

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la
recherche scientifique
Université M'Hamed BOUGARA de Boumerdes
faculté Des Sciences Economiques, commerciales
Et Des Sciences De Gestion



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة امحمد بوقرة بومرداس
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

رقم المذكرة:

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة نهاية الدراسة قدمت ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

شعبة: العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

دراسة آليات تسيير العملية التصديرية في المؤسسة
الاقتصادية – دراسة ميدانية لمؤسسة دوداح -

تحت إشراف الأستاذ:

○ بن زروق رمزي مراد

من إعداد الطالبين:

○ تباخ روميضاء

○ باجي فاطمة

السنة الجامعية 2023/2022

قال تعالى في محكم كتابه:

" وَلَا تَيْأَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا
يَيْأَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ "

سورة يوسف: الآية 87

الإهداء والشكر

شكر و عرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على رسوله الكريم ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين.

بدئا نشكر و نحمد رب العباد العلي القدير شكرا جزيلا طيبا مباركا فيه الذي أنارنا بالعلم وزيننا بالحلم ، واکرمنا بالتقوى ، وأنعم علينا بالعافية ، وأنار طريقنا ويسر ووفق وأعان في إتمام هذه الدراسة وتقديمها على الشكل الذي هي عليه اليوم ، فله الحمد والشكر وهو الرحمان المستعان.

وعرفانا بالمساعدات التي قدمت حتى يخرج هذا العمل إلى النور نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان للأستاذ الدكتور الفاضل بن زروق رمزي مراد الذي قبل تواضعا وكرامة لأشراف على هذا العمل، فله أخلص تحية وأعظم تقدير على كل ما قدمه لنا من توجيهات وإرشادات، وعلى ما خصانا به من جهد ووقت طوال إشرافه على هذه الدراسة.

كما نتقد بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا من عمال مؤسسة دوداح عامة وإلى السيدة فارس أمال مديرة مصلحة العلاقات الخارجية والسيد الفاضل بويجياوي أمين مدير مصلحة إدارة الموارد البشرية خاصة الذي أشرفوا علينا ولم ييخلوا في تقديم يد العون طوال فترة الترتيب.

وإلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد، وإلى كل من أمدنا بيد العون ولو بكلمة طيبة مشجعة.

إلى كل هؤلاء شكرا جزيلا.

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا في هذا العمل المتواضع

وفي جميع مراحل الحياة يوجد أناس يستحقون منا الشكر فهذا العمل اهديه:

إلى من علمني العطاء وإلى من أحمل اسمه بكل افتخار وأرجو من الله أن يمد في عمرك "والدي العزيز"

وإلى من وضع المولى تحت أقدامها الجنة، ووقرها في كتابه العزيز "أمي الحبيبة"

إلى جدي حفصها الله

وإلى من سرقه الموت مني جدي رحمك الله وأسكنك فسيح جنانه

إلى إخوتي "عبد الرزاق" و "سيد علي" سندي في الحياة

إلى جميع من جمعتهم معي صلة الرحم وترعرعت بينهم والذين تقاسموا معي عبء الحياة

إلى أصدقائي أحسن من عرفني بهم القدر وأشهد أنهم نعم الرفقاء

تباخ روميساء

الإهداء

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان مخفوا بالتسهيلات لكني فعلتها أولا وقبل كل شيء أشكر الله عجز وجل الذي من علي كي أتعلم وأدرس والذي سهل علي كل يسير والذي قبل دعائي في كل مرة دعيت بها كي أكمل هذا الطريق وأتجاوز كل صعب فما كنت لأفعل لولا فضل الله فالحمد لله عن البدء وعند الختام والحمد لله ما انتهى درب ولا ختم جهد ولا تم سعي إلا بفضل له الحمد وله الشكر. أهدي تخرجي إلى من احمل اسمه بكل فخر إلى من حصص الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى "أبي الغالي" بعد فضل الله، ما أنا فيه يعود إلى أبي الرجل الذي لم ينل ولو جزء بسيط مما حصلنا عليه، الرجل الذي سعى طوال حياته لي نكون أفضل منه أهدي ثمرة جهدي ودراستي وفرحتي المنتظرة إلى من وضعتني على طريق الحياة وغمرتني بحبها وحنانها إلى من مهدت لي طريق العلم إلى من كانت ملجأ في هذه الرحلة إلى من لهج لسانها بالدعاء لي إلى من طالما تمت أن تقر عينها برؤيتي في يوم كهذا إلى أُمي الغالية حفظها الله لأخوتي ولرفقاء السنين "محمد" و "أمين" الذين كانا عوننا وسندا لي اللذان لها بليغ الأثر في الكثير من العقبات إلى أختي الوحيدة فريدة حبيبة روحي صاحبة المقام الأقرب إلى قلبي من كانت لي ملجأ طوال حياتي إلى صديقتي العزيزتين من جمعتني معها مقاعد الجامعة آسيا و أحلام إلى كل من ساندني طوال مشواري الدراسي ولو بكلمة طيبة رغم ندرتهم اهدي هذا العمل

باجي فاطمة

الفهرس

المحتويات	الصفحة
شكر و عرفان	-
الإهداء	-
الفهرس	I
الملخص	II
قائمة الأشكال	V
قائمة الملاحق	VI
المقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار النظري للتصدير وتسيير العملية التصديرية	
تمهيد	02
المبحث الأول: أساسيات حول التصدير	03
المطلب الأول: ماهية التصدير	03
المطلب الثاني: أنواع الصادرات وسياسة التصدير	12
المطلب الثالث: طرق ومراحل التصدير	17
المطلب الرابع: دوافع وأسباب اللجوء إلى التصدير	19
المطلب الخامس: مميزات و عيوب التصدير	20
المبحث الثاني: تسيير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية	22
المطلب الأول : تسيير الشكليات المتعلقة بالتصدير	22
المطلب الثاني: خطوات التصدير	24
المطلب الثالث: إجراءات وأداء التصدير	26
خلاصة الفصل	32
الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول الية تسيير العملية التصديرية في مؤسسة دوداح	
تمهيد	
المبحث الأول: تقديم عام حول المؤسسة الاقتصادية دوداح	35
المطلب الأول: نشأة وتطور مؤسسة دوداح وهيكلها التنظيمي	35
المطلب الثاني: بطاقة تعريفية حول مؤسسة دوداح	42
المطلب الثالث: نشاطات مؤسسة دوداح وأهدافها	43
المبحث الثالث: دراسة العملية التصديرية في مؤسسة دوداح	46
المطلب الأول: دراسة القدرات التصديرية لمؤسسة دوداح	46
المطلب الثاني: دراسة مراحل العملية التصديرية لدى مؤسسة دوداح	47
المطلب الثالث: دراسة حالة عملية تصدير منتج جافيل من طرف مؤسسة دوداح	48
خلاصة الفصل	51
الخاتمة	53
قائمة المراجع	57
الملاحق	61

الملخص:

العملية التصديرية في الجزائر تتطلب الإلمام بالعديد من الإجراءات والمتطلبات. أولاً، يجب تحديد المنتجات المراد تصديرها والجهات المحتملة لها. بعد ذلك، يتم الحصول على تراخيص التصدير من وزارة التجارة، والتي تتطلب بعض الوثائق مثل شهادات المنشأ والشهادات الصحية وشهادات المطابقة للمعايير المحلية والدولية. يجب أيضاً تسديد الرسوم والضرائب المطلوبة. بعد ذلك، يتم التعامل مع شركات الشحن والتأمين لإرسال الشحنة إلى الوجهة المحددة والتأكد من وصولها بأمان. يجب إجراء فحص الجودة والتأكد من مطابقة المنتجات للمواصفات المحلية والدولية. يجب أيضاً إجراء اختبارات الأداء والسلامة. في النهاية، يتم تسليم الشحنة إلى الزبون وتأكيد الوصول بأمان.

الكلمات المفتاحية: التصدير، آليات العملية التصديرية، تسيير الصادرات، الجزائر.

Résumé :

Le processus d'exportation en Algérie nécessite de s'adapté avec les nombreuses procédures et exigences. D'abord, il est primordial de sélectionner les produits souhaités

Après cela, les licences d'exportation sont obtenues auprès du Ministère du commerce, qui exige certains documents tels que des certificats d'origine, des certificats sanitaires et des certificats de conformité aux normes locales et internationales. Ensuite, il faudra également payer les frais et taxes requis. Après cela, les compagnies maritimes et d'assurance sont traitées pour envoyer l'envoi à la destination spécifiée et s'assurer qu'il arrive en toute sécurité. Des contrôles de qualité doivent être effectués et les produits sont conformes aux spécifications locales et internationales. Des tests de performance et de sécurité doivent également être effectués. Enfin, l'exportation de la marchandise est livrée à l'importateur et confirmé comme étant arrivé en toute sécurité.

Mots clés : Exportation, outils de l'opération d'exportation, gestion des exportations, Algérie.

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(01)	الخصائص الإدارية التي تحدد أداء الصادات	31
(02)	الهيكل التنظيمي لمؤسسة دوداح	38
(03)	فروع مؤسسة دوداح	44

الرقم	عنوان المُلحق	الصفحة
(01)	التوطين البنكي	61
(02)	فاتورة النقل البري من الصانع للميناء	62
(03)	التصريح الجمركي	63
(04)	سند الشحن	64
(05)	الفاتورة التجارية النهائية	65
(06)	شهادة المنشأ	66

مقدّمة

إن التحولات المتسارعة التي حدثت في جميع المجالات، دفعت بالمؤسسات إلى حتمية الاهتمام بالتصدير لمسايرة هذا الواقع الاقتصادي العالمي الجديد، حيث قامت باتباع طرق وعمليات تصدير جديدة، وذلك من أجل تثبيت مكانتها وقدرتها علي التنافس في الأسواق العالمية في ظل هذا التحرر الاقتصادي وانفتاح الأسواق الخارجية أمامها. لذا قامت الدول بتبني المفهوم الحديث للتصدير وذلك بالاعتماد علي ابتكار وتطوير أنظمتها وسياساتها التصديرية التي تسهل عليها اختراق الأسواق العالمية بمنتجاتها المحلية وذلك انطلاقاً من معاملات محلية إلى معاملات دولية، فالتصدير أصبح عملية اختراق كل من السلع والخدمات إلى الأسواق الخارجية عبر قنوات دولية، بداية جعلها تتكيف وفق مقتضيات و متطلبات الأسواق الدولية، لذلك يجب عليها العمل بسياسات وميكانيزمات تصديرية مطابقة للسوق الخارجية قادرة علي أن تجعل لها قدرة في اختراق الأسواق الخارجية في ظل الاقتصاد الحر.

لذلك على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي رفعت سقف التحدي والتي تبحث على مكانة في هذه الأسواق السهر على السير الحسن للعملية التصديرية في هذه الأخيرة والأهتمام بجميع مراحلها وتتبعها خطوة بخطوة من أجل ضمان نجاح هذه العملية والارتقاء بها لدرجة التي تسمح لها بمواكبة المتطلبات العالمية والحصول على حصة في الأسواق الدولية في ظل المنافسة العالمية الشرسة

أ. إشكالية البحث:

على ضوء ما تم ذكره تم صياغة الإشكالية في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو واقع تسير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية؟

كما ينبثق من هذه الإشكالية أسئلة فرعية تساعدنا على فهم الموضوع محل الدراسة بطريقة جيدة وهي على النحو التالي:

- ماهي خطوات ومراحل العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية ؟
- كيف يتم تشخيص العملية التصديرية وكيف يتم تحديد أدائها؟
- ماهي الخطوات والتدابير التي تتبعها مؤسسة دوداح من أجل تصدير منتجاتها ؟

ب. فرضيات البحث:

للإجابة على التساؤلات المطروحة ، يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- تتمثل مراحل وخطوات العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية في الحصول على الطلب من المستوردون ومن ثم شراء المنتج من الاسواق من طرف المؤسسة المصدرة ومن ثم إعادة بيعه للمستوردين.
- يتم تشخيص العملية التصديرية وتحديد أدائها عن طريق الحصول على الربح المتوقع من العملية التصديرية وغياب حصول أي خسائر أو مخاطر تؤثر على المؤسسة.

. تقوم مؤسسة دوداح بتصدير منتجاتها عن طريق البحث عن المستوردين ومن ثم الاتفاق حول شروط هذه العملية وتهيئة الأمور القانونية والجمركية من أجل ضمان حسن سيرها .

أ. أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من تزايد التأكيد اليوم وأكثر من وقت مضى على ضرورة دخول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية اليوم حيز التصدير من أجل تنويع صادراتها التي تحتكر فقط على قطاع المحروقات والتي تعد ثروة نافذة غير مستدامة هذا من جهة ومن جهة أخرى من أجل دخولها الأسواق الدولية في ظل الاقتصاد الحر الذي نعيش فيه اليوم فعلى هذه المؤسسات اليوم ترقية منتجاتها وتطويرها من أجل منافسة منتجات المتواجدة في الأسواق العالمية وذلك من خلال التسيير الحسن للعملية التصديرية للمؤسسة الاقتصادية وتحسين أدائها من أجل اختراق هذه الأسواق والحصول على مكانة فيها.

ب. أهداف الدراسة:

يهدف موضوع بحثنا الى جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي :

- الإجابة على الأسئلة الواردة في الإشكالية ؛
- اكتساب معارف جديدة فيما يخص موضوع التصدير ، والتي من شأنها تعزيز المفاهيم النظرية المكتسبة في هذا المجال؛
- معرفة طريقة سير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية ودراسة خطواتها ومراحلها، إضافة إلى تشخيص هذه العملية.

ح. حدود البحث:

تتمثل حدود البحث فيما يلي:

- الحدود المكانية: أنجز هذا البحث على مستوى مؤسسة دوداح فرع بومرداس.
- الحدود الزمنية: تم إنجاز هذا البحث إستنادا إلى دراسات من 2010 إلى غاية 2023.
- الحدود البشرية تتمثل في عمال المؤسسة دوداح بولاية بومرداس
- الحدود الموضوعية: اقتصر هذا البحث على دراسة آليات تسيير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية.

خ. منهج البحث والأدوات المستخدمة:

المنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج الوصفي و المنهج التحليلي، حيث يتعلق الجانب الوصفي بالجزء النظري للبحث من خلال التطرق إلى أساسيات حول التصدير وإلى العملية التصديرية وتشخيصها وخطواتها وتحديد ادائها أماالمنهج التحليلي من خلال إسقاط الدراسة ميدانيا على المؤسسة محل الدراسة.

والأدوات التي استخدمتها في هذا البحث هي:

- المسح المكتبي: من خلال الاطلاع على مختلف المراجع والمقالات والملاحق المقدمة من طرف المؤسسة.
- المقابلة الشخصية: مع بعض المسؤولين في مؤسسة دوداح بولاية بومرداس، وذلك لتجميع البيانات والمعلومات التي تساعدنا في الإجابة على إشكالية الدراسة وفرضياتها من خلال تحليل النتائج المتحصل عليها.

د. الدراسات السابقة:

تتمثل أهم الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها ضمن دراسة تسير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية حسب الترتيب الزمني لصدورها في الآتي:

1- دراسة " رازي عائشة أمال" تحت عنوان " استراتيجية التصدير في المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة المجمع الصناعي للكوابل الجزائرية-مستغانم" 2019 -2020 الدراسة عبارة عن مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي ركزت على مفاهيم أساسية حول التجارة الخارجية ونظرياتها المختلفة بحيث لا يمكن لأي دولة الاستقلال عن التجارة الخارجية، كونها مضطرة إلى تصدير سلعتها وخدماتها واستيراد ما يلزم مواطنيها من السلع والخدمات

بالإضافة إل تطرقها إلى العملية التصديرية وإبراز المفاهيم المتعلقة بها ودور استراتيجياتها في تحسين الأداء المؤسسي والعوامل المؤثرة فيه.

2-دراسة "عماري جمعي" بعنوان استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أطروحة دكتوراه بجامعة باتنة، 2010-2011 ،الموضوع عبارة عن رسالة دكتوراه حاول الباحث من خلالها التعرف على وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ومدى مساهمتها في التصدير، وقد جملة من المحاور تعد بمثابة ركائز استراتيجية لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على ضوء المتغيرات الدولية.

ذ. صعوبات الدراسة:

- من أهم الصعوبات التي واجهتنا خلال الدراسة التي قمنا بها:
- قلة المراجع والدراسات والكتب الحديثة والبحوث التي تتطرق للعملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.
- ندرة المعطيات والمعلومات وصعوبة الحصول عليها خاصة فيما يخص مجال التصدير.
- نقص الدراسات الميدانية المركزة على التصدير كأساس لموضوعنا.

ر. خطة وهيكل الدراسة:

سعى منا للإجابة على إشكالية المطروحة والأسئلة المتفرعة منها للوصول للأهداف المرجوة من البحث، فإن خطة البحث قمنا إلى تقسيمها إلى فصلين نظري وتطبيقي، نتصدرها مقدمة وستنيل الدراسة كذلك بخاتمة مندرجة فيها نتائج وتوصيات وبقائمة المراجع المستخدمة في إعداد الدراسة، لتحقيق الأهداف السابقة، تم ر رسم خطة الدراسة على النحو التالي:

الفصل الأول المعنون ب: " الإطار النظري لتصدير و تسير العملية التصديرية" قمنا بتقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان : أساسيات حول التصدير تطرقنا فيه إلى أنواع الصادرات وسياسات وطرق ومراحل التصدير وإلى دوافع وأسباب اللجوء إلى التصدير وإلى مميزاته وعيوبه أما المبحث الثاني بعنوان تسير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية تطرقنا فيها إلى تشخيص عملية التصدير و إلى خطواته ومراحلها وإلى تحديد أداء التصدير في المؤسسة الاقتصادية.

