSEQUENCE DU CERTIFICAT DE .....  
ETABLI LE ..... PAR LE RECEVEUR DE ..... MAIN LEVEE DE CAUTION EST DONNEE  
A ..... LE ..... RELEVES

الملحق رقم 05 : التصريح الجمركي الموحد و المفصل .

1 DECLARATION				2 LIBELLE				3 FEUILLET				4 total / articles				EXEMPLAIRE DOUANE																							
7 IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL												5 ENREGISTREMENT				6 CACHET DU BUREAU																							
15 FOURNISSEUR / DESTINATAIRE REEL												11 TYPE D'OPERATION				12 FINANCEMENT				13 CORD.LIV				14 NAT.TRANS															
20 PAYS ACHAT VENTE												16 MONNAIE				17 MONNAIE				18 MONNAIE				19 MONNAIE															
26 DECLARANT												24 BOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.M)				28 TAUX DE CHANGE																							
28 MANIFESTE												29 REGIME FISCAL				30 ORIGINE				40 CODE STATISTIQUE				41 POIDS NET															
ARTICLE												DESIGNATION DES MARCHANDISES				37 REGIME FISCAL				39 ORIGINE				40 CODE STATISTIQUE				41 POIDS NET											
ARTICLE												DESIGNATION DES MARCHANDISES				37 REGIME FISCAL				39 ORIGINE				40 CODE STATISTIQUE				41 POIDS NET											
40 PIECES JOINTES :												47 LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOSAGE DES MARCHANDISES				48 DELAI				49 TAUX.SUSP				51 MONNAIE				PLUS-VALUE											
52 MARQUE												53 MONTANT CAUTION :				54 MONTANT REMISE :																							
55 CODE TAXE												56 QUOTITE				57 ASSIETTE				58 CODE TAXE				59 QUOTITE				60 ASSIETTE				61 MONTANT							
62 MODE DE PAIEMENT												63 TRANSIT / SCHELLEMENTS APOSES				64 AUTORISE PAR :				65 OBSERVATIONS				66 ENGAGEMENTS SOUSCRITS															
67 COMPTANT												68 DATE (LIMITE)				69 BUR.FRONT				70 BUR.DEST				71 QUITTANCE CONSIGNATION				72 QUITTANCE CONSIGNATION DROIT ET AXES				73 QUITTANCE PENALITES				74 DATE			
67 TOTAL												75 CONSIGNATION				76 PENALITES				77 SIGNATURE DU CAISSER				78				79											

الملحق رقم 06 : بوليصة الشحن .

بولىصة الشحى

<b>CHARGEUR</b> TRANSAP 2 RUE JEAN FRANCOIS LECA 13002 MARSEILLE TEL : 0491906056		<b>CONNAISSEMENT ORIGINAL</b>		NUMERO DE VOY 427CPS
<b>DESTINATAIRE</b> EL OUED 39000 ALGERIE		<b>REFERENCE DU TRANSITAIRE AU PORT DE CHARGEMENT</b> DM17100064		NUMERO DE CONNAISS MRS0758j41
<b>PARTIE A NOTIFIER</b> (sans responsabilité du Transporteur pour non notification) IDEM				
<b>TRANSPORTEUR:</b> CMA CGM Société Anonyme au Capital de 234 988 330 Head Office : 4, quai d'Arenc - 13002 Marseille - France Tel: (33)4 88 91 90 00 - Fax (33)4 88 91 94 562 024 422 R.C.S. Marseille				
PRE-TRANSPORT PAR(*)	LIEU DE RECEPTION(*)	FRET PAYABLE A	NBRE D'ORIGINAUX DU CONNAISS	
		MARSEILLE	THREE (3)	
NAVIRE PRINCIPAL (INDICATIF)	PORT DE CHARGEMENT	PORT DE DECHARGEMENT	DESTINATION FINALE (*)	
CAP CAMARAT	MARSEILLE	SKIKDA		
MARQUES ET N° DE CONTENEURS ET PLOMBS	NOMBRE ET GENRE DE COLIS	DESCRIPTION DES MARCHANDISES DECLAREE PAR LE CHARGEUR EMBALLEES, ARRIMEES ET EMPOTEES PAR LE CHARGEUR DISANT CONTENIR	POIDS BRUT	TARE
			KGS	KGS
WVGZZZ5NZHW848287		1 VW TIGUAN AVEC ACCESSOIRES ET ROUES DE SECOURS	1723	
<b>FRET PAYE</b> CLEAN ON BOARD				
				
