www.onlinedoctranslator.com - مترجم من الفرنسية إلى العربية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التكوين والتعليم المهنيين
Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnels

Centre National de la Formation et de l'Enseignement Professionnels à Distance (CNFEPD)

المركز الوطني للتكوين و التعليم المهنيين عن بعد
(م. و. ت.ت. م.ب)

الإدارةالتجارية والمحاسبية

الهدفالرئيسي :

فيnهاية هذه الوحدة، سوف تكون قادراً على إدارة الإجراءات التجارية والمحاسبية

فهرس

الدرسرقم 01: العرض واحتياجات العميل الدرس رقم 02: الإجراءات التجاريةفيما يتعلق بالأسعار والمنتجات

الدرسرقم 03: الرسوم المتحركة وتوزيع العمل الدرس رقم 04: إدارة المحاسبة

الدرسرقم 01: العرض واحتياجات العملاء

هدفالدرس:في نهاية هذا الدرس، ستكون قادراً على تحديد احتياجات العملاء.

خطةالدرس:

I. تحديدالأنواع المختلفة للعملاء

1.حسب الجنسية

2.اعتمادا على البيئة

ثانيا.تحديد الاحتياجات

1.فيما يتعلق بالأصول

2.فيما يتعلق بعادات العملاء وعقلياتهم

I. تحديدالأنواع المختلفة للعملاء

هناكالعديد من الطرق لتحديد أنواع مختلفة من العملاء. يتمثل النهج الشائع في استخدام التصنيف السلوكي، الذي يجمعالعملاء بناءً على سلوكياتهم ومواقفهم.

فيمايلي بعض الأنواع السلوكية الأكثر شيوعاً:

- العميلغير العاطفي هو العميل الذي لا يسمح لأي شيء بالظهور ولا يظُهر مشاعر أو ردود أفعال واضحة، حتى في مواجهةالمواقف الصعبة أو المجهدة.
- العميلالمتعاون هو العميل الذي يظُهر التفهم ومستعد للتفاوض.
- العميلالمندفع هو العميل الذي لا يأخذ الوقت الكافي للتفكير ويتخذ القرارات بسرعة.

- العميلغير الحاسم هو العميل الذي يجد صعوبة في اتخاذ القرار أو الاختيار بين عدة خيارات. العميل ذو المعرفة هو
- عميليعرف كل شيء أفضل منك وقد يكون من الصعب التعامل معه. العميل الثرثار هو العميل الذي يخبرك عن
- حياتهوالذي قد يكون من الصعب توجيهه. العميل الاستبدادي هو العميل الذي يعطي الأوامر وقد يكون من
- الصعبإرضاؤه.
- العميلالمتقاضي هو عميل يتبع القواعد حرفياً وقد يكون من الصعب التفاوض بشأنه.

- العميلالغاضب هو من يسهل إحباطه ويصعب التعامل معه.

منالمهم أن نلاحظ أن هذه التصنيفات هي تعميمات وأن هناك اختلافات داخل كل نوع. على سبيل المثال، قد يكون العميلغير العاطفي في بعض المواقف، ولكن ليس في حالات أخرى.

بالإضافةإلى الأنماط السلوكية، هناك طرق أخرى لتحديد أنواع مختلفة من العملاء. أحد الأساليب هو تحليل التركيبة السكانيةللعملاء والخصائص النفسية. يمكن أن يكشف هذا التحليل عن معلومات حول عمر العملاء وجنسهم ومهنتهمواهتماماتهم وقيمهم.

هناكطريقة أخرى تتمثل في مراقبة سلوك العملاء. ويمكن القيام بذلك من خلال مراقبة العملاء في المتجر أو تحليل بياناتالمبيعات.

1.حسب الجنسية:

قديكون للجنسيات المختلفة احتياجات وتوقعات مختلفة بناءً على ثقافتها وقيمها وأعرافها الاجتماعية. ومن خلال تحديدهذه الاختلافات، يمكن للشركات فهم عملائها بشكل أفضل وتكييف عروضها وخدمة العملاء وفقاً لذلك.

فيمايلي بعض الأمثلة على الاختلافات بين العملاء من جنسيات مختلفة:

- يوليالعملاء اليابانيون أهمية كبيرة لخدمة العملاء ويهتمون بجودة الترحيب والاهتمام الذي يتلقونه. هم أيضاً أكثر عرضةللتحفظ وعدم التعبير عن مشاعرهم بشكل علني.

- منالمرجح أن يقوم العملاء الأمريكيون بعمليات شراء دافعة ويبحثون عن الصفقات والعروض الترويجية. ومن المرجحأيضاً أن يكونوا مباشرين ومنفتحين في تفاعلاتهم مع الشركات.

- منالمرجح أن يتفاوض العملاء الصينيون على السعر ويبحثون عن منتجات وخدمات عالية الجودة. ومن المرجح أيضاًأن يكونوا واعين بالعلامة التجارية ويبحثون عن المنتجات والخدمات الفاخرة.

فيمايلي بعض النصائح لتحديد أنواع مختلفة من العملاء على أساس الجنسية:

- إجراءالمسوحات وأبحاث السوق. يمكن أن يساعد ذلك الشركات على جمع البيانات حول احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- تحليلالتركيبة السكانية للعملاء والتحليل النفسي. يمكن أن يساعد ذلك الشركات على تحديد مجموعات العملاء الذينيشتركون في خصائص مشتركة.
- مراقبةسلوك العملاء. يمكن أن يساعد ذلك الشركات على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم أثناء تفاعلهم مع الشركة.

باتباعهذه النصائح، يمكن للشركات تحسين قدرتها على تحديد أنواع مختلفة من العملاء وتصميم عروضها وخدمةالعملاء وفقاً لذلك.

فيمايلي بعض الأمثلة الملموسة لتكييف العرض وخدمة العملاء وفقاً لجنسية العملاء:

- يمكنلشركة المبيعات عبر الإنترنت أن تقدم ترجمات لموقعها الإلكتروني والمحتوى التسويقي إلى لغات مختلفة.

- يمكنللمطعم أن يقدم قوائم مصممة خصيصاً لتناسب التفضيلات الغذائية للعملاء من جنسيات مختلفة.

- يمكنلشركة الخدمات تقديم خيارات الدفع التي تلبي احتياجات العملاء من مختلف الجنسيات.

منخلال تصميم عروضها وخدمة العملاء على أساس جنسية العميل، يمكن للشركات خلق تجربة أكثر إيجابية وإرضاء لعملائها.

1.حسب البيئة

قديكون للخلفيات المختلفة احتياجات وتوقعات مختلفة اعتماداً على الوضع الاجتماعي والاقتصادي وأسلوب الحياة واهتماماتالعملاء. ومن خلال تحديد هذه الاختلافات، يمكن للشركات فهم عملائها بشكل أفضل وتكييف عروضها وخدمةالعملاء وفقاً لذلك.

1.1.العميل الحضري:

عميلالمدينة هو نوع من العملاء الذين يعيشون في المدينة. وهم بشكل عام أصغر سناً وأكثر تعليماً وأكثر تواصلاً من العملاءالريفيين. ومن المرجح أيضاً أن يكون متنقلاً ويعيش في بيئة متنوعة.

للعملاءفي المناطق الحضرية احتياجات وتوقعات محددة قد تختلف عن احتياجات وتوقعات العملاء في المناطق الريفية.وهم عموماً أكثر انفتاحاً على التقنيات والاتجاهات الجديدة،

ومنالمرجح أن يبحثوا عن المنتجات والخدمات التي تناسب أنماط حياتهم النشطة. ومن المرجح أيضاً أن يكونوا حساسينللأسعار والعروض الترويجية.

فيمايلي بعض الأمثلة على الاحتياجات والتوقعات المحددة للعملاء في المناطق الحضرية:

- منتجاتوخدمات تناسب أنماط حياتهم النشطة. خيارات توصيل واستلام
- سريعةومريحة. عروض وعروض ترويجية جذابة
-
- خدمةالعملاء الشخصية واليقظة

يجبعلى الشركات التي ترغب في استهداف العملاء في المناطق الحضرية تكييف عروضها وخدمة العملاء وفقاً لاحتياجاتهموتوقعاتهم. وفيما يلي بعض النصائح لتحقيق ذلك:

- تقديممجموعة من المنتجات والخدمات التي تتكيف مع احتياجات العملاء في المناطق الحضرية
- تقديمخيارات توصيل واستلام سريعة ومريحة تطوير عروض وعروض ترويجية جذابة
-
- تنفيذخدمة العملاء الشخصية واليقظة

باتباعهذه النصائح، يمكن للشركات إنشاء تجربة أكثر إيجابية وإرضاءً لعملاء المدينة.

فيمايلي بعض الأمثلة على الشركات التي تستهدف العملاء في المناطق الحضرية:

- تقدمشركات توصيل الطعام خيارات توصيل سريعة ومريحة تلبي احتياجات عملاء المدينة المزدحمة.

- تقدمشركات التجارة الإلكترونية مجموعة من المنتجات والخدمات المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات العملاء فيالمناطق الحضرية، بما في ذلك منتجات الأزياء والإلكترونيات والمنتجات المنزلية.

- تقدمشركات الخدمات خدمات شخصية واعية تلبي احتياجات العملاء في المناطق الحضرية، بما في ذلك خدماتالإصلاح والصيانة وخدمات مجالسة الأطفال وخدمات التنظيف.

ومنخلال استهداف العملاء في المناطق الحضرية، يمكن للشركات الوصول إلى سوق كبيرة ومتنامية.

1.2.العميل الجبلي:

العميلالجبلي هو نوع من العملاء يعيش في منطقة جبلية. وهم بشكل عام أكبر سناً وأقل تعليماً وأقل تواصلاً من العملاءفي المناطق الحضرية. ومن المرجح أيضاً أن يرتبط بمجتمعه ويعيش في بيئة أكثر تقليدية.

لدىعملاء الجبال احتياجات وتوقعات محددة قد تختلف عن احتياجات وتوقعات العملاء في المناطق الحضرية. هم بشكلعام أكثر حساسية للطبيعة والبيئة،

ومنالمرجح أن يبحثوا عن المنتجات والخدمات التي تناسب أنماط حياتهم البسيطة. ومن المرجح أيضاً أن يكونوا حساسينللأسعار والعروض الترويجية.

فيمايلي بعض الأمثلة على الاحتياجات والتوقعات المحددة لعملاء الجبال:

- المنتجاتوالخدمات التي تناسب أنماط حياتهم البسيطة، خيارات
- التوصيلوالاستلام المريحة
- أسعارمعقولة
- خدمةالعملاء الشخصية واليقظة

يجبعلى الشركات التي ترغب في استهداف العملاء في المناطق الجبلية تكييف عروضها وخدمة العملاء وفقاً لاحتياجاتهموتوقعاتهم. وفيما يلي بعض النصائح لتحقيق ذلك:

- تقديممجموعة من المنتجات والخدمات المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات عملاء الجبال. تقديم خيارات
- توصيلواستلام مريحة
- تطويرأسعار معقولة
- تنفيذخدمة العملاء الشخصية واليقظة

باتباعهذه النصائح، يمكن للشركات إنشاء تجربة أكثر إيجابية وإرضاء لعملاء الجبال.

فيمايلي بعض الأمثلة على الأنشطة التجارية التي تستهدف عملاء الجبال:

- تقدمالشركات الخارجية منتجات وخدمات مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات عملاء الجبال، بما في ذلك الملابس والمعداتوخدمات الدليل.

- تقدمشركات تقديم الطعام خيارات طعام مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات ضيوف الجبال، بما في ذلك المطاعم التقليديةوالمطاعم الجبلية.

-تقدم شركات الخدمة خدمات مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات عملاء الجبال، بما في ذلك خدمات الإصلاح والصيانةورعاية الأطفال وخدمات التنظيف.

ومنخلال استهداف عملاء الجبال، يمكن للشركات الوصول إلى سوق أكبر صغيرة،ولكن يمكن أن تكون مربحة للغاية.

فيمايلي بعض الأمثلة على الاختلافات المحددة بين سكان المدينة والعملاء أهلالجبل:

- نمطالحياة: يتمتع عملاء المدينة بشكل عام بأسلوب حياة حضري أكثر نشاطاً، في حين يتمتع عملاء المناطق الجبليةبشكل عام بأسلوب حياة أكثر بساطة وأكثر ريفية.

-الاهتمامات: يهتم العملاء الحضريون بشكل عام أكثر بالتقنيات والاتجاهات الجديدة، في حين يهتم العملاء الجبليون بشكلعام أكثر بالطبيعة والبيئة.

- القيم:عملاء المدينة بشكل عام أكثر فردية وأكثر انفتاحاً على التغيير، في حين أن عملاء الجبال بشكل عام أكثر تقليديةوأكثر ارتباطاً بمجتمعهم.

ومنخلال فهم هذه الاختلافات، يمكن للشركات استهداف منتجاتها وخدماتها بشكل أفضل وتوفير تجربة أكثر إرضاءً لعملائها.

ثانيا.تحديد الاحتياجات

1.تحديد الاحتياجات فيما يتعلق بالأصول

يمكنأن تؤثر أصول العملاء على احتياجاتهم وتوقعاتهم. على سبيل المثال، قد يكون لدى العملاء من ثقافات مختلفة احتياجاتمختلفة من المنتجات والخدمات.

أمثلة

- قديكون العملاء من الثقافات الجماعية أكثر حساسية لأسعار وجودة المنتجات والخدمات.
- قديكون العملاء من الثقافات الفردية أكثر حساسية للعلامة التجارية وأسلوب المنتجات والخدمات.
- قديكون العملاء من الثقافات التقليدية أكثر حساسية للقيم والتقاليد الأخلاقية.
- قديكون العملاء من الثقافات الحديثة أكثر حساسية للابتكارات والاتجاهات.

نصائحالأعمال

لتحديداحتياجات العملاء بناءً على أصولهم، يمكن للشركات:

- إجراءالمسوحات وأبحاث السوق لجمع البيانات حول احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- تحليلالتركيبة السكانية للعملاء والخصائص النفسية لتحديد مجموعات العملاء الذين يتشاركون في خصائص مشتركة.
- مراقبةسلوك العملاء لفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم أثناء تفاعلهم مع الشركة.