الفصل الثاني المعنون ب 'دراسة ميدانية حول آلية تسير العملية التصديرية في مؤسسة دوداح' والذي قمنا بتقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان تقديم عام حول المؤسسة الاقتصادية دوداح تطرقنا فيه إلى نشأة وتطور مؤسسة دوداح وإلى بطاقة تعريفية حول مؤسسة دوداح وإلى

نشاطاتها وأهدافها أما المبحث الثاني بعنوان دراسة العملية التصديرية في مؤسسة دوداح تم التطرق فيها إلى دراسة القدرات التصديرية لمؤسسة دوداح وإلى دراسة مرحلة العملية التصديرية فيها وأخيرا إلى دراسة حالة عملية تصدير منتج جافيل من طرف مؤسسة دوداح.

الفصل الأول: الإطار النظري للتصدير وتسيير العملية التصديرية

تمهيد:

تولدت عملية التصدير من خلال حاجة الإنسان للقيام بمبادلات تجارية خارج الحدود الجغرافية، لتنوع واختلاف الثروات من دولة إلى دولة أخرى، وهو ما دفع إلى الدخول في علاقات تجارية مع غيرها عن طريق التصدير قصد إشباع الحاجات المتعددة والمتجددة لها، وباعتبار أن نشاط التصدير هو المحرك الأساسي لهذه العلاقات، فقد عملت الدول على وضع تسهيلات لتفعيل التصدير.

كل ما سبق سننتطرق إليه في هذا الفصل من خلال تقسيمه إلى 2 مباحث كما يلي:

المبحث الأول: أساسيات حول التصدير.

المبحث الثاني: تسيير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية.

المبحث الأول: أساسيات حول التصدير

يعتبر التصدير نشاط اقتصادي مهم في سير نشاط المؤسسة الاقتصادية فهو يفتح المجال امام المؤسسة للدخول الى الأسواق الدولية وعرض منتجاتها وتصرف الفائض من السلع والخدمات.

المطلب الأول: ماهية التصدير

يعتبر التصدير نشاط اقتصادي مهم في سير نشاط المؤسسة الاقتصادية فهو يفتح المجال امام المؤسسة للدخول الى الأسواق الدولية وعرض منتجاتها وتصرف الفائض من السلع والخدمات.

المطلب الأول: ماهية التصدير

أولاً. تعريف التصدير

التصدير هي: كل عملية تحويل سلعة أو خدمة من عون مقيم إلى عون غير مقيم بمعنى من مواطن حقيقي إلى شخص أجنبي".¹

التصدير " هو إستراتيجية محدودة تضمن انتقال السلع والخدمات من مكان لى آخر ، أو من سوق داخلية إلى أخرى خارجية ، فالتصدير إلى الأسواق الخارجية عبارة عن إستراتيجية تستخدم من قبل العديد من المشروعات لتصدير منتجاتها إلى أقطار لا يكون الإنتاج المحلي فيها كافيا لسد الطلب على السلع والخدمات في السوق".²

يعرفه بأنه "عملية بيع وإرسال سلع وخدمات وطنية إلى الخارج"³

كما يعرف التصدير بأنه: " أسلوب أكثر إنتشارا من التجارة العالمية ، ويعتبر أسلوب مرن وسهل الاستخدام والتصدير لا يحتاج إلى إستثمارات مالية كبيرة وبأقل كبيرة مايمكن من الموارد البشرية"⁴

ولعل أفضل تعريف لمعنى التصدير هو ذلك الذي قدمه الدكتور فريد النجار ، إذا جاء فيه أن " التصدير يعني قدرة الدولة ومؤسساتها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية ومعلوماتية ومالية وسياحية

¹ سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية مدخل استراتيجي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص40.

² أبي سعيد الدهيوجي ، محمد العجارمة ، التسويق الدولي ، الحامد للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، الأردن ، 2000 ، ص136.

³ عادل عبد المهدي ، التصدير والاستيراد ، الدار الجامعية ، مصر، 2007 ص141.

⁴ جعفر عبد الله موسى إدريس ، الادارة الاستراتيجية ، دار ناشرون ، الطبعة الأولى ، 2013 ، ص226.

وبشرية إلى دول وأسواق عالمية ودولية أخرى ، بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو وانتشار وفرص عمل ، والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيات جديدة وغيرها.¹ ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج كتعريف شامل لكل ما سبق أن التصدير عملية اقتصادية تقوم على تبادل السلع والخدمات من دولة إلى دولة أخرى وذلك لتصريف الفائض وتحريك عجلة النمو الاقتصادي وذلك من أجل النهوض بالبلد وتحقيق رفاهية الأفراد.

ثانيا: أهداف التصدير

تتمثل أهداف التصدير فيما يلي:

أ: الأهداف المرتبطة بالاستراتيجية التجارية وهي:

- تجاوز السوق الوطنية المشبعة
- التكيف مع المنافسة
- التواجد في السوق الدولية

ب: الأهداف المرتبطة بالجانب المالي وهي:

- الزيادة في رقم الأعمال
- رفع هوامش المردودية والإيرادات المالية
- رفع مردودية رؤوس الأموال المستثمرة
- تسمح المنافسة من الرفع من فعالية التسيير المالي لمؤسسة.

ج: الأهداف المرتبطة بتحسين شروط الإنتاج.

- تحسين قدرات الإنتاج بالمؤسسة
- استغلال الامتيازات المتوفرة
- خفض الكلفة الإنتاجية
- رفع من جهود البحث والتطوير²

¹ فريد النجار ، تسويق الصادرات ، دار قباء ، القاهرة ، 2002 ، ص15.

² حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة 201/2012، ص 51.

ثالثا: أهمية التصدير

تتركز أهمية التصدير في المزايا التي تحصل عليها الدولة منه والتي من أهمها:

أ. فتح أسواق وزيادة القدرة التنافسية في الأسواق الخارجية:

يعني التصدير التواجد المستمر في الأسواق الخارجية والقدرة على المنافسة للحصول على أكبر حصة تسويقية وهذا التواجد يفرض على الشركات المصدرة مواكبة الشركات المنافسة لها في الأسواق الخارجية من حيث التكنولوجيا إنتاج وتطوير المواصفات الفنية واستخدام وسائل ترويج أكثر تأثيرا.

وكل هذا ينعكس على تطوير هيكل الصناعات التصديرية بشكل مباشر وتطوير هيكل الصناعة ككل بشكل غير مباشر مثل الصناعات الإلكترونية اليابانية التي بدأت الظهور في الأسواق الأوروبية في أوائل السبعينات ورغم أنها كانت متوسطة الجودة مقارنة بمثيلاتها المصنفة في دول أوروبا الغربية وأمريكا ، إلا أن التواجد المستمر في هذه في هذه الأسواق أكسب الشركات اليابانية الخبرة ومكنها من نقل التكنولوجيا الإنتاجية من الدول المنافسة وتطويرها إلى الأفضل حتى أصبحت الآن أكثر بيعة والكبر تفضيلا من التكنولوجيا الإنتاجية من الدول المنافسة وتطويرها إلى الأفضل حتى أصبحت الآن أكثر تفضيلا من جانب المستهلك الأوروبي والأمريكي على حد سواء وقد انعكس ذلك على الصناعات الهندسية الأخرى المنتجة في اليابان وبدأت تغزو أسواق العالم ، أصبح التصدير يشير إلى مدى اقتصاد بلد معين بالمرودية والتكلفة الدنيا والجودة حتى أن مقياس الداء الاقتصادي والتكنولوجي أصبح في السنوات الأخيرة يعتمد كثيرا اعتبار قدرات التصدير وخاصة محتوياته التكنولوجية والمقصود بذلك هو الطبيعة التكنولوجية ذاتها ، فصنع وتصدير جهاز أوتوماتيكي مثلا يختلف في أهميته وقيمه المضافة عن صنع وتصدير آلة ميكانيكية.

ب . جذب الاستثمار المحلي والأجنبي:

يعد الاستثمار المحرك الأساسي لنجاح عملية التصدير حيث توجد علاقة تبادلية بين الاستثمارات المحلية والأجنبية وبين عملية التصدير حيث توجد علاقة تبادلية بين الاستثمارات المحلية والأجنبية وبين عملية التصدير فالتوسع في مجالات الاستثمار تعني زيادة الإنتاج وتوفير فرص عمل وزيادة التصدير ومعدلات النمو الاقتصادي ، فالاستثمار الأجنبي يأتي بالتكنولوجيا الحديثة والمهارات الإدارية كما يعتبر قناة لتسويق المنتجات دوليا حيث تساهم التحويلات الرأس مالية في زيادة الإنتاج وتنوع المنتج وتحسين جودته كما تساهم التكنولوجيا الحديثة في تطوير المنتج وخفض تكلفة الإنتاج ، أيان الاستثمار يساهم في

زيادة الإنتاجية وفي تحسين إنشاء صناعات جديدة وتحسين القدرة التنافسية للصناعات القائمة وربط المنتجين المحليين بالأسواق الدولية.

ج-تحقيق معدلات نمو مطردة:

يساهم الاهتمام بالصادرات في تحقيق

معدلات نمو اقتصادي مطردة قادرة على خلق فرص عمل جديدة وتوفير مصادر للعملاء الأجنبية. وإن كان هنالك العديد من الأساليب المتنوعة لمصادر العملات الأجنبية لكن لا يوجد سوى مصدر واحد قادر على خلق فرص عمل بالكفاءة والاستمرارية المطلوب لتحقيق معدلات نمو متواصلة ومرتفعة وهو التصدير.

هنالك علاقة وثيقة بين التوجه التصديري للسياسة الاقتصادية وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية الجديدة وهي لا تتحقق إلا بعد فترة زمنية طويلة حتى يتأكد المستثمر من خلالها من استمرار التوجه التصديري وعند ذلك تأتي السياسة الاقتصادية التصديرية ثمارها في دعم التصدير وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية.

د-توفير فرص عمل جديدة:

حقق القطاع الخاص وخاصة الموجه للتصدير العديد من فرص العمل للاقتصاد حيث تزايدت فرص العمل في القطاعات التي شهدت زيادة في صادراتها وزادت كفاءتها الإنتاجية وقدرتها التنافسية كما ارتفعت أجور العمالة فيها بما يتناسب مع ارتفاع نوعية وكفاءة العمالة ويؤكد الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه الصادرات في توفير فرص العمل على أن كل مليار دولار من الصادرات بضيف نحو 270 ألف فرصة عمل جديدة.

تمكنت العديد من الدول بشرق آسيا مثل إندونيسيا وتايوان وسنغافورة وهونج كونغ وكوريا الجنوبية واليابان فرص عمل جديدة مما ساعد على خفض مستوى البطالة إلى مستويات متدنية وقد استطاعت دول مثل كوريا وتايوان من خلال التصديري تحقيق نمو سريع في العمالة حتى وصلت على حد التشغيل الكامل وأصبحت هذه الدول لا تواجه في الواقع مشاكل في البطالة وتفرغت تماما لإعادة تأهيل قوة العمل بها لأنشطة أكثر إنتاجية وكفاءة.

هـ- إصلاح العجز في ميزان المدفوعات:

تلعب الصادرات دورا مهما ومباشرا في معالجة الخلل في الميزان التجاري وكذلك ميزان المدفوعات باعتبارها أحد الموارد الرئيسية للنقد الأجنبي مما يؤثر بصورة مباشرة على التوازن المالي والاستقرار النقدي للعملة المحلية وأسعار الصرف.¹

رابعا: هيئات دعم وترقية الصادرات في الجزائر

تم إنشاء مجموعة من الهياكل لخلق ديناميكية جديدة لقطاع الصادرات وتتمثل هذه الهيئات في:

1. الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

تعد الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، وقد تأسست عام 2004 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04 . 174 المؤرخ في 12 جوان 2004، وتعتمد هذه الوكالة سياسة توسيع المبادلات التجارية، والاندماج الدولي، كما تلعب دور الوسيط بين مؤسسات الدولة والمصدرين الجزائريين، وتعد وكالة الجكس أداة عمومية لترقية وتنمية الصادرات خارج المحروقات، من أجل دعم المجهودات المبذولة من طرف الشركات، وذلك بوضع السياسات والاستراتيجيات العمومية من أجل ترقية وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات.²

2. وزارة التجارة الوطنية: تقوم وزارة التجارة بـ:

. تشجيع الصادرات وتوظيف الإنتاج الوطني من السلع والخدمات في الأسواق الخارجية.
. السهر على التسيير النشط للميزان التجاري.
. المساهمة في إعداد الاتفاقيات التجارية والتفاوض في شأنها بالتعاون مع الهيئات المعنية ومتابعتها وتنفيذها.

. المساهمة في وضع الإطار المؤسسي والتنظيمي المتعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.

. تنشيط وتحفيز النشاطات التجارية الخارجية الثنائية ومتعددة الأطراف.³

¹ قسوم ميساوي الوليد، دراسة اقتصادية وقياسية للصادرات الصناعية في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد

تطبيقي، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2007 ص13.

² موقع ALGEX <http://WWW.ALGEX.DZ>

³ موقع وزارة التجارة الوطنية الجزائرية <http://WWW.MINCOMMERCE.GOV.DZ>

3. الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين (ANEXAL)

هي جمعية وطنية ومؤسسة عمومية تعد وكالة لترقية التجارة، وهي ذات طابع إداري حيث تضم عدد من ممثليها تأسست عام 2004، تلعب دور الوسيط بين مؤسسات الدولة والمصدرين الجزائريين، ومن أنشطتها: تطوير دليل المصدر، التدريب، الاستشارة وإنجاز الدراسات، تشمل قطاعات الأنشطة التالية: الأغذية.

. النفايات الحديدية وغير الحديدية.

. الغزل والنسيج.

. الخدمات.

أهدافها:

. الدفاع عن مصالح المصدرين على المستوى الوطني والدولي.

. المشاركة في تحديد وتنفيذ استراتيجية الترويج للصادرات.

. دعم الفاعلين الاقتصاديين في العملية التصديرية.¹

4. الشركة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات (CAGEX)

أن الشركة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات، تخضع للمادة 4 من القانون 0696 الصادر في 10 جانفي 1996 والذي ينص على أن تأمين الصادرات يمنح إلى الشركة المسؤولة عن الضمان والتي تعمل لصالح:

. حساب الدولة وتحت سيطرتها، تتولى تأمين المخاطر السياسية، والمخاطر المتعلقة بنقل تلك الصادرات وكذا المخاطر التي قد تتجم أثر حدوث كوارث طبيعية:

. حسابها الخاص وتحت سيطرة الدولة، تتولى تأمين المخاطر التجارية.

مهام الشركة:

. تغطية الديون.

. التأمين المشترك وإعادة التأمين.

. تأمين المعارض.

. تأمين وائتمان الصادرات وتغطية المخاطر التي قد تحدث أثر التصدير.

. التأمين والائتمان الداخلي والذي يغطي الائتمانيات الداخلية للمؤسسة، والقروض الخاصة بالاستهلاك.²

5. الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)

¹ موقع ANEXAL <http://WWW.EXPORTATEUR-ALGERIE.ORG>

² موقع CAGEX <http://WWW.CAGEX.DZ>

هي شركة اقتصادية عمومية ذات أسهم منبثقة من تغيير النشاط الاجتماعي وتسمية الديوان الوطني للمعارض اونافكس التي أنشأت في سنة 1971. المقر الاجتماعي للشركة هو قصر المعارض الذي يقع على بعد 3 كم من المطار الدولي و 10 كم من وسط المدينة.

مهامها:

- . إعانة المتعاملين الاقتصاديين في ميادين ترقية التجارة الخارجية.
- . تنظيم المعارض الخاصة خارج البلاد.
- . تنظيم المعارض العامة والخاصة على المستوى الدولي، الوطني، الجهوي، المحلي.¹

6. الصندوق الخاص بترقية الصادرات (FSPE)

تم تأسيس الصندوق الخاص بترقية الصادرات بموجب قانون المالية لسنة 1996 حيث يخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتجاتهم في الأسواق الخارجية كما تمنح إعانات الدولة عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بإنتاج ثروات أو تقدم خدمات، ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير، يتم تحديد مبلغ إعانة الدولة المتاحة بإشراف وزارة التجارة وحسب نسب تحدد مسبقا وفقا للموارد المتوفرة، هناك خمسة مجالات إعانة مقرر:

- . تمويل التكاليف المتعلقة بتكثيف المواد حسب مقتضيات الأسواق الخارجية.
 - . تكاليف النقل الدولي لرفع وشحن البضائع بالموانئ الجزائرية والموجهة للتصدير.
 - . أعباء لها صلة بدراسة الأسواق الخارجية.
 - . التكاليف الجزئي بمصاريف المشاركة في المعارض بالخارج.
 - . جزء من تكاليف دراسة الأسواق الخارجية.²
- خامسا: السياسات والإجراءات المنتهجة في استراتيجية دعم وترقية الصادرات في الجزائر

1. التحفيزات الجمركية:

أما بخصوص التسهيلات الجمركية والحد من التعقيدات في إجراءات التصدير، فقد نص قانون الجمارك 1098 على جملة من التسهيلات في هذا المجال نذكر منها:³

. تسهيلات إعداد وتسجيل التصريح المفضل.

¹ موقع SAFEX <http://SAFEX.DZ>

² موقع الصندوق الخاص بترقية الصادرات خارج المحروقات <http://WWW.ALGEX.DZ>

³ محمد رملي، لخضر عدوكة، الصادرات غير النفطية والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد لخضر، الوادي، الجزائر، ال عدد9، ديسمبر 2015 ص57.

. تسهيلات مراقبة البضائع.

. تسهيلات تحديد الحقوق والرسوم.

2. التحفيزات الجبائية للتصدير:

عرف النظام الجبائي الجزائري تحولات وإصلاحات عديدة منذ سنة 1990 في إطار قوانين مالية، والتي استهدفت ما يلي:¹

. الإعفاء من الرسم على أرباح الشركات.

. الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة.

. تشريع قوانين جبائية للمتعاملين الاقتصاديين الذين يشتغلون في نفس النشاط.

. احترام التوازن الجبائي والحرص على المساواة بين المتعاملين في فرض الجبائية.

. تنظيم النشاط الاقتصادي من خلال منح التحفيزات للأنشطة ذات الأولوية.