Shipped on Board CAP CAMARAT 26-JAN-2017 CMA-CGM Agences France SAS As agents for the Carrier				
Feuille 1 de 2				
DECLARATION CI-DESSUS FAITE PAR LE CHARGEUR, SANS RESPONSABILITE DE LA PART DU TRANSPORTEUR.				
<b>CONDITIONS PARTICULIERES</b>				
77. THC at destination payable by consignees as per line/port tariff 180. Carrier draws Merchant's attention to the fact that as per Algerian national customs regulation n° 75-07 and 98-10, cargo shall be auctioned by customs without any notice if Merchant fails to take delivery within 4 months and 21 days from the date of discharge. 194. For the purpose of the present carriage, clause 14(2) shall exclude the application of the York/Antwerp rules, 2004. 216. Mis-declaration of cargo weight endangers crew, port workers and vessels' safety. Your cargo may be weighed at any place and time of carriage and any mis-declaration will expose you to claims for all losses, expenses or damages whatsoever resulting thereof and be subject to freight surcharge. 225. The shipper acknowledges that the Carrier may carry the goods identified in this bill of	lading on the deck of any vessel and in taking remittance of this bill of lading the Merchant (including the shipper, the consignee and the holder of the bill of lading, as the case may be) confirms his express acceptance of all the terms and conditions of this bill of lading and expressly confirms his unconditional and irrevocable consent to the possible carriage of the goods on the deck of any vessel. 241. Carrier is not responsible for any omission in regards to article 69 of applicable Algerian budget bill 2009 (published on Algerian bulletin n° 44) and the responsibility remains with the merchant/importer. Any fines, penalties levied against the carrier for non compliance with the above article and/or additional costs, including but not limited to storage, demurrage are for the account of the merchant. 249. As per National Algerian Customs Regulations, a full style name and address has to be			
LES MARCHANDISES spécifiées ci-dessus sont emballées en bonne condition et en bon état apparent, à moins qu'il ne soit autrement précisé ci-dessus. Ces marchandises, telles que définies dessus sont d'être transportées selon les termes et conditions du présent contrat incluant les termes stipulés en page 1. Le transport convenu couvre le déplacement des marchandises depuis le Port de Chargement jusqu'à déchargement mentionnés ci-dessus (ou autres ports ou lieux comme prévu selon les clauses stipulées en page 1 du présent document) ou aussi près du lieu ou le navire pourra accéder et demeurer en sécurité à flot et où les responsabilités du transporteur prendront fin; les marchandises devant y être livrées au destinataire sus-mentionnés ou à ses représentants ou ayant droit, sous réserve de paiement préalable de toutes autres charges résultant du transport incluant notamment les frais de stockage et de stationnement de la marchandise. Un connaissement original devra être remis dément endossé en échange des marchandises ou du bon à délivrer. La présentation du présent document par le réceptionnaire de la marchandise, ses originaux, à même teneur et date, l'un des exemplaires étant accompli, les autres sont de nulle valeur. Toute réclamation et action née entre le Transporteur et le Marchand en relation avec le contrat de Transport, que constitue le présent Connaissement, sera exclusivement portée devant le Tribunal de Commerce de Marseille, à l'exclusion de toute autre juridiction. Nonobstant ce qui précède, le Transporteur pourra également porter toute réclamation ou action devant la juridiction du lieu où se situe le défendeur. (VOIR LES TERMES ET CONDITIONS DE CE CONTRAT AU VERSO)				
<b>LIEU ET DATE D'EMISSION</b> MARSEILLE 26 JAN 2017	<b>POUR LE TRANSPORTEUR CMA CGM S.A.</b> par CMA CGM Agences France SAS en tant qu'agents pour le transporteur CMA CGM S.A.			
LE CHARGEUR *APPLICABLE SEULEMENT QUAND CE DOCUMENT EST UTILISE COMME CONNAISSEMENT COMBINE				
BL LARA Roulant & Conventioneel - Printed by www.etico-france.co				

**l'antenne**  
Le Quotidien des Transports  
10 juillet 2003 ; Version online du quotidien l'antenne les transports au quotidien

**PROGECO**  
VENTE ET DÉPÔT  
DE CONTAINERS

Espace abonnés

Le journal du jour, des articles détaillés, les tableaux des professionnels, les adresses utiles...

