الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales

جامعة محمد خيضر– بسكرة–
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلـوم التجـاريـة

الموضـــــــــــــــوع

دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات

– دراسة حالة شعبة تصدير التمور–

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: ماليـــة وتجـــارة دوليـــة

إعداد الطالب(ة):
الطبيب أميرة

الأستاذ المشرف:
تومي ميلود

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّـفـة	مؤسسة الانتماء
1	محبوب مراد	أستاذ محاضر أ	رئيسا	**جامعة بسكرة**
2	تومي ميلود	أستاذ	مشرفا	**جامعة بسكرة**
3	جيلح صالح	أستاذ مساعد أ	ممتحنا	**جامعة بسكرة**

السنة الجامعية: 2020/ 2019

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

اشكر الله تعالى على نعمته علي وعلى والداي وان اعمل عملا صالحا ترضاه علي وتدخلني برحمتك في عبادك الصالحين، فالحمد لك حتى ترضى والحمد لك إذا رضيت، وأسالك الله أن تجعل عملنا هذا المتواضع صالحا لوجهك الكريم بنية انتفاع الغير به.

وأتفضل بجزيل الشكر والتقدير إلى من أشرف على مذكرتي، وكان له الفضل الكبير في إتمامها بنصائحه وارشادته القيمة التي اعتز بها، فجزاك الله خيرا على ما اعطيتني من نصائح، وبارك الله فيك ولك مني كامل التقدير أستاذي المحترم الدكتور " **تومي ميلود**".

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء اللجنة العلمية المحترمين.

وإلى كل الطاقم الإداري في الجامعة لان لهم الفضل في ما وصلت إليه.

وجزيل الشكر إلى السيد "**عياد علي**" المدير الفرعي لتحليل منتوجات الصناعة التقليدية والسياحية والخدمات الذي قدم لي كل المعلومات اللازمة في مدة تربصي لعدة أسابيع في الوكالة.

وكذلك شكر خاص لكل " **أعضاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX** " فردا فردا كانوا معي متفهمين وقدموا لي يد العون والمساعدة.

إهداء

الحمد الله الذي أعانني على إتمام هذا العمل الذي يعد قطرة من بحر العلم فاهدي ثمرة جهدي:

إلى من قال فيهما المولى عز وجل "... **وبالوالدين إحسانا...**"

إلى كل من:

جدتي التي لها الفضل كله "**رمضان فتيحة**" وجدي رحمه الله "**سايح حمادي**"

أبي حبيب قلبي "**الطبيب لخضر**" وأمي قرة عيني "**سايح بشرة**".

إخوتي (**فراح** وزجها **بن سالم عبد النور** وأولادهم "**جود وجنى**" حفظهم الله ورعاهم وخلود وزوجها **شريف محمد** و أخي الحبيب **الحاج**).

خالاتي (**نسيمة** حبيبة قلبي وزوجها **دبشي كمال** و **مجدة** القلب الحنون وزوجها **حودة سمير** و **ليندة** نور عيني وزوجها **علوي عز الدين** وأولادهم "**عاطف وياسمين زينة**" حفظهم الله ورعاهم).

أخوالي (**جمال وزوجته عبادلي ليلى وأولادهم** "**حسام و أمين وأمير**" حفظهم الله ورعاهم **ونور الدين** وزوجته **بحري سميرة** وأولادهم "**حمادي و التوائم راما ورانيا و رامي الكتكوت**" حفظهم الله ورعاهم و**محمد يزيد** وزوجته **بن بريكة غزلان** و أولادهم " **أحمد تقي الدين و مريم وسام**").

وإلى كل من عائلة الطبيب وسايح من صغيرها إلى كبيرها.

إلى من كان سندي في هذي الحياة "**عاقلي عبد اللطيف**".

إلى صديقاتي وأخواتي اللتاني لم تلدهم لي أم (**"تومي نريمان** وزوجها **وليد** وعائلتها الكبيرة كل بإسمه" و"**لرقم منال** وزوجها **باشا هشام** وابنها الكتكوت الصغير "**رابح كيان**" حفظه الله ورعاه).

إلى كل زميلاتي وزملائي في المسيرة الدراسية وأخص منهم الذكر "**ميلودي هجيرة**" و "**شريف هناء**" و"**بن الشارف يسرى**").

أميرة

قائمة المختصرات والرمـوز:

ع:	العدد.
د س ن:	دون سنة نشر.
ط:	الطبعة.
ص:	الصفحة.
ص ص:	من الصفحة إلى الصفحة.
إلخ:	إلى أخره.

مقدمة:

في ظل السوق الدولية المتسمة التي تفتح قوة التنافس من خلال نشاط التبادل التجاري بينها، تجد كل دولة مهتمة بتطوير اقتصادها من خلال إدخال أكبر قدر ممكن من العملات الصعبة من خلال تطوير الصادرات بهذا المعنى اعتبرت الصادرات قاطرة للتنمية الشاملة وعامل من عوامل ازدهار البلدان، لذا عملت مختلف البلدان على تطوير نشاط الصادرات من خلال سلسلة من الإجراءات والتدابير لهدف تنشيط وتطوير اقتصادياتها.

تعد الجزائر من البلدان التي اهتمت بقطاع الصادرات وحيدة الجانب منذ الاستقلال المرتكزة بالأساس على المحروقات دون غيرها الأمر الذي أوقعها في أزمة اقتصادية خانقة في نهاية الثمانينات مع انخفاض أسعار النفط، مما حتم عليها تغير الاتجاه نحو الاهتمام بتنويع الصادرات إلى خارج المحروقات بإصدار الأمر رقم03-04 المكرس لحرية التصدير والاستيراد وإنشاءها لأجهزة تتكفل بتطويرها واتخاذ عدة تدابير وإجراءات لتحقيق هذا المسعى.

لذا ففي إطار هذا الملتقى سيتم أثار تسليط الضوء على المكانة التي تحتلها الصادرات خارج المحروقات في الاقتصاد الجزائري ومدى فعالية وفعلية التدابير المتخذة من قبل الدولة الجزائرية لتطويرها.

أهمية الدراسة:

وتتجلى أهمية هذه الدراسة إلى كون التجارة الخارجية موضوع حساس مرتبط بالاقتصاد الوطني لجأنا إلى الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بغية التعرف على واقع الصادرات الجزائرية.

أهداف الدراسة:

ترمي هذه الدراسة بعد الإجابة على التساؤلات المطروحة سابقا إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

1- إثـراء البحـث العلمـي وتوضـيح الـدور الـذي تقـوم بـه الوكالـة الوطنيـة لترقيـة التجـارة الخارجية وذلك لإبراز النتائج التي حققتها سواء كانت إيجابية أو سلبية.

2- يجـب وجـود مـوظفين مـن الوكالـة أو متعـاملين مـع الوكالـة فـي الخـارج عنـدما يريـدون معلومة عن مستورد أو مصدر يتصلون بالسفارة الجزائرية.

3- يجب على الدولة أن تعطي معلومات عن هذا الشخص أو المؤسسة إذا كانت وهمية أو حقيقية و حالتها المادية.

أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع بالذات أهمها:

1- الموضوع يدخل ضمن التخصص.

2- موضـوع متطلبـات الوقـت الـراهن خاصـة مـا يعايشـه الاقتصـاد الـوطني مـن تبعيـة للمحروقات وتذبذب أسعار النفط.

3- الرغبة في طرح هذا الموضوع خاصة لما تشهده أسواق النفط العالمية من انخفاضات وهذا يدعو للبحث عن مصادر بديلة لقطاع المحروقات.

الدراسات السابقة:

إن الدراسات الأكاديمية المتوفرة على حسب إطلاعي حول هذا الموضوع، نجد أنه يوجد كم لا بأس به من الرسائل التي عالجت هذا الأخير، والمتطرقة إلى جزئية دراستنا نخص بالذكر:

دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة – دراسة حالة الجزائر-، حمشة عبد الحميد، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، قسم علوم الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012.

ويدور موضوع تلك الدراسة الذي يقع في 182 صفحة، حول أساس دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة –دراسة حالة الجزائر، ومن هذا المنطلق نجد الطالب قد قسم موضوعه إلى أربعة فصول: حيث أبرز في الفصل الأول الإطار النظري لتحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهن، فتطرق إلى ماهية التجارة الخارجية والسياسية التجارية ومن ثم دراسة السياسة التجارية بين الحرية والتقييد وتحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة ، أما الفصل الثاني فتناول فيه الإطار النظري للتصدير في الفكر الاقتصادي، وعالج ماهية التصدير والإمكانيات المتاحة لتنمية الصادرات الدول النامية، أما الفصل الثالث تناول فيه مسار تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات، فتناول فيه من تحير التجارة الخارجية في الإصلاحات الاقتصادية ومكانة سياسية ترقية التصدير خارج قطاع المحروقات من الإصلاحات الاقتصادية، وعالج وضع إستراتيجية وطنية ترقية الصادرات خارج المحروقات، أما الفصل الرابع والأخير تناول دراسة إحصائية قياسية وإستبانية لأثر تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات، فتناول دراسة إحصائية وقياسية وإستبيانية لأثر تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات

أما دراستنا فتدور حول أساس دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة –دراسة حالة الجزائر–، ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة:

– تنامي مستمر للصادرات خارج المحروقات من حيث المبالغ المرصودة بالدولار.

– نقص التركيب السلعي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات خلال فترة الدراسة.

الإشكالية:

من خلال ما سبق يتم طرح الإشكالية والتي يمكن صياغتها كالأتي:

ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات و صادرات التمور؟

بناء على الإشكالية الرئيسية الوارد ذكرها يمكن طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية و تكمن أهمها فيما يلي:

1- فيما تتمثل الوكالة الوطنية لترقية التجارة؟

2- كيف تساهم الوكالة في ترقية التجارة الخارجية ؟

3- ماهي الرؤيا الحالية و المستقبلية لALGEX؟

4- ماهي ماهي مزايا وعيوب الوكالة والمشاكل التي تواجهها؟

5- ماهي الإجراءات المنتهجة لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات؟

فرضيات البحث:

للإجابة على هذه التساؤلات الفرعية وضعنا الفرضيات التالية:

1- الوكالة هيئة رسمية هدفها ترقية الصادرات خارج المحروقات.

2- تقوم الوكالة بالمشاركة في التظاهرات الاقتصادية.

3- استطاعت الوكالة تحقيق العديد من الإنجازات.

4- يجب يوجد موظفين من الوكالة أو متعاملين مع الوكالة في الخارج عندما يريدون معلومة عن مستورد أو مصدر يتصلون بالسفارة الجزائرية لفي تلك الدولة لتعطيهم معلومات عن هذا الشخص أو المؤسسة إذا كانت وهمية أو حقيقية و حالتها المادية وهذا يتطلب وقت طويل للرد و هذا إعاقة من الجهة الاقتصادية.

المنهج المتبع:

اعتمدنا من خلال دراستنا لموضوع البحث هذا على **المنهج الوصفي** للإلمام بمختلف الجوانب المتعلقة بدور الوكالة الوطنية في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر في هذا المجال، وكذا عرض مختلف الإصلاحات التي قامت بها الوكالة الوطنية ومختلف الأنظمة المستحدثة، كما قمنا باستخدام **المنهج التحليلي** وذلك من أجل تحليل

مختلف الجداول والإحصاءات المتعلقة بترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر التي تبرز انعكاسات الإصلاحات الجمركية على المبادلات التجارية.

صعوبات الدراسة:

صادفنا من خلال بحثنا جملة من الصعوبات منها:

- الظروف الخاصة التي أحاطت بإنجاز البحث.

- صعوبة التنقل من ولاية بسكرة إلى ولاية الجزائر **(مركز الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية)**، في ظل الوضع الراهن لوباء كورونا.

- الاختلاف في الإحصاءات من مختلف القطاعات كقطاع الجمارك، التجارة المالية، ومختلف مراكز الإحصاء وصعوبة الحصول عليها.

- صعوبة تحديد أثار الإصلاحات الجمركية على التجارة الخارجية، وهذا راجع إلى أن تطور هذه الأخيرة مرتبط ارتباط وثيق بالمحروقات وكذا بمتغيرات أخرى.

هيكل الدراسة:

لقد حاولنا من خلال بحثنا هذا إلى المحافظة على التسلسل المنطقي والتدرج في طرح الأفكار قدر الإمكان، ولهذا فقد قمنا بتقسيم بحثنا هذا إلى فصلين يسبقهما مقدمة وتعقبها خاتمة، حيث تناول الفصل الأول تطور الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر والذي تضمن ثلاثة مباحث، حيث سنتطرق في المبحث الأول إلى ماهية التجارة الخارجية، وبعد ذلك سنتطرق في المبحث الثاني إلى ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات ، وأخيرا سنتناول في المبحث الثالث تطور إنتاج وتجارة التمور.

أما الفصل الثاني المرسوم مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (*ALGEX*) في ترقية صادرات التمور والذي تضمن كذلك ثلاثة مباحث، فسنتناول في المبحث الأول نشأة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، وبعد ذلك سنتطرق في المبحث الثاني إلى **دور (أو**

مهـام) الوكالـة الوطنيـة لترقيـة التجـارة الخارجيـة(**ALGEX**)، وأخيـرا سـنتناول فـي المبحـث الثالث مساهمة الوكالة في تدعيم صادرات التمور الجزائرية.

الفصل الأول

الفصل الأول: تطور الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر

- **تمهيد:**

إن تطور ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر من متطلبات اقتصاد السوق وما تربطه من بنية اقتصادية حديثة، حيث عرف النظام الجبائي والنظام المالي تحولات كبيرة، وإصلاحات عديدة منذ مطلع التسعينيات الذي يعتبر مصدرا هاما من مصادر الإيرادات العامة للدولة في البنوك فعرف هذين النظامين عدة تغيرات وتعديلات حسب قوانين المالية وقوانين المالية التكميلية الصادرة إلى يومنا هذا، حيث يمكن للنظام المالي أن يساهم في ترقية الصادرات، والتي تهدف في مجملها إلى احترام التوازن الجبائي والحرص على تحقيق المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين في فرض الجباية، وتنظيم النشاط الاقتصادي من خلال منح التحفيزات الجبائية للنشاطات ذات الأولوية، مع استعمال الوسيلة الجبائية من أجل توجيه الاستثمارات نحو القطاعات المهمة والحساسة، الأمر الذي يسمح للمؤسسات الوطنية من أجل وضع مناخ يساهم في استقطاب الاستثمارات الخارجية المباشرة لتطوير الخدمات اللوجيستيكية لتسهيل عملية نقل المنتوجات إلى الأسواق الخارجية ولتكون أكثر منافسة من حيث أسعار منتوجاتها في السوق الخارجية.

وفي هذا السياق سنتطرق إلى تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، فسنتناول ماهية التجارة الخارجية **(المبحث الأول)**، وبعد ذلك سنتطرق إلى ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات **(المبحث الثاني)**، وأخيرا سنتناول تطور إنتاج وتجارة التمور **(المبحث الثالث)**.

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية

سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم نظرة شاملة حول التجارة الخارجية، حيث سنتطرق في البداية إلى تعريف التجارة الخارجية، ثم نحاول إبراز أهمية تنامي الاقتصاد العالمي، كما سنخص بالذكر الأدوات التي تتطلبها السياسة الخارجية.

وعليه سنتناول في هذا المبحث مفهوم التجارة الخارجية **(المطلب الأول)**، ونشأة التجارة الخارجية وأهميتها **(المطلب الثاني)**، أدوات السياسة الخارجية **(المطلب الثالث)**، وأخيرا سنتناول مراحل تطور التجارة الخارجية الجزائرية **(المطلب الرابع)**.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية

لقد تعددت صيغ التعاريف للتجارة الخارجية بناءا على الهدف من دراستها، حيث عرفت كما عرفت التجارة الخارجية بأنها: **"هي كل علاقة تبادل عبر الحدود السياسية للدول، فهي إذا تتم فيما بين دولتين لكن في الأساس على المبادلات التي تتم بين الأفراد وكذا المؤسسات الخاصة في تلك الدول".**[1]

وعرفت تاريخيا بأنها:**"أهم صور العلاقات الاقتصادية التي تجري بمقتضاها تبادل السلع والخدمات بين الدول في شكل صادرات وواردات".**[2]

إذ يلاحظ على هذا التعريف أنه اقتصر على توضيح العلاقات التاريخية المتمثلة في الجانب الاقتصادي متجاهلا مكونات التجارة الخارجية، فركز فقط على الإطار العام لمفهوم التجارة من جانب الصادرات والواردات.

كما عرفت التجارة الخارجية أيضا باعتبارها:**"عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق المنافع المتبادلة لأطراف التجارة".**

[1]– فؤاد مرسي، **دروس في العلاقات الدولية، الإسكندرية**، دار الطالب للنشر، د س ن، 1990، ص 124.

[2]– حسام علي داوود وآخرون ، **اقتصادية التجارة الخارجية**، دار المسيرة، ط1، عمان، 2007، ص 13 .

ويبين هذا التعريف مكونات الصادرات والواردات بحيث تشمل السلع والخدمات النهائية بالإضافة إلى مدخلات الإنتاج من خلال إضافة مفهوم عناصر الإنتاج كما يوضح الهدف الرئيسي من التجارة الخارجية من خلال تحقيق المنافع المختلفة.

أما التعريف الأشمل للتجارة الخارجية فهو: **"حركات السلع والخدمات بين الدول المختلفة بحيث تشمل الحركات الدولية لرؤساء الأموال".**

ونلاحظ أن هذا التعريف أدخل مفهوم الاستثمار إلى مكونات التجارة من خلال حركة رؤوس الأموال موضحا بذلك تأثير التجارة الخارجية على مكونات الناتج القومي الإجمالي متجاوزا بذلك مفهوم الناتج المحلي الإجمالي باعتبار أن التجارة الخارجية أحد مكوناته على المستوى المحلي من خلال الميزان التجاري للدولة.

إلا أن التعريف الأقرب للدراسات النظرية الاقتصادية هو: **"إن التجارة الخارجية تمثل أحد فروع علم الاقتصاد الذي يهتم بدراسة الصفقات التجارية عبر الحدود السياسية للدولة".**[1]

ويعتبر التعريف المحدد لاستقلالية التجارة الخارجية كأحد فروع علم الاقتصاد كذلك يبين تأثير التجارة الخارجية على مكونات الاقتصاد من خلال دراسة فروعه المختلفة وتأثيرها على القطاعات الاقتصادية المختلفة.

المطلب الثاني: نشأة التجارة الخارجية وأهميتها

وسنوضح ذلك في الفرعين التاليين:

الفرع الأول: نشأة التجارة الخارجية

إن المبادلات بين الجماعات وجدت منذ ظهور الإنسان على وجه العارض مما دفعهم إلى البحث عن المعان الثمينة "**الذهبي والفضة**" وهذا بدوره أدى إلى انتقال الأفراد إلى أماكن حديثة ففي العصور الأولى لوحظ تطور بطيء للمبادلات عن بعد، حيث عرف العالم وجه جديد للمبادلات بين الدول وذلك لانفجار النهضة العربية التي شجعت الانتقال عبر البحر الأبيض المتوسط، وقد كانت إيطاليا مركزا تجاريا أساسيا آنذاك، ثم أنظمت الدول المطلقة على بحر

[1]– السيد محمد أحمد السريتي، **اقتصاديات التجارة الخارجية**، كلية التجارة، ط1، الإسكندرية، 2008، ص 05.

الشمال إلى هذا النوع من المبادلات وقد كانت تقتصر على مواد استهلاكية **(قمح، ملح، سمك)**، أو على أشياء ثمينة **(المعادن، النقود...الخ)**، لكن لا يتم اعتبارها دولية لأنها لم تكن من طرف الحكومة.

وقد اتسع التبادل التجاري الحديث ليشمل مختلف أقطار العالم، وقد عم مختلف أنواع السلع نظرا لتطور وسائل وتقنيات النقل والاكتشافات الجغرافية الجديدة كأمريكا، وتعتبر هذه العلامات الأولى ولتأسيس سوق دولية وفي هذه الفترة اقتصر التبادل بين بلدان التجارة الأوروبية بأمستردام **(قرن 16-17)** قبل أن تنتقل إلى لندن بعد ظهور إنجلترا كقوة اقتصادية في القرن الموالي، وقد توسعت السلع المتبادلة، حيث عمت منتجات حديثة الاكتشافات كالقهوة، الكاكاو، الشاي.....الخ.

إن هذا التبادل كان يخدم أساسا المصالح الأوروبية قبل غيرها من الدول مقابل تزويدها بالمنتوجات التامة.

إن مصطلح الدولية أطلق على التجارة الخارجية أي التبادل الذي يتم بين طرفين أحدهما داخل البلاد والثاني خارج الحدود الدولية بمختلف أنواع السلع والخدمات لأول مرة من طرف فيلسوف واقتصادي بريطاني "**جريمي بنتام**" عام 1980 وهو ينتمي إلى المدرسة الإنجليزية الاقتصادية الحرة للقرن 19 وقد قام بتطرق غالي أساس التقسيم الدولي للعمل والمبادلات التي تقوم التساوي في توزيع الموارد والمنتجات على العالم.

إن الموارد الفائضة والمتوفرة للبعض والتقنيات الحديثة والإنتاج والمزايا المكتسبة للبعض الأخر تسمح للتجارة الخارجية بحرية التبادل وبالتالي توزيع الفوائد على الدول المشاركة في التبادل، وهذا ما يسمح بالقول أن ظهور نظام التبادل الحر في القرن 19 كان نتيجة إلى ما تدعو إليه المدرسة الليبرالية، حيث ساهم توسيع نشاط المبادلات التجارية الدولية في القرن 20 لا تهتم إلا بشيء من المبادلات الاقتصادية العالمية المتمثلة في الموارد والخدمات، في حين تمهل الجانب الأخر من المبادلات المتمثلة في حركة رؤوس الأموال أو تحويل الدخل الحكومي فقط، ولكن تشتمل في الأساس. [1]

[1]– فؤاد مرسي، **المرجع السابق**، ص 127.

الفرع الثاني: أهمية التجارة الخارجية

تعد التجارة الخارجية من أهم القطاعات الحيوية في أي اقتصاد حيث تعتبر المؤشر الجوهري على القدرة الإنتاجية والتنافسية للدولة لأنها تعكس إمكانيات الدولة في تحقيق مكتسبات التنمية الاقتصادية التي يترتب عليها إيجابيات تعود بالنفع على الاقتصاد المحلي وكذا تحقيق الرفاهية لدول العالم وإشباع احتياجات الدولة من سلع وخدمات يصعب إنتاجها محليا أو تكون الدولة غير قادرة على إنتاجها محليا.

كما تختلف أهمية التجارة الخارجية من دولة إلى أخرى حسب مستوى تقديمها الاقتصادي ومدى توافر عناصر الإنتاج لديها، حيث تقل أهمية التجارة الخارجية في الدول كبيرة الحجم ذات الإمكانية الضخمة كالولايات المتحدة الأمريكية لأنها تستطيع إنتاج القدر الأكبر من احتياجاتها، ويعود ذلك إلى اتساع مساحتها ووفرة العديد من عناصر الإنتاج لديها، مع ذلك هذا لا يمنع من اللجوء للمنتجات الخارجية التي تكون بتكلفة أقل لرفع مستوى رفاهية أفرادها ليس أكثر، على عكس من ذلك تزداد أهمية التجارة الخارجية عند الدول صغيرة الحجم التي تنخفض إمكانيتها المادية والبشرية سلع والخدمات وتعتمد على الخارج لتوفير باقي متطلباتها وحاجاتها، أما بالنسبة للدول النامية فإنها لا تستطيع إنتاج سوى عدد قليل من السع والخدمات محليا وتعتمد بدرجة أكبر على العالم الخارجي. [1]

لذلك تعتبر معظم منتجاتها مستوردة وهذا لنقص التطور التكنولوجي للإنتاج لديها كالمعدات، السيارات والآلات.

ويبرز دور التجارة الخارجية في الخروج من دائرة الفقر عند الدول النامية عن طريق تشجيع الصادرات فينتج عن ذلك رأس مال أجنبي جديد يلعب دورا هاما في زيادة الاستثمارات وبناء المصانع وإنشاء البني التحتية ويؤدي ذلك في النهاية إلى النهوض بالتنمية الاقتصادية.

مما سبق فإن أهمية التجارة الخارجية بالنسبة لأي دولة في العالم سواء كانت متقدمة أو متخلفة، كبيرة أو صغيرة الحجم تبقى قائمة لأن هذه الدول أصبحت مترابطة لا منها العيش في

[1]– جاسم محمد، **التجارة الدولية**، دار واهرن للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 09.

معزل، كما لا يمكن لأي دولة تحقيق الاكتفاء الذاتي طالما تسعى للتقدم الاقتصادي والذي يتحقق من خلال التكامل الاقتصادي بين دول العالم عن طريق التجارة الخارجية.

المطلب الثالث: أدوات السياسة الخارجية

تعتمد الدولة عدة أساليب عند تطبيق سياستها في مجال التجارة الخارجية من خلالها تستطيع التحكم في مبادلاتها الخارجية وخدماتها المصرفية الأجنبية، حيث تنقسم هذه الأدوات إلى ثلاث أدوات رئيسية تتمثل في الأدوات السعرية، الكمية والتنظيمية والتي سنبينها في الفروع الثلاثة التالية:

الفرع الأول: الأدوات السعرية

تعتمد هذه الأدوات في الأساس على أسعار الصادرات والواردات خلال عملية التبادل مع باقي الدول الأجنبية، حيث تفرض هذه الرسوم على الواردات غالبا ومن النادر أن تفرض على الصادرات.

كما أن هناك نوعين من الرسوم وهما:

أولا: الرسوم القيمية

تفرض بنسبة مئوية معينة من السلعة على الضريبة.

ثانيا: الرسوم النوعية

تفرض مبلغ محدد على كل وحدة من وحدات السلعة محل الضريبة بحسب نوعها أو وزنها أو حجمها بغض النظر عن قيمتها وفيها ما يلي: [1]

1- المنح أو الإعلانات:

حيث تقدم الدولة مزايا نقدية أو عينية للمصدرين تمكنهم من كسب حصص في الأسواق الخارجية عن تصدير سلع معينة، وقد تكون هذه الإعلانات مباشرة كمبلغ نقدي أو عيني مباشرة كالإعفاء من الضرائب أو تخفيض تعريفة نقل السلع المصدرة.

[1]- مجدي محمود شهاب، **الاقتصاد الدولي**، دار المعرفة الجامعية، د ب ن، 1996، ص 97 .

2- **الرقابة على الصرف:**

تقوم الدولة بتنظيم معاملات الصرف الأجنبي وذلك بوضع قيود تحتكر فيها الدولة عملية بيع وشراء العملات الأجنبية وبواسطته تستطيع الدولة توجيه التجارة الخارجية، حيث تسمح ببيع عملات أجنبية لاستيراد السلع الضرورية بينما ترفض بيعها لاستيراد السلع الكمالية.

3- **الإغراق:**

هو أحد الوسائل أو المشروعات الاحتكارية التي تتبعها الدولة للتمييز بين الأثمان السائدة في الخارج، حيث تكون الأخيرة منخفضة عن الثمن الداخلي للسلعة، مضافا إليه نفقات النقل وغيرها من النفقات المرتبطة بانتقال السلعة من السوق الوطنية إلى السوق الأجنبية ويمكن التمييز من حيث مدى استمراره بين ثلاث أنواع وهي كالأتي: [1]

أ- **الإغراق العارض:** الذي يفسر بظروف استثنائية طارئة.

ب- **الإغراق قصير لأجل أو المؤقت:** الذي تنتهي بتحقق الغرض المنشأ من أجله.

ج- **الإغراق الدائم:** المرتبط بسياسة دائمة يستند إلى وجود احتكار في السوق الوطنية يتمتع بالحماية.

ويشترط لنجاح سياسة الإغراق انفصال الأسواق عن بعضها البعض، وهذا ما يجعل من السهل على المحتكر أن يميز من حيث الثمن الذي يفرضه على مختلف الأسواق كل بحسب ظروفه وخاصة بحسب مرونة الطلب السائد به، فحيث المرونة القليلة يبيع بثمن مرتفع وحيث المرونة الأعلى يبيع بثمن منخفض، وبالطبع تختلف أثار سياسة الإغراق من وجهة نظر الدول المستوردة عنها من جانب الدول المصدرة، ويرى أنصار مذهب الحماية ضرورة مكافحة سياسة الإغراق الأجنبية، وتتأكد ضرورة التدخل إذا ما كان الإغراق بهدف القضاء على المنافسة في السوق المحلية ثم استغلالها برفع الأثمان كما في حالة الإغراق المؤقت ومن هنا تتضح خطورة الأثر الهدام للإغراق على هيكل الجهاز الإنتاجي واتجاهات التجارة الخارجية للبلاد، ويستقيم

[1]- مجدي محمود شهاب، **المرجع السابق**، ص 112.

بالتالي القول ضرورة حماية الاقتصاد القومي من مخاطره بفرض القيود على حركات السلع التي يراد بها إغراق السوق الوطنية والقضاء على المنافسة فيه.[1]

الفرع الثاني: الأدوات الكمية

تتضمن الإجراءات والقيود على أنواع وكميات السلع المصدرة أو المستوردة وهي كالأتي:[2]

أولا: نظام الحصص

حيث تحدد الدولة كمية استيراد سلعة معينة خلال فترة زمنية معينة كما يمكن تطبيقه على الصادرات أيضا إذ تهدف الدولة من خلاله إلى إصلاح خلل في ميزات المدفوعات أو حماية صناعية جديدة وينقسم إلى:

1- الحصة الكمية:

يتم تطبيق ضريبة جمركية منخفضة على كمية محددة من السلع المستوردة خلال مدة زمنية معينة أما ما يستورد زيادة على هذه الكمية خلال الفترة فتطبق عليه ضريبة جمركية مرتفعة.

2- الحصة الإجمالية:

وهي تحديد الكمية التي يسمح باستيرادها من طرف الدولة خلال مدة زمنية معينة من دون توزيع لهذه الحصة بين الدول المصدرة أو المستوردين المحليين.

ثانيا: تراخيص الاستيراد

تمنح الدولة أذونات للأفراد أو الهيئات لاستيراد كميات معينة من السلع إذ لا يمكن الاستيراد بدون تراخيص التي تحدد حصة كل مستورد من الكمية المستوردة وبالتالي يمكن السيطرة على الواردات والتحكم في كميتها ونوعيتها.

[1]- عبد الرحمان زكي، **اقتصاديات التجارة الدولية**، دار الجامعات المصرية، مصر، 2001، ص 122.

[2]- محمد الناشد، **التجارة الخارجية والداخلية**، حلب، 1988، ص 255.

الفرع الثالث: الأدوات التنظيمية

تنظم المبادلات التجارية بين الدول بعدة طرق أهمها: المعاهدات التجارية، الاتفاقيات والاتحادات الجمركية بواسطة المناطق الحرة ونظام المعايير وهي كالأتي:[1]

أولا: المعاهدات التجارية

تعقد هذه المعاهدات بين الدول لتنظيم علاقاتها التجارية المتبادلة لتحديد مركز الأجانب وتعيين الحدود التي يمكنهم ضمنها ممارسة نشاطهم التجاري، كما تحدد بها قيمة الرسوم الجمركية وإقامة المشاريع وكذلك قضية مكاتب التمثيل التجاري، وتقوم هذه المعاهدات التجارية على مبادئ هي: [2]

1- مبدأ المساواة.

2- مبدأ المعاملة بالمثل.

3- مبدأ الدولة الأولى بالرعاية.

ثانيا: الاتفاقيات التجارية

تختلف الاتفاقية التجارية عن المعاهدة من الناحية الشكلية والموضوعية، فالاتفاقية تكون مدتها محددة وقصيرة كما تتناول جانبا مفصلا أكثر مما هو موجود في المعاهدة، كما تعبر الاتفاقية عن الرغبة في التعاون في مجال معين مع ذكر التفاصيل الخاصة بذلك.

ثالثا: اتفاقيات الدفع

وهي إتفاقيات بين الدول بغية توضيح أساليب تسوية الحسابات المترتبة عن الارتباطات التجارية والمالية وتبرم عادة بين الدول التي تقيد عملتها إلى عملات أجنبية وتفرض أنظمة للرقابة على الصرف.

---

[1]- علي عبد الفتاح أبو شرار، **الاقتصاد الدولي – نظريات وسياسات** –، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2007، ص 276.

[2]- عبد الرحمان زكي، **المرجع السابق**، ص 123.

رابعا: الإتحادات الجمركية

وهي معاهدة دولية تهدف إلى إقامة إقليم جمركي موحد تتخذ فيه عدة إجراءات كإلغاء الرسوم والقيود بين الدول المنظمة للإقليم مع وضع تعريفة موحدة مع دول التعامل الأخرى، كما تهدف إلى إتباع سياسة تجارية موحدة عن طريق إنشاء أجهزة لتنظيم العلاقات بين الدول الأعضاء في الإقليم.

خامسا: المناطق الحرة

وهي المناطق التي تحدث فيها المبادلات التجارية بحرية دون الخضوع للإجراءات الجمركية فهي مناطق مستثناة من النطاق الجمركي للدولة ولكنها لا تستثنى من الرقابة الصحية أو التفتيش أو إجراءات الهجرة أو سواها مما يتصل بالسيادة القومية.

سادسا: نظام المعايير

يسمح هذا النظام بتحقيق المراقبة الفعالة على الواردات حيث يعتمد على تقنيات حديثة لحماية السوق الداخلية دون المساس بالالتزامات الدولية وله طابعين وهما: الأول إلزامي والأخر اختياري، ويتم تنفيذه من قبل هيئات وطنية وأجنبية تقوم بمراقبة المطابقة والتصديق قصد التأكد من احتواء السلعة المستوردة على جميع المواصفات أو على الأقل تساوي مثيلاتها التي تباع في المنشأ.

المطلب الرابع: مراحل تطور التجارة الخارجية الجزائرية

إن الجزائر شهدت تحولات وتغيرات هامة فرضتها عليها الظروف الداخلية والخارجية على كافة الأصعدة، وحتى التخطيط المركزي وهيمنة القطاع العام على الاقتصاد مع التركيز على الصناعات الثقيلة واستبعاد الاستثمار الأجنبي، وعليه سنوضح ذلك في الفروع التالية:

الفرع الأول: مرحلة تقييد التجارة الخارجية الجزائرية

تمتد هذه المرحلة من 1963 إلى غاية 1989 يمكن تقسيمها إلى مرحلتين وهما كالأتي:

أولا: مرحلة الرقابة (1963- 1970)

لقد كانت التجارة الوطنية في سنة 1962 مستوحاة من التجارة الخارجية الفرنسية، ويرجع ذلك إلى عدم امتلاك الجزائر الوسائل الضرورية لتنفيذ سياسة اقتصادية جديدة ومستقلة، فأصدر أصحاب القرار القوانين ومراسيم ولوائح تنظيمية تمنكها من مراقبة التجارة الخارجية، وعمدت الدولة عدة إجراءات منها: [1]

1- الرقابة على الصرف:

عرفت الجزائر خلال هذه الفترة استقرار في سعر الصرف،هذا الاستقرار كان ضروريا بالنظر إلى المرحلة التي كان يعيشها الاقتصاد الوطني التي تميزت بتنمية كثيفة تتطلب استثمارات كبيرة.

2- **الرسوم الجمركية:**

تم استحداث إجراءات جديدة وتم تنويع تشكيلتها من أجل حماية الاقتصاد الوطني من المنافسة الخارجية وتشجيع الصناعية التحويلية.

3- نظام الحصص والتجمعات المهيمنة للشراء:

عمدت الحكومة الجزائرية إلى فرض نظام الحصص وإنشاء تجمعات مهيمنة للشراء والتي استندت إلى مجموعة من الرسوم التنفيذية قامت بالرقابة على التجارة الخارجية من خلال

[1]- عبد الرشيد بن ديب، **تنظيم وتطور التجارة الخارجية في الجزائر (رقابة واحتكار)**، الجزائر، 2002، ص 436.

الديوان الوطني للتسويق (**onaco**) الذي تأسس في 1963، بحيث عهدت إليه مهمة استيراد المواد الغذائية، وأصبحت الواردات خاضعة حسب المرسوم رقم 63- 188 لنظام الإذن.

رغم هذه الإجراءات الحمائية إلا أن وضعية الميزان التجاري كانت متذبذبة بين الفائض والعجز، ففي سنتي 1963 و 1964 عرفت الجزائر فائض في ميزانها التجاري، بعهدها مباشرة حدث أول عجز في سنة 1965 بقيمة 167 مليون دينار جزائري، ويعود هذا العجز إلى انخفاض قيمة الصادرات وكذا عجز سنة 1969 الذي يعود أساسا إلى زيادة الواردات بشكل ملحوظ خاصة من السلع والتجهيزات والمنتوجات النصف المصنعة، أما المواد الغذائية فسجلت تراجعات سنة 1965 في حين عرفت صادرات المحروقات ازدهارا خلال نفس الفترة.