3. سياسة سعر الصرف:

شهد نظام الصرف في الجزائر منذ سنة 1986 تعديلات عديدة، تزامنت أغلبها مع الإصلاحات الاقتصادية، وكان الهدف منها إعطاء القيمة الحقيقية الداخلية والخارجية للدينار الجزائري، حيث أن السعر المرتفع وغير الحقيقي للدينار الجزائري قبل هذه التعديلات أدى إلى عجز الحساب الجاري الخارجي للدولة وقد كان الهدف من وراء هذه التعديلات هو القضاء على هذا العجز عن طريق ترقية الصادرات خارج المحروقات والإحلال من الواردات عن طريق إعطاء سعر حقيقي لقيمة الدينار يتناسب وهذا الهدف.²

4. التحفيزات المالية:

بعد إقرار دستور 1989 الذي حفز حرية التجارة الخارجية، أعقبه استصدار جملة من النصوص التشريعية في ذات السياق، من بين هذه النصوص ما تعلق بالجانب المالي والإصلاحات المؤسساتية

¹ مصطفى بن ساحة، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، تخصص تجارة دولية، 2011، ص 107.

² بلقلة براهيم، آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسينة بن بوعلي، الشلف، 2009، ص 165

للقطاع البنكي الجزائري، مع قانون النقد والقرض 90.10 المؤرخ في 14 أبريل 1990 والذي جاء من أجل تقييم وتكييف النظام المالي، لذا نجد أن بنك الجزائر قد قام بوضع عدة قواعد متعلقة بمعالجة وتسيير عمليات التجارة الخارجية لا سيما عمليات التصدير، وموازية مع ذلك عملت السلطات العمومية على وضع قواعد لتشجيع التصدير، والتي تدور حول:

. تمكين المصدرين من التحوط ضد مخاطر التصدير عن طريق الوكالة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات.

. تنفيذ المساعدات المالية من خلال الصندوق الخاص لترقية الصادرات، والذي تم إنشاؤه لغرض تقديم المساعدات المالية لعمليات التصدير.¹

وتم تجسيد إعادة تأهيل تشريعاتنا وتنظيماتنا عبر إصدار المرسوم رقم 04.03 الصادر في 17 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على تصدير واستيراد السلع.

ويكرس هذا الأمر مبدأ تحرير استيراد وتصدير السلع، ويذكر الأمر نفسه أنه يمكن لكل شخص معنوي أو طبيعي ممارسة التجارة الخارجية شرط خضوعه لمراقبة الصرف.

ومع إنشاء سوق صرف ما بين البنوك في الجزائر، وكان من المهام الأساسية لهذا السوق هو تغطية العمليات الجارية للبنوك وعمليات زبائنهم المتعلقة أساسا بإعادة تمويل وتقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات غير النفطية والمنتجات المنجمية، إضافة يتم تقديم الدعم للمصدرين بعض المواد لا سيما منها التمور حيث أن تصديرها يستفيد من دعم مزدوج طبقا للقرار المشترك بين وزارة التجارة والفلاحة سنة 2001 والمتمثل في التكفل ب 50 % من نفقات النقل، ومنح 5 د لكل كلف كمكافئة لتشجيع الإنتاج والتصدير.²

1.4 المساعدات المالية في إطار ترقية الصادرات:

أ. **عملية البحث عن الأسواق الخارجية:** فالبحث عن الأسواق الخارجية بعد تكلفة تتحملها المؤسسة، وعليه يتم في إطار ترقية الصادرات منح مساعدات مالية تمكن المؤسسة من اكتشاف أسواق البلدان المستهدفة، وتمول هذه المساعدات كل من: عمليات دراسة السوق، الانتقال والبحث، وضع ممثلين

¹ مصطفى بن ساحة، مرجع سبق ذكره ص 107.

² حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة . دراسة حالة الجزائر . مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، قسم علوم الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.2012 ص 97.

مأجورين، إنشاء مكاتب في الخارج، تربصات الأعوان الخارجيين، دراسات تقنية محتملة لتكييف المنتج والمشاركة في المعارض.

ب . **مرحلة التحضير للتصدير:** وهنا تكون المساعدات المالية الممنوحة إما لغرض تمويل عمليات التصنيع، وإما لتمويل الاستثمارات وخلق فروع إنتاج بالخارج، كما تكون هذه التمويلات بغرض إنشاء مخزون في الخارج.

ج . **عملية التصدير:** إن عملية التصدير بحد ذاتها تحتاج إلى دعم بقروض، والتي تختلف حسب طبيعتها، فهناك قروض تصدير قصيرة وطويلة الأجل.¹

5. **تأمين وضممان الصادرات:** بعدما كانت تتم عن طريق شركات تأمين غير متخصصة "الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين، الشركة الجزائرية للتأمينات الشاملة" تم إنشاء نظام جديد لتأمين وضممان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات CAGEX حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الأخطار التجارية وغير التجارية وأخطار الكوارث الطبيعية، إضافة للمشاركة في المعارض الدولية واستكشاف أسواق جديدة.²

المطلب الثاني: أنواع الصادرات وسياسة التصدير

أولاً: أنواع الصادرات

يمكن تقسيم الصادرات إلى عدة أنواع كما يلي:

1. الصادرات المنظورة:

يشمل هذا النوع السلع والبضائع التي يبيعها المقيمون في دولة ما إلى مقيمين في دولة أخرى، وتنتقل عبر الحدود وتسمى بالصادرات المنظورة أو المرئية لأنها تقع تحت نظر رجال إدارة الجمارك عبر الحدود، حيث يمكن مشاهدتها ومعاينتها وإحصائها في السجلات.

¹ مصطفى بن ساحة، مرجع سبق ذكره ص ص 108-109.

² وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، مجلة الباحث، العدد الأول، ورقة، 2002، ص 11.

2. الصادرات غير المنظورة:

تشمل مختلف الخدمات التي تتم بين المقيمين في دولة ما والمقيمين في دولة أخرى. مثل خدمات النقل، السياحة، التأمين، الدراسة، العمل، العلاج بالخارج... الخ وكذلك رؤوس الأموال للاستثمار بالخارج، النفقات الدبلوماسية، نفقات البعثات، مدفوعات البريد والهاتف، إيجار الأفلام وخدمات أخرى. تسمى أيضا بالصادرات غير المرئية. وبالعودة إلى ميزان المدفوعات نجد عناصر كثيرة مكونة للصادرات من هذا النوع وهي:

- . الهيئات وباقي المعاملات الوحيدة الجانب كالتحويل لمخزونات العمال الأجانب للخارج.
- . حركة رؤوس الأموال على المدى القصير، أي القروض قروض قصيرة الأجل التي تمنح للخواص في الخارج، وديون البنوك الوطنية من الخارج.
- . حركة رؤوس الأموال طويلة الأجل وتتمثل في القروض طويلة الأجل واستثمارات المحفظة والاستثمار المباشر.

3. الصادرات المؤقتة:

- هي تلك البضائع أو الأموال التي يتم تصديرها للخارج لمدة معينة من الزمن ثم يعاد شراءها نجد منها:
- . المنتجات التي يراد تقديمها في المعارض والمؤتمرات أو الصالونات الدولية.
- . المواد، الأجهزة وآلات الأشغال الضرورية للقيام بمهام عمل بالخارج أو في إطار عقود مقاوله من الباطن.
- . إرسال أجهزة وآلات لإصلاحها بالخارج...

4. الصادرات النهائية: تضم السلع والخدمات التي يتم تصديرها بصفة نهائية أي لا رجعة فيها فتقطع علاقتها بالمصدر بمجرد وفائه بالالتزامات المتعاقد عليها مع المستورد بتسليمها له. ومثال على ذلك نجد: سلع وخدمات مبيعة للخارج والهبات المالية الممنوحة للخارج.¹

¹ بن يوسف حسينة، ترقية الصادرات الصناعية خارج المحروقات في الجزائر (2000.2010) مذكرة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، فرع إدارة العمليات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية، جامعة الجزائر. الجزائر 2011.2012 ص ص 25،26.

ثانيا: السياسات المتبعة في التصدير

على المصدر أن يختار سياسة يعمل بها وهذا حسب طبيعة السلعة المصدرة أو الدولة التي يتم التصدير إليها، إذا أن هذه السياسة تختلف من بلد لآخر، وهذا للصعوبات الموجودة في بلد ما أو قد تكون تسهيلات في بلد آخر.

1. سياسات الصفقات:

تعتمد الكثير من الشركات في تصريف منتجاتها للخارج، إلى عقد الصفقات مع مستوردين أجانب وذلك في القيام بزيادات متقطعة للأسواق المحتملة وإجراء مقابلات وكذا عدة صفقات مع معاملات تجارية متبادلة، تتسم هذه السياسة بالخصائص التالية:

. عدم تكرار الشراء بمعنى أن المصدر يركز اهتمامه في الصفقة ذاتها محاولا الحصول على أفضل الشروط الممكنة والهدف من ذلك التخلص من المنتجات.

. لا تتوفر للمصدر معلومات وبيانات عن المنتجات المصدرة أو عن ردة الفعل الذي أحدثه في المستهلكين أو في منافذ التوزيع، وهذا راجع للتركيز على كل صفقة.

. كثيرا ما يلجأ المنتج إلى إتباع هذه السياسة في حالات الضيق وتراكم المخزون وفي حالات الإنتاج الفائض نتيجة النقص في الطلب المحلي.

. تستخدم هذه السياسة عادة في الشركات التي ليست لها خبرة كبيرة بالأسواق الخارجية أو التي تعتمد على السوق المحلية أساسا.

. فقد المنتج المصدر سيطرته على المنتجات المصدرة تماما بعد إبرام وتنفيذ الصفقة وهذا بعد شحن هذه السلع إلى المستورد بفقد المصدر صلاته بها ويصبح ذلك حر في التصرف.¹

2. سياسة الوكلاء:

يأخذ في هذه الطريقة المصدرين اللذين ينتجون منتجات تتبع بطابع الاستمرار والاستقرار والتي اكتسبت بمرور الزمن شهرة معقولة في بعض الأسواق الأجنبية كما أن الشركات تعتمد على اختيار وكلاء مستوردين يقومون بتصريف منتجاتها في هذه الأسواق وتتسم هذه السياسة بالسمات التالية:

¹ دليل إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية ، الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ، الجزائر ، طبعة 2001 ، ص53.

. وجود درجة معقولة من الاستمرار والتكرار في أوامر الشراء بغرض بقاء العوامل الأخرى على ما هي عليه بما فيه المنافسة السعرية، الجودة، النوعية... الخ

. سيطرة الوكيل على جميع سياسات التسويق سيطرة كاملة كسياسة التسعير والترويج وهذا راجع لعدم وجود رقابة فعالة من جانب الشركة المصدرة على وكيلاتها بالخارج.

. يفقد المصدر صلته بمنتجاته بعد شحنها للوكيل وينتج عن ذلك عدم المعرفة بالاستعمالات النهائية لهذه المنتجات.

. يتولى الوكيل الإعلان والدعاية والترويج، وكل الطرق اللازمة لتصريف المنتجات للمستخدم النهائي لها.

3. سياسة البيع بأقل تكلفة:

يقصد بسياسة البيع بأقل من التكلفة الحصول على عملات أجنبية بأي طريقة، وغالبا ما تتم هذه العملية بشروط ليست تماما لصالح المنتج المصدر.

بمعن آخر عند تصدير منتجات جديدة وغير معروفة للمستهلك الأجنبي في الأسواق الخارجية فإنه يتم تصديرها بأسعار تقل من أسعار تكلفتها لفترة زمنية محددة أو بصفة مستمرة تبعا لظروف كل دولة أو كل منتج. ويمكن تعويض الخسارة من خلال أسعار السلع التي يتم تصريفها محليا مما يضمن تعويض الخسارة الناتجة عن التصدير.¹

4. سياسة فتح المكاتب الخارجية:

يستدعي الجهد المتخصص توظيف مهارات متخصصة، وذلك في أن تفتح الشركة مكاتب خارجية أي في الأسواق المستهدفة أين تقوم بالإسهام في جهود ترويج منتجاتها وكذا مراقبة التغيرات والتطورات التي تطرأ على هذه الأسواق وتتسم هذه السياسة بالخصائص التالية:

. اقتراح سياسة الترويج وتنفيذها، يضمن تعريف أكبر وتصريف المنتجات إلى الأسواق الخارجية.

. متابعة الطلب على السلع الجديدة في الأسواق الخارجية.

. متابعة المنتجات لضمان عدم فقد السلع بالأسواق الأجنبية وكذا لمعرفة استعمالاتها النهائية.

. ضمان وكلاء المكتب وذلك باقتضاره على تسويق الصادرات دون الاتجاه إلى تصريف السلع المنافسة كما يفعله بعض الوكلاء التجاريين.

¹ دليل إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية، مرجع سبق ذكره ص53.

. دراسة السوق وتقدير حجم الصادرات وتسعيرها بعد دراسة السلعة المنافسة ومواصفاتها.

5. سياسة المبادلات:

ليس من السهل وضع تعريف خاص بالمبادلات الدولية، غير أنها لا تقل أهمية عن مفهوم التبادل البسيط للبضائع فهو يختلف عن مفهوم المقايضة.

فالمبادلات إذن هو نظام يفوق على تصدير سلعة معينة أو أكثر مع تخصيص قيمتها من العملات وذلك من أجل تسديد قيمة الواردات التي تحتاج إلى الأسواق المحلية، كما أنه يتضمن في الحقيقة انتقال الخدمات وانتشار المعلومات والموارد البشرية، وتنقسم إلى قسمين:

. المبادلات المقيدة: والتي يقوم بها من يرخص له فقط بذلك وتحدد في كل مرة قيمة العملية ونوع السلعة المستوردة.

. المبادلات المطلقة: يقوم بها المصدر في حدود الشروط المعلقة من الجانب المحدد له كتحديد مسبق لأنواع الصادرات والواردات.¹

¹ مرجع سبق ذكره ص53.

المطلب الثالث: طرق ومراحل التصدير

أولاً: طرق التصدير¹

يعد التصدير من بين أبسط أشكال الدخول للأسواق الخارجية، لأنه يتضمن أقل نسبة من المخاطر بالمقارنة مع الأشكال الأخرى، كالاستثمار الأجنبي المباشر والتحالفات الاستراتيجية... الخ. ويوجد في التصدير أسلوب التصدير المباشر والتصدير غير المباشر.

1. التصدير المباشر:

يتطلب التصدير المباشر وجود صلة مباشرة بين المؤسسة المنتجة والمصدرة في نفس الوقت، (الطرف البائع) والمؤسسة المستفيدة (الطرف المشتري) خارج البلد الأصلي للمؤسسة المصدرة.

كما يفيد التصدير المباشر في تعميق معرفة وخبرة المؤسسة بالأسواق الدولية، ويتم بإحدى السبل التالية:
. إنشاء قسم التصدير للأسواق الخارجية، وهذا يتطلب من المؤسسة إنشاء قسم التصدير ليقوم بكافة مهام التصدير.

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

2. التصدير غير مباشر:

يعد التصدير غير المباشر الطريقة الأكثر شيوعاً في اقتحام الأسواق الخارجية، ويقصد به ذلك النشاط الذي يترتب على قيم مؤسسة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد محلي يتولى عملية تصدير المنتج إلى الأسواق في الخارج سواء كان المنتج بشكله الأصلي أو بشكله المعدل.²

يطبق هذا النوع من التصدير عادة المؤسسات حديثة العهد بالتصدير إلى الأسواق الخارجية، وذلك لأنها تتضمن أقل استثماراً وأقل مخاطرة، وهذا النوع لا يكلف المؤسسة أي تعيين لأيدي عاملة في الخارج،

¹ سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2002، ص 38.

² سعد غالب ياسين، مرجع سبق ذكره، ص ص 38-39.

فالموسط التجاري لديه معرفة كافية بأحوال السوق الأجنبي وطريقة التعامل في الأسواق الأجنبية المستهدفة خارجيا.¹

كما يتم أيضا عن طريق وكلاء التوزيع وشركات متعددة الجنسية وفروعها والمشروعات المشتركة، وعمليات البناء والتشغيل وغيرها من صيغ إدارة الأعمال الدولية.²

3. التصدير المشترك أو المنظم:

التصدير المشترك هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام خاص مشترك التصدير معا، حيث توم الشركات الأعضاء بالاشتراك في تنظيم معين بهدف تحسين أنشطتها التصديرية ويظهر هذا الأسلوب بأشكال عدة أهمها:

. الاتحاد التصديري: يقوم الاتحاد التصديري على فكرة مفادها أن التعاون بين عدة شركات رغبة بالتصدير يكون اقتصاديا وأكثر فعالية وماليا أكثر منفعة من سلسلة الأعمال الفردية، ويعتبر الهدف الأساسي من الاتحاد التصديري هو التصدير بكميات كبيرة وبشكل أفضل، وهذا الاتحاد مفيد بالنسبة للشركات الصغيرة التي لا تتمكن من التصدير بمفردها.

. التصدير المحمول: يتم من خلال قيام الشركات كبيرة شبكة توزيع في دولة أو عدة دول أجنبية بوضع هذه الشبكة مقابل عمولة محددة.

وعليه نجد أن التصدير المباشر هو الذي يكتفي بتوصيل السلع إلى الموانئ والمطارات للشحن عن طريق المصدر وبنك المصدر إلى المستورد وبنك المستورد، أما التصدير غير المباشر فيكون عن طريق وكلاء التوزيع والشركات المتعددة الجنسيات والمشروعات المشتركة، وفروع الشركة متعددة الجنسيات وعمليات البناء والتشغيل والتملك والتحويل والصفقات المتكافئة وغيرها من صيغ إدارة الأعمال الدولية مثل عقود الإدارة، الائتمان الأجنبي المباشر وغير المباشر.³

¹ محمد جاسم، التجارة الدولية، دار الزهران، عمان، 2003، ص 77.

² فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، دار قباء، القاهرة، 2002، ص 15.

³ برواين شهرزاد، محددات الصادرات الصناعية دراسة قياسية لحالة الجزائر، أطروحة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان . الجزائر، 2018. 2017 ص ص 13-14.

ثانيا: مراحل التصدير

تمر عملية التصدير بثلاث مراحل هي:

. مرحلة تحديد منتجات التصدير ذات الكفاءة العالية:

وفيها يتم اختيار منتجات من برنامج إنتاجي قائم فعلا وأيضا إنتاج منتجات جديدة بهدف التصدير.

. مرحلة إقامة وتنظيم أنشطة التصدير:

بحيث تستفيد من البنية الأساسية وذلك يعني تنظيم قطاع التصدير والوحدات الإنتاجية للتصدير من ناحية العمالة والإدارة وأدوات الإنتاج، وأيضا الاستفادة من الإمكانيات والتسهيلات المتاحة خارج الوحدة الإنتاجية مثل شبكة النقل والمواصلات والاتصالات.

. تنفيذ عملية التصدير:

وذلك يشمل عملية الإنتاج الحالية والسابقة واللاحقة.

وهذه المراحل الثلاثة يختلف مداها وأحيانا تتداخل فيما بينها طبقا للظروف الخارجية والداخلية المتعلقة بمنشآت التصدير، والمشكلات التي تواجهها، وأيضا الأهداف العامة للوحدات الإنتاجية المتجهة للتصدير.¹

المطلب الرابع: دوافع وأسباب اللجوء إلى التصدير

يحقق التصدير بالنسبة للمؤسسة انخفاض في تكلفة السلعة مما يحسن من قدراتها التنافسية محليا ودوليا إضافة إلى توزيع مخاطر ممارسة هذا النشاط، كما أن التصدير هدف قومي يهتم الدول النامية والمتقدمة ويمكن تحديد دوافع التصدير بالآتي:

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

¹ دليل إجراءات التجارة الخارجية، الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، الجزائر، طبعة 2001 ص 53.

- تصرف خارجي لسلع موسمية الإنتاج والاستخدام.
- تشغيل طاقات وموارد فائضة ومعطلة.
- اغتنام فرص تسويقية خارجية تحقق مردودا مشعا للاستفادة منها.
- تغيير وكلاء المؤسسة في السواق الخارجية والقرب من الزبائن.
- صغر السوق المحلية غير القادرة على استيعاب السلع المنتجة محليا.
- تدهور الطلب في السوق المحلية وإقدام على إيجاد منافذ خارجية لتصريف منتجاتها.
- وهناك دوافع أخرى تشجع المؤسسة على التصدير أهمها:
- توفر خبرات ومعارف لدى المؤسسة في النشاط التصديري وممارسته.
- قدرة على تحمل المخاطر الخارجية أكثر من المخاطر الداخلية.¹

المطلب الخامس: مميزات وعيوب التصدير

للتصدير مزايا وعيوب يمكن إيجاز أهمها في هذا المطلب:

أولا-مزايا التصدير:

إن اعتماد المؤسسة على التصدير للدخول إلى الأسواق الأجنبية يساعد المؤسسة على تحقيق مجموعة من المزايا أهمها:

- يتجنب التصدير تكاليف إنشاء عمليات التصنيع في دولة مضيضة.
- يمكن المؤسسة من تقليل مخاطر التعامل دوليا احتياجا المؤسسة إلى أدنى حد من رأس المال عند مقارنته بالبدائل الأخرى.
- وسيلة مناسبة للحصول على الخبرة الدولية.
- يتسق التصدير مع الاستراتيجية العالمية أو الكونية، فمن خلال تصنيع المنتج في مكان واحد تم تصديره بعد ذلك للأسواق الدولية فإنه يمكن للمؤسسة أن تدرك الحجم الأساسية من خلال حجم مبيعاتها للأسواق العالمية.

¹ صديق محمد عفيفي مرجع سبق ذكره. ص 61.

ثانيا: عيوب التصدير

من بين عيوب الاعتماد على التصدير عند اقتحام الأسواق الجنبية ما يلي:

- قد لا يكون التصدير من الدولة الم إذا كان هنالك مواقع تكلفة اقل لتصنيع المنتج في الخارج، وعليه فالمؤسسات ذات الاستراتيجية العالمية قد تقوم بالتصنيع في موقع حيث مزيج تكاليف عوامل الإنتاج والمهارات أكثر تفضيلا، ثم يتم التصدير من هذا الموقع إلى بقية بلدان العالم لتحقيق اقتصاديات الحجم.
- في حالة ارتفاع تكاليف النقل، تصبح استراتيجية التصدير غير اقتصادية وخاصة للمنتجات كبيرة الحجم، واحد الطرق المطبقة للتغلب على هذه المشكلة هي تصنيع المنتجات الكبيرة على أساس منطقة معينة في العالم أو القارة، فتحقق بذلك المؤسسة بعض الاقتصاديات من الإنتاج كبير الحجم وفي نفس الوقت الحد من تكاليف النقل التي يجب عليها تحملها.
- من اهم العيوب حواجز التعريفية الجمركية والتي يمكن أن تجعل استراتيجية التصدير غير اقتصادية.
- تفويض المؤسسة وكلاء للقيام بأنشطة التسويق في الخارج مع عدم ضمان قيامه بهذه المهام لصالح المؤسسة وتكون لديهم ولاءات متعددة أي التعامل مع المنافسين فتقل اهتماماته بمنتجاته المؤسسة¹.

¹ غول فرحات، التسويق الدولي مفهوم وأسس النجاح في الأسواق العالمية، دار الخلدونية للنشر وتوزيع، الجزائر 2008، ص 192.

المبحث الثاني: تسيير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية

إن تسيير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية يتطلب العمل المتواصل من أجل نجاحها والذي يسبق العملية التصديرية الفعلية من جهة والذي يتتبعها من جهة أخرى الشروع العملية التصديرية يتطلب أولاً تشخيصها ودراسة الأسواق المناسبة لها ويتطلب توفير مختلف الشكليات المتعلقة بهذه العملية ومن جهة بعد انتهاءها يتطلب قياس أدائها عن طريق مجموعة من المحددات.

المطلب الأول: تسيير الشكليات المتعلقة بالتصدير

إن أول شيء يجب على المتعامل الاقتصادي معرفته قبل الحوض في التجارة الدولية هو ما إذا تحدد الخطة الدولية للمؤسسة مجموعة العناصر المتعلقة بالأهداف (الوسائل والإمكانات المعدة، ونقاط القوة، تحليل القدرات، ... إلخ).

إذا يجب على المتعامل الاهتمام بصفة عامة بثلاثة أمور:

- أهداف التصدير.
- رأس المال المعد.
- الربح المتوقع.

الفرع الأول: التحضير العملي.

هنالك مجموعة من القواعد الدولية المسيرة للعملية أي ما هو صادق بالنسبة لكل الدول، وعلى ذلك يجب على المتعامل الاقتصادي زيادة على معرفة هذه القوانين أن يهتم بالقوانين والتنظيمات المسيرة للدول المراد التصدير إليها، لا سيما مثلاً، فيما يتعلق بإجراءات الحظر، قواعد الجودة والنوعية، التغليف، كفاءات التمويل. إلخ.

هذه التحديات إذ صح التعبير، تجعل من المصدر ملزمين بتكييف منتجاتهم مع مقتضيات الأسواق الدولية وتطويرها لبلوغ مقاييس الجودة والنوعية المعمول بهما عالمياً.

أ. جودة المنتج المصدر:

حسب تعريف ISO 8402: 1994 فإن الجودة هي مجموعة خصائص ومميزات الوحدة والتي تسمح لها من تلبية رغبات الزبائن وإشباعها، وبالتالي الجودة متعلقة بتقييم الزبون أو المستهلك.

إن جودة المنتج عامل فاصل في قرارات الشراء، فقبل تقديم طلبية يتأكد المشتري من ملائمة المنتج وموافقته لرغباته ورغبات زبائنه، لذا جرت العادة على أن يقوم المشترون أو المستوردين بطلب عينات عن المنتج لفحصها وتبيان مدى ملاءمتها لرغباتهم وتوقعاتهم.

كما يلجأ المشترون أو المستوردون لطلب المختصين والاحترافيين لتقييم جودة المنتج المراد اقتناؤه.

ب . التطابق مع المقاييس (NORMES)

تنص المادة 11 من القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على أنه يمكن صنع المنتج وفق معايير وخصائص للبلد المراد التصدير أو وفق الشروط الاتفاقية المتعلقة به. مقاييس الجودة هو دفتر نموذج معين، وموافق عليها من طرف هيئة معروفة، والتي توضح وتبين من الخصائص والمعايير التي يجب على المنتج أو الخدمة مراعاتها. إن الهدف من هذه العملية هو تنسيق وضبط هذه المعايير واتباعها من أجل تحقيق أكبر مردودية (بيع) وبالتالي، على المستوى الدولي، ترقية المبادلات الدولية من خلال الحد من العقبات التجارية. تجدر الملاحظة هنا، أنه وطنيا تساهم هيئات في الإجابة عن متطلبات الجودة للمنتج لاسيما INAPI. LANOR.

توجد عائلتين إلى مقاييس ISO 9000 و ISO 14001، الأولى يتعلق بصفة عامة بنظام الجودة المستعملة، الإنتاج، التنصيب، المراقبة ... أما الثاني فيهدف إلى وضع نظام تسيير جودة للبيئة من خلاله تحقق المؤسسة أهدافها الاقتصادية والمحافظة على البيئة. زيادة على ما سبق ذكره، يجب أن يكون التغليف ملائما للمنتج وهذا الأخير يدخل في مقاييس الجودة والنوعية ذلك المنتج المغلف جيدا يعطي أكبر ثقة في وصول المنتج سالما، أي أن التغليف من ضمانات التسليم، ويجب أن يعلم المنتج أن هنالك مقاييس للتغليف، كما أن هنالك أنماطا أو أنواعا من التغليف ممنوعة ومحظورة لمساسها وتأثيرها السلبي على البيئة والمحيط.

الفرع الثاني: تسيير الطلبات

يعتبر وصول الطلبية أول خطوة في معالجة أو انطلاق العملية التصديرية، لذا يجب أولا أثناء معالجة الطلبيات الاهتمام قبل كل شيء بمصدرها، ذلك أن معرفة المصدر هو معلومة عن إن أمكن، خاصة فيما يتعلق بمخاطر عدم الدفع.

فبعد التأكد من المصدر يجب دراسة محتوى الطلبية وفحصها، ثم تقوم مصلحة التصدير بفحص ومراقبة مدى توفر المنتج المطلوب في المخزن ثم بعد ذلك تأتي عملية الموافقة على الطلبية أي موافقة علا تموين الزبون بالمنتج، هذا المر يجب مراعاة فيه:

- الكمية والسعر.
- أنماط الدفع.
- الشروط العامة للتصدير.
- نمط النقل.. إلخ.

كما يجب على مصلحة التصدير إشعار الزبون عند وصوله من خلال رسالة مؤمن عليها التي تحتوي جميع المعلومات المتعلقة أو الواردة في الفاتورة التجارية زيادة على ما سبق ذكره.¹

المطلب الثاني: خطوات التصدير

للقيام بعملية التصدير يجب اتباع الخطوات الآتية:

أولاً: اتخاذ القرار

في هذه المرحلة يقوم المصدر وبعد تحديد الأسواق المستهدفة والمحتمل التعامل معها في الدول الخارجية بمجموعة من الإجراءات من أهمها:

1. البدء في التخطيط لحملات ترويجية وإعلانية عن البضاعة في السوق المستهدفة وذلك لبناء إدراك ومعرفة عنها لدى المستهلك وخاصة إذا كانت هذه السلعة تطرح في هذه الأسواق لأول مرة.
2. إرسال عينات من السلع المنوي تصديرها إلى الأسواق الخارجية سواء عن طريق فروع الشركات المصدرة أو عن طريق المكاتب الخارجية أو عن طريق إرسال مندوبي للاتصال مباشرة بالعملاء أو من خلال المعارض التي تقام في تلك الدولة، وعادة ما تكون هذه العينات مصحوبة بعروض كتابية موضحا فيها مدة سريان هذه العروض الشروط المطلوبة وكذلك الأسعار التي سيتم الاتفاق عليها وعلى طريقة الدفع بها.

3. جمع المعلومات القانونية اللازمة منذ البداية عن أية اشتراطات أو عوائق حكومية قد تفرض على مثل هذه البضاعة المصدرة كطريقة التغليف أو مواصفات الإنتاج أو كمية الإنتاج أو أية تحفظات أخرى تشترطها حكومة أو تجار الدولة المستهدفة.

4. استصدار الرخص المطلوبة للتصدير من قبل الجهات المعنية، مع العلم أن رخصة التصدير الشخصية وتصدر باسم مقدم الطلب، ولا يجوز تعديلها باسم شخص آخر أو تحويلها للغير.²

ثانياً: الاستراتيجية المراد اتباعها

على الشركة أن تقوم ببناء استراتيجية تتضمن دراسة العروض التي تم استلامها من قبل المستوردين والرد عليها وذلك لإعداد قائمة بأسماء المستوردين والشروط المطلوبة والتسهيلات الممكنة بحيث يمكن أيضاً إجراء مفاوضات بناء على هذه المعلومات مع المستوردين والشروط المطلوبة والتسهيلات الممكنة بحيث يمكن أيضاً إجراء مفاوضات بناء على هذه المعلومات مع المستوردين المحتمل التعامل معهم بما يتناسب مع مصلحة الشركة الأتية والاستراتيجية تحقيقاً لأهدافها.

¹ ابن علي عمر، دراسات مقدمة في التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006-2007 ص 334.

² - شريف علي الصوص ، التجارة الدولية (الأسس والتطبيقات) ، دراسة أسامة للنشر والتوزيع - عمان الأردن، 2012 ، ص_ص 181، 182.

وفي هذه المرحلة أيضا يبدأ المصدر بإعداد وتجهيز خط إنتاج والبضاعة حسب شروط العرض التي تم استلامها ومن الممكن تنفيذها أي البرمجة الفعلية للأهداف واستراتيجيات الشركة والشروط التي تم التوصل لغايات الاتفاق النهائي مع المستورد.¹

ثالثا: الاتفاق النهائي مع المستورد

في ضوء إمكانيات الشركة وأهدافها وبعد الانتهاء من المفاوضات الخاصة بعمليات الشراء والبيع يتم تثبيت وتوثيق بنود الاتفاق التي تم التوصل إليها في صورة عقد تجاري يلزم الطرفين في تنفيذه بنوده.

رابعا: إعداد الوثائق والمستندات الأولية لعملية التصدير

ويمكن تلخيص هذه الوثائق بما يلي:

1- إعداد الفاتورة المبدئية: يقوم المصدر بإعداد الفاتورة المبدئية للبضاعة وفق الشروط المتفق عليها في العقد وذلك بعد استلام وتثبيت أمر الشراء، حيث تحتوي عادة هذه الفاتورة على اسم العميل المرسل إليه البضاعة، البلد المصدر إليه، الكمية والصنف، السعر، القيمة الإجمالية، نوع العملة، طريقة الشحن، طريقة الدفع، ثم ترسل هذه الفاتورة وصورة الوثائق الأخرى مثل شهادة المنشأ وكشف التعبئة على المستورد طالبا منه متابعة الإجراءات الرسمية والانتمائية المتفق عليها في العقد.

2- كشف التعبئة: وهي عبارة عن كشف تفصيلي عن أرقام الطرود وصفاتها وكميات البضائع المعبأة "الشد" في كل طرد من الطرود والوزان التفصيلية والأوزان القائمة.

3- شهادة صحية: وتصدر هذه الشهادة عادة من جهات حكومية مخولة بعد التحقق من أنها مطابقة لشروط التصدير في دولة المصدر.

4- إذن الشحن: ويصدر عن التوكيل الملاحي، ويعتبر بمثابة أمر من التوكيل الملاحي لقبطان الباكسة أو الشحن البري أو الجوي باستلام البضائع المطلوب شحنها على وسيلة الشحن المتفق عليها في العقد.²

5. خامسا: إعداد الوثائق والمستندات النهائية

وهذه المستندات يتم إعدادها فور الانتهاء من إتمام عملية الشحن والتي يجب على المصدر تقديمها للبنك فاتح الاعتماد إذا كانت طريقة الدفع عن الاعتمادات المستندية وأهم هذه المستندات ما يلي:

1- بوليصة الشحن: وهذه الوثيقة يصدرها الشاحن وتعتبر إيصال من الجهة الشاحنة أو الوكيل الملاحي بصفته وكيل عن ملاك واسطة النقل يفيد استلامه للبضاعة وتعهده في ميناء التفريغ بنفس الحالة التي تم استلامها.

² - شريف علي الصوص ، مرجع سبق ذكره ص_ص 182-183.

- 2- الفاتورة التجارية الرسمية: يقوم المصدر بإصدار الفاتورة التجارية النهائية أي قيمة المطالبة المالية كئمن للبضاعة، وكشف التعبئة واللتي تقدم نسخة عنها إلى الشاحن لإصدار بوليصة الشحن استنادا إلى المعلومات الواردة فيها. أما النسخة الأصلية فتقدم إلى الهيئات الدبلوماسية أو القنصلية مرفقة مع شهادات المنشأ والشهادة الصحية والتي يتم المصادقة عليها أصوليات لغايات قبولها في بلد المستورد.
- 3- مستندات ووثائق أخرى: شهادة المنشأ، شهادة معاينة وأية مستندات يطلبها المستورد من المصدر لإجراءات التخليص.

سادسا: المتابعة والاتصال

إن مسؤولية المصدر قد تنتهي في إيصال البضاعة إلى بلد المستورد وربما إلى مخازنه وفي هذه المرحلة يقوم المصدر بمتابعة سير الرحلة الشحن ويبقى على إتصال دائم مع وكلاء الشحن ومع المستورد باعتباره طرفا آخر في تنفيذه العقد حتى استلامه للبضاعة وفي مكان التسليم المتفق عليه.

سابعا: الخطابات الختامية

بعد استلام لبضاعته ووفقا للشروط المطلوبة يتبادل الخطابات الختامية مع المستورد إذنا بابتداء مرحلة عمل جديدة. وتقديم الوثائق اللازمة إذا كانت شروط تقضي بالدفع بعد استلام البضاعة.¹

المطلب الثالث: إجراءات وأداء التصدير

1. إجراءات التصدير:

يحتوي الملف التصدير على عدد من الإجراءات ممثلة في الوثائق المذكورة أدناه.

أ. المستندات المبدئية

. يستخرج المصدر شهادة الإجراءات الجمركية: وتعتبر المستند الجمركي الذي يتم على أساسه الشحن سواء بالباخرة أو الطائرة وأهم البيانات التي يحتوي عليها: اسم المصدر وجنسيته، رقم سجل المصدرين، نوع البضاعة وكميتها، الوزن، الجهة المصدرة إليه، وسيلة الشحن.

. فاتورة مبدئية: وتحتوي على اسم العميل، المرسل إليه، البضاعة، البلد المصدر إليه، الكمية، الصنف، السعر، القيمة الإجمالية، نوع العملة.

. استمارة ترخيص الصادرات: ويتم اعتمادها من أحد البنوك المعتمدة من الإدارة العامة وتعبّر عن استيراد قيمة البضاعة المصدرة إلى الخارج، وتحرر هذه الاستمارة من ثلاث نسخ وأهم البيانات التي تحتوي عليها

¹ شريف علي الصوص ، مرجع سبق ذكره ص_ص 183-184.

الاستمارة هي: اسم العميل، البلد المصدر إليها، نوع البضاعة، القيمة، نوع العملة، اسم المصدر، الكمية المصدرة، طريقة الدفع، طريقة استرداد القيمة.

. **ترخيص التصدير:** يطلب هذا الترخيص في بعض الحالات وليس بالنسبة لجميع عمليات التصدير، وهو يحدد كمية المصروح بتصديرها وقيمة البضائع المصدرة ونوع العملة والسعر وطريقة الدفع.

. **مطابقة الدعم:** وهذا المستند لا يقدم إلا بالنسبة لوسائل التي تصدر هذه الشهادة من نسختين يحتفظ الجمركي بصورة وتصدر الصورة الثانية إلى المصدر بعد إتمام الشحن مؤشرا عليه بالكمية التي تم شحنها وتاريخ الشحن.

. **كشف المحتويات أو قائمة العبوة:** وهي عبارة عن كشف تفصيلي عن أرقام الطرود وصفاتها وكميات البضائع المعبئة في كل طرد من الطرود والأوزان القائمة الصافية.

. **شهادة صحية:** تصدرها هيئات تابعة للصحة بعد القيام بفحص الوسائل الغذائية كالمعلبات من طرف المندوبين والتحقق من أنها مطابقة لشروط التصدير.

. **سند الشحن:** هو إيصال يحرره الناقل إلى الشاحن يفيد باستلام الناقل لبضاعة ملك الثاني، موضحا به البضاعة وبياناتها وكذا ميناء الوصول المتفق عليه، ولهذا يعتبر سند الشحن المستند الأساسي في العمليات التجارية وهي ثلاث أنواع: سند الشحن الرئيسي، سند الشحن الأصلي، سند غير قابل للتفاوض.

ب . المستندات النهائية:

. **بوليصة الشحن:** يرمز لها بالرمز (B/L: Bill of lading) وتعتبر بمثابة إيصال من قبطان الباخرة أو من التوكيل الملاحي بصفته وكيلًا من ملاك الباخرة يفيد استلامه للبضاعة وتعهدها بتسليمها في ميناء التفريغ بنفس الحالة التي تم استلامها بها ويجب أن تشمل البوليصة على البيانات التالية:

عدد الطرود وأنواعها، نوع البضاعة، الوزن القائم والصافي، اسم الشاحن، البلد المصدر إليه البضائع، حجم الطرود، اسم المرسل إليه، اسم الجهة التي ستحضر بوصول البضاعة في ميناء التفريغ، بيان النولون والجهة التي سيتم فيها دفع في ميناء الشحن أو الوصول ولا بد أن تكون نظيفة ولا تكون قديمة ولا يوجد شطب أو كشط فيها.

. **الفاتورة التجارية:** هي وثيقة تجارية يصدرها البائع والتي تحول حقوق الملكية منه إلى المستورد، وهي التي تصدر من عدة صور بالإضافة إلى الأصل وأهم البيانات التي تحتوي عليها: رقم الفاتورة، اسم المستورد، وعنوانه والبلد المصدر إليها البضاعة وأوزانها وكمياتها، سعر الوحدة، القيمة الإجمالية

للبضاعة، أساس التعاقد، اسم الباخرة، رقم الاستمارة، ثم طريقة الدفع إذا كان الدفع عن طريق الاعتماد المستندي فيذكر الاعتماد واسم البنك المفتوح طرفه ثم ميناء الشحن وميناء التفريغ وتاريخ الشحن والنولون.

. **الكمبيالة المستندية:** الساحب هو المصدر والمسحوب عليه، هو فاتح الاعتماد أو المشتري أو البنك المفتوح لديه الاعتماد ويكون السحب لأمر ويظهر لصالح البائع أو البنك وهو الذي سوف يحصل قيمتها، السحب يكون إما بالإصلاح أو مؤجل السداد، ويكون من نسختين يكتب على الأولى في حالة دفع النسخة الأولى ولا تدفع الثانية ويكتب على الثانية في حالة دفعها لا تدفع الأولى.

. **شهادة المنشأ:** هي وثيقة تتضمن تحديد أصل البضاعة التي تم إنتاجها وتكسب منشأ السلعة أهمية من ضرورة التعرف على مكان إنتاج السلع وذلك للاعتبارات التالية:

. الحصول على معاملة خاصة في الرسوم الجمركية المفروضة على الواردات في الدولة المستوردة.

. استخدامها في خطر دخول بعض السلع من إنتاج دول محددة لأساليب صحية أو سياسية.

. **شهادة البيطري:** تصدر من الخابر البيطرية بالنسبة للحيوانات أو المواشي، أهم ما تحتوي عليه أن هذه البضاعة خالية من الأمراض.

. **شهادة المراجعة:** في بعض الأحيان ينص على الاعتماد أو التعاقد على قيام إحدى شركات المراجعة بمعاينة البضاعة قبل وأثناء الشحن للتحقق من استيفائها للمواصفات والشروط المتعاقد عليها وإن تصدر شهادة مراجعة الوزن والصنف.

. **التصريح بالتصدير:** هو وثيقة قانونية تسمح للمصدر أن يصدر بضاعة وذلك بعد الاطلاع على وثائق بالملف الخاص لعملية التصدير وقيام بالفحص الميداني للبضاعة وبعد التصريح بالتصدير بمثابة رخص النقل.¹

¹ - سليمان دحو ، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات- دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر- أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم تسيير قسم علوم تسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2015-2016 ص 41 ، 42 .

2- أداء التصدير:

2-1-1- محددات الأداء التصديرية: ويمكن تقسيمها إلى نوعين هما:

2-1-1-1 المحددات الداخلية: وهي تصور يخضع لسلطة اتخاذ القرار والتي يمكن تصنيفها إلى أربعة فئات.

- الخصائص الثابتة والكفاءات: حجم الشركة وعمر الشركة والتكنولوجيا الثابتة والكفاءة الدولية للشركة.
- الخصائص الإدارية: مهارات الإدارة العليا تدريب المديرين وخبرة التصدير.
- دعم الإدارة: الالتزام بالتصدير وموقف الإدارة والتصورات واستباقية الدافع للتصدير.
- استراتيجية التسويق والتصدير: تشمل استراتيجية التصدير العامة وجودة المنتج وخط الإنتاج والتكيف مع المنتج والتكيف مع الأسعار ودعم التاجر وتكييف الترويج.

2-1-2 - المحددات الخارجية:

تستمد من عوامل البيئة الخارجية، وهي عوامل عادة ما ينظر إليها بأنها تشكل السياق الذي تعمل فيه الشركة، فهي لا تتحكم في السياق البيئي، ومن أهم المحددات الخارجي للأداء التصدير:

- خصائص الصناعة: مثل كثافة التكنولوجيا الصناعية ومدى استقرار الصناعة
- خصائص الأسواق الخارجية: مثل جاذبية سوق التصدير والمنافسة في الأسواق التصديرية وحواجز أسواق التصدير.
- خصائص السوق المحلية: جاذبية السوق المحلية.

❖ قياس أداء التصدير:

يعيش العالم نوع من التعقيد، حيث يصعب على المؤسسة قياس ومعرفة مستوى نجاحها، وعلى الرغم من ذلك التعقيد؛ فإن أداء التصدير يمكن تفعيله من عدة زوايا بالاعتماد على ثلاثة أنواع من أداء الصادرات وهي:

المالية والاستراتيجية والرضا، كما يوجد منظور لمعرفة أداء الصادرات من خلال ثلاثة أبعاد وهي: استخدام المؤسسة لنمو المبيعات كمقياس لأداء المالي والاستراتيجي ومدى تحقيق الأهداف ومساهمة كل وحدة في عملية التصدير الخاصة بالمؤسسة، والرضا على الأداء العام لمستوى تصدير المؤسسة.

وذهب البعض إلى وضع ثلاثة طرق لقياس أداء التصدير وهي:

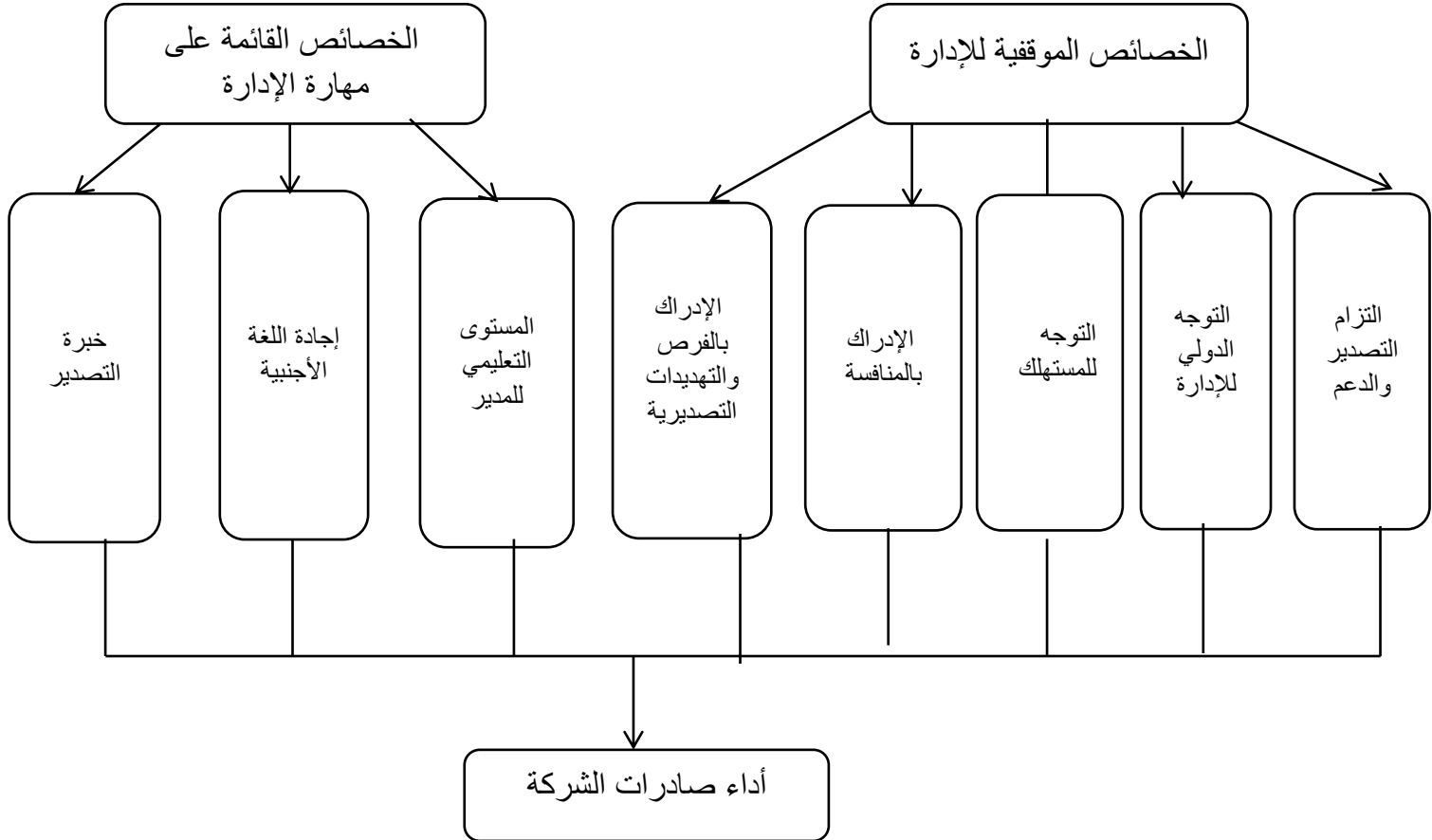
- قياس أداء التصدير اقتصاديا: وذلك من خلال المؤشرات الاقتصادية، كالربح وقياس حجم المبيعات وحصة الشركة في السوق.
- قياس أداء التصدير استراتيجيا: ويتم ذلك عبر النتائج الاستراتيجية بما في ذلك التوسع في السوق الخارجية أي زيادة حصة الشركة فيها.
- قياس أداء التصدير ماليا: وذلك من خلال التدابير الحسية أو الموقف والتصورات؛ حيث نجاح التصور التصديري للمؤسسة يعزز الأداء المالي، ويكون مفيد بالنسبة للشركة ويحد من مستوى القيود المالية لها، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الاستثمارات وإنتاجية المؤسسة.¹

¹-ARON O 'CASS AND CARAIG C JULIN MODELLING THE EFFEECTES OF FIRM-SPECIFIC AND ENVIRONMENTAL CHARATERISTECS ON EXPORT MARKETING PERFORMANCE, SOUTHERN COSS UNIVERSITY ,2003, P3

الخصائص الإدارية التي تحدد أداء التصدير:

توجد العديد من الخصائص الإدارية التي لها علاقة بأداء الصادرات؛ حيث توجد خصائص موقفية تتعلق بالإدارة وخصائص تتعلق بالمهارات الإدارية، ويمكن توضيح ذلك في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): الخصائص الإدارية التي تحدد أداء الصادرات



Source : Farshad movaghar maghddam and others : management

Influence-t-on the export performance of firms : a review of the empirical literature 1989-2009, african journal of business management vol6 (15) ,18 april2012, p7

خلاصة:

سمحت لنا الدراسة بمعرفة التصدير وسياساته وأنوعه بالإضافة إلى مميزاته وما يترتب عنه من سلبيات أو بالأحرى عيوب هذا من جهة ومن جهة تطرقنا إلى تسيير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية وذلك من خلال تشخيص هذه العملية والتطرق إلى خطواتها خطوة بخطوة وأهم إجراءاته من خلال الوثائق المهمة الذي يحتوي عليها ملف التصدير التي ترتب العملية وتضمن منح لالها حقوق المصدرين والمستوردين في أن واحد وأخيرا تحديد أداء هذه العملية إستنادا إلى محددات داخلية وخارجية واستنتاج أهميته وتوجه المؤسسات نحو التصدير تتوقف على مدى الفوائد المتوقعة الحصول عليها بالقدر الكافي من الأسواق الخارجية الذي يسمح لها بتمييز منتجاتها، وكذلك من أجل دخول المؤسسة للأسواق الأجنبية والرغبة الملحة في جعل منتجاتها تنافس أكبر الشركات العالمية ومن أكبر العوامل والمحفزات التي تساهم في عملية التصدير هي المساعدات الحكومية.

**الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول آليات تسير
العملية التصديرية في مؤسسة دوداح**

تمهيد:

بعد الدراسة النظرية للموضوع نتطرق في هذا الفصل إلى الدراسة التطبيقية من خلال دراسة اختيارنا لمؤسسة دوداح وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة للتجارة العامة وهي مؤسسة اقتصادية خاصة، ونحاول في هذا الفصل التطبيقي إسقاط المفاهيم النظرية السابقة، ومحاولة مطابقتها مع واقع المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة، من خلال دراسة العملية التصديرية ومراحلها في مؤسسة دوداح. وعليه قسمنا الفصل إلى 2 مباحث رئيسية:

المبحث الأول: تقديم عام حول المؤسسة الاقتصادية دوداح

المبحث الثاني: دراسة العملية التصديرية لدى مؤسسة دوداح.

المبحث الأول: تقديم عام حول المؤسسة الاقتصادية دوداح

سنتناول من خلال هذا المبحث تأسيس ومحطات تاريخية لمؤسسة دوداح كما سنتعرف على المتعاملين مه هذه الشركة وعلى أهم زبائنهم وشركائهم الاقتصاديين عبر أنحاء العالم كما سنقدم بطاقة تعريفية حول هذه المؤسسة ومن ثم سيتم التطرق إلى نشاطاتها وفروعها وأخيرا إلى أهدافها التي تسعى لتحقيقها.

المطلب الأول: نشأة وتطور مؤسسة دوداح وهيكلها التنظيمي

1. تأسيسها:

أسست هذه الشركة سنة 1989 لغرض تطوير أعمال التجارة والخدمات برأس مال قدره 12.100.000.00 دج، وحجم أعمال سنوي يتراوح بين مليار ومليار ونصف دج، وكانت عبارة عن شركة تضامن بشريكين هما: السيد محمد دوداح "المدير العام للشركة" وزوجته تحت اسم "شركة ال دوداح مؤسسة الوقاية والنظافة مكتب الخدمات الإعلامية في مجال الحاسوب والإدارة"، مقرها الاجتماعي ببومرداس.

2. محطات تاريخية عن مؤسسة دوداح:

❖ 1998/05/27 عدل القانون الأساسي للشركة بفتح فروع وملحقات تابعة من حيث التنظيم

والتسيير الإداري والمالي للشركة الأصلية وهي: (شركة تضامن: فرع بومرداس، فرع بودواو، فرع وهران، فرع قسنطينة، فرع ورقلة).

كما تم توسيع الموضوع الاجتماعي للشركة كما يلي:

- فرع بومرداس الرئيسي: الاستيراد والتجارة بالجملة وبالتجزئة وأعمال الصيانة في ميدان الإعلام الآلي والمكتبي اللواحق.

- فرع بومرداس الثانوي: أشغال البناء وإنجاز جميع أشغال المشروع.

- فرع بودواو: الاستيراد والتجارة بالجملة في الميدان الفلاحي والغذائي.

- فرع وهران: الاستيراد والتجارة بالجملة للمواد والمعدات المتعلقة بالميدان الفلاحي.

- فرع ورقلة: الاستيراد والتجارة بالجملة والعتاد المكتبي ولوازم التأثيث.

- فرع قسنطينة: الاستيراد والتجارة بالجملة للمواد المتعلقة بالنظافة وأعمال الصيانة.

❖ 2000/05/27 عدل القانون الأساسي للشركة مرة أخرى وتضمن التعديل النقاط التالية:

- فتح فرعين جديدين للشركة.

- توسيع النشاط الاجتماعي للشركة بشتى فروعها.

- تغيير المقدر الاجتماعي الرئيسي للشركة.

❖ 2004/01/11 تم عقد إيداع محضر الجمعية العامة للشركة، حيث تم الاتفاق وبالإجماع على انضمام شركاء جدد إلى عضوية الشركة مع اكتتابهم في رأس مالها الاجتماعي ويتعلق الأمر بالشركاء المتمثلين في أولاد السيد دوداح، ثم تحويل الشركة من شركة تضامن إلى شركة ذات مسؤوليات محدودة.

وفي 2004 أصدرت الشركة موقعها الإلكتروني التالي: <http://www.doudah.com> والذي أصبح واجهة لنشاطاتها، كما أصدرت الشركة عنوانها الإلكتروني التالي: doudah@doudah.com للاتصال والتواصل مع زبائنهم ومورديها ولاستقبال مختلف الاقتراحات والانتقادات.

2006/05/10 تم توسيع الغرض الاجتماعي للشركة وذلك توسيع محفظة نشاط الشركة حيث دخلت الشركة في الأعمال الأتية:

- استيراد المواد، التجهيزات والمعدات المتعلقة بنشاط البناء والأشغال العمومية.

- استيراد المواد والمعدات المتعلقة بميدان الري.

- استيراد السيارات وعتاد النقل، اللواحق وقطع الغيار.

- استيراد وتصدير أدوات من المطاط أو البلاستيك موجهة لكل الاستعمالات.

- استيراد وتصدير معدات وأدوات الوقاية.

- استيراد وتصدير الأجهزة والمواد الخاصة بالتنظيف والتطهير الفلاحي والغذائي.

- تخزين السلع بكل من بودواو، قسنطينة، وهران.

تتمتع الشركة بسمعة وشهرة كبيرة في السوق المحلية والدولية مكنتها من الحصول على عدة جوائز تقديرية على مدار السنوات متتالية. وتتعامل الشركة مع مجموعة من الشركاء الاقتصاديين المتواجدين عبر كل أنحاء العالم وهم:

➤ VAPICO: شركة أردنية تقوم بإنتاج المبيدات الزراعية ، منتجات الصحة العامة ونظافة المحيط.

➤ PULSFOG: شركة ألمانية تقوم بإنتاج ماكينات الضباب لتطهير المزارع.

➤ KAWAZAR: شركة بولونية تقوم بإنتاج آلات السح الزراعية.

- ADFERT :شركة إماراتية تقوم بإنتاج الأسمدة الزراعية.
 - USAGRISEEDS :مؤسسة أمريكية تقوم بإنتاج و بيع البذور.
 - BERGER :شركة فرنسية تقوم بتمويل الشركة بقطع غيار شاحنات النفط.
 - RIVARD شركة فرنسية تنتج شاحنات النفط، عتاد الضغط العالي، القاطعات وعتاد النفثيش.
 - LOVIBOND :شركة ألمانية تنتج أقراص الكلور لتنظيم المياه.
 - ANSAN :شركة تركية تنتج مقارب فمكية.
 - ABILLAMA :شركة لبنانية تنتج أحواض التفريغ.
 - BALANZA :شركة إسبانية تنتج ألياف النخيل البلاستيكية.
 - MACRESUR :شركة إسبانية تنتج خيوط بلاستيكية.
 - ARRIGONI :شركة إيطالية تنتج معدات زراعية.
- أما البنوك التي تتعامل معها الشركة فهي:
- ARAB BANK البنك العربي.
 - BDL BOUMERDES :بنك التطوير المحلي بومرداس.
 - Société Générale Algérie وكالة بومرداس.
 - البنك الجزائري الخارجي.

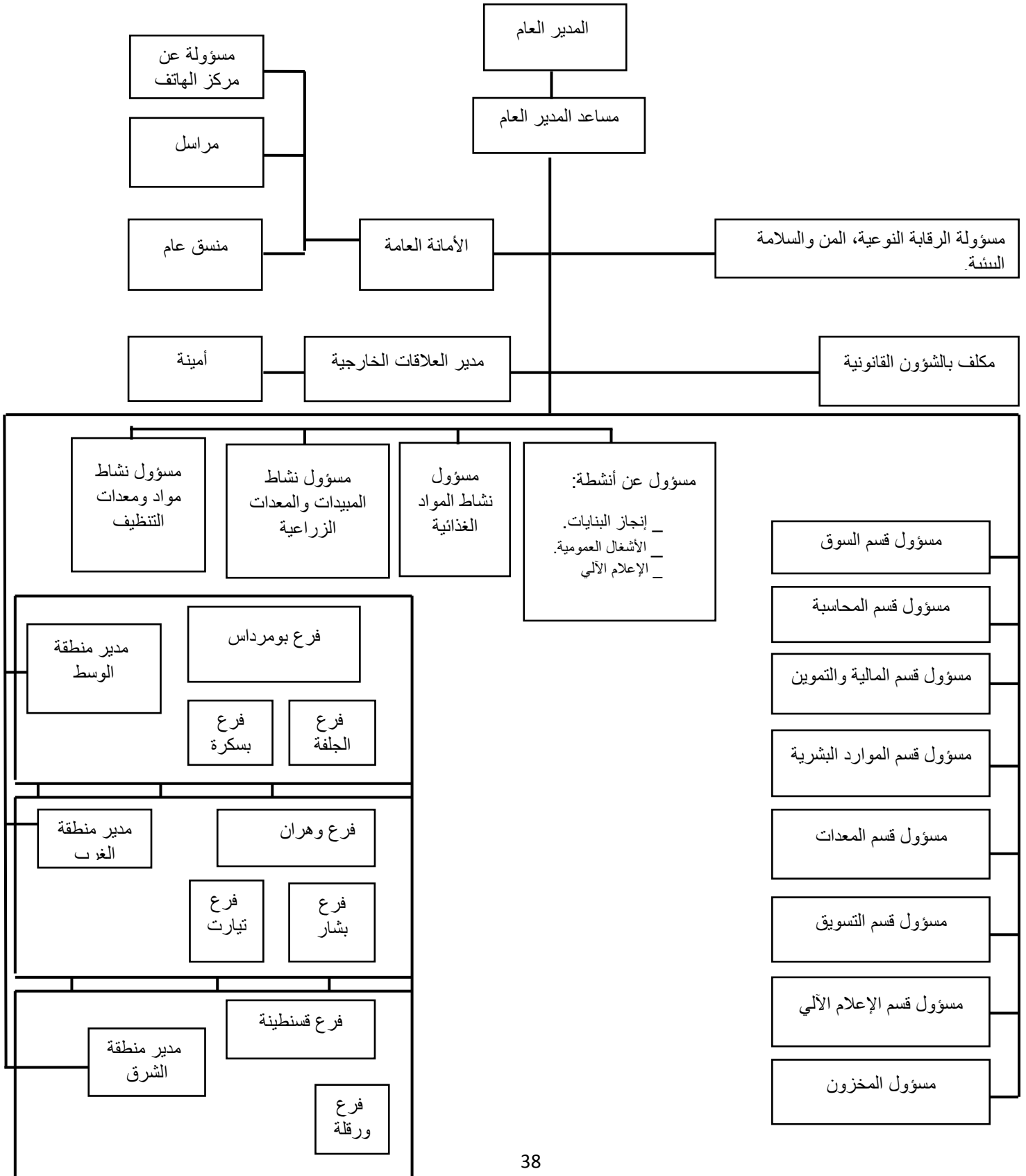
وللشركة نوعين من الزبائن:

- الزبائن الكبار (الأوفياء) من بينهم:
 - الولايات والبلديات.
 - إدارة الأشغال العمومية.
 - إدارة الخدمات الجامعية.
 - الديوان الوطني للتطهير.
 - ديوان التسيير العقاري.
 - وزارة الدفاع الوطني.
 - وزارة العدل.
- زبائن آخرين :حيث تتعامل الشركة مع :
 - تجار الجملة عبر مختلف الولايات.
 - تجار التجزئة عبر مختلف الولايات.
 - الشركات الخاصة.
 - الأفراد وكل شخص يرغب في اقتناء منتجات الشركة.

3. الهيكل التنظيمي لمؤسسة دوداح

يمكن إبرازه في الهيكل التنظيمي التالي:

الشكل رقم (02): الهيكل التنظيمي لمؤسسة دوداح



المصدر: إدارة شركة دوداح

من خلال ما يلي توضح مهام كل طرف في الهيكل التنظيمي:

1- المدير العام:

- يتمثل دور المدير في المهام التالية:
- رسم السياسة العامة للشركة.
- السهر على السير الحسن للشركة.
- خلق جو من التعاون والتفاهم بين مختلف إدارات الشركة.
- يساعده في ذلك نائبه الذي يعتبره يده اليمنى والذي يستشير في كل كبيرة وصغيرة وكذلك أبنائه مسؤولو الأنشطة بالشركة.

2- نائب المدير العام:

- يقوم نائب المدير بالمهام التالية:
- السهر على تنفيذ السياسة العامة للشركة.
- إصدار الأوامر لمختلف أقسام الشركة.
- السهر على تنفيذ السياسة العامة للشركة.
- إصدار الأوامر لمختلف أقسام الشركة.
- السهر على التسيير المثل لمخلف أقسام الشركة.
- الإشراف على تنظيم الملتقيات والدورات التدريبية التي تقوم بها الشركة.
- افتصال مع مختلف متعاملين الشركة من مؤسسات، بنوك، مراكز البحث والتطوير والزبائن.

3- مسؤول الرقابة النوعية، الأمن والسلامة البيئية:

نظرا لتحصل الشركة على شهادتي أيزو: شهادة حول النظام الجودة وشهادة حول نظام البيئة، قامت، قامت بتعيين مسؤولة عن الرقابة النوعية، الأمن والسلامة البيئية التي تقوم بإعداد تقارير توضح فيها مدى مطابقة نشاط الشركة لمعايير نظام الجودة ونظام البيئة، بالاعتماد على البطاقات النموذجية والتنقل إلى الميدان.

4- الأمانة العامة:

- تقوم المينة العامة بالمهام التالية:
- تحضير كل الملفات والوثائق التي يطلبها منها المدير ونائبه؛
- إرسال / استقبال الرسائل عبر الفاكس إلى / من مختلف الفروع والمؤسسات التي تتعامل مع الشركة.

- تقديم المعلومات اللازمة التي يطلبها منها المدير ونائبه.
- بما أن الأمانة العامة لا تستطيع أن تهتم بالهاتف وتكون مراسلة ومنسقة للشركة بالإضافة إلى قيامها بالمهام السابقة الذكر عند الحاجة وتلقي مكالماتهم وتقديم المعلومات اللازمة إلى الأمانة العامة.

أ- مسؤولية عن مركز الهاتف:

- تقوم بالاتصال بمتعاملين الشركة عند الحاجة وتلقي مكالماتهم وتقديم المعلومات اللازمة إلى المينة العامة.

ب- مراسل:

- يقوم المراسل بإرسال وإحضار الملفات من / إلى متعاملين الشركة كما يعتبر ممثلها لديها عند الحاجة، حيث يمثلها لدى البنك مثلا غذا كانت الشركة تزيد الحصول على القرض.

ج- منسق عام:

- يقوم المنسق العام بالتنسيق بين الإدارة ومختلف أقسام ونشاطات الشركة.

5- مكلف بالشؤون القانونية:

- يقوم المكلف بالشؤون القانونية بالمهام التالية:
- التكفل بمتابعة كل المشاكل والشؤون القانونية المتعلقة بكل فروع الشركة، مثلا متابعة حالة عدم رغبة زبون معين في التسديد؛
- التنسيق بين الشركة والمحامين، المحضرين القضائيين والموثقين.

6- مدير العلاقات الخارجية:

- يقوم مدير العلاقات الخارجية بربط علاقات الاتصال مع البنوك والهيئات المحلية واليقظة القانونية لشركة.

7- مسؤولو الأنشطة:

- يقوم مسؤولو الأنشطة بالمهام التالية كل في النشاط المسؤول عنه:
- مراقبة عمل الأقسام التابعة للنشاط المعني.
- إعطاء الموافقة / عدم الموافقة على:
- طلبيات البيع والشراء التابعة للنشاط المعني.
- طلبيات الأقسام التابعة للنشاط المعني.
- طلبيات الأقسام التابعة للنشاط المعني.

- طلبات الأقسام التابعة للنشاط المعني مثل طلب التدريب على برنامج معين.
- إمضاء وثائق الأقسام التابعة للنشاط المعني.
- إمضاء وثائق الأقسام التابعة للنشاط المعني.

8- مدراء المناطق:

- يقوم مدراء المناطق بالمهام التالية:
- مراقبة عمل الفروع التابعة لهم.
- التنسيق فيما بين الفروع وبين هذه الأخيرة ومسؤول النشاط التابعين له.
- التكفل بالمخزن التابع لهم.

9- مدراء الفروع:

كل فرع له مدير خاص به بمراقبة عمل القوة البيعة التابعة لفرعه التي تنتقل إلى الزبائن لبيعه منتجات الشركة.

10 - مسؤولو الأقسام:

يشرف مسؤولو الأقسام على أقسامهم كل في مجاله وتخصصه حيث:

- مسؤول قسم المحاسبة:

يشرف على قسم المحاسبة في الشركة بمساعدة ثلاثة محاسبين آخرين.

- مسؤول قسم الموارد البشرية:

تشرف على قسم الموارد البشرية ويساعدها في ذلك مسؤول الموارد العامة ومسؤولا الموظفين.

- مسؤول قسم المعدات: يشرف على قسم المعدات ويساعده في ذلك منسق لوجستيكي، مسؤول الصيانة، مسؤول الآلات ومسؤولين على فريقين تقنيين.

- مسؤول قسم الإعلام الآلي:

يهتم بعناد الإعلام الآلي الذي تشتريه الشركة.

- مسؤول المخزن:

يشرف على المخزن ويساعده في ذلك مسؤول الغرفة الباردة وثلاثة مسؤولين آخرين على المخازن.

- مسؤول قسم المالية والتمويل:

تشرف على قسم المالية والتمويل، وتتفاوض مع الموردين المحليين عن طريق الهاتف، يساعدها في ذلك مكلف بالواردات الذي يتفاوض مع الموردين الذي يتفاوض مع الموردين الجانب عن طريق البريد الإلكتروني، ومكلف بالاتصال مع الجمارك.

- مسؤول قسم التسويق:

يقوم بالتفاوض مع وسائل النشر الحملات الإعلانية للشركة ويشرف على تنظيم المعارض والأيام الدراسية.

المطلب الثاني: بطاقة تعريفية حول مؤسسة دوداح

الطابع القانوني: DOUDAH SARL.BPI: ENH-

المقر الاجتماعي: بومرداس حي 392 مسكن عمارة 19 مدرج
(ح) رقم (02).

رقم الهاتف: 7484/ 7480/ 797488 024.

رقم الفاكس: 7482/ 7481/ 797483 024.

موقع إلكتروني: www.doudah.com.

البريد الإلكتروني: doudah@doudah.com

رأس المال الاجتماعي: 1000 000 000 دج.

عدد الفروع: 05.

فرع وهران: رقم الهاتف: 325095 / 041347346 رقم الفاكس

:041352100/ 041325095.

فرع قسنطينة: 212 رقم 129129 عين سمارة رقم الفاكس

:3563/ 4141/ 031974040.

فرع ورقلة: مدينة بن راحل سوق السبت، رقم الهاتف

:029768136، 029783510.

فرع بشار: مدينة الحوية رقم 04 مجمع رقم 226 مقابل فندق

عنتار، رقم الهاتف: 049812558،

فرع تيارت: 36، طريق دحماني عدة رقم هاتف: 046414192،

المطلب الثالث: نشاطات مؤسسة دوداح وأهدافها

1. نشاطات مؤسسة دوداح:

تعتبر مؤسسة دوداح مؤسسة الرائدة في الجزائر في مجال تقديم خدمات الصحة العامة والصحة النباتية، حيث أن توجهها الأول كان نحو خدمات الصحة العامة لا سيما في 3 مجالات الأساسية التالية:

- إبادة الجرذان.
- إبادة الحشرات.
- التطهير ضد الجراثيم.

فنشاطها كتن يتركز بدرجة كبيرة في البيع المباشر للوازم الصحة العامة باستعمال شاحنات خاصة ولوازم إبادة الحشرات، أما حاليا فتمارس الشركة عدة نشاطات لاسيما التبادلات التجارية في المجالات التالية:

- منتجات ولوازم الصحة العامة.
- المبيدات.
- سلع زراعية.
- المواد الغذائية العامة.
- لوازم الإعلام الآلي والمكتبية.

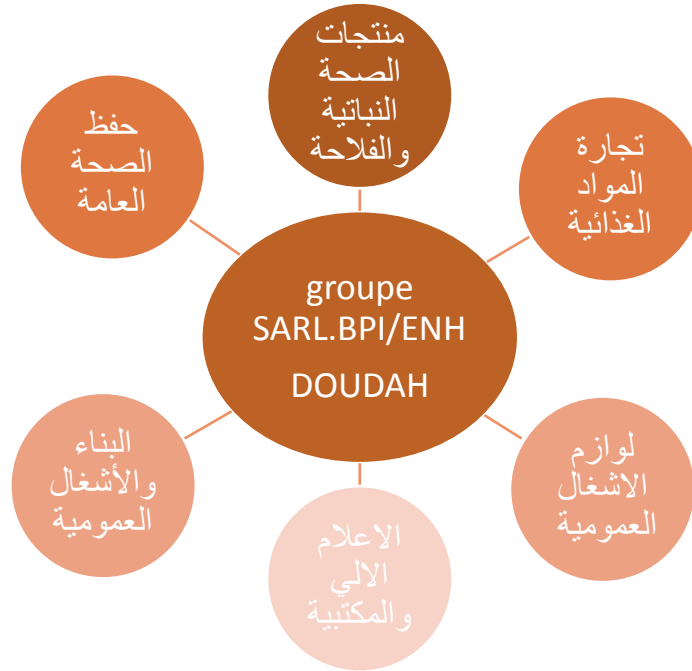
وهذا بالإضافة إلى نشاط البناء والأشغال العمومية، كما أن تنوع وتفرع نشاطات هذه الشركة جعلها تتعامل مع عدة جهات ومن أهمها:

- الفلاحين والشركات الخاصة بالنظافة والتطهير.
- الإقامة الجامعية والمستشفيات والفنادق.
- مديريات الفلاحة.
- مديريات الصحة والسكان.
- مديريات الري.
- الدواوين الوطنية للتطهير.

2. فروع نشاطات مؤسسة دوداح:

من خلال الشكل التالي سنوضح أهم فروع المؤسسة.

الشكل رقم (05): فروع مؤسسة دوداح



المصدر: إدارة مؤسسة دوداح

3. أهداف مؤسسة دوداح: قامت المؤسسة بتسطير عدة أهداف وتسعى لتحقيقها بشكل مستمر وتتمثل في:

أ. أهداف ربحية: تتمثل في:

- زيادة رقم أعمالها.
- توسيع حصتها السوقية.
- كسب أكبر عدد من الصفقات.
- اقتحام نشاطات اقتصادية جديدة.
- تعزيز سمعتها وصورتها في السوق المحلية والأجنبية.
- الحفاظ على الزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد.
- تطوير الاقتصاد الوطني ودعم الإنتاج الوطني.
- توفير مناصب الشغل.
- المحافظة على شهادتي الأيزو التي تحصلت عليها سنة 2012.

ب . أهداف ذات بعد خدماتي: بالإضافة إلى الأهداف الربحية كونها مؤسسة تجارية، للشركة أهداف غير ربحية وذات البعد الخدماتي والمتمثلة فيما يلي:

- إرضاء الزبون وكسب ولائه للشركة.
- عرض المنتجات على الزبائن في أحسن الظروف وتقديم المرافقة والاستشارة من خلال الكتيبات والمرافقة الميدانية بحضور المختصين في مختلف المجالات.
- التقيد بالمسؤولية الاجتماعية للشركة، يعني إرضاء الزبون دون المساس بالبيئة

المبحث الثاني: دراسة العملية التصديرية في مؤسسة دوداح

من خلال هذا المبحث سيتم إبراز القدرات التصديرية لمؤسسة دوداح والتي تتناول قدراتها الإنتاجية وما تسخره ماليا وماديا وبشرياً من أجل ضمان نجاح عملية التصدير كما سيتم التطرق إلى مراحل العملية التصديرية في مؤسسة دوداح عامة وإلى مثال تصدير منتوج جافيل إلى لبنان من حيث المراحل والوثائق المطلوبة لسير هذه العملية.

المطلب الأول: دراسة القدرات التصديرية لمؤسسة دوداح

تهتم شركة دوداح شيمكال بالبرج المختصة في الصناعات الكيمائية بالتصدير حيث ضبقت برنامجاً لتصدير منتجاتها نحو ليبيا وإسبانيا ولبنان. لتضاف إلى تجربة التصدير إلى الأسواق التونسية. حيث أكد سابقاً صاحب الشركة في تصريحاته خلال زيارة تفقدية للسلطات الولائية إلى وحدات الإنتاج التابعة لمؤسسته المتخصصة في صناعة الموارد الكيمائية، بالمنطقة الصناعية مشنة المتواجدة في إقليم بلدية الحمادية جنوب الولاية، حيث شرعت في تجربة التصدير وضبط برنامج أسبوعي لنقل شحنات من المنتج نحو السوق التونسية، بالإضافة إلى إمضاء اتفاقيات بعيدة المدى لتصدير نحو ليبيا بالإضافة إلى عقد اتفاقية مع شركة إسبانيا لتصدير شحنة من منتجاتها لتصدير شحنة من منتجاتها نحو هذا البلد الأوربي والتي تلاها بعد ذلك بلد عربي آخر وهو لبنان.

وأشار ذات المتحدث، إلى دخول مؤسسته حيز الاستغلال مؤخراً، وتجسيد مشروعها بالمنطقة الصناعية الجديدة مشنة الصناعة الجديدة مشنة فطيمة. ما ساعدها على تصنيع مجموعة من المواد كيميائية منها الحمض مثل حمض الستريك وكربوهيدرات الصوديوم حيث وصلت قدراتها الإنتاجية الإجمالية تصل إلى 300 طن يومياً. بالإضافة إلى أنه في بدايات عام 2022 بدأت تصنيع منتج جديد يتمثل في غاز الكلور بعدما تم تصنيع مادة الكلور لتغطية حاجيات السوق المحلي والتوسع نحو الأسواق الإفريقية ولما لا الأسواق العالمية الأخرى.

حيث أكد أن تصنيع هذه المواد في القارة الإفريقية، بداية بالدول المجاورة، حيث أكد أن تصنيع هذه المواد في القارة الإفريقية يرتكز على شركتين بما فيها مؤسسته الخاصة ومصنع بجمهورية مصر العربية. ما يزيد من فرص وحظوظ النجاح في التصدير نحو البلدان الإفريقية

حيث تمت هذه المعاينة من طرف والي برج بوعريرج هذه المؤسسة الصناعية. في إطار عمل اللجنة المكلفة بمتابعة ورفع القيود التي تعيق وضع المشاريع الاستثمارية المكتملة. خاصة وأن هذه الوحدة يعول عليها في تنويع مجالات الاستثمار بالولاية، وتعد من المشاريع ذات البعد الاستراتيجي إذا يعد ثان مصنع

من نوعه في شمال إفريقيا وحاليا يتم بإدارة هذا المصنع مهندسين جزائريين حوالي 250 شاب جزائري، خلفا للخبراء الألمان الذين انطلقوا في تشغيل المصنع في المراحل الأولى وتم الاستغناء عنهم لاحقا. حيث من النقائص التي كانت تعيق عملية الإنتاج هي عدم تهيئة المسالك المؤدية إليها وتأخر ربطها في وقت سابق بشبكة المياه رغم أن هذه المادة تشكل العنصر الأساسي لصناعة الكلور. كما تم ربطها بشبكة الكهرباء والغاز بعد تبليغ الانشغالات للسلطات المحلية في زيارة سابقة مما سمح لها بانطلاق بعملية الإنتاج.¹

المطلب الثاني: مراحل العملية التصديرية لدى مؤسسة دوداح

إن عملية التصدير في مؤسسة دوداح تمر بمجموعة من الخطوات حيث هذه المؤسسة بعد تغطيتها للسوق وتحقيق الاكتفاء الذاتي للبلد من مادة الكلور وتحقيق الرواج الواسع لمنتجاتها التي تنتجها بمصنع برج بوعريريج اتخذت هذه المؤسسة قرار بتصدير منتجاتها وتوسيع نشاطها فأعلنت ذلك ومن خلال الربور تاج مع المؤسسة العمومية الجزائرية فبي نشرة الثامنة مما أكسبه زبائن محليين أكثر وتم الحصول على مستوردين من الخارج والتي كانت مؤسسة تابعة لتونس الشقيقة ومن ثم ليبيا ومن ثم إسبانيا ثم لبنان.

لذلك بعد دراستنا للعملية التصديرية في مؤسسة دوداح تم توصل إلى أنه هذه العملية تمر بالمرحل التالية:

- بعد حصول المؤسسة على أول زبون والتي كانت مؤسسة تابعة لتونس الشقيقة وإبداء رغبتهم في استيراد المنتج تم التواصل مع نائب المدير دوداح فوزي من أجل المفاوضات الخاصة بعملية الشراء والبيع حيث تم توثيق بنود هذا الاتفاق في عقد تجاري يلزم المؤسسة والمستورد بتطبيق بنوده.
- تم إرسال الفاتورة المبدئية للبضاعة من طرف مؤسسة دوداح إلى المؤسسة المستوردة والتي كانت تحتوي على الشروط المتفق عليها في العقد من نوع السلعة ومواصفاتها سعر والكمية والصنف والسعر وطريقة النقل التي كانت برية عبر المعبر الحدودي بو شبكة مباشرة لتونس أما التصدير إلى ليبيا فكان من تونس ومن ثم إلى ليبيا، وتم الحصول على الموافقة من طرف المؤسسة وتنشيت أمر الشراء.

¹<http://annasronline.com>

- ثم بعد ذلك تم المباشرة في عملية الإنتاج والتوضيب من أجل تجهيز السلعة حسب وصل الطلب من مصلحة التصدير المتواجدة بالمصنع.
- بعد المرحلة السابقة يتم إعداد الوثائق والمستندات النهائية والمتمثلة في الفاتورة التجارية والتي تحتوي على اسم المصدر، اسم البنك المصدر، اسم الزبون، الكمية والسعر وأجل التسليم ن حساب الشركة المستوردة ورقم وتاريخ الفاتورة.
- بعد هذه المرحلة يتم إرسال الفاتورة التجارية من طرف شركة دوداح إلى البنك المصدر التابعة إليه البنك الخارجي الجزائري من أجل توطين الفاتورة والموافقة البنكية على عملية التصدير، والتي يتم إعادة إرسالها مرة أخرى إلى الشركة من أجل إصدار شهادة المنشأ البضاعة والتي يتم إرسالها إلى الغرفة التجارية من أجل المصادقة عليها.
- بعد الحصول على الفاتورة التجارية الموطنة يتم إصدار ملف يحتوي أيضا على شهادة المنشأ وسجل التجاري وبطاقة التعريف الجبائي يتم إرساله إلى الجمارك الإقليمية المتواجدة ببرج بوعريريج من أجل الحصول على التصريح الجمركي ويتم المصادقة من الجمارك على عملية التصدير.
- يتم الشحن وإرسال البضاعة من المصنع في البرج إلى مكان التسليم المتفق عليه والذي يكون النقل بري مورا بطريق سيار شرق غرب حيث تنتهي مسؤولية المصدر دوداح عند تسليم السلعة في المكان المتفق عليه في مخازن المستورد.¹

المطلب الثالث: دراسة حالة عملية تصدير منتوج جافيل من طرف مؤسسة دوداح

بعد الرواج الكبير الذي حققه منتوج جافيل المصنع في برج بوعريريج وتغطيته للسوق المحلية، جاءت مرحلة التصدير وكانت ليبيا وتونس أول من صدر إليهم منتوج جافيل، ولكن لم يتوقف عند تونس وليبيا بل كان له صدى عالمي وفي دراستنا التطبيقية سنقدم مثال عن عملية تصدير منتوج جافيل في لبنان وتتمثل مراحل تصدير المنتج فيما يلي:

✓ **المرحلة الأولى:** كأول مرحلة هي تواصل الزبون مع المصدر والتوافق المبدئي، هنا في هذه الحالة الزبون هو من تقدم بعد شهرة المنتج ويكون التوافق المبدئي أما عن طريق الهاتف أو التفاهم عن طريق إحدى شبكات التواصل الاجتماعي أو قدوم الزبون إلى المقر والتي أصبحت شبه منعدمة مع التطور الحالي الحاصل.

¹ مقابلة مع مديرة مصلحة العلاقات الخارجية بالمديرية العامة لمؤسسة دوداح.

✓ **المرحلة الثانية:** طلب التوطين ففي هذا المثال يتقدم المصدر أي مؤسسة دوداح إلى الوسيط المعتمد "البنك الجزائري الخارجي" بطلب توطين بنكي (الملحق رقم 01) وهذا بعد تقديم مجموعة من المستندات والتي تتمثل في:

- عقد تجاري.

- سجل تجاري.

ويكون هذا الطلب مرفق بفاتورة، حيث يكون طلب التوطين والفاتورة متضمن البيانات التالية:

1. رقم وتاريخ الفاتورة: 010\2023

2. اسم وعنوان المصدر: مؤسسة دوداح

3. اسم وعنوان المصدر: البنك الجزائري الخارجي

4. رقم حساب بنكي للمصدر: 0805822009530005002

5. نوع السلعة: منتج جافيل

6. التعريفة الجمركية: 2328903000

7. السعر الإجمالي: 20000 يورو

8. الكمية: 129 لتر

9. العملة: يورو

10. شروط الدفع: 30 يوم من تاريخ الفاتورة عن طريق التحويل البنكي

11. شروط النقل: CFR

بعد إرسال طلب التوطين إلى البنك مع فاتورة تجارية تحصل المؤسسة في هذه الحالة فاتورة تجارية موطنة.

✓ **المرحلة الثالثة:** هنا تقوم الشركة بالاتفاق مع شركة النقل عن كيفية النقل والتي كانت في هذا المثال نقل بحري أي عبر السفينة ويكون النقل البري من المصنع إلى الميناء (انظر الملحق رقم 02) وهنا تنتهي مهمة دوداح.

✓ **المرحلة الرابعة:** الإجراءات الجمركية لعملية التصدير وهنا يأخذ المصدر "مؤسسة دوداح" الوثيقة المرفقة بختم التوطين كمرجع له أثناء قيامه بالتصريح الجمركي (انظر الملحق رقم 03) ويكون الإرسال إلى وكيل العبور، وبعد الموافقة الجمركية يتم إعداد وصل التصدير ويقوم المصدر بتحضير البضاعة المتمثلة في منتج جافيل وإرسالها إلى الميناء عن طريق النقل البحري حسب ما هو متفق عليه حيث تكون مرفقة بـ:

. سند الشحن (انظر الملحق رقم 04)

. الفاتورة التجارية النهائية (انظر الملحق رقم 05)

. شهادة المنشأ (انظر الملحق رقم 06)

✓ **المرحلة الخامسة:** تتم التسوية النهائية وذلك بتحويل قيمة البضائع إلى بنك المصدر أي استقبال

العملة الصعبة.¹

¹ مقابلة مع مدير مصلحة التصدير فرع بوعريريج لمؤسسة دوداح.

خلاصة:

بعد دراستنا لهذا الفصل توصلنا إلى أن مؤسسة دوداح من المؤسسات الرائدة في السوق الجزائري خاصة في مجال الفلاحة فالخدمات والمنتجات التي تقدمها في هذا المجال تعد ممتازة وتساعد على النهوض بهذا القطاع وزيادة إنتاجياته والتي تعد الأولى من نوعها خاصة في مجال المشاتل العصرية هذا من جهة ومن جهة تجربتها في مجال التصدير التي تعد الثانية إفريقيا والأولى في الجزائر تظهر صادرتها في هذا المجال والتي تعد تجربة يحتذى بها وذلك بسبب قدرتها الإنتاجية الضخمة التي غطت السوق الجزائري والتي تستطيع تغطية السوق الإفريقي ولما لا الأوربي في المستقبل.

كما تم معرفة أهم الإجراءات والوثائق المطلوبة لإجراء عملية التصدير عامة، ومراحل وأجرات تصدير منتج جافيل على وجه الخصوص.

مع العلم أنه يجب توفير مجموعة من الحوافز للمصدرين والعمل على حل مختلف المشاكل التي تواجه هذا القطاع مع إلزامية تميز مختلف السياسات والآليات بالمرونة لتتلاءم مع التغيرات في أسواق التصدير.

خاتمة

إن التصدير يعتبر من أحد أشكال دخول الأسواق الدولية ويهدف إلى تحقيق أرباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو وانتشار وفرص عمل وتكنولوجيا جديد وغيرها، وإن النتائج المحققة في الواقع تبقى دون سقف الطموح رغم الجهود المبذولة من قبل السلطات الجزائرية في الدفع بالمؤسسات الجزائرية عموما والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا إلى التصدير والمرافقة الدائمة لهذه المؤسسات للدخول إلى الأسواق الأجنبية، وهذا راجع الى سوء الاقتصاد الجزائري والمشاكل والعراقيل التي يعاني منها هذا القطاع والتي ترتبط ببيئة البلد المصدر.

وأخيرا نختم دراستنا للموضوع بالإجابة عن الإشكالية المطروحة:

ماهو واقع تسير العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية؟

وقمنا بالإجابة عليها من خلال ما تطرقنا إليه في الفصلين، الفصل الأول الذي تحدث عن الإطار النظري للتصدير وكيفية تسيير العملية التصديرية في الجزائر وأبرز خطواتها وتوصلنا من خلاله أن العملية التصديرية هي مبادلات تجارية وحركة السلع والخدمات خارج الحدود الجغرافية.

أما الفصل الثاني قدمنا فيه شركة دوداح التي كانت محل الدراسة الميدانية ولخصنا من خلال هذا الفصل مختلف الخطوات والمراحل التي يمر بها المنتج إلى غاية دخوله إلى الأسواق العالمية. وقما بإسقاط الجانب النظري على مؤسسة دوداح ودراسة حالة الشركة عن طريق تحليل الوثائق المستعملة في عملية التصدير.

نتائج اختبار الفرضيات:

من خلال دراستنا للموضوع يمكن أن نتوصل الى النتائج التالية:

- **الفرضية 1:** تتمثل مراحل وخطوات العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية في الحصول على الطلب من المستوردون ومن ثم شراء المنتج من الاسواق من طرف المؤسسة المصدرة ومن ثم إعادة بيعه للمستوردين.

وهي فرضية غير صحيحة لأن خطوات العملية التصديرية في المؤسسة الاقتصادية تتمثل في التفاهم الأولي مع الزبائن حول السلع او الخدمات المراد اقتناءها ثم انتاج المنتج او اقتناء السلع المراد تصديرها ثم القيام باجراءات التصدير وأخيرا إيصال الطلبية الى الزبون حسب الطريقة المتفق عليها.

وتتمثل مراحل العملية التصديرية وكأول مرحلة في مرحلة تحديد منتجات التصدير ذات الكفاءة العالية ثم مرحلة إقامة وتنظيم أنشطة التصدير وأخيرا تنفيذ عملية التصدير.

الفرضية 2: "يتم تشخيص العملية التصديرية وتحديد أداؤها عن طريق الحصول على الربح المتوقع من العملية التصديرية وغياب حصول أي خسائر أو مخاطر تؤثر على المؤسسة".

هي **فرضية صحيحة** لأنه يتم تشخيص العملية التصديرية من خلال المؤشرات الاقتصادية كالربح وقياس حجم المبيعات وحصة الشركة في السوق وكذلك التوسع في السوق الخارجية وتعزيز الأداء المالي الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمارات وإنتاجية المؤسسة.

الفرضية 3: "تقوم مؤسسة دوداح بتصدير منتجاتها عن طريق البحث عن المستوردين ومن ثم الاتفاق حول شروط هذه العملية وتهيئة الأمور القانونية والجمركية من أجل ضمان حسن سيرها حيث يتكفل بهذه العملية مصلحة التصدير في المؤسسة".

وهي **فرضية صحيحة** لأنه تتم عملية التصدير في مؤسسة دوداح أولاً بالتواصل مع الزبون وبعد الاتفاق المبدئي مع الزبون يتم إرسال طلب التوطين مع فاتورة تجارية للبنك للحصول على فاتورة تجارية موطنة، ثم الاتفاق مع شركة النقل التي قد تكون إما عن طريق البر أو البحر أو الجو وبعدها يتم إصدار سند الشحن ويتم إرسال الملف إلى وكيل العبور من أجل التصريح الجمركي للبضاعة وتتم الموافقة من الجمارك ويتم إعداد وصل التصدير لمباشرة الإنتاج وأخيراً إرسال البضاعة حسب ما هو متفق عليه.

نتائج الدراسة:

استخلصنا من خلال البحث إلى جملة من النتائج التي يمكن أن تعطي نظرة واقعية عن الصادرات من أهمها:

- قلة الخبرة والثقافة التصديرية وهذا ما يدعي السلطات إلى اتخاذ إجراءات سريعة منها ضرورة إقامة دورات تكوينية.
- سجل قطاع الصادرات خارج المحروقات نتائج ضعيفة وهذا راجع لضعف ثقافة التصدير.
- عدم وجود المرونة الكافية في البحث عن الأسواق الدولية ومحاولة تنويعها.
- بالرغم من الإجراءات المتخذة في إطار دعم وترقية الصادرات إلا أن هذه الإجراءات تبقى ناقصة بالنظر إلى التجارب الضعيفة من قبل المؤسسات الوطنية.
- تقوم عملية التصدير على مجموعة من الإجراءات والاتفاقيات تهدف إلى تفعيل حركة التصدير والحفاظ على العلاقة بين المصدر والزبون.
- عملية التصدير تحتاج إلى تخطيط واعداد وتنفيذ متقن للتعامل مع العديد من العوائق والمتغيرات المختلفة.

- العملية التصديرية تعزز العلاقات التجارية الدولية وتقيد الشركات التي ترغب في توسيع نطاق عملها وزيادة الإيرادات.
- تتطلب العملية التصديرية مواكبة المعايير الدولية.
- المكانة البارزة التي وصلت إليها مؤسسة دوداخ ودورها الكبير في ترقية الصادرات وضمان الخدمات العامة.

التوصيات:

- الاقتداء بتجارب الدول التي استطاعت الخروج بالصادرات خارج المحروقات من دائرة التخلف
- رسم سياسة تصديرية بناء على مجموعة المعلومات المتوفرة.
- تنشيط مختلف الهيئات المكلفة بترقية الصادرات خارج المحروقات لتفعيل عملية إنعاش المبادلات التجارية بشكل أكبر.
- توحيد المواصفات المتعلقة بالمنتجات الوطنية حيث تكون موافقة لمعايير الجودة العالمية.
- تسهيل الإجراءات الجمركية والبنكية لتمويل المؤسسات المصدرة ودعم التصدير.

أفاق الدراسة:

نعتقد بعد دراسة مختلف جوانب الدراسة أنها تتسع لإشكاليات أخرى:

- هيكلية المنتجات المصدرة خارج المحروقات وفقا لمتطلبات الأسواق الدولية.
- رسم استراتيجية لتطوير قطاع الصادرات خارج المحروقات.
- دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات.
- أفاق الصادرات الجزائرية في عصر ما بعد النفط وسبل تطويرها.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ . الكتب:

1. أبي سعد الدهيوجي ، محمد العجارمة ، التسويق الدولي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، 1999.
2. بخيت حسان، تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية الواقع والمتطلبات 2000-2008.
3. جعفر عبد الله موسي إدريس ، الإدارة الاستراتيجية ، دار الناشر ، الطبعة الاولى ، 2013.
4. سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية مدخل استراتيجي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
5. سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2002، ص38.
6. شريف علي الصوص ، التجارة الدولية (الأسس والتطبيقات) ، دراسة أسامة للنشر والتوزيع - عمان الأردن، 2012.
7. عادل عبد المهدي ، التصدير والاستيراد ، الدار الجامعية ، مصر ، 2007.
8. غول فرحات، التسويق الدولي مفهوم وأسس النجاح في الأسواق العالمية، دار الخلدونية للنشر وتوزيع، الجزائر 2008.
9. فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، دار قباء، القاهرة، 2002.
10. محمد جاسم، التجارة الدولية، دار الزهران، عمان، 2003.

ب . الرسائل والمذكرات:

1. ابن علي عمر، دراسات متقدمة في التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006-2007 ص 334.
2. برواين شهرزاد، محددات الصادرات الصناعية دراسة قياسية لحالة الجزائر، أطروحة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان . الجزائر، 2017-2018.
3. بلقطة براهيم، آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسينة بن بوعلي، الشلف، 2009.
4. بن يوسف حسينة، ترقية الصادرات الصناعية خارج المحروقات في الجزائر (2000-2010) مذكرة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، فرع إدارة العمليات

التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية، جامعة الجزائر. الجزائر 2011-2012.

5. حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة . دراسة حالة الجزائر . مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، قسم علوم الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2012.

6. رازي عائشة أمال، استراتيجية التصدير في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة المجمع الصناعي للكوابل الجزائرية- مستغانم، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تسيير استراتيجي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، السنة الجامعية 2019-2020.

7. قسوم ميساوي الوليد، دراسة اقتصادية وقياسية للصادرات الصناعية في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد تطبيقي، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2007.

8. محمد رملي، لخضر عدوكة، الصادرات غير النفطية والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد لخضر، الوادي، الجزائر، ال عدد9، ديسمبر 2015.

9. مصطفى بن ساحة، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، تخصص تجارة دولية، 2011.

ج . المقالات والملتقيات:

1. دليل إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية، الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، الجزائر، طبعة 2001.

2. وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، مجلة الباحث، العدد الأول، ورقلة، 2002.

هـ . المطبوعات:

1. دحو سليمان، رواني بوحفص، مطبوعة مقدمة لطلبة مالية المؤسسة والتجارة الدولية، بعنوان المالية الدولية، قسم العلوم المالية والمحاسبية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، جامعة غرداية، 2019\2020.

و . المقابلات:

1. مقابلة مع مدير مصلحة التصدير فرع بوعريريج لمؤسسة دوداح.
2. مقابلة مع مديرة مصلحة العلاقات الخارجية بالمديرية العامة لمؤسسة دوداح.

ز . المواقع:

1. موقع SAFEX <http://SAFEX.DZ>
2. موقع ALGEX <http://WWW.ALGEX.DZ>
3. موقع CAGEX <http://WWW.CAGEX.DZ>
4. موقع ANEXAL <http://WWW.EXPORTATEUR-ALGERIE.ORG>
5. موقع الصندوق الخاص بترقية الصادرات خارج المحروقات <http://WWW.ALGEX.DZ>
6. موقع وزارة التجارة الوطنية الجزائرية <http://WWW.MINCOMMERCE.GOV.DZ>
7. <http://annasronline.com>

ثانيا: المراجع باللغة بالأجنبية

أ . الكتب:

1. ARON O 'CASS AND CARAIG C JULIN MODELLING THE EFFEECTES OF FIRM-SPECIFIC AND ENVIRONMENTAL CHARATERISTECS ON EXPORT MARKETING PERFORMANCE, SOUTHERN COSS UNIVERSITY ,2003
2. Farshad movaghar maghddam and others : management Influence-t-on the export performance of firms : a review of the empirical literature 1989-2009, africain journal of business management vol6 (15) ,18 april2012

الملاحق

الملحق رقم (01): التوطين البنكي

Banque extérieure d'Algérie



بنك الجزائر

الخارجي

DEMANDE D'OVERTURE D'UN DOSSIER DE DOMICILIATION A L'EXPORT

Date :21/02/2023.....

Agence :B.B.A...58.....code, agence :.....00058.....

Adresse : RUE MOHAMED MGUEDMI BORDJ BOU ARRERIDJ

DONNEUR D'ORDRE

Nom ou raison sociale :

Adresse complète :

Numéro d'identifiant fiscal (NIF) :

Numéro d'identifiant statistique (NIS)

Numéro du registre commerce :

Numéro de compte :

Finalité économique : Fonctionnement ☒ Revente en l'état ☐ prestation de service ☐

Conformément à la réglementation des changes en vigueur nous vous prions d'ouvrir un dossier de domiciliation relatif à l'exportation désignée ci-après :

INDICATIONS RELATIVES AUX BIENS/SERVICES A EXPORTER

Contrat commercial ☐ Facture ☒ Autre ☐
Référence date 21/02/2023

Montant en devises :

Contre valeur en Dinars au cours provisoire de : 146 ,21 Soit : 636013.5 DZD

Nom ou raison social du client :

Nature du produit (bien /service) :

Tarif douanier (pour le bien) :

Origine du produit : , Pays de destination :

Mode de règlement : VIRMENT BANCAIRE

Délai de rapatriement : 30 JOURS

*préciser la nature du document

Nous certifions sur l'honneur que cette opération n'est et ne sera pas domiciliée auprès d'une autre banque

Nous nous engageons par la présente à

- Effectuer toutes la procédure et formalités liées à cette opération auprès de votre agence
- Vous remettre dans les meilleurs délais le document d'expédition et douanier y afférents
- Rapatrier le produit de l'exportation dans les délais fixés par la réglementation des changes en vigueur
- Justifier tout retard relevé dans le rapatriement du produit de l'exportation

En outre nous dégageons la banque de toute responsabilité quant aux informations communiquées ci-dessus

Cachet et signature autorisée

Siège social 11 boulevard colonel amirouche- Alger -

مقر الشركة 11 شارع العقيد عميروش - الجزائر

BP 323 Alger gare RC 0011452 B 00 .

ص.ب 323 الجزائر محطة السجل التجاري 00 ب 0011452

Spa au capital de 230 000 000 000 D.

الملحق رقم (02): فاتورة النقل البري من المصنع للميناء

ELHETT FARID
 TRANSPORT PUBLIC DE MARCHANDISES
 Zone Rural Ouled Ali Khemis El Khechna/Boumerdes
 RC 20 A 5134684 -01/35 IF: 100161600513149 ART 35370097940

Date Le : 02/02/2023

SARL BPI ENH DOUDAH
 Zone indust Mechta Halima N° 08loc 271-251/ EL HAMMADIA
 N° RC : 0722183 B08- 34/01
 N° IF : 099835072218369

FACTURE N° 010/2023

N°	Description	Nbrs Jours	Nbrs TC	P./UNIT	Montant HT
1	Location Transport S/R pour TC Export (Bordj bouareridj - Khemis el Kh)		5	35 000,00	175 000,00
2	Location Transport S/R (Khemis el Kh - Alger Port)		5	10 000,00	50 000,00
Total HT					225 000,00
TVA 19%					42 750,00
Timbre					/
F/RESTITUTION					/
Total TTC					267 750,00

Arrêtée la présente facture en TTC à la somme de:

Deux cent soixante sept mille sept cent cinquante dinars

ELHETT Farid
 Transport de Marchandises
 Cité Ouled Ali Khemis El Khechna
 Boumerdes R.C. 20 A 5134684-01/35

الملحق رقم (03): التصريح الجمركي

[illegible]

الملحق رقم (04): سند الشحن

CONTAINER NO.	QUANTITY	UNIT	DESCRIPTION	NET WEIGHT (KG)	GROSS WEIGHT (KG)
1520048	1	20 BA	SAC TO CONTAIN 20 BAGS HYPOCHLORITE DE SODIUM 45/52 SAC 200 (SAC DE JAVEL)	24000.00	27150
1520049	1	20 BA	SAC TO CONTAIN 20 BAGS HYPOCHLORITE DE SODIUM 45/52 SAC 200 (SAC DE JAVEL)	24000.00	27250
1520050	1	20 BA	SAC TO CONTAIN 20 BAGS HYPOCHLORITE DE SODIUM 45/52 SAC 200 (SAC DE JAVEL)	24000.00	27250
1520051	1	20 BA	SAC TO CONTAIN 20 BAGS HYPOCHLORITE DE SODIUM 45/52 SAC 200 (SAC DE JAVEL)	24000.00	27250

FRET et frais PAYE

CLAUSE CONTAINEUR: VESSEL'S EQUIPMENT SUCH AS CONTAINERS DEMURRAGES/DETENTION FEES RECEIVERS ENJOY 10 (TEN) DAYS FREE TIME FROM DATE OF UNLOADING FROM VESSEL THEREAFTER THEY ARE SUBJECT TO FOLLOWING DEMURRAGES/DETENTION FEES BOXING PM 11th ONWARD 20' USD 20.00 /CNT/DAY 40' USD 40.00 /CNT/DAY OT, PRDPL PM 11th ONWARD 20' USD 40.00 /CNT/DAY 40' USD 80.00 /CNT/DAY

ON PER STON LOAD AND COUNT

<< FCL FREE OUT >>

THE CONTAINER(S) REMITTED SEALED BY THE SHIPPER, OWNERS/CARRIER IS NOT RESPONSIBLE FOR THE QUANTITY AND NATURE OF THE PACKAGES MENTIONED IN THE BC

PREPAID

Algers

AS AGENT ONLY

1-10-13-15-A

الملحق رقم (05): الفاتورة التجارية النهائية


**SARL BPI/ENH
DOUDAH**

Capital: 1 000 000 000 L.L.
Chambre de Commerce: 072 0000 900 000
S.A.M. BEYADZAL
RC N°: 34 / 01 / 0777 / 000 000
A.I. 3401210587
N.I.F. 09903507278369
N.S. 099535010340926

Invoice N° 010-20

Customer: SADAPACK INDUSTRIE SAL

phone 9617-111 1811

Address: sadapack centre Jiyeh Daher El Maghara

Date: 04/01/23

Lebanon PO Box 012 Damour

E-mail: wael@sadapack.com

Country: Lebanon

Item	Description	Quantity	Unit Price	Total Price
NBA 001	SAD 268	120	200.00 €	0.00
				24 000.00

Twenty-nine thousand Four hundred ninety EUR

SHIPPING

5 490.00 €

Invoice Subtotal

29 490.00 €

TOTAL

29 490.00 €

Payment: Bank Transfer 30 days after delivery

Incoterms: CFR BEIRUT PORT, LEBANON

Delivery Time: janv 23

Country of Origin: Algeria

INVOICE: BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE

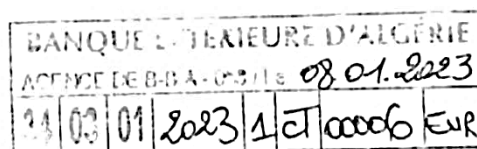
AGENCE: BORDJ BOUARRERIDJ 058

ADDRESS: RUE MOHAMED MEQUEDMI W B B ARRERIDJ 34000 ALGERIE

C/OF: SAFT/BIC: BEXADZALXXX

NUMERO DE COMPTE: 002 00056 0582200953 cle 06 ouvert au nom de SARL -BPI-ENH DOUDAH

IBAN: DZ002 00056 0582200953 06



Chemical

USINE Zone industrielle Mchita P.O. Box 220 Bordj Bouarreridj - Algérie Tel: 0661 652 134 / 0661 440 946
SIÈGE SOCIAL BOUMERDES, 302 logs centre commercial (ex: Sock El Fellag) Tel: 024 79 74 83 / 74 83 / 74 84 Fax: 024 79 74 83 / 74 83 / 74 87
ORAN: Coopérative cochin n°17 lot 6 douar belgard communale Bir el Djir Tel: 041 64 22 26 / 35 22 / 35 23 Fax: 041 64 26 26
CONSTANTINE: Lot 212 N°129 Ain Smara Tél/Fax: 031 07 47 40 / 41 41 / 35 63 / 33 77 / OUARGLA: Cité Ben Rahel Souk El Sabit Tél/Fax: 029 70 61 53 /
BECHAR: Cité Houba N°04 groupement N° 220 jenn face hôtel Antarg Tél: 049 81 25 92 Fax: 049 81 25 58
TIARET: 38 Rue Mohammed Adoua Tél: 035 29 57 11 Fax: 049 20 57 11 / EL ALFA: Cité El Azem 0126 Lot 1 et 2 Nouvelle ville Tél/Fax: 027 87 64 75

الملحق رقم (06): شهادة المنشأ

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية المعرفة الجزائرية للتجارة والصناعة		رقم الشهادة تاريخ الشهادة № 174053
  شهادة منشأ موضوع أحكام اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية		
1- المستورد وعنوانه كاملاً		2- المنتج وعنوانه كاملاً
3- المستورد وعنوانه كاملاً		4- بلد المنشأ
6- تفاصيل الشحن		5- تم تطبيق التوافق مع دول أخرى ☐ نعم ☐ لا اسم الدولة:
7- ملاحظات		
8- وصف السلع العلامة التجارية (إن وجدت)، عدد ونوع وأرقام الطرود		
9- الوارد القائم (كجم) أو مقاييس أخرى (لتر، متر، مكعب الم)		10- رقم وتاريخ المصادقة (الموافق)
(Area for stamp and signature)		
11- إقرار وتعهد المستورد أفاد بأن جميع البيانات المذكورة أعلاه صحيحة وأن السلع الواردة وسطحها أعلاه مستوفاة الشروط والمعايير اللازمة لاكتساب صفة المنشأ		12- توقيع وخاتم الجهة المصدرة للشهادة
13- تصديق الجهة الحكومية المختصة		14- توقيع وخاتم الجهة المستفيدة
الموقع التاريخ		الموقع التاريخ