Mot de passe

Le quotidien  
Qui sommes-nous ?  
Historique  
Contenu  
Lectorat  
Numéros Spéciaux  
Espace annonceurs

Services en ligne  
Guide des Incoterms  
Lignes maritimes  
Salons Professionnels  
Petites Annonces  
Liens professionnels

Abonnement  
Je m'abonne  
Contact

EXW FCA FAS FOB CFR CIF CPT CIP DAF DES DEQ DDU DDP

**FCA** *Free carrier... Franco transporteur...*

**LIVRAISON : à la remise au transporteur désigné par l'acheteur**

**OBLIGATIONS FONDAMENTALES:**  
**VENDEUR :** mettre la marchandise à la disposition du transporteur désigné par l'acheteur, effectuer la douane export (s'il y a lieu)  
**ACHETEUR :** désigner le transporteur, conclure le contrat de transport et payer le fret

Si la livraison s'effectue dans les locaux du vendeur, le vendeur est responsable du chargement sur le véhicule fourni par l'acheteur.  
 Si la livraison s'effectue à un autre endroit que les locaux du vendeur, par exemple, remise à un terminal de transport - routier, ferroviaire, aérien, maritime- le vendeur acheminera la marchandise jusqu'à ce terminal, mais ne sera pas responsable du déchargement du véhicule. Le déchargement incombera à celui qui réceptionne la marchandise sur ce terminal de transport.  
 Le vendeur devra fournir à l'acheteur le document prouvant la livraison de la marchandise au transporteur ou transitaire désigné.  
 Le terme FCA est le grand gagnant dans les Incoterms 2000. Il semble promis à un développement important. La nouvelle approche des opérations de chargement ou de déchargement, qui a le mérite de la simplicité, et il évite au vendeur d'avoir à payer des frais facturés par le transporteur choisi par l'acheteur. N'ayant pas (forcément) des liens commerciaux avec ce transporteur, le vendeur risquait de se voir réclamer le paiement de prestations sans disposer de la moindre capacité de négociation de ces tarifs. Ces frais réclamés au vendeur pouvaient comprendre tout ou partie des prestations suivantes :

- déchargement du véhicule (camion du vendeur),
- entrée en entrepôt,
- magasinage (parfois dû par semaine entamée !),
- assurance durant l'entreposage,
- sortie de magasin,
- empotage en conteneur,
- chargement sur camion.

Dorénavant ces frais doivent être pris en charge par l'acheteur (s'ils ne l'étaient pas déjà, sans que le vendeur ne le sache, les payant une deuxième fois...!). Le tarif payé par l'acheteur sera probablement moins élevé, car c'est avec le vrai décideur du fret que le transporteur négociera et non pas avec le vendeur-payeur obligé... Bon point pour le FCA version 2000.

Préférez FCA Aéroport à FOB Aéroport car ce terme n'existe plus depuis bien longtemps (il a disparu il y a 20 ans, avec les incoterms 1980) !

Préférez FCA à FOB, si le transport s'effectue en conteneur ou par navire routier

Plus que dans les autres incoterms, en FCA on précisera avec soin le -lieu convenu- . FCA (Marseille) n'est pas suffisant si l'exportateur est situé à Marseille. Est-ce FCA (usine Marseille) ou FCA (entrepôt de groupage du transitaire X Marseille) ou même FCA (quai du port Marseille) ?

الملحق رقم 08 : سند الرفع .

DOUANES ALGERIENNES				LINSPECTEUR	
ENLEVER (1)					
BON A					
EXPORTER (1)					
LES MARCHANDISES DESIGNEES CI-DESSOUS				CACHET ET SIGNATURE	
CODE	BUREAU	LIBELLE	TYPE	ENREGISTREMENT DECLARATION NUMERO	DATE
					DATE DELIVRANCE BAE
					DATE LIMITE BAE
IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL					
DECLARANT					
MANIFESTE					
		TYPE	N DENREGISTREMENT	ANNEE	
N ORDRE	LGNE	NOMBRE DE COLIS	MATURE MARQUE DES COLIS DESIGNATION DES MARCHANDISES		
OBSERVATIONS					

الملحق رقم 09 : طلب فتح اعتماد مستندي .

