

- -

•
•

:

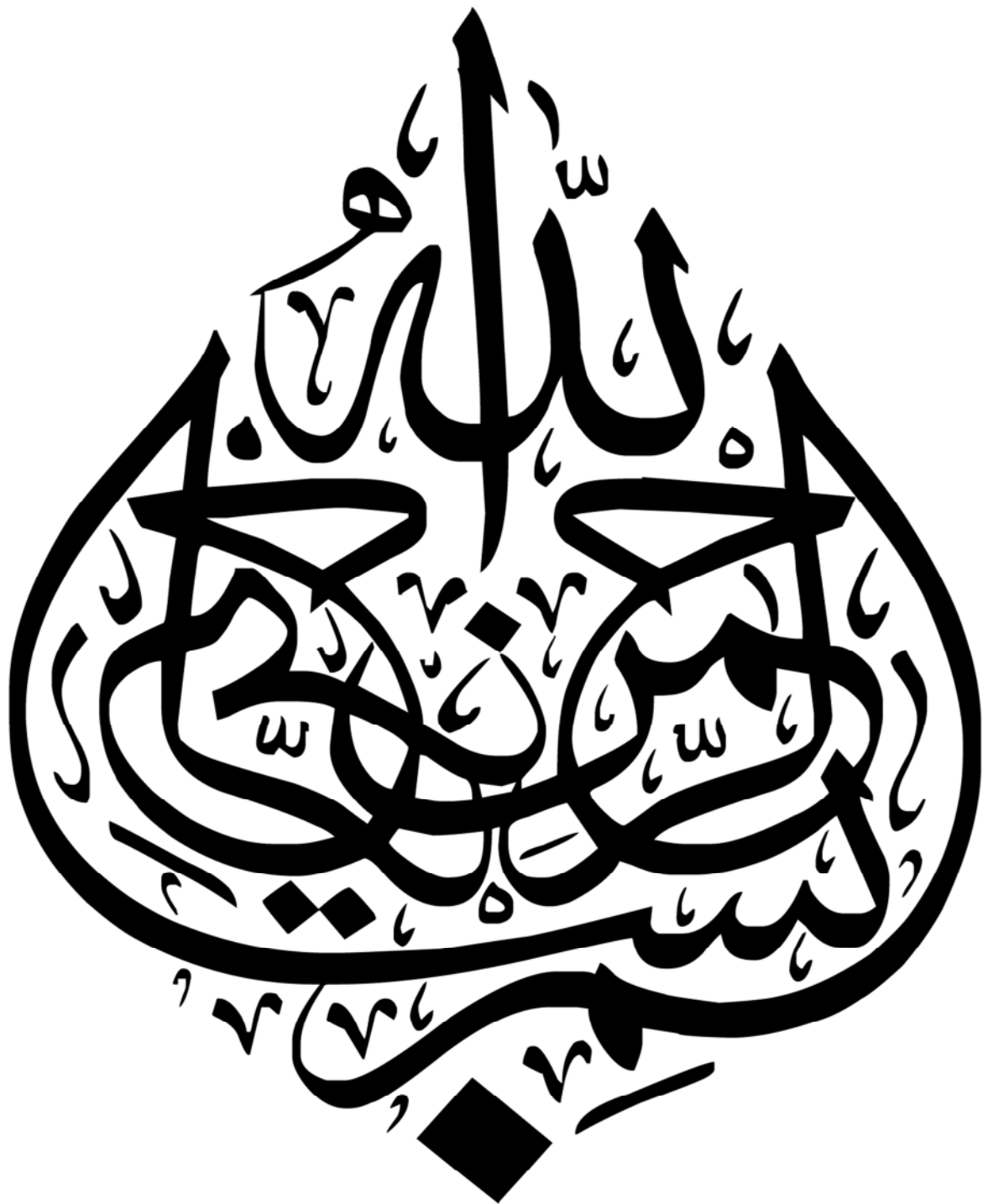
•
•

•
•

-

-

2014/2013:



كلمة شكر

.

.

"

"

خطة البحث

-

:

02..... :

02..... :

06..... :

08..... :

11..... :

11..... :

12..... :

13..... :

19..... :

20..... :

21..... :

23..... :

31..... :

31 :

41 :

42..... :

47..... :

47..... :

51..... :

56..... :

59..... :

:

snvi

71 :

72	:
77	:
83	:
85	:
89 snvi	:
89	:
95	:
100	:
105	:
108 :snvi	:
109	:
114	:
118	:
120	:
127	:

قائمة الجداول

85	.	-
87	.	-
93	swot	
102		
104	. SNVI	-
110	. SNVI	-
111	.SNVI	-
117		snvi

قائمة الأشكال

58		01
78	.SNVI	02
81	.SNVI	03
88	snvi	04
94	swot	05
98	.SNVI	06
121	.	

العلماء العلماء

:

: -1

,

...

.

OMC

.

.

.

.

.

snvi

"

".

:

-2

"

"

:

-

-

-

:

- 3

-

-

-

:

-4

-

-

: -5

,

.

: -6

.

-

-

.

-

.

: -7

.

: -

-1

-2

-3

-4

-5

:

:

.

-

-

-

:

-:

.

:

snvi

فصل الأول

:

.

:

:

.

()

/

..

...

.

1

:

:

":

2"

"

3 "

Charles roué

"

1985

"

¹- د. عبد السلام ابو القحف، التسويق الدولي، 2002/2001 .20
²- صديق محمد عفيفي، نظام التصدير و الاستيراد، مكتبة عين شمس، القاهرة، 2003، ص13.
³- Charles croué, marketing international, de boeck , 2006, p 13-

"	"	Allain Ollivier	*
"	:		1
			-
			-
		":	
		2"	
	:	Terpstra et Sarathy	
			-
			-
			-

Allain Ollivier, Le marketing International, Presses universitaires de France, Paris, 1991, p 41.¹

2- د. عبد السلام ابو القحف، التسويق الدولي، 20.

-

-

1.

": Philippe kotler

2"

:

:

¹- د. قحطان العبدلي، التسويق أساسيات و مبادئ، دار زهران، عمان، الأردن، 1996، ص 322.

².

.

.

.

.

:

:

:

:

” ”

.

:

.

.

:

*

1980

.

:

*

Ohmae

:

-1

.

1.

-2

¹- د. يحيى سعيد علي عيد، التسويق الدولي و المصدر الناجح، دار الأمين للطباعة و النشر، القاهرة، 1997، ص18.

:

:

-

-

-

-

-

()

-

1.

:

:

:

:

*

1 .

* :

2 .

* :

* :

...

* :

3 .

¹- محمد ابراهيم عبيدات، تطوير المنتجات الجديدة (مدخل سلوكي)، دار وائل، الطبعة الثانية، الأردن، 2004، ص 195.

²- صديق محمد عفيفي، مرجع سابق، ص 56.

³- فريد النجار ، 557.

:

.1

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

-8

-9

2.

¹ - فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، ص35.
² - صديق محمد عفيفي، مرجع سابق، ص 31.

:

.1

:

- 1

:

:

:

.

:

1-1 :

.

2-1 :

1.

- (2 :

:1-2 :

2.

:2-2 :

(...)

3.

:

:

... .

1999 267.

1_

270.

2_

84.

3_ د. عبد السلام ابو القحف، التسويق الدولي،

.1

:1

—

—

:

:

.1 :

.2 :

...

:

1

:

.1 :

:

—

...

.2 :

.3 :

:

...

.2 :

.1 :

"

"

"

"1

.2 :
" " : _
.
:
_
:
:
.
:
.
:
.
:
.
:
_
:
()

—	:	
.		
.		
...		
3	:	
1	:	
.		
—	:	
:		
:		
.		
.		
.		

.2 :

.

.

:

.

.

.

.4

:

.

.

:

.

:

:

.1

.

)

(

.

.2 :

.3 :

:

...

1

:

¹ - غول فرحات، التسويق الدولي، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2008 ، ص49.

:

:

"

"

.

"

"

"

"

"

"

"

"

1.

.

.

.

.

1994

-

-1 -

:

-1

.

:

...

1.

:

:

:

¹ - Commette on Définition, Marketing Définition , Chicago : American Marketing Association, 1960, pp.16-17.

:

:

.

.

.

:

1.

:

¹- د. عبد السلام ابو قحف، التسويق الدولي، المرجع السابق، ص 199.

*

(2)

(1) :

(3)

:

.

:

:

.

:

-

.

.

.

:

-

.

:

. ...

1

:

-

.

.

.

.

.

.

:

.

.

.

-1

:

:

() ()

. ()

:

()

: **1**

.

.

.

.

: **2**

.

.

.

"

"

1980

: 3

: ()

: ()

1

1994 - -1 - :

الفصل الثاني

:

.

.

.

:

.

.

:

:

:

.

.

:

.

:

-1

:

.

.

.

:

()

:

:

:

-2 :

1.:

.1 :

-

-

-

-

-

.2 :

-

-

-

-

)

(

¹- الاستاذ غول فرحات،التسويق الدولي،دار الخالدونية،2008.

-

:

...

()

() ()

1

2

.1 :

-

-

-

.

-

-

¹- الاستاذ غول فرحات، مرجع سبق ذكره.
²- ابي سعيد الديوه، جي ومحمد تيسير العجارمة، التسويق الدولي، ص:150، دار العامد للنشر والتوزيع، 2000

.2 :

-

-

-

-

.3 :

:

-

-

-

-

-



-

-

:

.

.

.

:

.

1:

() :

()

.

.

¹- غول فرحات، مرجع سابق ذكره.

terpestra

:

.1 :

-

-

-

-

-

.2 :

-

-

:

:

:

.1 :

() -

.

.

.2 :

.

.

.3

. acouisation -

green feild operation -

:

.

.

.

.

:

.

.

.

.1

:

1.

-

-

-

.2

:

-

-

-

-

-

.3

:

:

●

:

●

:

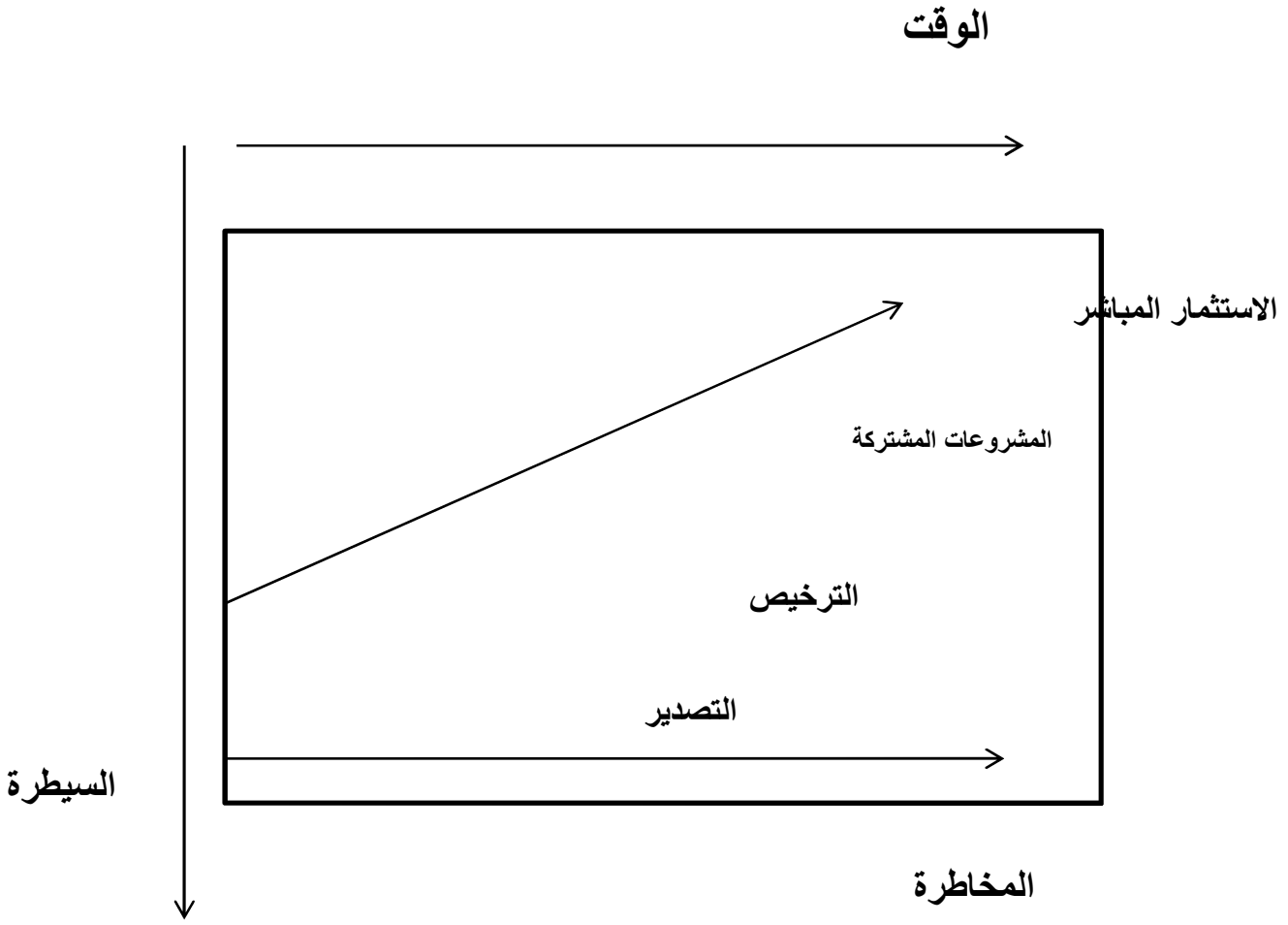
●

¹- غول فرحات/مرجع سبق ذكره.

1

¹- ابي سعيد اليوهجي ومحمد تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص:153.

(1):



:

:1

.

.1

.

.

:

.2

¹- عصام الدين ابو علفة، تسويق متقدم، اتجاهات تسويقية: التسويق الدولي. الجزء الرابع الطبعو 1، الناشران: مؤسسة حورس الدولية، الاسكندرية. مؤسسة اليبية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2003، ص: 237.

.3 :

:

-1 :

1 .

) ...

(

¹ -و علي رفيق،التسويق الدولي ودوره في اقتحام الاسواق الخارجي،شهادة الليسانس في التجارة الخارجية،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم والتسيير جامعة الجزائر،2002،ص:60

:

:



-2

:

.¹

(...)

-3

:

¹- وعلي رفيق، مرجع سبق ذكره، ص:60.

.1:

.

:

.

:

.2:

:

.1

¹ - عصام الدين ابو علفة، مرجع سبق ذكره، ص: 232-233.
² - أحمد فلاح التسويق الدولي في عالم متغير، مدخل ديناميكي-استراتيجي-رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل اقتصادي-كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير-جامعة الجزائر، 2002/2001، ص: 281-283.

.2

:

.3

:

:

.4

:

.

.

.

:

:

:1

:

.1

.

:

•

•

.

¹- وعلي رفيق، مرجع سبق ذكره، ص: 94-95.

.2 :

.3 :

:

()

.

:

.

:

.

....

.

:

.1

:

)

(

-

-

)

-

-

:

1.

()

2.

:

:

.

-

.

-

.

-

.

-

:

.

-

.

:

-

:

-

.

:

.2

.1

:

1.2.

¹- عبد السلام ابو قحف،التسويق الدولي،مرجع سباق ذكره،ص:264.

.3 :

:

:

:

-

()

...

:

-

.

-

: 1

- :

.

:

-

.

:

-

:

.4

¹- ابي سعيد الديوه جي تسير محمد العجامة، مرجع سبق ذكره، ص: 292.

.

.

.

:

.

.

1

:

- 1

.

:

-

:

.

.

- 1

:

-

.

.

.

¹ - غول فرحات، مرجع سابق ذكره.

- :

- :

:

- :

:

:

-1 :

- :

:

.

.

- :

.

.

.

- :

.

- :

.

:

.

- :

.

.

- :

- :

...

2. :

:

1.2 :

:

+ =

.

() : 2.2.

:

- =

3.2. :

:

- =

:

3.

1.3.

2.3.

:

3.3.

:

.

.1 :

.

:

1

:

.

.2 :

2.:

:

-

.

¹- غول فرحات، مرجع سبق ذكره.
²- غول فرحات، مرجع سبق ذكره.

()

:

.

:

.3

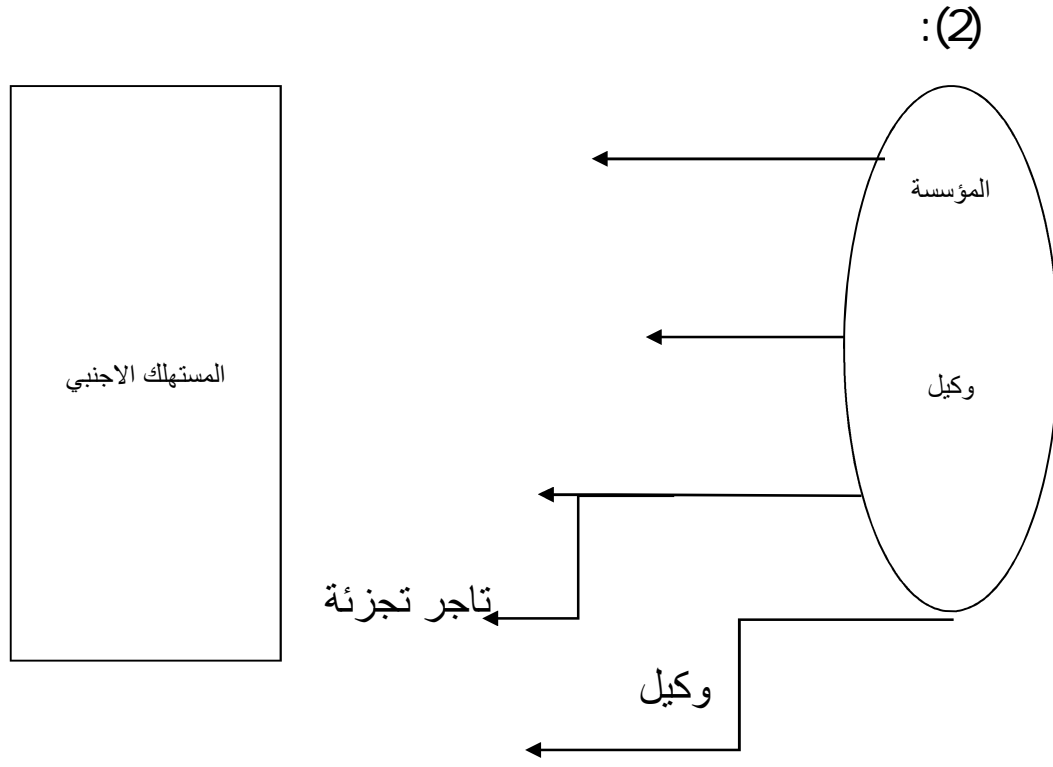
:

:

:

:

:



المصدر: غول فرحات، "مادة التسويق الدولي"، مرجع سبق ذكره

:

"rackman(1985)"

1"

(03)

:

)

(

2.

¹- اسماعيل السيد"الاعلان ودوره في النشاط التسويقي"،الدار الجامعية مصر،2002،ص:03.
²- corrine pasco-behro, "marketing international",2éd,op.cit ;p207.

-1

-2

-3

...

-4

¹: (- 1engel, warshaw, & kinnear 1983)

-1

-2

(%)

-4

-5

-6

:

¹- اسماعيل السيد، مرجع سبق ذكره.

- 1 :
1. :
- " :
 - " :
 - "kotler" :
- 1
- 2
- 3
- 2 :
- 2" :

¹ - محمد فريد الصحن، "الاعلان"، مرجع سبق ذكره، ص: 13-14.

² - اسماعيل السيد، مرجع سبق ذكره، ص: 21

-3

:

"AMA"

1"

()

:

....

-4

:

"

2"

3.

¹- توفيق محمد عبد المحسن، "التسويق:مدخل تدعيم القدرة التنافسية في الاسواق الدولية"،مرجع سبق ذكره،ص:287.

²- اسماعيل السيد،مرجع سبق ذكره،ص:23

³- محمد فريد حصن،"الاعلان"،مرجع سبق ذكره،ص:16.

-

-

-

-5

:

"TERPESTRA"

"

1"

:

...

"VOLVO"

1994

2.

-6

:

3

¹- تقييق محمد عبد المحسن، "التسويق:مدخل تدعيم القدرة التنافسية للأسواق الدولية"،مرجع سبق ذكره،ص289.

²- عمرو خير الدين،مرجع سبق ذكره،ص:294.

³- ابي سعيد الديوه جي،مرجع سبق ذكره،ص:152.

1

:

¹- يحي سعيد علي عيد، "التسويق الدولي والمصدر الناجح"، مرجع سبق ذكره، ص: 229-231.

:

:

-1

()

1

: -2

....

.

: -3

.

.

¹- اسماعيل السيد، مرجع سبق ذكره، ص: 31

" "

" 1"

-4 :

:

-

-

-

-

-

¹- اسماعيل السيد، مرجع سبق ذكره، ص: 32.

:

✓

✓

.()

✓

:

✓

" "

...

()

✓

✓

الفصل الثالث

snvi

:

:

:

SNVI

: .

.

:

.

:

:

1

2

3

:

:

:

:

*

-SNVI- Entreprise nationale des véhicules industriels

:

*

153 – 05

-

:

*

2200.000.000

:

*

.

:

*

(38 5.5)

(2×6 Ü 2×4)

(100 25)

(75 32)

:

:

:

1 (5)

(cvi):

7

.

:

.

:

.

:

.

:

.

:

2 (9)

.

	100		3
		100	4
		:	
	:		
		1967 _ 1957 :	*
	BERLIET	1957	2
30		ALGERIE BERLIET	
	10	80	
		. 1958 15	
% 40		1964	
		.	
		1981 _1967 :	*
	150/67	1967 03	
	5j2	1973 1970	
:			7
)		
			(

SONACOME :

:RBC

:DEI

:BVP

:ENF

:ENMTP

:ENRI

:PAM

:ENMPH

:ENPVP

:SNVI

1995_1981 :

*

SNVI

SONACOME

. 1981

12

81/342

2000_1995 : *

1995

. 2j2

1994

2000 30

.

SNVI

FONDAL

2004 04

.

SNVI

.
2005

2006

.

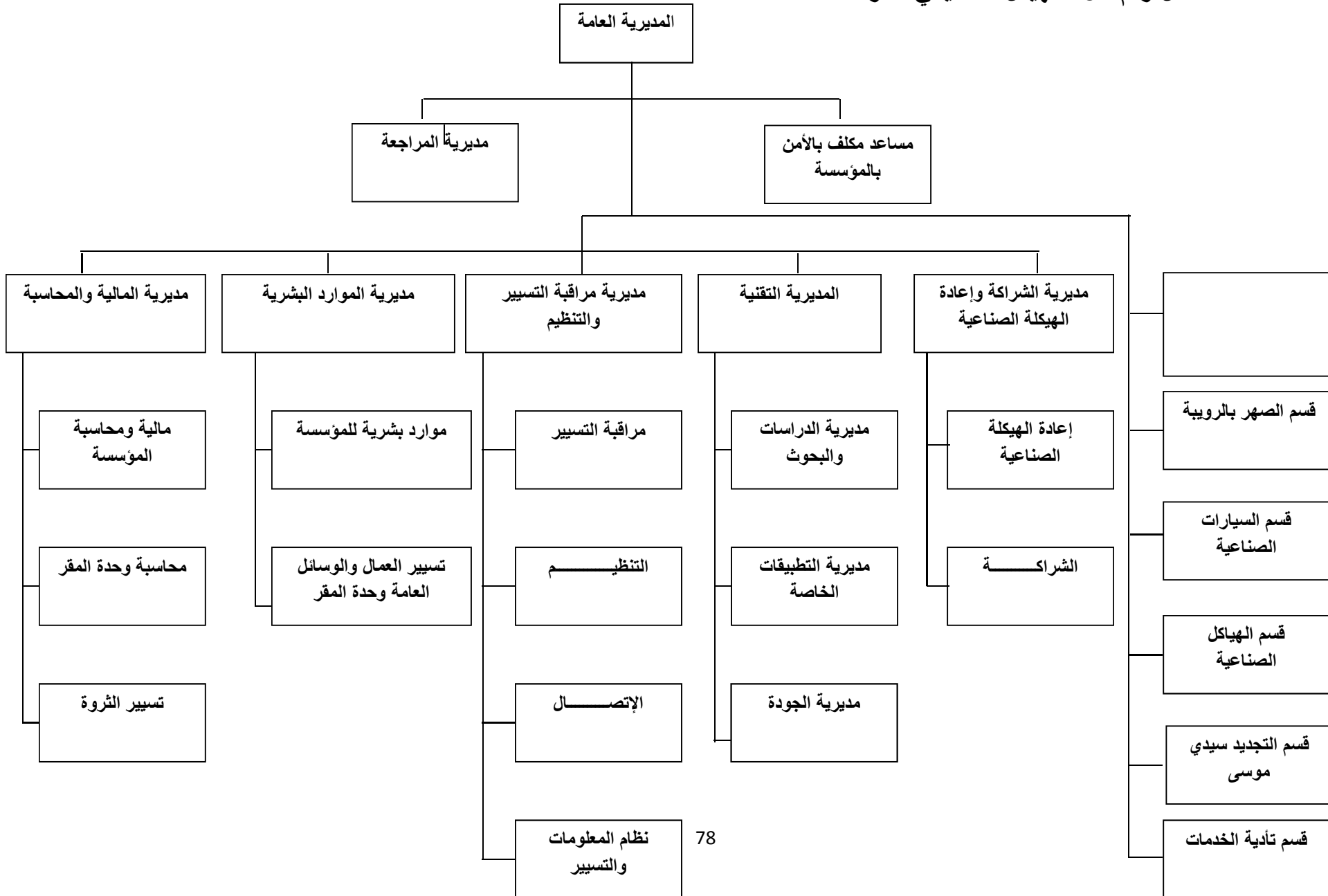
:

.

:

1

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي للمؤسسة



6

5

:

*

:

*

:

*

:

*

:

*

:

/

.

: *

:

.

.

.

: *

.

: *

:

.

.

.

: *

.

: *

* :

:

.

.

:

*

.

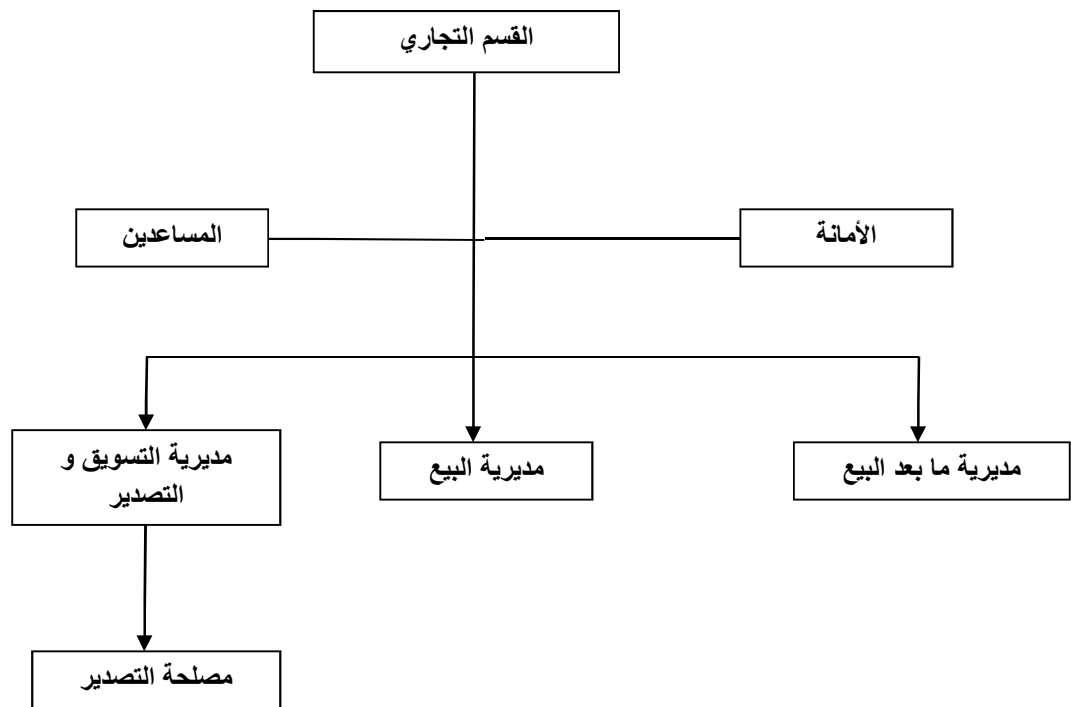
:

*

... .

:

3



:

3

.

* :

:

.

:

.

:

:

*

.

.

...

* :

:

:

*

.

1.5

snvi

snvi

snvi

:

:

1

-2

3

4

5

6

7

8

9

10

.

11

.

12

13

14

15

16

:

SNVI

:

:

2011/12/31

1 :

%		
%62.40	2691075	
%19.67	848820	
%8.53	368236	
%3.06	132225	
%1.51	8081	
%1.68	72538	
%0.28	12109	
%100	4314607	

www.ons.dz :

		% 19.67		% 62.40
		(% 12.94)
		%31.38		
%22.76	RENAULT	%28.95		PEUGEOT
		% 14.56		
	%6.57 ...isuzi			% 8.41
% 2.21				
(14373)	(95630)			
(82275)				
				.(11648)
% (20.68)				
10		% (11.79)	9 5	
20		% (5.53)	19 15	(4.34) 14
		(53.33)		% (57.6)

:

:

*

% 24.50

209926

: 2

%		
%62.98	368236	
%22.61	132225	
%1.99	11648	
%12.40	72538	
100	584647	

www.ons.dz :

% 62.98

% 22.61

.% 12.40

%1.99

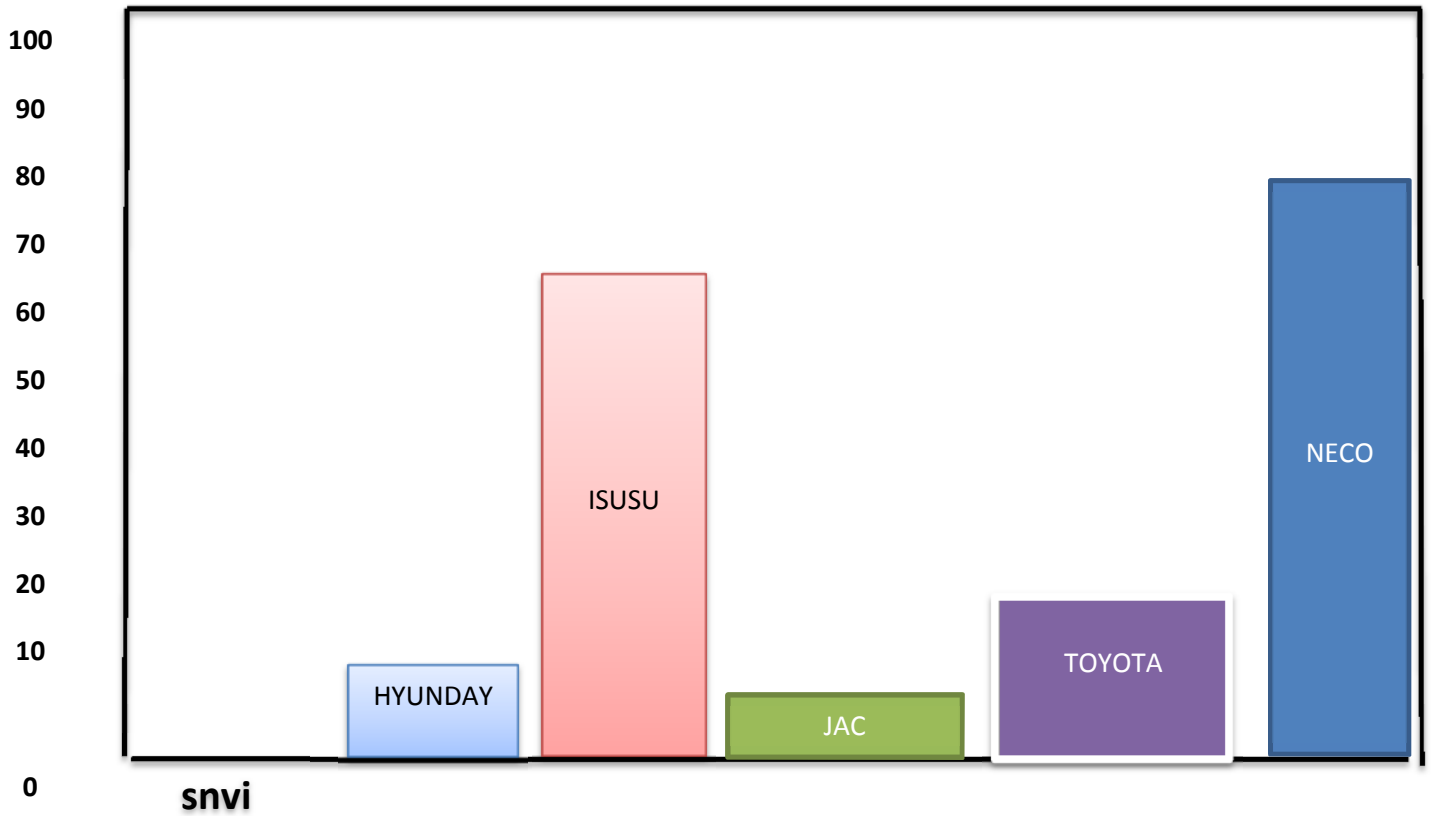
SNVI

:

snvi

snvi

3/4



snvi :

snvi

-1:

-2

-3

-4

:

:

:

-1

:

8112 :

-

" - " -

.

: :

:

.

.

SNVI

:

.

:

: **1**

:

.

.

.

2

5000

swot

03

-	-
.	.
-	-
.	.
-	-
.	.
-	-
.
.	.
-	-

SWOT

:

SWOT

snvi

swot

05:

نقاط القوة	.	5/1 :
نقاط الضعف	. . .	() : ()

:

:

:

.

.

.

.

:

.

.

.

.

		1997	SNVI		
2004			ZF		
ZF-	SARL		—		
SNVI	% 20	% 80	ZF		Algérie
			:		
.					
.	SNVI				
.		% 80			
					:
	SNVI				
			()		
1000	1500	16500			500
				%34	
15.4		" "	%49		%17
		5			
2000	2013				

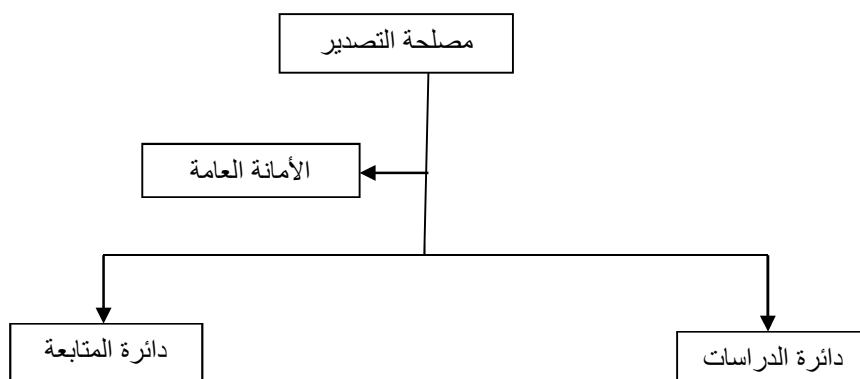
		" "			
	320)				
		" "		2013	(
%34) %51					
%49 (%17		
	16.5				
(450)				
()			%34		
" "		%49	%17		
"					
)					"
				.(6000
				"	"
				2011	
2014 01				2013	

1

:

*

:6



:

:

...

:

¹ - اقتباس من جريدة ALGERIE NEWS

1968

*

SNVI

. SNVI

().

Ü :

SNVI

160

2011

30

1986

SNVI

Algérie news

2010

"

2010

"

12.5

	" "		
"		606	
	"25 "		" "
2011			.
		1.6	30
2011	"		.
	"		
2010			
	()		
			.1
			:
			*
			:
			:
			:
			:
			:

¹ - اقتباس من جريدة ALGERIE NEWS.

SNVI

.4 :

2007	2006	2005	2004	2003	2002	
12	17.4	18.2	19.2	15	16.4	

.() :

% 6

2002 j2001 j1999

% 0.12

SNVI :

*

(10)

:SNVI

5 :

2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	
-	-	408	730	144	8293	5642	3468	96012	
-	-	-	-	-	-	-	4		
-	-	-	-	-	-	-	-	4754	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	289	-	100558	597941	-	-	
46051	363895	-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	-	-	2500	-	-	-	
-	-	1328818	1534674	8434	1042590	-	-	-	

.

68

%

1.4 2002 % 15

2003 %

% 27

()

115

.

.

:

.

:

.

:

*

)

.

(

.

.

.

.

.

: *

:

)

(

.

:

.

:

(CAGEX)

.

:

3

% 32

:

:

:

:

: Matérielle Tracté .

)

(

RENAULT

SNVI

:

:

1

2

3

4

:

.

:

"

"

.

:()

.

:

. . . .

4

SNVI

SNVI

6 :

	()		

.

:

4

10

Mini Bus/Mini Cars ,Cars/Bus

120

30

.

.

2003

21

"

"

.

:

:

7 :

19	18	66	1999
09	19	72	2000
13	09	78	2001
17	10	73	2002
16	8	76	2003
14.2	12.8	73	

:

3/4

% 10

" "

% 46
% 44
% 10 % 10

.
:

.

:

:

*

SNVI

.

:

*

.

:

.

:

:

=

+

:

*

:

.

.

.

.

Table with mathematical symbols and percentages scattered across the page, including: ., +, =, *, %, 2, 3, 5, 8, 20, ., :, =, +, +, ., ...

*

.()

: % 15 5 +

= % 3

.%1

.

:

+ =

.

.

:

"

"

3/12

SNVI 08 :

	SNVI	EUROPE	ASIE
	Min : 2400000 Max : 5650000	2464832	Min : 1425641 Max : 3450427
	Min : 3350000 Max : 10400000	5100000	Min : 2711538 Max : 5116240
	Min : 5200000 Max : 5500000	4480000	Min : 4015384 Max : 699145
	Min : 6786000 Max : 8541000	Min : 6080296 Max : 7761718	Min : 4947008 Max : 6030770
	Min : 3744000 Max : 9477000	Min : 14500000 Max : 85000000	Min : 6029059 Max : 11380341
	Min : 1950000 Max : 6320000	2320000	-----

institute national de commerce INC, op cit, p 104 :

:

.

:

.

.

:

:

: *

.

: *

2004 12

...

:

:

.

:

:

le

phare

:

.

:

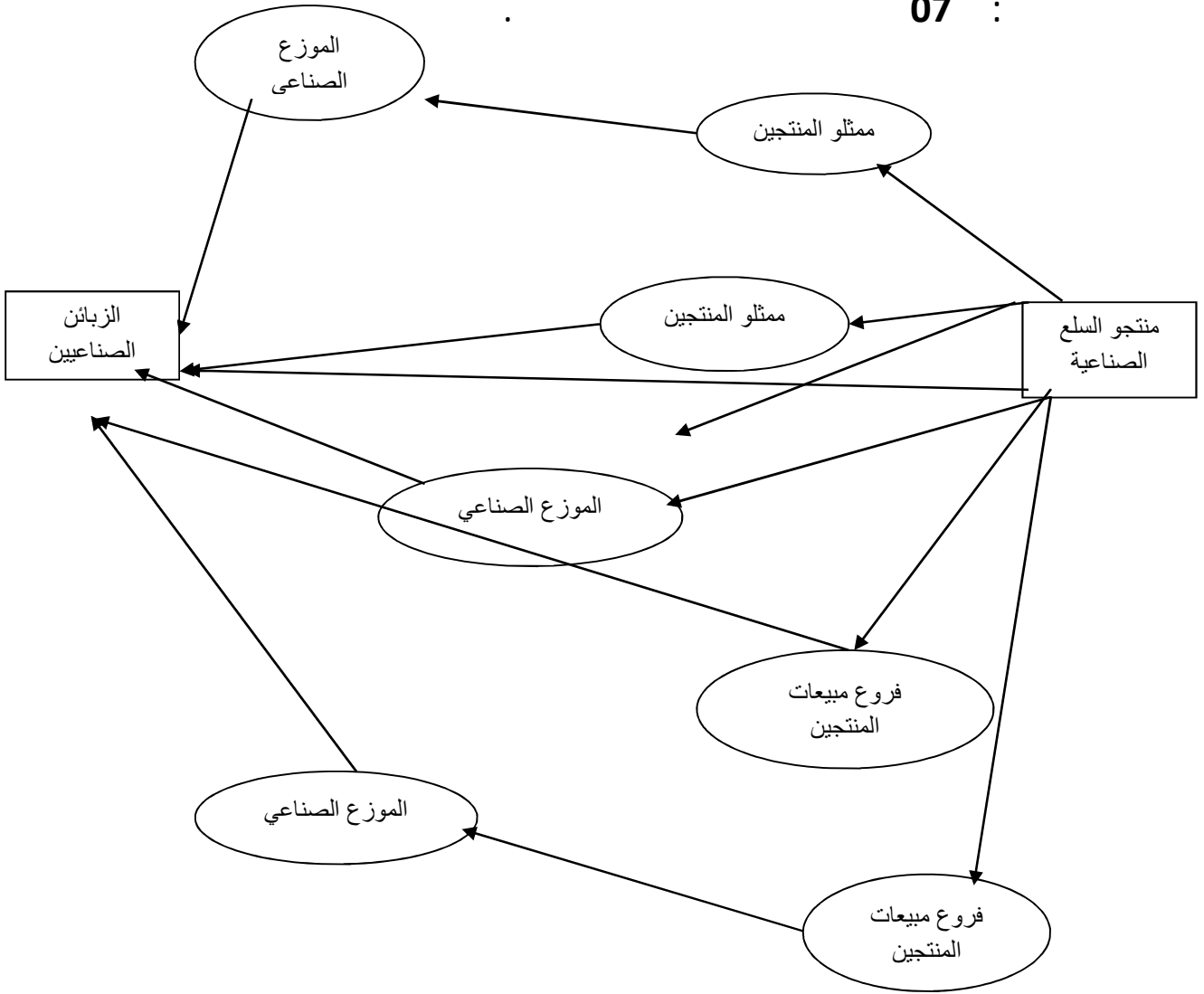
:

:

.

.

07 :



.265

:

:

:

:

.

.

:

:

"

.

:

:

1

.

2 :

3 :

:

SNVI

.

.

.

.

.

:

%05 %12

*

.

*

.

*

.

*

CNAN .

*

.

العلماء الخائفة

:

()

.

.

.

.

(...)

.

.

.

:

:

-1

-2

-3

-4

-5

.

:

-1

:

:

-

.

.

.

.

(...)

.

.

.

.

.

.

:

-

-

:

SNVI

.1

.

.2

.

.3

.

.4

.

.5

"

."

.6

.

SNVI

.7

.

.	:
:	SNVI
:	-1
" "	:
.	-2
:	...
.	-3
.	...
.	-4
.	.

-5


-6


-

-

-

العرب اجمع

	:	
	:	
	:	- 
.1997 , , , " , "		.1
.2002 , , , " , "		.2
.	:	.3
.	:	
		.2003
		.4
2002		.5
		.2002/2001
		.6
	2002	
.2002/2001		.7
2002	" "	.8
.2000 , , , " , "		.9
.1996 , , , " , "		.10
"	"	.11
	.	
	"	.12
		.1996 ,
1994 -	-1 -	:
		.13

				.14
				2003
.1992	-		:	.15
-	-10	-	:	.16
				.2003
1998				.17
			:	
			:	- 

Corrine Pasco-Behro, "**Marketing International**", 2^{eme} ed.op.cit

Charles croues marketing international de brock2006

Allain ollivier marketing international unervistaire France 1995

Commite or diffinition chikago american marketing
association1960

:

www.ons.dz

:

snyi