أمثلةالأعمال

- يمكنلشركات تقديم الطعام تقديم قوائم مصممة خصيصاً لتناسب التفضيلات الغذائية للعملاء من مختلف الثقافات.
- يمكنلشركات الأزياء أن تقدم منتجات تناسب معايير الملابس للعملاء من مختلف الثقافات.
- يمكنلشركات الخدمات تقديم خدمات مصممة خصيصاً لتناسب القيم الثقافية للعملاء من مختلف الثقافات.

2.تحديد الاحتياجات فيما يتعلق بعادات العملاء وعقلياتهم

يمكنلعادات العملاء وعقلياتهم أيضاً أن تؤثر على احتياجاتهم وتوقعاتهم. على سبيل المثال، قد يكون لدى العملاء الذيناعتادوا على التسوق عبر الإنترنت احتياجات خدمة عملاء مختلفة عن العملاء الذين اعتادوا على التسوق في المتجر.

أمثلة

- قديكون العملاء الذين اعتادوا على التسوق عبر الإنترنت أكثر حساسية لأوقات التسليم وخيارات الإرجاع.
- قديكون العملاء الذين اعتادوا التسوق في المتجر أكثر حساسية لتوفر المنتج ودعم البائع.
- قديكون العملاء الذين نفد صبرهم أكثر حساسية لأوقات التسليم وخيارات الدفع عبر الإنترنت.
- قديكون العملاء الذين لديهم وعي بيئي أكثر حساسية للمنتجات والخدمات الخضراء.

نصائحالأعمال

لتحديداحتياجات العملاء فيما يتعلق بعاداتهم وعقلياتهم، يمكن للشركات:

- إجراءالمسوحات وأبحاث السوق لجمع البيانات حول احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- تحليلالبيانات السلوكية للعملاء لفهم عاداتهم وعقلياتهم.
- تنفيذأنظمة ملاحظات العملاء لجمع ملاحظات العملاء.

ومنخلال تحديد احتياجات العملاء بناءً على خلفياتهم وعاداتهم وعقلياتهم، يمكن للشركات استهداف منتجاتها وخدماتهابشكل أفضل وتوفير تجربة أكثر إرضاءً لعملائها.

الدرسرقم 02: الإجراءات التجارية فيما يتعلق بالأسعار والمنتجات

هدفالدرس:في نهاية هذا الدرس ستتمكن من تنفيذ الإجراءات التجارية المتعلقة بالأسعار والمنتجات.

خطةالدرس:

I. العرضالمقدم من الموردين

ثانيا.صفات المفاوض

ثالثا.تحديد السوق وتحليله

رابعا.دراسة الـ 4P

I. العرضالمقدم من الموردين

اقتراحالمورد هو وثيقة تقدم منتجات وخدمات المورد إلى عميل محتمل. ويهدف إلى إقناع العميل باختيار المورد بدلاً من منافسيه.

يجبأن يكون اقتراح المورد شاملاً ودقيقاً. ويجب أن تتضمن جميع المعلومات ذات الصلة بمنتجات وخدمات المورد،بالإضافة إلى قدراته وبيانات اعتماده.

أمثلةعلى المعلومات التي يجب تضمينها في عرض المورد

- وصفالمنتجات والخدمات الأسعار وشروط
- البيع
- تأخيرالتسليم
- خياراتالدفع
- الضماناتوخدمات ما بعد البيع قدرات
- الموردين
- مراجعالعملاء

ثانيا.صفات المفاوض

تتمالمفاوضات مع العملاء منذ أول اتصال هاتفي حتى عرض الشراء، سواء كان شفهياً أو مكتوباً. على سبيل المثال، لنيتردد بعض المشترين في سؤال البائع عما إذا كانوا في عجلة من أمرهم للبيع، أو ما إذا كان السعر قابلاً للتفاوض. إنالمعلومات التي يختار المشتري توصيلها يجب ألا تلحق به أي ضرر، بل على العكس من ذلك، تضعه في موقف قوةتجاه المشتري. يعد التحضير للتفاوض أمراً ضرورياً لمناقشة السعر في ظروف جيدة.

1.حدد هدفاً:

فيوقت البيع، يحدد البائع بالتأكيد هامشاً للتفاوض. يتعلق الأمر الآن بتحديد هدف السعر الذي يجب تحقيقه والذي يناسبهبشكل مثالي. بدون هدف محدد، في وقت العرض المضاد، سيعرض البائع على عجل سعراً يتوافق مع نطاقه الأدنى- أو حتى أقل - في حين أنه من خلال استهداف سعر أعلى، فإنه سيحصل على المزيد.

2.اخرج من المواقف المهينة:

وإذاشك المشتري في سبب البيع، فعلى البائع أن يتجنب توضيح السبب له، ولو بالتعليق عليه والمجادلة فيه. فهو لنيؤدي إلا إلى تفاقم الوضع منذ اللحظة التي يشير فيها هذا السبب إلى أنه قد يوافق على خفض سعرك بالقوة؛ يمكنللمشتري استخدامه أثناء التفاوض.

3.من الأمثلة على المواقف المهينة التي لا يجوز التعبير عنها:

-""لدينا أحد الإجراءات التي يجب الانتهاء منها مع المصرفي الذي نتعامل معه"؛

-"نحن نواجه صعوبات مالية".

-"الوضع السياسي في بلادنا قد يعيق تقدم العقد".

4.أمثلةلشرح بعض المواقف:

-"لدينا ائتمانات طويلة الأجل مع مصرفينا».

-"ونرغب في تطوير علاقتنا التعاقدية بالشراكة".

-"نحن نستفيد من حداثة منتجاتنا في السوق لنمنحك حصرية التوزيع.

ومعذلك، لن يكون من المستحسن الكذب بشأن وضعك. من الأفضل أن تظل مراوغاً ولكن صادقاً. أولاً لمسألة أخلاقية،ثم لأن المشتري سيدرك عاجلاً أم آجلاً سبب البيع. عند هذه النقطة، إذا تم الكذب عليه، فسوف يشعر بالغش ويصبحمشبوهاً. وقد يفكر: إذا لم يخبرني بحقيقة حاله، فربما يخفي عني أشياء تتعلق بممتلكاته؟ ".

ثالثا.تحديد السوق وتحليله

التحليلالشامل والدقيق للسوق هو تحليل يساعد على فهم السوق بشكل كامل ودقيق. ويجب أن تمكن الشركات منااتخاذ قرارات مستنيرة فيما يتعلق بالاستراتيجية والتطوير.

يجبأن يغطي التحليل الشامل والدقيق للسوق العناصر التالية:

- عنوانالسوق: هذا هو حجم السوق ونموه، بالإضافة إلى الاتجاهات والقوى التي تشكله.
- المنافسون:يتضمن ذلك تحديد المنافسين المباشرين وغير المباشرين، بالإضافة إلى نقاط القوة والضعف لديهم.
- العملاء:يتضمن ذلك فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم، بالإضافة إلى سلوكهم الشرائي.

لإجراءتحليل شامل ودقيق للسوق، يمكن للشركات استخدام أساليب مختلفة، بما في ذلك:

- البحثالمكتبي: يتضمن جمع البيانات من مصادر ثانوية، مثل تقارير أبحاث السوق والمقالات الإخبارية والمواقع الإلكترونية.
- المسوحاتوأبحاث السوق: يتضمن ذلك جمع البيانات من المصادر الأولية، مثل المقابلات مع العملاء والمنافسين.
- تحليلالبيانات: يتضمن ذلك تحليل البيانات المجمعة لتحديد الاتجاهات والفرص.

يعدالتحليل الشامل والدقيق للسوق أداة قيمة للشركات التي ترغب في النمو والنجاح في السوق.

خصائصالتحليل الشامل والدقيق للسوق

يجبأن يتمتع التحليل الشامل والدقيق للسوق بالخصائص التالية:

- يجبأن تكون شاملة: يجب أن تغطي جميع الجوانب المهمة للسوق، بما في ذلك السوق المحتمل والمنافسين والعملاء.
- يجبأن تكون دقيقة: يجب أن تكون مبنية على بيانات موثوقة وصحيحة.
- يجبأن تكون حديثة: يجب تحديثها بانتظام لتعكس التغيرات في السوق.

فوائدالتحليل الشامل والدقيق للسوق

يقدمتحليل السوق الشامل والدقيق العديد من الفوائد للشركات، بما في ذلك:

- إنهاتتيح لك اتخاذ قرارات مستنيرة: فهي تزود الشركات بالمعلومات التي تحتاجها لاتخاذ قرارات استراتيجية وتنموية.
- يساعدعلى تقليل المخاطر: فهو يسمح للشركات بتحديد المخاطر المحتملة واتخاذ خطوات للتخفيف منها.
- يساعدعلى خلق الفرص: فهو يسمح للشركات بتحديد الفرص واغتنامها.

أمثلةعلى تحليل السوق الشامل والدقيق

فيمايلي بعض الأمثلة على التحليل الشامل والدقيق للسوق:

- يمكنللشركة التي ترغب في إطلاق منتج جديد إجراء تحليل للسوق لتحديد حجم السوق المحتمل واحتياجات العملاء والمنافسين.
- يمكنللشركة التي ترغب في التوسع في سوق جديدة إجراء تحليل للسوق لفهم ظروف السوق وفرصه.
- يمكنللشركة التي ترغب في تحسين خدمة عملائها إجراء تحليل للسوق لفهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

فيالختام، يعد التحليل الشامل والدقيق للسوق أداة أساسية للشركات التي ترغب في النمو والنجاح في السوق.

رابعا.دراسة الـ 4P

إنالعناصر الأربعة للتسويق هي نموذج تسويقي يحدد العناصر الأساسية الأربعة التي يجب على الشركات التحكم فيها لتحقيقأهدافها التسويقية. وهذه العناصر الأربعة هي:

1.**سياسة المنتج:**ما يتم تقديمه للسوق، بما في ذلك ميزاته وجودته وتصميمه وعلامته التجارية وتعبئته.

	Introduction	Croissance	
consommateur	Innovateurs	Majorité précoce	
Coût unitaire	Elevé	Moyen	
Objectifs	Développer la demande - lever les freins	Maximiser la part de marché	Au
Stratégie	Notoriété - essai	Préférence pour la marque	
Politique Produit	Gamme courte	Amélioration du produit, extension de gamme	Diff Mo

سياسةالمنتج هي عنصر التسويق الذي يحدد ما يتم تقديمه للسوق. ويشمل خصائص المنتج وجودته وتصميمه وعلامتهالتجارية وعبوته.

خصائصالمنتج هي العناصر المادية أو الوظيفية للمنتج. وهي تشمل الحجم واللون والشكل والتكوين والوظيفة والأداء.

جودةالمنتج هي قدرته على تلبية احتياجات وتوقعات المستهلكين. يتم قياسه بشكل عام من خلال الموثوقية والمتانة والأداءورضا العملاء.

تصميمالمنتج هو مظهره البصري والجمالي. يجب أن تكون جذابة وتتوافق مع الهدف التسويقي للمنتج.

العلامةالتجارية للمنتج هي هويته الفريدة. يجب أن تكون مميزة ولا تنسى.

تغليفالمنتج هو كيفية تقديمه إلى السوق. يجب أن تحمي المنتج وتجذب انتباه المستهلكين وتسهل التعامل معه.

2.**سياسة الأسعار :**كم تكلفة المنتج أو الخدمة.

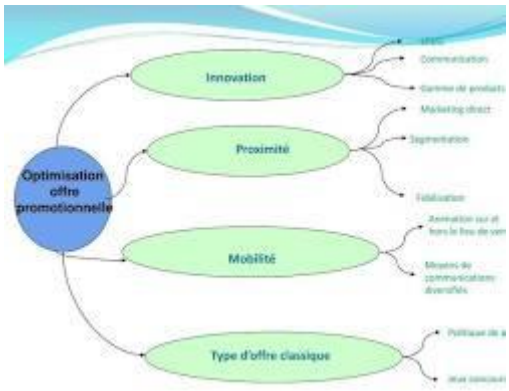
Politique	Description
Politique d'alignement	Désigne une entreprise qui propose des prix alignés sur ceux des concurrents e
Politique d'écrémage	Désigne une entreprise qui propose des prix supérieurs et plus importants que ce acteurs du mar
Politique de pénétration	Désigne une entreprise qui propose des prix inférieurs et plus bas que ceux des c du marché

سياسةالتسعير هي عنصر التسويق الذي يحدد سعر المنتج أو الخدمة. ويجب أن تكون متسقة مع استراتيجية التسويقالشاملة للشركة وأهداف الربحية.

يتمتحديد سعر المنتج من خلال عدد من العوامل، بما في ذلك تكاليف الإنتاج والمنافسة وطلب السوق والعلامة التجاريةللمنتج.

يمكنللشركات استخدام مجموعة متنوعة من استراتيجيات التسعير، بما في ذلك التسعير القشط، وتسعير الاختراق، والتسعيرالنفسي، والتسعير التنافسي.

3.**السياسة الترويجية:**كيفية توصيل المنتج أو الخدمة وبيعها إلى السوق.



السياسةالترويجية هي عنصر التسويق الذي يحدد كيفية توصيل المنتج أو الخدمة وبيعها في السوق. ويشمل الإعلان والعلاقاتالعامة والبيع الشخصي والتسويق المباشر.

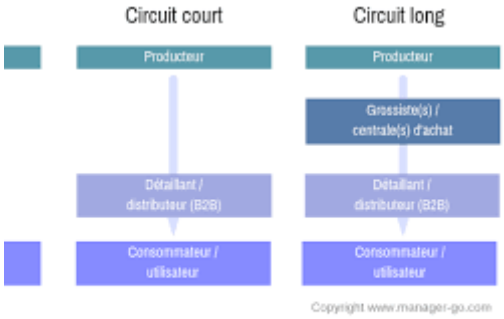
الإعلانهو شكل من أشكال التواصل غير الشخصي الذي يستخدم الوسائط للوصول إلى جمهور واسع. ويمكن استخدامهلتثقيف المستهلكين حول المنتج، وخلق الطلب وزيادة المبيعات.