الإسم أو العنوان التجاري:

خاتم الأمر

**طلب فتح اعتماد مستندي**

وكالة .....

(1) شكل الاعتماد المستندي :  
قابل للإلغاء - غير قابل للإلغاء - معزز - غير معزز - قابل للتحويل (\*)

(2) تاريخ و مكان الصلاحية :  
الأمير (الزبون) :

رقم الحساب :  
اللقب و الإسم أو العنوان التجاري :  
العنوان :

(4) المستفيد (المورد) :  
اللقب و الإسم :  
العنوان :  
المدينة :  
البلد :  
الهاتف :  
فاكس :  
تلكس :  
رقم السجل التجاري :

(5) عملة و مبلغ العملية (بالحروف و الأرقام) :  
المعدّل المطابق للعملية :  
(7) مستعمل لدى (بنك المورد) :  
الإسم :  
العنوان :  
المدينة :  
البلد :  
تلكس :  
سويفت :  
لغرض : التسديد - قبول سفتجة - تفاوض - تسديد مختلط - غير مباشر :

(8) طريقة التسديد:  
(9) إرسالات جزئية : مسموحة - ممنوعة (\*)

(10) شحن من مركب لآخر:  
ممنوع (\*)

(11) التاريخ الأقصى للشحن :  
(12) وصف السلعة :  
بتاريخ .....

بطاقة للفاتورة الأولية / للعقد (\*) رقم .....

13) الوثائق المطلوبة:

14) شروط إضافية

سلع مبيعة بطريقة (FOB) / ثمن وشحن / CPT (\*)

ميناء / مطار .....

أخرى.....

15) مصاريف بنكية:

16) إعلام المستفيد :

هاتف-فاكس-تلكس (\*)

وبالطبع، سنتحمل كل الأخطاء و النتائج التي يمكن ان تنتج عن هذه العملية .  
تعفيكم، وكذلك مراسليكم ، من كل مسؤولية فيها يتعاق بالفارق في سعر الصرف ، صحة و محتوى الوثائق ، التأخيرات التي يمكن حدوثها في إرسالاتهم  
ضياعا أو بترها ، أخطاء التفسير و غيرها التي يمكن أن تحدث الإرسالات التلكس و السوفت ، الترجمة؛ تفسير المصطلحات التقنية التي تكون لكم  
القدرة على إيصالها كما هي.

بمجرد معرفتنا لتاريخ الشحن بصفة أكيدة، نلتزم بتسليمكم عند طلبكم ، ملحق تأمين باتفاق صريح ، فإن الوثائق توجه من طرفنا رهن أو رهن حيازي  
لأجل نهاية حزمة للتسيقات المترتبة على تسديدكم- قبولكم - تفاوضكم بالإضافة لتسديد كل المبالغ التي تكون مدينين بها لكم لأي سبب كان.  
إن تجنيد الدين بالقبول لا يشكل عائقا بانسبة لطلبكم بتأسيس هوامش قبل أجل السندات إذا إنخفضت قيمة البضاعة تحت المبلغ الإجمالي للسندات المقبولة.  
نرجوا منكم أن تخصصوا من حسابنا مبلغ هذه العملي بالإضافة إلى مصاريفكم ، العمولات ستخضع من أجل كل الشروط غير المذكورة أعلاه ، فإن  
مؤسستكم ستخضع الأحكام و المعاملات المتمثلة الخاصة بالإعتمادات المستندية ، الصادرة من طرف الفرقة الدولية للتجارة ، بتحفظ تطبيق الأحكام  
والمعاملات الخاصة بالبلدان أين سنتجز العملية و التي لن تتبنى الأحكام و المعاملات المتمثلة المقررة من طرف الفرقة الدولية للتجارة.

(كراسة 500 )

تقبلوا، سيادتكم، تحياتنا الخالصة

خاتم و إمضاء

تم بتاريخ:.....

\* أشطب على العبارة غير المناسبة .

الملحق رقم 10 : فاتورة اصليّة موطنة لدى البنك .

6. Marks and numbers	7. Number and kind of packages; description of goods	8. H.S.Code	9. Quantity G. WEIGHT	10. Number and date of Invoices
N/M	ONE THOUSAND NINE HUNDRED AND NINETY SIX (1996) BAGS OF PVC COATED WOOD BROOM HANDLE *****	4417009090	27500KG	2013YS-0221 NOV. 15, 2013

الملحق رقم 11 : فاتورة شكلية .

