



دليل المصدر الناجح

المدخل الأول

افهم جيدا مهاراتك وقدراتك

في هذا الدليل:

- العلامات الرئيسية التي تؤكد جاهزية شركتك للتصدير.
- خمس نصائح لتطوير القدرات.
- هل تملك الموارد والقدرة اللازمة للقيام بعملية النقل؟
- أسئلة تتعلق بالتصنيع الداخلي والخارجي..فكر فيها جيدا.
- أسئلة يجب التفكير فيها متعلقة بالتصدير المعتمد على الخدمات.



ما هي العوامل التي تحدد مستوى الصادرات؟

- **القدرة التنافسية:** تلعب القدرة التنافسية النسبية للصادرات دورًا مهمًا في تحديد مستوى الصادرات، فإذا كانت أسعارك مقاربة لتلك الموجودة بالدول الأخرى، فسوف تخسر. يتم تحديد القدرة التنافسية من خلال عوامل مثل تكاليف العمالة والتضخم والإنتاجية والبنية التحتية وسعر المواد الخام.
- **جودة الصادرات والقيمة المضافة:** بالنسبة لبعض الصناعات مثل الأدوية، يكون الطلب غير مرن من حيث السعر، لذلك، فإن التغيير في السعر له تأثير ضعيف على الطلب، القضية الرئيسية هي أهمية المنتج وجودته والقيمة المضافة للمنتج.
- **سعر الصرف:** سيؤدي انخفاض سعر الصرف إلى جعل الصادرات البريطانية أكثر قدرة على المنافسة، ولكنه قد يساهم في التضخم في ارتفاع التكاليف، كما سيؤدي إلى استيراد واردات أكثر تكلفة.
- **إنتاجية طويلة المدى:** تميل البلدان ذات النمو القوي في إنتاجية العمل إلى الاستفادة من معدلات النمو المرتفعة والطلب القوي على الصادرات وانخفاض التضخم.
- **النمو الاقتصادي في الدول الأخرى:** إذا دخلت البلاد في حالة ركود، فسيؤثر ذلك سلبيًا على الصادرات، ومع الركود الاقتصادي، حتى انخفاض قيمة العملة قد يكون غير كافٍ.

نظرة عامة على الإمكانيات

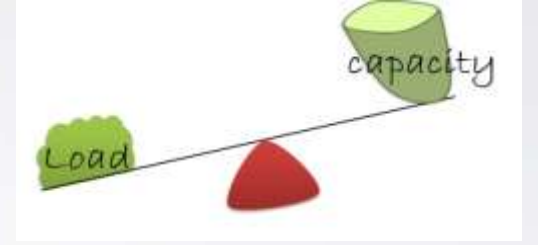


- القدرة هي المهارة اللازمة لتنفيذ مهمة بنتائج محددة مسبقًا، غالبًا في غضون فترة زمنية معينة أو بإمكانيات محددة أو كليهما.
- يمكن تقسيم المهارات غالبًا إلى: مهارات عامة ومهارات محددة خاصة بمجال معين.
- على سبيل المثال.. في مجال العمل قد تتضمن المهارات العامة: إدارة الوقت والعمل الجماعي والقيادة والتحفيز الذاتي وغيرها، في حين أن المهارات الخاصة بالمجال ستكون مفيدة فقط لوظيفة معينة.
- تتطلب المهارة عادةً بيئة محفزة ومواقف معينة، لتقييم مستوى المهارة التي يتم إظهارها واستخدامها.
- يحتاج الناس إلى مجموعة واسعة من المهارات من أجل المساهمة في الأعمال التجارية الحديثة.

أمور يجب مراعاتها فيما يتعلق بالإمكانيات

- وأنت تتطلع إلى مجال التصدير .. تأكد من أن تملك الأشخاص المناسبين في الأدوار المناسبة.
- ضع في اعتبارك من سيتولى عبء عملك المحلي، حتى تتمكن من التركيز على بناء أعمال التصدير.
- يحتاج تطوير أسواق جديدة للوقت والمال، تأكد من أنك تملك ما يكفي من الموارد لتكون متاحة في الوقت الذي تحتاجه.
- فكّر في التطوير المهني والتدريب الخاص بفريقك، حتى يتمكن من التطور ومواكبة نمو الأعمال التجارية.
- ادرس فكرة إنشاء مجلس استشاري أو هيكل حوكمة للدعم والتوجيه.

نظرة عامة على القدرة الاستيعابية



1. بشكل عام: هي القدرة المحددة لكيان (شخص أو منظمة) أو مورد، يتم قياسها بمعايير الكمية ومستوى الجودة، على مدار فترة ممتدة.
2. الخدمات المصرفية: قدرة المقرض على سداد الدين في الوقت المناسب، يتم تحديدها عن طريق خصم إجمالي التدفقات النقدية الخارجة من إجمالي الدخل للمقترضين خلال شهر في الأغلب.
3. القانون: القدرة القانونية للكيان (شخص أو منظمة) على أداء عمل ما، مثل إنشاء عقد ملزم.
4. التصنيع: أعلى معدل إنتاج مستدام (الحد الأقصى لعدد الوحدات شهريًا أو ربع سنوي أو خلال عام) يمكن تحقيقه باستخدام الموارد الحالية واستراتيجيات الصيانة ومواصفات المنتج، إلخ.
5. الاتصالات: أعلى معدل إرسال يمكن الاعتماد على تحميله على قناة أو دائرة أو جهاز.

نقاط هامة تتعلق بالقدرة الاستيعابية

- حدد مجالات عملك التي ستحتاج إلى موارد إضافية إذا كنت بحاجة إلى التوسع.
- ابحث عن موردين بديلين، إذا لم يكن بمقدور الموردين الحاليين التحرك والانتقال معك.
- تذكر أن تضع في اعتبارك كيفية الحفاظ على مراقبة الجودة ومستويات الخدمة أثناء نموك.
- تحدث مع مستشاريك الماليين حول كيفية تمويل مرحلة النمو وإدارة التدفق النقدي الخاص بك.
- فكّر في مستويات التوظيف لديك وكيفية الوصول إلى الموظفين المهرة عندما تحتاج إليهم.
- راقب أسعارك بالتزامن مع ارتفاع تكاليفك.
- قد يعني التوسع أنك ستحتاج إلى إعادة النظر في هيكل التسعير الخاص بك.

تحديد قدراتك

يستغرق التصدير وقتًا ومالًا ويتطلب التزامًا إداريًا قويًا. في وقت مبكر من عملية التطوير، قد يتشتت انتباه فريق الإدارة عن السوق المحلية، لذلك من المهم أن يكون لديك عمليات قوية مطبقة في جميع الأنحاء الذي يغطيها عملك.

ولكن، يجب أن تكون أمور السوق المحلي على المدى القصير قابلة للتحكم، إذا كنت تركز على أهداف طويلة المدى.

مؤشرات تدل على جاهزية عملك للبدء في مجال التصدير

1. لديك القدرة على تكريس الكثير من وقت الإدارة لأسواقك الجديدة، وتملك فريق مختص بالإدارة وملتزم:
 - لا يختلف تطوير الأعمال التجارية الدولية كثيرًا عن بدء وبناء أعمالك التجارية المحلية.
 - في الواقع، يمكنك أن تتوقع أن تستهلك وقتًا إداريًا أكثر مما استغرقت في تطوير الأعمال المحلية.
 - يتطلب التصدير التزامًا كبيرًا من الإدارة على كل مستويات الشركة، وليس فقط من الرئيس التنفيذي أو مدير المبيعات.

2. تملك نقاط قوة في سوقك المحلي

- في معظم الحالات، تشكل المبيعات المحلية القوة الأساس القوي لأعمال التصدير الجيدة.
- يمنح العمل المحلي الناجح المشترين الأجانب الثقة فيك كمورد، ويضمن أن عمليات شركتك تسير على النهج الصحيح وتم اختبارها بشكل جيد.
- الأهم من ذلك، أن كونك قويًا في السوق المحلية سيوفر لك أيضًا تدفق نقدي ورأس المال العامل الذي تحتاجه للاستثمار في تطوير أسواق التصدير الخاصة بك.
- هذا لا يعني أن المنتجات التي تم تصنيعها محليًا ستكون مناسبة تمامًا لسوق التصدير - ولكن تحقيق النجاح المحلي يعد خطوة أولى جيدة تساعدك في التحقق من السوق.



3. لديك إمكانية الوصول إلى الموارد التي تحتاجها للنجاح

- يجد المصدرون أنهم بحاجة إلى موارد مالية قوية للتوسع في الخارج، ومن أمثلة هذه التكاليف الخارجية التي قد تواجهها: تكاليف تغطية تعديلات المنتج، والسفر، والتسويق الدولي.
- تحتاج أيضًا إلى أن يكون لديك الأشخاص المناسبين لإدارة الشق الخاص بالتصدير في عملك، وقد يعني ذلك تعيين موظفين إضافيين.

5 نصائح لتنمية قدراتك وإمكانياتك

1. اخلق كفاءات في عملك لضمان أن يعمل الأشخاص المناسبين على الشيء الصحيح، استخدم الخبرة الخارجية حين تحتاج إلى ذلك، حتى تتمكن من التركيز على نمو صадراتك.
2. ضع خطة خاصة بالموارد البشرية لتغطية احتياجات التوظيف من أجل تحقيق النمو المستقبلي، يتضمن ذلك النظر في المهارات اللازمة لتخفيف بعض العبء عنك، البدء بتفويض شخص ما لإدارة العلاقات ذات الأولوية المنخفضة، وإذا أثبت هذا الشخص نجاحه في التعامل مع هذه الأمور، فيمكنه شق طريقه نحو التعامل مع العلاقات ذات الأولوية الأعلى.
3. حدد الموظفين الحاليين الذين لديهم القدرة على النمو - خاصة في مجال المبيعات، ابدأ العمل على صقل مهاراتهم بالتدريب والتطوير المهني المناسب.
4. انظر إلى خطتك الخاصة بالتقدم على المدى الطويل، من الذي تميل لجعلهم يتولوا مسؤولية العمل عندما يحين الوقت لتتنحي جانباً؟
5. فكر في إنشاء مجلس استشاري أو هيكل حوكمة لمنحك مزيداً من الدعم والتوجيه أثناء نموك.

قدرتك الاستيعابية

عند تأمين طلبات التصدير، يجب أن تكون متأكدًا من أنه يمكنك التسليم في الوقت المحدد، وعلى مستوى الجودة الذي يتوقعه عملاؤك. يقلل العديد من العاملين الجدد بمجال التصدير من قيمة و حجم الفرص التي يواجهونها في الخارج ويحاولون بناء قدراتهم بشكل سريع.

قبل أن يبدأ أي شخص من شركتك في السفر إلى الخارج من أجل التنقيب عن عمل أو فرصة، فكر في ما يمكن أن يحدث إذا نجحت مهمتك في التصدير.

هل لديك الموارد والقدرة على الإنجاز؟

عند الوفاء بالتزامك الأول بالتصدير، من الضروري إثبات أن لديك القدرة على أن تكون موردًا ملتزمًا وموثوقًا يمكنه تلبية الطلب في الوقت المحدد وفي حدود الميزانية المتاحة.

أسئلة هامة متعلقة بالتصنيع الداخلي

1. هل يمكنك زيادة قدرتك التصنيعية الحالية.. هل تحتاج إلى الاستثمار بقدرات أكبر؟ ما هي المعدات "الأدوات" الإضافية التي ستحتاجها؟

ابدأ بالتفكير في التخطيط للحالات الطارئة : مثل الآلات الإضافية التي يجب شحنها من الخارج، وضع في اعتبارك المدة التي سيستغرقها الشحن، وما إذا كنت أنت وفريقك بحاجة إلى تدريب فني إضافي عند وصول الآلات الجديدة.

2. كيف ستقوم بتمويل نفقات نمو عملك؟ أين ستجد الاستثمار وكم ستحتاج؟ كم عدد الموظفين الإضافيين الذين ستحتاجهم وهل يمكنك الحصول على عمال مهرة في وقت قصير في سوق العمل الضيق؟ كيف ستؤثر أي تكاليف إضافية على أسعارك؟

كن على علم، يمكن أن يمحور رأس المال و تكاليف التنفيذ أي مزايا لكل وحدة اكتسبتها بنسب كبيرة، لذلك ضع في اعتبارك مراجعة استراتيجية التسعير الخاصة بك.

3. هل يمكنك الحصول على المواد والمكونات؟ وهل لدى مورديك القدرة والالتزام المطلوب لمساعدتك في

تلبية أي طلبات تصدير؟ هل تحتاج إلى إيجاد موردين بديلين؟

تحقق ما إذا كان بإمكان مورديك التعامل مع طلبات تصدير أكبر بكثير، أو ما إذا كنت بحاجة إلى البحث عن موردين بديلين والحصول على عينات وأسعار منهم.

4- للحفاظ على الجودة والاتساق في منتجاتك بكميات أكبر - ضع في اعتبارك الأسئلة التالية:

- كيف تدير مراقبة الجودة حالياً؟
- هل تعتقد أن هذا سيتغير بمرور الوقت؟
- هل لديك أشخاص متخصصين للتركيز على مراقبة الجودة؟
- ما هي الأمور التي يجب أن يكونوا بارعين فيها؟
- هل هناك معيار صناعي أو حد أدنى تحتاج إلى تحقيقه مع منتجك؟ وما مدى ارتياحك لهذا المعيار؟

الإنتاجية

- هل يمكنك الحفاظ على عمليات تسليم الصادرات على أساس منتظم ؟ وكيف سيؤثر ذلك على عملائك المحليين ؟
- ماهو المعدل الذي يمكنك إنتاجه في مصنعك الحالي مع مورديك الحاليين ؟
- هل لديك أي خيارات لإنتاج منتجك (أو أجزاء منه) في مكان آخر؟ ما الذي قد ينطوي عليه ذلك من مخاطر؟ وما الصعوبات التي قد تواجهها؟



عندما يزداد عملاؤك ، قد تضطر إلى مراعاة التكاليف الأخرى:

- هل تحتاج إلى أنظمة جديدة لإدارة عملك بشكل أكثر كفاءة، أو هل تحتاج إلى معدات لتشغيل عملية الإنتاج بشكل أفضل؟
- هل يمتلك موردك الحالي هذه المعدات؟
- ما هي قدرته على الإنتاج من أجلك؟
- فكر في نمو شركتك خلال الست أشهر، والسنة، والسنتين القادمتين:
- كم عدد الأشخاص الإضافيين الذين ستحتاج إلى اصطحابهم على متن الطائرة خلال هذا الوقت، وأين يمكن أن يكونوا متواجدين؟
- ما هي الأدوار التي يمكن أن يقوموا بها؟
- كيف ستؤثر التغييرات في تكاليف الإنتاج على سعر مبيعاتك؟
- هل غطيت هذه التكاليف في التسعير الأولي الخاص بك؟
- هل قمت بأي بتخيل سيناريوهات تتعلق بالنظر في بعض الأشياء المختلفة التي تحدث في السوق الجديدة وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على أسعارك؟

ماهو التأثير المتوقع إذا اضطرت إلى زيادة السعر وكيف ستعالج هذا الأمر مع عملائك؟

هل يمكنك الوصول بسهولة إلى المواد والأجزاء التي يتكون منها منتجك .. هل هناك قيود بأي شكل من الأشكال؟ أم أن هناك مهلة للحصول عليها؟

كيف ستتعامل مع نقص المواد؟

هل تحتاج إلى الاحتفاظ بمخزون من بعض العناصر، وأيها ستكون؟

أسئلة يجب التفكير فيها تتعلق بالتصنيع بالاستعانة بمصادر خارجية

هل يمتلك المورد الخاص بك الإمكانية والرغبة والقدرة المالية للتوسع إذا لزم الأمر؟

هل هو ملتزم وكفاء بما يكفي للقيام بذلك؟ وهل يمكنه تأمين التمويل والحفاظ على الجودة المطلوبة؟

ضع في اعتبارك فيما يتعلق بالتصنيع في الخارج:

• هل سيكون من الأفضل إيجاد مصدر أقرب إلى (أو في) سوق التصدير الخاص بك؟

• كم من الوقت سيستغرق الإعداد للمعيار المطلوب، وما هي المخاطر المحتملة؟



أسئلة يجب أن يفكر فيها المصدّرين المعتمدين على الخدمة

- ستختلف خطة التصدير الخاصة بك بناء على نوع عملك التجاري، ولكن أحد الاختلافات الرئيسية التي يجب مراعاتها هو ما إذا كان التصدير يعتمد على منتج أو خدمة.
- كما تدل المسميات، التصدير المستند إلى المنتج يبيع أشياء مادية فعلية مثل الملابس أو الصناديق، بينما التصدير المستند إلى الخدمة يقدم خدمة يحتاجها المستورد والمستهلكين.
- قد تبدو تحديات القدرة على التصدير للصادرات القائمة على الخدمات أسهل، ولكن في الواقع العديد من القضايا متشابهة، حيث قد تضطر شركات التصنيع إلى تثبيت آلات إضافية للاستعداد لحجم الطلب، كما قد تحتاج الأعمال القائمة على الخدمة إلى التفكير في المزيد من الموظفين والموارد.

1. هل تحتاج لمزيد من الموظفين؟

على سبيل المثال، قد تحتاج إلى تلبية طلبات التصدير مع الحفاظ على سعادة عملائك الحاليين في نفس الوقت، هل يمكنك بسرعة تجنيد موظفين بالمهارات المناسبة التي تحتاجها؟ ما هي التكاليف الإضافية التي سوف تتحملها للقيام بذلك؟

2. ما التمويل الذي تحتاجه؟

قد تحتاج إلى شراء معدات إضافية مثل أجهزة الكمبيوتر أو أثاث مكاتب، اكتشف مسبقًا ما إذا كان يمكنك الحصول على قرض من البنك، وما هي التكاليف التي ستغطي بها القرض.

3. كم ستغرق من الوقت لكسب المال؟

قد تكون هناك فجوة كبيرة بين تأمين طلب تصدير والحصول على أموال مقابل هذا الطلب، على سبيل المثال، إذا كنت تقوم بتطوير حزمة برامج مخصصة لعمل خارجي، فقد يستغرق المشروع شهرًا ليكتمل، وفي غضون ذلك، لا يزال يتعين عليك دفع الأجور والمرتبات والمصروفات الأخرى.

4. كم يبلغ "رأس المال العامل" الإضافي الذي تحتاجه؟

قابل المحاسب أو المستشار المالي الخاص بك لمعرفة المبلغ الذي قد تحتاجه لتمويل تجسيري، ثم قرر ما إذا كان يمكنك تمويل هذا من خلال تمويل الديون (مثل قرض من البنك) أو إذا كنت بحاجة إلى البحث عن تمويل استثماري.

5. كيف ستؤثر التكاليف الإضافية على أسعارك؟

لا تضع أسعارك في مأزق.. تأكد من مراعاة جميع التكاليف الإضافية في سعر التعادل.

6. هل يمكنك التعاقد من الباطن على بعض الأعمال؟

يتمثل أحد بدائل تعيين موظفين دائمين، في استخدام موظفين بدوام جزئي أو التعاقد من الباطن على إنجاز بعض الأجزاء في العمل،

ومع ذلك فأنت بحاجة إلى موازنة التكاليف.

7. هل يمكنك تحمل " الاستمرار في " تسليم خدمات التصدير؟

يمكن أن يؤدي حماسك وشعورك بالإثارة نتيجة نجاحك في التصدير إلى إهمال عملائك الحاليين أو تراجع مستويات الخدمة.

8. هل يمكنك إدارة المشروع؟

من المهم أن يكون لديك نظام جيد لإدارة المشاريع في عملك، اسأل جهات الاتصال التجارية الخاصة بك، أو رابطة الصناعة

للحصول على المشورة بشأن برنامج تخطيط المشروع المناسب.

قم بتقييم معرفتك قيم معرفتك

صواب أم خطأ:

1. القدرة "الإمكانية" هي المهارة اللازمة لتنفيذ مهمة ما بنتائج محددة مسبقًا، وغالبًا ما تكون خلال فترة زمنية معينة أو بطاقة وإمكانيات محددة أو كليهما.
2. السعة " هي قدرة محددة لكيان (شخص أو منظمة) أو مورد، تقاس بالكمية ومستوى الجودة على مدار فترة ممتدة.
3. لتقييم سعتك وقدرتك، تحتاج إلى التأكد من أن لديك الأشخاص المناسبين في الأدوار المناسبة وأنت تتطلع إلى التصدير.
4. التوسع لا يعني أنك ستحتاج إلى إعادة النظر في هيكل التسعير الخاص بك.
5. حدد الموظفين الحاليين الذين يملكون القدرة على النمو، خاصة في المبيعات، فهذا أمر مهم في تطوير قدرتك.
6. الموظفون المتمرسون لهم قدرة على التأثير على أسعار التصدير على عكس الإنتاجية.
7. عادةً ما يقتصر التصدير المستند على الخدمة على الخدمة فقط.
8. من الأفضل أن يكون مصدر الشركة المصنعة أقرب إلى (أو في) سوق التصدير الخاص بك.

دليل المصنّدر الفّعال

المدخل الثاني

وضع خطة للتصدير

في هذا الدليل:

- لماذا نضع خطة؟
- متى نقوم بالتخطيط؟
- مراحل التخطيط:
 - قم بتطبيق تحليل سوات
 - اختيار أو تحديد السوق
 - خطط لتحقيق ما سبق



لماذا نقوم بالتخطيط؟ أهمية التخطيط

بمجرد أن تقرر بيع منتجاتك في الخارج، ستحتاج إلى تطوير خطة تصدير.
يجب أن تكون خطة التصدير امتدادًا لخطة عمل شركتك، وأن تركز على ظروف السوق الذي تختاره.
يضمن التخطيط السليم لشركتك أن:

1. تكتشف نقاط الضعف والقوة في العمل قبل البدء في التصدير
2. التعرف على المنافسين في السوق.
3. جمع معلومات دقيقة ومدروسة جيدًا.
4. وضع أهداف تصدير واضحة، وجدول زمني لتحقيقها.
5. تحديد رؤؤس الأموال.

متى نقوم بالتخطيط؟

- نوصيك بصياغة أول خطة تصدير لك في الوقت الذي تقرر فيه أنك تريد البدء في التصدير.
- لا تُعد الخطة مفتاحًا يضمن لك نجاح التصدير، ولكنها أحد أساسيات النجاح.
- تشمل عوامل النجاح الأخرى ما يلي:
 1. التركيز على السوق والمشتري.
 2. اختيار السوق المناسب.
 3. إدارة جيدة للعملاء.
 4. الاستعداد للالتزام برؤوس المال المحددة.
 5. مراقبة الجودة الحالية – الخاصة بالمنتج والأنظمة.
 6. القدرة على التكيف مع احتياجات سوق التصدير.

قائمة التدقيق

- ✓ استراتيجية التصدير السليمة ستساعدك في التعامل مع المصرفيين والمستشارين الماليين والوكالات الحكومية، وستضمن لك النمو في حدود قدرتك وليس التوسع أو التمدد في الموارد.
- ✓ تأكد من التوافق بين أنشطة التسويق المحلية والدولية الخاصة بك.
- ✓ تعرف على نقاط قوتك التنافسية.
- ✓ قم بإنشاء استراتيجية التصدير الخاصة بك بأهداف قابلة للقياس.
- ✓ ضع سيناريوهات أساسية لاختبار كيفية استجابة شركتك للتغيير.
- ✓ اجعله موجزًا - ولكن اجعله محدثًا أول بأول.
- ✓ ابحث عن استشارة الآخرين لمراجعة استراتيجيتك.

إنشاء خطة أعمال التصدير:

الخطوة 1: قم بإجراء تحليل SWOT

- لبدء تحليل SWOT الخاص بك، ابدأ بوضع عنوان لكل مجموعة: "نقاط القوة" و "نقاط الضعف" و "الفرص" و "التحديات".
تحت كل من هذه العناوين، اكتب قائمة بخمس نقاط مرتبطة بعملك ووضع السوق الخارجي، تنطبق نقاط القوة والضعف على الجوانب الداخلية لأعمالك؛ أما الفرص والتحديات فتتعلق بالبحوث الخارجية.
- يجب أن يتضمن التحليل الداخلي لعملك (نقاط القوة والضعف) ما يلي:
- مجال المنتجات
- الحصة السوقية
- المهارات ذات الصلة بالموظفين
- القدرة على الإنتاج
- الأموال المقترضة
- يجب أن يساعدك تحليلك النهائي على تطوير أهداف وخطط عمل قصيرة وطويلة المدى، ويساعدك في توجيه عملية اختيار السوق الخاصة بك.

إنشاء خطة أعمال التصدير الخطوة 2: إجراء تحليل الصناعة

بمجرد فحص حالة شركتك الخاصة، فإن المجال التالي الذي يجب مراعاته هو مجال عملك بشكل عام، كيف تشارك حاليا في السوق

العالمية؟ ستمكّنك مراجعة الصناعة من التقاط الجوانب الرئيسية للصناعة التي ستؤثر على قرارات التصدير الخاصة بك

تحديد رمز «التكويد السلعي» للمنتج الخاص بك

- ما هو التكويد السلعي HS؟
- التكويد السلعي هو منهج ترتيب عالمي يتم فيه تخصيص نفس الرقم المكون من 6 أرقام للرمز إلى السلعة، بغض النظر عن أصلها أو اللغة التي تم تعريفها بها.
- يتكون النظام المنسق من 22 قسم، مقسمة إلى 97 فصل.
- يوجد ما يقرب من 8400 رقم كل منهم مكون من 10 أرقام.

أنا أبحث عن رقم النظام المنسق لطابعة أرغب في تصديرها، الرقم الذي أبحث عنه هو 8471.49.3400

- 84 هذا الرقم المكون من رقمين يمثل: الفرع المحلي الذي يتم فيه تصنيف السلعة
- الفصل 84 بعنوان "المفاعلات النووية والمراجل والآلات والأجهزة الميكانيكية وأجزاء منه".
- 8471 هذا الرقم المكون من 4 أرقام يمثل العنوان في ذلك الفرع المحلي
- العنوان 8471 المعنون بـ "آلات معالجة البيانات الأوتوماتيكية ووحداتها؛ القارئ المغناطيسية أو البصرية، الآلات ، إلخ ..."
- 847149 يمثل هذا الرقم المكون من 6 أرقام العنوان الفرعي للرقم السابق
- العنوان الفرعي 847149 المعنون بـ "أخرى يتم تصديرها في شكل أنظمة: يتم إدخال وحدات المعالجة الرقمية مع باقي النظام

ورقة العمل الخطوة 2أ: ابحث عن بيانات التصدير المتاحة في مجال عملك

- أصبح البحث في مجالك أسهل من أي وقت مضى.
- تحقق من Export.gov لاستكشاف تقارير القطاع الخاص بالصناعة التي تعمل بها.
- سجل ما لا يقل عن ثلاث نتائج رئيسية حول إمكانية التصدير في مجال عملك أو حالة التصدير الحالية التي يمكن أن تؤثر على قرارات التصدير الخاصة بك:

1.

2.

3.

4.

5.

ورقة عمل الخطوة 2ب: ابحث عن مدى تنافسية صناعتك في الأسواق العالمية

- هناك عدة مصادر للحصول على معلومات حول المنافسة المحتملة في التصدير الدولي، بمعنى آخر: خريطة التجارة
- وثق حتى ثلاث نتائج حول منافسيك:

1.

2.

3.

ما هي تقديراتك للمبيعات المتوقعة لمنتجات مماثلة في الأسواق الدولية التي اخترتها للسنة القادمة؟ يرجى توضيح.

ورقة عمل.. الخطوة 2 ج: تقييم إمكانات النمو الدولي لمجالك

- اذكر ما يصل إلى ثلاث نتائج حول إمكانات نمو مجالك:

1.
2.
3.

- ما الذي قد تقودك هذه النتائج إلى اعتقاده بشأن إمكانات النمو الدولي لشركتك؟

إنشاء خطة أعمال التصدير الخطوة 3: المنتجات ذات إمكانات التصدير

ضع قائمة بمنتجات / خدمات شركتك التي تعتقد أن لها إمكانات تصدير، ضع قائمة بنقاط القوة والضعف لكل منهم، بالإضافة إلى ذلك، قم بتوثيق سبب اعتقادك في أن كل منتج منهم سينجح في السوق الدولية، في هذه المرحلة، يجب أن تستند الأسباب إلى معرفتك الحالية.

Product/Service	Strength	Weaknesses	Reasons for Potential Export Success

استنادًا إلى أسباب نجاح التصدير المحتمل، حدد ما إذا كنت تعتقد أن واحدًا أو أكثر من منتجاتك / خدماتك قد يكون لها إمكانات تصدير.

إنشاء خطة عمل للتصدير الخطوة 4: مطابقة منتجك / خدمتك مع الاتجاه العالمي

الآن.. بعد أن حددت منتجات / خدمات تتمتع بإمكانات تصديرية، الخطوة التالية هي تحديد الأسواق الخارجية الأكثر ربحية لتلك المنتجات، يتضمن ذلك:

1. جمع أبحاث السوق الخارجية، أي خريطة التجارة
2. تحديد البلدان ذات الأسواق الأكبر والأسرع نموًا لمنتجك
يمكن أن تكون الدول المجاورة خيارات أولى جيدة للشركات الجديدة المصدرة وذلك لأسباب لوجستية، بالإضافة إلى ذلك، مصر لديها اتفاقيات تجارة حرة مع العديد من البلدان والمناطق؛ يمكن أن يكون لهذه الاتفاقيات تأثير كبير على الشركات الصغيرة التي تمارس الأعمال التجارية في الخارج.
3. تحديد الأسواق الأكثر قابلية للاختراق
بمجرد تحديد وتضييق نطاق البحث في عدد قليل من الأسواق الخارجية المحتملة لمنتجك، ستحتاج إلى فحصها ودراستها بالتفصيل، سجل أفضل ثلاثة أسواق والتي أظهر بحثك أنها الأكثر قابلية للاختراق لمنتجك، واستمر في استكشافها بعمق.

ورقة عمل لأبحاث السوق الخارجية

1. صنف منتجك حسب نظام التكويد السلي.
2. ابحث عن البلدان التي توجد بها أفضل الأسواق المناسبة لمنتجك
3. حدد الأسواق الأجنبية التي سيكون من الأسهل اختراقها
- في كل حالة، ضع في اعتبارك التالي: كيف تقارن جودة منتجك أو خدمتك بجودة السلع المتوفرة بالفعل في الأسواق الخارجية المستهدفة؟
- هل سترك تنافسي في الأسواق المستهدفة التي تفكر فيها؟ نعم / لا
4. قم بتحديد وتضييق نطاق أسواق التصدير التي تنوي متابعتها

إنشاء خطة عمل للتصدير
الخطوة 5: تحديد الأهداف قصيرة وطويلة
المدى
المرحلة أ: تحديد الأهداف قصيرة المدى:

أ-1 قم بعمل قائمة أولية بالخطوات المطلوبة للتحضير للتصدير: حدد سوقًا أو سوقين مستهدفين، قم بالبحث وضع قائمة معايير المنتجات وشهادات المتطلبات، حدد التعديلات الازم إدخالها على المنتج حتى يصبح جاهزا للتصدير.

Market 1: _____

Product Standards	Certification Requirements	Product Modifications Needed

أ-2. بناءً على هذه القائمة، حدّد أهدافك لمدة عامين فيما يتعلق بمنتجات / خدمات الأعمال الدولية الخاصة بك؟ على سبيل المثال: تعديل المنتج وفقاً لـ "تعريف متري"، توسيع الفرص الدولية من الاختراق الأولي للسوق إلى أسواق أخرى مماثلة.

1.

2.

3.

4.

5.

المرحلة ب: تحديد الأهداف طويلة المدى

بالنسبة لعملك.. ما هي أهدافك طويلة المدى في السنوات الخمس المقبلة؟ على سبيل المثال: زيادة مبيعات التصدير بنسبة % سنوياً أو السيطرة على % من حصة السوق.

Goal	Tasks	Requirements

How will the international trade market help you reach your long-term goals? Explain:

المرحلة ج: ضع خطة عمل ذات جداول زمني للوصول إلى تحقيق أهدافك قصيرة المدى.

Next Steps	Timeline	Completion Date

إنشاء خطة عمل للتصدير
الخطوة 6: تحديد استراتيجية التسويق الخاصة بك

المرحلة 1: ضع في اعتبارك نهج عملك العام

What resources are available to develop the market?

Describe any previous export experience and expertise.

Outline the business conditions in the selected markets.

المرحلة 2: تحديد نهج التسعير الدولي الخاص بك.

How do you calculate the landed (in country) price for each product?

What factors have you considered in setting prices?

Which products' sales are very sensitive to price changes?

How important is pricing in your overall marketing strategy?

What are your discount policies?

What terms of sale are best for your export product?

المرحلة 3: حدد نهجك الترويجي

What advertising materials will you use?

What trade shows or trade missions will you participate in, if any?

What time of year and how often will foreign travel be made to customer markets?

المرحلة 4: تحديد خدمات العملاء، قم بتضمين جوانب مثل التدريب الفني في الدولة وخدمة ما بعد البيع.

What special customer services do you offer?

What types of payment options do you offer?

How do you handle merchandise that customers return?

What are your in-country technical training needs?

How will after-sales service be handled?

المحاضرة الثالثة

دليل المصّدر الفعّال

المدخل الثالث

هيكلة مبيعات الصادرات

في هذا الدليل

- مدخل السوق
- كيف ستبيع منتجك أو خدمتك في السوق المستهدفة؟
- أنواع شركاء القنوات
- لبحث عن شريك القناة

مقدمة

- يتعين على الشركات العاملة في الأسواق الدولية التعامل مع مزيج من الأنظمة الحاكمة والتواصل باللغة المحلية وفهم السلوكيات الوطنية والتكيف مع أسلوب الإدارة المحلية.
- يحتاج المصدرون إلى اكتساب فهم أفضل للبيئة التنظيمية من أجل التكيف مع التهديدات والفرص الناشئة.
- في هذا القسم، يتم شرح وكلاء المشتريات وممثلي المبيعات الخارجية والموزعين الأجانب والشركات التابعة والمشاريع المشتركة.

ما هي أوجه أو جوانب تنظيم مبيعات التصدير؟

What companies, agents or distributors have purchased similar products?

	Companies	Agents	Distributors
Product 1			
Product 2			
Product 3			

مباشر أم غير مباشر؟

باستخدام الطريقة المباشرة، ستقوم بتوسيع خطة عملك لإضافة التصدير كنشاط جديد، واكتساب الخبرة والموظفين المطلوبين لتنفيذ
الخطة، وقد يشمل ذلك:

- تحديد مكان المشتريين الأجانب
- تجهيز المنتج ووضع الملصقات عليه
- عمل ترتيبات الشحن
- الفواتير

ومع ذلك، بالنسبة للعديد من الشركات الصغيرة، يمكن أن يكون التصدير المباشر خارج نطاق القدرات الداخلية، إذا كان هذا هو الحال مع
عملك ، ففكر في التصدير غير المباشر من خلال وسيط تصدير.

يمكن القيام بالتصدير المباشر بمساعدة:

- وكيل
تقوم بتعيين وكيل لتمثيل شركتك في السوق المحلي، عادة ما يتم الدفع هنا بطريقة عمولات المبيعات.
- موزع
يشترى الموزع المنتج منك ويبيعه لعملائه، مضيّفًا هامشًا للربح أو يقوم بتحديد سعره الخاص، سيستورد الموزعون منتجك ويحتفظون بمخزون منه، وقد يقدمون خدمة ما بعد البيع للعملاء.
- بائع تجزئة
- المستخدم النهائي بشكل مباشر

يعتبر التصدير غير المباشر أبسط من التصدير المباشر لأنه لا يتطلب خبرة خاصة ولا نفقات نقدية كبيرة، وأنت محاط بالمصدرين يمكنك الوصول إلى:

- (1) وكلاء تصدير المصنعين، الذين يبيعون للمصنع
- (2) وكلاء عمولة التصدير، الذين يشترون لعملائهم في دولة أجنبية
- (3) تجار التصدير الذين يشترون ويبيعون لحسابهم الخاص

ومع ذلك ، فإن الصادات غير المباشرة تدفع ثمن هذه الخدمة كالتالي:

- (1) سيدفعون عمولة للمصدرين من الوسطاء.
- (2) يمكن أن تفقد الأعمال التجارية في الخارج إذا قرر المصدرون تغيير مصادر التوريد الخاصة بهم.
- (3) تكتسب الشركات خبرة قليلة من هذه المعاملات، هذا هو السبب في أن الكثير من المنظمات التي تبدأ بهذه الطريقة تتحول عادة إلى التصدير المباشر فيما بعد.

How does the relationship work?	Agent	Distributor
You control your product's price and terms of sale in market.	Yes	No
You can control which customers your Channel Partner sells to – they are effectively 'your' customers.	Yes	No
You can exert close control over the marketing and branding your Channel Partner uses.	Yes	Depends on the relationship and agreement
The Channel Partner carries the risk of any unsold stock.	No	Yes
You'll pay your Partner via a performance linked commission.	Yes	No – although bonuses may be agreed
Your partner will get compensation from you if your agreement with them is terminated or expires.	Yes	No – but payment is sometimes offered as an 'exit package'
Your partner will have a relatively high risk of competition law issues.	No	Yes
You'll have a relatively simple tax position for income you get from your Partner.	No	Yes
Your Partner will directly take title to your goods before they reach the end customer.	No	Yes
If the end customer doesn't pay their bill, you, not your Channel Partner, carry the risk.	Yes	No

اختيار شركاء القناة وتأهيلهم

كيف أحصل على أفضل أداء؟

من أجل اتخاذ قرار بشأن من سيكون شريكك في السوق الذي تختاره، يجب أن تكون لديك معايير صارمة لتقييم مدى ملاءمته وكفاءته للشراكة.

- سيساعدك هذا في النهاية على اتخاذ قرار موضوعي وعقلاني مناسب لعملك.
- خذ الوقت الكافي للتفكير في نوع الشريك الذي تحتاجه وما تطلب منه القيام به.

فكر في:

سمعتهم في السوق

- إلى أي حد يتمتعوا بالمهنية؟
- هل هم «دافعين» «مسددين» موثوق بهم؟
- متى بدأوا هذه المهنة؟
- هل يفهمون هيكل السوق؟
- ما هي العلامات التجارية التي يعتنون بها؟
- ما مدى جودة أداء علاماتهم التجارية الحالية؟
- هل لديهم حضور قوي في السوق؟



المبيعات

- كم تبلغ النسبة المئوية التي ستمثلها من أعمالهم - هل يمكن أن تكون صغيرة جدًا بحيث لا تلفت انتباههم؟
- ما هي القدرات والموارد المتوفرة لديهم لدفع المبيعات؟ كيف سيفعلون ذلك؟
- هل يبيعون في القنوات الصحيحة؟ هل يمكنهم الوصول إلى عميلك؟
- هل فريق المبيعات "يفهم" منتجك؟
- ما مدى استعدادهم للاستثمار في تنمية منتجك؟

الثقافة - القيم

- هل تشعر بالراحة معهم؟
- هل يحترمون قيمك وأنت تحترم قيمهم؟

كيف أقيم كل المرشحين؟

- بمجرد تحديدك وحصولك على المعايير الخاصة بك، ستحتاج إلى تطبيق ترجيح لكل معيار، بدءًا من 3 (حاسم) و 2 (مهم) و 1 (مفضل).
- ستحتاج إلى أن تكون قادرًا على تقييم أي شريك محتمل وفقًا لهذه المعايير، لذلك من المهم تحديد الأسئلة التي تحتاج إلى طرحها على شريكك حتى تتمكن من القيام بذلك.
- أثناء إجراء مقابلة مع كل شريك محتمل، استخدم جدول بيانات التقييم مثل أداة تقييم الشريك لتصنيف مدى استيفائه للمعايير الخاصة بك.
- ستظهر إجمالي النتيجة لكل شركة قمت بتقييمها - انظر المثال هنا:

PARTNER EVALUATION COMPARITIVE SCORES

	Co.1	Co.2	Co.3	Co.4	Co.5
ORGANISATION / GENERAL STANDING /40	12	40	23	24	30
FINANCIAL BACKGROUND /15	12	12	12	12	12
PRODUCT KNOWLEDGE /15	12	12	12	12	12
MARKETING RESOURCES /15	12	12	12	12	12
COMMITMENT /10	8	8	8	8	8
COMMUNICATION, COOPERATION & SOFT VALUES /5	4	4	4	4	4
TOTAL	60	88	71	72	78
RANK	5	1	4	3	2



كيف أقوم بإجراء التقييم؟

معلومات أساسية:

- ما هو معدل الدوران لديهم؟
- كم عدد الموظفين لديهم؟
- ما هي المنتجات التي يتعاملون معها؟
- هل يبيعون أو يمثلون أي منتجات منافسة؟
- هل هم شركة عامة؟ هل تستطيع رؤية حساباتهم المالية؟
- ما هو سجلهم الائتماني - هل يدفعون فواتيرهم؟

ماذا يقول مورديهم أو مصرفيوهم؟

تحدث إلى بعض عملائهم الحاليين للرجوع إلى الفحص ومعرفة ما كانت عليه تجربتهم، تحقق مما إذا كان يمكنك أيضًا التحدث إلى مصرفهم (بإذن من شريك القناة).

ما هي قدراتهم في اللغة الإنجليزية؟

اكتشف ما إذا كان الرئيس التنفيذي أو المالك يتحدث الإنجليزية، وكم عدد الموظفين الذين لديهم مهارات في اللغة الإنجليزية

ما مدى مهارة موظفي المبيعات لديهم؟

اطلب نسخًا من السير الذاتية لموظفي المبيعات، هل لديهم الخبرة الفنية لبيع منتجك؟

ما هي قدراتهم اللوجستية؟

اكتشف ما إذا كان لديهم المستودعات الخاصة بهم، ويقومون بتنفيذ المبيعات والأنظمة اللوجستية الخاصة بهم.

ما هي شروط الدفع العادية؟

تعيين شريك قناة

عندما تعين شريكًا في القناة، فإنك تدخل عمومًا في اتفاقية ملزمة قانونًا.

من الضروري في هذه المرحلة أن تكون قد طوّرت علاقة قوية مع المالك و / أو الرئيس التنفيذي وصانعي القرار الرئيسيين، تحتاج أيضًا إلى تحديد توقعات واضحة حول الطريقة التي تريد أن تعمل بها العلاقة، بما في ذلك:

- علاقة تتسم بالشفافية
- الإدارة النشطة
- دعم المبيعات والتسويق المتفق عليه
- توقعات أداء واضحة (KPIs)
- التفرد الواضح وتجزئة السوق
- منطقة محددة ستغطيها الاتفاقية
- الملكية وحماية الملكية الفكرية

- ترتيب واضح للمخزون وعقد العينة.
- شروط الدفع
- مدة الاتفاقية – متى تبدأ ومتى تنتهي
- ترتيبات واضحة لتحديد السعر والتحكم فيه.
- العمولة وهوامش الربح.
- إعداد التقارير - بما في ذلك المبيعات ومطالبات الضمان والخسائر والهدر وتواريخ انتهاء صلاحية المنتج والتنبؤات واتجاهات المستهلك، إلخ.
- تسوية المنازعات - بما في ذلك عمليات التحكيم
- عمليات الإنهاء - بما في ذلك أسباب الإنهاء، وترتيبات إعادة شراء المخزون، وتسوية المدفوعات المستحقة، وإشعار الإنهاء ومسؤوليات كل طرف.

وثق اتفاقك كتابيًا

إذا كان منتجك يتطلب التسجيل في السوق، فاستوعب التالي:

- ما إذا كان التسجيل مرتبطًا بك أو بالموزع
- ما إذا كانت قابل للتحويل
- ما إذا كان بإمكان أكثر من كيان واحد الاحتفاظ بالتسجيل في نفس الوقت.

التفرد- التميز

قد يطلب الموزعون في كثير من الأحيان الحقوق الفردية والحصرية لمنطقة كبيرة، إذا أمكن، قم بطرح المنطقة تدريجياً، بناءً على قدرة الموزع على إثبات قوة مبيعاته في مناطق أصغر.

امنح الموزعين فرصة لكسب التفرد بمرور الوقت بناءً على أدائهم، قم بقياس ذلك اعتماداً على معايير معينة لتحديد النجاح. على سبيل المثال ، إذا وصلت مشتريات الموزع إلى مستوى معين في وقت معين، فيمكن أن تكون له ها حصرية بعد ذلك.

تذكر أنه من الأسهل بكثير منح التفرد بدلاً من التخلص منه.

المحاضرة الرابعة

دليل المصنّدر الففال

المدخل الرابع

خطوات عمليات التصدير

في هذا الدليل:

• معالجة الاستفسارات الخاصة بالتصدير

• عملية التوثيق

• إعداد وكيل الشحن

• تقليل أخطاء المصدّرين الشائعة

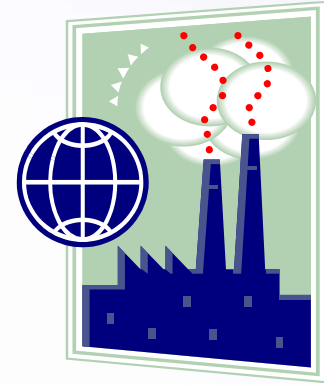
بعد أن تبدأ شركتك في تلقي استفسارات المبيعات، ماذا يحدث بعد ذلك؟

- يبدأ العديد من المصدّرين في تلقي الطلبات الدولية عن طريق العروض، لكنهم يقومون بمعالجة وشحن الطلبات بشكل افتراضي، يتم إعطاء الطلب للشخص الذي يعالج المعاملة ويتم توجيهه إلى "الرجاء التعامل مع هذا بأفضل ما يمكنك" أو "إليك ملف سابق، ما عليك سوى اتباع ذلك"، يحدد ملف التعريف التالي لأمر التصدير الخطوات المهمة لتوصيل المنتج إلى العميل بشكل سلس وخالي من الأخطاء.
- يعد طلب العميل الدولي أكثر تعقيدًا، لأن كل من المشتري والبائع يعملان في ظل ثقافة ومناطق زمنية وبنية قانونية مختلفة.
- من الضروري مراعاة لوائح التصدير في بلدك وكذلك لوائح البلد المستورد عند إعداد وثائق الشحن ثم تحصيل مدفوعاتك.
- يحدد المخطط التالي بعض الخطوات الرئيسية في عملية التصدير، بداية من عرض الأسعار إلى الشحن جنبًا إلى جنب، مع المواعيد النهائية التي تفرضها القوى الخارجية، للوائح وتواريخ التسليم لشركائك في النقل.

1. تبدأ عملية أمر التصدير بطلب عرض أسعار:



From Buyer



To Seller

2. جدارة الائتمان العميل

يجب تطوير تطبيقات الائتمان لتناسب العملاء والموردين الدوليين، يمكن أن يوفر التطبيق معلومات مهمة للتسليم السلس للبضائع وتبادل الأموال.

العميل الحالي - فحص الائتمان

1. حالة خط الائتمان.
2. حالة الدفع السابقة.
3. المخاطر القطرية.
4. مخاطر العملة النقدية.

العمل المحتمل - إجراء تحليل

1. المخاطر القطرية.
2. مخاطر العملة.
3. طلب ائتمان مكتمل.
4. سياسة الشركة الخاصة بحجم الطلب والوجهة وما إلى ذلك.
5. الحصول على تقرير الائتمان
 - o المصرفي الخاص بك
 - o دان و براد ستريت Dun & Bradstreet
 - o التمثيل التجاري
 - o رابطة التجارة
 - o الرابطة الوطنية لإدارة الائتمان NACM
 - o آخرون

3. تقييم المخاطر

بناءً على طلب الائتمان والتقارير وتقييم مخاطر الدولة، سينتقل البائع والمشتري إلى الخطوة التالية

* يقدم موقع الرابطة الوطنية لمديري الائتمان معلومات عن العديد من البلدان كل أسبوع حول العالم في موقع www.nacm.org للإئتمان الأجنبي والأعمال الدولية.

4. الدولة المتحكمة.. بلد البائع والمشتري

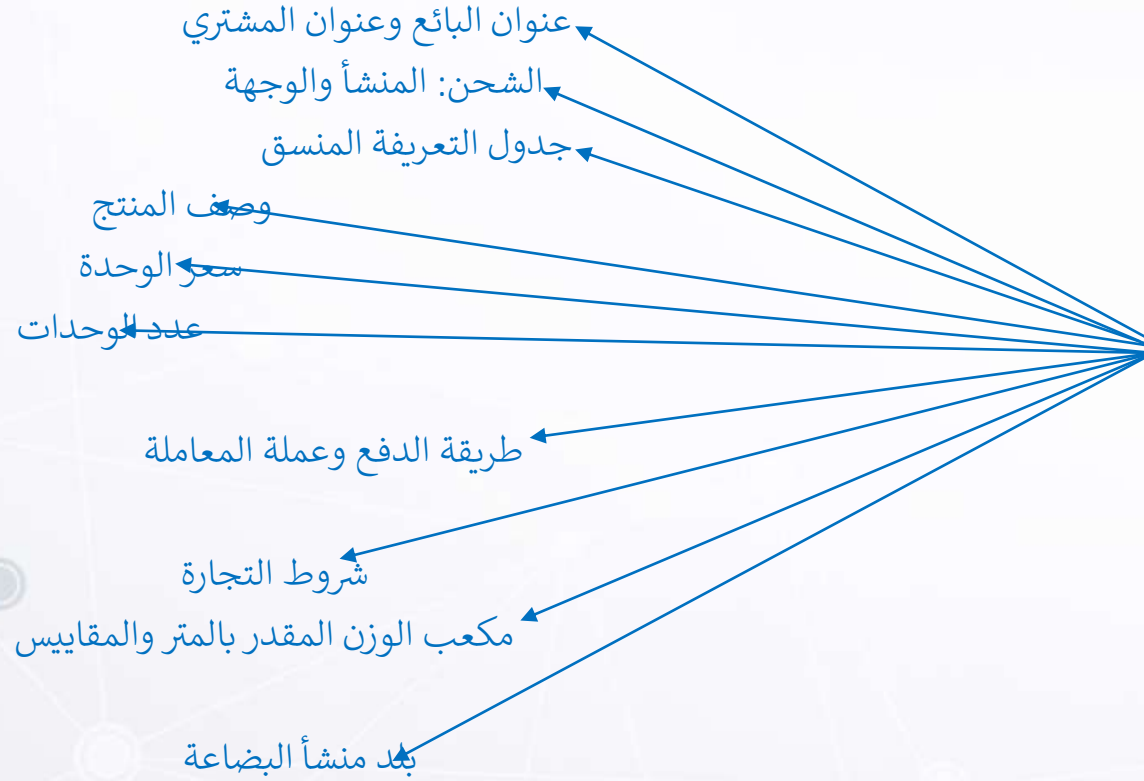
A. قائمة التحقق الخاصة بالموردين

- B. تراخيص الاستيراد
- C. التأشيرات والتصاريح
- D. الوثائق والبيانات
- E. عمليات التفتيش المطلوبة من الحكومة
- F. الشهادات
- G. التعبئة والتغليف

A. قائمة التحقق الخاصة بالمصدرين

- B. جدول الأشخاص المرفوضين
- C. المواطنون المعينون بشكل خاص
- D. قائمة الكيانات
- E. الأطراف غير المؤهلة
- F. قائمة لم يتم التحقق منها
- G. رخصة التصدير
- H. قيود اللغة المرفوضة

5. يقوم البائع بإعداد عروض الأسعار والتفاصيل:



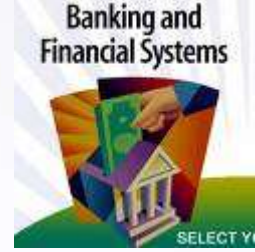
قد تشمل التكلفة المفصلة في عرض الأسعار النهائي ما يلي:



رسوم تعبئة الصادرات



رسوم المحطة



الرسوم المصرفية



رسوم التوصيل



رسوم وكيل الشحن



رسوم التفتيش



التأمين البحري



تكاليف الإستشاري



رسوم الشحن
الجوي
عبر محيط
السكة الحديد
النقل بالشاحنات

6.

مصاريف الشحن والمناولة

حَدّد من يدفع هذه التكاليف البائع أم المشتري، وتشمل عوامل اتخاذ القرار ما يلي:

- المعيار في السوق
- خدمات العملاء للمشتري
- الميزة التنافسية
- طريقة النقل
- Incoterm Selected
- آخر _____

7. السعر وعملية الطلب

- a. يرسل البائع خطاب التعريف، السعر، **البضائع** مرسلة إلى المشتري
- b. يقدم المشتري طلب الشراء
- c. يستلم البائع أمر الشراء أو خطاب الاعتماد
- d. يتحقق البائع من عرض أسعار المطابقات الخاصة بأمر الشراء أو خطاب الاعتماد
- e. يقوم البائع بإدخال الطلب وتأكيد استلام أمر الشراء أو خطاب الاعتماد
- f. **Seller Manufactures**، ثم تصدير منتجات العبوات
- g. يشحن البائع بناءً على شروط الاتفاقيات أو خطاب الاعتماد أو مستندات الشراء



8. يقوم البائع بإعداد المستندات قبل الشحن من منشأته بما في ذلك:

- فاتورة تجارية
- شهادة المنشأ
- قائمة التعبئة
- بوليصة الشحن المحلية
- تعليمات التوصيل
- خطاب تعليمات الشاحن



9. إما أن يقوم مسئول التصدير أو وكيل الشحن بإعداد بيان تصدير شحن ورقي أو إلكتروني في نظام التصدير الآلي للتعداد



يجب تقديمه قبل المغادرة من ميناء الدولة، سواء عن طريق الشاحنات أو السكك الحديدية أو الباخرة أو السفينة

10. عادة ما يقوم وكيل الشحن بالتالي:

- تقديم إيصال الدخول إلى الرصيف إلى شركة النقل البحري أو قبل تسليم البضائع العابرة للمحيطات.
- إعداد شهادة التأمين قبل مغادرة البضائع من منشأ المصدّر بشكل عام عندما يكون مصطلح التجارة هو CIF أو CIP.
- بوليصة الشحن الجوي أو بوليصة الشحن البحري تكون موقعة ومؤرخة على متن الطائرة بمجرد أن يقوم وكيل الشحن أو ممثل شركة النقل البحري بتحميل الشحنة على الطائرة أو السفينة.
- المستندات الإضافية حسب الحاجة أو المطلوبة من قبل المشتري، سواء كانت للتخليص الجمركي أو الخدمات المصرفية بموجب التحصيل المستندي أو خطاب الاعتماد.

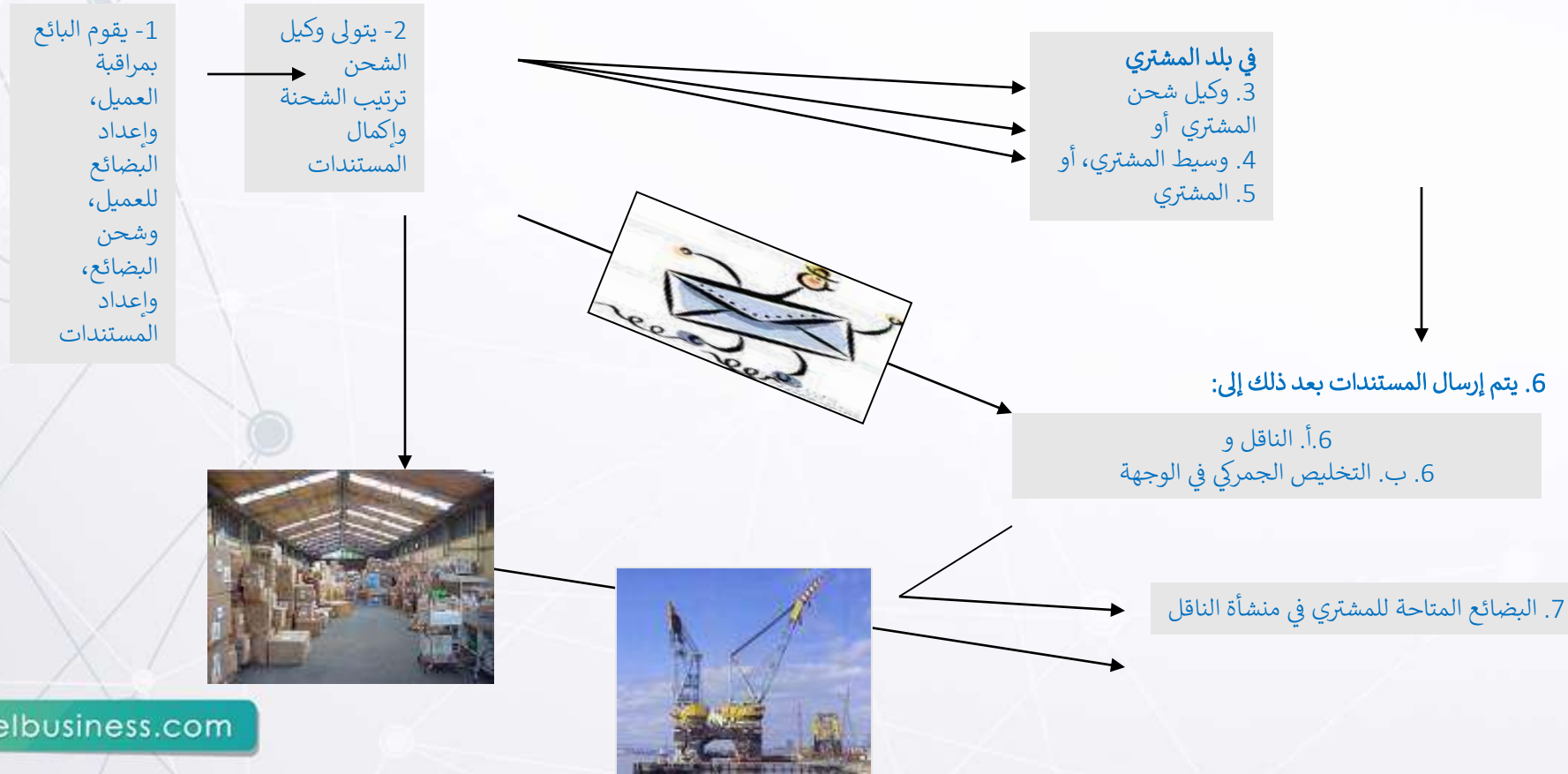
10. عادة ما يقوم وكيل الشحن بـ:

- تقديم إيصال الرصيف إلى وسيلة النقل عبر المحيط أو قبل تسليم البضائع العابرة للمحيطات.
- شهادة تأمين معدة قبل مغادرة البضاعة مصدر المنشأ بشكل عام
- عندما يكون مصطلح التجارة هو CIF أو CIP.
- بوليصة الشحن الجوي أو Ocean Bill of Lading موقعة ومؤرخة على متن الطائرة بمجرد تحميل الشحنة على الطائرة أو السفينة بواسطة وكيل الشحن أو ممثل شركة النقل البحري.
- المستندات الإضافية حسب الحاجة أو المستندات المطلوبة من قبل المشتري سواء كانت للتخليص الجمركي أو المصرفي بموجب تحصيل مستندي أو خطاب اعتماد.

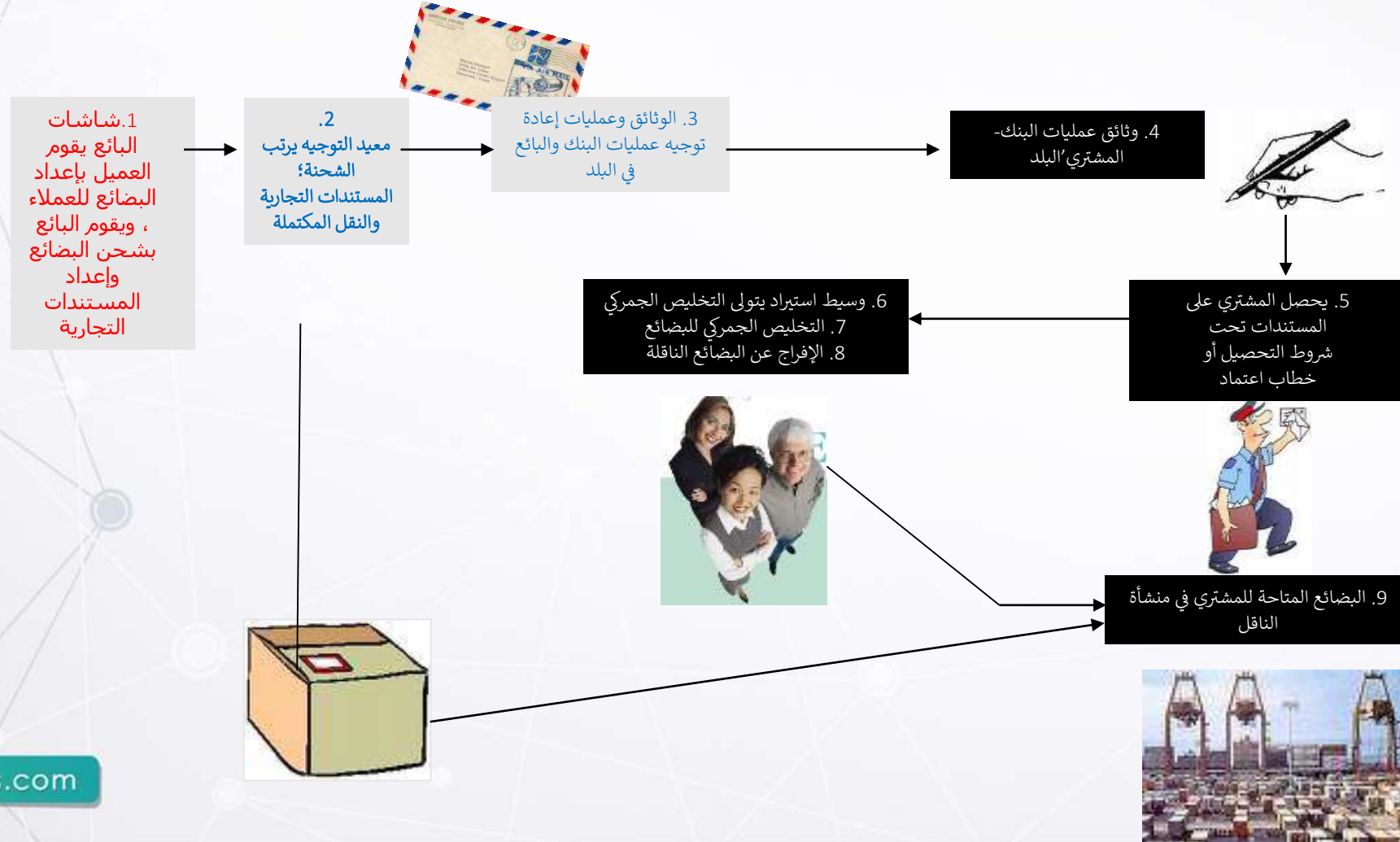
11. يقوم البائع أو وكيل الشحن بتسليم المستندات

في المعاملات النموذجية، يتم اتباع الخطوات التالية: يقرر البائع ووكيل الشحن الدولي من سيرسل المستندات إليه من خلال مراجعة طريقة الدفع المستخدمة.

A. إذا كان الدفع نقدا مقدما أو فتح حساب، يرسل البائع المستندات إلى المشتري أو وكيله المعين مباشرة



ب. إذا كان الدفع بموجب تحصيل مستندات أو تم إرسال خطاب من مستندات الائتمان إلى المشتري من خلال البنوك؛ يُصدر البنك مستندات بشأن تسوية الأموال المملوكة بدفع "على الفور" أو الوعد بالدفع بموجب "مسودة زمنية"



خطوات لتقليل الأخطاء الأكثر شيوعًا التي تحدث للمصدرين

وضع أهداف وغايات محددة بوضوح.

- التواصل مع المصدّرين ذوي الخبرة من خلال الجمعيات المتخصصة، والعمل مع مراكز مساعدة التصدير، وحضور البرامج التعليمية واستخدام الموارد المكتوبة لتطوير خطة تسويق دولية شاملة.
- إذا كنت تريد للتصدير أن يؤخذ على محمل الجد من قبل موظفي شركتك، فيجب أن يكون هناك التزام من الإدارة العليا لدعم تطوير خطة تعليم وتسويق شاملة وبرنامج تنفيذ للتصدير.
- قم بما يجب عليك وأجر البحث المناسب فيما يتعلق بشركائك التجاريين الدوليين: من هم، وما هي خططهم، ويتضمن ذلك وكيل الشحن الخاص بك والمصرف والموزع، والإجابة عن سؤال: هل تتناسب المعلومات التي توصلت إليها مع خطتك؟
- استخدم نهج السوق المستهدف.. افهم السوق الخاص بك، وركز على هذا السوق وقم بتطويره لمنتجاتك وخدماتك.
- هناك اختلافات بين اللوائح والقواعد الخاصة بنا وتلك الموجودة في بلد المشتري. يجوز للعميل طلب تعديلات لتلبية متطلبات الدولة.

خطوات لتقليل الأخطاء الأكثر شيوعًا التي قد تحدث للمصدرين

- ارصد واحرص على مد عملائك المحليين والدوليين بالمعلومات اللازمة، يجب ألا يضطر مدير العمليات الدولي أو موظف خدمة العملاء إلى الخروج إلى المستودع أو طابق التصنيع "لسرقة المنتج لملء طلب دولي، فهذا يحدث لأكبر وكذلك لأصغر الشركات، وغالبًا ما يتم نسيان العميل الدولي عندما يكون السوق المحلي مزدهرًا.
- استمراريًا للحدوث في موضوع النسيان، لا تنس عميلك الدولي عندما يتعلق الأمر بحملاتك التسويقية. ليس كل ما نجح في السوق المحلي سينجح هنا في السوق الدولية، لكن فكر في استخدام بعض هذه الأفكار في الأسواق الأخرى بنصيحة من شركائك التجاريين.
- استخدم لغة المشتري في الملصقات والتعليمات ومعلومات الضمان أو الخدمة حيث لن يفهم الجميع اللغة الإنجليزية.
- فحص الخيارات عند تأسيس وجود في سوق جديد، ألق نظرة على بعض الخيارات بما في ذلك المشروع المشترك والموزعين الأجانب وشركات إدارة الصادرات.

المحاضرة الخامسة

دليل المصدر الفعال

المدخل الخامس

الجوانب التجارية والتنظيمية لعقود التصدير

النقاط الرئيسية:

- تتم جميع المعاملات الدولية وفقاً للشروط والأحكام التي تم التفاوض عليها بينك وبين المشتري.
- من خلال التفاوض على الشروط، فإنك تؤكّد من صفقة التصدير، وتقلّل من المخاطر المتوقعة، وتحمي شركتك في حالة النزاعات التجارية المحتملة، والمطالبات و / أو الإجراءات القانونية.
- عادة ما يتم تحديد شروط التجارة في العقد التجاري، وتشير بوضوح إلى مسؤولياتك ومسؤوليات المشتري.
- يجب أن يتعامل عقد التصدير مع المخاوف التي تنشأ في المبيعات بين البلدان، على سبيل المثال، عملة الدفع واختيار القانون في حالة النزاع.

ما هو العقد؟

يحدث العقد عندما يتفق طرفان أو أكثر على أن يكون لهما حقوق والتزامات معينة فيما يتعلق ببعضهما البعض.

يشمل مصطلح العقد كلاً من المستندات المادية التي تعكس اتفاق الطرفين، بالإضافة إلى العلاقة القانونية التي تشكلت بين الطرفين نتيجة لاتفاقهما.

عادة ما يتضمن عقد بيع البضائع وعد المشتري بالدفع للبائع.

من خلال تقديم هذه الوعود المتبادلة، يصبح كلا الطرفين ملزمًا بشكل قانوني تجاه الآخر، بالوفاء بتلك الوعود، أو مواجهة عواقب عدم الوفاء بها.

نقاط يجب مراعاتها عند التفاوض على العقود والموافقة على الشروط التعاقدية.

أولاً:

يتشكل العقد عندما يقدم أحد الطرفين عرضاً ويعبر الآخر عن قبوله للعرض.

العرض هو تعبير من قبل أحد الطرفين عن موافقته على شروط محددة معينة، بشرط أن يوافق الطرف الآخر المشترك في الصفقة المحتملة بالمثل على نفس الشروط.

قد يكون مقدم العرض هو البائع المحتمل أو المشتري؛ أي يمكن أن يكون هناك عرض للبيع أو عرض للشراء.

لتشكيل عقد، يجب قبول العرض من خلال موافقة الطرف الآخر على الشروط.

يصبح العرض ساريًا ونافذًا قانونيًا عندما:

- يرسل الطرف المقدم العرض؛
- يذكر فيه حق والتزام الطرفين بموجب العقد المقترح؛
- وينص على ما يجب على الطرف الآخر القيام به في المقابل

ثانياً:

- ضع في اعتبارك أن العروض قد تكون قابلة للإلغاء.
- يمكن أن تنتهي صلاحية العرض بشروط خاصة بعد فترة زمنية محددة، ويمكن إلغاؤه قبل استلامه من قبل المتلقي المحتمل، أو يمكن للمشتري أو البائع الذي قدم العرض أن يلغيه صراحةً.
- العرض الذي تم إلغاؤه يعني عدم وجود عقد، لا يمكن تقديم قبول العرض إلا من قبل الشخص الذي تم تقديم العرض له أو وكيل ذلك الشخص.
- يجب أن يشير القبول إلى الموافقة، وبشكل عام، يكون القبول غير مشروط للعرض.
- يمكن الرد على العرض من خلال تقديم عرض مقابل، وهو ليس قبولاً ولكنه في حد ذاته عرض قد يقبله الطرف الآخر وقد لا يقبله.
- يمكن تكوين عقد صالح من عملية التفاوض على العرض المقابل.

طرق تبادل العرض والقبول:

1. اتفاقية شراء: لبائع البضائع، تحدد وصفًا للبضائع والكمية والسعر وتفاصيل أخرى مثل التسليم والتمويل.
تعتبر اتفاقية الشراء هذه عرضًا لشراء بضائع معينة، وقد يقبل البائع المحتمل، عادةً عن طريق إرسال خطاب تأكيد.
2. نموذج PRO FORMA INVOICE أو ورقة عرض الأسعار: تعرض بيع البضائع وتصف السعر والكميات وشروط البيع الأخرى. ويعتبر قبول المشتري المحتمل للشروط الواردة في مستند البائع قبولًا للعرض.

يجب أن تقدم العقود بشكل دقيق التفاصيل التالية:

1. أسماء وأماكن عمل الأطراف
2. وصف كامل للبضائع وكميتها،
3. سعر ثابت أو صيغة نهائية لتحديد السعر (على سبيل المثال، السعر الفوري للمنتجات المعدنية) ، وعملة الدفع، وطريقة الدفع)
4. شروط التسليم وخطر الخسارة بموجب Incoterms 2000
5. طريقة النقل
6. تغطية الضمانات
7. أسباب عدم الأداء المبرر
8. حدود المسؤولية
9. القانون الحاكم والاختصاص القضائي ووسائل الفصل في النزاعات
10. نطاق تعديل العقد وإنهائه والتنازل عنه
11. في حالة مشاركة وسيط البائع أو المشتري، الطريقة التي يتم بها حساب تعويض الوسيط والطرف المسؤول عن الدفع للوسيط.
12. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتضمن العرض تاريخًا يتم بعده إلغاء العرض

الشروط الأساسية:

- أسماء البائع والمشتري: تحقق من اسم شركة المشتري، خاصة عند التعامل مع شركة أجنبية لأول مرة. عادة ما تكون قادرًا على القيام بذلك عبر الإنترنت من خلال سجل الأعمال في الدولة، بخلاف ذلك، اتصل بمكتب الممثل التجاري المصري في بلد المشتري أو سفارة بلد المشتري محليًا.
- سعر الوحدة: يجب أن يغطي سعر الوحدة المنصوص عليه في العقد جميع النفقات والمخاطر بالإضافة إلى السماح بالربح "الربح المسموح"، في نهاية اليوم، أنت تتداول لكسب بعض المال.
- شروط التسليم (شروط التجارة الدولية): يجب أن تشير شروط التسليم إلى نقطة الوصول ويجب أن تشير إلى مصطلحات التجارة الدولية. على سبيل المثال "FOB Port of Alexandria, Incoterms 2010".

• شروط الدفع:

- من المهم تحديد شروط الدفع وإجراءات الدفع بالتفصيل، بالإضافة إلى تحديد جميع المستندات اللازم تقديمها لإتمام عملية الدفع.
- بشكل عام، يتم تحديد هذه التفاصيل في ملحق العقد، في هذه الحالة، بموجب شروط الدفع، يجب أن تُدرج، على سبيل المثال، "خطاب اعتماد مؤكد غير قابل للإلغاء في الأفق وفقًا للملحق رقم 1 المرفق والذي يعد جزءًا لا يتجزأ من العقد الحالي".

• تاريخ التسليم:

- أوصي دائمًا بالإشارة إلى وقت التسليم كمرجع لتاريخ معين منصوص عليه في العقد. قد يكون تاريخ العقد، ولكن الأكثر ملاءمة هو تاريخ استلام تأكيد خطاب الاعتماد، على سبيل المثال، "يجب تسليم البضائع في موعد لا يتجاوز X يومًا من تاريخ استلام تأكيد خطاب الاعتماد من البائع".

شروط إضافية

شرط المطالبة

مثال عبارة "المطالبات"

- 1- أي مطالبة تتعلق بجودة أو كمية البضائع التي سلمها البائع إلى المشتري وفقًا للعقد الحالي يجب أن يقدمها المشتري إلى البائع في موعد لا يتجاوز X يومًا من تاريخ تسليم البضائع المشار إليها في وثيقة النقل.
يجب تقديم جميع المطالبات كتابيًا، وتضمن النسخ الأصلية لأي مستندات تستند إليها المطالبة (بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، المستندات الصادرة عن مفتشين مستقلين، وغرفة التجارة، والوكالات الحكومية المعتمدة، وما إلى ذلك)
- 2- إذا لم يقدم المشتري مطالبة وفقًا للفقرة 1 في غضون الوقت المنصوص عليه في الفقرة 1، فيُعتبر أن المشتري قد تلقى الكمية الصحيحة من البضائع وجودتها ويتنازل المشتري صراحةً عن أي حق لتقديم مطالبة فيما يتعلق بكمية أو جودة البضائع المسلمة.
- 3- يجب ألا يتجاوز مبلغ أي مطالبة يتم رفعها عملاً بالفقرة 1 قيمة العقد للبضائع المطالب بها، إذا تم الاتفاق على شروط الدفع كدفعة مؤجلة، يمكنك إرفاق الفقرة التالية في بند المطالبات.
- 4- أي مطالبة تتعلق بجودة أو كمية البضائع التي تخضع للعقد الحالي وفقًا للفقرة 1 لا تخول المشتري أن يرفض كليًا أو جزئيًا دفع الفاتورة المقدمة من البائع وفقًا للعقد الحالي فيما يتعلق بالبضائع المطالب بها.

• شرط التحكيم:

توصي محكمة التحكيم الدولية التابعة لغرفة التجارة الدولية جميع الأطراف الراغبة في اللجوء إلى تحكيم غرفة التجارة الدولية بتضمين البند القياسي التالي في عقودهم:

"يجب تسوية جميع النزاعات الناشئة عن أو فيما يتعلق بالعقد الحالي بشكل نهائي، بموجب قواعد التحكيم الخاصة بـ غرفة التجارة الدولية، من قبل محكم واحد أو أكثر، يتم تعيينهم وفقًا للقواعد المذكورة في محكمة التحكيم الدولية في باريس.

عند التعامل مع المشتريين، من المناسب تحديد لغة التحكيم في شرط التحكيم، بالإضافة إلى ذلك، يوصى بتضمين ما يلي: "القرار الذي تتخذه محكمة التحكيم نهائي وملزم لجميع الأطراف".

اعلم أن القانون في بعض البلدان قد يضع شروطاً معينة فيما يتعلق بنود التحكيم، استشر محامياً دائماً مع غير الناطقين باللغة الإنجليزية قبل الانتهاء من شرط التحكيم.

• شرط القوة القاهرة:

القوة القاهرة تعني حرفياً "القوة الأكبر"، تعفيك شروط "القوة القاهرة" أنت أو المشتري من أداء التزامات العقد إذا كان الفشل ناتجاً عن ظروف خارجة عن إرادتك أو عن سيطرة المشتري، تسري بنود "القوة القاهرة" عادةً على حالات فشل الأداء الناتجة عن:

1. الكوارث الطبيعية أو "القضاء والقدر" (الزلازل والأعاصير والفيضانات)
 2. الحروب وأعمال الشغب أو الاضطرابات الكبرى الأخرى
 3. القيود الحكومية
 4. فشل أداء الأطراف الخارجة عن سيطرة الطرف المتعاقد (المقاولون من الباطن والموردون و / أو الناقلون)
- من المهم أن تتذكر أن بنود "القوة القاهرة" تهدف إلى إعفاء طرف فقط إذا كان لا يمكن تجنب الفشل في الأداء من خلال ممارسة العناية الواجبة من قبل ذلك الطرف.

مثال لـ "القوة القاهرة":

- لن يكون أي من الطرفين مسؤولاً عن أي فشل أو تأخير في الأداء بموجب العقد الحالي إذا كان هذا الإخفاق أو التأخير ناتجاً عن القضاء والقدر، أو القيود الحكومية (بما في ذلك رفض أو إلغاء أي تصدير أو أي ترخيص ضروري آخر)، أو أعمال الشغب، أو الاضطرابات والحروب والعصيان و / أو أي سبب آخر خارج عن السيطرة المعقولة للطرف الذي تأثر أدائه.
- يجب على الطرف الذي يواجه صعوبة في الوفاء بالتزاماته بموجب العقد الحالي بسبب أسباب خارجة عن إرادته أن يقدم للطرف الآخر إشعاراً كتابياً سريعاً، مع التفاصيل الكاملة، بعد حدوث السبب المعتمد عليه، سيتم تمديد التواريخ التي تتم فيها جدولة التزامات الأداء للوفاء بها لفترة زمنية مساوية للوقت الضائع بسبب أي تأخير ناتج عن ذلك".

شروط أخرى:

1. رخصة الاستيراد، إذا لزم الأمر، هي مسؤولية المشتري. إذا فشل المشتري في الحصول على رخصة الاستيراد في غضون فترة زمنية معقولة، يحق للبائع إنهاء العقد الحالي، لن يتكبد البائع تحت أي ظرف من الظروف أي خسائر ناجمة عن فشل المشتري في الحصول على ترخيص الاستيراد.
2. جميع التعديلات والإضافات على هذا العقد هي جزء لا يتجزأ من العقد، وتصبح سارية المفعول بعد التوقيع عليها من قبل الأطراف المعنية.
3. بعد توقيع العقد الحالي، يتم إلغاء جميع المفاوضات السابقة بين الطرفين.
4. لا يجوز لأي طرف التنازل عن حقوقه والتزاماته بموجب العقد الحالي إلى طرف ثالث دون موافقة كتابية من الطرف الآخر.
5. تعتبر القاهرة (مصر) مكان توقيع هذا العقد."

قضايا أخرى مهمة:

- لغة إنجليزية بسيطة:

استخدم دائماً لغة واضحة وبسيطة ومباشرة في عقودك التجارية، تجنب استخدام التعبيرات الشعرية والفنية والعامية والكثير من الاختصارات، لأن ذلك سيؤدي إلى إرباك المشتري ويمكن أن يؤدي إلى سوء الفهم.

- تنسيقات التاريخ المختلفة:

التاريخ 2002-3-2 هو 3 فبراير 2002 في بعض البلدان وهو 2 مارس 2002 في دول أخرى، هذا يمكن أن يخلق فوضى لك وللمشتري، اكتب الشهر دائماً بالكلمات بدلاً من الأرقام.

- وحدات القياس:

قد تشير وحدة قياس مثل الطن إلى طن متري (2204.6 رطل أو 1000 كجم) أو طن قصير (2000 رطل أو 907 كجم) أو طن طويل (2240 رطلاً أو 1016 كجم). يجب أن تفرق بوضوح بين وحدات القياس لتجنب المشاكل.

• العملة:

يتم إجراء معظم المعاملات الدولية بعملة الولايات المتحدة، فإذا كان الدولار الأمريكي هو عملة العقد الخاص بك، فسوف تخسر المال في حالة ارتفاع قيمة الدولار الأسترالي، وعلى العكس من ذلك، ستتلقى أموالاً إضافية في حالة انخفاض قيمة الدولار الأسترالي / الكندي. يجب إضافة 1-2% إلى مجموع العقد لتغطية مخاطر أسعار الصرف. ولتجنب هذه المخاطر، يمكنك أيضاً التفاوض مع المشتري للتداول بالعملة المحلية، بدلاً من العملة الأمريكية.

• تفسير أو ترجمة:

في بعض الأحيان قد يطلب المشترون توقيع عقد ثنائي اللغة، في هذه الحالة، تعتبر دقة ترجمة الأعمال أمراً بالغ الأهمية، يمكن أن يكون لبعض المصطلحات معنى مختلف تماماً في بلاد مختلفة مما قد يتسبب في نزاعات مكلفة.

• توقيع العقد

• إذا كان العقد يحتوي على أكثر من صفحة واحدة، فمن المستحسن أن توقع كل صفحة على حدة وتطلب من المشتري أن يفعل الشيء نفسه.

مصطلحات عقود العمل العامة وقاموس التعريفات

- **القبول:** الاتفاق غير المشروط على العرض، هذا يخلق العقد.
قبل القبول، يمكن سحب أي عرض، ولكن بمجرد قبول العقد يصبح ملزماً لكلا الجانبين، وأي شروط لها تأثير العرض المقابل الذي يجب أن يقبله الطرف الآخر.
- **الوكيل:** شخص ما تم تعيينه للعمل نيابة عن شخص آخر (المعروف باسم الموكل)، مقدار سلطة التعامل التي يمتلكها الوكيل تخضع للاتفاق بين الموكل والوكيل، ومع ذلك، ما لم يُقال خلاف ذلك، يمكن للأطراف الثالثة افتراض أن الوكيل يتمتع بكامل الصلاحيات للتعامل.
- **الحكم:** استخدام طرف ثالث مستقل لتسوية النزاعات دون اللجوء إلى المحكمة، يجب أن يتفق الطرفان على الطرف الثالث الذي يعمل كمحكم. غالباً ما تشتمل العقود على شروط التحكيم الخاصة بتعيين المحكم مقدماً.
- **الإخلال بالعقد:** فشل أحد الأطراف في العقد في دعم الجزء الخاص به من الصفقة، وهو ما سيؤدي إلى خرق العقد وبالتالي إلى إبطال العقد بالكامل، ويمكن أن يؤدي إلى منح تعويضات ضد الطرف المخالف.

- **اتفاق جماعي:** مصطلح يستخدم للإشارة إلى الاتفاقات المبرمة بين الموظفين وأرباب العمل، وعادة ما تشمل النقابات العمالية، غالبًا ما تغطي أكثر من منظمة واحدة، على الرغم من أنه يمكن اعتبار هذه الاتفاقيات عقودًا، إلا أنها تخضع لقانون العمل وليس قانون العقود.
- **خطابات الراحة:** المستندات الصادرة لدعم اتفاقية ولكن ليس لها أي وضع تعاقدية، غالبًا ما يتم إصدارها من قبل شركة أم أو شركة زميلة تفيد بأن المجموعة ستدعم مركز شركة صغيرة لتحسين مركزها التجاري، ويذكرون دائمًا أنه لا يُقصد منها أن تكون ملزمة قانونًا.
- **ختم الشركة:** مكبس منقوش يستخدم للإشارة إلى التوقيع الرسمي للشركة عندما تكون مصحوبة بتوقيع اثنين من موظفي الشركة، منذ عام 1989، أصبح من الممكن لشركة أن تشير إلى موافقتها دون استخدام الختم، من خلال توقيعين (أعضاء مجلس الإدارة أو سكرتير الشركة) بالإضافة إلى إعلان رسمي، ومع ذلك، لا تزال بعض الشركات تفضل استخدام الختم ويمكن لمواد الشركة أن تتجاوز القانون وتتطلب استخدام الختم.

- **الشروط:** يقصد بها الشروط الرئيسية في العقد، الشروط هي أساس أي عقد وإذا فشل أحدها أو تم تجاوزه، يتم خرق العقد. والشروط على النقيض من الضمانات -النوع الآخر من شروط العقد- والتي تكون أقل أهمية ولن تؤدي عادة إلى خرق العقد - ولكن بالأحرى تعديل في السعر أو دفع تعويضات.
- **اتفاق السرية:** اتفاق لحماية المعلومات السرية إذا كان لابد من إفشاءها لطرف آخر، يحدث هذا غالبًا أثناء المفاوضات بشأن عقد أكبر، عندما قد يحتاج الطرفان إلى إفشاء معلومات حول عملياتهما لبعضهما البعض، في هذه الحالة، تشكل اتفاقية السرية عقدًا ملزمًا بعدم تمرير تلك المعلومات سواء تم توقيع العقد الفعلي أم لا، يُعرف أيضًا باسم اتفاقية عدم الإفشاء.
- **اعتبار:**
 - - في العقد، يجب على كل جانب أن يعطي بعض الاعتبار للآخر، غالبًا ما يشار إليه بالمقابل - انظر المصطلحات اللاتينية أدناه، وعادة ما يكون هذا هو السعر الذي يدفعه أحد الجانبين والبضائع الموردة من الجانب الآخر، ولكن يمكن أن يكون أي شيء ذا قيمة للطرف الآخر، ويمكن أن يكون سلبيًا - على سبيل المثال، وعد شخص ما بعدم ممارسة حق الوصول إلى أرض شخص آخر مقابل الدفع سيكون عقدًا صالحًا، حتى لو لم تكن هناك نية على الإطلاق باستخدام الحق على أي حال.

- **المستهلك:** الشخص الذي يشتري سلعًا أو خدمات ولكن ليس كجزء من أعماله. يمكن أن تكون الشركة مستهلكًا للعقود التي لا تتعلق بأعمالها - خاصة بالنسبة للسلع أو الخدمات التي تشتريها لموظفيها، يتم التعامل مع المؤسسات الخيرية أيضًا كمستهلكين.
 - **إجراءات لارضاء المتطلبات:** العملية الرسمية للتحقيق في خلفية العمل، إما قبل شرائه، أو كطرف آخر في عقد رئيسي، يتم استخدامه لضمان عدم وجود تفاصيل خفية يمكن أن تؤثر على الصفقة.
 - **شروط الاستثناء:** بنود في العقد تهدف إلى استبعاد طرف واحد من المسؤولية في حالة حدوث ظرف محدد، يمكن اعتبارها أنواع شروط الإعفاء.
- تميل المحاكم إلى تفسيرها بدقة، وحيثما أمكن، لصالح الطرف الذي لم يكتبها، في تعاملات العملاء، تخضع شروط الاستثناء للوائح التي تجعل معظمها غير فعال ولكن لاحظ أن هذه اللوائح لا تغطي في التعاملات التجارية.

- **شروط الإعفاء:** بنود في العقد تحاول تقييد مسؤولية الطرف الذي يكتبها. يتم تقسيمها إلى شروط استبعاد تحاول استبعاد المسؤولية تمامًا عن نتائج محددة، وشروط التقييد التي تحاول تعيين حد أقصى لمقدار الأضرار التي قد يتعين على الطرف دفعها إذا كان هناك فشل في جزء من العقد. يتم تنظيم شروط الإعفاء بشكل صارم للغاية في تعاملات المستهلك ولكن هذه لا تنطبق على أولئك الذين يتعاملون في سياق أعمالهم.
- **شروط صريحة:** الشروط المنصوص عليها بالفعل في العقد. يمكن أن تكون هذه الشروط المكتوبة أو الشفهية المتفق عليها قبل أو في وقت إبرام العقد، (انظر الشروط الضمنية)
- **الامتياز:** الاتفاقيات التجارية التي تسمح لشركة ما بالتعامل في منتج أو خدمة تخضع لسيطرة شركة أخرى، على سبيل المثال، يمنح معظم مصنعي السيارات امتيازات لبيع سياراتهم إلى تجار محليين، والذين يعملون بعد، وذلك باستخدام العلامة التجارية للشركة المصنعة.

- **الاستمرارية:** فكرة محاسبية مفادها أنه يجب تقييم الأعمال التجارية على أساس أنها ستستمر في التجارة، وقادرة على استخدام أصولها للغرض المقصود منها، البديل هو التفكك، والذي يحدد القيم وفقًا لما يمكن بيع الأصول به على الفور - غالبًا ما تكون أقل بكثير من قيمتها إذا تم الاحتفاظ بها قيد الاستخدام.
- **شروط ضمنية:** هي الشروط والبنود التي يتم تضمينها في العقد بموجب القانون أو العرف والممارسة دون ذكرها فعليًا من قبل أي طرف. يمكن دائمًا إبطال المصطلحات التي تنطوي عليها العادة والممارسة من خلال عبارات صريحة، ولكن لا يمكن تجاوز بعض المصطلحات التي يتضمنها القانون، لا سيما تلك المتعلقة بالمستهلكين (انظر بنود الإعفاء).
- **دمج و تجسيد:** تضمين أو اعتماد بعض الشروط أو المصطلحات كجزء من العقد، إنه يختلف عن تعريف قانون الشركة حيث يشير إلى الفعل القانوني لإنشاء شركة.

- **أمر قضائي:** في بعض الأحيان تمنحه المحكمة لتوقف اتخاذ بعض الإجراءات، يمكن استخدامه لمنع طرف آخر من فعل شيء مخالف لبنود العقد، تخضع أوامر الإنذار لتقدير المحكمة وقد يرفض القاضي منحها ويمنح تعويضات بدلاً من ذلك - انظر شروط عقد التمويل أدناه.
- **المسئولية المشتركة والمتعددة:** عندما يعمل الأطراف معًا في العقد كشركاء، فإنهم يتحملون مسؤولية مشتركة ومتعددة، بالإضافة إلى كون جميع الشركاء مسؤولين معًا، فإن كل شريك مسؤول أيضًا بشكل فردي عن العقد بأكمله - لذلك يمكن للدائن استرداد دين كامل من أي واحد منهم على حدة، تاركًا ذلك الشخص لاسترداد حصصه من بقية الشركاء.
- **مشروع مشترك:** اتفاقية بين شركتين مستقلتين أو أكثر في مؤسسة تجارية، حيث سيشركون في التكاليف أو الإدارة أو الأرباح أو المنافع الناشئة عن المشروع، ويتم تحديد الأسهم والمسؤوليات الدقيقة في اتفاقية المشروع المشترك.

- **الاختصاص القضائي:** بند الاختصاص القضائي يحدد الدولة أو الولاية التي تحكم قوانينها العقد، وأين يجب اتخاذ أي إجراء قانوني، لا تنس أن إنجلترا واسكتلندا لديهما رموز قانونية مختلفة، وقد يلزم تحديد ذلك.
- **المسئولية:** يخضع الشخص أو الشركة التي تعتبر مسؤولة لالتزام قانوني، يُقال إن الشخص / الشركة التي ترتكب خطأ أو تخلّ بالعقد أو الثقة هي مسؤولة عن ذلك.
- **المسؤولية المحدودة:** عادة ما يشير إلى الشركات المحدودة حيث تقتصر مسؤولية المالكين في سداد ديون الشركة على قيمة أسهمهم، يمكن أن ينطبق أيضاً على العقود التي تم تضمين شرط تقييد صالح في شروطها.

- **التصفية:** التفكك الرسمي لشركة أو شراكة من خلال تحقيق (بيع أو تحويل لسداد دين) أصول الشركة، يحدث هذا عادة عندما تكون الشركة معسرة، ولكن يمكن تصفية الأعمال التجارية الموسرة إذا لم تعد ترغب في مواصلة التداول لأي سبب من الأسباب.
- **التضليل:** عندما يقدم أحد طرفي العقد بيانًا كاذبًا للواقع للآخر، يعتمد عليه ذلك الشخص الآخر، في حالة وجود تحريف، يمكن للطرف الذي تلقى البيان الكاذب الحصول على تعويضات عن خسارته، يتوفر أحيانًا فرصة الإلغاء (إعادة الأمور إلى ما كانت عليه قبل بدء العقد)، ولكن عندما يكون ذلك غير ممكن أو صعب للغاية، يمكن للمحكمة أن تمنح تعويضات بدلاً من ذلك.
- **مدير غير تنفيذي:** مدير لا يعمل مباشرة لصالح شركة ولكنه ينصح المديرين الآخرين، يتمتع أعضاء مجلس الإدارة غير التنفيذيين بالصلاحيات والسلطة الكاملة لأي مدير آخر ويمكنهم إلزام الشركة بأي عقد.

- **عرض:** يجب تقديم عرض للتعاقد بنية إنشاء علاقة قانونية، إذا تم قبوله. يجب أن يكون العرض قابل للقبول (لا يحتوي على أي شروط مستحيلة)، كما يجب أن يكون كامل (لا يتطلب مزيدًا من المعلومات لتحديد العرض) وليس مجرد إعلان.
- **الشركة الأم:** عندما تمتلك إحدى الشركات أكثر من 50% من حقوق التصويت لشركة أخرى، فهي الشركة الأم لتلك الشركة والتي بدورها تصبح تابعة لها، يمكن أن يحدث أيضًا عندما يكون لدى الشركة الأم أقل من 50% ولكن يمكنها التحكم في مجلس إدارة الشركة التابعة: أي أن لديها سلطة تعيين وعزل أعضاء مجلس الإدارة دون الرجوع إلى المساهمين الآخرين.
- **الشراكة:** عندما ينضم شخصان أو أكثر أو منظماتان معًا للقيام بأعمال تجارية.

- **الوكيل:** شخص يعمل نيابة عن شخص آخر لغرض معين، أو النموذج المستخدم لتحديد هذا المنصب أو هذه الوظيفة. في الشركة، يمكن للمساهم تعيين وكيل لحضور اجتماع والتصويت نيابة عنه.
- **النصاب القانوني:** الحد الأدنى لعدد الأشخاص المطلوب تواجدهم في الاجتماع للمضي قدمًا واتخاذ أي قرارات.
- **تصديق – إقرار:** إعطاء السلطة لفعل تم القيام به بالفعل، يمكن لقرار الاجتماع العام للشركة أن يصادق على فعل سبق أن قام به أعضاء مجلس الإدارة؛ أو يمكن للمدير أن يختار التصديق على فعل الوكيل الذي كان خارج نطاق السلطة المحددة للوكيل.

- **مكتب مسجل:**
العنوان الرسمي للشركة كما هو مذكور في السجل بدار الشركات، تعتبر أي مستندات يتم تسليمها إلى هذا العنوان يتم تقديمها بشكل قانوني إلى الشركة.

- **الفسخ:**
له معنيان في قانون العقود، الأول هو عندما يرفض أحد الطرفين الامتثال للعقد وهذا يرقى إلى مستوى خرق العقد، والثاني هو عقد تم عقده من قِبَل شخص قاصر (شخص دون سن 18) ثم تنصل منه في سن 18 أو بعد ذلك بقليل، ثم يبطل الفسخ العقد بدلاً من التسبب في مخالفة العقد.

- **العهد التقييدي:**
غالبًا ما يتم تضمينه في العقود طويلة الأجل وعقود العمل لوقف عمل الأطراف مع المنافسين خلال فترة الاتفاقية ولبعض الوقت بعد ذلك، ومع ذلك، ما لم تكن مكتوبة بعناية، فإن المحاكم ستعتبرها قيودًا على التجارة ولا تفرضها.

- عقد الخدمة:

عادةً ما يُمنح مديرو وموظفو الشركة عقود خدمة تختلف عن عقد الخدمة أو عقد العمل، وذلك لأن المديرين والمسؤولين ليسوا دائماً موظفين ولأن تأثير قانون العمل مختلف.

- اتفاقية المساهمين:

هي عبارة عن اتفاق بين كل حملة الأسهم حول كيف تدار الشركة وتكيف يتم تطبيق حقوق المساهمين، وهذا بمثابة عقد بين المساهمين، والشركة نفسها غير ملزمة بها، لأنها ليست طرفاً في الاتفاقية.

- موضوع العقد:

الكلمات المستخدمة في المستندات المتبادلة بين الأطراف أثناء مفاوضات العقد. تشير إلى أن المستند ليس عرضاً أو قبولاً وأن المفاوضات جارية، غالباً ما يتم استخدام التعبير بدون تحيز عندما يكون المقصود هو العقد.

- **علامة تجارية:** اسم أو شعار مسجل محمي بموجب القانون. يتم منح العلامات التجارية من خلال مكتب براءات الاختراع.
- **مكتب- ضامن السندات:** الشخص الذي يوقع كطرف في العقد. عادة ما يتم تطبيقه الآن على عقود التأمين فقط حيث يكون المتعهدون هم أولئك الذين يوافقون علي تحمل كل أو جزء من المخاطر مقابل أقساط التأمين. ويُعرف وكلاء التأمين في Lloyd's of London أيضًا كأسماء.
- **شروط غير عادلة:** هي بعض الشروط غير عادلة بموجب التشريع ولن يتم إنفاذها من قبل المحاكم ويمكن حتى تفسيرها ضد الشخص الذي أدرجها في العقد. يحمي التشريع المستهلكين بشكل أساسي، ولكن يمكن أيضًا تطبيقه في حالة وجود عقد بين شركة وأخرى يكون فيه أحد الطرفين أقوى بكثير من الآخر.

- **باطل:** العقد الباطل هو عقد لا يمكن تنفيذه أو إتمامه على الإطلاق، يعتبر العقد الباطل باطلاً من البداية، والعلاج الطبيعي لهذا الأمر، إن أمكن، هو إعادة الأمور إلى ما كانت عليه قبل العقد، تعتبر العقود باطلة حين يفتقر أحد الطرفين إلى القدرة على أداء المهمة المتعاقد عليها، أو أن العقد يستند إلى أساس خطأ، أو يكون غير قانوني.

- **الضمانات:**

هي الوعود الواردة في العقد، ولكنها أقل من شرط، يؤدي الإخفاق في الضمان إلى تحمل المسؤولية عن دفع تعويضات (انظر الشروط المالية أدناه) ولكن لن يكون هذا خرقاً للعقد على عكس الإخفاق في الشرط الذي يخرق العقد.

- **دون التحيز- دون المساس:**

- مصطلح يستخدمه المحامون في المفاوضات حول النزاعات حيث يتم تقديم عرض في محاولة لتجنب الذهاب إلى المحكمة، إذا تم رفع القضية إلى المحكمة، فلا يمكن الكشف عن أي عرض أو حقائق دون تحيز كدليل. غالباً ما يساء استخدامها من قبل الشركات أثناء المفاوضات عندما تعني في الواقع أنها تخضع للعقد.

المحاضرة السادسة

دليل المصدر الفعال

المدخل السادس

الشروط التجارية الدولية- نقل المنتج ومخاطر الخسارة

إنكوترمز: الشروط التجارية الدولية

- "تحدد الشروط التجارية الدولية (INCOTERMS) الالتزامات المتبادلة بين البائع والمشتري الناشئة عن حركة البضائع بموجب عقد دولي من وجهة نظر المخاطر والتكاليف والمستندات " الأونكتاد ، 1990

أهمية الشروط التجارية الدولية

- تقليل عدم اليقين الناجم عن الممارسات التجارية في مختلف البلدان.
- تبسيط المفاوضات المتعلقة بالتجارة الدولية.
- ضمان الفهم المشترك للالتزامات.

الغرض- الهدف:

- تبسيط بعض شروط اتفاقية البيع الدولية "التجارة الدولية"
- ما الذي لا تفعله Incoterms "شروط التجارة الدولية"؟
- حل محل اتفاقية البيع أو الشروط والأحكام
- توفير جميع الشروط للبيع الدولي
 - ليس لعقود الخدمة
 - لا تحدد نقل الملكية
 - لا تحدد خرق العقد أو سبل الانتصاف
 - لا تحمي الأطراف من مخاطر الخسارة الخاصة بهم
 - لا تغطي البضائع قبل التسليم أو بعده

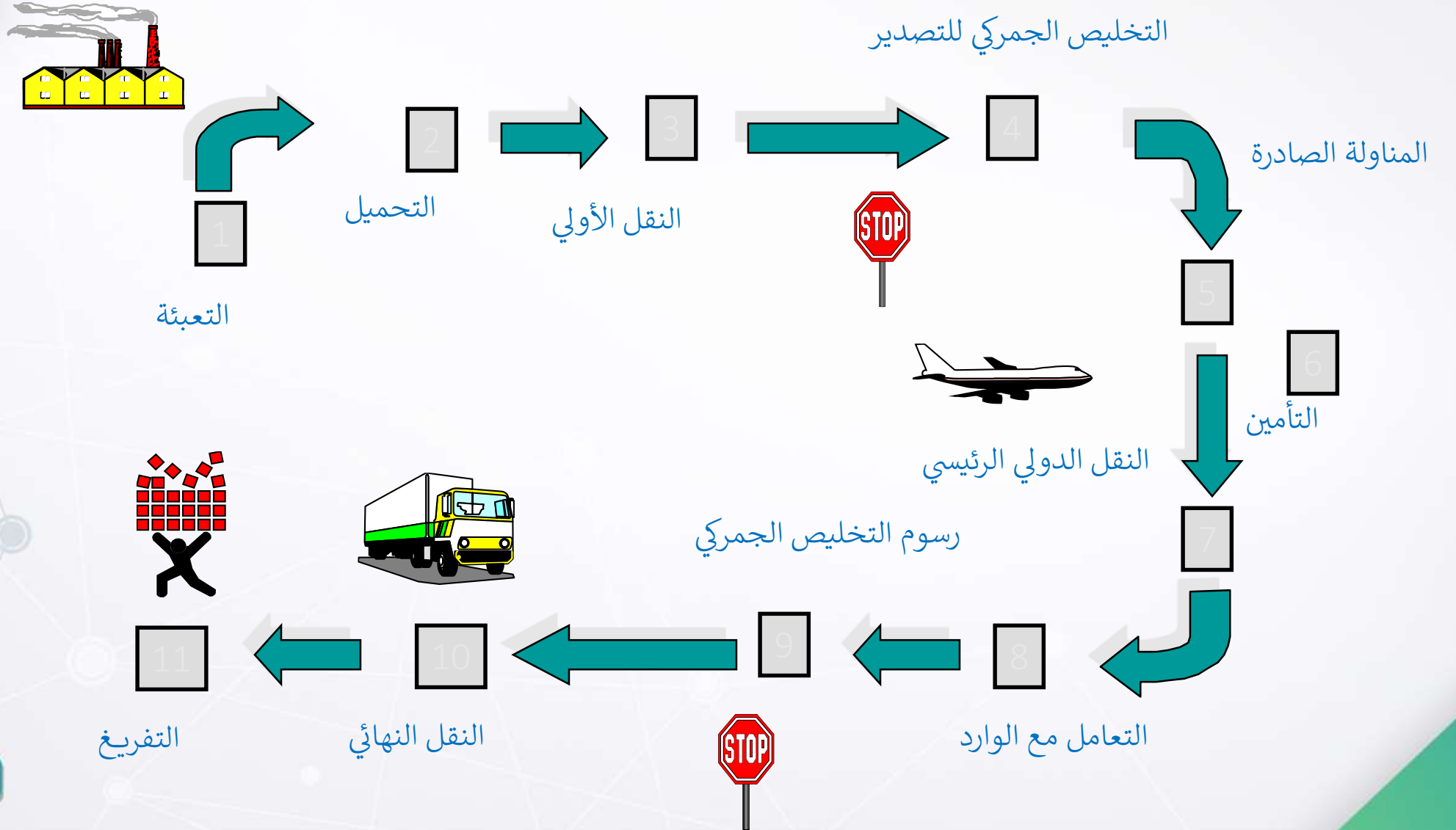
الغرض- الهدف:

- التقدم بطلب لعقد البيع
- ليس عقد النقل
- ليس عقد تأمين
- ليست وثائق متعلقة بالتمويل، حتى لو كانت لهذه المستندات وقاعدة شروط التجارة الدولية المختارة لها بعض الآثار على بعضها البعض.

الغرض- الهدف:

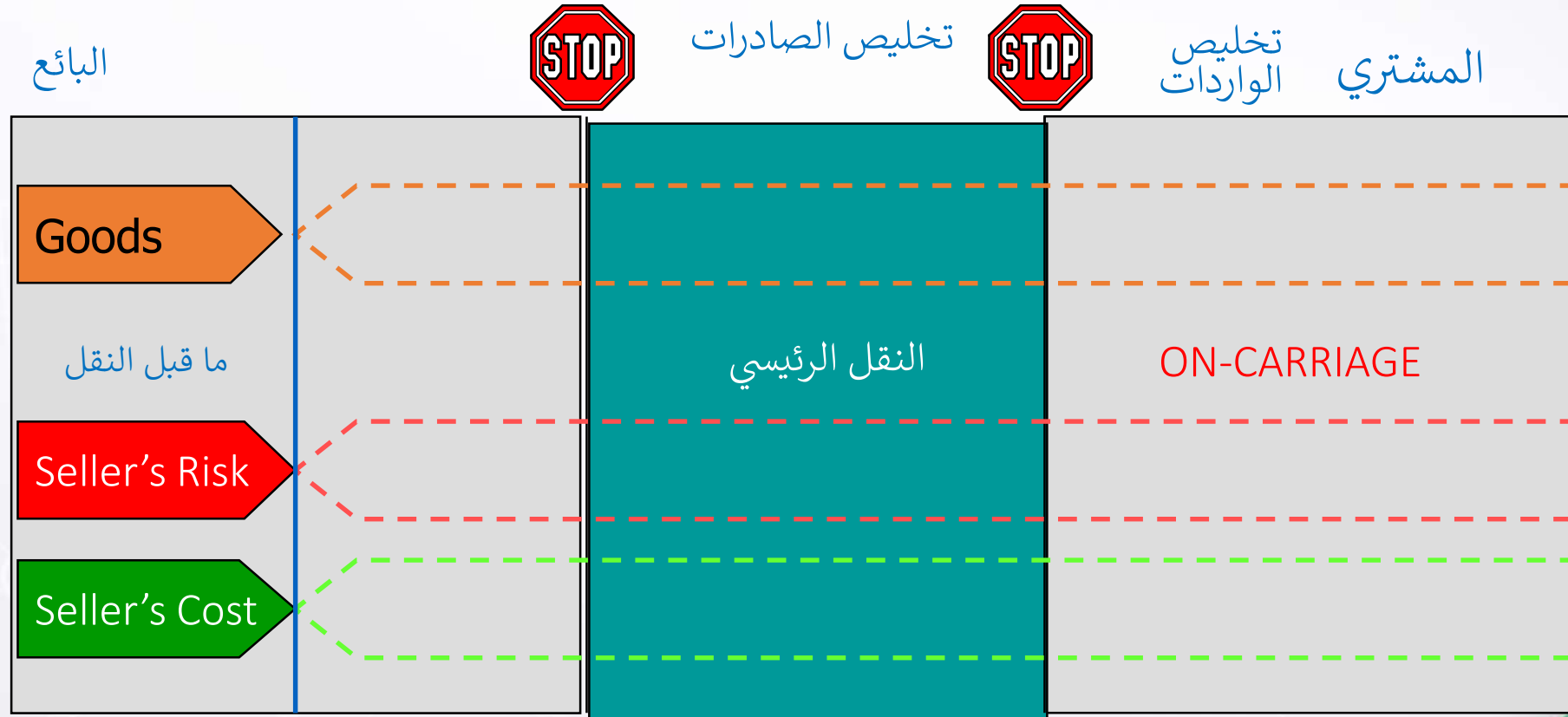
- الشروط التي تغطيها شروط التجارة الدولية
 - التخزين
 - التعبئة والتحميل
 - الشحن الداخلي
 - رسوم المحطة الطرفية
 - رسوم وكيل الشحن
 - الشحن البحري / الجوي
 - الرسوم والضرائب والتخليص الجمركي
 - التوصيل
 - التصاريح الأمنية (جديد في 2010)

خطوات الخدمات اللوجستية العالمية



اختصار (... موقع محدد)

يملي الاختصار الوضع وأين يتم رسم الخطوط

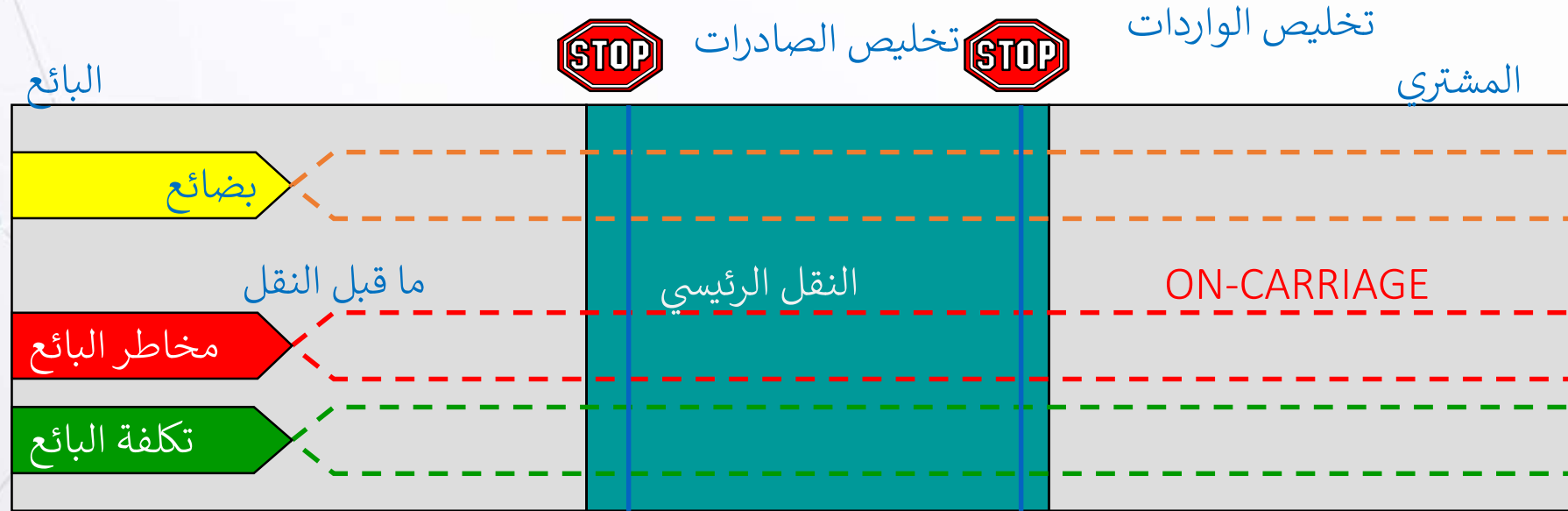


قواعد لأي وسيلة نقل

- الأعمال السابقة
- ناقل حر
- النقل مدفوع إلى
- النقل والتأمين المدفوع إلى
- تلسم في المحطة
- تسليم في المكان
- تسليم الرسوم المدفوعة

EXW (مكان محدد)

بموجب EX Work، يقلل البائع من مخاطره من خلال إتاحة البضائع فقط في مقره الخاص.



Ex Works

- Ex Works

- يقوم البائع بالتسليم عندما يضع البضائع تحت تصرف المشتري في مقر البائع أو في مكان آخر محدد (مثل المصنع، المستودع، إلخ).
- لا يحتاج البائع إلى تحميل البضائع على أي مركبة تجميع، ولا يحتاج إلى تخليص البضائع للتصدير حين يكون هذا التخليص قابلاً للتطبيق.

Ex Works

- أقل متطلبات مقدمًا للبائع
- مثال: " Ex works [المصنع] ويلنج Wheeling، دبلو في، الولايات المتحدة الأمريكية (إنكوترمز 2010)"

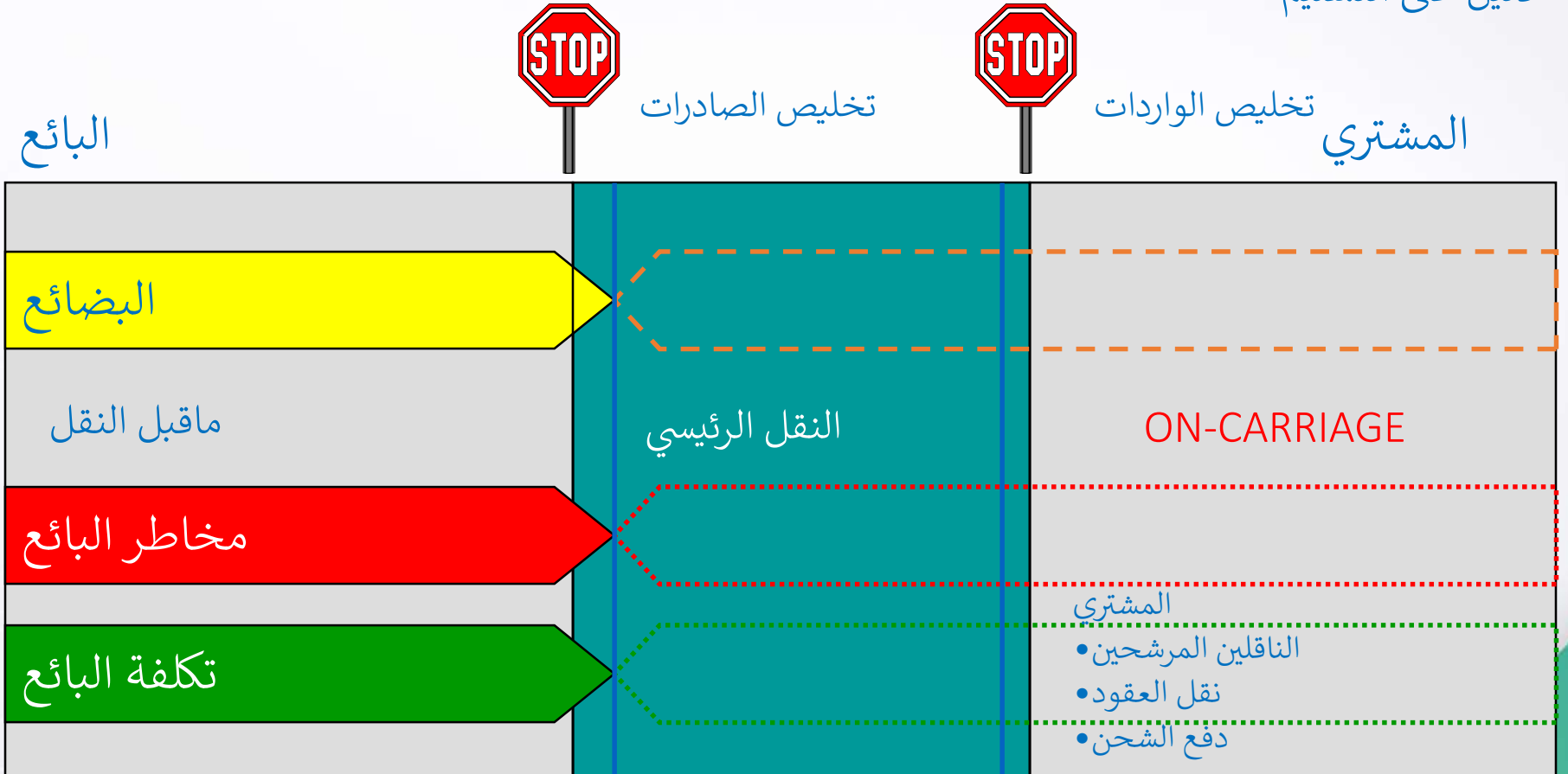
• ملاحظات:

- البائع غير ملزم بتحميل البضائع، حتى لو كان من الأفضل أن يفعل ذلك.
- إذا قام البائع بتحميل البضائع، فإنه يقوم بذلك على حساب المشتري وعلى مسؤوليته.
- الأنسب هو النقل المحلي أو الداخلي، (لا يوجد التزام بأن يقوم البائع بتخليص البضائع من أجل التصدير - لا تقدم المساعدة إلا إذا لزم الأمر على حساب المشتري وعلى مسؤوليته)
- يتحمل المشتري جميع مخاطر الخسارة من الوقت الذي يضع فيه البائع البضائع تحت تصرف المشتري

الناقل الحر... مكان محدد

البائع

- يخلي جمارك التصدير
- يسلم البضائع إلى الناقل
- دليل على التسليم



FCA

الناقل الحر

• الناقل الحر

- يقوم البائع بتسليم البضائع إلى شركة النقل أو أي شخص آخر يعينه المشتري في مقر البائع أو في مكان آخر محدد.
- يُنصح أن يقوم الأطراف بتحديد النقطة جيدًا بأكبر قدر ممكن من الوضوح داخل مكان التسليم المحدد، حيث تنتقل المخاطر إلى المشتري في تلك المرحلة.

الناقل الحر

• ملاحظات

- يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير؛ إجراءات الاستيراد هي مسؤولية المشتري
- يجوز للبائع التعاقد على النقل على حساب المشتري وعلى مسؤوليته

• خيارات التسليم للبائع

- إذا كان المكان المحدد هو مقر البائع: يجب على البائع تحميل البضائع على وسيلة نقل المشتري
- إذا كان المكان المحدد هو أي مكان آخر: يجب على البائع وضع البضائع تحت تصرف المشتري (أو تصرف الناقل الخاص به) في وسيلة نقل البائع (جاهزة للتفريغ)

الناقل الحر

- تحسينات على الأعمال السابقة

- يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير
- يمكن استخدامه لمطالبة البائع بتحميل البضائع، عندما يكون البائع في وضع أفضل للقيام بذلك

- ولكن...

- قد يكون لدى المشتري فكرة بسيطة عما يعنيه التسليم في مصنع البائع
- المشتري لديه تكاليف بالإضافة إلى سعر البيع التي يجب حسابها
- لا يتحكم البائع في شركة النقل والتأمين وما إلى ذلك.

دفع النقل إلى

- دفع النقل إلى "CPT"

– يقوم البائع بتسليم البضائع إلى الناقل أو أي شخص آخر يعينه البائع في مكان متفق عليه (إذا تم الاتفاق على أي مكان بين الطرفين) ويجب على البائع التعاقد من أجل ودفع تكاليف النقل اللازمة لإحضار البضائع إلى المكان المحدد.

دفع النقل إلى

• نقاط مهمة:

– مكان تسليم البضائع إلى الناقل:

• اكتمال التزام البائع بالتسليم

• مرور خطر الخسارة

– المكان المقصود:

• يتعاقد البائع ويدفع مقابل النقل إلى الوجهة المقصودة

دفع النقل إلى

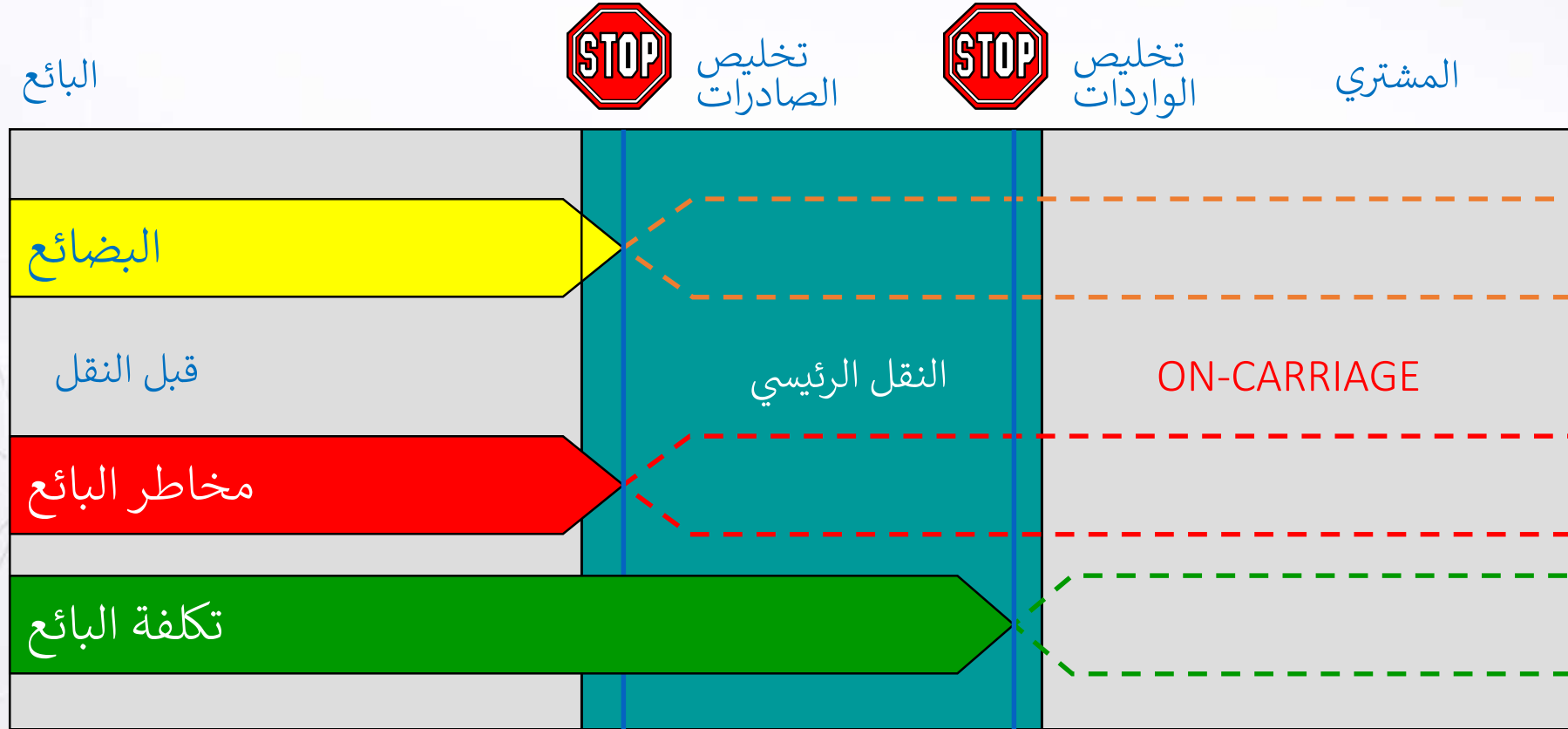
• مثال:

- العقد ينص على أن يقوم البائع بتسليم البضائع إلى مستودع الشحن في تشارلستون، فيرجينيا الغربية، شروط البيع هي "تسهيلات المشتري الخاصة بدفع النقل، 24 Waffle Place، # 1، سنغافورة 048621 ("Incoterms 2010).
- يتم الوفاء بالتزام التسليم عندما يسلم البائع إلى مرفق الشحن في تشارلستون.
- تنتقل مخاطر الخسارة في اللحظة التي يتم فيها تسليم البضائع إلى شركة النقل في تشارلستون.
- لكن البائع يدفع مقابل النقل إلى سنغافورة.

• ملاحظات:

- يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير ويدفع مقابل النقل عبر أي بلد ضروري للتسليم
- لا يلتزم البائع بالدفع مقابل التأمين ولكن يجب عليه تقديم معلومات المشتري لشراء التأمين على حساب المشتري وعلى نفقته
- يحصل المشتري على تراخيص الاستيراد وينفذ الإجراءات الجمركية
- يدفع البائع مقابل كل من التحميل والتفريغ إذا كان مشمولاً بعقد النقل

مكان محدد لتسليم البضائع إلى شركة النقل



دفع الشحن والتأمين

• دفع الشحن والتأمين

- يقوم البائع بتسليم البضائع إلى شركة النقل أو أي شخص آخر يعينه البائع في مكان متفق عليه (إذا تم الاتفاق على أي مكان من هذا القبيل بين الطرفين)؛ يجب على البائع أن يتعاقد على النقل ويدفع تكاليف النقل اللازمة لإحضار البضائع إلى الوجهة المحددة.

• ملاحظات:

- مثل CPT ولكن مع الشرط الإضافي الذي يينص على أن يدفع البائع مقابل التأمين إلى الوجهة المحددة
- شرط التأمين هو الحد الأدنى من التغطية (تأسيس بند البضائع ج) بمبلغ سعر العقد بالإضافة إلى 10٪ من نقطة التسليم إلى نقطة الوصول.
- يجوز للمشتري أن يدفع مقابل تغطية إضافية (إنشاء بنود الشحن أ أو ب)؛ يجب على البائع تقديم المعلومات اللازمة للسماح للمشتري بالقيام بذلك.

دفع الشحن والتأمين

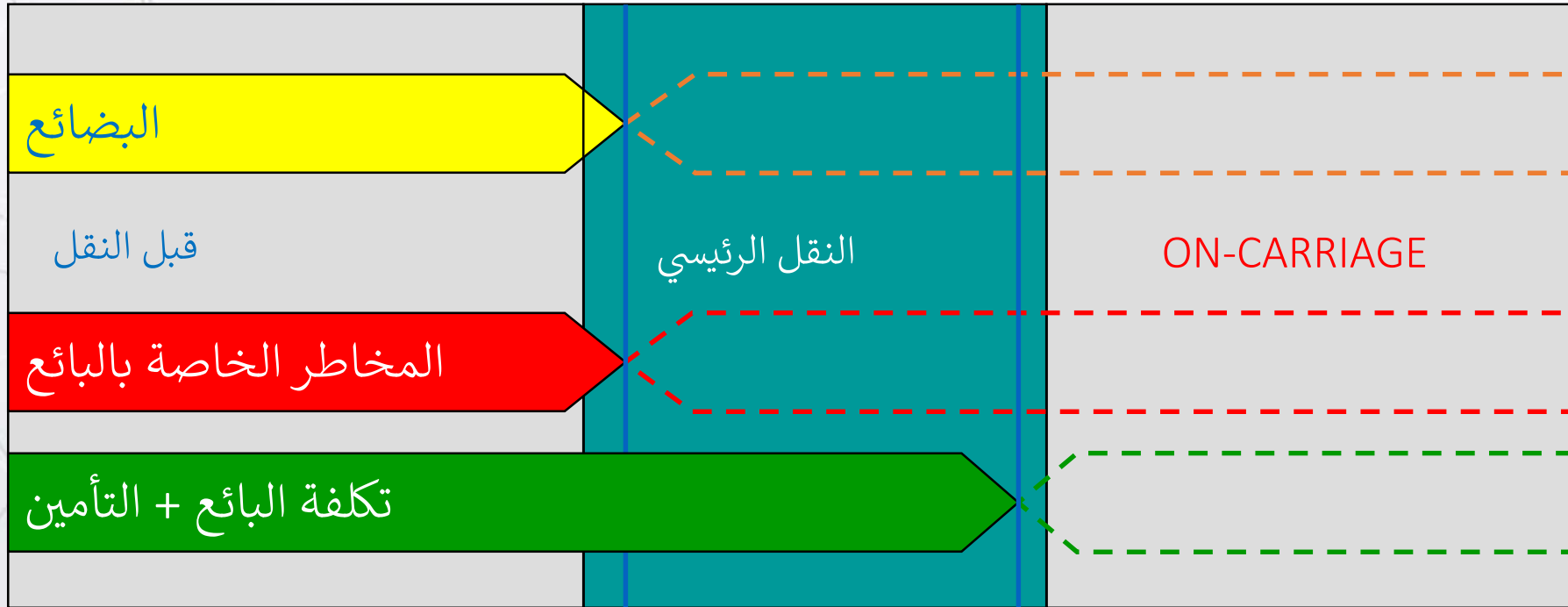
البائع



تخليص الصادرات



المشتري
تخليص الواردات



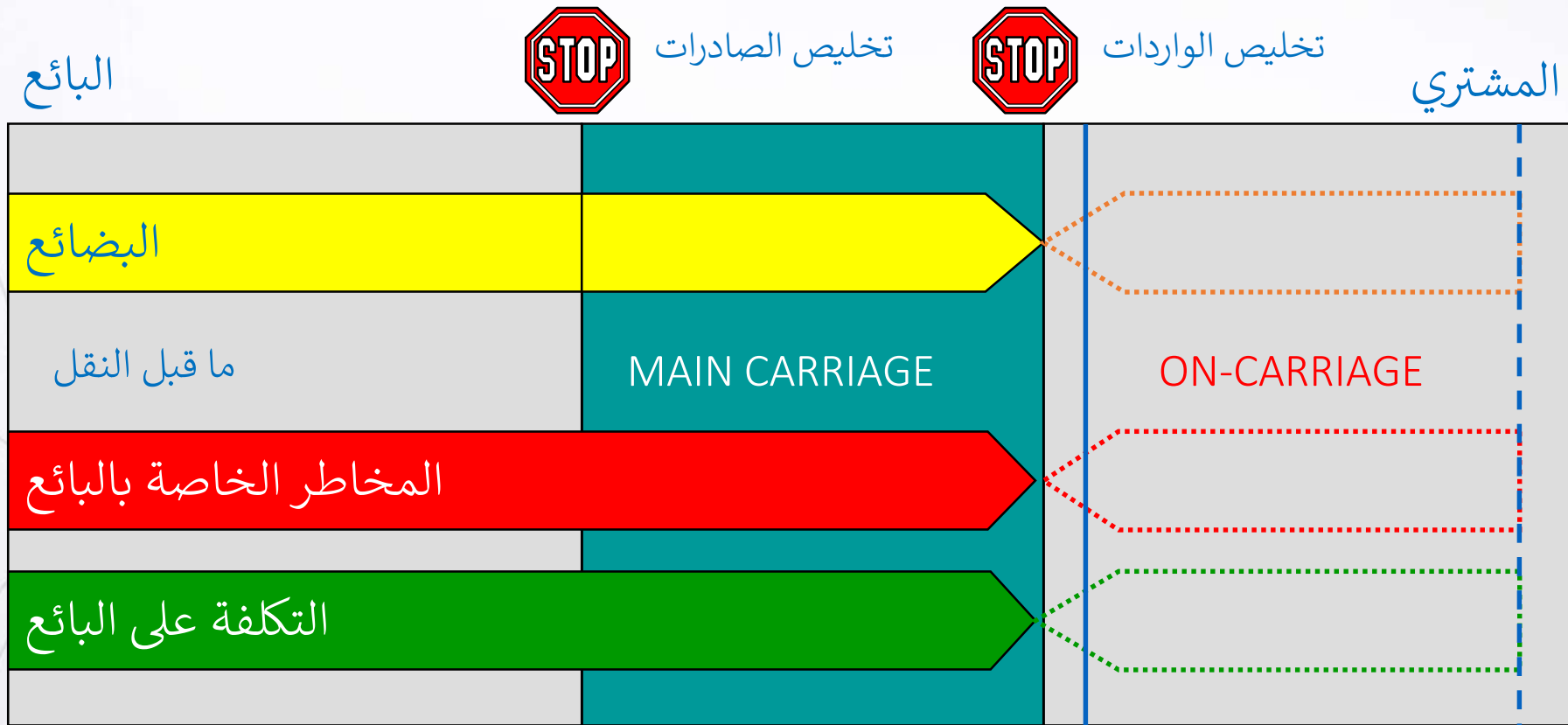
- التسليم بالمحطة النهائية:

- يقوم البائع بالتسليم عندما يتم تفريغ البضائع من وسيلة النقل القادمة، تحت تصرف المشتري في محطة محددة في الميناء أو مكان الوصول المحدد.
- تشمل "المحطة النهائية" أي مكان، سواء أكان مغطى أم لا، مثل رصيف أو مستودع أو ساحة حاويات أو محطة شحن بري أو سكك حديدية أو جوية.
- يتحمل البائع جميع المخاطر التي ينطوي عليها إحضار البضائع وتفريغها في المحطة في الميناء المحدد أو مكان الوصول.

• ملاحظات:

- يتم الوفاء بالتزام البائع وتتم مخاطر الخسارة في نفس الوقت وذلك عندما: يتم تفريغ البضائع في محطة الوصول ووضعها تحت تصرف المشتري.
- يمكن تحديد نقطة داخل المحطة في الوقت الذي يكتمل فيه الالتزام.
- يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير ولكن ليس للاستيراد
- لا حاجة للتأمين
- إذا كانت النية هي نقل التزام البائع إلى بلد المشتري ، فاستخدم DAP أو DDP

DAT (...named place of terminal at the named port or place of destination)



- التسليم في مكان "مكان التسليم"

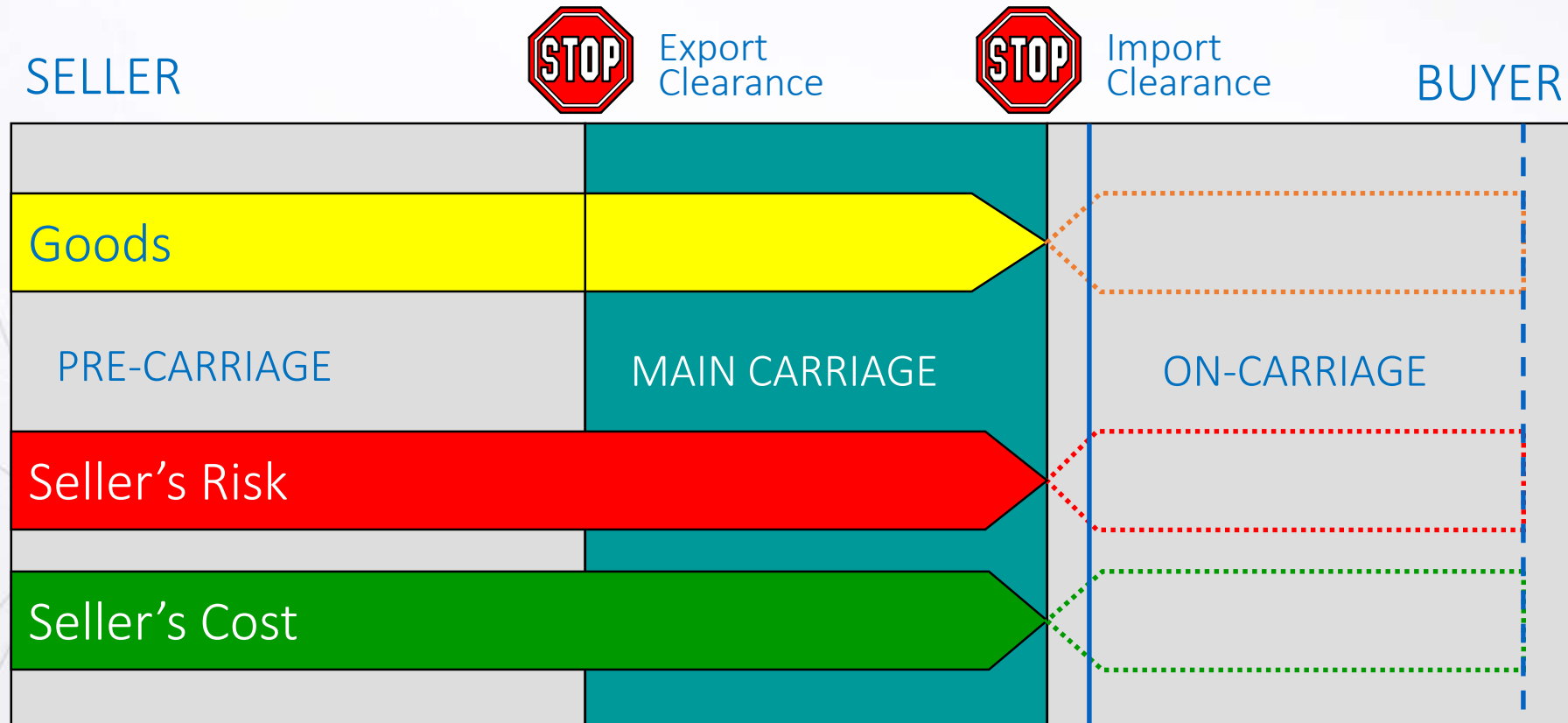
– يقوم البائع بالتسليم عندما تكون البضائع تحت تصرف المشتري على وسيلة النقل القادمة والجاهزة للتفريغ في مكان الوجهة المحدد.

– يتحمل البائع جميع المخاطر التي ينطوي عليها جلب السلعة إلى المكان المحدد. "1234"

• ملاحظات:

- يشبه إلى حد كبير التسليم بالمحطة النهائية، ولكن مع التزام إضافي من قبل البائع في بلد التسليم
- يتم وضع البضائع تحت تصرف المشتري في موقع محدد وجاهز للتفريغ؛ يمر الخطر في تلك المرحلة
- يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير ولكن ليس الاستيراد (استخدم DDP إذا كان النية هو مطالبة البائع بتخليص البضائع للاستيراد أيضًا).
- لا يوجد التزام على البائع لشراء التأمين

DAP (...named place of disposal of buyer)



تسليم الرسوم المدفوعة

• تسليم الرسوم المدفوعة

- يقوم البائع بتسليم البضائع عندما توضع البضائع تحت تصرف المشتري، ويتم تخليصها للاستيراد على وسيلة النقل القادمة الجاهزة للتفريغ في مكان الوجهة المحدد.
- يتحمل البائع جميع التكاليف والمخاطر التي ينطوي عليها إحضار البضائع إلى مكان المقصد ويلتزم بتخليص البضائع ليس فقط للتصدير، ولكن أيضًا للاستيراد ودفع أي رسوم للتصدير والاستيراد وتنفيذ جميع الإجراءات الجمركية.

• ملاحظات:

- مثل "مكان التسليم"، ولكن يتضمن التزام البائع بتخليص البضائع للاستيراد - دفع مقابل أي تراخيص ضرورية
- الحد الأقصى للالتزام للبائع
- إذا لم يكن البائع مناسبًا تمامًا لتخليص البضائع للاستيراد ، فيجب استخدام DAP
- لا يوجد التزام بالدفع مقابل التأمين

قواعد النقل البحري والممرات المائية الداخلية

- تسليم على رصيف ميناء الشحن FAS
- التسليم على ظهر السفينة FOB
- التكاليف وأجرة الشحن CFR
- التكاليف والتأمين وأجور الشحن CIF

تسليم على رصيف ميناء الشحن FAS

- تسليم على رصيف ميناء الشحن

– يقوم البائع بالتسليم عند وضع البضائع بجانب السفينة (على سبيل المثال، على رصيف الميناء) ويرشح المشتري ممكن

التسليم في ميناء الشحن المحدد.

– يمر خطر فقدان البضائع أو تلفها عندما تكون البضائع بجانب السفينة، ويتحمل المشتري جميع التكاليف من اللحظة فصاعدًا.

تسليم على رصيف ميناء الشحن FAS

• ملاحظات:

- يمكن استخدامها في سلسلة البيع حيث يشتري البائع البضائع التي تم تسليمها بالفعل للشحن.
- يلتزم البائع بتخليص البضائع للتصدير وليس الاستيراد.
- لا يلتزم البائع بالدفع مقابل عقود النقل أو التأمين، ولكن يجوز له التعاقد على النقل ويجب عليه مساعدة المشتري من خلال توفير المعلومات اللازمة للتأمين.

تسليم على رصيف ميناء الشحن FAS

- ملاحظات:

- هذه الآلية غير مناسبة عندما تكون البضائع في حاوية ويتم تسليمها إلى شركة النقل في المحطة؛ استخدم FCA.
- قد ترغب في تحديد ما يعنيه أن تكون "بجانب" السفينة.

التسليم على ظهر السفينة FOB

التسليم على ظهر السفينة:

- يقوم البائع بتسليم البضائع على متن السفينة التي حددها المشتري، في ميناء الشحن المحدد، أو يحصل على البضائع التي تم تسليمها بالفعل.
- تمر "تنتهي" مخاطر فقدان البضائع أو تلفها عندما تكون البضائع على متن السفينة، ويتحمل المشتري جميع التكاليف من تلك اللحظة فصاعدًا.

التسليم على ظهر السفينة FOB

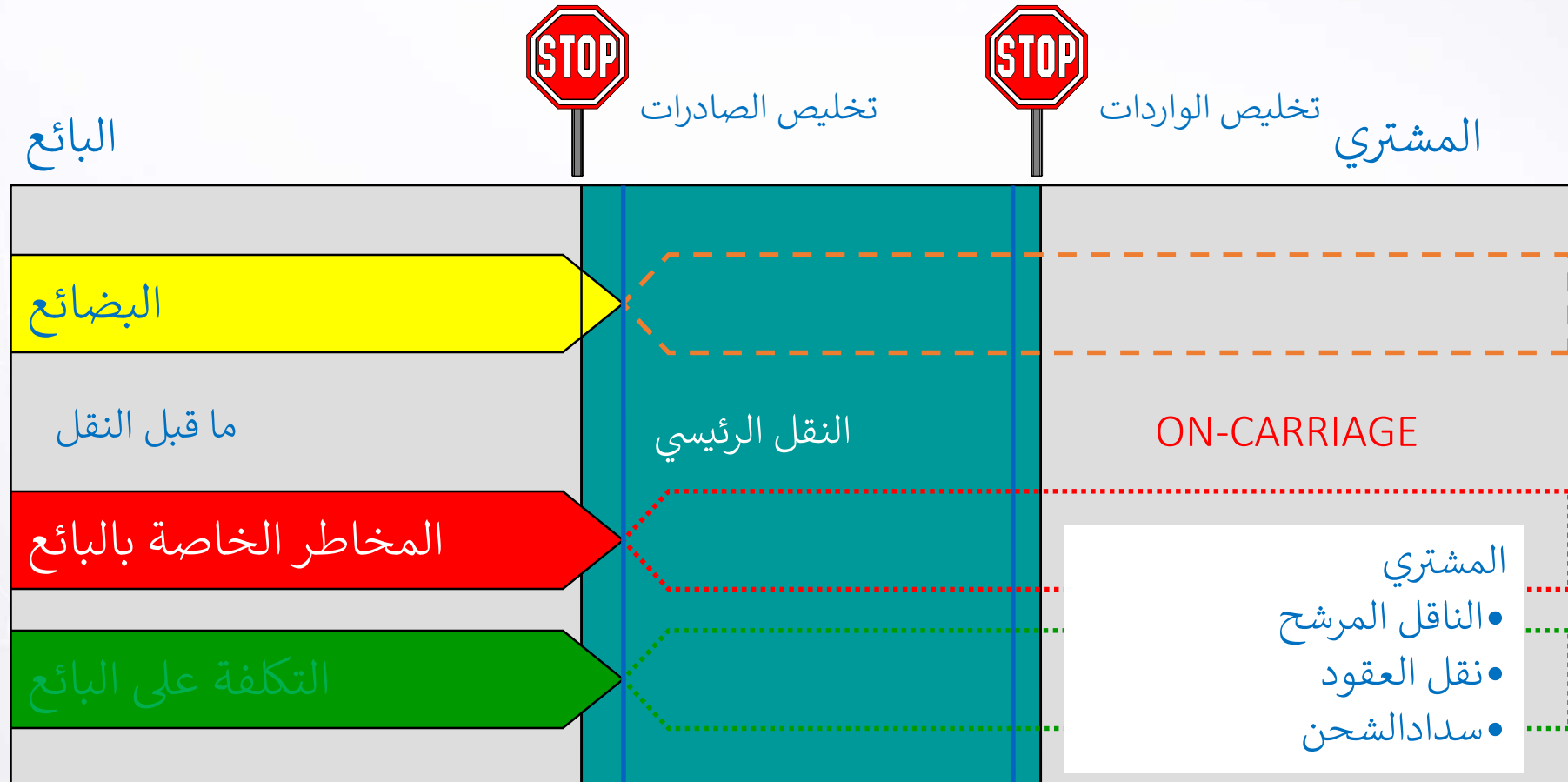
• ملاحظات:

- تم تغيير الإشعار في عام 2010: لم تعد عبارة "التسليم على ظهر السفينة" تعني عبور حاجز السفينة، وإنما أصبحت تعني على متن السفينة.
- تغيير آخر في عام 2010: إذا طلب المشتري ذلك أو إذا كانت ممارسة تجارية ولم يأمر المشتري بخلاف ذلك، يجوز للبائع التعاقد على النقل على مسؤولية المشتري وعلى نفقته؛ قد يرفض البائع ولكن يجب عليه إخطار المشتري على الفور
- لذلك، قد ترغب في استبعاد هذه الآلية إذا كانت هذه هي النية
- مثل FAS ولكن يجب وضع البضائع على متن السفينة
- الاستخدام: "FOB Charleston ، SC ،" (Incoterms 2010) USA

التسليم على ظهر السفينة .. ميناء الشحن المحدد

البائع

- يقدم تخليص جمارك التصدير.
- يسلم ويحمل البضائع على متن السفينة.
- يقدم دليل على التسليم.



التكاليف وأجرة الشحن CFR

- التكاليف وأجرة الشحن

- يقوم البائع بتسليم البضائع على متن السفينة أو شراء البضائع التي تم تسليمها بالفعل.
- تنتقل مخاطر فقدان البضائع أو تلفها عندما تكون البضائع على متن السفينة.
- يجب على البائع التعاقد ودفع التكاليف والشحن اللازم لإحضار البضائع إلى ميناء الوصول المحدد.

التكاليف وأجرة الشحن CFR

- نقطتان غاية الأهمية:

– مكان تسليم البضائع

- يتم الوفاء بالتزام التسليم للبائع عندما تكون البضائع على متن السفينة

- تنتقل مخاطر الخسارة عندما تكون البضائع على متن السفينة

– الميناء المقصود

- يدفع البائع مقابل النقل إلى ميناء الوجهة المقصود.

التكاليف وأجرة الشحن CFR

- أمثلة:

– يقول العقد: يجب على البائع تسليم البضائع على متن السفينة في ميناء تشارلستون، ساوث كارولينا، الولايات المتحدة الأمريكية.

شروط البيع هي: "CFR"، Shanghai (Incoterms 2010).

- يتم الوفاء بالتزام التسليم للبائع عندما تكون البضائع على متن السفينة في ولاية كارولينا الجنوبية؛ ثم يمر أيضًا خطر الخسارة
- يجب على البائع دفع ثمن الشحن إلى شنغهاي

التكاليف وأجرة الشحن CFR

• ملاحظات:

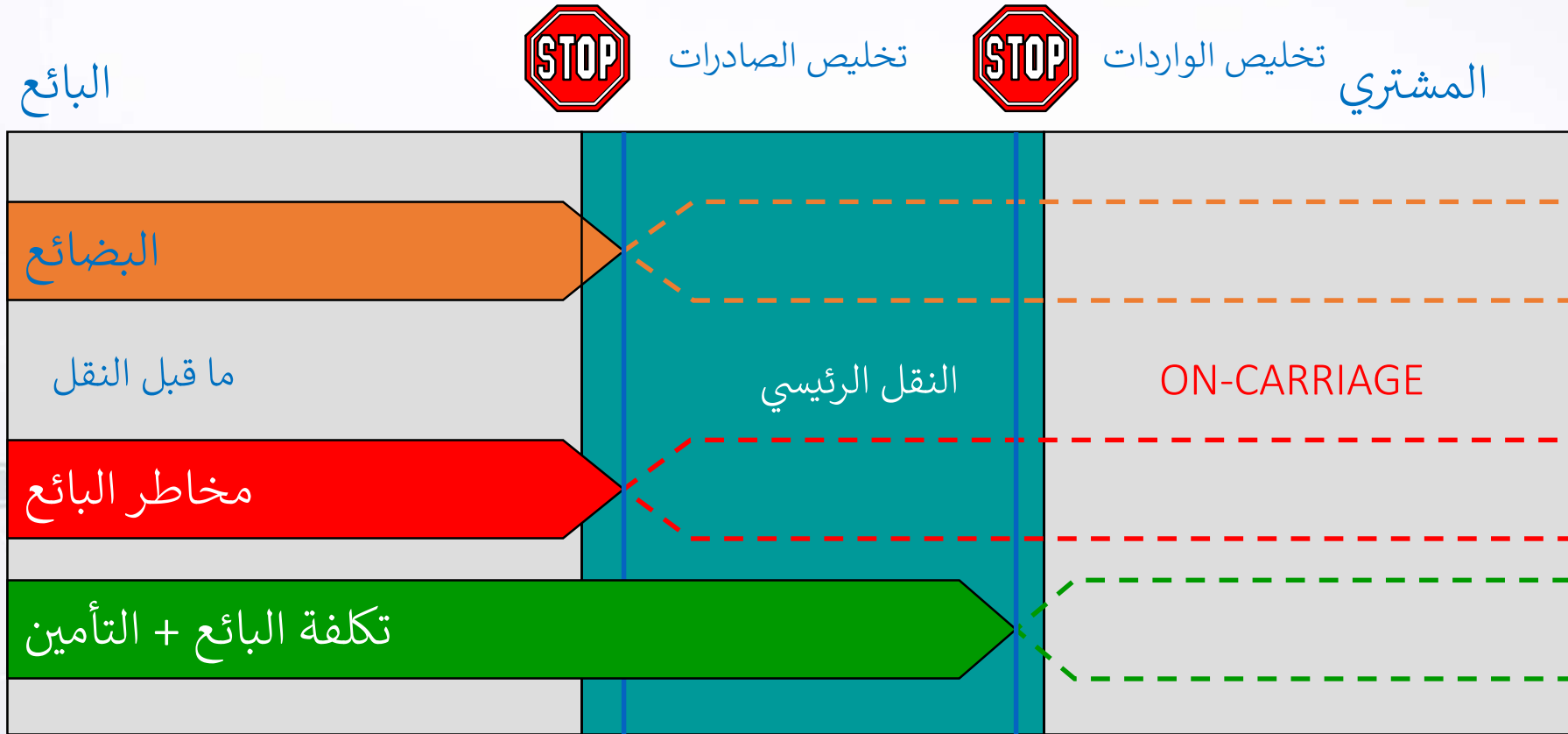
- يدفع البائع مقابل التفريغ إذا كان عقد النقل يغطي التفريغ.
- يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير وليس الاستيراد.
- البائع غير ملزم بالحصول على تأمين.
- إذا كنت تنوي الشحن في حاويات وكان التسليم لشحن آخر غير السفينة، فاستخدم CPT.

التكاليف والتأمين وأجور الشحن CIF

• التكاليف والتأمين وأجور الشحن CIF

- يقوم البائع بتسليم البضائع على متن السفينة أو شراء البضائع التي تم تسليمها بالفعل.
- يمر خطر فقدان تلف البضائع عندما تكون البضائع على متن السفينة.
- يجب على البائع التعاقد ودفع التكاليف والشحن اللازمة لإحضار البضائع إلى ميناء الوصول المحدد.

التكاليف والتأمين وأجور الشحن CIF



المحاضرة السابعة

دليل المصدر الفعال

المدخل السابع

تكلفة التصدير & التسعير

أهداف التعلم:

- تعرف على كيفية تسعير منتجاتك للتصدير .. (ليس فقط للبيع في السوق المحلي)

- سوف تتعلم محددات سعر التصدير

- سوف تتعلم كيفية تقديم سعر التصدير الخاص بك

- كيفية الرد على الاستفسارات

بعض المصطلحات الأساسية

بالنسبة لهذا التدريب، سوف نستخدم الكلمتين الإنجليزيتين "التكلفة" و "السعر" للإشارة إلى مبالغ مختلفة جدًا.

- $COST =$ ما أنفقته أو ستنفقه لصنع شيء ما وتسليمه إلى المشتري.

- $PRICE =$ ما تريد أن يدفعه لك المشتري مقابل منتجك

تقديم:

السعر هو أحد المتغيرات الرئيسية في أي صفقة تجارية دولية، ويختلف بحسب:

- الكمية
- الجودة
- التكاليف
- السوق والمنافسة

عوامل تكلفة التصدير

التكاليف تغطي ما أنفقته أو ستنفقه أو تستخدمه لصنع منتج وتسليمه للعميل:

(1) تكلفة إنتاج المنتج أو تعديله.

(2) تكلفة الترويج.

(3) تكلفة التعبئة والتغليف ووضع العلامات.

(4) تكلفة الشحن أو التسليم.

(5) تكلفة خدمة ما بعد البيع.

التكاليف المتعلقة بالتصدير

- التكاليف المتعلقة بالتصدير:
 - تكلفة تعديل منتج لسوق خارجي
 - التكاليف التشغيلية للتصدير
 - التكلفة المتكبدة عند دخول السوق الخارجية
- ارتفاع أسعار الصادرات نتيجة:
 - تكاليف واضحة ومخفية
- طرق مكافحة ارتفاع الأسعار:
 - أعد تنظيم قناة التوزيع
 - تهئ المنتج
 - تغيير تصنيفات التعريفة أو الضرائب
 - التجميع أو الإنتاج في الخارج

ما هو السعر "الصحيح"؟

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على تحديد السعر المناسب!

بعض هذه العوامل يمكن السيطرة عليها والبعض الآخر لا!

يجب أن يكون تسعير التصدير مرناً!



ما هو السعر "الصحيح"؟

السعر "التسعير" الصحيح:

- يغطي جميع تكاليفك.
- يجب أن يكون مقبولاً لدى المشتري، مما يجعله يوافق على الشراء منك.



أهداف التسعير:

- للاحتفاظ بحصة السوق أو زيادتها أو الدفاع عنها.
- مقارنة الأسعار مع المنافسين.
- القضاء على المنافسة.
- تحقيق الأرباح المستهدفة أو تعظيم الأرباح.
- استخدام الطاقة الإنتاجية الزائدة.
- لعرض صورة عالية الجودة.
- من أجل البقاء.

كل ما سبق يؤدي إلى تحديد السعر المناسب لشركتك.

عناصر التسعير:

- العلاقة بين السعر والكمية، بشكل عام كلما نقص السعر، زادت الفرصة في بيع المزيد من المنتج:
 - هذا يتبع قانون الطلب من وجهة نظر العميل.
 - وعلى جانب التكلفة، يتوافق متوسط تكاليف الوحدة المنخفضة مع زيادة الكمية إذا كانت الشركة تتمتع "بعوائد قياسية".
- لكن الكمية ليست العامل الوحيد الذي يقود التكلفة والسعر.

عوامل السعر - يمكن السيطرة عليها ومستقلة

عوامل يمكن السيطرة عليها:

تكلفة المنتج =

التكاليف المتكبدة لتصنيع وتعبئة المنتج (بما في ذلك: المواد المباشرة، والعمالة، والنفقات العامة للمصنع،

والتكاليف الإدارية والتنظيمية).



عوامل السعر - التكاليف القابلة للتحكم

تكاليف البيع والتوزيع

في التجارة الدولية، تلعب تكاليف النقل والتوزيع الأخرى دورًا رئيسيًا، لذلك يجب أن يكون لدى المصدّر فهم كامل لهذه التكاليف.



تابع التكاليف التي يمكن السيطرة عليها ..

تكلفة دعم التسويق: في الأسواق المتقدمة، يعد الإعلان وترويج المبيعات ضروريًا لتحقيق المبيعات الأولية.

جودة المنتج: يمكن لمنتج فريد أن يطلب سعرًا أعلى.

اتصالات المنتج والصورة: يمكن للإعلان والاتصالات الأخرى أن تعزز جاذبية المنتج.

عوامل السعر المستقلة

- مستويات السعر الرئيسية في السوق المستهدف: في بعض الحالات، يتم تحديد السعر من خلال وجود منتجات مماثلة في

السوق المستهدف

- العرض والطلب في السوق:

هذا يعتمد على كثافة الطلب على المنتج.

مثال: استيراد الخضروات الموسمية المختلفة في مقابل المزرعة محليًا

عوامل السعر المستقلة.....

- المنافسة: تضع المنافسة الشديدة ضغوطا على الأسعار، في بعض الحالات، يتعين عليك موازنة أسعارك مع أسعار منافسيك.
- سعر صرف العملات: غالبًا ما تقلب الأسعار بسبب أسعار الصرف، من الحكمة استشارة قسم الصرف الأجنبي في البنك الذي تتعامل معه للحصول على المساعدة عند تقديم عرض بعملة أجنبية.



نظريات التسعير

هناك نوعان من سياسات التسعير الرئيسية :

- التسعير الموجه نحو التكلفة: هي السياسة الأبسط، يتم احتساب التكلفة لكل وحدة إنتاج، ثم يتم إضافة نسبة مئوية أو هامش ربح إلى هذه التكلفة الأساسية لتحديد السعر.



نظريات التسعير

أكثر الطرق شيوعًا لتطبيق:.

أ- نهج التكلفة زائد:

1. تسعير التكلفة الكاملة.
2. تسعير التكلفة المباشرة.
3. تسعير التكلفة الهامشية.
4. تسعير نقطة التعادل.

1- تسعير التكلفة الكاملة

يأخذ هذا في الاعتبار جميع التكاليف المتغيرة والنفقات العامة الثابتة التي تعزى مباشرة إلى الإنتاج،

بالإضافة إلى هامش الربح المحدد مسبقًا.

نقاط الضعف: لا يؤخذ في الاعتبار جانب "الطلب"، فقد يؤدي ذلك إلى قيام الشركة بإنتاج

منتجات لا يمكنها بيعها



2. تسعير التكلفة المباشرة

يتم التعبير عن تسعير التكلفة المباشرة بواسطة المعادلة التالية:

التكلفة المباشرة = المواد الخام + العمالة المباشرة + تكاليف المصنع المتغيرة

كما يتم إضافة هامش الربح إلى التكلفة المباشرة لتغطية النفقات العامة المقدرة وتحقيق الربح، وبالتالي تحديد التكاليف

المنسوبة مباشرة إلى كل ناتج محدد واستخدام هذه التكاليف لتحديد الأسعار.

3. تسعير التكلفة الهامشية

التكلفة الهامشية هي تقنية محاسبية يتم من خلالها تحديد التكلفة الحدية على

أساس التكاليف المتغيرة الإضافية فقط.

هو المبلغ الذي يتم من خلاله تغيير التكلفة الإجمالية إذا زاد حجم إنتاج المنتج

بمقدار وحدة واحدة.



منحنى تكلفة هامشية نموذجي مع إيرادات هامشية متراكبة. السعر على المحور الرأسي والكمية على المحور الأفقي.

مثال على التكلفة الحدية

لنفترض أن لدينا شخصًا ما دعا أصدقاءه إلى عشاء يتكون من صحن سلطة لكل شخص وعدد المدعوين خمسة، مع افتراض أن صاحب الدعوة لن يأكل.

كانت تكاليف صحن السلطة كما يلي:

تكلفة الخضروات للصحن الواحد = 1.

تكلفة العمالة لتحضير وجبة كبيرة من السلطة = 15 دقيقة تكلفتها 15 (تكلفة الدقيقة 1).

التكلفة الإجمالية لأي عشاء $20 = 15 + 5$

متوسط التكلفة أو متوسط التكلفة للفرد = 20 مقسومًا على 5 (عدد الضيوف) = 4

إذا دعا شخصًا إضافيًا، فستصبح التكلفة الإجمالية 21 (بالطبع على افتراض نفس تكاليف العمالة وأننا لن نحتاج إلى طباخ إضافي) 15 وتكلفة الخضار للشخص السادس 1.

- ستكون التكلفة الحدية هنا $20-21 = 1$ ، بينما متوسط التكلفة للفرد $21 \div 6 = 3.5$

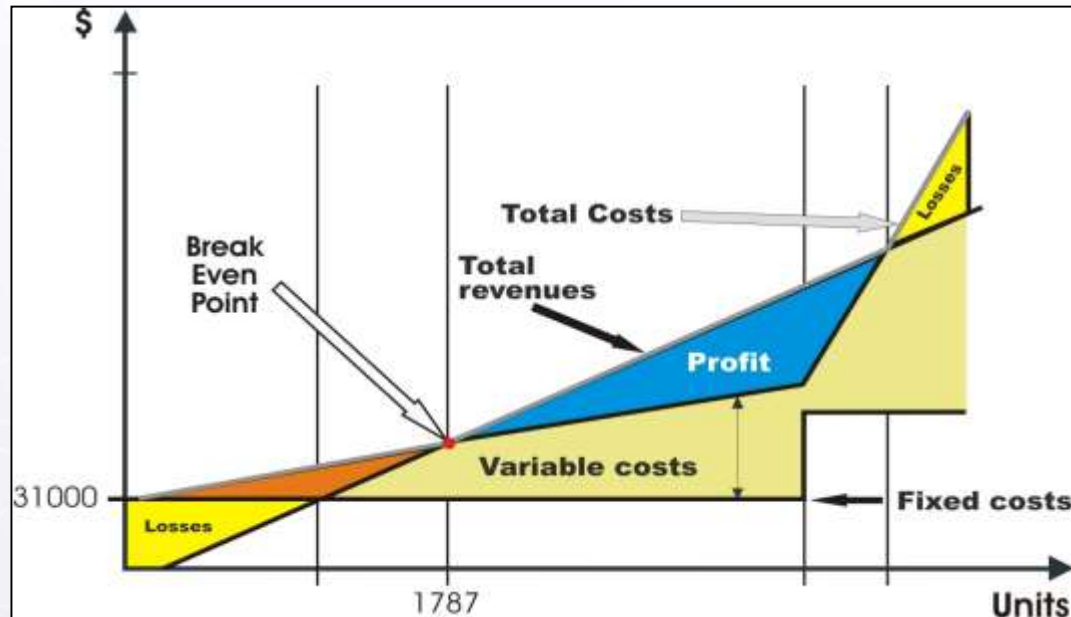
لاحظ أن متوسط التكلفة انخفض، في حين أن التكلفة الحدية للشخص السادس أقل من متوسط التكلفة.

يوضح هذا المثال تأثير عوائد العرض ويوضح دور زيادة الإنتاج بمتوسط تكلفة أقل، لكن في مثالنا، إذا كان الشخص المدعو هو الشخص السابع الذي يدفع تكلفة القوى العاملة الإضافية لإعداد وجبة ثانية (بافتراض أن الوجبة التي أعدها طباخ واحد لا تزيد عن ستة أشخاص) إذا التكلفة الإجمالية ستكون:

- تكلفة الخضار لسبعة 7 + تكلفة العمالة $(15 + 15) = 37$.
- هذه هي التكلفة الحدية للمدعو رقم 7، والتي ستكون $(21-37) = 16$.

4- التسعير بناءً على نقطة التعادل

يسمح التسعير بناءً على نقطة التعادل للشركة بمقارنة نتائج الربح للمجموعات البديلة من الأسعار. يمكن للشركات تحديد الأسعار لتحقيق أقصى ربح من خلال تحديد السعر لكميات معينة. التحقق من الحجم الذي سيحقق أكبر ربح.



التسعير الموجه نحو السوق

1. التسعير الموجه حسب الطلب

2. التسعير الموجه للمنافسة

التسعير الموجه حسب الطلاب

هذا يعني أنه يتم فرض سعر مرتفع حيث تكون مصلحة العميل مرتفعة، ويتم فرض سعر منخفض حيث تكون مصلحة العميل منخفضة، على الرغم من حقيقة أن تكلفة المنتج قد تكون هي نفسها في كلتا الحالتين. بناءً على القيمة المتصورة للعميل، يُطلق عليه أيضًا التسعير "المستند إلى السوق"

التسعير الموجه للمنافسة

يعتمد هذا على السلوك الفعلي أو المتوقع للمنافسين، يربط المصدرون أسعارهم بسعر منافسيهم، الأشكال الرئيسية هي: التسعير وفقا

للسعر الجاري، والتسعير على أساس المظاريف المغلقة.

التسعير وفقا للسعر الجاري = يتم تحديد السعر من قبل قادة السوق الذين يعرفون السعر الذي سيتحمله السوق

التسعير على أساس المظاريف المغلقة = يُستخدم عندما يتعين على الشركات التنافس على العقود على أساس المناقصات.

استراتيجية تسعير الصادرات

(1) استراتيجية تسعير عالية:

- منتجات فريدة أو جديدة
- منتجات اسم العلامة التجارية: حقائب غوتشي
- هامش ربح مرتفع
- الأسواق المحدودة للعملاء الميسورين.
- جذب المنافسة.
- سعر أعلى في البداية وسعر أقل في وقت لاحق

استراتيجية تسعير الصادرات

(2) استراتيجية التسعير المنخفض:

لاختراق الأسواق الخارجية

لزيادة الحصة في السوق

للتخلص من المخزون الزائد أو المتقادم

لتثبيط المنافسة الجديدة

لا يمكن أن تكون استراتيجية طويلة المدى

استراتيجية تسعير الصادرات

(3) استراتيجية تسعير معتدلة

هامش ربح مناسب

يمكنه مواجهة المنافسة والحفاظ على حصص السوق

يجب أن تكون استراتيجية طويلة المدى

تصعيد الأسعار

يشير تصاعد الأسعار إلى التباين / الزيادة في السعر عبر البلدان أو بمرور الوقت، الأسباب في ذلك تشمل:

- تكلفة التصدير
- الضرائب والتعريفات والتكاليف الإدارية
- التضخم، الانكماش
- تقلبات أسعار الصرف
- قيم العملات المتغيرة
- الوسطاء وتكاليف النقل

عينة من أسباب وتأثيرات تصعيد الأسعار

	Domestic Example	Foreign Example 1: Assuming the same channels with wholesaler import- ing directly	Foreign Example 2: Importer and same margins and channels	Foreign Example 3: Same as 2 but with 10 percent cumulative turnover tax
Manufacturing net	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
Transport, c.i.f.	n.a.	6.10	6.10	6.10
Tariff (20 percent c.i.f. value)	n.a.	1.22	1.22	1.22
Importer pays	n.a.	n.a.	7.32	7.32
Importer margin when sold to wholesaler				1.83
(25 percent) on cost	n.a.	n.a.	1.83	+0.73 *
Wholesaler pays landed cost	5.00	7.32	9.15	2.56
				+9.88
				3.29
				+0.99 *
Wholesaler margin (33 1/3 percent on cost)	1.67	2.44	3.05	=4.28
Retailer pays	6.67	9.76	12.20	14.16
				7.08
				+1.42 *
Retail margin (50 percent on cost)	3.34	4.88	6.10	=8.50
Retail price	10.01	14.64	18.30	22.66

ملاحظات: أ. جميع الأرقام بالدولار الأمريكي؛ c.i.f = التكلفة والتأمين والشحن؛ غير متوفر = لا ينطبق.

ب. يفترض المعرض أن الوسيط يتحمل جميع تكاليف النقل الداخلي.

ج. تختلف هوامش النقل والتعريفات الجمركية والوسطاء من بلد إلى آخر، ولكن لأغراض المقارنة، لا يتم عرض سوى عدد قليل من الاختلافات المحتملة.

* ضريبة غير مباشرة

تقليل تصعيد الأسعار

- خفض تكلفة البضائع:
- استخدام طريقة تصنيع فعالة
- التصنيع خارج الحدود
- المصادر العالمية
- خفض جودة المنتج
- تخفيض الرسوم الجمركية (باستخدام التصنيف الجمركي)
- تخفيض تكاليف التوزيع
- استخدام مناطق التجارة الخارجية
- تحقيق ربح أقل

مفاوضات السعر

- كن على علم بأن السعر هو جزء واحد فقط من حزمة شاملة، تجنب تنازلات الأسعار المبكرة.
- ضع في اعتبارك بعناية الامتيازات التي تقلل السعر أو الربحية.
 - الخصومات وشروط الدفع وميزات المنتج
- تعرف على الظروف في سوق المستورد.
 - اعرّف عميلك ومنافسك
- ركز المفاوضات أولاً على القضايا الموضوعية.
 - (الجودة والتسليم) ثم على السعر.



عناصر شروط التجارة الدولية "INCOTERM" لهيكل أسعار التصدير

1. تكلفة المصنع للمنتج والربح = EXW / EX Works.
2. تصدير التعبئة ووضع العلامات، التحميل، النقل البري، التوثيق = FCA Free Carrier At....
3. رسوم النقل ورسوم المناولة = CPT Carriage مدفوع إلى ..
4. التأمين = CIF / CIP تكلفة التأمين المدفوعة.
5. النقل إلى مستودع المستورد والرسوم والضرائب ورسوم وكيل التخليص = DDP Delivered Duty Paid.
6. ترميز المستورد، وترميز تاجر الجملة وترميز بائع التجزئة = السعر للمستهلك..

أسعار التصدير

العنصر الأساسي الذي يمكنه تحويل الاستفسار إلى أمر هو عرض الأسعار - تحديد
السعر وشروط وأحكام البيع التي يوافق المصدر بموجبها على توريد المشتري..



المتطلبات الأساسية عند الرد على استفسار ..

السرعة: استجب بسرعة لتظهر أنك حريص وفعال.

الوضوح: كن واضحًا وقم بتضمين التفاصيل ذات الصلة التي يطلبها العميل

الجودة: قم بعمل نسخة احتياطية من جميع المطالبات المقدمة، وقدم عرض أسعار احترافي

المتابعة: العجلة التي تصدر أكبر قدر من الضوضاء تحظى بأكبر قدر من الاهتمام

يجب أن يحتوي تحديد الأسعار الجيد على..

- بعض التعبير عن الشكر على الاستفسار
- وصف واضح وموجز للبضائع والكميات
- بيان الشروط والتسليم والتعبئة والتغليف
- تفاصيل الأسعار والخصومات
- تاريخ التسليم
- الفترة التي يكون السعر ساري وصالح لها.
- طريقة الدفع المفضلة
- كن متفائلا ومتحمسا في جميع المراسلات.

Form 1
EXAMPLE OF A FORMAL QUOTATION

(1) **Morning Air Conditioners, Inc.**
780 Dixie Drive
Dayton, Ohio 45414 USA

Tel: 937-454-5044 Fax: 937-454-5099

Date Issued: YY-01-13

Quote No. 10001

Sold To:

OLSEN IMPORT REFRIGERATION & SERVICE
date

BYGADEN 46 KARREBAEK
receipt

4736 KARREBAEKSMINDE, DENMARK

Tel: 45 55 44 10 37

Fax: 45 55 21 23 56

Ship To:

OLUSEN DISTRIBUTION CENTRET

134 LUETHAVEN VEJ

2600 COPENHAGEN AIRPORT, DENMARK

(2) Unit No. Quantity

Model A43220 30

Description/HS Number

Automatic Remote Thermostats

H.S. 9032.10

Country of Origin: USA

Unit Price (3) Extended Price in USD

850.00

\$25,500.00

Total EXW Plant, Dayton, OH

\$25,500.00

Shipping Costs Dayton, OH to Chicago Airport

Includes Inland freight, export packaging, and

export clearance fees

FCA Chicago Airport, IL

\$174.00

\$25,674.00

Shipping Costs Chicago Airport to Copenhagen includes forwarder's fees, insurance,

air freight and corresponding surcharges, and inland freight to the "ship to"

\$ 1,528.88

(4) TOTAL CIP COPENHAGEN, DENMARK

\$27,202.88

"These commodities, technology or software will be exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Diversion contrary to US law prohibited."

Title Transfers With: Delivery to International Carrier Frequency of carrier departure: bi-weekly

Insurance: All risk, warehouse to warehouse for 110% of invoice value insured under our open cargo policy.

Estimated PACKING DETAILS:

1 Cardboard Carton

Gross Weight: 1060 kg. (2336 lb.)

Dimensions: 45"X45"X56" = 65.6 CUFT/1.86 CBM

Net Weight: 954 kg. (2102 lb.)

(9) "Disputes shall be resolved under the rules of the American Arbitration Association, with arbitration proceedings to take place in New York, New York, USA."

(10) The receipt of a Purchase Order will signify acceptance with the Terms and Conditions of this quotation, which are stated here and appended as pages 2 of 3 and 3 of 3. Please mention Morning Air Conditioners, Inc.'s Quotation number when placing your order. If changes to this offer are needed, please request a revised Quotation. We hereby certify this Quotation true and correct. **C. Petersen**, Morning Air Conditioners, Inc.

المحاضرة الثامنة

دليل المصدر الفعال

المدخل الثامن

تمويل التجارة الخارجية

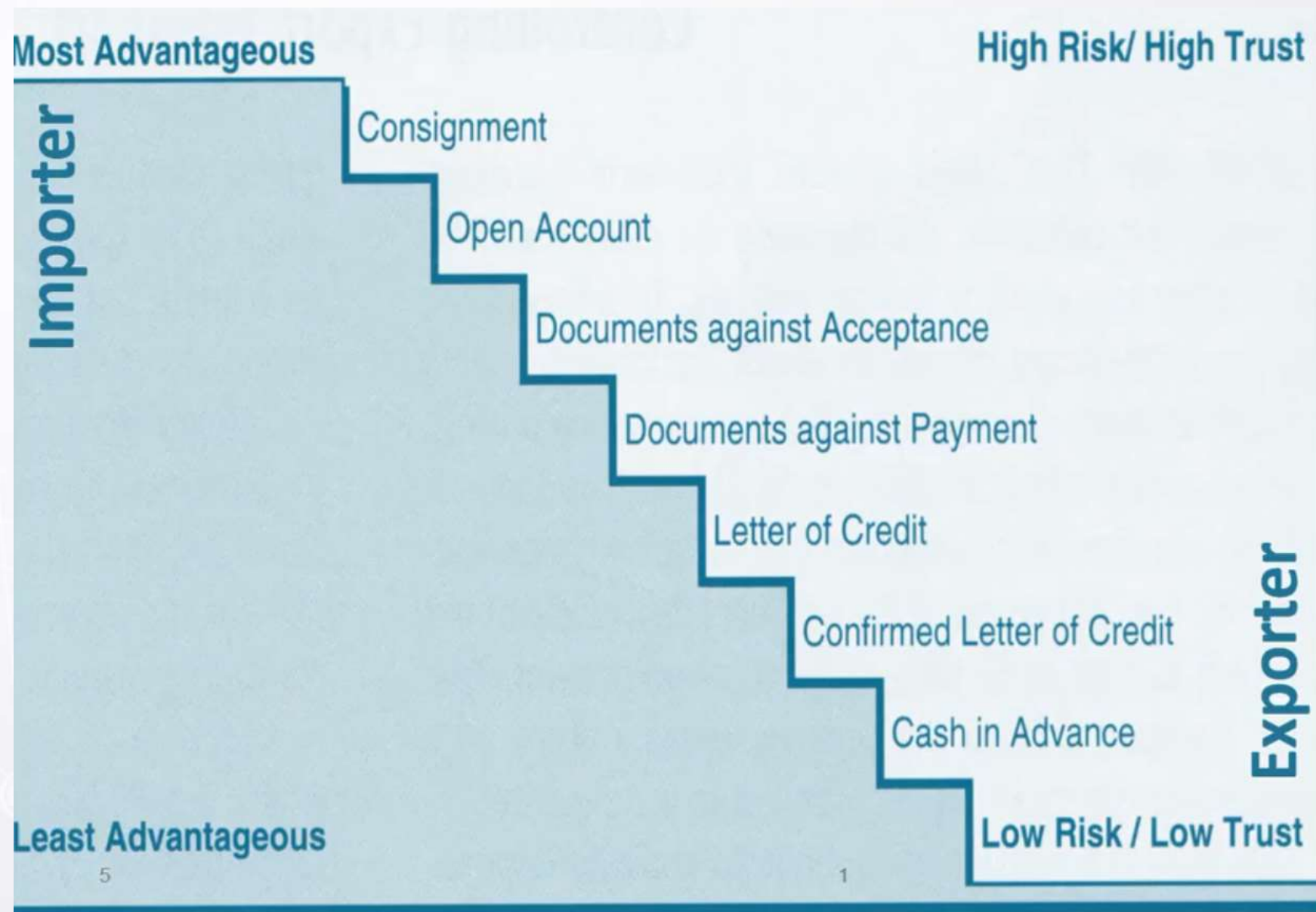
الدفع الدولي

الخطوط العريضة:

- سلفة نقدية
- خطابات الاعتماد
- التحصيلات المستندية
- حساب مفتوح

العلاقات التجارية

- إن طبيعة العلاقة بين المصدّر والمستورد أمر بالغ الأهمية لفهم طرق تمويل الاستيراد والتصدير المستخدمة في الصناعة.
- هناك ثلاث فئات من العلاقات (انظر الشكل التالي):
 - غير منتسب غير معروف
 - - غير منتسب معروف
 - تابع (يشار إليه أحيانًا باسم تجارة مقدمة - شركة)
- تغيرت تركيبة التجارة العالمية بشكل كبير على مدار العقود القليلة الماضية، حيث تم الانتقال من المعاملات بين الأطراف غير المنتسبة إلى المعاملات التابعة



مصدر

المستورد هو ..

غير معروف غير
منتسب

عميل جديد ليس له علاقة تجارية
تاريخية مع المصدر

معروف غير منتسب

عميل طويل الأمد تربط بينكما علاقة
راسخة من الثقة والأداء

طرف تابع

شركة تابعة أجنبية
أو شركة تابعة للمصدر

المتطلبات:

- 1- العقد
- 2- protection against non – payment

المتطلبات:

- 1- A contract
- 2- possibly some protection against non payment

المتطلبات:

- 1- no contract
- 2- no protection against non payment

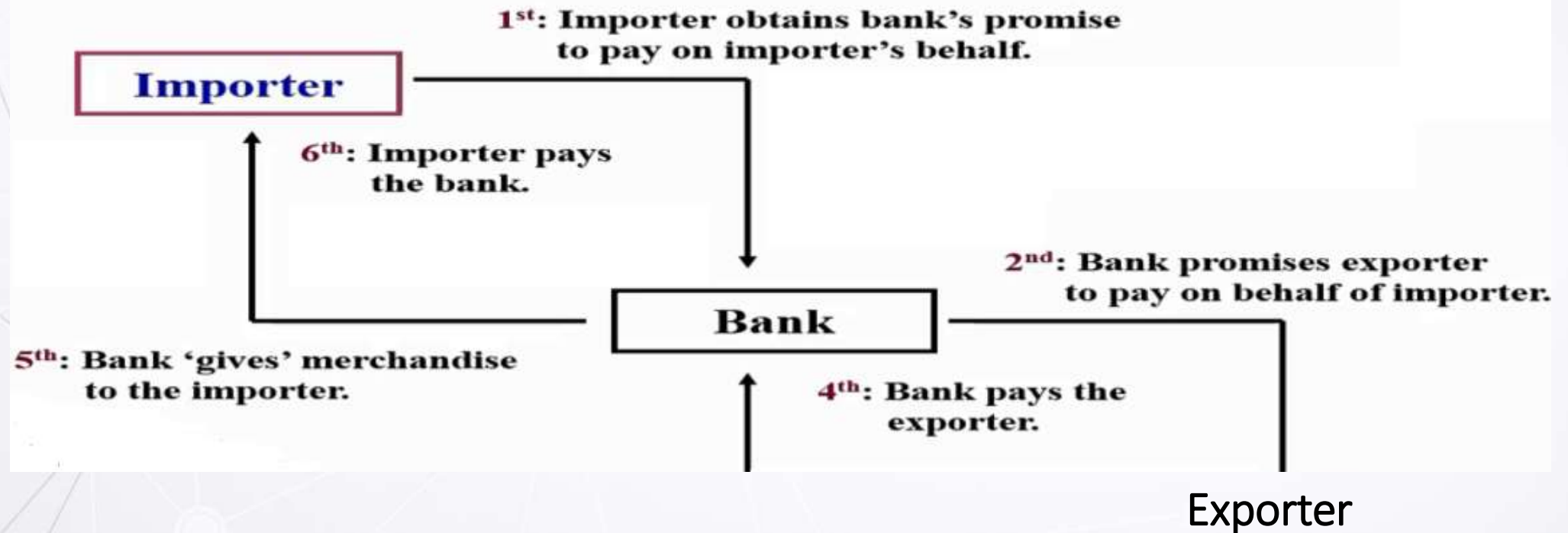
Exhibit 2: The Mechanics of Import and Export



معضلة التجارة

- يتم حل المعضلة الأساسية المتمثلة في عدم الرغبة في الوثوق بشخص غريب في أرض أجنبية باستخدام بنك يحظى باحترام كبير كوسيط.
- العرض التالي عبارة عن عرض مبسط يتضمن خطاب اعتماد (وعد البنك بالدفع) نيابة عن المستورد.
- وثيقة مهمة أخرى هي المجموعة الوثائقية.

Exhibit 3 The Bank as the Import/Export Intermediary



ثالثا: لسفن المصدرة وفقا لوعد البنك الائتماني

فوائد النظام

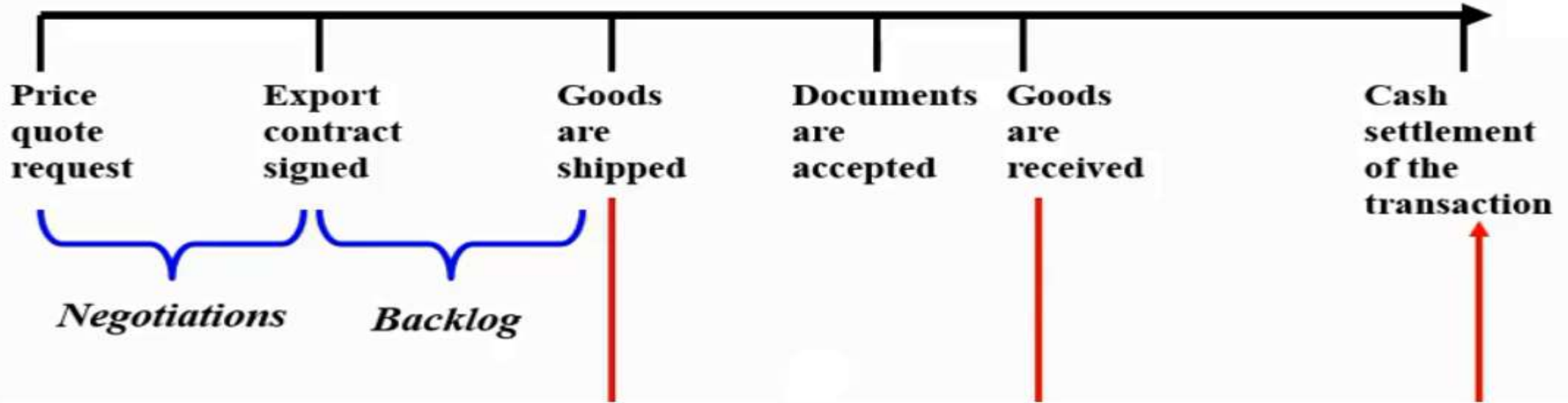
- تم تطوير النظام (بما في ذلك الوثائق الثلاثة التي تمت مناقشتها) وتعديله على مدى قرون لحماية كل من المستورد والمصدر من:
 - خطر عدم الاكتمال.
 - خطورة تبديل وصرف العملات الأجنبية
 - توفير وسيلة التمويل.

مخاطر التجارة الدولية

- يوضح الشكل التالي تسلسل الأحداث في معاملة تصدير واحدة.
- من منظور الإدارة المالية، فإن الخطرين الأساسيين المرتبطين بمعاملة التجارة الدولية هما العملة (العملة المستخدمة في الدفع) وخطر عدم الإكمال (السداد الكامل في الوقت المناسب).
- إن خطر التخلف عن السداد من جانب المستورد موجود بمجرد بدء فترة التمويل.

الجدول الزمني للصفقة التجارية وهيكلها

Time and Events



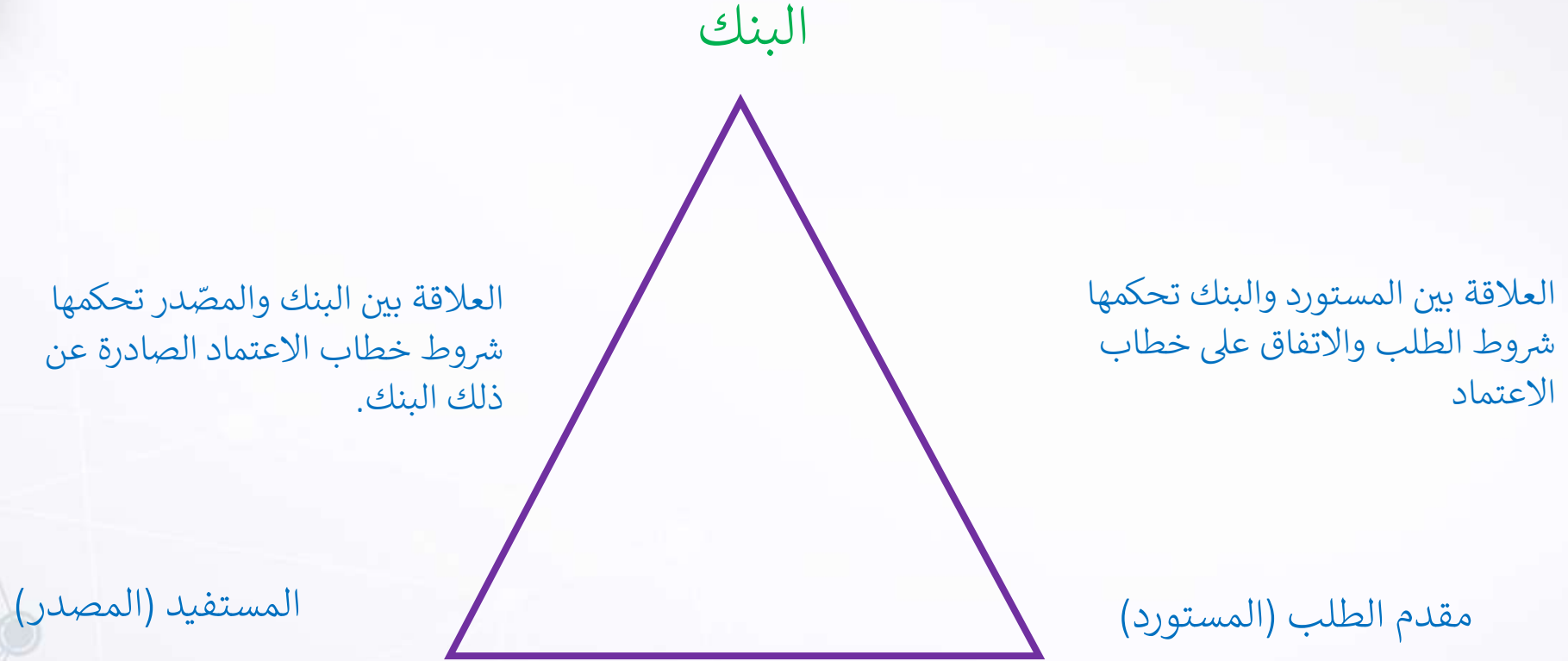
يتم تقديم الوثائق

فترة التمويل

خطاب الاعتماد

- خطاب الاعتماد (C / L) هو تعهد مشروط من البنك بالدفع، صادر عن البنك بناءً على طلب المستورد، وفيه يتعهد البنك بالدفع للمصدر عند تقديم المستندات المحددة في خطاب الاعتماد.
- يقلل خطاب الاعتماد من مخاطر عدم الاكتمال، لأن البنك يوافق على الدفع مقابل المستندات بدلاً من البضائع الفعلية.
- توضح الشريحة التالية العلاقة بين الأطراف الثلاثة.

أطراف خطاب الاعتماد



تخضع العلاقة بين المستورد والمصدر لعقد البيع

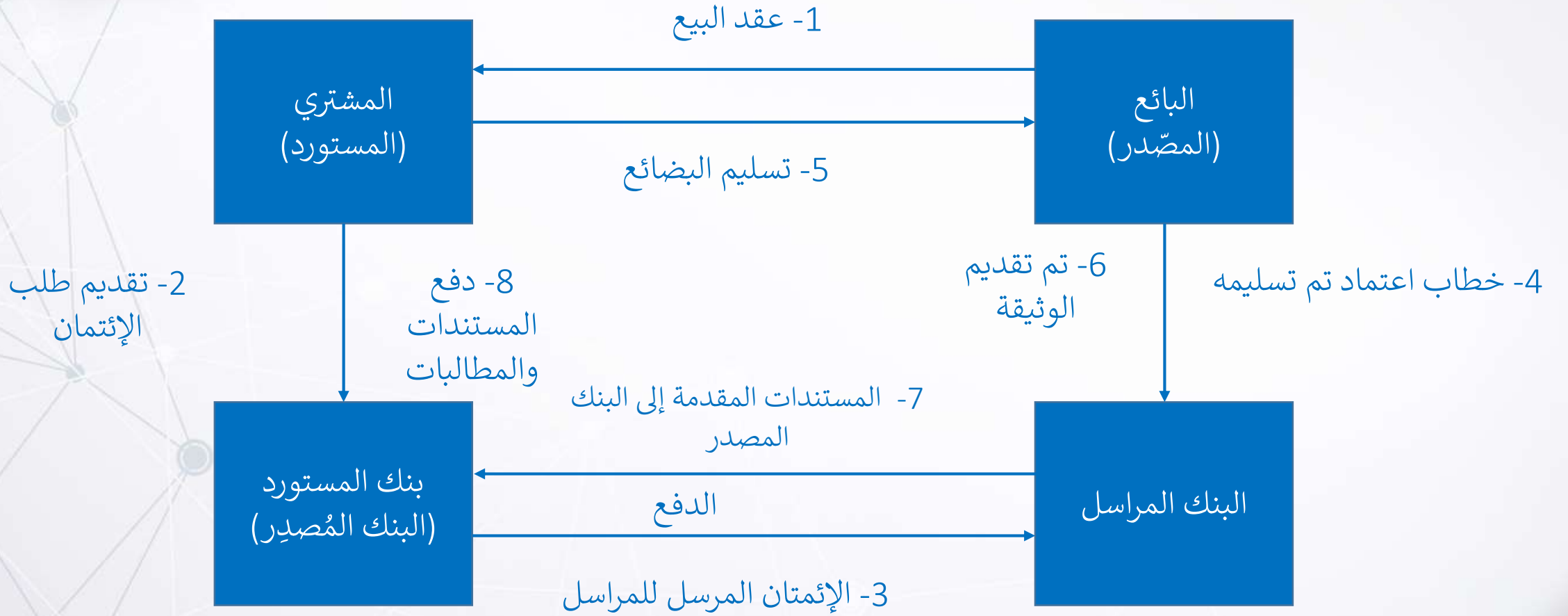
خطاب الاعتماد

- جوهر خطاب الاعتماد هو وعد البنك المُصدِر بالدفع مقابل مستندات محددة، والتي يجب أن تصاحب أي مسودة مسحوبة مقابل الاعتماد.
- لتكوين معاملة خطاب اعتماد حقيقية، يجب أن تكون جميع العناصر الخمسة التالية موجودة فيما يتعلق بالبنك المُصدر:
 - يجب أن تحصل على مقابل تجاري مجاني أو صالح لإصدار خطاب الاعتماد.
 - يجب أن يحتوي خطاب الاعتماد على تاريخ انتهاء محدد أو استحقاق محدد.
 - يجب أن يحتوي التزام البنك على حد أقصى محدد من المال.
 - يجب أن يبرز التزام البنوك بالدفع فقط عند تقديم مستندات محددة.
 - يجب أن يكون لدى عميل البنك دعوى غير مؤهلة للتسديد للبنك بنفس الحالة التي دفعها البنك.

خطاب الاعتماد

- الميزة الأساسية لخطاب الاعتماد هو أنه يقلل من المخاطر - يمكن للمصدر البيع مقابل وعد البنك بالدفع وليس مقابل وعد شركة تجارية.
- الميزة الرئيسية لخطاب الاعتماد للمستورد أن المستورد لا يحتاج إلى دفع الأموال حتى تصل المستندات إلى البنك الذي أصدر خطاب الاعتماد وبعد استيفاء جميع الشروط المنصوص عليها في الاعتماد.

وثيقة إجراءات الإئتمان



الشكل التوضيحي 6 جوهر خطاب الاعتماد (خطاب الاعتماد)

بنك الشرق المحدود
(اسم البنك المصدر)

التاريخ: 18 سبتمبر 2003
رقم خطاب الاعتماد "123456"

يصدر الشرق المحدود بموجب هذا خطاب الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء إلى شركة جونز (اسم المصدّر) بمبلغ 500,000 دولار أمريكي، ويُدفع بعد 90 يومًا من الاطلاع على كمبيالة مسحوبة ضد بنك الشرق المحدود وفقًا لخطاب الاعتماد رقم 123456.

يجب أن تكون المسودة مصحوبة بالوثائق التالية:

1. فاتورة تجارية من ثلاث نسخ
2. قائمة التعبئة
3. طلب بوليصة شحن
4. وثائق التأمين، التي دفعها المشتري
5. عند استحقاق بنك الشرق المحدودة، سوف يدفع المبلغ الاسمي للكمبيالة لحامل تلك الكمبيالة

توقيع معتمد

مسودة

- المسودة، التي تسمى أحيانًا فاتورة الصرف "الكمبيالة" هي الأداة المستخدمة عادةً في التجارة الدولية لإجراء الدفع.
- المسودة هي ببساطة أمر مكتوب من قبل المُصدّر (البائع) يوجه المستورد (المشتري) أو وكيله بدفع مبلغ محدد من المال في وقت محدد.
- يُعرف الشخص أو الشركة التي بدأت المسودة باسم الصانع أو المنشئ.
- عادة يكون هذا هو المصدر الذي يبيع البضائع ويشحنها.
- الطرف الذي توجه إليه الكمبيالة هو المسحوب عليه.

المسودة

- إذا تم رسمها بشكل صحيح، يمكن أن تصبح المسودات أدوات قابلة للتداول.
- على هذا النحو، فهي توفر أداة ملائمة لتمويل الحركة الدولية للبضائع (يتم شراؤها وبيعها بحرية).
- لكي يصبح صكًا قابلاً للتداول، يجب أن تتوافق المسودة مع المتطلبات الأربعة التالية:
- يجب أن تكون مكتوبة وموقعة من قبل الصانع.
 - يجب أن يحتوي على وعد أو أمر غير مشروط بدفع مبلغ محدد من المال.
 - يجب أن تكون مستحقة الدفع عند الطلب أو في تاريخ ثابت أو قابل للتحديد في المستقبل.
 - يجب أن تكون مستحقة الدفع للأمر أو لحاملها.
 - هناك مسودات زمنية ومسودات بصرية.

الشكل التوضيحي 7 جوهر مسودة الوقت اسم المصدر

التاريخ: 10 أكتوبر 2003

رقم المسودة "7890"

بعد تسعين (90) يومًا من رؤية أول عملية صرف، ادفع لأمر (اسم بنك المصدر) مبلغ خمسمائة ألف دولار أمريكي للقيمة المستلمة بموجب
بنك الشرق المحدود. رقم الائتمان 123456.

توقيع المصدر

التحصيل الوثائقي

- 3 أنواع من التحصيل الوثائقي:
- المستندات مقابل الدفع
- المستندات مقابل القبول
- التحصيل مع القبول

المجموعات الوثائقية

بصفتك مَصْدِرًا، توفّر لك المجموعة الوثائقية أمانًا أكبر بكثير من البيع على حساب مفتوح، ولكن ليس بقدر الائتمان المستندي.

بعد قلبي هذا، فإن تكلفة التحصيل المستندي أقل وتنطوي على وقت وجهد أقل للتسوية.

التحصيل المستندي أو الكمبيالة هو المصطلح الذي يتم استخدامه عند شحن البضائع قبل السداد ثم رسم مسودة على المشتري، وليس على البنك، كما هو الحال في خطاب الاعتماد.

بموجب التحصيل المستندي، تتحمل البنوك مسؤولية الدفع.

يشبه التحصيل المستندي بعض الشيء خطاب الاعتماد، أنت مع المستندات والبنوك، ولا يمكن للمشتري أخذ حيازة البضائع قبل أن يتم الدفع.

المزايا والعيوب

المزايا:

- عملية تسوية مباشرة وأقل تكلفة.
- عادة ما يكون الدفع أسرع من الحساب المفتوح.
- يمكن الإفراج عن المستندات وكذلك البضائع ومنحها للمستورد في وقت واحد، عند دفع المبلغ المستحق أو قبول الكمبيالة، وينطبق هذا عندما لا تكون البضائع موجهة مباشرة إلى المستورد في مستند الشحن أو عندما لا يتمكن الأخير من استردادها بدون مستندات الشحن.
- إرشادات واضحة معترف بها دوليًا في القواعد الموحدة للمجموعات (URC)، منشور ICC رقم 522.

المزايا والعيوب

العيوب:

- الدفع غير مضمون لأن مخاطر الائتمان والسياسة والتحويل غير مغطاة.
- تاريخ الدفع غير مؤكد.
- إذا رفض المستورد قبول المستندات أو المسودة في تاريخ الاستحقاق، يمكن أن تتكبد الخسائر، وقد يكون العثور على مشتر بديل أو إعادة شحن البضائع أمرًا مكلفًا للغاية أو حتى مستحيلًا.

- المستندات مقابل الدفع
 - لا يجوز للمشتري استلام العنوان والمستندات الأخرى إلا بعد دفع ثمن البضائع.
- المستندات مقابل القبول
 - يجوز للمشتري استلام سند الملكية ووثائق أخرى بعد التوقيع على مسودة زمنية تتعهد بالدفع في وقت لاحق.
- مستندات القبول مقابل الدفع
 - يوقع المشتري على كمبالة زمنية للدفع في وقت لاحق، تبقى البضائع في الضمان حتى يتم السداد.

=

لماذا المجموعات الوثائقية؟

- أسهل في الاستخدام وأقل في الرسوم المصرفية
- إجراءات التحصيل تنطوي على مخاطر
- شروط استخدام DC:
- لا شك في نزاهة المشتري
- بلد المشتري مستقر وموفر
- لا توجد رقابة على الصرف الأجنبي
- السلع قابلة للتسويق (سلع معاد بيعها للمصدرين)

إجراءات المجموعات الوثائقية

- المصدّر يشحن البضائع.
- يقوم المصدّر بإعادة توجيه المستندات إلى بنك البائع (بنك التحويل)، والذي بدوره يعطي المستند إلى بنك المشتري (بنك التحصيل).
- يقوم بنك التحصيل بإعلام المستورد بشروط المستند أو العقد.

International Methods of Payment: Advantages and Disadvantages

Method	Risk	Chief Advantage	Chief Disadvantage
cash in advance	L	No credit extension required	Can limit sales potential, disturb some potential customers.
Sight draft	M/L	Retains control and title; ensures payment before goods are delivered	If customer does not or cannot accept goods, goods remain at port of entry and no payment is due
Letters of credit		Banks accept responsibility go to buyer	If revocable, terms can change
Time draft	M/H	Lowers customer resistance by allowing extended payment after receipt of goods	Same as sight draft, plus goods delivered before payment is due or received
Consignment sales	M/H	Facilitates delivery; lowers customer resistance	Capital tied up until sales; must establish distributor's creditworthiness need political risk insurance in some countries; increased risk from currency controls
Open account	H	Simplified procedure; no customer resistance	High risk; seller must finance production; increased risk from currency controls

المحاضرة التاسعة

دليل المصدر الفعال

المدخل التاسع

Export Logistics

الشحن والتعبئة والتفليف والنقل

المحتويات

- الوحدة الاولى : النقل والشحن
- الوحدة الثانية : إدارة نشاط الشحن
- الوحدة الثالثة : الشحن البري
- الوحدة الرابعة : الشحن بالحاويات
- الوحدة الخامسة : النوالين
- الوحدة السادسة : إجراءات التخليص

الوحدة الاولى: النقل والشحن

- يتعلق النقل بالطريقة التي يمكن من خلالها يتمكن المنتج من توصيل البضاعة المنتجة الى أسواقها. ومعنى ذلك ان على المنتج. بمفرده او بمعاونة اخرين. ان يختار وسيط النقل المناسب.
- تستخدم كلمة «نقل» transportation بالترادف مع كلمة «شحن» shipping في عملية جلب المنتج المحلي الى اسواقه الخارجية. وان مفهوم النقل اكثر اتساعاً من مفهوم الشحن. فعادة ما نستخدم مصطلح الشحن للدلالة على مرحلة نقل المنتج بحراً على السفينة او جواً على الطائرة في حين ان هناك عمليات نقل اخرى (عادة بالشحنات واحيانا بالقطار) سابقة ولاحقة على الجزء البحري او الجوي من رحلة البضاعة من موقع المنتج في بلد التصدير الى نقطة الوصول في بلد الاستيراد.

نظام النقل:

- يتكون نظام النقل من منظومه تضم الآتي:-
- وسيط النقل وهو الطريق الذي تسير فيه الشحنة (بري / سككي / بحري / جوي).
- وسيلة النقل وهي المركبة (شاحنة / سفينة / طائرة).
- الناقل وهو المشغل او المالك لوسيلة النقل؛ او مقدم البضائع (متعهد الشحن).
- الشاحن وهو عادة المنتج او وكالة.



الطريقة البديلة لنقل المنتج:

- الشاحنة:
- وهنا يستخدم نظام النقل البري الدولي بالشاحنات. ويلائم هذا البديل في الأحوال الآتية:
 - توافر شبكة طرق ذات جودة ومواصفات عالية .
 - توافر شبكة ربط بين مجموعة من الدول ذات الحدود الجغرافية الطبيعية كما هو الحال في أوروبا وأمريكا الشمالية .
 - حالة الدول التي لا تطل على مجاري مائية ملاحية
 - قصر المسافة بين بلد التصدير ونقطة وصول في بلد الاستيراد ولتكن مثلاً بين بيروت ودمشق أو بين دمشق أو بين دمشق وإحدى المدن السعودية أو بين دمشق وعمان بالأردن.
 - ويستطيع المنتج الاختيار من بين الناقل العمومي. والتناقل المتخصص في سلع بعينها أو النقل باستخدام شاحنات المنتج الخاصة .

القطار:

- وهنا يستخدم النقل البري الدولي بالسكك الحديدية في الدول التي تتوفر لديها شبكات سكك حديدية تربط بين أكثر من دولة. أو تربط بين مراكز الإنتاج بمواني التصدير.



الطائرة:

- في حالة النقل الجوي. وهو نمط من النقل يناسب نوعيات معينة من السلع وفي ظروف محددة. والقاعدة ان النقل الجوي يعد اكثر أنواع النقل الدولي تكلفة. ومن ثم فهو يناسب السلع مرتفعة القيمة. سريعة التلف. الى جانب وجود قيود على الشاحنات المنقولة جواً من حيث الوزن والابعاد والعبوات.
- وفي المقابل يحقق النقل الجوي العديد من المزايا منها: سرعة وصول الشحنة. انخفاض تكلفة التخزين والتأمين. سرعة الاستجابة لمتغيرات السوق وغيرها.

- ويزداد الطلب على الشحن الجوي في الوقت الراهن بسبب التغيرات التي تشهدها الأسواق والصناعة. فالعديد من المنتجات قليلة الحجم مرتفعة القيمة والتي تتسم بحساسية عنصر الزمن في الطلب عليها يتم شحنها جواً. ومن الأمثلة على ذلك منتجات الصناعات الدقيقة والإلكترونيات المستهلك ومستلزمات قطع الغيار والمعدات الدقيقة اللازمة لصناعة.



السفينة:

• وهي وسيلة الشحن البحري. وتعد من أكثر وسائل شحن التجارة الدولية انتشارا. ويتمتع الشحن البحري بجاذبية كبيرة لكونه أرخص وسيط لشحن كميات كبيرة من الشحنات لمسافة بعيدة.

والقاعدة هي ان استخدام الشحن البحري يكون اقتصاديا في الأحوال التالية :

الوحدات الكبيرة.

السلع الصب.

عدم وجود حاجة او أهمية لسرعة التسليم.



خطوات ما قبل التصدير:

- التعرف على النوالين (أسعار) الشحن.
- اختيار الخط الملاحي (الجوي / البري) والسفينة.
- حجز فراغ الشحن.
- تسجيل الشحنة في أسعار شحن وإرساله الى شركة الشحن.
- تسجيل بيانات الشحنة في البيان الجمركي للصادر وتسليمه للجمارك.

خطوات ما قبل التصدير:

- الترتيب للتعبئة للشحن بما فيها وضع علامات الشحن.
- استلام اشعار شركة الشحن بموعد السفينة / الرحلة.
- ارسال البضاعة معبأة ومجهزة للشحن الي ميناء التصدير (ميناء بحري / جوي / جاف / مركز تجميع / الخ)
- مصحوبة بأشعار الشحن.
- استلام بوليصة الشحن من شركة الشحن.
- سداد النولون (اذا كان التحصيل مقدما).
- تظهير بوليصة الشحن وارسال نسخ الى شركة الشحن والجمارك والبنوك او المستورد.

الوحدة الثانية: إدارة نشاط الشحن في الشركات التصديرية

- تنظيم نشاط الشحن في الشركة
- جري العرف عند اعداد الهياكل التنظيمية للشركات المنتجة او ذات البعد الدولي في أنشطتها ان تنشأ إدارة للشحن تكون مسئولة عن الاتي:
 - النقل.
 - التوزيع.

الوحدة الثانية: إدارة نشاط الشحن في الشركات التصديرية

- اعداد المستندات المرتبطة بإتمام نشاط الشحن.
- التعبئة.
- حساب تكلفة التوزيع وغيرها.
- اما في حالة الشركات الصغيرة والمتوسطة فيكون لديها مدير تصدير مسئول عن التعامل بمفرده مع كل الإدارات والاقسام الأخرى في الشركة فيما يتعلق بتنفيذ أنشطة التصدير.

نشاط الشحن الخارجي:

- تحتوي هذه العملية على عدة مراحل متتابعة هي:
 - ✓ ترجمة الأوامر مع رقابة الصادرات والواردات.
 - ✓ اعتماداً على خطاب الضمان يتم إيجاد تفاصيل البنود الملائمة للاتفاق.
 - ✓ تحديد طريقة النقل البحري اذا لم تكن محددة قبل.
 - ✓ اصدار التعليمات بالتعبئة والترميز والترقيم للبضاعة.
 - ✓ حجز او استئجار فراغات الشحن.
 - ✓ اصدار التعليمات بالشحن.
 - ✓ استخراج جميع المستندات الضرورية وفي النهاية جمع وفحص جميع المستندات بعد الشحن.
 - ✓ ارسال المستندات الى اداراه الحسابات لتحصيل المدفوعات.
 - ✓ تبدأ وظيفة الشحن عند اصدار امر التشغيل وتصل الى ذروة نشاطها متى تم انتاج السلع المطلوبة وأصبحت جاهزة للشحن.

يكون مدير الشحن مسئولاً عن:

- حجز فراغات الشحن البحري والجوي.
- تستيف الشحنة داخل وسيلة النقل (حاوية / كرتونة / برميل / صندوق / طبلية / الخ ...).
- اعداد مستندات الشحن والمستندات الجمركية.
- التأمين على الشاحنة.
- التعبئة.

إدارة الشحن لخدمة الصادرات:

- لقد أصبحت خدمات الشحن ذات التكلفة المنخفضة والجودة المرتفعة من المحددات الرئيسية للقدرة التصديرية ولكفاءة التجارة!!
- تمثل خدمة الشحن حلقة من حلقات النقل الدولي. كما يوجد تكامل بين نشاط النقل والشحن والتخزين والخدمات المرتبطة بهما وبالذات. التفريغ والتحميل او خدمات الموانئ.
- وتتفاوت الشركات في وظائف إدارة الشحن حسب:
 - حجم الشركة.
 - طبيعة منتجاتها.
 - حجم نشاط التصدير.
- قوة الروابط مع:
 - شركات النقل والجمارك والبنوك.
 - إدارات الإنتاج والجودة والتفليغ.
 - السفارات والملحقات.

متعهد الشحن / مقدم البضائع Freight forwarders

تعريف متعهد الشحن

- تعرف المنظمة الدولية لمتعهدى الشحن والمعروفة باسم FIATA عملية تعهيد الشحن Freight forwarders بانها: كافة الأنشطة التي تؤدي الى سهولة وتبسيط تدفقات السلع التجارة الدولية .
- انا متعهد الشحن Freight forwarders فهو الطرف الذي يقوم بتأمين عملية تحريك السلع دولياً من منطقة المنشأ الى المقصد كي تصل في المكان والوقت المحددين بحالة جيدة وبأقل تكلفة. ويتعين ان يتسلح متعهد الشحن بمجموعة من الخبرات التي تمكنه من أداء وظيفته على الوجه الكامل.

خدمات متعهد الشحن

- تقديم المشورة في مجال اختيار افضل مسارات الشحن وما يرتبط بها من تكلفة شحن.
- حجز الفراغات اللازمة لدى الخط الملاحي او الخط الجوي.
- الترتيب مع المصدر لتعبئة ولصق العلامات على البضاعة.
- تجميع الشحنات من مختلف المصدرين تمهيداً لشحنها.
- القيام بإجراءات التخليص الجمركي على الشحنة في مواني الوصول.

خدمات متعهد الشحن

- تولي مهمة الاتفاق مع الشركات التامين بشأن ترتيب التأمين على الشحنة.
- اعداد المستندات المطلوبة للتصدير.
- الترجمة من اللغات المختلفة الى اللغة الإنجليزية للبيانات والمعلومات الخاصة بالشحنة.
- مراجعته وتقديم المشورة بشأن الجوانب الفنية الخاصة بخطاب الضمان LETTERS OF CREDIT واقتراح افضل البنوك ومتابعة التحصيل.
- توفير خدمات الموانئ الجافة INLAND DEPOTS

الخبرات المطلوبة لمتعهد الشحن

- الخبرات اللوجيستية:
- التوافق القانوني مع التنظيمات المحلية والدولية.
- إدارة الخطر الذي تتعرض له الشحنات المنقولة والتأمين عليها.
- التمويل والدفع وتقديم المشورة بشأن الاعتماد المستندي وطرق الدفع المناسبة.
- التكامل الوظيفي من خلال استخدام نظام الباركود والتكيف مع فلسفة التعهيد على نطاق دولي وسلاسل الامداد.

الأنشطة والوظائف الدولية

- وظيفة اقتراح افضل المسارات من حيث التكلفة والوقت والأمان، وحجز الفراغات.
- نشاط التخليص الجمركي.
- وظيفة التأمين على الشحنة.
- التخزين والتوزيع.
- إيجاد طرق بديلة لنقل الشحنات.
- تجميع الشحنات.
- إدارة شبكة عالمية: حيث يمتلك شبكة من الفروع او المرسلين في العديد من الموانئ والمدن الرئيسية في العالم .
- المتابعة.

التنوع الكبير في الشحنات المنقولة:

- يعد التنوع في الشحنات المنقولة من أهم التحديات التي تواجه إدارات نشاط الشحن، حيث تتراوح تلك الشحنات من الأيس كريم إلى الفراخ. ومن التفاح إلى نباتات الورد. ومن الخضروات وحتى الأسماك. وهي منتجات تتطلب النقل المبرد وما يستتبعه من تكلفة واشتراطات خاصة. هذا إلى الجانب العديد من المنتجات والبضائع التقليدية.
- ومن هنا تزداد أهمية استيعاب طبيعة السلعة المنقولة ومتطلبات الحفاظ عليها وهو ما يقاس بما لدى شركة الشحن من:
- خبرات فنية.
- الدعم اللوجستي عالميا.
- الفلسفة السلعة بكفاءة وعناية.
- ضمان إيصال الشحنة إلى وجهتها النهائية في أفضل شروطها.
- العلاقات مع العملاء.

يوفر متعهد الشحن عروض مبدئية عن أسعار بعض الخدمات مثل:

- تكاليف الشحن.
- أعباء ورسوم الموانئ.
- رسوم المستندات الخاصة.
- علاوات بوالص التأمين. اتعاب متعهد الشحن.

التعبئة

مواصفات مواد التعبئة

- يجب ان يتم اختيار مواد التعبئة بحيث تحقق القدرة على:
- حماية المنتج من التحطم بسبب الاحتكاك.
- مقاومة الصدمات التي تحدث في التحريك بين الوسائط.
- القابلية للتشكيل لتلائم التستيف داخل وسيلة النقل.
- منع التبخر.
- منع الصدأ.
- الحفاظ على الكثافة.
- الحفاظ على اللون.
- تحمل درجات الحرارة المختلفة.
- وفي نفس الوقت تراعي عدم المبالاة في التكلفة واستخدام مواد تعبئة لا تطلبها الاعتبارات السابقة.

اختلاف الضرر الناتج عن التعبئة باختلاف وسيط الشحن

• الخدمات البريدية:

- تتعرض الشحنة لسقوط عشوائي متكرر او تأثرها خلال عمليات الفرز والمناولة النقل.

• السكك الحديدية:

- احتكاك السلع ببعضها عند تحويل العربات على القبطان بعد تجميعها في المخازن.
- الأثر الناجم عن ارتطام العربات ببعضها عند القيام والتوقف.
- اثر اهتزاز وقد يتسبب في تفكيك المنتج في حالة المنتجات الميكانيكية وتفكك العبوة ذاتها وبحث الضرر.

• الطرق:

- الضرر الرئيسي على الطرق ناجم عن الاهتزاز وضخامة الحمل.
- الضرر الناجم عن ضغط الحبل واثناء تحريك الحمل والاحتكاك بالسلع الأخرى.

• البحر:

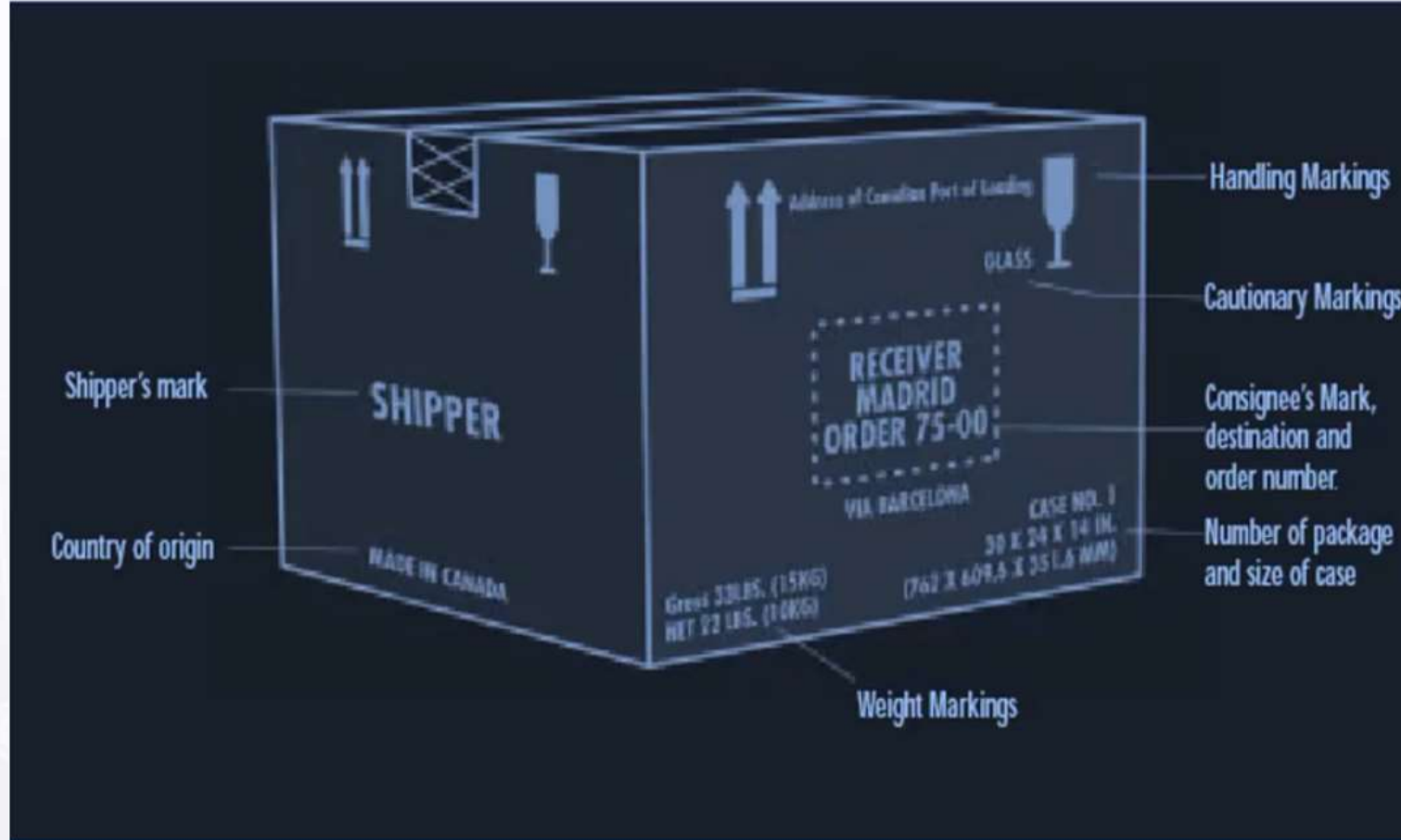
- الضرر الرئيسي من المغالة في رص البضائع فوق بعضها داخل الحاوية.
- التسطيف السليم يقضي على مخاطر تأثير تحريك الحاوية.
- تذكر ان الحاوية تخضع برا وبحرا لاهتزاز وميل وتدرج واحتكاك الحمل.

• الجو:

- تقليل حجم الشحنة لتوفير النقل الجوي يعرضها لمخاطر اخرى اثناء النقل البري والتخزين مثل السرقة والتطعيم.
- تتعرض الشحنة اثناء الطيران لاختلاف درجات الحرارة والضغط.

المنتج	امثلة	العناصر الواجب مراعاتها في التعبئة
المنسوجات	قطن مطبوع / حرير / سجاد / عرائس	الحماية من التلف عن الحشرات / الحفاظ على اللون / والحماية من الاتربة
الخشب	كرافانات / اخشاب مشكلة /منتجات يدوية	الحماية من الخدش والرطوبة والميكروبات والحشرات والانضغاط وتغير اللون
معادن	برونز / قصدير / مشغولات طلاء فضي	الحماية من الاحتكاك المسبب للانفجار والرطوبة
زجاج	الديكور	قابل للكسر والعزل بين الوحدات والحماية من التحطيم الخارجي
جلود	حقائب يد / حقائب سفر / محافظ / اخري	الحماية من الضوء والبقع والتفاعل
ورق	التجليد	النعومة والسهولة في الطي والحماية من الرطوبة والبلل والماء
الكترونيات	شرائح كمبيوتر	الحماية من الكسر والرطوبة والتسرب الالكتروستاتيكي

وضع العلامات والموز على العبوة



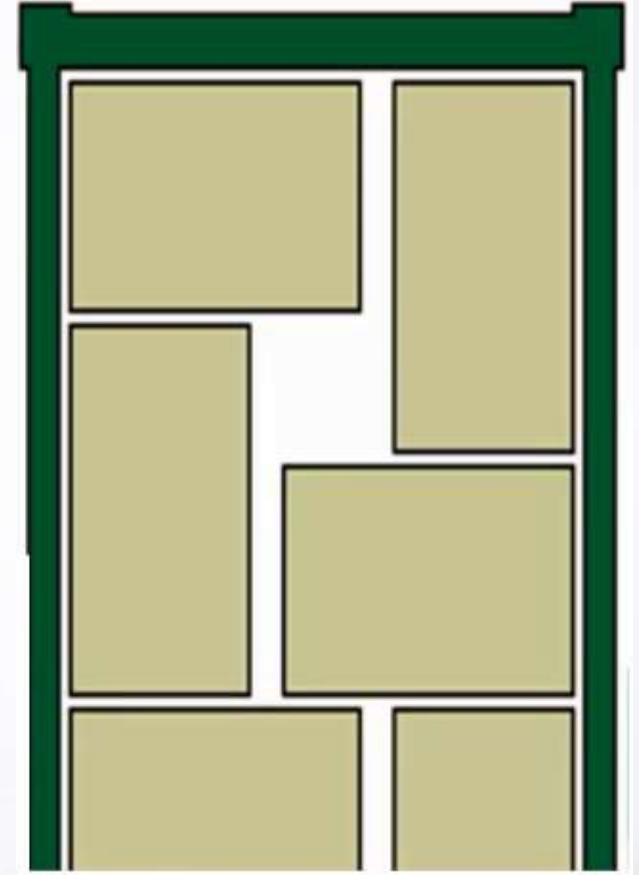
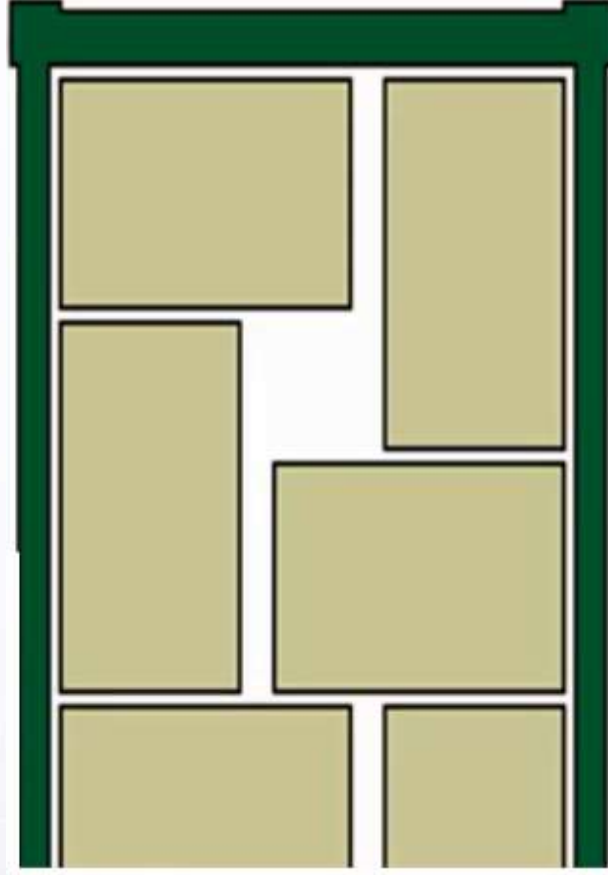
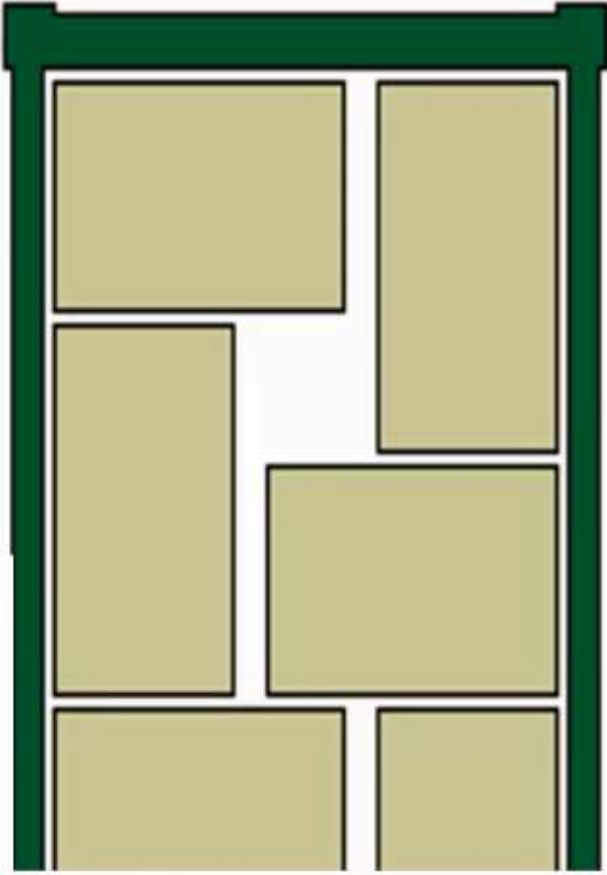
علامات النقل والشحن على العبوات



التستيف والمناولة

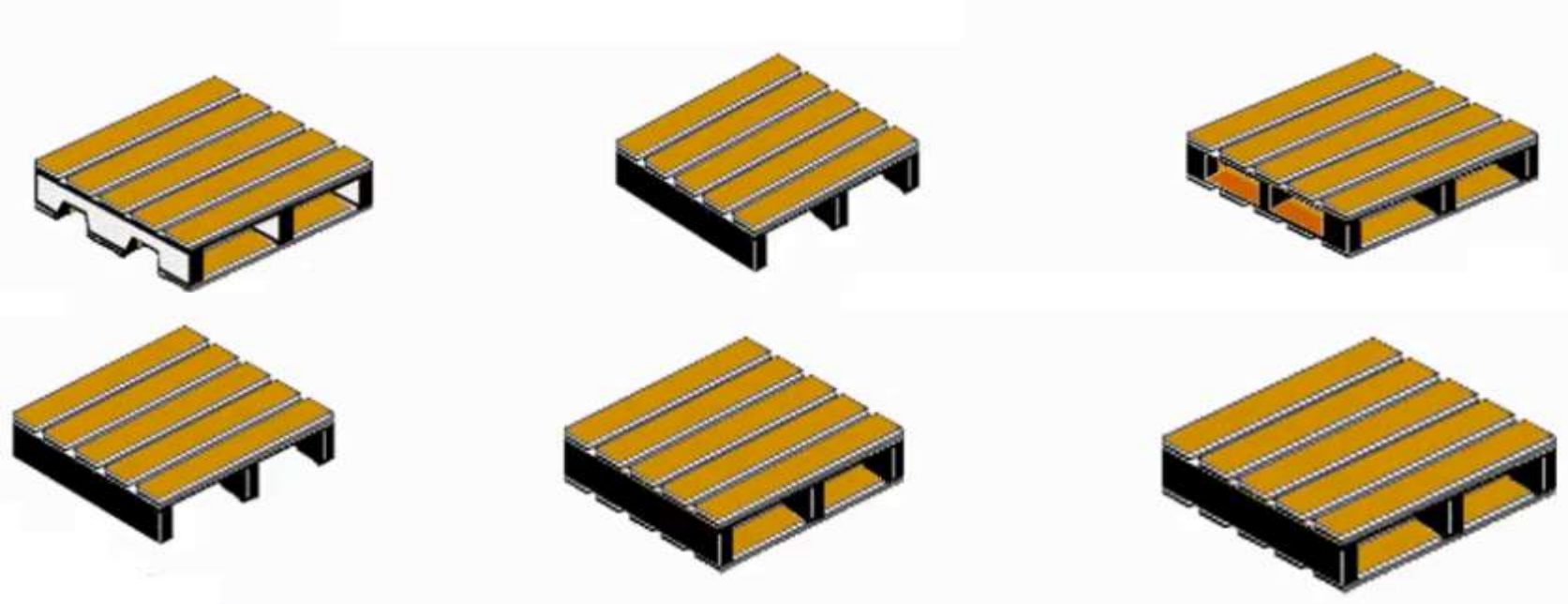
- حوالي ٨٣ % من الخسائر في الشحنات يمكن تلافيها.
- حوالي ٤٥ % من الخسائر الممكن تلافيها تعود الى سوء المناولة والتستيف.

تستيف الطبالي في الحاوية



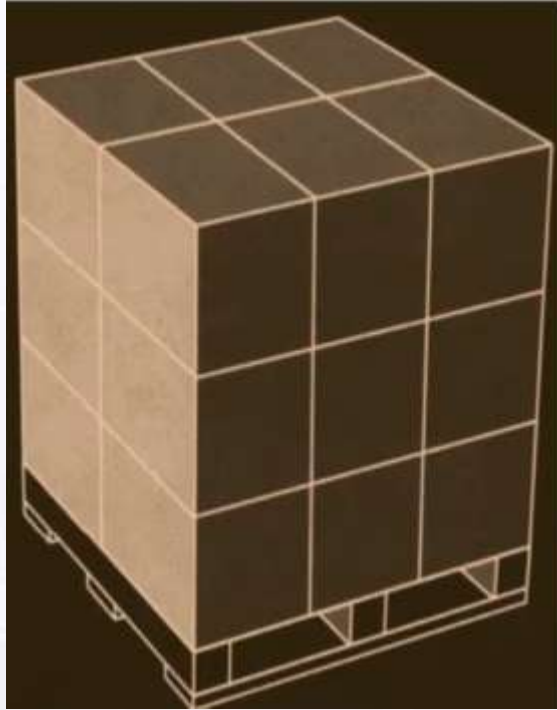
أنواع الطبالي:

- على المصدر ان يعلم ان العديد من الدول الاوربية تحظر الطبالي الخشبية والبعض الاخر يشترط تبخر الطبلية كشرط دخول.
- الاتجاه حالياً لاستخدام الطبالي البوليمر والالمونيوم.

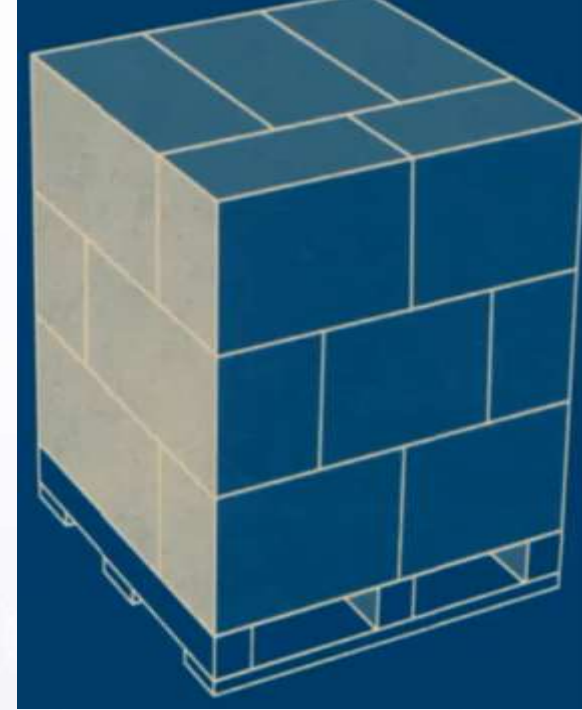


تستيف الكراتين على الطبعالي

راسية



متداخلة



مناولة الحاوية ومحتوياتها

- عند المنشأ:

- ✓ عتالين التحميل.
- ✓ سائقي الاوناش الشوكة.
- ✓ تباعي الشاحنات.
- ✓ تباعي المشغلين.
- ✓ مشغلي الاوناش البحرية.
- ✓ اطقم السفن.



- عند المقصد:

- ✓ مشغلي الاوناش البحرية.
- ✓ تباعي الشاحنات.
- ✓ سائقي الاوناش الشوكة.
- ✓ عتالي التشغيل.

تداول الحاوية عبر:

- ١٢ حركة مادية.
- ٨ إجراءات منفصلة.
- العديد من التغيرات في الرطوبة والحرارة.
- ٩ أنواع من الرافعات.
- المسير لمسافات بألاف الاميال.
- تظل البضاعة في الرحلة لمدة ٣٠ - ٤٥ يوم.
- النقل بيئة الشاحنات والبحر.

نتائج سوء التستيف:



١- تحطم أجزاء من العبوات داخل الحاوية.

٢- اندفاع الشحنة عند فتح الحاوية.

٣- انقلاب واحتكاك.

٤- تهشم الطبالي والعبوات والحاوية.

٥- وقوع الطبالي على أرض الحاوية.

٦- تهشم المحتويات.

الوحدة الثالثة: الشحن البحري

- أهمية وأنواع الشحن البحري.
- يمثل مصطلح الشحن البحري المنظور الضيق لنشاط النقل البحري حيث يضم الأخير منظومة واسعة من المكونات في سلسلة النقل البحري تضم بالإضافة الى الشحن. الموانئ وانشطة الشبكة اللوجيستية من تخزين وتوزيع وتفريغ وتحميل.
- ويسهم الشحن البحري في نقل الجزء الكبر من التجارة الدولية من حيث الحجم (اكثر من ٩٥%) ويتسم بالعديد من الملامح التي يمكن التعرف عليها من نوعيات البضائع المشحونة بحرا على النحو التالي:
- شحن البضائع الصب في صورة ارساليات بضائع كبيرة الحجم تملأ السفينة بالكامل. وتوجد منها أربعة فئات

- تشحن البضائع العامة في طرود بضائع صغيرة الحجم او شحنات صغيرة تتطلب مناولة خاصة. وتشمل:
 - البضائع السائبة مثل البنود الفردية، الصناديق، قطع الآلات، وهي تحتاج لمناولة مستقلة.
 - البضائع المحواة أي المعبأة في حاويات وهي صناديق ذات ابعاد نمطية على ما سوف نرى في جزء لاحق من هذا الباب
 - البضائع الطبالي، وهي معبأة في بالتات Palettes لسهولة المناولة.
 - البضائع المعدة بخطاف مسبقاً pre-slung.
 - السوائل وتشحن في ناقلات عميقة وحاويات او براميل سوائل .
 - البضائع المبردة مثل السلع سريعة التلف.
 - الاحتمال الثقيلة التي يصعب تعبئتها.

- تشحن البضائع العامة في شحنات نمطية: حيث يتم حزم البنود الفردية في وحدات نمطية يسهل مناولتها ومن ثم تنخفض تكلفة شحنها.
- تضمن نظام تنميط شحن البضائع العامة نوعين رئيسيين هما:
- نظام الطباقي pallets وهي عبارة عن اسطح مستوية من الخشب او الصلب توضع فوقها البضائع ويتم تخزينها ونقلها بهذه الحالة في رحلة البضاعة من نقطة المنتج الى الهدف. ويسهل مناولة هذا النوع من الشحنات بواسطة الاوناش الشوكية.
- الحاويات Containers وهي عبارة عن صناديق نمطية تعبأ فيها البنود وأصبحت الان واحد من اهم وسائل النقل البحري.

بوليصة الشحن:

- تمثل بوليصة الشحن (b/L) bill of Lading واحدة من اهم المستندات المستخدمة في التجارة الدولية. حيث تترجم كافة الشروط التي يتم الاتفاق عليها بصدد النقل والشحن الى بيانات تدون في بوليصة الشحن.
- وتعد بوليصة الشحن بمثابة إيصال للبضاعة المشحونة على سفينة معينة. وموقعا عليها من قبل الناقل / وكالة – مع التحديد شروط تسليم / استلام البضاعة المشحونة الى / من السفينة. ومن ثم فهي ليست العقد الفعلي لاتفاق النقل بين الناقل والشاحن. بل هي ترجمة جيدة لهذا العقد.

- وتصف بوليصة الشحن البضاعة موضوع العقد وتستخدم في رقابة تسليم البضاعة المشحونة بحرا.
وتنطوي بوليصة الشحن على البيانات التالية:
- اسم الشاحن (المنتج).
- اسم السفينة الناقلة.
- وصف الشحنة وعلامات الشحن ورقم كل عبوة على حدة داخل الشحنة الكلية والأرقام التي تميز البضاعة.
- ميناء الشحن او الميناء الجاف في حالة التسليم CPT
- ميناء التفريغ او الميناء الجاف في حالة التسليم CPT

- وصف شامل للنولون متضمناً موعد الدفع هل قبل الشحن ام في نقطة الوصول.
- اسم المشحون الية او المستورد.
- شروط عقد النقل.
- تاريخ استلام البضاعة للنقل او التفريغ على السفينة.
- اسم وعنوان الطرف الذي يخطر بالوصول وعادة المستورد.
- عدد نسخ البوليصة الاصلية الموقعة نيابة عن صاحب الشأن او وكيله والتي تخول حق استلام الشحنة.
- توقيع الخط الملاحي او وكيله والتاريخ.

أنواع بوالص الشحن:

- هناك العديد من بوالص الشحن التي تستخدم لأغراض الشحن ويأتي تعدد تلك البوالص بسبب اختلاف ظروف الشحن باختلاف نوع الشحنة وطبيعة الشحن ونوع وسيلة النقل المستخدمة وغير ذلك.
- تصدر بوالص الشحن من الناقل أو وكيله متضمنة البيانات المذكورة في وجه البوليصة اما الشروط والأوضاع التي تحكم العلاقة بين الشاحن والناقل / مقدم البضائع فتترد على ظهر البوليصة تصدر بوالص الشحن من الناقل أو وكيله متضمنة البيانات المذكورة في وجه البوليصة اما الشروط والأوضاع التي تحكم العلاقة بين الشاحن والناقل / مقدم البضائع فتترد على ظهر البوليصة.

الوحدة الرابعة: الشحن بالحاويات

- التحوية هي وسيلة لتوزيع البضائع والمنتجات في شكل منظم وبما يسمح بالتحول الى نظام النقل متعدد الوسائط Multimodal Transport System والذي يوفر إمكانية تحريك الشحنة المدمجة بين توليفة بين أنماط النقل.
- يقوم نظام التحوية على استخدام الحاويات Containers النمطية كوسيلة لتعبئة البضائع والمنتجات المنقولة وبصورة تجعلها قابلة للتحميل على:
 - سفن الحاويات.
 - عربات السكك الحديدية.
 - الشاحنات.

أنواع الحاويات

- الحاوية نوع ٢٠ قدم
- الحاوية نوع ٤٠ قدم
- الحاوية نوع ٤٥ قدم
- وتقاس طاقة الحاويات (للسفينة – او الميناء – او غيرها) بالعشرين قدم مكافئ كوحدة (ويطلق عليها TEU او teu و المقياس المعياري teu هو مقياس للشحنات المحواة التي تعادل الحاوية النمطية ذات الابعاد التالية اما الحاوية من النوع ٤٠ قدم فهي تعادل 2 teu ويشار اليها بالرمز FEU.
- هناك الحاويات من النوع مرتفع التكعيب High Cube والتي يبلغ ارتفاعها ٩.٥ قدم (٢.٩) متر اما الحاوية ذات التكعيب نصف المرتفع فيبلغ ارتفاعها ٤.٢٥ قدم (١.٣) متر وهي تستخدم لنقل الاحمال الثقيلة.
- حوالي ٩٠ من الشحنات تنقل في الوقت الراهن في الحاويات مكدسة علي ظهور المركب. كما تقدر عدد الحاويات التي تشحن سنويا بكثرت من ٢٠٠ مليون حاوية.

مواصفات الحاويات المعيارية ISO

- تنتج الحاوية النمطية بمقاييس الايزو في العديد من الاشكال مثل:
- الحاوية الجافة او التكميب وهي الأساس وتستخدم في الأغراض العامة للنقل وهي مغلقة بالكامل وعلى شكل صندوق كما يطلق عليها الحاويات التكميبية، وتبلغ ابعادها النمطية: الارتفاع هو ٨ قدم و ٦ او قد تكون ذات ارتفاع اعلى يصل الى ٩ قدم و ٦ قدم وهو النوع الذي يسمى حاوية ذات التكميب عالي ويتم التحويل البضاعة في الحاويات من الخلف .
- الحاوية المعزولة : تستخدم في نقل البضائع المبردة او المجمدة كما تستخدم في نقل البضائع والمواد ذات الحساسية لدرجة الحرارة وفي هذا النوع تكون الحوائط عازلة مع عدم وجود وحدة تبريد.
- الحاوية بدون جوانب او المسطحة: وهي بدون حوائط جانبية وتسمى منبسطة platforms وقد تكون بحوائط خلف وامام وهنا تكون بدون جوانب flat ويستخدم النوعان في نقل المعدات الثقيلة.
- الحاوية المفتوحة من اعلى.
- الحاوية المبردة.
- الحاوية الفنتازية (التانك).

ابعاد الحاوية الايزو:

- العرض: ٨ قدم.
- الارتفاع: ٩ قدم و ٦ بوصة.
- الطول: ٢٠ قدم او ٤٠ قدم.
- هناك اطوال اقل شيوعا تصل الى ٢٤ , ٢٨ , ٤٤ , ٤٥ , ٤٦ , ٤٨ , ٤٨ , ٥٣ , ٥٦ قدم.
- تسمى الحاويات او تصنف حسب هذه الاطوال فتكون حاوية نمطية ٢٠ قدم او ٤٠ قدم وهكذا.

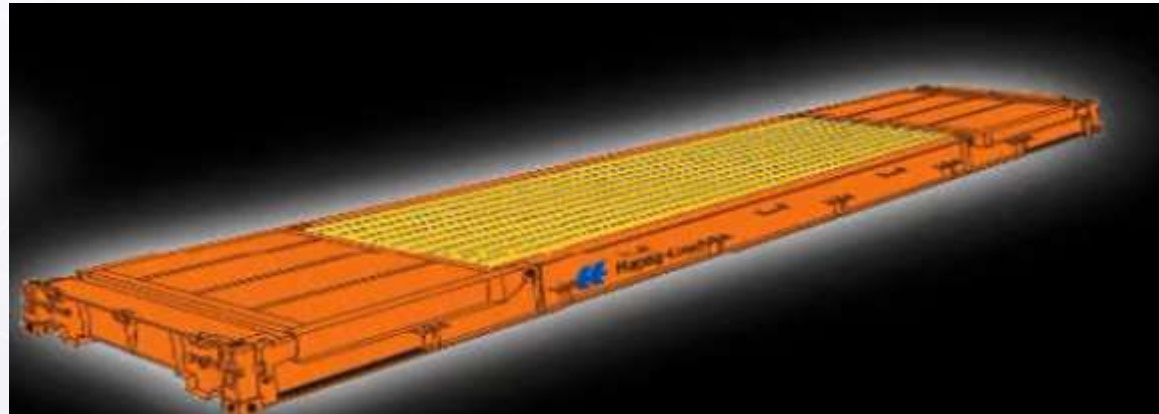
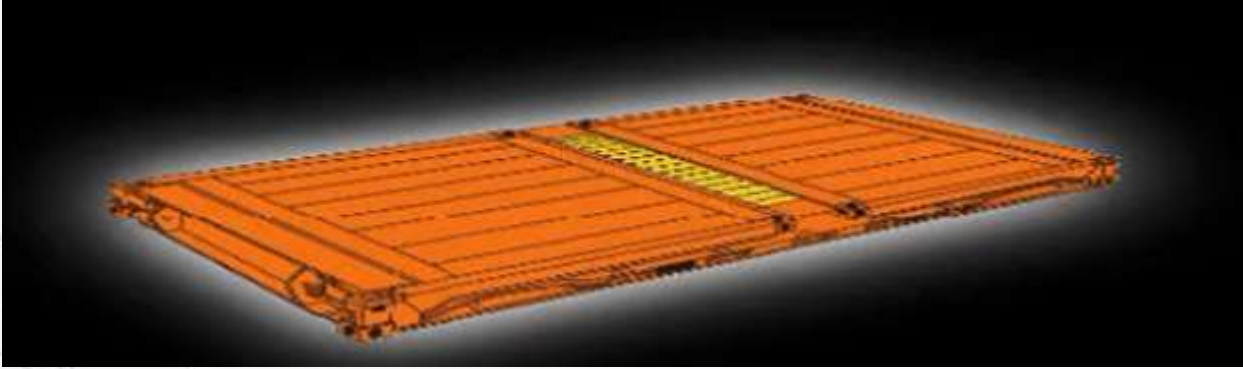
اشكال توضيحية لمواصفات وابعاد الحاويات



حاوية منبسطة ذات اجناب خلفية وامامية



حاوية منبسطة دون اجناب



حاوية بدون سقف
open top



حاوية بسقف صلب
Hard top



حاوية تكعيب مرتفع High Cube Containers

- ولها ذات هيكل الحاوية النمطية والفرق في الارتفاع.
- ارتفاعها ٢.٨٩٦ م بدلا من ٢.٥٩١ م أي الفرق ١ بوصة ارتفاع.
- معظم الحاويات مرتفعة التكعيب ٤٠ قدم او ٤٥ قدم.



الحاوية المبردة



الحاوية التنك



المحاضرة العاشرة

دليل المصدر الفعال

المدخل العاشر

International market research and sources of export
information

بحوث الاسواق الدولية ومصادر معلومات التصدير

بحوث السوق والفرص التسويقية

- هي طريقة منهجية وعملية ينتج عنها معلومات مناسبة ومفيدة للمساعدة في صنع قرارات تسويقية صحيحة. وتستخدم هذه المعلومات في:
- تحليل المشكلات التسويقية واسبابها واتخاذ قرار بشأن حلها.
- غريبة واختيار الأسواق المناسبة.
- التعرف على حجم السوق واتجاهاته.
- التعرف على المنافسين وسياساتهم.
- التعرف على رغبات العملاء وتوجهاتهم.
- التعرف على الوسطاء والوكلاء والمستوردين.
- بناء الاستراتيجيات والخطط التسويقية للشركة.

المجموعة الاولى: وهي بيانات مرتبطة بأحوال السوق

- الطاقة الاستيعابية للأسواق المختلفة.
- حجم الطلب الكلي الراهن والمحتمل.
- مصادر المنافسة الراهنة (الدول المنافسة)
- عناصر المنافسة الرئيسية (جودة – سعر – كمية – ترويج الخ).
- القوة الشرائية لكل شريحة من شرائح المجتمع.
- الطرق والمواصلات والاتصالات الداخلية والخارجية.

المجموعة الثانية: وهي بيانات مرتبطة بالمنتجات

- نوعية المنتجات المطلوبة وخصائصها.
- التغليف والتعبئة ودرجة الاهتمام بها.
- التكاليف والاسعار الخاصة بالمنتجات.
- جهود الترويج والاعلان القائمة والمطلوبة للمنتجات.
- قنوات التوزيع الموجودة والمحتملة.
- الخدمات المصاحبة للمنتج اثناء وبعد البيع.

المجموعة الثالثة: بيانات اقتصادية وسياسية وتشريعية

- النظم الضريبية ومستويات التعريفية الجمركية.
- مستويات التكامل والارتباطات الثنائية.
- المخاطر السياسية ونظم الحكم القائمة وتكرار تغييرها.
- مستويات التقدم الاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي.
- درجة الانفتاح على العالم الخارجي.
- موقف ميزان المدفوعات والديون واستقرار أسعار الصرف.
- القوانين التي تحكم النشاط التجاري.

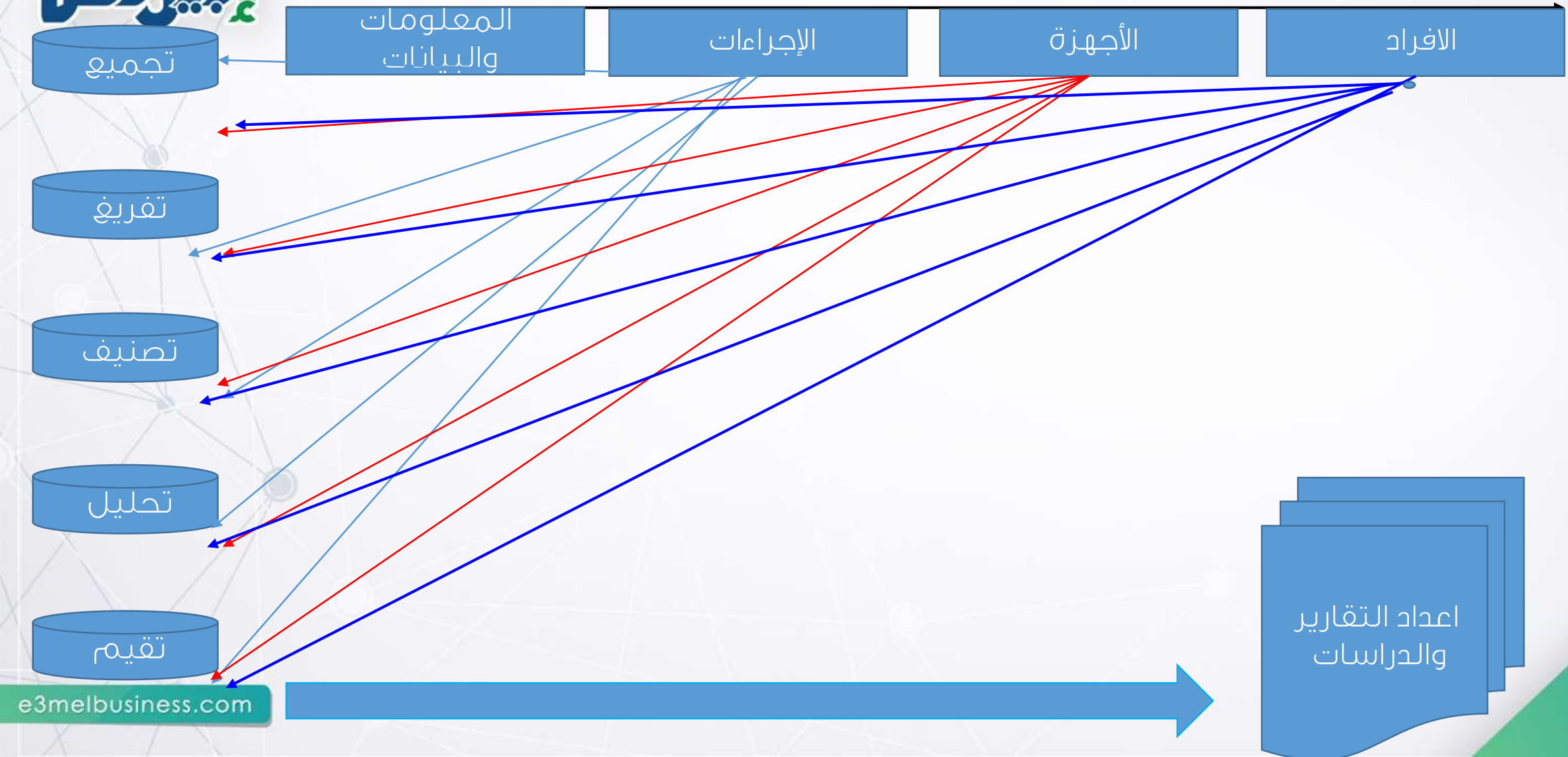
المجموعة الرابعة: بيانات مرتبطة بالبيئة

- العوامل الجغرافية والمناخية.
- وحدة او التباين اللغة السائدة.
- الثقافات والعادات والتقاليد السائدة.
- الديانات ودرجة تنوعها.
- التنظيمات الاجتماعية والعادات القبلية.
- وسائل الاتصال وأجهزة الاعلام.
- مستويات التعليم ودور المرأة في المجتمع.

المجموعة الخامسة: بيانات متعلقة بالمنشأة والمجتمع

- إمكانات وقدرات وموارد المنشأة المالية.
- الخبرات والمهارات المطلوبة وإمكانية الحصول عليها وتوظيفها.
- عدد العاملين بالمنشأة وتصنيفاتهم وتوزيعهم.
- نوعية الإدارة ودرجة طموحاتهم.
- استقلالية القرار ودور الحكومة في نشاط المنشأة.
- خطوط الإنتاج الموجودة ودرجة تقادمهما.
- القوانين والقرارات التي تعمل المنشأة في ظلها.
- مصادر المواد الخام ومستلزمات الإنتاج ودرجة استقرارها.

نظام المعلومات التسويقية



البحث المكتبي

- يعد البحث المكتبي الخطوة الاولى في عملية تقييم الأسواق، وبه يمكن جمع بيانات ثانوية Secondary.
- ومن امثلة البحث المكتبي: بيانات عن الدولة او مسوحات سوق ومستهلكين، ومعلومات عن الشركة ذاتها، واحصائيات تجارية متعلقة بالمنتجات، والمقالات والنشرات، والمجلات والصحف العامة، والمتخصصة.

مصادر البيانات الثانوية

- البيانات والمعلومات المتوفرة في النشرات الحكومية.
- النشرات الصادرة من مختلف الجهات الرسمية او الخاصة.
- المسموح بها او التعدادات السكنية.
- تقارير البنك المركزي او مؤسسات النقد.
- تقارير وزارة التخطيط والاقتصاد والتجارة والصناعة.
- تقارير الغرف التجارية والصناعية وبنوك المعلومات.
- مواقع البحث على شبكة الانترنت.
- الأدلة الالكترونية التجارية المتخصصة.
- التقارير الصادرة عن المنظمات الدولية.

البيانات
السكانية

التوزيع
الجغرافي

عدد السكان

الفئات العمرية

العدد حسب
الجنس

العمر المتوقع

معدل النمو
السكاني

البيانات الثانوية

بيانات ومعلومات اقتصادية كلية محلية ودولية

الاستهلاك والادخار

الدخل القومي و دخل الفرد

الموازنة العامة وميزان
المدفوعات

الاستثمار الوطني والاجنبي

البيئة الدولية وتحرير التجارة

الرسوم الجمركية والضرائب

البيانات الثانوية

قنوات التوزيع والترويج

الوكلاء والموزعون

مندوبو البيع

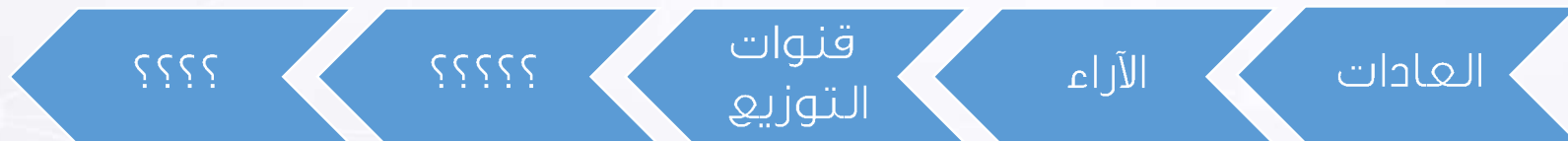
الحملات الترويجية والبيع في
الموقع

البحث الميداني

- هو أسلوب لجمع البيانات الأولية primary باستخدام المقابلات واستمارات الاستقصاء ومراجعة المحلات والمتاجر والمشاهدات واختبارات المنتج. وهذا يعني جمع معلومات او بيانات من موقع وجودها on the spot
- يتم اللجوء للبحث الميداني في تغطية الحاجة الى معلومات او بيانات يصعب الحصول عليها من البحث المكتبي.

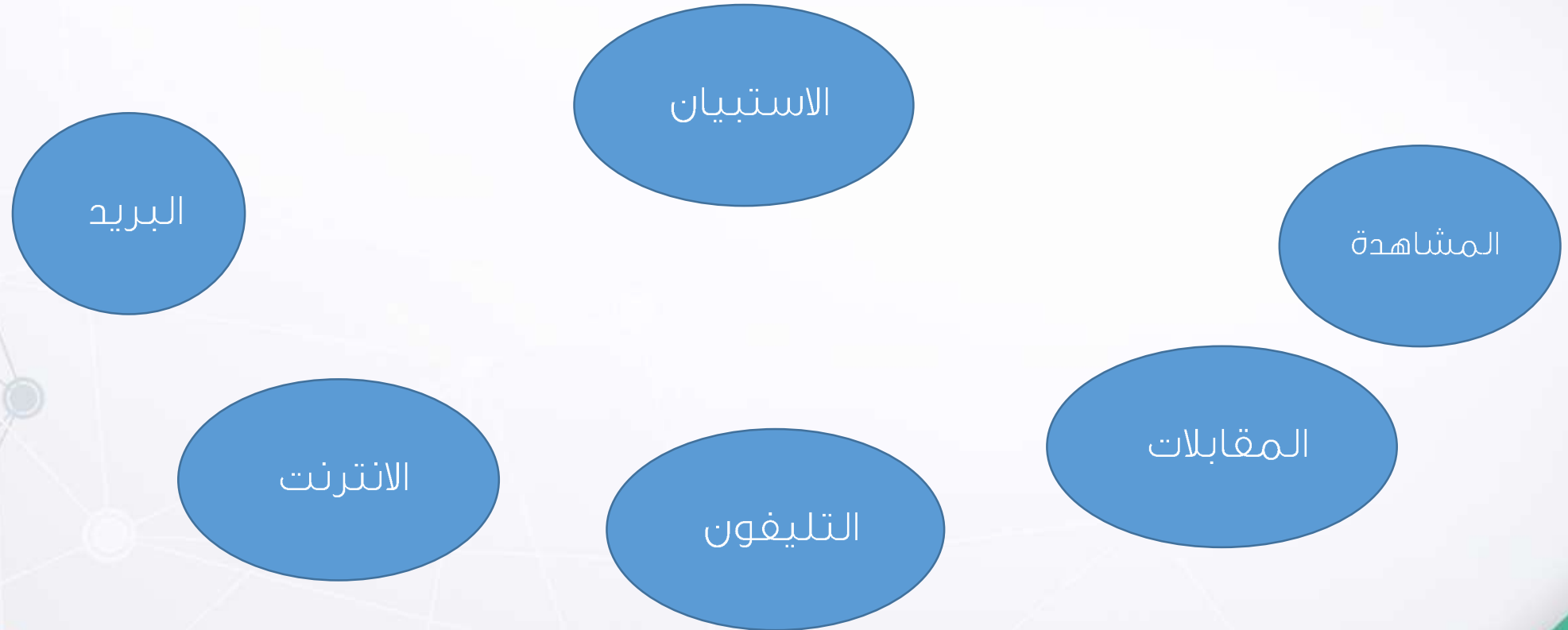
البيانات الأولية

- هي مصدر البيانات التي يتم تجميعها من المصادر الأساسية او الأولية لها مثل:



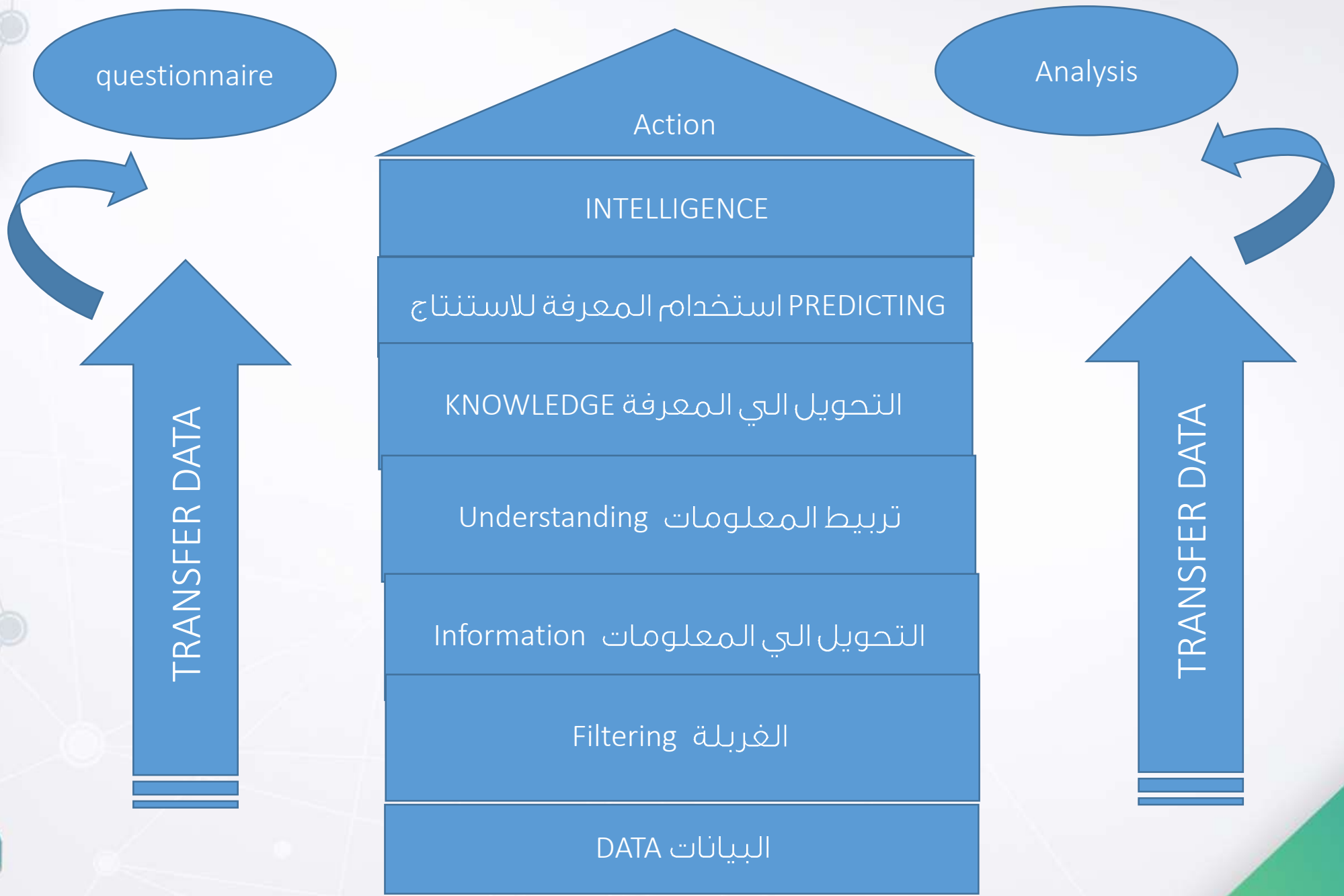
البيانات الأولية

- أساليب جمع المعلومات والبيانات الميدانية.



متطلبات تحليل البيانات

- البيانات الكثيرة جدا مثل البيانات القليلة جدا.
- يجب غربلة البيانات المجمعة وتصنيفها.
- يجب إعادة النظر في مدى كفاية البيانات ودقتها.
- يجب تحويل البيانات الى معلومات مترابطة ومفهومة.
- يجب تحويل المعلومات الى تقارير بسيطة وواضحة لتشمل:
 - ١- طبيعة المشكلة المطلوب بحثها.
 - ٢- الهدف من البحث.
 - ٣- منهجية وأدوات البحث المستخدمة.
 - ٤- نتائج وتوصيات البحث.
 - ٥- مرفقات البحث.
- يجب ان تساعد التقارير في اتخاذ القرار.



كيفية اكتشاف الفرص التصديرية

- الفرصة عبارة عن حاجة غير مشبعة لدى المستهلك، أو احتياج منتج ما أو خدمة أو مادة خام، أو سلعة وسيطة أو طلب متزايد على منتج معين في دولة معينة. ويمكن اكتشافها وخلقها عن طريق واحد أو أكثر من الوسائل التالية:



- الصدفة.
- تصفح الانترنت والبريد الالكتروني.
- تصفح ادلة التجارة والصناعة.
- قراءة المجلات والتقارير المتخصصة.
- مشاهدة التلفزيون والاعلانات.

كيفية اكتشاف الفرص التصديرية

- الاشتراك في المعارض العامة والمتخصصة.
- تنظيم الوفود والبعثات الترويجية والزيارات.
- تقديم شروط مالية أفضل.
- تقديم خدمات الإصلاح والصيانة.
- التركيز على عنصر الترويج.
- دراسة الأسواق.
- متابعة النشرات والمجلات.
- متابعة المناقصات.

البحث الميداني من خلال المعارض

الاهداف:

- التعرف على المستوردين والموزعين والوكلاء واكتساب عملاء جدد.
- فتح أسواق جديدة او عرض منتجات جديدة.
- إجراء بحوث سوق.
- زيادة نصيب السوقي.
- التعرف بمنتجاتنا في الأسواق الدولية ضمن حملة الترويج.
- التعرف على المنافسين ومنتجاتهم في الأسواق الخارجية.

البحث المكتبي عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات

بعض مواقع البحث المختلفة على الانترنت

- WWW.GOOGLE.COM
- WWW.Searchalot.com
- www.notess.com
- www.ask.com
- www.searchengineewath.com
- www.dogpile.com
- www.Marketsearchonline.com

كيفية البحث على الانترنت

- وضع علامة (+) بين الكلمات الأساسية، حيث يوضح ذلك الكلمات المطلوب ظهورها في صفحات الانترنت، فمثلا
عند البحث عن معلومات عن أسواق المشروم نكتب Mushroom + Market
وفي حالة البحث في بلد معين كفرنسا نكتب:

France+ Market + Mushroom

- وضع علامة (-) حيث الكلمات التي لا ترغب في ظهورها عبر صفحات الانترنت مثل البحث عن معلومات عن
أسواق المشروم في فرنسا مع استثناء المشروم او المشروم الجاف فنكتب:

France+ Market + Mushroom – Mushroom dried

- وضع كلمة and للبحث عن كلمتين او اكثر مثل France and Mushroom
- وضع علامات تنصيص (») لتوضيح ان البحث ينصب على جمل متعددة الكلمات مثل:

France Mushroom Market

قواعد بيانات ومعلومات التجارة الدولية وخدمات المصدرين

قواعد البيانات تساعد في الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما هو هيكل واتجاهات التجارة العالمية في منتج معين؟
- ما هي الدول التي نتعامل معها حاليا في التجارة الدولية لمنتج معين؟
- ما هي الفرص المتاحة لتنويع الأسواق الخارجية لمنتج ما؟
- ما هي الحواجز التعريفية والحواجز غير التعريفية في الأسواق المستهدفة؟
- ما هي الدول التي تنافسنا في كل سوق من الأسواق العالمية؟
- ما هي الأسواق ذات الأولوية في التصدير وتركيز الترويج بها؟
- ما هي المصادر الخارجية الهامة لتوريد المنتجات ومستلزمات الإنتاج؟
- ما هي المجالات التي تتمتع فيها المنتجات المصرية بمزايا تنافسية؟
- ما هو الأداء التجاري العام لميزان التجارة الخارجية للدولة؟
- ما هو اتجاهات التجارة الخارجية للدولة مع المجموعات التجارية المختلفة؟

اهم المؤسسات التي قامت بتطوير قواعد جيدة للبيانات

Unsd	←	• الأمم المتحدة – قسم الإحصاء
ITC	←	• مركز التجارة الدولي بجينيف
WTO	←	• منظمة التجارة العالمية
UNCTAD	←	• الأمم المتحدة للتجارة والتنمية
IBRD	←	• البنك الدولي للتعمير والتنمية
imf	←	• صندوق النقل الدولي
WCO	←	• منظمة الجمارك العالمية

قواعد او خرائط البيانات COMTRADE

- تغطي أكثر من ٩٠ % من التجارة العالمية.
- تغطي حواجز التجارة التعريفية وغير التعريفية عن ١٠٠ دولة.
- تشمل بيانات التجارة الدولية لأكثر من ٢٠٠ دولة.
- وتغطي ٥٣٠٠ مجموعة سلعية ونحو ٢٠٠٠٠ منتج.
- وتم تعريف هذه المنتجات استنادا الى النظام المنسق HS.
- تضمن النظام المنسق ٦ خانات او ست ارقام (.....).

مواقع للتعرف على النظام المنسق HS

- WWW.IDSC.GOV.EG
- www.tamseel-ecs.gove.eg
- www.wcoomd.org
- www.macmap.org

بعض المصادر الدولية للمعلومات والبيانات

www.intracen.org/mas-----www.intracen.org/tirc/welcome.htm

www.cbi.nl

www.expodatabase.com

www.jetro.go.jp jetro market information

www.ita.doc.gov jetro standareds

www.unctad.org infocomm unctad

www.eurep.org (GAP)

www.worldfactbook.com

www.fao.org المركز العالمي للمعلومات الزراعية

International portal on food safety./www.ipfsaph.org

Agricultural data base

بعض المصادر الدولية للمعلومات والبيانات

- www.tradeegypt.com
- www.mfti.gov.eg
- www.tamaseel-ecs.gov.eg
- www.goief.gov.eg
- www.tpegypt.gov.eg
- www.egtrade.com
- www.idsc.gov.eg

أدلة تجارية متنوعة مصدريين مستوردين تجار موزعين وكلاء

مثال لادلة
متنوعة

Trade
leads

ادلة ١

ادلة ٢

ادلة ٣

ادلة ٤

On line

- www.importerdata.com
- www.export-leads.com/enter.htm
- www.alibaba.com
- www.compass.com
- www.marketsearch-online.com
- www.tradeegypt.com
- www.yellowpagesonniternet.com
- www.retaildirectory.co.uk
- www.datastarweb.com

شكراً لكم