العلاقاتالعامة هي اتصالات غير مدفوعة الأجر تهدف إلى الترويج لصورة العلامة التجارية لشركة أو منتج. ويمكن استخدامهالإنشاء علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام والعملاء وأصحاب المصلحة الآخرين.

البيعالشخصي هو شكل من أشكال التواصل الشخصي بين ممثل الشركة والعميل المحتمل. غالباً ما يتم استخدامه لإغلاقالمبيعات المعقدة أو لتطوير العلاقات مع العملاء.

التسويقالمباشر هو شكل من أشكال الاتصال المباشر الذي يهدف إلى الوصول إلى العملاء الأفراد. يمكن استخدامه لإرسالالكتالوجات أو رسائل البريد الإلكتروني أو الرسائل إلى العملاء المحتملين.

4.**سياسة التوزيع:**كيفية إتاحة المنتج أو الخدمة للمستهلكين.



Les différents canaux de distribution

سياسةالتوزيع هي عنصر التسويق الذي يحدد كيفية إتاحة المنتج أو الخدمة للمستهلكين. ويشمل قنوات التوزيع والمواقعوالمخزون.

قنواتالتوزيع هي الوسطاء الذين يبيعون المنتجات أو الخدمات للمستهلكين. وقد يشملون تجار التجزئة وتجار الجملةوالوكلاء والموزعين.

المواقعهي المكان الذي يتم فيه بيع المنتجات أو الخدمات. ويمكن أن تشمل المتاجر الفعلية والمتاجر عبر الإنترنت وآلاتالبيع.

المخزونهو كمية المنتجات أو الخدمات المتاحة للبيع. ويجب أن تكون كافية لتلبية طلب المستهلكين، ولكن ليست عاليةبحيث تؤدي إلى تكاليف تخزين غير ضرورية.

خامساً:تقنيات الاتصال

5.تطبيق الاتصالات على التفاوض على المبيعات:

التواصلهو عنصر أساسي في المبيعات. فهو يساعد على فهم احتياجات العملاء وتقديم منتجات الشركة وخدماتها بشكلفعال وإغلاق المبيعات.

العناصرالأساسية للاتصال في التفاوض البيعي

- الاستماعالفعال: من المهم الاستماع بعناية إلى العميل لفهم احتياجاته وتوقعاته.
- إعادةالصياغة: من المفيد إعادة صياغة ما قاله العميل للتأكد من أنك قد فهمته بشكل صحيح.
- السؤالالمفتوح: تتيح لك الأسئلة المفتوحة معرفة المزيد عن العميل واحتياجاته.
- الحجة:يجب أن تكون الحجة واضحة وموجزة ومقنعة. ويجب أن يعرض مزايا المنتج أو الخدمة المقدمة.
- الخاتمة:يجب أن تلخص الخاتمة النقاط المهمة في التفاوض وتقود العميل إلى إتمام عملية البيع.

تقنياتالاتصال في التفاوض البيعي

- التواصلغير اللفظي: يمكن استخدام التواصل غير اللفظي، مثل لغة الجسد، وتعبيرات الوجه، ونبرة الصوت، لتعزيز التواصلاللفظي.
- الإقناع:الإقناع ينطوي على التأثير على سلوك شخص آخر باستخدام الحجج المنطقية والعواطف.
- الإغلاق:الإغلاق هو فن إتمام عملية البيع. وتتكون من الحصول على التزام ثابت من العميل بشراء المنتج أو الخدمة المقدمة.

أخطاءيجب تجنبها في اتصالات التفاوض البيعي

- عدمالاستماع بعناية إلى العميل: من المهم الاستماع بعناية إلى العميل لفهم احتياجاته وتوقعاته.
- لاتعيد صياغة ما قاله العميل: من المفيد إعادة صياغة ما قاله العميل للتأكد من أنك فهمته بشكل صحيح.
- لاتطرح أسئلة مفتوحة: تتيح لك الأسئلة المفتوحة معرفة المزيد عن العميل واحتياجاته.
- عدموجود حجة واضحة وموجزة: يجب أن تكون الحجة واضحة وموجزة ومقنعة. ويجب أن يعرض مزايا المنتج أو الخدمةالمقدمة.
- عدمإغلاق عملية البيع: يجب أن تلخص الخاتمة النقاط المهمة في التفاوض وتقود العميل إلى إغلاق عملية البيع.

في الختام، التواصل هو عنصر أساسي في التفاوض على المبيعات. من خلال إتقان العناصر الأساسية للاتصال وتجنب الأخطاء التي يجب تجنبها، يمكن لمفاوضي المبيعات تحسين فرصهم في إتمام عملية البيع.

فيما يلي بعض النصائح الإضافية لتحسين التواصل في مفاوضات المبيعات:

- كن إيجابياً ومتحمساً: يمكن أن يؤثر موقفك الإيجابي وحماسك على سلوك العملاء.
- كن محترفاً: يجب أن يكون سلوكك ولباسك احترافياً لبث الثقة في العميل.
- كن مرناً: كن على استعداد لتقديم تنازلات لإتمام عملية البيع.
- كن مثابراً: لا تثبط عزيمتك إذا لم يكن العميل مستعداً لإغلاق عملية البيع في الاجتماع الأول.

باتباع هذه النصائح، يمكنك تحسين مهارات الاتصال لديك وتحقيق المزيد من المبيعات.

6.الاتصالات المطبقة على التفاوض على الشراء:

التواصل ضروري لأي مفاوضات، بما في ذلك التفاوض على الشراء. يتيح التواصل الواضح والفعال للأطراف فهم احتياجات وأهداف بعضهم البعض، وإيجاد حلول مفيدة للطرفين.

فيما يلي بعض النصائح للتواصل الفعال في مفاوضات الشراء:

- كن واضحاً وموجزاً في اتصالاتك. تجنب المصطلحات والمصطلحات الفنية، واستخدم لغة مفهومة للطرف الآخر.
- استمع جيداً للطرف الآخر. خذ الوقت الكافي لفهم احتياجاتهم وأهدافهم.
- كن منفتحاً على التسوية. لا تخف من تقديم التنازلات من أجل التوصل إلى اتفاق.
- كن محترماً للطرف الآخر. حتى لو كنت لا توافق على ذلك، حافظ على لهجتك مهذبة ومهنية.

فيما يلي بعض تقنيات الاتصال المحددة التي يمكن أن تكون مفيدة في مفاوضات الشراء:

- يعد طرح الأسئلة طريقة رائعة لمعرفة المزيد عن احتياجات وأهداف الطرف الآخر.
- تساعد إعادة الصياغة على التأكد من فهمك لما قاله الطرف الآخر.
- تتضمن إعادة الصياغة الإيجابية إعادة صياغة طلبات الطرف الآخر بطريقة إيجابية.
- يتيح لك الملخص تلخيص النقاط المهمة في التفاوض.

باتباعهذه النصائح، يمكنك تحسين تواصلك في مفاوضات الشراء وزيادة فرصك في التوصل إلى صفقة مواتية.

وفيمايلي بعض الأمثلة الملموسة لتطبيق الاتصال للتفاوض على الشراء:

- يمكنلمندوب المبيعات استخدام الأسئلة لمعرفة المزيد عن احتياجات العميل. على سبيل المثال، قد يسأل مندوب المبيعاتالعميل عما يبحث عنه في المنتج أو الخدمة.
- يمكنللمشتري استخدام إعادة الصياغة للتأكد من فهمه لاقتراح البائع. على سبيل المثال، يمكن للمشتري إعادة صياغةعرض البائع بكلماته الخاصة.

- يمكنللبائع استخدام إعادة الصياغة الإيجابية للرد على طلبات المشتري. على سبيل المثال، قد يقوم البائع بإعادة صياغةطلب المشتري بتخفيض السعر إلى طلب لعرض أكثر جاذبية.

- يمكنللمشتري استخدام الملخص لتلخيص النقاط المهمة في التفاوض. على سبيل المثال، يمكن للمشتري تلخيص شروطالصفقة التي يقترحها البائع.

ومنخلال استخدام الاتصال بشكل فعال، يمكن للأطراف في مفاوضات الشراء فهم احتياجات وأهداف بعضهم البعضبشكل أفضل، وإيجاد حلول مفيدة للطرفين.

الدرسرقم 03: الرسوم المتحركة وتوزيع العمل

هدفالدرس:في نهاية هذا الدرس ستتمكن من المشاركة في توزيع العمل والرسوم المتحركة.

خطةالدرس:

أنا-الرسوم المتحركة

1. تعريف الرسوم المتحركة
2. أدوات الرسوم المتحركة

II- محطاتالعمل

1. تعريف محطة العمل
2. أهداف وتطبيقات الدراسة الوظيفية
3. متطلبات محطة العمل

أنا- الترفيه

3.تعريف الرسوم المتحركة

الرسومالمتحركة في العمل هي نشاط يهدف إلى خلق بيئة عمل إيجابية ومحفزة للموظفين. يمكن أن يتخذ أشكالاً عديدة،مثل أنشطة بناء الفريق أو التدريب أو المناسبات الاجتماعية أو مبادرات الصحة.

الرسومالمتحركة في العمل مهمة لعدة أسباب. هي تستطيع :

- تحسينتحفيز الموظفين وإنتاجيتهم تقليل التوتر والإرهاق تعزيز
- التعاونوروح الفريق
-
- خلقشعور بالانتماء والتماسك

أهدافالرسوم المتحركة في العمل متعددة. قد تشمل:

- تحسينالتواصل: يمكن لأدوات الرسوم المتحركة في مكان العمل أن تساعد الموظفين على التواصل بشكل أكثر فعاليةمع بعضهم البعض. ويمكنهم أيضاً المساعدة في كسر العزلة وتعزيز بيئة عمل أكثر تعاوناً.

- تشجيعحل المشكلات: يمكن لأدوات الرسوم المتحركة في العمل أن تساعد الموظفين على حل المشكلات بشكل أكثرإبداعاً وفعالية. يمكنهم أيضاً المساعدة في توليد أفكار جديدة وإيجاد حلول مبتكرة.

- تحسينعملية صنع القرار: يمكن لأدوات الرسوم المتحركة في العمل أن تساعد الموظفين على اتخاذ قرارات أكثر استنارةوتشاركية. يمكنهم أيضاً المساعدة في تقليل التحيز والتأكد من أخذ جميع وجهات النظر في الاعتبار.

4.أدوات الرسوم المتحركة

هناكمجموعة واسعة من أدوات الرسوم المتحركة في العمل. تتضمن بعض الأدوات الأكثر شيوعاً ما يلي:

- اجتماعاتالفريق: تعد اجتماعات الفريق إحدى أدوات الرسوم المتحركة الأكثر شيوعاً في مكان العمل. ويمكن استخدامهالمشاركة المعلومات وحل المشكلات واتخاذ القرارات.

- العصفالذهني: العصف الذهني عبارة عن جلسات توليد أفكار يمكن استخدامها لحل المشكلات أو تطوير منتجات أو خدماتجديدة.
- لعبالأدوار: يمكن استخدام لعب الأدوار لتطوير المهارات والمعرفة. ويمكن استخدامها أيضاً لمحاكاة مواقف الحياة الواقعيةومعرفة كيفية التعامل معها.

- المحاكاة:المحاكاة هي تمثيل لبيئات أو مواقف حقيقية. ويمكن استخدامها لتدريب الموظفين أو لاختبار الأفكار الجديدة.

- تقنياتالإبداع: يمكن أن تساعد تقنيات الإبداع الموظفين على توليد أفكار جديدة. ويمكن أن تشمل تقنيات مثل رسم الخرائطالذهنية والعصف الذهني والكتابة الذهنية.

كيفيةاختيار أدوات الرسوم المتحركة المناسبة في العمل

يعتمداختيار أدوات الرسوم المتحركة المناسبة في العمل على عدة عوامل، منها:

- الهدفمن الرسوم المتحركة: يجب اختيار أدوات الرسوم المتحركة وفقاً لهدف الرسوم المتحركة. على سبيل المثال، إذاكان الهدف هو تحسين التواصل، فإن أدوات مثل اجتماعات الفريق أو العصف الذهني تكون مناسبة.

- الجمهورالمستهدف: يجب أن تكون أدوات الرسوم المتحركة ملائمة للجمهور المستهدف. على سبيل المثال، إذا كانالجمهور يتألف من موظفين ذوي مستويات خبرة مختلفة، فإن الأدوات البسيطة وسهلة الفهم هي الأفضل.

- الميزانية:يمكن أن تكون أدوات الرسوم المتحركة باهظة الثمن. من المهم اختيار الأدوات التي تناسب ميزانية الشركة.

II. مناصبالعمل

4.تعريف محطة العمل

وفقاًلماك كورميك الذي ندين له بالشرح الأوضح لتعريف المناصب، ووفقاً لنظرية الاتصالات، يمكن تحليل أي تدخل لموظفأو مشغل وفقاً لثلاث (03) عمليات أساسية وهي:

الى-يتلقىمعلومات أو معلومات؛ يتخذ القرار أو ينظم
ب- الاستجابة؛ينفذ قراره أو يعطي رده.
ضد-

الى-<u>تلقي المعلومات</u>:

يتمتصفية المعلومات الواردة من مصادر المعلومات في مجموعة واسعة من أحاسيسنا، على الرغم من أن المرشحاتيمكن أن تكون سيئة، ومضطربة، وغير كافية لهذا الموقف.

ب-<u>صنع القرار</u> :

القرارعبارة عن عملية نفسية معقدة حيث أن الشخصية بأكملها متورطة في النهاية.

فيسياق تحليل محطة عاملة، يعتمد القرار (وتقييم مستواها) على طبيعتها (يتم اختزالها إلى أبسط تعبير لها في تطبيقتعليمات دقيقة على إشارة مخططة) للطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات (مما يسهل القرار أم لا)؛ تدريب الشخصالذي يشغل هذا المنصب وصفاته الشخصية فيما يتعلق بالوظائف التي يؤديها.

ضد-<u>التنفيذ</u> :

فيهذه المرحلة، تلعب العوامل الشخصية دوراً (التحكم في الحركة، والتنسيق، والحركية البدنية، وسرعة الإنجاز، وما إلىذلك) والعوامل المتعلقة بالتنظيم المادي.

الموقف(الأبعاد المكانية لمحطة العمل، وإمكانية الوصول إلى وسائل العمل والعمل، وترتيب كائنات العمل، وقيود الوقت) أو على شكل أدوات التنفيذ ذاتها.

5.أهداف وتطبيقات الدراسة الوظيفية:

تحتويالدراسة الوظيفية على حوالي عشرة تطبيقات مهمة، تغطي تقريباً كامل حياة المنظمة الاجتماعية.

الى-تتيح لك الدراسة الوظيفية معرفة المؤهلات البشرية المطلوبة بشكل موضوعي
منخلال هذا المنصب. ولذلك فإن له تداعيات فورية على ما نسميه "المتطلبات الإنسانية" للمنصب، والتي تحددالتوظيف والاختيار والترقية؛ تغيير الموقف، وهذا يعني نظام التعيين برمته.

ب-دراسة الوظيفة لها تأثير على التدريب وبرامج مراكز التدريب.
يتطلبالتدريب قائمة مفصلة بالمهام، ولو جزئية، لكل وظيفة في المجال العملي الحقيقي الذي يتوافق معها. ويتطلبوصفاً لكيفية تنفيذ هذه المهام وقائمة كاملة من المعرفة المطلوبة من أجل الجمع بين العناصر الأساسيةالتي سيتكون عليها البرنامج التدريبي (مع متطلباته التعليمية الخاصة).

ومنخلال تحليل العمل الذي يقوم به الأشخاص "المدربون" يتم تقييم فعالية البرنامج التدريبي، وهذا هو المعيار الوحيدلقيمة التدريب.

ضد-تؤدي الدراسة الوظيفية بطبيعة الحال أيضاً إلى تقييم المهام، وهي عملية
مماتؤدي إلى تقييم الوظيفة، والذي يهدف إلى تحديد مستوى المسؤولية والفوائد المرتبطة بها (المكافأة على سبيلالمثال).

د-تسمح دراسة الوظيفة بإعادة تعريف الوظيفة، أي أنها تؤدي إلى القياس
عبءالعمل، وهو عنصر من عناصر قرار تكرار المواقف على سبيل المثال، وقياس الفجوة بين الوظيفة المحددة فيالملخص والوظيفة في ظروف تشغيلها الملموسة والحقيقية.

ه-تسمح الدراسة الوظيفية بتحسين أساليب العمل. هذا الجانب الفني
يتعلقبتخطيط الوظيفة وتنظيم العمل.

F-وأخيراً، فإن للدراسات الوظيفية تطبيقات أخرى مهمة، مثل:

-تحليل أسباب الحوادث وتنظيمها الوقاية(السلامة) ؛

-تخصيص وظائف معينة للأشخاص المعاقين حركياً ًحسب جنسهم وشدة إعاقتهم؛

-المعلومات الواردة من دوائر العمل بشأن الوظائف المتاحة والتي غالباً ًما تكون محددة بشكل غامض؛

-معلومات عن المرشحين لشغل منصب ما؛

-النصائح والتعليمات التي يجب تقديمها للموظفين بهدف البدء المباشر في الوظيفة؛

-التعليمات التي سيتم إرسالها إلى المسؤولين عن إنشاء "المحاكاة"، أي نماذج بالحجم الطبيعي أو نماذج وظيفيةحقيقية لأغراض التدريب

العملياتالمستقبلية، أو تخطيط الموقف، أو الدراسة المنهجية للمتغيرات المكونة للموقف.

- التعليماتالتي يجب تقديمها للأخصائيين النفسيين في إعداد بطاريات الاختيار المهني أو اختبارات التوجيه.

يضافإلى ذلك الإمكانيات التي يفتحها مقارنة المواقف المدروسة، واستغلال هذه الدراسات على مستوى أعلى من التنسيقوالتنظيم.

6.متطلبات محطة العمل

6.1.طاعة:

نصالمشرع في الفصل 40 من قانون الخدمة المدنية 03-06 على أنه يتعين على الموظف العمومي في ممارسة مهامهاحترام سلطة الدولة والسهر على احترامها طبقا للقوانين والتراتيب الجاري بها العمل، وذلك وفقا للمادة 40 من الأمر03-06 "يجب على الموظف العمومي، في إطار ممارسته لوظائفه، احترام وضمان احترام سلطة الدولة، وفقا للقوانينوالأنظمة الجاري بها العمل. وتنص المادة 47 على أن: "جميع الموظفين، أياًكانت درجاتهم في التسلسل الإداري،مسؤولون عن تنفيذ المهام المنوطة بهم.

يلتزمالموظف بالامتثال لتعليمات مديره الهرمي. ما لم تكن هذه التعليمات غير مشروعة، أو تتضمن ضرراً جسيماً للمصلحةالعامة، أو إذا كان تنفيذها يؤثر على سير الخدمة العامة.

6.2.الكرامة والولاء:

ويلتزمالموظف بممارسة مهامه بكل إخلاص وتجرد وفقا للمادة 41 من قانون الخدمة المدنية: "على الموظف أن يمارسوظائفه بكل إخلاص وتجرد".

6.3.التحفظ والكرامة في السلوك العام:

الموظفونالعموميون والعاملون العموميون ملزمون بحفظ التعبير عن الآراء مهما كانت طبيعتها. موظفو الخدمة المدنيةملزمون دائماً بالتصرف باحترام تجاه المواطنين ومستخدمي الخدمات العامة وتجاه زملائهم ومديريهم.

ونصتالمادة 42 من قانون الخدمة المدنية على أنه: "يجب على الموظف العام أن يمتنع عن القيام بأي عمل يتنافى معطبيعة واجباته، ولو خارج الخدمة.
وعليهأن يتصرف، في جميع الظروف، بكرامة واحترام. علاوة على ذلك، نصت المادة 52 من نفس القانون على أنه: " يجبعلى الموظف أن يتصرف بالصواب والاحترام في علاقاته مع رؤسائه في الهرم الوظيفي وزملائه ومرؤوسيه".

ونصتالمادة 43 على أن: "يخصص الموظفون المدنيون كامل نشاطهم المهني للمهام الموكولة إليهم. ولا يمكنهم الانخراطفي نشاط مربح، على انفراد، من أي طبيعة كانت.

ومعذلك، يسُمح لموظفي الخدمة المدنية بالقيام بمهام التدريب أو التدريس أو البحث كمهنة إضافية، وفقاً للشروط والطرائق.

تحددهااللائحة. يمكنهم أيضاً إنتاج أعمال علمية أو أدبية أو فنية.

ولايجوز للموظف في هذه الحالة أن يذكر منصبه أو لقبه الإداري عند نشر مصنفاته إلا بموافقة السلطة المخولة بسلطة التعيين.

6.4.عدم الجمع بين الخدمة العامة والأنشطة الأخرى:

تتطلبالوظيفة العمومية شروطا معينة على الموظفين العموميين مثل عدم الجمع بين الوظيفة العمومية ونشاطات أخرىكالتجارة أو الصناعة، طبقا للفقرة الأولى من الفصل 43 من الأمر 06-03 التي تنص على ما يلي: النشاط المهني الكاملللمهام الموكلة إليهم. ولا يمكنهم الانخراط في نشاط مربح، بشكل خاص، من أي نوع كانت.

ولذلكفإن الموظفين العموميين ملزمون بتخصيص كل وقتهم للقيام بالمهام المنوطة بهم، ولا يجوز لهم ممارسة أي نشاطخاص آخر مربح مهما كانت طبيعته، حتى ولو كان مسموحا للموظفين العموميين بممارسة وظائف التدريب أوالتدريس أو العمل. البحث كنشاط ثانوي في حدود القانون وفقا للفقرة الثانية من نفس المادة.

ومعذلك، يسُمح لموظفي الخدمة المدنية بالقيام بأنشطة التدريب أو التدريس أو البحث كنشاط ثانوي وفقاً للشروط والأساليبالتي تحددها اللائحة.

إذاأنتج الموظفون الحكوميون مصنفات علمية أو أدبية أو فنية، فلا يجوز لهم ذكر صفاتهم أو درجاتهم الإدارية عند نشر هذهالمصنفات إلا بموافقة الجهة صاحبة صلاحية التعيين. لكن المشرع تجاوز هذا الحظر في المادة 44 من هذا القانونعندما نص على أنه يجوز للموظفين المنتمين إلى هيئات أساتذة التعليم العالي والباحثين وكذلك إلى هيئة الممارسينالطبيين المتخصصين ممارسة نشاط مربح بشكل خاص يتعلق بوظائفهم. تخصص.

6.5.حجز أسرار العمل:

توضحالأحكام الأساسية للخدمة المدنية صراحةً أن موظفي الخدمة المدنية ملزمون بعدم إفشاء السر المهني، لأن الخدمةالمدنية تسمح للموظف المدني بالاطلاع على العديد من الأسرار أثناء ممارسة وظائفه. وبالتالي، فهو ملزم بعدمإفشاء هذه الأسرار إلا إذا سمح له القانون بإفشائها، وفقا للمادة 48 من قانون الوظيفة العمومية عدد 06.03: " يلتزمالموظف العمومي بالسرية المهنية. ولا يجوز له أن يفصح، باستثناء المتطلبات التشغيلية، عن أي وثيقة أو حقيقةأو معلومات يعرفها أو تكون بحوزته أثناء ممارسة مهامه. ولا يمكن تحريرها من السرية المهنية إلا بعد الحصول علىإذن كتابي من السلطة الهرمية المعتمدة.

لايسُمح بإفشاء السر المهني إلا في الحالات التالية: إثبات البراءة أو تقديم الرد اللازم على إجراء إداري. يجوز للإدارة نقلملف مخصص لإدارة أخرى، يتعلق بالترشح لمنصب آخر على مستوى هذه الإدارة، أو الرد على سؤال كتابي أو توصيلالمعلومات إلى مديري التسلسل الهرمي في إجراء مثل إجراء تأديبي، موضوع الموظف المدني يحق له رفع الدعوىالتأديبية له أن يطلع على ملفه التأديبي خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ رفع الدعوى عليه وأن يستعين بمتهم مفوضأو موظف من اختياره.

6.6.مراقبة حماية وأمن الوثائق الإدارية:

de l'ordonnance 03-06 : » Le fonctionnaire veille à la protection et à la sécurité des وثائقإدارية. documents administratifs et à ne pas divulguer ses contenus, et ce conformément à l'article49 Le fonctionnaire doit veiller à la protection et à la sécurité des

يحظرأي إخفاء أو اختلاس أو إتلاف الملفات أو المستندات أو المستندات الإدارية، ويعرض المؤلف لعقوبات تأديبية، دونالإخلال بالملاحقة الجنائية.

الدرسرقم 04: إدارة المحاسبة

هدفالدرس:في نهاية هذا الدرس، ستتمكن من المشاركة في إدارة المحاسبة.

خطةالدرس:

ط- أنواع المحاسبة

1. تعريف المحاسبة العامة
2. تعريف المحاسبة التحليلية
3. تعريف المحاسبة العامة
4. تعريف المحاسبة المالية

II – دراسة نظام المحاسبة المالية (SCF)

III- مبدأالجزء المزدوج

1. تعريف
2. جزء مزدوج، وسائل التحكم
3. تنظيم وظيفة المحاسبة

رابعا– تنظيم الوظيفة المحاسبية

1. الجريدة
2. الكتاب الكبير
3. الميزان
4. الحصيلة
5. الأرباح
6. خسارة
7. الخط السفلي

ط-أنواع المحاسبة:

1.تعريف المحاسبة العامة :

1-المحاسبة هي شكل، أي لغة يتم من خلالها التعبير عن الظواهر الاقتصادية بمصطلحات رقمية.

تتيحهذه اللغة إمكانية التحكم في الأجهزة وتسمح بإجراء حسابات اقتصادية على كميات مستقلة.

2-المحاسبة هي تقنية كمية لجمع ومعالجة وتفسير المعلومات، ويتم تطبيقها على الحقائق المادية والقانونية والاقتصاديةالتي لها تأثير مالي على موضوع اقتصادي: الفرد والأسرة والأعمال التجارية. حالة.

3-تعتبر المحاسبة العامة بمثابة تقنية لتسجيل المعلومات، وتظهر كأساس للهيكل المحاسبي للشركة؛ فهو في الواقع هوالذي يسجل كافة حركات القيم المتعلقة بجميع أنشطة الشركة (وهذا ما يبرر مصطلحها). يتم تقسيم المعلومات التيتجمعها إلى وحدات من الذاكرة تسمى الأعداد.

4-المحاسبة العامة ليست مجرد تقنية لتسجيل المعلومات ولكنها أيضاً أداة لتقييمها ومعالجتها.

وظائفهاتشمل:

الى-إنشاء الأصول النشطة والسلبية للشركة على فترات منتظمة، وبعبارة أخرى: الميزانية العمومية.

ب-لتحديد النتائج العامة للشركة.

نتيجةالعملية نفسها والنتيجة النهائية الصافية؛ ولذلك يجب إعداد الحسابات.

5-لقد شهدت المحاسبة العامة تطورات كبيرة (انظر التاريخ).

فيالأصل، كان لها قبل كل شيء دور قانوني في الإثبات والسيطرة؛ أما اليوم، فقد أصبحت على نحو متزايد وسيلة للحساباتالاقتصادية وأداة إدارية.

2.تعريف المحاسبة التحليلية :

"يتم تنظيم المحاسبة التحليلية، التي تركز على حساب التكاليف وأسعار التكاليف بهدف تحديد النتائج، بحيث يتم تسجيلجميع العمليات المسجلة في حسابات إدارة المحاسبة العامة.

لذافإن المحاسبة التحليلية هي مجموعة من الأساليب لجمع وتسجيل ومعالجة البيانات الكمية والمالية المتعلقة بالأنشطةالاقتصادية والاجتماعية بهدف تحديد التكاليف وأسعار التكلفة والنتائج وتوفير العناصر اللازمة لحساب مؤشراتالإدارة التي تسمح برصد التطورات وتقييم الأداء.

وبالتالي،فمن خلال تحليل النفقات والإيرادات تسهل المحاسبة التحليلية مراقبة الميزانية من أجل تحديد المسؤوليات وقياس الأداء.

يسمح بالبحث عن عوائد محسنة.

تسمح المحاسبة التحليلية أيضاً باتخاذ القرارات من قبل مختلف الفاعلين الاقتصاديين، لا سيما فيما يتعلق بما يلي:

أ-إدارة الأعمال: يجب أن تتكيف المحاسبة التحليلية مع كل شركة وفقاً لاختيار العناصر المراد تحليلها وتفاصيل التحليل وخاصة مجموعات النفقات والمنتجات مما يسمح بحساب التكاليف والنتائج. إن التكيف الجيد سيأخذ في الاعتبار دائماً تنظيم وطبيعة نشاط الشركة.

ومن خلال توفير كل هذه العناصر، تصبح محاسبة التشغيل التحليلية أداة إدارية فعالة وبالتالي تساعد في اتخاذ القرارات اللازمة لإدارة الشركة ومراقبتها.

ولذلك يجب تحديد جميع مستويات تحديد التكلفة بالتعاون الوثيق مع المديرين المعنيين.

ب-مراقبة وقياس تحقيق الأهداف: توفر المحاسبة التحليلية البيانات اللازمة لتطور العمليات والبرامج التي تقررها إدارة الشركة ولوضع الموازنات المقابلة لها.

ويتيح قياس تطور إنتاجية عوامل الإنتاج المستخدمة وأخيرا توفير العناصر الأساسية لتطوير الدراسات الاقتصادية والإحصائية.

ج-سياسة التسعير والتخطيط: تتيح محاسبة التكاليف توفير عناصر التكلفة التي يمكن استخدامها لأعمال التسعير والتخطيط.

ويجب التأكيد على أن المحاسبة التشغيلية التحليلية يجب أن تظل محاسبة منطقية، ويجب أن يتوافق طموحها مع احتياجات الشركة ووسائلها أيضاً.

وأخيرا، يجب أن تلبي عوائد المحاسبة التحليلية الاحتياجات المتعددة لكل من المحاسبين، فيما يتعلق بالعمليات اليومية، وللمديرين، فيما يتعلق بلوحات المعلومات المختلفة ومؤشرات الإدارة.

وتتميز المحاسبة التحليلية بما يلي:

-محتواه : يهتم بالنفقات والمنتجات والبيانات الكمية التي تتم معالجتها خلال فترة معينة:

-وضع التشغيل الخاص به: يستخدم إطار المحاسبة التحليلية، بشكل منفصل أو مجتمع، المعالجة المحاسبية الإضافية (الجداول الإحصائية) والمعالجة المحاسبية.

وفقاً لمبادئ وقواعد المحاسبة للبيانات الكمية والمالية والتجارية والإحصائية وغيرها.

3.تعريف المحاسبة العامة

يمكنتعريف المحاسبة العامة على أنها مجموعة القوانين والقواعد والإجراءات التي تطبقها الإدارات العامة لإدارة ومراقبةومحاسبة العمليات التي تتم في إطار الميزانية، وتعتبر مجموعة القواعد التي يجب بموجبها ويتم تنفيذها واحتسابهامن الإيرادات والنفقات العامة للدولة.

تحددهذه القواعد الشروط التي يتم بموجبها تخطيط واعتماد الإيرادات والنفقات العامة، وتنص على كيفية تنفيذ تسجيلوتبرير الإيرادات والنفقات وكذلك الوكلاء المخولين للقيام بهذه العمليات وتحدد الضوابط الواجب مراعاتها وذلكلضمان حسن إدارة الأموال العامة والحفاظ عليها.

تطبقالمحاسبة العامة على المنشآت التالية:

-الولاية؛
-الجماعات المحلية .
-الشركات العامة الإدارية لوكالة حماية البيئة؛
-المؤسسات العامة ذات الصبغة الصناعية والتجارية، ولا تطبق المحاسبة العامة إلا في علاقتها بالدولة.

4.تعريف المحاسبة المالية :

يمكنتعريف المحاسبة على أنها نظام لتنظيم المعلومات المالية يجعل من الممكن تصنيف وإدخال وتقييم وتسجيل وتشفيرالبيانات الأساسية المقابلة لعمليات المنشأة وتقديم البيانات المالية، مما يعطي صورة صادقة عن الوضع الماليللمنشأة. المنشأة في تاريخ إقفال الحسابات،**المادة 03 من القانون 07-11.من 25 نوفمبر 2007**تحمل نظام المحاسبةالمالية.

يتعينعلى الجهات التالية الاحتفاظ بالحسابات المالية:

-الشركات الخاضعة لأحكام القانون التجاري.

- التعاونيات؛

- الأشخاصالطبيعيون أو الاعتباريون الذين ينتجون سلعاً أو خدمات سوقية أو غير سوقية إلى الحد الذي يقومون فيه بأنشطةاقتصادية تعتمد على أفعال متكررة وجميع الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الآخرين الذين يخضعون لهم بالوسائلواللوائح القانونية.

- يمكنللكيانات الصغيرة التي لا يتجاوز حجم مبيعاتها وقوتها العاملة ونشاطها الحدود المحددة أن تحتفظ بمحاسبة ماليةمبسطة.

أهميةالمحاسبة المالية:

- الهدفمن المحاسبة هو إنتاج البيانات المالية المنصوص عليها في SCF؛
- تقومالمحاسبة بمعالجة الإنجازات وتوفر البيانات للتحليل المالي "التشخيصي" الذي يجعل من الممكن إصدار حكم علىالصحة المالية للشركة وربحيتها الإجمالية، وعلى خطة التدفق النقدي؛

- كماتوفر المحاسبة بيانات للمحاسبة التحليلية مما يسمح بتحديد التكاليف وأسعار التكلفة ودراسة الربحية تحليلياً بهدفاتخاذ القرار؛

- كماتعمل المحاسبة المالية كإطار مرجعي لإعداد الميزانيات من خلال تسهيل التقديرات والتنبؤات والتخطيط متوسطالمدى؛
- تظهرالمحاسبة كعنصر من عناصر نظام التحكم الإداري الشامل للشركة.

ثانيا.دراسة النظام المحاسبي المالي (SCF):

المحاسبة،التي تسمى الآن المحاسبة المالية، هي أداة لإنشاء البيانات المالية التي توفر معلومات موثوقة وذات صلة وصادقةللمديرين والمساهمين والأطراف الثالثة.

تتيحهذه المعلومات اتخاذ القرارات وإجراء مقارنات الأداء.

فيعالم حيث رأس المال والأسواق والشركات دولية، يجب أن تكون المحاسبة المالية دولية أيضاً لتحقيق هدف مقارنةالأداء.

1.تعريف SCF:

المحاسبةالمالية هي نظام لتنظيم المعلومات المالية مما يتيح إدخال وتصنيف وتقييم وتسجيل البيانات الأساسية المشفرةوتقديم البيانات التي تعكس صورة صادقة عن الوضع المالي والأصول والأداء والتدفق النقدي للمنشأة في نهايةالعام. السنة المالية.

يتضمنالنظام المحاسبي المالي ما يلي:

-الإطار المفاهيمي للمحاسبة المالية.

-اساسياتالحسابات؛

-تسميةالحسابات.

يسمحSCF بإعداد البيانات المالية على أساس المبادئ المحاسبية المعترف بها عموماً وعلى وجه الخصوص (المادة 6 منالقانون 07-11):

-محاسبة الالتزام

-استمرارية الاستغلال

-الوضوح،

-الملائم،

-مصداقية،

-المقارنة،

-التكلفة التاريخية

-أسبقية الواقع الاقتصادي على المظهر القانوني.

2.نطاق التطبيقات:

تسريأحكام هذا القانون على أي شخص طبيعي أو اعتباري يلزمه قانون أو نظام بممارسة المحاسبة المالية مع مراعاة الأحكامالخاصة به.

تستثنىالكيانات القانونية الخاضعة لقواعد المحاسبة العامة من نطاق هذا القانون. الجهات المطلوب منها مسك الحساباتالمالية هي:

-الشركات الخاضعة لأحكام القانون التجاري.

-التعاونيات؛

-الأشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون الذين ينتجون سلعاً أو خدمات سوقية أو غير سوقية إلى الحد الذي يقومون فيه بأنشطةاقتصادية تعتمد على أفعال متكررة؛

-جميع الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الآخرين الذين يخضعون لها بوسائل قانونية أو تنظيمية؛

-يمكن للكيانات الصغيرة التي لا يتجاوز حجم مبيعاتها وقوتها العاملة ونشاطها الحدود المحددة أن تحتفظ بمحاسبة ماليةمبسطة.

3.الأهداف:

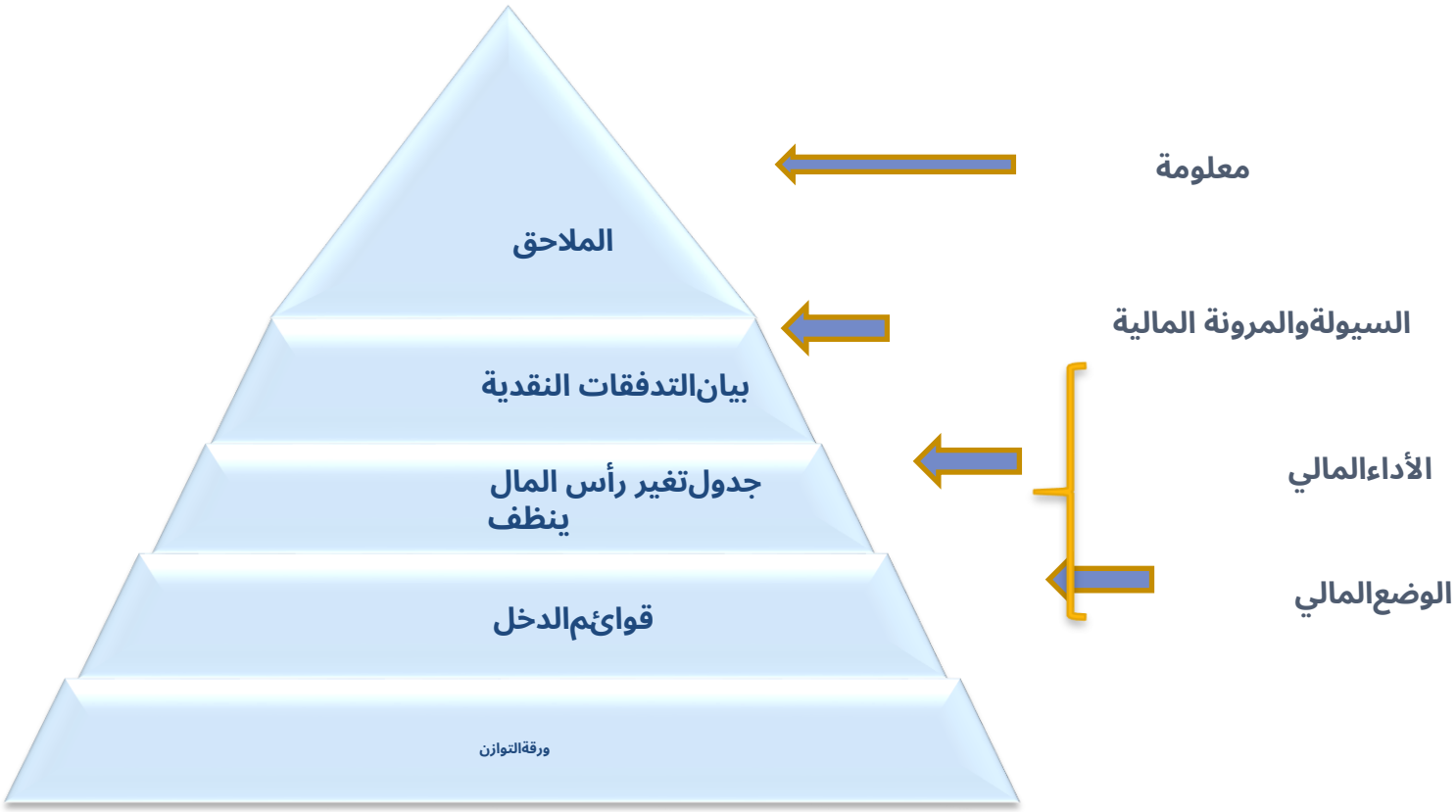
تعدمعايير المحاسبة الدولية/ المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية وتفسيراتها من قبل لجنة تفسير التقارير المالية الدولية (لجنةالتفسير الدائمة) جزءاً من إطار يعرف باسم الإطار المفاهيمي. يحدد هذا الإطار الأهداف التي يجب تحقيقها من خلال البياناتالمالية:

-توحيد الفلسفة المحاسبية والمالية للشركات.
-تسهيل توحيد الميزانيات العمومية.
-جعل المعلومات المحاسبية والمالية موثوقة.

ويعطيقائمة بالمبادئ المحاسبية التي يجب احترامها. ويشير بشكل خاص إلى الجوانب التالية:

-مستلمو البيانات المالية؛
-الأهداف المرتبطة بالقوائم المالية.
-المبادئ المحاسبية الواجب احترامها.
-التعاريف ;
-القواعد المحاسبية.
-قواعد تقييم الأصول والالتزامات.
-مفهوم رأس المال وصيانة رأس المال.

ويضعالإطار المفاهيمي، على عكس العديد من الخطط المحاسبية الوطنية، بما في ذلك خطط الجزائر وفرنسا، التي تقتصرفقط على المبادئ العامة، تمييزا واضحا بين الافتراضات الأساسية والخصائص النوعية.



4.مستخدمو SCF:

4.1.من المحاسبة العامة أو المالية والقوائم المالية:

الى.تعريف المحاسبة المالية :هو نظام لتنظيم المعلومات المالية يتيح إدخال وتصنيف وتسجيل البيانات الأساسيةالمشفرة وتقديم البيانات التي تعكس صورة صادقة عن أصول المنشأة ومركزها المالي ونتائجها في تاريخ إغلاقالسنة المحاسبية". (**تذكير**)

ومنهذا التعريف نكتشف أن الغرض من المحاسبة المالية هو إنتاج:

-**مراجعة :**وهو يشير، في تاريخ معين، إلى حالة أصول الشركة مما يسمح لأطراف ثالثة بتقييم أولوية الشركة وقدرتها علىسداد ديونها ومعرفة نتائج السنة المالية.

-**قائمة الدخل:**وهو ملخص لنشاط الشركة لمدة 12 شهرا مما يجعل من الممكن تفسير تكوين نتيجة السنة المالية منخلال تلخيص دخل السنة المالية (المنتجات) مصدر الإثراء والتكاليف (التبادلات) مصدر الإفقار. يسمح لأطراف ثالثةبتقييم ربحية الشركة.

-**الزائدة الدودية:**هو بيان محاسبي يحتوي على معلومات هامة هدفها استكمال محتوى الميزانية العمومية وقائمة الدخل.

ب.دور المحاسبة المالية:المحاسبة المالية هي

-أداة مراقبة العمليات.

-وسيلة للإثبات القانوني في حالة النزاع؛

-التزام قانوني (مسك الحسابات)؛

-وسيلة لحساب الوعاء الضريبي.

-مصدر للمعلومات المالية عن وضع الشركة وتطورها؛

-المساعدةفي اتخاذ القرارات المالية.

4.2.من التحليل المالي:

الى.تعريف التحليل المالي :"الغرض من التحليل المالي هو وضع تشخيص يتكون من تحديد نقاط القوة والضعف في الشركة من أجل الحكم على أدائها ووضعها المالي من منظور استمرارية الشركة "الاستغلال".

التحليلالمالي هو دراسة النشاط والربحية والهيكل المالي للشركة.

ب.الأهداف الأساسية للتحليل المالي:وفقا للنظرية المالية، فإن هدف الإدارة هو تعظيم قيمة الشركة. لذلك يجب عليكتقييم الشركة وفقاً لما يلي:

- قدرتهاالربحية: ويشمل ذلك قياس الربحية الاقتصادية لرأس المال. يستثمر.

-آفاق التقدم في أنشطتها ونتائجها.
-المخاطر المالية التي يمكن أن نربطها بها.

ج.أسئلةرئيس الشركة:

-**تقييم الملاءة المالية:**يتم تعريف ملاءة الشركة على أنها القدرة على ضمان سداد ديونها عند استحقاقها.

-**قياس أداء الأعمال:**لتقييم الأداء الذي حققته الشركة، من الضروري مقارنة الوسائل المطبقة بالنتائج التي تم الحصولعليها.

-**نمو :**يجب على الشركة قياس نمو نشاطها خلال فترة المراقبة المختارة.

-**المخاطر:**يقوم التحليل المالي بتقييم مخاطر التخلف عن السداد التي تتكبدها الشركة بعد تحويل الدفع. تعتمد المخاطرالمالية على التوازن المالي للشركة ودرجة استقلاليتها.

د.مستخدمون آخرون للتحليل المالي:

-**مدراء الشركة:**وبما أن لديهم أكبر قدر ممكن من المعلومات، فإن تحليلهم أكثر تفصيلاً:

-الحكمعلى فترات منتظمة على الأرصدة المالية والربحية والملاءة والسيولة والمخاطر المالية للشركة وغيرها.

-مساعدة الإدارة العامة للشركة والإدارة المالية في اتخاذ القرار.

-تطوير التوقعات المالية

-المساعدةفي الرقابة الإدارية

-**المستثمرون:**المستثمرون هم المساهمين في الشركة المهتمين بالأرباح المتوقعة وجودة الإدارة التي تعتمد عليها أجورهممن خلال توزيعات الأرباح والمكاسب الرأسمالية.

-**المقرضين:**أهداف المقرضين ليست هي نفسها اعتمادا على ما إذا كانت القروض قصيرة الأجل أو طويلة الأجل.

-من منظور القروض قصيرة الأجل، يتم دراسة سيولة الشركة فقط، أي قدرتها على الوفاء بآجال استحقاقها قصيرة الأجل.
-ومن منظور القروض طويلة الأجل، يجب دراسة الملاءة والربحية.

-**موظفين :**

-يهتم الموظفون أيضاً بالوضع المالي لشركتهم لأن الفشل يؤدي إلى فقدان وظائفهم.

-يشاركون في توزيع الأرباح.

-يمكنهم أن يصبحوا مساهمين في شركتهم.

-لمجلس العمل صلاحية تقديم المعلومات والتشاور حول الشركة.

III- مبدأالجزء المزدوج:

1-التعريف:يتطلب مبدأ القيد المزدوج الذي ابتكره لوكا باتسيولي حوالي عام 1694 تسجيل أي معاملة في حسابينعلى الأقل.

يتمتسجيل كل معاملة تقوم بها الشركة في نفس الوقت وبنفس المبلغ في حساب مدين لحساب واحد أو أكثر وفي دائنلحساب واحد أو أكثر.

ويترتبعلى ذلك أن مجموع المبالغ المسجلة في مدين الحسابات يساوي تماماً المبالغ المسجلة في دائن الحساباتالتي تم استخدامها في المقابل.

يسمىالسجل المحاسبي للعملية التي تنفذها الشركة بالدخول.

الفعلالاقتصادي (أو الحدث) الذي يؤدي إلى هذا التسجيل هو الحدث المولد. **مثال :**حركة حساب المورد.

لنفترضشراء سلعة بتكلفة 250.000 دج من أحد الموردين والدفع نقدا بقيمة 100.000 دج، فإن حساب T يمنحنا:

التدفق	" حساب البائع "	ائتمان
	(ب) 100.000	(أ)250,000
	هناكفرق يسمى الرصيدج = 100,000 –250,000 150.000	
	إجماليالتدفق = 250.000	إجماليالائتمان = 250,000

2- الجزء المزدوج وسائل التحكم :من حيث المبدأ فإن المساواة الدائمة بين الديون والدائنة في المحاسبةذات القيد المزدوج تجعل من الممكن معرفة حالة الأصول والتي تشمل:

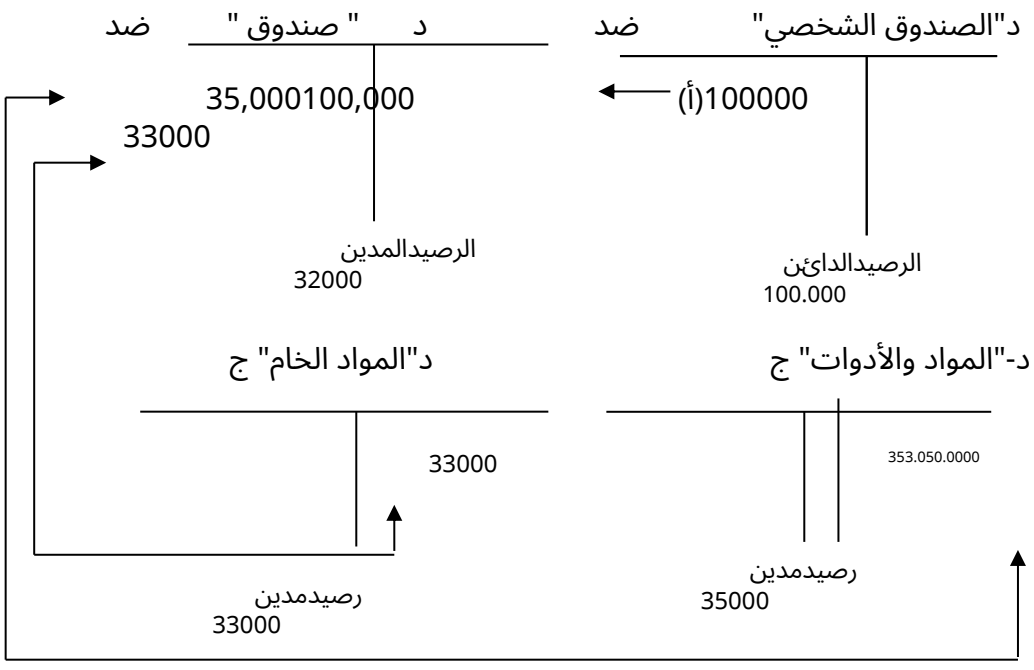
الى-استخدامات الموارد المجمعة؛ **ب-**أصول هذه الموارد.

مثال تطبيقي:

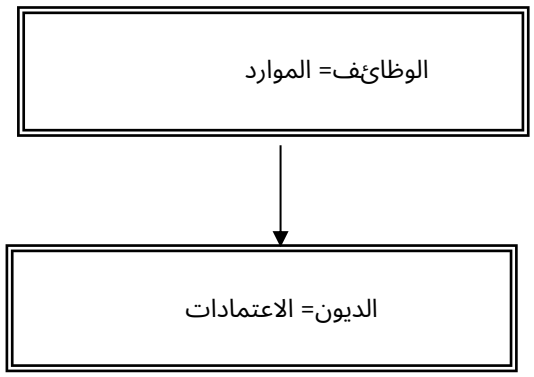
الى-الدفع نقدا من قبل التاجر بقيمة 100.000 دج **ب-**الدفع مقابل الآلة ب35.000 دج **ضد-**دفع ثمن المواد الأولية بمبلغ 33.000 دج

ولتسجيلهذه العمليات يجب علينا التعامل مع الحسابات الأربعة التالية:

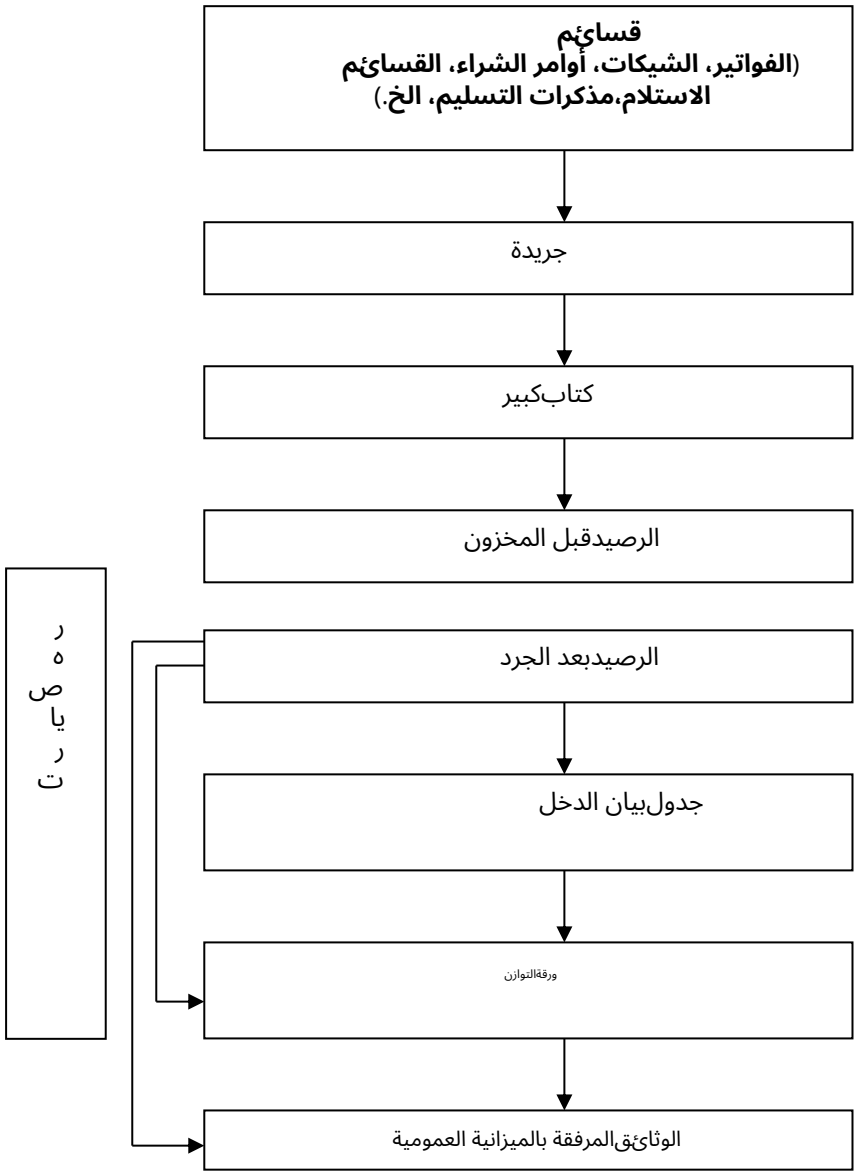
1-صندوق شخصي **2-**
الصندوق ؛
3-الاستثمارات ؛
4-مخزون المواد الخام.



مبدأالجزء المزدوج



رابعا- تنظيم الوظيفة المحاسبية :



1-الجريدة :

1.1-التعريف:دفتر اليومية هو مستند محاسبي يهدف إلى تسجيل العمليات في شكل إدخالات القيد المزدوج.

تؤديكل معاملة إلى خصم حساب واحد أو أكثر وائتمان حساب واحد أو أكثر.

العناصرالتي يجب تذكرها في التعريف هي:

- الترتيبالزمني للعمليات، أي يوماً بعد يوم (على سبيل المثال 03-02-200 شمالاً، 04-02-200 شمالاً، 05-20012 شمالاً، وما إلى ذلك)؛
- تطبيقمبدأ القيد المزدوج.

إجماليالدين = إجماليالائتمان بغض النظر عن عدد العمليات.

1.2-شكل الصحيفة: يتمتوحيد عرض الصحيفة من حيث يتمرسمها فقط من حيث المحتوى (التسميات والإجماليات).

1.3-تخطيط السجل:السجل يبدو مثل هذا:

اكسواي زي		تاريخ		التدفق	ائتمان
	زكسي	الحسابأ (للخصم) الحساباتب (ل ائتمان) ""صيغة العملية""			

ومنالناحية العملية، لا بد من التمييز بين حالتين مختلفتين:

حالةمقالة بسيطة:وهذا يعني عنصراً يحتوي على حساب مدين واحد وحساب ائتماني واحد فقط.

مثالعملي:سحب شيك بنكي رقم 13 ديسمبر من بنك البحرين الوطني. 6205مبلغ 6000 دج على

		13/12		
530	**512**	صندوق حساباتالبنوك التيارات ""شيك سحب رقم 6205""	**6000**	**6000**

حالةالمقال المؤلف:وهذا يعني مقالاً يشتمل إما على:

-حساب واحد مدين وعدة حسابات دائنة؛
-عدة حسابات مدينة والعديد من الحسابات الدائنة؛
-عدة حسابات مدينة وحساب واحد دائن.

مثالعملي:حصلت الشركة (X) على العناصر التالية: بتاريخ 20/03/2009 مقابل شيك مصرفي:

-معدات النقل 200.000 دج؛

-اللوازم المكتبية 100.000دج؛
-أجراءات 50.000دج.

قمبشراء رقم معين كاستثمار قصير الأجل.

20/03/09

2182		معداتالنقل	200000	
2183		المعداتالمكتبية، معدات الكمبيوتر	100.000	
273		الأوراقالمالية الثابتة لنشاط المحفظة	50.000	
	512	حساباتالبنوك التيارات		350.000

1.4-محتوى الصحيفة:

الصياغة :عبارة عن بيان للعملية المعنية، وهو يشير إلى مرجع المستندات الداعمة المستخدمة لتسجيل القيد المحاسبي:

يجبأن تكون الصياغة:

- محدد ؛
- مختصرا؛
- وضعتفي نهاية المقال.

غالبأما تستخدم الاختصارات لصياغة التسميات. مثلا :

- مرقم التحقق
- .....من Y الشيك رقم s

1.5-مجاميع المجلة:في نهاية كل صفحة من صفحات المجلة نقوم بحساب (إجمالي أعمدة المدين والدائن التي تظهرفي أعلى أعمدة المدين والدائن في الصفحة التالية).

ويجبالتحقق من تساوي المجاميع المدينة ومجاميع الدائنة. يشير غياب التعادل إلى وجود خطأ واحد أو أكثر على مستوىالسجل.

1.6-الطبيعة القانونية للصحيفة:تعتبر المادة 9 وما يليها من القانون التجاري المجلة بمثابة كتاب إلزامي يجبعلى كل تاجر الاحتفاظ به بتسلسل زمني ومنتظم. يتم ترقيم صفحات المجلة (أو تصنيفها) والتوقيع عليها بالأحرفالأولى من قبل أحد الأشخاص التاليين:

-قاضي المحكمة؛
-رئيس المجلس الشعبي البلدي أو نائبه.

يجبأن تبقى المجلة خالية من الفراغات أو المحو أو التعديل من أي نوع. وأخيرا، يجب الاحتفاظ بالسجل وفقا لمتطلباتالقانون التجاري لمدة عشر سنوات بعد تاريخ آخر معاملة مسجلة.

طلب :

02.02.2010:شراء بشيك بمبلغ 10.000 دج من المعدات المكتبية.

03.02.2010:تم شراء بضائع بقيمة 30.000 دج بالدين من المورد إبراهيم، وتم استلام الفاتورة والبضائع اليوم.

05.02.2010:استلم من العميل علي شيك بمبلغ 18000 دج.

تستخدمالشركة طريقة الجرد الدائم :

		02.02.2010		
10.000	**10.000**	المعداتالمكتبية والأجهزة علومالكمبيوتر		**2183**
		الحساباتالجارية للبنوك	**512**	
		"رقم الفاتورة....."		
		03.02.2010		
30.000	**30.000**	المشترياتالمخزنة من البضائع	**401**	**380**
		موردوالمخزونات والخدمات « المورد ابراهيمفاتورته		
		رقم ....."		
		د°		
30.000	**30.000**	مخزونالبضائع	**380**	**30**
		المشترياتالمخزنة بضائع		
		"قسيمة الدخول رقم ....."		
		05.02.2010		
18000	**18000**	الحسابالجاري بالبنك	**411**	**512**
		العملاء		
		"علي العملاء، لوائحها من ....."		

2-دفتر الحسابات:

2.1-التعريف:دفتر الأستاذ العام هو مجموعة جميع الحسابات المفتوحة في المحاسبة؛ حفظ الدفتر ليس واجبا؛ ومعذلك، فهو جزء إلزامي من المحاسبة. ويكون دفتر الأستاذ على شكل سجل أو ملف.

2.2-الأشكال المختلفة للدفتر:يمكن تقديم دفتر الأستاذ كما أشكالمختلفة :

-التسجيل بأوراق مخيطة؛
-سجل الأوراق السائبة.
-الملفات التي تم جمعها في ملف، سلة، درج، الخ.

-**سجل الأوراق المخيطة:**على مستوى السجل وحسب عدد العمليات، يشغل كل حساب صفحة واحدة أو أكثر.

-**سجل الأوراق السائبة:**يحتل كل حساب ورقة فضفاضة واحدة على الأقل. يتم تجميع الأوراق السائبة في مجلد مجهزبنظام قفل حلقي.

-**الملفات المجمعة في ملف أو سلة أو درج:**يقوم المحاسب بتسجيل كل حساب على ورقة ويتم تجميع كافة الأوراقفي ملف أو سلة أو درج، مما يجعلها أسهل في الاستخدام.

2.3-رسم حسابات دفتر الأستاذ:هناك ثلاثة (03) أنظمة لإعداد حسابات دفتر الأستاذ العام:

- الطريقالكلاسيكي
- المؤامرةمع الأعمدة المقترنة بالحركات؛
- المؤامرةذات الأعمدة المزدوجة بالحركات والأرصدة.

يوجدأيضاً مخطط حساب تخطيطي (غير مستخدم على مستوى الشركة).

الطريقالكلاسيكي:

التدفق	رقمالحساب والعنوان				ائتمان
تاريخ	الصياغة	مجموع	تاريخ	الصياغة	مجموع

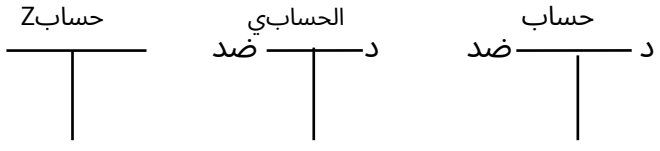
المؤامرةمع الأعمدة المقترنة بالحركات:

تاريخ	رقمالحساب والعنوان	مجموع	
	الصياغة	التدفق	ائتمان

المؤامرةمع الأعمدة المقترنة بالحركات والأرصدة:

تاريخ	رقمالحساب والعنوان				
	الصياغة	الحركات		مجموع	
		التدفق	ائتمان	مدين	ائتمان ص

المؤامرةحسب الحساب التخطيطي (T-count)



د= الخصم، ج = الائتمان

2.4-تقرير من المجلة إلى دفتر الأستاذ العام:تقارير من دفتر اليومية إلى الحسابات
يجبأن يتم دفتر الأستاذ العام بانتظام. ويجب على المحاسب أن يقوم بهذه المهمة بعناية ودون تسرع لتجنب أي خطرمن الأخطاء.

وفيهذا السياق يجب على المحاسب:

- التأكدمن أن الحساب الذي تم التقرير فيه هو بالفعل الحساب المذكور في المجلة؛
- التحققمن دقة المبالغ المبلغ عنها؛
- أدخلفي المجلة اسم الحساب المتأثر بالتقرير الذي تم تقديمه للتو.

مثال : بتاريخ 02.02.2010، شراء بشيك بمبلغ 10.000 دج من المعدات المكتبية.

إفتتاحيةالمجلة:

		02.02.2010			
2183		المعداتالمكتبية، معدات الكمبيوتر		**10.000**	
	512	البنوك حسابات التيارات "رقم الشيك ....."			**10.000**

تقريرإلى دفتر الأستاذ العام: التصميم الكلاسيكي

التدفق	2183المعدات المكتبية				ائتمان
تاريخ	الصياغة	مجموع	تاريخ	الصياغة	مجموع
02.02.2010	اقتناءالمعدات المكتبية	10.000			

التدفق	512البنوك الحسابات الجارية				ائتمان
تاريخ	الصياغة	مجموع	تاريخ	الصياغة	مجموع
			02.02.2010	إقتناءمعدات مكتبية فحص رقم	10.000

2.5-إغلاق الحساب:نقوم بإغلاق حساب متوازن لا ينبغي أن يتلقى بعد ذلك إدخالاً مديناً أو دائناً.

2.6-إيقاف الحساب:وفي نهاية السنة المالية يتم إغلاق الحسابات للتعرف على أي أرصدة مدينة أو دائنة.

مثال :الحساب 411.080 العميل عمر

التدفق	411- 080 عمر			ائتمان
تاريخ	مجموعالتسمية	تاريخ	الصياغة	مجموع
___	___	___	___	___
___	___	___	___	___
___	___	31.12ن رصيد مدين		X

2.7-إعادة فتح الحساب:في بداية السنة المحاسبية، يتم إعادة فتح حسابات دفتر الأستاذ العام عن طريق تحويلالرصيد (المدين أو الدائن) إلى الجانب المدين أو الدائن.

مثال :إعادة فتح حساب عميل عمر

التدفق	411-080عمر				ائتمان
تاريخ	الصياغة	مجموع	تاريخ	الصياغة	مجموع
1+ن.01.01	يدفع	X			

3-الميزان :

3.1-التعريف:الرصيد هو بيان الحركة ورصيد الحسابات. فهو يأخذ سطراً تلو الآخر جميع الحسابات في دفتر الأستاذالعام: الأصول والخصوم والمصروفات والدخل عن طريق تجميع الديون والائتمانات والأرصدة على التوالي (والتييمكن أن تكون مدينة أو دائناً أو صفراً). الميزان وسيلة للتحقق وأداة ممتازة للمراقبة والتحليل.

3.2-العرض:ولإقامة التوازن يجب عليك:

- إضافةحركات "مدين" و"دائن" لحسابات دفتر الأستاذ المختلفة، وسحب أرصدة "مدين" أو "دائن".
- قمبتسجيل الحسابات (بترتيب SCF) والحركات الدائنة أو المدينة والأرصدة في أعمدة الجدول على النحو التالي:
- تنفيذإجماليات الأعمدة.

رصيدالحسابات حتى .....

لا. حساب	عنوان حسابات	الحركات		يدفع	
		التدفق	ائتمان	ائتمان	ائتمان
30	مخزونات بضائع	3000		3000	
31	مواد الأوائل و لوازم	3200	22000	1000	
مجموع		55000	55000	00308	30800

3.3-المساواة التي يعطيها الميزان:يعطي الرصيد ثلاث مساواة وهي أيضاً وسيلة للتحقق من الدقة الحسابيةللعمليات المحاسبية:

- إجماليالرصيد المدين = إجمالي الرصيد الدائن؛
- إجماليالأرصدة المدينة = إجمالي الأرصدة الدائنة (على مستوى الرصيد).

إجماليالرصيد = إجمالي دفتر اليومية

ولذلكيعتبر الميزان أداة أساسية للتحكم في الدقة الحسابية المحاسبية.

4.الميزانيةالعمومية:

الميزانيةالعمومية هي بيان مالي يعكس صورة أصول المنشأة في وقت معين.

يتماقتراح نهجين تقليدياً:

4.1.النهج المالي:

وظائف = موارد
"استخدام الموارد" "أصل الموارد"

4.2.النهج القانوني:

حقوق = التزامات
"حقوق الملكية وحقوق الديون """تجاه المساهمين والدائنين""
"

4.3.عرضالميزانية العمومية:

يتمعرض الميزانية العمومية على شكل جدول مكون من جزأين.

ودعاالجزء الأيسر**نشيط**=الوظائف = الحقوق.
الجزءالأيمن يسمى**سلبي**=الموارد = الالتزامات.

أ.الأصل:"وهو مورد تسيطر عليه الشركة بسبب أحداث سابقة وتتوقع الشركة منه منافع اقتصادية مستقبلية.

- السيطرةعلى الأصل هي القدرة على الحصول على المنافع الاقتصادية المستقبلية التي توفرها تلك الأصول.

- المنفعةالاقتصادية المستقبلية هي إمكانية مساهمة هذا الأصل بشكل مباشر أو غير مباشر في التدفقات النقدية لصالحالشركة.

لذا،فإن الأصل هو عنصر تراث يمكن تحديده وله قيمة اقتصادية إيجابية للكيان.

يتمتصنيف أصول الميزانية العمومية إلى أصول غير متداولة وأصول متداولة.

الموجوداتغير المتداولة:هم:

- العناصرالمراد استخدامها بشكل مستمر لتلبية احتياجات أنشطة المنشأة مثل الأصول الملموسة أو غير الملموسة.

- البنودالمحتفظ بها لأغراض استثمارية متوسطة وطويلة الأجل والتي ليس من المقرر تحقيقها خلال اثني عشر شهرا منتاريخ الإقفال.

الاصولالمتداولة:هم:

- العناصرالتي تتوقع المنشأة أن تكون قادرة على تصنيعها أو بيعها أو استهلاكها، كجزء من دورة التشغيل العادية.

- العناصرالمحتفظ بها في المقام الأول لأغراض المعاملات لفترة قصيرة من الزمن.
- النقدأو ما يعادله، النقد الذي لا يخضع استخدامه لقيود.

ب.المبنيللمجهول:"تتكون الالتزامات من الالتزامات الحالية للمنشأة الناتجة عن أحداث سابقة والتي يجب أن يؤديانقراضها إلى تدفق الموارد إلى الخارج مما يمثل ميزة اقتصادية للمنشأة".

الالتزامهو عنصر يمكن تحديده من الأصول، وله قيمة اقتصادية سلبية للمنشأة، أي التزام المنشأة تجاه طرف ثالث، والذيمن المحتمل أن يتسبب في تدفق الموارد إلى الخارج لصالح هذا طرف ثالث.

مثلالأصول، يتم تصنيف الالتزامات إلى التزامات غير متداولة والتزامات متداولة.

المطلوباتالمتداولة:هو المسؤولية

- والتييجب على المنشأة تسويتها كجزء من دورة التشغيل العادية.
- ويجبأن يتم دفعها خلال اثني عشر (12) شهراً بعد تاريخ الإغلاق.

مطلوباتغير متداولة:يشمل جميع الالتزامات التي ليست التزامات متداولة.

الخطوطالعريضة للميزانية العمومية:

الميزانيةالعمومية في .....

نشيط	سلبي
الموجوداتغير المتداولة: - الأصولغير الملموسة - أصولثابتة - الجمودالمالي الاصولالمتداولة: - المخزونوقيد التنفيذ - المستحقاتوالاستخدامات المماثلة: - العملاء - الضرائب - آحرون - التوفروما شابه ذلك	عدالة: - عاصمة - محميات - نتائج مطلوباتغير متداولة: - القروضوالديون المالية الالتزامات المتداولة: - حسابات‌قابلة للدفع - ديونأخرى - التدفقالنقدي السلبي
إجماليالأصول	**اجماليالمطلوبات**

ممتلكاتالشركة=حقوق الملكية + الالتزامات حقوق الملكية ⟸=
الأصول- الالتزامات

تعليق :إن حقوق ملكية المنشأة لا تشكل جزءاً من الالتزام، بل يتم ترحيلها على جانب الالتزام للحصول على رصيد فيالميزانية العمومية
نشط= سلبي.

مثال01:كيان لديه رأس مال قدره**2,000,000 دج**،تمتلك أرضا قيمتها **60.000 دج**، المباني قيمتها**845.000 دج**، معداتالنقل تقدر ب**355.000 دج**، لديها مخزون ل**215,500 دج**من السلع والبنوك**74,500 دج**، النقد في متناول اليديصل إلى**18,500 دج**، مديونيات العملاء البالغة**24,200دج**، ديون الموردين**92,700دج**، لدينا في CCP **500.000دج**. الأرقام بملايين DA.

الميزانيةالعمومية هي كما يلي:

الميزانيةالعمومية في .....

نشيط		سلبي	
الموجوداتغير المتداولة		عدالة	
- الأصولالملموسة		- عاصمة	**2,000,000**
-الأراضي	**60.000**		
-البنايات	**845000**		
معداتالنقل	**355000**	المسؤوليةغير المتداولة	
الاصولالمتداولة			
- مخزونات			
بضائع	**215,500**	المطلوباتالمتداولة	
- مستحقاتالعملاء	**24,200**	- الذممالدائنة	
- بنك	**74,500**		**92,700**
- صندوق	**18,500**		
- الحزبالشيوعي الصيني	**500000**		
مجموع	**2,092,700**	**مجموع**	**2,092,700**

مثال02:قرر تاجر أن يؤسس مشروعاً تجارياً، واستثمر فيه المبلغ**800.000 دج**كرأس مال أودعها في البنك، ومن ناحيةأخرى اقترض مبلغاً من صديق**200.000دج**أنه يودع في البنك ويسدد فيه هذا الدين**2**أعوام.

الميزانيةالعمومية هي كما يلي:

نشيط التقييمالأولي في...		**سلبي**	
تسميات	**كميات**	**تسميات**	**كميات**
الموجوداتغير المتداولة		عدالة	**800000**
		عاصمة	
الاصولالمتداولة			
بنك	**1,000,000**	مطلوباتغير متداولة	
		ديونالقروض	**2,00,000**
		المطلوباتالمتداولة	
مجموع	**1000000**	**مجموع**	**1000000**

ثميقوم هذا التاجر بتنفيذ العمليات التالية:

- يشتريأثاث المكاتب ل**75.000 دج.**
- يشتريل**360.000 دج**من البضائع، فإنه يدفع ثمن هذين الشراءين نقداً ثم يسحبه منالبنك.

نشيط سلبي

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة -أصول ثابتة جسدي: أثاثالمكاتب الاصولالمتداولة بضائع بنك	 **75000** **360,000** **565000**	عدالة عاصمة مطلوباتغير متداولة الديون	 **800000** **2,00,000**
مجموع	**1000000**	**مجموع**	**1000000**

تعليق :تؤدي كل عملية تقوم بها المنشأة إلى تعديل في الميزانية العمومية.

التباينفي بنود الميزانية العمومية المختلفة بعد العمليات التي تم تنفيذها:

طلب :

فيتاريخ**01/01/2020**لقد التزم التاجر بعمله بمبلغ**2,000,000 دج**، ممثلة بالنقد في اليد بقيمة**250.000 دج**وإيداع بنكيللباقي.

مثال01:التقييم الأولي هو كما يلي:

نشيط الميزانيةالعمومية في 01/01/2020 **سلبي**

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة الاصولالمتداولة -النقد في الصندوق -هل لديك في البنك	 **250.000** **1750000**	عدالة -عاصمة	 **2,000,000**
مجموع	**2,000,000**	مجموع	**2,000,000**

مثال02:ال**15/01/2020**، اشترى التاجر أثاثاً مكتبياً لـ**84,500 دج**، يدفع نقداً الميزانية العمومية الجديدة هي كما يلي:

نشيط **الميزانيةالعمومية في 15/01/2020** **سلبي**

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة -اثاث المكتب الاصولالمتداولة -صندوق -بنك	 **84,500** **165,500** **1750000**	عدالة -عاصمة	 **2,000,000**
مجموع	**2,000,000**	**مجموع**	**2,000,000**

مثال03:ال**15/02/2020**، اشترى ل**428.000 دج**من البضائع التي دفعها عن طريق شيك مصرفي.

وستكون**الميزانية العمومية الجديدة على النحو التالي:**

نشيط ورقةالتوازن**15/02/2020** سلبي

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة -اثاث المكتب الاصولالمتداولة -بضائع -صندوق -بنك	 **84500** **428,000** **165,500** **1,322,000**	عدالة -عاصمة	 **2,000,000**
مجموع	**2,000,000**	**مجموع**	**2,000,000**

تعليق :كل عملية تقوم بها الشركة تؤدي إلى تعديل في الميزانية العمومية.

5.مفهوم الربح:

فإذاكان إجمالي الأصول أكبر من مجموع الالتزامات، أو كان إجمالي الدخل أكبر من إجمالي المصروفات، فإن النتيجة تكونمربحة.

6.مفهوم الخسارة:

فإذاكان إجمالي الأصول أقل من مجموع الالتزامات، أو كان إجمالي الدخل أقل من إجمالي النفقات، فإننا نتحدث عن عجز.

7.مفهوم النتيجة الصافية:

فيالنهاية السنة المالية، يمكن أن يؤدي نشاط المنشأة إلى نتيجة مربحة (**ربح**)، أو بالخسارة(**خسارة**).

يمكنحساب نتيجة السنة المالية من خلال مقارنة حقوق الملكية في بداية السنة المالية وتلك في نهاية السنة المالية،بشرط عدم وجود مساهمة جديدة أو سحب أموال.

7.1.تحديد النتيجة:

مثال01:خذ بعين الاعتبار الميزانية العمومية الافتتاحية التالية:

نشيط **الميزانيةالعمومية عند 1إيه يناير 2020** **سلبي**

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة:		عدالة:	
-اثاث المكتب	**60.000**	-عاصمة	**700000**
-معدات صناعية	**54000**		
		المسؤوليةغير المتداولة	
الاصولالمتداولة:	**200000**		
-بضائع	**76,000**	المطلوباتالمتداولة:	**65000**
-ديون الزبائن	**350.000**	-ديون الموردين	
-هل لديك بنك	**25000**	من مخزونات الخدمة.	
-نقدا نقدا			
مجموع	**765000**	**مجموع**	**765000**

وفي نهاية السنة المالية يعطي الجرد النتائج التالية:

- أثاث المكاتب: **75.000 دج**.
- معدات صناعية: **62.000 دج**.
- السلع في المخازن: **214.000 دج**.
- ديون الزبائن : **85.000 دج**.
- يكون في البنك: **320.000 دج**.
- النقد في الصندوق: **48.000 دج**.
- ديون الموردين المخزون: **26.000 دج**.

لم تكن هناك أي مساهمات أو سحوبات خلال السنة المالية. الميزانية العمومية عند **31/12/2020** يشبه هذا:

نشيط **سلبي**

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة:		عدالة:	
-اثاث المكتب	**75000**	-عاصمة	**700000**
-معدات صناعية	**62000**	-نتيجة مربحة	**78000**
		المسؤوليةغير المتداولة	
الاصولالمتداولة:			
-بضائع	**214000**		
-ديون الزبائن	**85000**	المطلوباتالمتداولة:	
-هل لديك بنك	**320.000**		
-نقدا نقدا	**48000**		**26000**
مجموع	**804000**	**مجموع**	**804000**

النتيجة= رأس المال 2ذالفترة - حقوق الملكية 1إيه فترات. = 700,000 – 778,000 = **78.000 دج**.

مثال02:خذ بعين الاعتبار الميزانية العمومية الافتتاحية التالية:

نشيط مساعدةمبدئية **سلبي**

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة :		**عاصمة**	
-اثاث المكتب	**34000**	**ملك:**	**800000**
-م	**56000**	-عاصمة	
معداتصناعية			
الاصولالمتداولة:	**190,000**	سلبي لا	**60.000**
-بضائع	**116,000**	جاري	
-ديون الزبائن	**420.000**	-القروض	**40.000**
-هل لديك بنك	**84000**		
-نقدا نقدا		**المطلوباتالمتداولة:**	
مجموع	**900000**	**مجموع**	**900000**

فينهاية 1إيهالفصل الدراسي، ويعطي الجرد الوظائف التالية:

- اثاثالمكتب :**38.000 دج**.
- معداتصناعية:**62.000 دج**.
- بضائع :**145.000 دج**.
- ديونالزبائن :**105.000 دج**.
- يكونفي البنك:**403.000 دج**.
- النقدفي الصندوق:**69.000 دج**.
- القروض:**60.000 دج**.
- ديونالموردين المخزون:**43.000 دج**.

نشيط **تقريرنهاية الفصل الدراسي** **سلبي**

تسميات	كميات	تسميات	كميات
الموجوداتغير المتداولة :		**عدالة:**	
-اثاث المكتب	**38000**	-عاصمة	**800000**
-معدات صناعية	**62000**	-نتيجة العجز	**(81000-)**
الاصولالمتداولة:			
-بضائع	**145,000**	المسؤوليةغير المتداولة	
-ديون الزبائن	**105.000**	-القروض	
-هل لديك بنك	**403,000**		**60.000**
-نقدا نقدا	**69,000**	-مخزون ديون الموردين	
			43000
مجموع	**822000**	**مجموع**	**822000**

الخسارة= حقوق الملكية - حقوق الملكية = 719,000
-800,000 = **81.000 دج**.

تعليق :وبحسب المجلس الجزائري، فإن نتيجة السنة المالية يجب أن تظهر في جانب الالتزامات من الميزانية العموميةمع حقوق الملكية في كلتا الحالتين (الربح أو الخسارة).

تمارينالتطبيق:

التمرينرقم 01:

اعتباراً من 01/01/2018 لدى الجهة ما يلي:

- معداتصناعية تقدر بـ 110.000 دج
- معداتالنقل بثمن 100.000 دج
- أرضبقيمة 60.000 دج
- لديهامخزون بقيمة 70.000 دج من المواد الخام و 50.000 دج من المنتجات النهائية
- لديها28000 دج في حسابها البنكي
- وهيمدينة للمورد بمبلغ 56000 دج
- وهيمدينة بمبلغ 45000 دج من CAAR
- العملاءمدينون له بمبلغ 92000 دج

."قم بإعداد الميزانية العمومية لهذا الكيان في التاريخ المشار إليه "الأرقام بملايين الدج :TAF

حلالتمرين رقم 01:

نشيط			الميزانيةالعمومية في 01/01/2018			سلبي		
التسميات	**ملحوظة**	**ن-1**	**لا**		**تعيين**	**ملحوظة**	**ن-1**	**لا**
أصول حاضر:					**عاصمة ملك:**			
-أرض	-	-	60000		-عاصمة	-	-	400000
-مواد صناعي	-	-	110000					
-المعدات مواصلات	-	-	100000		**رقمسلبي حاضر:**			
أصول حاضر:								
-موضوع الأوائل	-	-	70000		**سلبي حاضر:**			
-منتجات انتهى	-	-	50000		-ديون FRS	-	-	65000
					-الديون كار	-	-	45000
-البنوك	-	-	28000					
-العملاء	-	-	92000					
مجموع			**510000**		**مجموع**			**510000**

التمرينرقم 02:

في30/06/2018، تاجر يملك أرضا بقيمة 250.000 دج، وأثاث مكتبي بقيمة 92.200 دج، ومعدات صناعية بقيمة 14.165دج، ولديه مخزن بقيمة 678.430 دج من السلع و 3.564 دج من اللوازم المكتبية، النقدية في يد تبلغ 41,263دج وله 68,705 دج مودعة في الحساب الجاري بالبنك، ويدين له العملاء بـ 28,940 دج، ويدين لمورديه بـ 10,752دج.

ومنجهة أخرى، اقترض مبلغ 100.000 دج من البنك.

إعدادالميزانية العمومية اعتباراً من 30/06/2018.

حلالتمرين رقم 02:

التسميات	ملحوظة	ن-1	لا		تعيين	ملحوظة	ن-1	لا
أصول لا حاضر:					**عاصمة ملك:**			
-أرض	-	-	250000		-عاصمة	-	-	197000
-أثاث ل مكتب	-	-	92200					
-مادة ل مواصلات	-	-	144650		**سلبي لا حاضر:**			
					-يقُرض الخدماتالمصرفية	-	-	00000
أصول حاضر:								
-بضائع	-	-	678430					
-لوازم مكتب	-	-	3564		**سلبي حاضر:**	-	-	10752
-صندوق	-	-						
-بنك	-	-	41263					
-العملاء	-	-	68705					
			28940					
مجموع			**1307752**		**مجموع**			**1307752**