4. Combined Transport* Pre-Carriage by		4. Combined Transport* Place of Receipt				
		PORT SAID WEST				
5. Ocean Vessel Voy. No.		7. Port of Loading	Service Contract No.	Commodity Code		
COSL PUSAN 012E		PORT SAID				
8. Port of Discharge		9. Combined Transport* Place of Delivery	Type of Movement			
CHITTAGONG		CHITTAGONG	FCL / FCL PI-CY			
Mark & Nos. Container / Seal No.	No. of Containers or Packages	Description of Goods (if Dangerous Goods, See Clause 20)		Gross Weight	Measurement	
	3200 CARTONS	2X40'RQ STC:- ***** ORANGE QUANTITY OF CARTONS: 3200 CARTONS WEIGHT OF CARTON : 15 KG NET WEIGHT :- 48000 KG GROSS WEIGHT :- 48000 KG LCA NUMBER 111666 IRC NUMBER RA-0155125 H.B.CODE NUMBER 0805.10.90 *IMPORT UNDER CEER* APPLICANTS VAT/BIN REG.NO.24041123994 ISSUING BANK VAT/BIN NO.19011025625 ***** TEMP : +3 VENT : 15 CBM ** TO BE CONTINUED ON ATTACHED LIST **		48000.000KGS NET WEIGHT 48000.000KGS		
Declared Cargo Value (US\$)		Description of Contents for Shipper's Use Only (Not part of This Bill of Lading)				
10. Total Number of Containers and/or Packages (in words) Subject to Clause 7 Condition		SAY TWO CONTAINERS TOTAL				
11. Freight & Charges	Revenue Tons	Rate	By	Amount	Prepaid/Collect	Freight & Charges Payable at / by

الملحق رقم 12 : سند الشحن .

MILANA		(+974) 4484 9666	
<b>BILL OF LADING</b>			
Destination [City-Town] : <u>QATAR</u>		Consignor	
Name: <u>Milana Chemical Sales &amp; Supply</u>		Name: <u>Milana Chemical Sales &amp; Supply</u>	
Address: <u>PO Box 11111</u>		Address: <u>PO Box 11111</u>	
SHIPPING INFORMATION		SHIPPING NAME / Described	
description of goods : <u>SCRAP</u>		Description and Quantity	
Product Type : <u>High grade scrap metal</u>		MILANA (+974) 4484 9666	
Actual Weight : <u>5000 kgs</u>			
Point Of Origin	Shipping Date	Shipper's No.	
Date: <u>12 Dec 2017</u>	Date: <u>12 Dec 2017</u>	Date: <u>12 Dec 2017</u>	
Name Of Carrier	Prepaid	Transport Unit No.	
<u>Prepaid</u>	<u>Prepaid</u>	<u>1111111111</u>	
Shipper's Signature- Authorization	Date	Time	
Shipper's Signature : <u>[Signature]</u>	Date: <u>12 Dec 2017</u>	Time: <u>12:00</u>	
Receiver's Signature- Authorization	Date	Time	
Receiver's Signature : <u>[Signature]</u>	Date: <u>12 Dec 2017</u>	Time: <u>12:00</u>	
Name: <u>Milana Chemical Sales &amp; Supply</u>			
Head Office : Phone / (+974) 4484 9666		Fax : (+974) 4484 9666	
E-mail : <u>milana@milana.com</u>		www.milana.com	

الملحق رقم 13 : شهادة المنشأ .

**Certificate of Origin**

1. Exporter's name, address, country:		Certificate No.:				
2. Producer's name and address, if known:		<b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b>				
		<b>Form for China-Costa Rica Free Trade Agreement</b>				
		Issued in _____ (see Overleaf Instructions)				
3. Importer's name, address, country:		For Official Use Only:				
4. Means of transport and route (as far as known) Departure Date: Vessel /Flight/Train/Vehicle No.: Port of loading: Port of discharge:		5. Remarks:				
6. Item number (Max. 30)	7. Marks and Numbers on packages	8. Number and kind of packages; Description of goods	9. HS code (6-digit code)	10. Origin criterion	11. Gross weight or other quantity (e.g. Quantity Liters, liters, m <sup>3</sup> .)	12. Number, date of invoice and Invoice value

سَمِعْتُ مُحَمَّدًا (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ)