

التصدير



JEDCO
Jordan Enterprise
Development Corporation

This project is funded by the European Union in
Cooperation with Jordan Enterprise development
Corporation.

قائمة المحتويات

(1) التصدير:

1-1	القرار
2-1	المزايا
3-1	المعوقات

(2) خطوات التصدير:

1-2	التحضير
2-2	الدخول إلى سوق التصدير
3-2	الإمكانات المطلوبة
4-2	المتابعة

(3) آليات الدفع والتمويل:

1-3	طرق التسديد
2-3	تمويل الصادرات
3-3	إدارة العملات الأجنبية

(4) متطلبات التصدير:

1-4	إعداد عروض التصدير
2-4	النقل والتعبئة والتغليف
3-4	مستندات التصدير

(5) المصطلحات التجارية: قائمة بأهم الاختصارات المستخدمة دولياً

(7) ملاحق:	
1-7	ملحق مخطط الأسئلة المفترض الإجابة عليها قبل القيام بأي عملية تصدير

(6) معلومات مفيدة:

اتفاقيات تجارية ثنائية ودولية.
مؤسسات وطنية تهدف إلى تنشيط
الصادرات الوطنية ونبذة عن
أفضل الممارسات العالمية.

2-7	ملحق لعقد التصديري
3-7	ملحق جدول المصطلحات
4-7	ملحق مواقع الكترونية هامة
5-7	ملحق البرامج الداعمة والماتحة في الأردن

(1) التصدير:

1-1 القرار

التصدير للبعض هو خيار ولغيرهم هو حل، وللأغلبية هو المنفذ الوحيد للبقاء في السوق والمنافسة.



ما هو التصدير؟

عملية بيع السلع أو الخدمات خارج السوق المحلي، أي لدولة أخرى ذات سيادة سياسية.



من يستطيع التصدير؟

كل من لديه عمل وطموح مشروع لتوسيع أعماله (سلع أو خدمات) وزيادة الحصة السوقية وتحقيق مزيد من الأرباح مع دراسة درجة المخاطرة وتأثيرها الحالي والمستقبلي.



الأهداف العامة للتصدير:

- * إيجاد أسواق جديدة وزيادة المبيعات (لأن السوق الأردني محدود، عدد السكان قرابة عشرة ملايين نسمة).
- * إنتاج وتصدير منتجات جديدة.
- * تحقيق دخل إضافي.



الأهداف العامة للتصدير:

**تحقيق توازن ما بين السوق المحلي والتصدير.

*زيادة الإنتاج وتقليل الكلفة والمحافظة على العمالة ورفع كفاءتهم وتعزيز عمر المنتج الذي قد يتغير حسب تقلبات الموضة والأذواق.





إن الهدف من بيان خطوات التصدير الأساسية هو زيادة الوعي التصديري للشركات الأردنية والنهوض بعملية التصدير في ضوء المنافسة الشديدة التي تشهدها أسواق العالم. فقد حققت الصناعة في بعض البلدان الاكتفاء الذاتي للسوق الداخلية في كثير من القطاعات وهي تتجه إلى تنمية صادراتها إلى مختلف أنحاء العالم.

يعتقد الكثيرون أن عملية التصدير
هي عملية بسيطة ورخيصة تتم
بإرسال كميات بضائع غير مباعه
في السوق المحلي ومحاولة
عرضها وبيعها في الأسواق
الخارجية. لم يعد هذا الاعتقاد
صحيحاً لأن احتمالات نجاحه شبه
معدومة

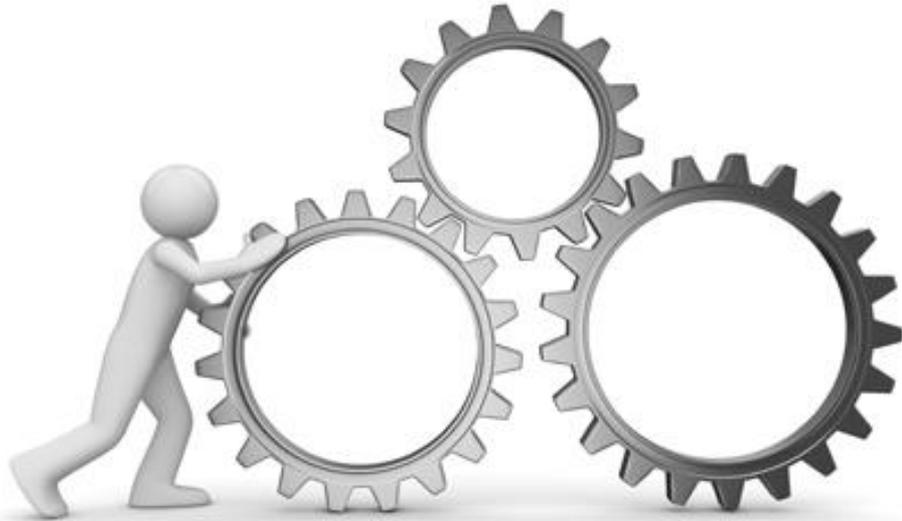




كما أن نجاح التصدير ذي الصفة الدائمة
يعتمد على دراسة وفهم جيدين للعملية
التصديرية من حيث مزاياها وسلبياتها
والإمكانيات المطلوبة وديناميكية السوق
وغيرها من أمور سيرد ذكرها لاحقاً.
إنما ينبغي التأكيد على أن الفهم
والدراسة لا يعنيان التباطؤ في استغلال
أي فرصة تجارية سانحة، بل يهدف إلى
التقليل من مخاطرها إن وجدت.



تتصف عمليات التصدير بالتعقيد والتداخل. لذلك ومن أجل دراستها بشكل جيد لا بد من تبسيطها وتجزئتها إلى عناصرها الأساسية ودراسة تلك العناصر. إضافة إلى إيجاد حلول مناسبة تساعد على تحقيق النجاح في عملية التصدير ومنها:





- اتخاذ القرار الصحيح بالتصدير
- دراسة سوق التصدير
- عملية الدخول إلى سوق التصدير المختارة
- التقليل قدر الإمكان من المخاطر المالية المحتملة
- إدارة فعّالة لعملية التصدير



عملية التصدير طريق ذو اتجاهين أحدهما يقود إلى النجاح
والآخر إلى الفشل. وقد يتكبد المصدر خسارة أولية لتثبيت قدمه
في السوق الجديد.



لكن المصدر الجيد هو الذي يعمل على تحويل تلك الخسارة إلى ربح بعد فترة ليست طويلة. وبالمقابل فقد يحقق مصدر ما نجاحات مؤقتة في التصدير ما تلبث أن تنقلب إلى خسارة بعد فترة وذلك نتيجة الثقة المفرطة بالنفس وعدم متابعة التغيرات الحاصلة في الأسواق.



2-1 مزايا التصدير

ومن أجل تحقيق مزيد من الربح، تقوم الشركة بالتوسع في أعمالها وذلك بالتصدير وتأمين قاعدة أوسع للزبائن وبالتالي تصريف منتجات الشركة.



تتجلى الفوائد المباشرة للتصدير في:

تعويض أي تراجع في النمو بالسوق المحلي، مع
ضرورة إدراك أن عملية التصدير ليست هي الصمام
الذي يفتح ويغلق تبعاً لحالة البيع في الأسواق
الداخلية.
استغلال أي طاقة إنتاجية غير مستخدمة في عملية
الإنتاج.



تتجلى الفوائد المباشرة للتصدير في:

تحسين الربحية عن طريق تشغيل إنتاجي أفضل وزيادة المساهمة في تغطية التكاليف الثابتة.

تعزيز عمر المنتج نتيجة تقلبات الموضة والذوق.
طمأنة العمالة الموجودة لدى الشركة حول استمرارية العمل، ووجود فرص لتطوير أقسام التصميم والتطوير داخل الشركة.

الإعفاءات الضريبية وخاصة ضريبة الدخل، حيث تتمتع الشركات بالإعفاء حتى عام 2018.



3-1 معوقات التصدير

ومن ناحية أخرى فإن عملية التصدير تنطوي على مجموعة من التكاليف والمخاطر المحتملة يمكن إيجازها بما يلي:

الحاجز النفسي والخوف من خوض التجربة.
الجهل بالأسواق الخارجية وضعف المعرفة بالتجارة الدولية.
تكلفة الوقت المستغرق في البحث عن أسواق ممكنة وإدارة خطط التصدير، زيارة أسواق التصدير، التعرف على وكلاء محتملين وتشكيل فرق مبيعات.



3-1 معوقات التصدير

الاستثمارات المالية اللازمة من أجل دراسة أسواق التصدير وتطوير المنتج والعملية الإنتاجية للوفاء بالاحتياجات الجديدة للسوق وزيادة المخزون لتحقيق دورة منتج أطول.
الفشل في إجراء التغييرات المطلوبة على المنتج لجعله مقبولاً من الناحية الفنية ورائجاً في الأسواق الخارجية.
اختلاف حجم البيع الفعلي عن التقديرات المتوقعة الموضوعية من قبل الشركة.
الارتباط مع سوق العملات العالمي وتذبذباته والتأخر في استرداد الديون.



(2) خطوات التصدير

1-2 التحضير

قبل البدء في عمليات التصدير لا بد من دراسة الأسواق الخارجية ومعرفة المنافسة المتوقعة إضافة إلى إعداد خطة مدروسة للتصدير. كما أنه من الضروري إجراء بحوث السوق وتحليل للفرص ودراسة المخاطر المالية وغيرها.



ومن الضروري أيضاً غربة الأسواق والبدء بالأسواق ذات الأفضلية عن غيرها للتصدير، كتلك التي ترتبط بلد المصدر وبلد المستورد باتفاقيات تجارية، والموقع الجغرافي، وسهولة الشحن، والطلب على السلع المراد تصديرها، وإيجاد مستوردين مناسبين.



ويتطلب التصدير أيضا زيارة الأسواق المحتملة
والمشاركة في المعارض، والقيام بأعمال الترويج عن
طريق الإنترنت وغيرها من وسائل الاتصال والإعلان.



و على المصدر تقييم الفرص المتاحة، ودراسة كل عوامل النجاح وكذلك المعوقات الفنية والإدارية والقانونية، حتى يتمكن من التصدير ضمن صورة واضحة يتم من خلالها تحليل الفرص والتهديدات إن وجدت.



إن عملية اتخاذ أي قرار بالتصدير هي مهمة صعبة لأن هذا يعني زيادة في المسؤولية وأعباء جديدة على كاهل إدارة الشركة وأفرادها، ولا بد أن تؤخذ الأمور التالية بعين الاعتبار قبل اتخاذ قرار التصدير:

أهداف عملية التصدير (زيادة الطلب على صنف معين، فتح منافذ خارجية للتصدير).
ما هي التوقعات المحتملة لعملية التصدير (نجاح أكيد واختبار السوق من خلال تصدير كمية صغيرة)؟
ما هو مقدار الجهود الواجب بذلها من قبل المصدر أو الشركة المصدرة؟
ما هي المبالغ الواجب تخصيصها من أجل عملية التصدير وما هو العائد المالي، المتوقع من هذا الاستثمار؟



تحديد الأشخاص الذين سيتابعون عملية التصدير.
تحديد تاريخ بدء عملية التصدير والمدة الزمنية لها.
ما هي البلدان التي سيتم التصدير إليها؟
هل هناك شركات منافسة ترغب بتصدير نفس المنتج؟
ما هي توقعات المبيعات بالنسبة للمنتج المصدر؟
ما هي طرق التوزيع المزمع استخدامها؟
ما هي الخبرات التي تم اكتسابها من عمليات تصدير سابقة؟
ما هي قدرة الشركة من الناحية الإنتاجية للالتزام بمواعيد التسليم والجودة المطلوبة والسعر المقبول؟

2-2 الدخول إلى سوق التصدير

إدارة عملية التصدير مسألة هامة جداً، ويجب أن يتمتع المصدر بقدرات إدارية لإجراء التصدير السليم والمتكرر حتى تكون الفائدة أعظم.



بعد أن يتخذ المصدر قراره للتصدير، أو يرى أن هناك فرصة تجارية مناسبة، لا بد له من إجراء دراسة للسوق المستهدف، لأن ذلك يساعد على جعل العملية التصديرية أكثر أماناً و أقل عرضة للمفاجآت و عادة ما تبدأ هذه الدراسة بالحصول على معلومات حول السوق المستهدف. ويتم ذلك من عدة مصادر أهمها:

- * زيارة الأسواق المستهدفة من قبل المصدر نفسه أو إرسال من ينوب عنه للإطلاع على تلك الأسواق.
- * زيارة المعارض التجارية المتخصصة للإطلاع على المنتجات المنافسة.
- * متابعة المجالات والدوريات المتخصصة بالشؤون الاقتصادية.
- * الإنترنت.
- * الاتصال بغرف التجارة والصناعة للحصول على معلومات وإحصائيات عن السوق المستهدف.
- * حضور لقاءات تنظمها جهات المتخصصة والتي تساهم في ترويج الصادرات (بعثات المشترين).
- * متابعة الأحداث العالمية وخصوصاً التي قد يكون لها تأثير على عملية التصدير.
- * السفارات.
- * هيئات تنشيط الصادرات.



يمكن اللجوء إلى المكاتب الاستشارية في شؤون التصدير لإعداد مثل هذه الدراسات الأولية. إن مثل هذه الدراسة يمكن أن تشمل المواضيع التالية:

- * فهم سوق التصدير وهيكلته.
- * نسب النمو المتوقعة في الطلب على المنتج.
- * المواصفات الفنية والقياسية المطلوبة للمنتج.
- * الحجم الكامل للسوق والمنافسة (المحلية والخارجية).
- * تحديد واستهداف زبائن معينين وفهم سلوك الزبائن ورغباتهم.
- * تحديد أنجع الطرق لتوزيع المنتج.
- * تحديد المنافسين والطرق الممكنة لزيادة القدرة التنافسية للمنتج.
- * أخلاقيات الأعمال.
- * الاستقرار السياسي.
- * القيود المحلية على الاستيراد والنظام الضريبي النافذ.



فيما يلي عدد من أهم العمليات المطلوب معرفتها ودراستها جيداً:

عمليات الشحن والنقل والتأمين وآليات الدفع (الاعتماد المستندي وغيره)، دراسة المخاطر المالية المحتملة، عمليات التواصل مع العملاء والمستوردين الخارجيين، عمليات الترويج ومتابعة الأسواق الخارجية والاهتمام بالعملاء.

يتطلب دخول أي منتج إلى أسواق بلد ما إنشاء شبكة معينة للتوزيع أو الاعتماد على شبكة توزيع قائمة (شركة تصدير أو استيراد، بيع جملة، بيع مفرق). ويختلف الأمر تبعاً لحجم المؤسسة وحجم العملية التصديرية، نوع البضاعة.



ومن أجل إيجاد وسيلة التوزيع المناسبة يمكن اللجوء إلى:

القيام بزيارة شخصية لسوق التصدير

يمكن للمصدر أن يزور الأسواق التي يرغب التصدير إليها للتعرف عليها ودراستها إلا أن هذه الطريقة غالباً ما تكون ذات نتائج محدودة بسبب محدودية الوقت الذي يمكن أن يخصصه المصدر للزيارة نتيجة لضغط العمل والمصاريف الكبيرة للسفر والإقامة إلا أن زيارة السوق تمنح المصدر فرصة التفاوض المباشر مع الزبائن والتعرف عليهم.



إرسال مندوب من فريق المبيعات

يمكن الاستعاضة عن الزيارة الشخصية بإرسال احد مندوبي المبيعات في الشركة لدراسة السوق والتعرف عليها. ويفضل أن يكون هذا المندوب ملماً باللغة المحلية وطرق ممارسات الأعمال. ويقوم هذا المندوب بتمثيل الشركة في المفاوضات وإبرام الصفقات على أن يبقى على اتصال دائم ومنتظم بالمكتب الرئيسي ليطلع الشركة على تطور الأعمال. تتميز هذه الطريقة بالفعالية إلا إنها قد لا تناسب الشركات الصغيرة أو الصفقات الصغيرة لما تنطوي عليها من مصاريف كبيرة للسفر والإقامة.





استخدام الوكلاء، شركات التصدير،
وكلاء بالعمولة
يمكن للمصدر أو للشركة المصدرة أن
تعمل على إيجاد وكلاء يقومون
بشراء المنتجات من الشركة مباشرة
ويقومون ببيعها لحسابهم، لما توفره
هذه الطريقة على المصدر من عناء
الدخول للأسواق وتقليل تكاليف
التصدير.

أما شركات التصدير فهي تختلف قليلاً عن الوكيل إذ تعمل كامتداد للشركة وهي تقوم بترتيب عملية التصدير بدءاً من إيجاد الزبائن إلى القيام بترتيبات النقل وانتهاءً بتحصيل الديون.

أما نظام عمل الوكيل بالعمولة فيقتضي من الوكيل تأمين زبائن جدد في سوق التصدير، وتسجيل طلباتهم. أما تنظيم لائحة الأسعار والشحن وتحصيل الديون فتبقى من اختصاص الشركة المصدرة ويتقاضى الوكيل العامل بالعمولة نسبة من إجمالي الطلبات المسجلة وليس من مبيعات التصدير المنجزة (أو حسب الاتفاق).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن عملية تعيين وكيل أي كان، تتطلب معرفة بالقوانين المحلية المنظمة للعملية والتي تعمل على حماية الوكلاء والموزعين. ويمكن الحصول على هذه المعلومات من غرف التجارة ولا بد للمصدر من تنظيم عقد بين الشركة والوكيل يتضمن الشروط القانونية للوكالة. ويمكن اللجوء لمقابلة الوكيل شخصياً للتعرف عليه في محيطه مما يساعد على نشوء علاقة تجارية سليمة.



ويتضمن عقد الوكالة عادة:

- مسؤوليات كل طرف.
- الدعم الفني والتدريب، خدمة ما بعد البيع.
- نسب الخصومات وشروط العمولة المستحقة.
- طرق ومواعيد الدفع للمبيعات ونوع العملة.
- مسؤوليات الإعلان والتسويق ووسائل الترويج.
- قانون الدولة المطبق على الاتفاقية.
- إنهاء العلاقة والتعويض المطلوب.
- مستويات المخزون.
- إمكانية فتح حسابات في المصارف المحلية.



هناك مزايا واضحة لإسناد معظم المهمات الخاصة بالتصدير إلى طرف ثالث، إلا أن مخاطر مثل هذه الخدمات هي فقدان الاتصال المباشر بالزبائن ووجود وسيط في العملية.

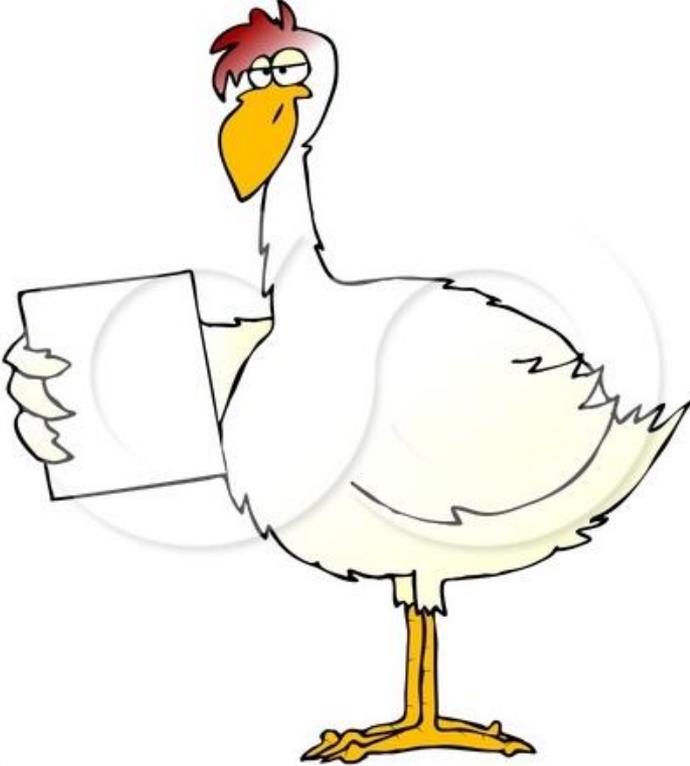
منح امتياز أو مشروع مشترك

يمكن للمصدر في بعض الأحيان اللجوء إلى إبرام اتفاقية مع إحدى الشركات العاملة في سوق التصدير بحيث تقوم هذه الشركة بتوزيع المنتج في السوق المستهدف، بينما يكون دور الشركة المصدرة تأمين البضائع المناسبة. وتشبه هذه العملية نظام الوكالات إلا أن تدخل الشركة المصدرة في العملية التصديرية يكون أكبر. وعلى أي حال فإن هذه العلاقة يجب أن تكون موثقة بعقد وفق القوانين المحلية النافذة بما يضمن حقوق الطرفين.



إنشاء فرع خارجي

تعتبر هذه خطوة من الخطوات البارزة بالنسبة للشركة. وينبغي أن لا تتخذ إلا بعد تجربة كافية في سوق التصدير. ومن شأن الفرع الخارجي أن يوفر للشركة المصدرة درجة أعلى من التحكم بالعقود مع الزبائن وبقاء عملية التصدير تحت السيطرة الكاملة للشركة، مما يجعلها في موقع أفضل للتأثير على إستراتيجية المبيعات وخدمة ما بعد البيع في بلد التصدير.



وعند إنشاء مثل هذه الشركات لا بد من إنشاء نظام محاسبي مناسب يربط الفرع والأصل بحيث يقدم هذا النظام المعلومات المناسبة عن الفرع إلى الشركة الأم. ولا بد من دراسة القوانين الضريبية في بلد التصدير وذلك لمنع الازدواج الضريبي بين الفرع والشركة الأم.

وأخيرا لا بد للشركة المصدرة التي استطاعت اكتساب حصة من السوق، مهما كانت طريقة التوزيع التي اعتمدها، من مراقبة هذه الأسواق، لأن أي تغير في القوانين والممارسات المحلية قد يدفع إلى ظهور مزايا أو مخاطر قد تؤثر على العملية التصديرية. كما وأن وجود علاقات محلية يساعد في تجنب الأوضاع غير المناسبة التي قد تنشأ.

Tool Box						
		إعدادات العرض	تغيير قسم المشتريات	البحث عن فاتورة	تحديث العرض	التراجع عن الإضافة
		حفظ الفاتورة الحالية				إضافة فاتورة جديدة
Main Details						
أجل	1431 - 04 - 05	تاريخ إصدار الفاتورة *	6	كود فاتورة الشراء *		
		المصرية للحاسبات	اسم الشركة الموردة *	<input checked="" type="checkbox"/>	التكويد التلقائي للسجلات الجديدة	
Document Details By Product Name						
اسم المنتج المشتري	الكمية المشتراة	سعر الوحدة المشتراة	خصم الشراء (%)	إجمالي تكلفة الشراء		
CPU 3/2	0	0	0	0		
Documents Items Details						
كود المنتج	اسم المنتج	الكمية المشتراة	سعر الوحدة المشتراة	%	مقدار الخصم	إجمالي تكلفة شراء المنتج
6	CPU Dual Core 2.6/2 - Box	5	350	0	0	1750
21	Double Hand JUMBO Case	10	137	0	0	1370
Financial Details						
إجمالي الفاتورة	3120	المبلغ المتبقي	1000			
المبلغ المدفوع	2120	إجمالي الخصم	0			

2-3 الإمكانات المطلوبة

لا بد للشركة المصدرة من توفير الإمكانيات والموارد اللازمة قبل اتخاذ أي قرار بالتصدير لأن عملية التصدير تتطلب من المصدر موارد إضافية لا بد من توفيرها ويمكن أن يستفاد من هذه الموارد في:



البحث والتطوير

قد يتطلب التصدير مزيداً من البحث والتطوير في المنتج نفسه أو البحث عن منتج جديد يلئم السوق المختارة ويلقى الرواج فيها. ويغفل كثير من المنتجين هذه الناحية فيقومون بعرض منتجات دون إجراء أي تعديل عليها بما يتلاءم مع السوق المستهدف الأمر الذي يقلل من فرصهم التنافسية أمام المنتجات الأخرى الأكثر ملاءمة مع البلد المصدر إليه (من الناحية التقنية، الثقافية، الموضة، الأذواق...الخ).



الإنتاج

تتطلب عملية التصدير توفير مزيد من المنتجات التي قد لا يستطيع قسم الإنتاج في الشركة تلبيةها في الوضع الراهن. ولا بد للشركة المصدرة أن تسعى إلى توفير الإمكانيات المطلوبة للعملية الإنتاجية وأدوات الإنتاج التي ستغطي الطلب المتزايد على المنتجات. كذلك لا بد من التأكد من قدرة موظفي الأقسام الإنتاجية على التكيف مع الأوضاع الجديدة الناشئة (جودة عالية للمنتجات، دوام إضافي....الخ).



دراسة السوق

ينبغي تعميق الدراسة الأولية التي تم إجراؤها عن السوق المستهدف من قبل قسم التسويق في الشركة أو عن طريق جهة مستقلة (مكتب دراسات). ويمكن أن يتم ذلك بزيارة المعارض المتخصصة ذات العلاقة ودراسة أو ضاع المنافسين ومقابلة الوكلاء المحتملين.



الإعلان

قد يتطلب تسويق منتج ما في بلد ما ذي عادات وفوارق ثقافية واجتماعية، تغييراً في السياسة التسويقية للشركة كي تتناسب مع عادات البلد الجديد. على سبيل المثال قد يكون في بلد ما الإعلان التلفزيوني شديد التأثير بينما في بلد آخر الإعلان في الصحف أكثر تأثيراً.



التعبئة والتغليف

التغليف أول الأشياء التي يشاهدها
الزبون (المستورد) من البضاعة
وهو الذي يعطي الانطباع الأول عنها
لذلك ينبغي أن يكون التغليف متناسباً
مع البضاعة المنقولة ومع السوق
المستهدف بحيث يساهم في
المحافظة على جودة وسلامة
البضاعة وإبرازها بشكل أنيق
وجذاب. ولا بد أن يراعى فيه أيضاً
الاختلافات الثقافية واللغوية لهذا
السوق.



الناحية المالية

تتطلب عملية التصدير تأمين موارد مالية سوف تستخدم في:

- البحث الأولي عن أسواق التصدير.
- دراسة وتطوير المنتجات القائمة لجعلها مناسبة للتصدير.
- تعزيز أنظمة الإنتاج بحيث تكون قادرة على تصنيع المنتجات المطلوبة.
- إنتاج نماذج أو عينات لإرسالها إلى الزبائن المحتملين.
- تكاليف إيجاد قنوات لشبكة المبيعات والتوزيع في سوق التصدير.
- توفير نوع من الحماية نتيجة تذبذب سعر صرف العملات الأجنبية.
- زيادة المصاريف الناتجة عن استخدام وسائل الاتصال للمحافظة على صلات جيدة بالأسواق الخارجية.
- حماية الملكية الفكرية والأشكال الأخرى من الحماية ضد التقليد.



النقل

قد تتطلب عمليات التصدير من الشركة توفير موارد نقل إضافية لنقل المنتجات المصدرة ما لم يتم استخدام شركة نقل متخصصة. وبالنسبة لكثير من الشركات فإنه من غير المجدِّ الاعتماد على موارد الشركة لتأمين نقل منتجاتها بل يتم اللجوء إلى الاستعانة بشركة شحن متخصصة تتولى العملية برمتها وتساعد في عمليات النقل والتخزين والتأمين (أو كما يقال من الباب إلى الباب).



الإدارة

تتطلب عملية التصدير جهداً من الكوادر الإدارية للشركة
المصدرة بسبب كثرة الوثائق والمستندات والفواتير
المصاحبة لعملية التصدير والتي ينبغي تصنيفها ومتابعتها
لضمان نجاح عمليات التصدير.



الموارد البشرية

تتطلب عملية التصدير جهوداً كبيرة. لذا يجب التأكد وخصوصاً في الشركات الصغيرة من أن جميع الموظفين يقومون بدورهم على أكمل وجه ويساهمون في عملية التصدير. ويقع العبء الأكبر على كاهل الإدارة والموظفين الذين يجب عليهم تكوين مهارات لغوية والتكيف مع العمل ضمن أجواء عمل مختلفة. كما يجب توفير كوادر جديدة في حال عدم توفر المهارات المناسبة في الشركة.



هناك العديد من التحديات التي قد تقف أمام المصدر، إلا انه يمكن التغلب عليها شريطة أن يتم تحديدها ومعالجتها في مرحلة مبكرة من عملية التخطيط للتصدير وتتباين هذه العوائق من بلد إلى آخر، ويمكن إيجازها بما يلي:



اللغة

أصبحت اللغة الإنجليزية لغة التجارة العالمية. وأصبح لزاماً على كل مصدر أو من يعمل بالتصدير إما أن يتحدث أو يوظف شخصاً ما يتحدث اللغة الإنجليزية ولديه معرفة كاملة بالمصطلحات الاقتصادية ولغة الأعمال لأن ذلك يقلل من الوقت اللازم للتفاوض ويقلل من المخاطر. وقد يصبح سوء الفهم مصدراً للمشاكل المادية. لذلك في بعض الأحيان يمكن اللجوء إلى تعيين وكلاء محليين نظراً لمعرفةهم الجيدة بالسوق ولغة البلد. فالزبون يفضل عادة أن يشتري مستخدماً لغته الخاصة.



الناحية الثقافية

يتميز كل بلد بعادات وفوارق ثقافية تختلف من بلد لآخر. وما قد يعتبر مقبولاً في بلد ما قد يعتبر غير مقبول تماماً في البلد الآخر. لا بد للمصدر من معرفة الفوارق والعادات لأن اختلاف العادات والفوارق الثقافية قد يجبر المصدر على مراجعة طرق التسويق والإعلان وأساليب البيع والتغليف والمصطلحات التجارية المستعملة في السوق.



الناحية الفنية

تقوم بعض الدول وخصوصاً المتطورة منها بفرض شروط قاسية من الناحية الفنية والسلامة. وتشتترط على البضائع المستوردة مطابقة المواصفات القياسية الفنية أو أنظمة السلامة (التجهيزات الكهربائية، الألبسة و مواد الصباغة المستخدمة لصبغ الأقمشة) مما يجبر المصدرين (المصنعين) على تعديل منتجاتهم لتتلاءم مع سوق التصدير.



الناحية الجغرافية

قد تشكل الناحية الجغرافية عائقاً مهماً أمام التصدير من حيث عدم ملاءمة المناخ للمنتج المصدر أو وجود منافسة قوية من منتج محلي مشابه أو وجود صعوبات من ناحية النقل لعدم توفر شبكة طرق مناسبة أو وجود عوائق للاتصال نتيجة سوء أنظمة الاتصالات.



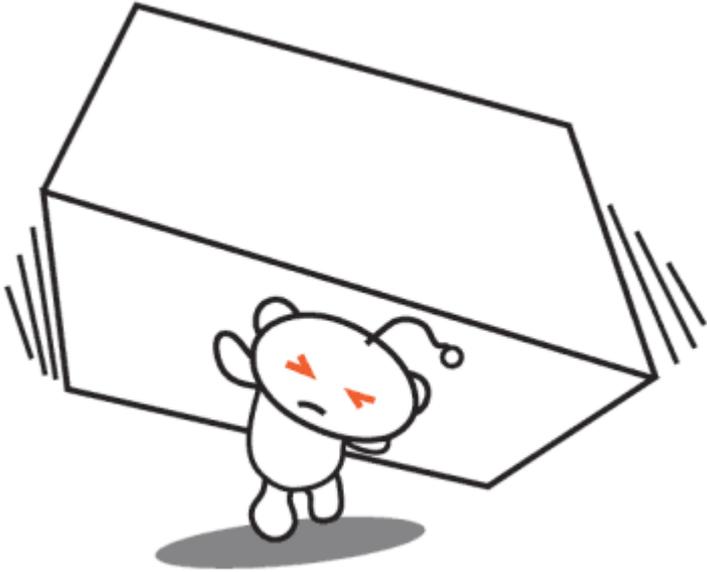
الناحية المالية

لا بد للمصدر من دراسة القوانين المالية وأساليب التعامل المتبعة في البلد المصدر إليه. فبعض الدول تضع قيوداً على تحويل الأموال وقد تكون العملة المحلية خاضعة لتذبذبات ناشئة عن عدم استقرار سياسي واقتصادي، مما قد يؤدي إلى خسارة في العملية التصديرية. كما تفرض بعض الدول رسوم استيراد عالية أو قيوداً على الاستيراد أو تستخدم أسلوب الحصص (كوتا) على الاستيراد. كذلك يمكن أن تمثل النظم الضريبية الإضافية عائقاً أمام عملية التصدير.



الناحية السياسية

قد تفرض الدول قيوداً على الاستيراد والتصدير لتحقيق غايات سياسية. على سبيل المثال تلجأ السوق الأوروبية إلى فرض رسوم على المستوردات لمجابهة سياسة الإغراق التي تقوم بها دول خارج السوق الأوروبية المشتركة.

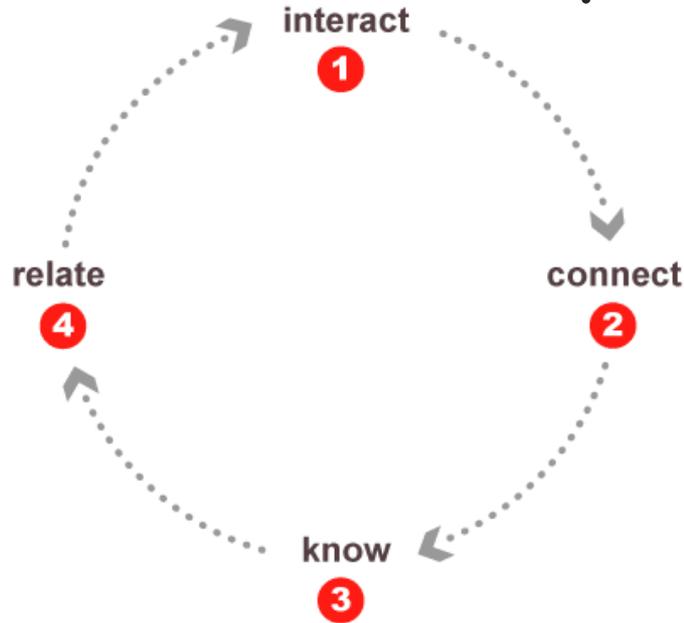


4-2 المتابعة

دراسة الشكاوى الواردة و وضع الحلول المناسبة وتنفيذها وعدم إهمالها لأن عكس ذلك يؤدي إلى الترهل والخروج من السوق.

البحث الدائم عن الأسواق الجديدة لأن الأسواق ديناميكية والمتغيرات كثيرة. البحث عن مستوردين وموزعين جدد وذلك للحد من تقلبات الأسواق خاصة لعوامل سياسية وغيرها.

التوسع في الأسواق الحالية لعدم إضاعة الفرص المتاحة والكامنة. إنتاج سلع وخدمات جديدة من أجل تعزيز المنافسة.



(3) آليات الدفع والتمويل:

يتطلب التصدير استخدام موارد مالية لما له من تكاليف تبدأ من لحظة اتخاذ قرار التصدير. لذلك فإنه من الضروري ومنذ البداية تحديد جميع التكاليف التي قد تنشأ ويتم ذلك بإعداد ميزانية تفصيلية تقوم بحساب جميع التكاليف التي قد تنشأ أثناء عملية التصدير وبواسطة الميزانية يتم تحديد السعر التصديري المناسب للبضاعة.



1-3 طرق التسديد

يعتبر موضوع تسديد قيمة الصادرات جزءاً هاماً من عملية التصدير، ويشغل اهتمام كل من المصدر والمستورد على حد سواء. فالمصدر مهتم بالحصول على ثمن البضاعة التي قام بتصديرها دون التعرض إلى مخاطر عدم التسديد في الوقت المناسب أو في أسوأ الأحوال بسبب سوء نية المستورد، مما قد يعرض المصدر إلى ضياع ربحه من العملية التصديرية وقد يدخله هذا في مشكلات هو في غنى عنها. وبالمقابل فإن الهم الأول للمستورد هو الحصول على البضاعة بسعر مناسب وفي الوقت المناسب.



وينبغي هنا أن نذكر أن التأخر في عملية تسديد قيمة الصادرات سواء أكانت بسبب الزبون (المخاطر التجارية) أو بسبب ظروف خارجية (مخاطر غير تجارية) تلحق ضرراً بالمصدر نفسه أو في بعض الأحيان بالجهات التمويلية (برامج تمويل الصادرات أو البنوك) التي اعتمد عليها المصدر.

فيما يلي نعرض أكثر طرق التسديد شيوعاً المتبعة في المعاملات التجارية:



الدفع سلفاً

Payment in Advance

يفضل المصدر هذه الطريقة لما لها من ميزات له. فهو يستوفي قيمة الصادرات مباشرة. أما المستورد فقد لا يفضل هذه الطريقة لأنه يفقد السيطرة على المصدر من ناحية مواصفات البضاعة ووقت التسليم. ولكن لهذه الطريقة سلبياتها بالنسبة للمصدر لأنها تجعل المستورد في بحث دائم عن مصدر آخر يقبل بطريقة دفع أكثر ملاءمة للمستورد. بقي أن نشير أن هذه الطريقة تعتبر مناسبة ومقبولة لكلا الطرفين عندما تكون الصفقة صغيرة أو أن يتفرد المستورد بالبضاعة في السوق.

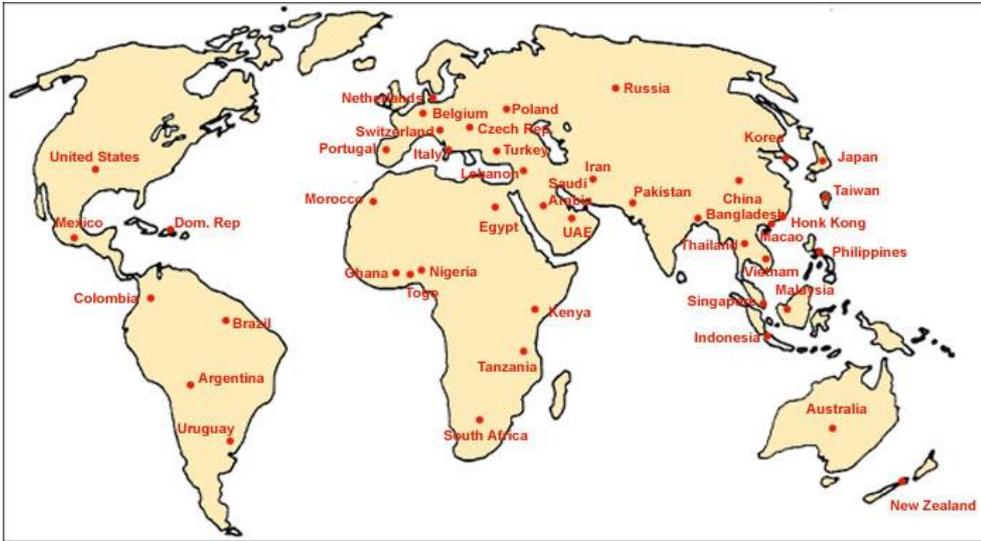


الدفع بواسطة اعتماد مستندي

Payment by Documentary Letter of Credit

وهذا يمثل أكثر الطرق أماناً للمصدر عند استثناء طريقة الدفع سلفاً. وهي تشمل تحمل المصرف مُنشئ الاعتماد مسؤولية الدفع للمصدر (المستفيد) عند شحن البضاعة وتقديم المستندات المطلوبة.

ويقوم المستورد (مقدم الطلب) بإصدار تعليماته لمصرفه (البنك المنشئ للاعتماد) كي يتمكن المصرف المراسل بإخطار المستفيد بالشروط التي يمكن الدفع بموجبها أي شروط الاعتماد المستندي. هناك نمطان من الاعتماد المستندي أحدهما قابل للنقض والآخر غير قابل للنقض. فالاعتماد المستندي القابل للنقض يمكن تغييره أو سحبه من قبل مقدم الطلب ودون تقديم إشعار للمصدر. ولهذا نجد أن من مصلحة المصدر الحصول على اعتماد مستندي غير قابل للنقض بسبب عدم قابليته للتغيير.



ويمكن كسب مزيد من الطمأنينة لدى المصدر إذا تم تأكيد هذا المستند من قبل المصرف فالاعتماد المستندي المعزز يعني أن البنك المصدر يؤكد مصداقية المستورد. وعلى أي حال فإنه يفضل قبل فتح اعتماد مستندي أن يتم إبرام عقد بيع بين المصدر والمستورد على أن يغطي الأمور التالية:

مواصفات المنتج.

أساس تثبيت السعر الذي يعكس شروط التسليم.

جدول الشحن والتسليم.

طريقة وزمن التسوية في حالة ظهور صعوبات في التصدير.

على المصدر أن يبادر إلى تقديم الأوراق والمستندات المطلوبة. لأنه من الناحية العملية لا يستطيع استلام قيمة البضاعة المصدرة دون تقديم الأوراق والمستندات إلى المصرف في الوقت المحدد. وتلجأ بعض المصارف إلى طلب تأمين من قبل المستورد لضمان عملية التحويل وإن كان ذلك التأمين في مصلحة المصدر من الناحية المالية إلا أنه يعمل على زيادة مصاريف العملية التصديرية وبالتالي تزداد قيمة البضاعة عند البيع.



الدفع بموجب سند (كمبيالة)

Payment by Bills of Exchange

وهذا يمثل بديلا عن الاعتماد المستندي حيث يتم الاتفاق على تسوية الديون. يسلم المصدر وثائق التصدير وبوليصة الشحن بما فيها البوالص إلى مصرفه بعد التسليم المنتج ويقوم المصرف بدوره بإرسال الوثائق إلى فرعه الخارجي أو البنك المرسل الذي يقوم بتسليم هذا الوثائق للمستورد بعد دفع كامل المبلغ المستحق للمصدر في السند (الكمبيالة).

THIS CHEQUE PAPER CONTAINS A CHAIN WATERMARK AND GREEN BACKGROUND — DO NOT ACCEPT WITHOUT EITHER — HOLD TO LIGHT TO VERIFY WATERMARK

GOOGLE INC.
1600 AMPHITHEATRE PARKWAY
MOUNTAIN VIEW, CA 94043

Cheque No:
Client No:
Date: JULY 25, 2008

AMOUNT: GBP *****197.53

Pay against this cheque
To MR JINNAT UL HASAN
LEYTONSTONE
The Sum of ONE HUNDRED NINETY-SEVEN AND 53/100 STERLING POUND

Or Order

Payable at CITIBANK CRS ACCOUNT
CANADA SQUARE, CANARY WHARF
LONDON E14 5LB, SORT 08-60-71

ACCOUNT
PAYEE

For: Citibank Europe plc
[Signature]
AUTHORIZED SIGNATURE

⑈349423⑈ 08⑈6071⑈ 03932875⑈

الدفع عن طريق حساب مفتوح

Open Account

يسلم المصدر البضاعة ووثائق حق الملكية إلى المستورد بانتظار التسديد لاحقاً. ومن الواضح أن المصدر في هذه الطريقة يعتمد على مصداقية المستورد. ويمكن للمصدر أن يحمي موقفه إلى درجة معينة بواسطة عقد بيع بينه وبين المستورد ملزم قانوناً يتم فيه تحديد شروط الدفع.

إنما يجب التأكد في هذه الحالات من عدم وجود تشريعات تضع قيوداً على تداول العملات أو قيوداً قانونية في سوق التصدير. وهناك أشكال بديلة للدفع عن طريق حساب مفتوح تشمل:

- حوالة مصرفية: يقوم المستورد بسحب حوالة أو شيك من مصرفه لصالح المصدر بحيث يكون قابلاً للصرف في بلد المصدر.
- المقايضة: وهذا يشمل مبادلة للبضائع بين المصدر والمستورد دون أن يكون هناك استخدام للنقد. وعادة ما تستخدم هذه الطريقة عند وجود مشكلات سيولة مالية بين المصدر والمستورد. كما تستخدم في حال وجود صعوبة في تحويل العملة بين البلدين.

2-3 تمويل الصادرات

قد لا يتوفر للمصدر المال اللازم لعملية التصدير مما قد يضطره إلى اللجوء إلى المصادر الخارجية للتمويل. ولا بد للمصدر من أن يأخذ في الحسبان توزيع كلف التمويل على سعر التصدير.

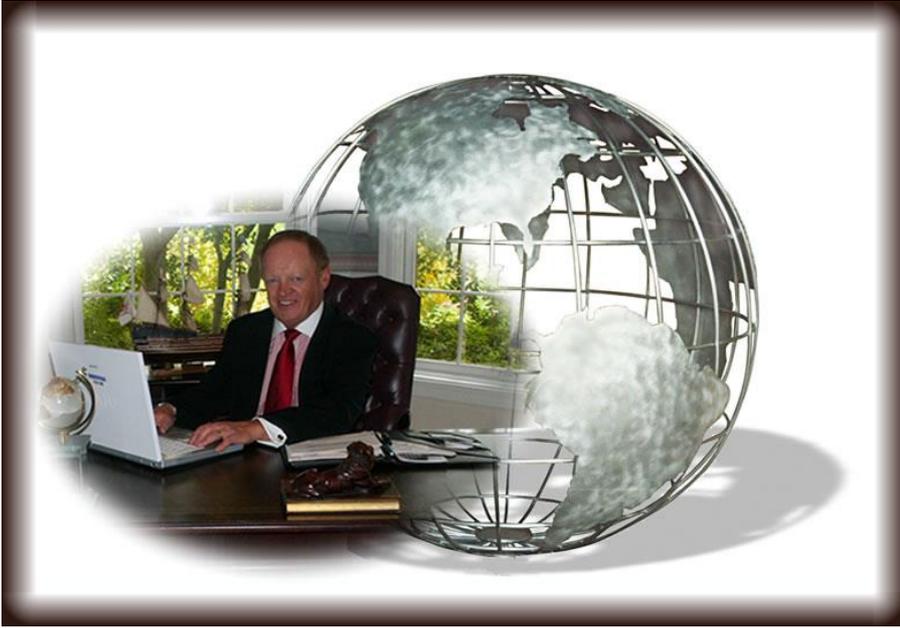
ندرج فيما يلي موجزاً بالمصادر الخارجية للتمويل وان كان الكثير منها غير مستعمل في بعض البلدان. كما أن اختيار أي شكل من أشكال التمويل يعتمد على سوق التصدير المصدر إليه والظروف الفردية لكل مصدر.



الديون التجارية

Trade Credit

يمكن للشركة المصدرة التفاوض مع ممولياها على فترات معقولة من الديون وبكف صغيرة. وبإدارة حذرة للديون فإنه يمكن للشركة تمويل صادراتها بهذه الطريقة، ولكن يجب الانتباه إلى أن الاعتماد على هذه الطريقة قد يوقع الشركة في مأزق نتيجة كثرة الديون وتضخم العمل التصديري.



سحب مصرفي على المكشوف وقروض قصيرة الأجل

Bank Overdrafts and Short Term Loans

يمكن للشركة المصدرة، من أجل تأمين السيولة اللازمة في عمليات التصدير، اللجوء إلى إجراء سحوبات مصرفية دون رصيد أو اللجوء إلى القروض قصيرة الأجل إذا كان النظام المصرفي يسمح بذلك، وذلك عن طريق رهن أصول ثابتة كضمان لتلك السحوبات والقروض.



التفاوض على أو حسم الكمبيالات

Negotiating or Discounting Bills of Exchange

يعتبر السند (الكمبيالة) وثيقة ذات قيمة يمكن للمصدر أن يتفاوض مع المصرف لتسديد القسم الأكبر من قيمته الإجمالية قبل موعد استحقاقه. ويعتمد المبلغ الذي يكون المصرف على استعداد لدفعه على شروط السند وتقدير المصرف لأخطار تخلف صاحب السند المستورد في هذه الحالة عن الالتزام بالسداد.



السلفة على المستندات

Advances Against Documents

قد يكون احد المصارف مستعداً لاعتبار مستندات الشحن ومستندات نقل حق الملكية ضماناً كافية إزاء التسوية النهائية لديون التصدير. عندئذ يمكن للمصدر التفاوض للحصول على سلفة من المصرف لفترة معينة بسعر فائدة يعكس وجهة نظر المصرف إزاء نجاح العملية التصديرية.



تمويل من زبون في الخارج

Finance from the Overseas Customer

إذا كان الزبون راغباً في ذلك ولديه الأموال المتوفرة، فيمكن للزبون أن يؤمن تقديم الأموال أو ضمانات يمكن الحصول على الأموال عن طريقها، أو الدخول مع المصدر في مشروع مشترك.



التأجير

Leasing

قد يشكل تأجير معمل بمعداته مصدراً فعالاً للتمويل على المدى المتوسط. كما أن بيع وإعادة استئجار الأصول القائمة قد يوفر مصدراً لمبالغ أولية تساعد في المراحل الأولى من التصدير.

إن التمويل متوسط الأجل (5 – 10 سنوات) للصادرات متوفر من خلال المصارف التجارية وبيوت تمويل الصادرات. أما التمويل طويل الأجل فقد ينطوي على اللجوء إلى السندات وأسواق العملات وهذه جوانب متخصصة جداً ينبغي فيها استشارة المختصين قبل دخول هذا المضمار.



الرجوع إلى مؤسسات التمويل

Financial Institutions

يمكن للمصدر أن يلجأ إلى المؤسسات العاملة في التجارة الخارجية، والتي تقوم بمنحه القروض لتمويل عملية التصدير وفق شروط تحددها هذه المؤسسات. وفي بعض الأحيان يمكن لهذه المؤسسات أن تلعب دور الكفيل من أجل الحصول على القروض من المصارف.



3-3 إدارة العملات الأجنبية

ما أن يتم الانتهاء من التفاوض حول طريقة الدفع الأكثر ملاءمة حتى يحين الوقت لتحديد العملة التي يفضل أن تتم فيها العملية التصديرية. إن أسعار الصرف للعملات المختلفة تتغير باستمرار وهي خارجة عن سيطرة المصدر وإرادته.

وتتمثل الخطورة التي يواجهها المصدر الذي تقيم صادراته بعملة أجنبية في كون سعر الصرف المتفق عليه وقت تثبيت الطلبية قد يتغير سلباً عند استلام العوائد. وينبغي على المصدر أن يؤمن لنفسه الحماية ضد التغيرات ذات التأثير السلبي بالنسبة للعملة المحلية مقابل العملة الأجنبية.

وهناك طرق عديدة للتقليل من هذه الأخطار وندرج أدناه بعض الأمثلة لأكثرها شيوعاً:



حسابات العملات

Currency Accounts

عندما يعتمد المصدر في البيع والشراء على نفس العملة الأجنبية فإن ذلك يقلل من أخطار التذبذب بين العملة المحلية والعملية الأجنبية.

من الممكن أن يتعرض الرصيد ما بين المبالغ المستلمة والمصروفة للتحركات السلبية. إلا أن هذا أفضل بكثير من تعرض المبالغ المستلمة كلها للمخاطر.



عقود الصرف لأجل

Forward Exchange Contracts

عقد الصرف لأجل عقد ملزم قانوناً حيث يلتزم المصرف بصرف عملة معينة إلى عملة أخرى بسعر ثابت. ولا يخضع السعر المثبت لتأثير سوق العملات الخارجي. وبالتالي يمكن حساب التكلفة الإجمالية للعملية التصديرية باستعمال العملة الأجنبية الخالية من المخاطر. ويحدد سعر الصرف عقد الصرف بالأجل من قبل المصرف اعتماداً على نوع العملة المستخدمة والمدة الزمنية التي يتم من خلالها التصريف.



خيارات العملات

Currency Options

يقصد بتعبير خيار العملة عندما يقوم المصدر بالحصول من المصرف على حق شراء أو بيع عملة (ليس التزام) مقابل عملة أساس بسعر صرف ثابت من قبل المصدر لفترة زمنية ثابتة. وبما انه لا يوجد التزام للمصدر بالدفع فإنه يمكن تمرير الخيار إذا كان احد سعري الصرف قد تحرك بطريقة غير مواتية له أو إذا لم تتوفر لديه مبالغ كافية. بينما يتقاضى المصرف أجراً فقط عندما يتم الاتفاق على الخيار. ويعتمد مبلغ القسط المطلوب من المصدر على العملة الأساس والعملة المحولة ومدة الخيار وسعر الخيار.

وباستعمال خيار العملة يستطيع المصدر أن يحسب بدقة الكلفة الحقيقية عليه لأي صفقة بالعملة الأجنبية الأمر الذي يساعد المصدر في حساب أسعار التصدير.



اقتراض العملات

Currency Borrowing

من المسائل المتبعة لتقليل مخاطر تذبذب العملات وخصوصاً عند نشوء ديون التصدير هو اقتراض نفس المبلغ بنفس العملة الأجنبية عند نشوء الدين والاستفادة منه لتمويل عمليات التصدير، وعادة ما يتم استخدام العوائد الناتجة من التصدير لسداد هذا الدين.



(4) متطلبات التصدير:

1-4 إعداد عروض التصدير

تبدأ عملية التصدير غالباً باستلام المصدر طلباً على إحدى منتجاته. وقد يطلب الزبون موافقاته بعرض يتضمن مواصفات المنتج ومواعيد التسليم وشروط الدفع ومعلومات أخرى. ويقوم المصدر بتجهيز كل ذلك على شكل رسالة ترسل بالبريد أو بالفاكس وهذا ما يعرف عادة بـ الفاتورة المبدئية (**Pro-Forma Invoice**) على أن يحتوي هذا العرض المعلومات التالية:

اسم المصدر وعنوانه أو طريقة الاتصال به.

اسم الزبون وعنوانه.

السلع المطلوبة من المستورد (أنواعها ومواصفاتها، تغليفها).

تاريخ العرض وصلاحيته.

سعر كل نوع من السلع ووحدتها ونوع العملة المستخدمة وأساس السعر حسب

المصطلحات التجارية المستخدمة.

طرق تسديد قيمة السلع.

طريقة الشحن.

موعد التسليم ومكانه.

النفقات الإضافية التي قد تقع على عاتق المستورد.

شروط وبيانات أخرى يريد المصدر إيضاحها إلى المستورد.

يجب أن يكون العرض مكتوباً بشكل واضح بلغة البلد المصدر إليه إذا أمكن أو باللغة الإنكليزية وباستخدام المصطلحات التجارية المناسبة. ويمكن أن يتضمن العرض بعض النماذج للبضاعة لإطلاع المستورد على النوعية والموصفات الخاصة بالبضاعة.

وعادة ما تسير الأمور على النحو التالي:

يقوم المستورد بدراسة عرض المصدر فإما أن يوافق عليه أو تتم مفاوضات بينهما لتعديل بعض النقاط وعند الموافقة على العرض يقوم المستورد بإرسال تثبيت إلى المصدر يؤكد موافقته على العرض بحيث يعتبر هذا العرض بمثابة عقد مبدئي بين الطرفين.

ويمكن أن تعتبر (**Pro-Forma Invoice**) بمثابة عقد بيع أو قد يلجأ إلى كتابة عقد بيع تفصيلي بين المصدر والمستورد ضماناً لحقوق الطرفين.

المصدر يقوم بإعداد الفاتورة المبدئية (Pro-Forma Invoice)

2-4 النقل والتعبئة والتغليف

تمثل تكاليف الشحن للمواد المصدرة أكثر بنود التكاليف أهمية وأصعبها تحديداً في حساب سعر السلعة التصديرية، وذلك لعدم ارتباط هذه التكاليف بالمصدر أو المستورد مباشرة، وإنما تعلقها بظروف خارجية لا يتحكم المصدر والمستورد بها. لذا لا بد للمصدر والمستورد من البحث والتقصي عن جميع أشكال الشحن الممكنة واختيار انسبها من الناحية الفنية والمادية.



أهم المواضيع الواجب بحثها مع شركة الشحن هي:

- توقيت التسليم للوفاء بمواعيد الزبائن.
- سرعة التسليم خاصة عندما يكون المنتج قابلاً للتلف.
- مدى أمان النقل إذا كانت البضاعة ثمينة.
- موثوقية الخدمة ومدى الاعتماد عليها.
- متطلبات التغليف (الحجم الأقصى المسموح به بالنسبة للشركات الملاحية وشركات الطيران).
- الأنظمة المعمول بها لشحن بضائع مثل المواد الغذائية.
- تكاليف التخزين قبل إرسال البضاعة وأثناء الترانزيت.
- تكاليف التأخير في التسليم وبنود الغرامات.
- الفحص المطلوب قبل الشحن.



تكمن أهمية التغليف في أنه أول ما يشاهده المستورد من البضاعة (قد يكون الأمر كذلك بالنسبة إلى المستهلك)، أما بالنسبة للمصدر فإن التغليف هو الذي يضمن المحافظة على البضاعة وقيها من التلف ويميزها بألوانها وشعارها عن منافسيها.

ويمكن في بعض الأحيان أن يطلب المستورد أنواعا خاصة من التغليف فيجب على المصدر أن يقوم بحساب الكلفة الإضافية وإيضاح ذلك في عرضه والإشارة إلى من يتحمل التكاليف الإضافية (المستورد أو المصدر).

من الناحية العملية على المصدر أن يحسن اختيار العبوات والتغليف من حيث الوزن والحجم بما يتناسب مع الصنف المشحون وطريقة الشحن شريطة أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- أن يحافظ على سلامة المنتج من العطب ويضمن وصوله سليماً إلى المستورد أو المستهلك.
- أن تكون أحجام الطرود مناسبة بالنسبة لوسيلة النقل المستخدمة.
- أن توضع عليها البيانات المطلوبة (اسم المصدر وعنوانه وشعاره إن وجد، المنشأ، عدد الطرود المشحونة، الوحدة المستخدمة كلغم – م3 – ليبيرة، علامات التحميل المناسبة المستخدمة دولياً).

إن الالتزام بهذه الشروط يضمن الحفاظ على المنتج من التلف ويقلل من فرص ضياعه أو سرقة كما يضمن عدم تأخر شحنه.

3-4 مستندات التصدير

تتطلب عمليات التصدير والاستيراد مجموعة كبيرة من الوثائق والمستندات التي تفرضها القوانين والأنظمة المرعية في كل من بلد المصدر والمستورد. ويجب أن يعمل كل من المصدر والمستورد على تأمين هذه الوثائق والمستندات بصورة صحيحة وفي الوقت المناسب لضمان سير عملية التصدير بشكل جيد دون وجود عقبات، وأهم هذه الوثائق:



الفاتورة التجارية

رخصة التصدير

قائمة التعبئة

رخصة الاستيراد

شهادة المنشأ

بوليصة التأمين

الشهادة الصحية أو شهادة المعاينة أو المراقبة

بوليصة الشحن

الفاتورة التجارية

تعد الفاتورة التجارية من أهم مستندات العملية التصديرية وتنظم عادة من قبل المصدر. وتقوم بتوصيف البضائع وتحديد أسعارها، مجموعها الكلي، نوع العملة المستخدمة. وتستخدم الفاتورة التجارية من قبل السلطات الجمركية في البلد المستورد في تحديد البضاعة والكشف عنها وعادة ما تعتبر الفاتورة، في حالة عدم وجود عقد صريح بين المصدر والمستورد، عقداً ملزماً للطرفين.

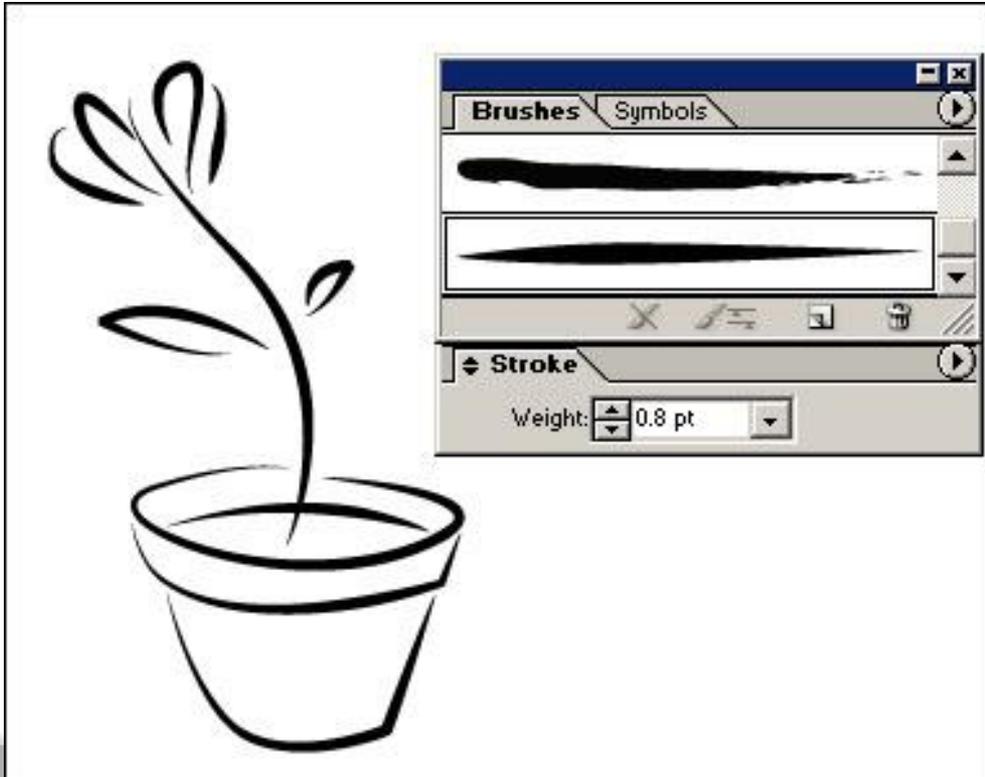
المصدر يقوم بإعداد الفاتورة التجارية

COMMERCIAL INVOICE				
1 Shipper / Exporter KIM'S INT'L LTD. MR. N. H. KIM/TRADE DEPT. MGR. 1 686-2 KONO HANG DONG KANG SOO-KU SEOUL, KOREA(TEL. 961-0001)	No. & Date of invoice No. & Date of L/C L/C Issuing bank			
2 Buyer / Importer & Risk of Meters. KIM'S INT'L LTD. NEW YORK BR. MR. H. S. KIM/SALES DEPT. MGR. 30 49 GALE AVE. LONG ISLAND CITY NY 11101 U.S.A. (TEL. 718-917-8000)	Remarks: 8 **CHARGES PRE-PAID **SAMPLE OF NO COMMERCIAL VALUE **NOT FOR RESALE **MADE IN KOREA **VALUE FOR CUSTOMS PURPOSE ONLY			
Notify Party SAME AS ABOVE				
Port of Loading SEOUL, KOREA	Final Destination NEW YORK, U.S.A.			
Carrier BY O.R.L.	Sailing on or about			
Mark and Number of PKGS	3 Description of Goods	4 Quantity / Unit	5 Unit Price	6 Amount
	TOY SAMPLE	4PCS	@\$2.00	USD 8.00
F.O. Box Cable address Telex code Telephone No.		7 Signed by KIM'S INT'L LTD. 		

قائمة التعبئة

ترتبط قائمة المحتويات ارتباطاً وثيقاً مع الفاتورة وتستخدم في التعرف على محتويات الصناديق التي أرسلت بها البضاعة. وتعتبر ذات أهمية خاصة بالنسبة لشركات الشحن والسلطات الجمركية في التعرف على البضاعة ومعاينتها وفي حال كون البضاعة مكونة من صندوق واحد يمكن أن تكون قائمة المحتويات جزءاً من الفاتورة.

المصدر يقوم بإعداد قائمة التعبئة



شهادة المنشأ

وهي وثيقة تبين نوعية السلع المصدرة ومكان صنعها. وهي عادة تملأ من وتختم من قبل غرفة التجارة أو الصناعة. كما يتطلب أحياناً أن تصدق من سفارة أو قنصلية البلد المستورد. ترسل هذه الشهادة إلى المستورد لتقديمها إلى السلطات المختصة لأنها عملياً تؤثر في تحديد نسبة الرسوم الجمركية للبضاعة المستوردة، أو قابلية استيراد البضاعة لأن بعض الدول تفرض قيوداً على استيراد بضائع من دول معينة أو تخضعها إلى نظام الحصص (الكوتا). لذلك لا بد للمصدر من توخي الحرص والدقة عند ملء شهادة المنشأ لتجنب الأخطاء أو عدم الوضوح والذي قد يعرض عملية التصدير للتأخير.

غرف التجارة والصناعة تقوم بإعداد شهادة المنشأ



الشهادة الصحية أو شهادة المعاينة أو المراقبة

تطلب عدد من الدول الحصول على شهادة صحية من الدوائر الصحية المختصة عند تصدير المنتجات الغذائية أو الصحية. وعلى المصدر أن يعمل على تأمين هذه الشهادة وتطابقها مع المنتجات لأن الدول المستوردة تحتفظ بالحق في إجراء الفحوصات المناسبة للتأكد من سلامة المنتج المستورد ومطابقته للمواصفات. كذلك تفرض بعض الدول شروطاً على استيراد مواد وبضائع ما لم تزود هذه البضائع والسلع بشهادة تثبت مطابقة البضاعة لمواصفات السلامة العامة في البلد المستورد. فلا بد للمصدر من التأكد من وجود هذه الشهادة وأن البضاعة مطابقة لهذه المواصفات.

وزارة الصحة أو الزراعة تقوم بإعداد الشهادة الصحية



رخصة التصدير

تلجأ بعض الدول إلى فرض نظام الرخصة على تصدير منتجاتها، فلا بد للمصدر قبل قيامه بأي عملية تصدير من التأكد من حصوله على الموافقات المطلوبة من السلطات المحلية لتصدير منتجاته، لأن عدم وجود موافقة أو تأخرها قد يربك عملية التصدير.

وزارة الصناعة والتجارة تقوم بإعداد رخصة التصدير



بوليصة التأمين

عادة ما يتم تأمين السلع المصدرة ضد الأضرار التي قد تقع خلال عملية التصدير، وتقوم بذلك شركات التأمين المتخصصة بهذه المهمة. ويتفق عادة بين المصدر والمستورد على من سيقوم بالتأمين. وتعتبر شهادة التأمين الوثيقة التي تضمن حقوق الطرفين في حال حدوث أي ضرر للسلع المصدرة.

شركة التأمين تقوم بإعداد بوليصة التأمين



بوليصة الشحن

تمثل وثيقة الشحن التزاماً من شركة الشحن بالقيام بشحن الصادرات المبينة ضمن هذه الوثيقة. كما تمثل التزاماً من الجهة التي ذكر اسمها وعنوانها في هذه الوثيقة، وتحوي العديد من الإيضاحات والشروط والالتزامات التي تقع على مختلف الأطراف. وتتألف وثيقة الشحن من نسخة أصلية وعدة نسخ بحيث يقوم المصدر بإرسالها بعد استلامه النسخة الأصلية مع إحدى النسخ الثانية مع بقية الوثائق العائدة للإرسالية إلى المستورد. ويفضل في كل الحالات الاستعانة بعناصر تتوفر بها الخبرة لتحضير الوثائق كي لا تتعرض عملية التصدير لأي تأخير لأن نقص البيانات أو الخطأ في إدراجها أو عدم وضوحها قد يعرض المصدر أو المستورد لأعباء غير متوقعة أو تأخير في عملية التصدير.

شركة الشحن تقوم بإعداد بوليصة الشحن

Automotive Transport, Inc.

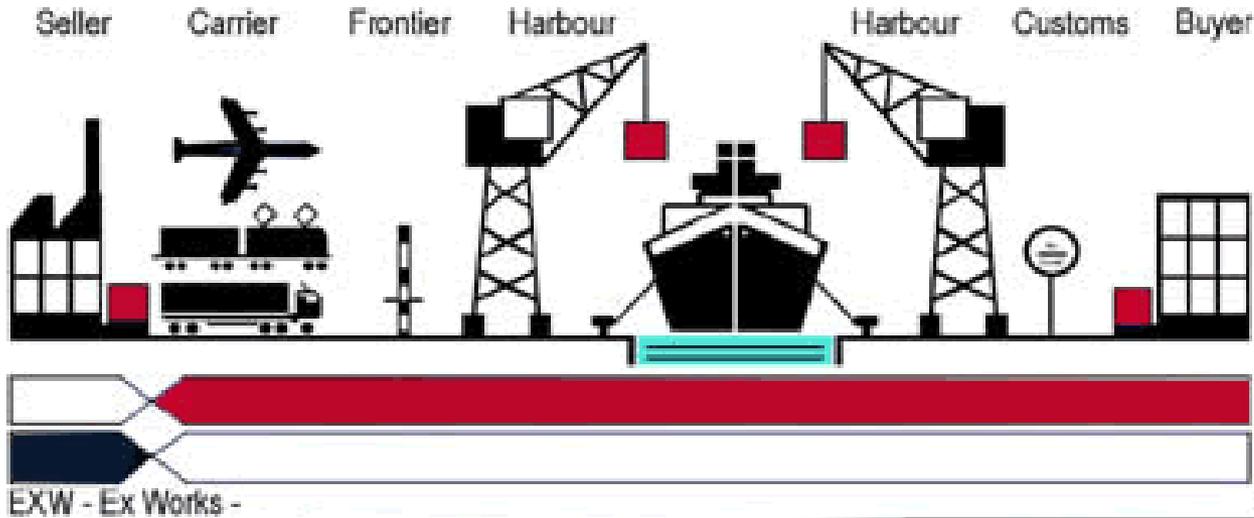
Bill of Lading

MC # 123456

ORIGIN	DESTINATION
CUSTOMER NAME	CUSTOMER NAME
ADDRESS	ADDRESS
CITY STATE	CITY STATE
MAKE MODEL YEAR MILEAGE	
CONDITION OF INTERIOR	
CHART OF IDENTIFICATION CODES	
B - Bent BB - Buffer Burned BR - Broken C - Cut CR - Cracked D - Dented F - Faded FF - Foreign Fluid G - Gouge L - Loose M - Missing P - Pitted PC - Paint Chip R - Rubbed RU - Rust S - Scratched SL - Sliced SS - Surface Scratch ST - Stained T - Torn	
Vehicle Condition at Origin	
DRIVER	C.O.D.
During Transport Vehicles and Vehicle Equipment May Cease to Operate Properly Through No Fault of the Transporter. The Transporter will be Responsible for Damage Directly Caused by the Driver. The Transporter WILL NOT be Responsible for Damage NOT Caused by the Driver.	
ORIGIN I Agree with the Driver's Assessment of the Condition of This Vehicle.	This space is for Destination Exceptions by Customer
CUSTOMER'S SIGNATURE	
I have Read and Understand the Terms and Conditions on the Reverse Side of This Form. I Agree to be Bound by these Terms and Conditions.	This Vehicle is Received in Good Condition, Except as Noted Above, thereby Releasing the Transporter from Any Further Claims.
CUSTOMER'S SIGNATURE	CUSTOMER'S SIGNATURE
This Vehicle is Free of Contents.	Driver's Signature
CUSTOMER'S SIGNATURE	

EXW (EX-Works)

يعني مصطلح "تسليم أرض المصنع" أن البائع يفي بالتزامه عندما يضع البضاعة في مواقع البائع أو مكان معين آخر (مثل الورشة، المصنع، المستودع، الخ) بدون تخليصها جمركيا للتصدير وغير محملة على أي واسطة نقل.



Free Alongside Ship – FAS

يعني مصطلح "تسليم جانب السفينة" بأن البائع يفي بالتزامه عندما تكون هذه البضائع موضوعة بجانب السفينة في المرفأ المعين للشحن. وهذا يعني أن يجب على المشتري أن يتحمل جميع النفقات ومخاطر فقدان أو تلف البضاعة اعتباراً من تلك اللحظة.

ومصطلح "تسليم جانب السفينة" يتطلب أن يقوم البائع بتخليص البضاعة جمركياً للتصدير.



Free on Board – FOB

يعني مصطلح "تسليم ظهر السفينة" أن البائع يفي بالتزامه عندما تجتاز هذه البضاعة حاجز السفينة في مرفأ الشحن المعين. وهذا يعني أن على المشتري أن يتحمل جميع نفقات وأخطار فقدان وتلف البضاعة اعتباراً من تلك النقطة.



Insurance and Freight – CIF ،Cost

يعني مصطلح "النفقات والتأمين وأجور الشحن" أن البائع يفي بالتزامه عندما تجتاز هذه البضاعة حاجز السفينة في ميناء الشحن.

ويجب على البائع أن يدفع النفقات وأجور الشحن اللازمة لتوصيل البضاعة إلى مرفأ الوصول المعين. إلا أن أخطار فقدان أو تلف البضاعة إضافة إلى أي نفقات إضافية ناتجة عن الأحداث الخاصة بعد زمن التسليم تنتقل من البائع إلى المشتري. ومع ذلك، وفي حالة النفقات والتأمين وأجور الشحن، فإنه يجب على البائع أن يدبر أيضاً تأميناً بحرياً يغطي مخاطر المشتري للفقدان أو تلف البضاعة خلال عملية النقل.

وتبعاً لذلك فإن البائع يتعاقد على التأمين ويدفع كلفة التأمين.

وينبغي على المشتري أن يلاحظ انه بموجب شروط "النفقات والتأمين وأجور الشحن" فإنه يطلب من البائع أن يحصل على تأمين فقط بالحد الأدنى من التغطية. فإذا رغب المشتري في الحصول على حماية تغطية أعلى. فإن عليه إما أن يتفق صراحة على ذلك مع البائع أو أن يقوم برتيبات تأمين إضافية خاصة به.

إن مصطلح "النفقات والتأمين وأجور الشحن" يتطلب أن يقوم البائع بتخليص البضاعة جمركياً للتصدير.

Carriage Paid to – CPT

يعني مصطلح "أجور النقل المدفوعة حتى - أن البائع يسلم البضاعة إلى الناقل المحدد من قبله هو ولكن إضافة لذلك يجب على البائع أن يدفع نفقات النقل اللازمة لتوصيل البضاعة إلى المكان المعين. وهذا يعني أن المشتري يتحمل كافة المخاطر وأي نفقات أخرى تحصل بعد أن يكون قد تم تسليم البضاعة.

يعني مصطلح "الناقل" أي شخص يتعهد في عقد نقل بأداء أو تدبير أداء النقل بواسطة السكة الحديدية أو بالبر أو بالجو أو بالطرق النهرية الداخلية أو بالجمع بين مثل هذه الوسائل.

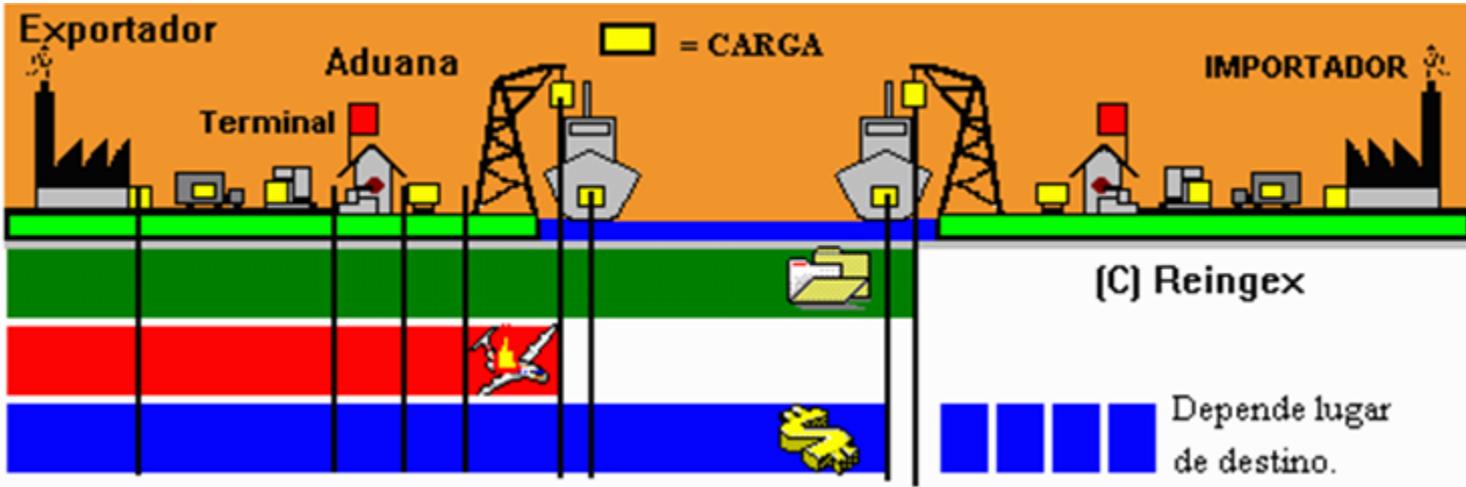
إذا تم استعمال ناقلين متعاقبين من أجل النقل إلى مكان الوصول المعين، فإن مسؤولية الخطر تنتقل عند تسليم البضاعة إلى الناقل التالي.

إن مصطلح "أجور النقل مدفوع حتى -" يتطلب أن يقوم البائع بتخليص البضاعة جمركياً للتصدير.



Carriage and Insurance Paid To – CIP

يعني مصطلح " أجور النقل والتأمين مدفوعة حتى - " أن البائع يسلم البضاعة للناقل الذي حدده هو، إلا أن على البائع فضلاً عن ذلك أن يدفع نفقات اللازمة لتوصيل البضاعة إلى مكان الوصول المعين، وهذا يعني أن المشتري يتحمل جميع الأخطار وأي نفقات إضافية أخرى تحصل بعد أن يكون قد تم تسليم البضاعة، ومع ذلك، وفي هذا المصطلح، فإنه يجب على البائع أن يدبر تأميناً ضد أخطار المشتري من فقدان أو تلف البضاعة أثناء عملية النقل. وتبعاً لذلك، فإن البائع يتعاقد على التأمين ويدفع ثمن التأمين.



(6) معلومات مفيدة: اتفاقيات تجارية ثنائية ودولية. جهات وطنية ومحلية تهدف إلى تنشيط الصادرات الوطنية ولمحة عن أفضل الممارسات العالمية.

اتفاقية للتجارة الحرة مع الولايات المتحدة الأمريكية (FTA)

وقع الأردن اتفاقية للتجارة الحرة مع الولايات المتحدة الأمريكية في 24 تشرين أول عام 2000، ودخلت حيز التنفيذ في 17 كانون أول 2001.

وتأتي الاتفاقية كنتيجة لخطوات كثيرة خطاها الأردن بقيادة جلالة الملك عبد الله الثاني بن الحسين لتحديث الاقتصاد وفتح الأسواق للمستثمرين الأجانب وهي أيضاً تقدير أمريكي للجهود الأردنية في السنوات الماضية لتشجيع الاستقرار والسلام في المنطقة.

وتقع الاتفاقية، التي كان الأردن الدولة العربية الأولى ورابع دولة على المستوى العالمي توقع هذه الاتفاقية، في 19 مادة تتناول مجالات تجارة السلع والخدمات وحقوق الملكية الفكرية والبيئة والعمل والتجارة الالكترونية. وستقود لإنشاء منطقة تجارة حرة بين البلدين بحلول عام 2010، والتي تنطوي على إعفاء كلي ومتبادل على تعرفه جميع السلع المتبادلة.

ومنذ دخول الاتفاقية حيز التنفيذ في كانون أول عام 2001 ارتفع حجم الصادرات الأردنية إلى الولايات المتحدة بنسبة 72% بينما شهدت المستوردات من الولايات المتحدة الأمريكية نمواً بنسبة 14%. وساهمت الاتفاقية منذ توقيعها في خلق عشرة آلاف فرصة عمل جديدة في الأردن، كما أن استثمارات جديدة نشأت في المملكة خلال السنوات الثلاث الماضية بلغت قيمتها نحو 100 مليون دينار. وقد تحققت نتائج ملموسة في غضون السنوات الثلاث الماضية من بينها إقامة مزيد من المناطق الحرة المؤهلة التي كان لها اثر واضح في زيادة الصادرات الأردنية إلى الأسواق الأمريكية.

وبالإضافة إلى أنها تتيح أكبر أسواق العالم أمام السلع الأردنية، فإنها تعد فرصة كبيرة لنقل التكنولوجيا والتقنيات الحديثة والخبرات. كما شكلت منعطفاً هاماً في تطوير البيئة الاستثمارية في الأردن، وستؤدي إلى خلق مناخ جديد للقطاع الاقتصادي يخرج من إطار الحماية التقليدية ويضعه في أجواء تنافسية حرة بهدف تحسين المنتجات الأردنية محلياً وجعلها قادرة على التنافس محلياً ودولياً وبالتالي اعتماد التنمية الصناعية على اقتصاد منافس وبيئة استثمارية ملائمة وعمالة منتجة.

اتفاقية الشراكة الأردنية الأوروبية

تعتبر معرفة اتفاقية الشراكة الأردنية الأوروبية وفهمها بشكل واضح من الأمور المهمة لأي مصدر أردني إلى الاتحاد الأوروبي. وهذه الاتفاقية التي، أصبحت سارية المفعول في 1 أيار 2002 تهدف، بالإضافة إلى الأمور الأخرى المذكورة بالاتفاقية، إلى إنشاء منطقة تجارة حرة بين الأردن والاتحاد الأوروبي بحلول عام 2014.

وقد وضعت اتفاقية الشراكة مبادئ واضحة لتنظيم وتنفيذ ترتيبات الشراكة المتفق عليها، وتطويرها بحيث تخدم المصالح المتبادلة لكلا الطرفين. وجرى التأكيد على تعزيز فعالية جميع المستويات بما فيها الأبعاد السياسية والاجتماعية والثقافية.

يعتبر سوق الاتحاد الأوروبي سوقاً جذاباً بشكل كبير لمعظم المصنعين والمصدرين في جميع أرجاء العالم. وهو سوق حر، ورغم ذلك، فإن الدخول إلى هذا السوق الضخم صعب جداً وتنافسي بحيث يجبر الشركات على تقديم عروض ترضي الزبائن بدرجة كبيرة جداً وتوفير منتجات ذات نوعية عالية. كما أن الأنظمة والمعايير المطبقة ضمن الاتحاد الأوروبي متشددة بصورة كبيرة، وتحقيق الالتزام بها قد ينتج عنه تحميل الشركة تكاليف إضافية. غير أن هذا الالتزام يوفر للشركة فرصة أفضل لتسويق منتجاتها.



ما الذي يشكل "الاتحاد"؟

يتكون الاتحاد الأوروبي من خمسة عشرَ بلدًا مختلفاً هي: بلجيكا والدانمرك وألمانيا واليونان واسبانيا وفرنسا و إيرلندا وايطاليا ولوكسمبورج وهولندا والنمسا والبرتغال وفنلندا والسويد والمملكة المتحدة.

وهناك (12) بلداً انضمت إلى الاتحاد:

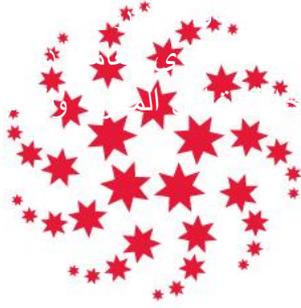
أما هذه البلدان فهي: بلغاريا وجمهورية التشيك واستونيا وقبرص ولاتفيا وليتوانيا والمجر و مالطا وبولندا ورومانيا وسلوفينيا وسلوفاكيا.

إن الاتحاد الأوروبي ليس دولة فيدرالية مثل الولايات المتحدة الأمريكية، بل هو قائم على معاهدة مشتركة موقعة من الأعضاء ذات إطار مؤسسي يحدد ويدير التعاون بين الدول الأعضاء. كما انه منطقة تجارة حرة بسياسات مشتركة للتجارة والزراعة والعدل والأمن وكثير من القضايا الأخرى.



اتفاقية التجارة العربية الحرة

وقع الأردن مع أربعة عشر بلداً عربياً آخر اتفاقية التجارة العربية الحرة الكبرى وبدأ العمل بها بتاريخ 9 آذار 1998. وطبقاً للاتفاقية، فقد منحت كل السلع العربية التي تنتقل بين الدول الأعضاء وضع البضائع الوطنية وفقاً لمبدأ التحرر التدريجي الذي يؤدي إلى حركة البضائع بدون رسوم جمركية وإلى إقامة منطقة التجارة الحرة العربية منذ كانون الثاني 2005. ومن المتوقع أن تنضم البلدان العربية الأخرى لهذه الاتفاقية في المستقبل القريب.



JEDCO
مؤسسة التطوير

المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية
Jordan Enterprise Development Corporation

المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية (Jordan Enterprise)

باشرت المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية، الخلف القانوني والواقعي لمؤسسة تنمية الصادرات والمراكز التجارية الأردنية أعمالها بتاريخ 1/4/2005 بقرار مجلس الوزراء الموقر بتاريخ 12/6/2003، حيث يهدف قانون إنشاء المؤسسة إلى تطوير المشاريع الاقتصادية في المملكة ورعايتها ودعمها وزيادة حجم الصادرات وفرص التصدير إلى الأسواق الدولية والإقليمية.

أهداف المؤسسة:

تحسين وتعظيم تنافسية الشركات من أجل تحسين نوعية وجودة الإنتاج حسب المواصفات الدولية. تنظيم وإدارة استراتيجيات التصدير.

زيادة حجم الصادرات الأردنية إلى الأسواق الدولية والإقليمية.

تحسين كفاءة عمل المؤسسة عن طريق تبني الطرق الحديثة في مجال الإدارة والأبحاث والتطوير.

رفع كفاءة القوى العاملة داخل المؤسسة.

بناء علاقات اقتصادية مع المنظمات والمؤسسات النظرية من خلال تبادل المعرفة والتسويق والترويج.

برنامج تحديث وتطوير المشاريع الاقتصادية (JUMP)

انطلاقاً من حرص الحكومة الأردنية على رفع وتيرة القدرة التنافسية للشركات الأردنية وتحديث وتطوير كفاءتها وقدرتها بشكل عام لتمكينها من تعظيم الاستفادة من الاتفاقيات الاقتصادية والتجارية التي وقعتها الأردن، وتمكينها من مواجهة تحديات العولمة، ولولوج الأسواق غير التقليدية لتسريع عجلة التنمية في الأردن، تم وضع برنامج تحديث وتطوير المشاريع الاقتصادية، ليكون أول مشروع وطني من نوعه، بهدف تقديم المساعدة الفورية الفنية والمالية لأكبر عدد ممكن من الشركات الأردنية، مع التركيز على المشاريع الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الحجم.

يتمتع هذا البرنامج الوطني، برنامج تحديث وتطوير المشاريع الاقتصادية (JUMP) باستقلالية تامة تشرف عليه لجنة توجيهية يرأسها معالي وزير الصناعة والتجارة، ويشترك فيها ممثلون عن القطاعين العام والخاص، ويدار من قبل كوادر وطنية مستعينا بأفضل الخبرات المحلية والدولية.

أهداف البرنامج:

تحسين الإنتاجية وتطوير جودة المنتج وتقليل كلفة الإنتاج.
تمكين الشركات من مواجهة المنافسة في أسواقها المحلية والخارجية.
زيادة حصة الشركات في أسواقها التقليدية وتمكينها من اختراق أسواق تصديرية جديدة.
تحفيز الشركات على استخدام المقارنات مع أفضل المعايير المرجعية وإتباع أفضل الممارسات الدولية.
مساندة الشركات في التوجه نحو خيارات إستراتيجية تحدد متطلبات الأسواق.
رفع كفاءة الموارد البشرية.

أفضل الممارسات العالمية

أشار "تقرير ممارسة أنشطة الأعمال" الذي يتم إعداده من قبل أكثر من 3500 خبير واستشاري من المتخصصين في عمل المشاريع والمحامين والمحاسبين والمسؤولين الحكوميين والأكاديميين البارزين في شتى أنحاء العالم، انه مازالت دول إفريقيا والشرق الأوسط، والتي تعاني من ارتفاع معدلات البطالة بين الشباب، تعرقل إنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم بفرض أعباء قانونية مجهدة، والبطء في إجراء الإصلاحات، وذلك وفقاً لتقرير جديد أصدرته مجموعة البنك الدولي.

ومن بين الدول العربية التي جاءت في مراتب متقدمة، أشار التقرير إلى أن السعودية جاءت في المرتبة 38، الكويت 47، تونس 58، الإمارات 69 في حين جاءت في المرتبة الأولى نيوزيلندا والثانية سنغافورة والولايات المتحدة في المرتبة الثالثة.

كما أورد التقرير أن الصعوبات التي تواجه أرباب العمل في اليمن تتمثل في ضعف الأداء وكذلك صعوبة الاستئجار. وأورد أيضاً أن متوسط الفترة التي يحتاجها المستثمر لتسجيل الملكية تأخذ ست خطوات وتتم في 21 يوم يتم خلالها دفع 3.9% من قيمة رأس المال.

وجاء في التقرير عدد كبير من التصنيفات منها أن التصدير يحتاج لـ 33 وأن عدد وثائق التصدير 6 ووثائق في حين تصل عدد التوقيعات إلى 8 أثناء التصدير لكن ذلك كله يتراجع أمام عدد وثائق الاستيراد التي تصل إلى 20 ويأخذ 13 كوقت للاستيراد حسب التقرير.

وتحدث التقرير عن العقود مشيراً إلى أن أخذ العقود التجارية تأخذ 37 خطوة و360 يوماً لتنفيذها، أما لحل حالات الإفلاس فيحتاج التاجر لـ 8% من قيمة العقار.

ويعتمد التقرير في تصنيفاته على خدمات البنية الأساسية (عدا الخدمات المتصلة بالتجارة عبر الحدود) أو سلامة الممتلكات من السرقة والنهب، أو ظروف الاقتصاد الكلي، أو قوة المؤسسات الأساسية.

وحسب مقدمة التقرير فإنه "التقرير، الذي ينشر سنوياً، يمكن صنّاع السياسة من قياس الأداء التنظيمي بالمقارنة بالدول الأخرى، والتعلم من أفضل الممارسات المتبعة عالمياً، وإعطاء الأولوية للإصلاحات."

كما يرصد مجموعة من المؤشرات التنظيمية المتصلة ببدء المشاريع وتشغيلها، والتجارة، وتسديد الضرائب، وإغلاق المشاريع، وذلك عن طريق قياس الوقت والتكلفة المرتبطين بمتطلبات حكومية مختلفة. ولا يرصد التقرير متغيرات مثل سياسة الاقتصاد الكلي، أو جودة مرافق البنية الأساسية، أو تقلب سعر صرف العملة، أو توقعات المستثمرين.

وقالت إحدى المشاركات في إعداد التقرير إن المعايير التي وضعها "تقرير ممارسة أنشطة الأعمال" أدى إلى حدوث إصلاحات وتعزيزها في أكثر من 20 دولة. ومنذ العام الماضي، طلبت تسع حكومات إدراج دولها ضمن تحليل التقرير.

وأشار التقرير إلى أن عدة إصلاحات أجريت العام الماضي في دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط من بينها:

خفضت تونس الحد الأدنى من رأس المال اللازم لبدء مشروع إلى العشر عما كان عليه قبل ذلك.

خفضت مصر رسوم تسجيل العقارات التجارية بمقدار الثلث، من 4.5 إلى 3% من قيمة العقار.

قلل سجل القروض في لبنان حد القرض من 6.600 دولار إلى 6.000 دولار، مما أدى إلى إضافة 10.000 مقترض إلى السجل. ويساعد هذا الإصلاح المقرضين في تقييم الجدارة الائتمانية.

تصدّرت مصر قائمة الدول التي أدخلت إصلاحات في إجراءات الجمارك. إذ خصصت منفذاً واحداً للتوثيق التجاري وأدمجت 26 موافقة في 5 موافقات فقط. وكانت التحسينات في مجال الجمارك جزءاً من إصلاح أو سعي أدى إلى خفض عدد مجموعات التعرفة الجمركية من 27 إلى 6 تعريفات فقط، وتبسيط إجراءات الفحص على الحدود.

وفي الإمارات العربية المتحدة، تم إضافة مراسي جديدة في ميناء جبل علي. فقد كان في العام الماضي يستغرق تحميل الشحنة ستة أيام، أما اليوم فيستغرق 17 ساعة في المتوسط.

أما عن أفضل 30 دولة في العالم من ناحية مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال: فهي نيوزيلندا، سنغافورة، الولايات المتحدة، كندا، النرويج، أستراليا، هونج كونج، الدنمرك، المملكة المتحدة، اليابان، أيرلندا، أيسلندا، فنلندا، السويد، ليتوانيا، استونيا، سويسرا، بلجيكا، ألمانيا، تايلاند، ماليزيا، بورتوريكو، موريشيوس، هولندا، تشيلي، لاتفيا، كوريا، جنوب إفريقيا، إسرائيل، وإسبانيا. ولا يوجد ذكر لأية دولة عربية.

(7) ملاحق:

- ملحق 7-1: مجموعة من الأسئلة المفترض الإجابة عليها قبل القيام بأي عملية تصدير
- ملحق 7-2: العقد التصديري
- ملحق 7-3: جدول المصطلحات
- ملحق 7-4: مواقع الكترونية هامة
- ملحق 7-5: البرامج الداعمة والمانحة في الأردن
- ملحق 7-6: مواقع الكترونية (إيجاد فرص تصدير وممارسة التسويق الدولي)

ملحق 1-7: مخطط أسئلة يفترض الإجابة عليها قبل القيام بأي عملية تصدير
فيما يلي مجموعة من الأسئلة المفترض الإجابة عليها بالترتيب قبل المباشرة بأية عملية تصدير:

الجاهزية:

- من هم الزبائن المحتملون؟
- هل يمكن للمنتج أو الخدمة أن تنافس من حيث السعر أم الجودة؟
- هل هناك تغييرات يجب إجراؤها على المنتج ليكون مطابقاً للمواصفات المطلوبة؟ وبكلفة مقبولة؟
- هل نظام الجودة المعمول به يكفي للتأكد من جودة البضاعة المصدرة؟
- هل المنتج بمستوى جودة مقبول للسوق المستهدف؟ هل تغليف المنتج مناسب للسوق المستهدف وما هي التغييرات الواجب إدخالها؟
- هل الأسواق المستهدفة مفتوحة للمنافسة الخارجية؟
- من هم المنافسون؟ وما نقاط قوتهم؟
- هل من الضروري إنتاج سلع أو خدمات جديدة؟

التصميم:

- التعبئة والتغليف مناسبان
- مطابقة المواصفات الفنية والمقاييس
- هل الجودة للسوق المستهدف كافية؟

الموارد:

- هل تتوفر لدينا طاقة إنتاجية كافية لتغطية تزايد المبيعات نتيجة التصدير؟
- هل التعاون أو التعاقد مع شركات أخرى مجد؟
- هل تتوفر لدى الموظفين خبرة في التصدير؟
- هل تتوفر لدى الموظفين مهارات لغوية كافية؟
- هل يمكن تبرير الكلف الإضافية اللازمة لتدريب موظفي الشركة على مهارات التصدير أو اللجوء لردف العناصر بتوظيف عناصر جديدة؟
- هل يمكن الاستعانة أخصائيين بتكلفة معقولة؟ هل يمكن لموردي المواد التجاوب مع ازدياد الطلب؟
- تحصيل الديون الخارجية
- إدارة العملات
- أنظمة التوثيق المستخدمة في الشركة
- حجم العمل الإضافي
- ترجمة النشرات الفنية

السوق:

- معاملة كل سوق على أنه سوق مستقل توفر الإحصائيات التجارية
- مخاطبة الجهات المناسبة (غرف التجارة)
- حضور المعارض التجارية، لقاءات مع منافسين وزبائن محتملين
- الاجتماع بالوكلاء – الموزعين المحتملين
- إجراء دراسات أولية عن السوق
- عادات الجمهور الضرائب والرسوم
- مقدار البيع المتوقع استخدام المنافسين الدعاية والإعلان
- مقدار الحسومات الممنوحة في السوق
- خدمة ما بعد البيع

الشروط:

- قيود الاستيراد
- صعوبة وتعقيد الأعمال الورقية
- صعوبات متعلقة بالتعامل بالعملات الأجنبية فترة تحصيل الديون وشروط الدفع
- الالتزام والأمانة في التعامل

السوق:

- معاملة كل سوق على أنه سوق مستقل توفر الإحصائيات التجارية
- مخاطبة الجهات المناسبة (غرف التجارة)
- حضور المعارض التجارية، لقاءات مع منافسين وزبائن محتملين
- الاجتماع بالوكلاء – الموزعين المحتملين
- إجراء دراسات أولية عن السوق
- عادات الجمهور الضرائب والرسوم
- مقدار البيع المتوقع استخدام المنافسين الدعاية والإعلان
- مقدار الحسومات الممنوحة في السوق
- خدمة ما بعد البيع

الشروط:

- قيود الاستيراد
- صعوبة وتعقيد الأعمال الورقية
- صعوبات متعلقة بالتعامل بالعملات الأجنبية فترة تحصيل الديون وشروط الدفع
- الالتزام والأمانة في التعامل

الموظفين:

- تدريب الموظفين على عمليات التصدير وتحسين قدراتهم التفاوضية
- أنظمة جديدة للشركة تتناسب مع التصدير

الشحن:

- مستويات المخزون
- نوع الشحن المستخدم FOB، C&F، وغيرها
- وكلاء شحن خارجيون
- عدد الشحنات وحجمها مكاتب الشحن المختصة

المتابعة:

- اتصالات منتظمة ودعم للوكلاء – الموزعين
- تدريب ودعم فني للزبائن والموظفين
- دراسة الشكاوى الواردة وتنفيذ الحلول المناسبة
- البحث الدائم عن الأسواق الجديدة
- البحث عن مستوردين وموزعين جدد
- التوسع في الأسواق الحالية إنتاج سلع وخدمات جديدة

خلاصة عامة:

يفضل تحضير خطة تسويقية إذ بدونها لا توجد استمرارية لفرص النجاح.
مع تقدم العمل لا بد من تقييم النتائج في كل فترة، ودراسة إمكانيات التصحيح.

ملحق 2-7: العقد التصديري

ليس هناك شكل واحد لعقد التصدير وإنما توجد مجموعة من النقاط التي يجب أن يتضمنها أي عقد تصديري وهي:

- * اسم وعنوان طرفي العقد مكتوباً بشكل واضح.
- * المنتج ومواصفاته: يذكر اسم المنتج أو الاسم التقني (إذا وجد) والقياسات الموجودة، والمواصفات التي يخضع إليها المنتج، المتطلبات الخاصة للزبون.
- * الكميات: ويجب أن تذكر الكميات رقماً وكتابة وأن تذكر وحدة القياس.
- * الفحص: يجب أن يذكر طرق فحص المنتج والمؤسسة التي قامت بالفحص، لأن كثيراً من الشركات تلجأ إلى فحص المنتجات في بلد التصدير عن طريق مؤسسات متخصصة.
- * القيمة الكلية: يجب أن تذكر القيمة الكلية رقماً وكتابة ويجب أن تذكر العملة المستخدمة.
- * طرق تسليم المنتج اعتماداً على المصطلحات التجارية المستخدمة عالمياً.
- * الضرائب والرسوم: لا بد للعقد أن يوضح من يتحمل الرسوم والضرائب هل هو المصدر أم المستورد (خاصة عند الشحن من الباب إلى الباب).
- * تسليم المنتج: يجب أن يذكر في العقد مكان تسليم المنتج وزمن التسليم وتاريخ بدء التسليم من تاريخ العقد أو من تاريخ فتح الاعتماد أو من تاريخ رخصة الاستيراد.
- * طريقة النقل: يجب أن يذكر العقد طريقة النقل المتبعة والجهة الناقلة وهل سيكون النقل كلياً أو جزئياً أي للبضاعة كلها أو على أجزاء.

- * التوضيب والتغليف ووضع العلامات: لا بد أن يذكر في العقد طريقة التوضيب والتغليف المطلوبة.
- * طرق الدفع والمبلغ والطريقة والعملة المستخدمة: لا بد للمصدر أن يذكر أن أسعار التصدير هي بالنسبة لسعر صرف معين وذلك تجنباً للمشكلات نتيجة تذبذب سعر صرف العملات.
- * الحسومات والعمولات: يجب أن يذكر في العقد الحسومات والعمولات التي ستدفع وهل يتحملها المصدر أو المستورد، وأساس السعر الذي ستحسب منه العمولة أو الحسم.
- * المستندات والرخص: يجب أن يذكر في العقد حاجة البضاعة إلى رخصة استيراد أو تصدير ومن يتحمل نفقات هذه المستندات أو الرخص.
- * التأمين: يجب توفر عقد تأمين البضاعة ضد التلف أو الفقدان خلال عملية النقل ولا بد من تحديد شمولية هذا التأمين.
- * المستندات المطلوبة: يجب توفير المستندات اللازمة في التجارة الدولية والتي تقسم إلى:
 - مستندات متعلقة بالتصدير والاستيراد.
 - مستندات متعلقة بالدفع.
 - مستندات خاصة تتعلق بنوع البضاعة.
- * ضمان (كفالة) المنتج: يجب أن يذكر في العقد فترة ضمان المنتج.
- * تأخير التسليم: يجب ذكر التعويضات الواجبة في حالة تأخر وصول البضاعة لسبب ما.
- * القانون المستخدم: لا بد من أن يذكر في العقد القانون الذي يحكم هذا العقد.
- * التحكيم: يجب الإشارة في العقد إلى طريقة التحكيم المستخدمة أو الأشخاص الذين سيتم اللجوء إليهم لحل أي خلاف ينشأ.
- * إمضاء الطرفين: يدل إمضاء الطرفين على موافقة الطرفين على شروط العقد.

ملحق 3-7: جدول المصطلحات Shipping Terminology مصطلحات الشحن

المصطلح باللغة العربية	الرمز	المصطلح باللغة الإنجليزية
Ex WORKS (named place)	EXW	تسليم أرض المصنع (مكان التسليم معين)
FREE CARRIER (named place)	FCA	تسليم الناقل (مكان التسليم معين)
FREE ALONGSIDE SHIP (named port of shipment)	FAS	تسليم جانب السفينة (مرفاً الشحن معين)
FREE ON BOARD (named port of shipment)	FOB	تسليم ظهر السفينة
COST AND FREIGHT (named port of destination)	CFR	النفقات وأجور الشحن (مرفاً الوصول معين)
COST, INSURANCE AND FREIGHT (named port of destination)	CIF	النفقات والتأمين وأجور الشحن (مرفاً الوصول معين)
CARRIAGE PAID TO (named port of destination)	CPT	أجور النقل مدفوعة حتى (مكان الوصول معين)
CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO CIP (named port of destination)	CIP	أجور النقل والتأمين مدفوعة حتى (مكان الوصول معين)
DELIVERED AT FRONTIER (named place)	DAF	استلام الحدود (مكان الاستلام معين)
DELIVERED EX SHIP (named port of destination)	DES	استلام ظهر السفينة (مرفاً الوصول معين)
DELIVERED EX QUAY (named port of destination)	DEQ	استلام الرصيف (الرسوم مدفوعة) (مرفاً الوصول معين)
DELIVERED DUTY UNPAID (named port of destination)	DDU	الاستلام والرسوم غير مدفوعة (مكان الوصول معين)
DELIVERED DUTY PAID (named place of destination)	DDP	الاستلام والرسوم مدفوعة (مكان الوصول معين)

مصطلحات التصدير التجارية (Incoterms)

المصطلح باللغة الإنجليزية	الرمز	المصطلح باللغة العربية
Airway Bill	AWB	بوليصة شحن بالطائرة
Bill of Exchange	B/E	كمبيالة
Bill of Lading	B/L	بوليصة شحن
Cash Against Documents	CAD	دفع مقابل تسلم المستندات
A currency which can be freely bought and sold in exchange for other currencies	Convertible Currency	عملة قابلة للتحويل
Certificate of Origin	C/O	شهادة منشأ
Documents Against Acceptance	D/A	تسليم مستندات الشحن لقاء القبول
Documents Against Payment	D/P	تسليم مستندات الشحن لقاء الدفع
Alternative from of Bill of Exchange	DRAFT	شكل بديل للكمبيالة
Export Credit Guarantee Department	ECGD	دائرة ضمان ديون التصدير
International Federation of Forwarding Agents Association	FIATA	الاتحاد العالمي لرابطات وكلاء الشحن
House Airway Bill	HAWB	بوليصة المؤسسة للشحن بالطائرة
A major convertible currency used frequently in international trade	Hard CURRENCY	عملة صعبة رئيسية قابلة للتحويل تستعمل في التجارة الدولية
International Air Transport of Association	IADA	اتحاد النقل الجوي الدولي
International Chamber of Commerce	ICC	غرفة التجارة الدولية
Letter of Credit	L/C	كتاب اعتماد
Less Developed Country	LDC	دول اقل تقدماً
The right to charge the payee if a negotiated cheque or B/E is unpaid	RECOURSE	حق الرجوع: حق المطالبة بالدفع في حالة عدم دفع شيك أو كمبيالة
Simple Trade Procedures Board	SITPRO	مجلس إجراءات التجارة البسيطة
Society for worldwide Interbank Financial Telecommunications	SWIFT	جمعية الاتصالات المالية المصرفية العالمية
Uniform Customs and Practice	UCP	العادات والممارسات

ملحق 4.7: مواقع الكترونية هامة

http://www.cbi.nl	http://www.export911.com
http://www.jordanusfta.com	http://www.www.alibaba.com
http://www.fita.org	http://www.eceurope.com
http://www.tradezone.com	http://www.tradepro.com
http://www.tradeleads.com	http://www.itrademarket.com
http://www.trade.allproducts.com	http://www.busytrade.com
http://www.fas.usda.gov	http://www.trade-leads.rusbiz.com

ملحق 5-7: البرامج الداعمة والمانحة في الأردن

تعمل البرامج الداعمة والمانحة على مساعدة المصدر الأردني في إتمام خطوات التصدير. وينصح بمراجعة هذه البرامج والاتصال بالقائمين عليها للتعرف على شروط الدعم وأنواعه.

No.	Names of Establishments	Phone	Fax	البريد الإلكتروني	الموقع الإلكتروني
1	SABEQ برنامج سابق	06-550-3050	06-550-3069	info@sabeq-jordan.org	www.sabeq-jordan.org
2	USAID BDC مركز تطوير الأعمال . للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية	06-590 6000	06-592 0143	Info@bdc.org.jo	www.bdc.org.jo
3	مركز المعلومات الأوروبي (EICC)	06-464 3001	06-464 3221	info@eicc.jo	www.eicc.jo
4	نافس (NAFES)	06-552 0982	06-552 0982	meldiri@nafes.org.jo	www.nafes.org.jo
5	JUMP-Amman Office	06-565 8138/7	06-565 8135	info@jump.jo	www.jump.jo
	JUMP-Zarqa Office	05-365 4160	05-365 4160	zarkaoffice@jump.jo	
	JUMP-Irbid Office	02-725 8822	02-725 8822	irbidoffice@jump.jo	
6	المؤسسة الأردنية لتطوير وتنمية الصادرات JEDCO	06-560 3507	06-568 4568	jedco@jedco.gov.jo	www.jedco.gov.jo
	JEDCO-Dubai المركز التجاري الأردني - دبي	+9714397224 8	+97143972254	jedco@jordan.org.ae	
7	JICA Office مكتب فرع الوكالة اليابانية للتعاون الدولي	06-585 8924	06-585 8921		www.jica.go.jp

شكراً لكم

Wael K. Haddidin



JEDCO
Jordan Enterprise
Development Corporation

This project is funded by the European Union in
Cooperation with Jordan Enterprise development
Corporation.