ثانيا: احتكار الدولة التجارية الخارجية 1970- 1989

بعد مرحلة الستينات جاء المخطط الرباعي الأول (1970-1973) ليوضح نوايا السلطات الجزائرية اتجاه القطاع التجاري، إذ تم إقرار مجموعة من الإجراءات وتحديد إستراتيجية اقتصادية للمدى البعد ترتكز على تقويم المحروقات وإعادة تنظيم النشاط على شكل مخططات وطنية تقوم باستيراد المواد التي تدخل في دائرة تخصصها الإنتاجي بموجب تراخيص ممنوحة لها من قبل الدولة، كان الهدف من هذا الاحتكار التحكم في التدفقات التجارية وإدماجها في إطار التخطيط المركزي للنمو الاقتصادي والاجتماعي، وكنتيجة لذلك كانت أكثر من **80%** من الواردات تحت رقابة الدولة.

أما الصادرات فإن انحصارها في قطاع المحروقات يظهر جليا من خلال نسبة صادرات المحروقات التي كانت تمثل **69.4%** سنة 1970 ثم ارتفعت إلى نسبة **98%** سنة 1985، هذه الوضعية جعلت المحروقات تمثل المورد المالي الأول والوحيد في الجزائر من العملة الصعبة، الأمر الذي يفسر العجز الوحيد المسجل في الميزان التجاري في عشريات الثمانينات (1986) أين تزامن انخفاض أسعار البترول مع تدهور قيمة الدولار الأمريكي، تميزت هذه المرحلة بسعي الدولة إلى تقويم وتعزيز التنافسية للقطاع العام وكذا ضبط النشاط الخاص، إلا أن هذا لم يعد كافيا بالنهوض بالاقتصاد الوطني ونتج عن سياسة احتكار الدولة للتجارة الخارجية وجود تبعية شديدة متعددة الأشكال للخارج تمثلت في:

1- تبعية تكنولوجية في المجال الصناعي.

2- تبعية تجارية ناتجة عن ارتفاع سعر الواردات.

3- تبعية مالية سببها اللجوء إلى القروض لتمويل المشاريع الاقتصادية.

كل هذا أثر سلبا على الميزان التجاري، مما دفع الدولة بوضع القانون رقم 88-1929 المؤرخ في 19 أفريل 1988 والذي حدد أسس ومبادئ احتكار الدولة للتجارة الخارجية أين يتم استبدال تراخيص الاستيراد الشاملة بميزانية العملة الصعبة السنوية في إطار البرنامج العام للتجارة الدولية، بمعنى إتباع سياسة تجارية أخرى تسمح بتنمية الاقتصاد الوطني ومنه القضاء على التبعية الاقتصادية.[1]

الفرع الثاني: مرحلة الإصلاح قطاع التجارة الخارجية الجزائرية

عمدت الجزائر إلى إصلاح قطاع التجارة الخارجية بعد الأزمة النفطية سنة 1986، وذلك بفتح الطريق أمام القطاع الخاص من أجل تنويع صادراتها بعد أن كانت تعتمد على قطاع واحد هو قطاع المحروقات.

وعلى هذا الأساس، قامت بوضع أول برنامج للتصدير خارج المحروقات سنة 1988 بهدف إعادة التوازن لميزانيها التجاري على المدى المتوسط، ولتحقيق الفائض على المدى البعيد.

وفي عام 1991 تعرضت الجزائر لأثار الجفاف الذي استمر فترة طويلة وأسعار النفط الدولية التي بدأت في الانخفاض مرة أخرى، اتسم ميزان المدفوعات الجزائري خلال تلك الفترة بخسائر في الاحتياطات وزيادة الاقتراض، وكنتيجة لذلك قامت الجزائر بالتحرير التام لتجارتها الخارجية حيث كان ينتظر من التحرير تحقيق نوعين من المنافع للاقتصاد الوطني هما:

- اكتساب التكنولوجيا الحديثة من خلال استخدام التجهيزات المستوردة.

- إعطاء نوع من الحركية للاقتصاد الوطني بفعل التغيرات التي قد تطرأ على القدرة الإنتاجية والتي سيكون لها رد فعل على مستوى تغيرات الأسعار النسبية وهذا ما يشجع الاستثمارات وزيادة إنعاش المنافسة وروح التجديد والتطوير والإبداع بين المؤسسات الوطنية.

[1]- صالح تومي، عيسى شقبقب، جامعة الجزائر، مجلة الباحث، ع04، 2006.

وعليه فإن الإصلاحات التي عرفها قطاع التجارة الخارجية مر بمراحل عدة نميزها فيما يلي:[1]

أولا: مرحلة التحرير المقيد (1990-1991)

تميزت هذه المرحلة في بدايتها بإصدار قانون النقد والقرض وفي أفريل 1990 والذي جاء ليعزز حرية الاستثمار الأجنبي بالجزائر كما يشمل جوانب عديدة من الإصلاحات في مجال الإستيرداد والتصدير والقرض والتسيير حيث سمح هذا القانون بما يلي:

1- إعطاء الفرصة لفتح مجال الاقتصاد الوطني أمام مشاركة الرأسمالية الأجنبي بكل أشكاله.

2- رفع كل قيود القوانين السابقة المتعلقة خصوصا بالميدان الذي يمكن أن يشارك فيه الرأسمال الأجنبي.

3- فتح وتمثيل البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية في الجزائر من قبل مجلس النقد والقرض.

4- كما قامت الجزائر بإلغاء القانون المعزز لاحتكار الدولة للتجارة الخارجية وهو قانون رقم88- 29 والمتعلق بالبرنامج العام للتجارة الخارجية ومنح التراخيص الخاصة بالاستيراد للقطاع الخاص.

5- ولهذا الغرض أسندت لبنك الجزائر **(البنك المركزي سابقا)** والبنوك التجارية صلاحيات واسعة للإشراف على التجارة الخارجية، من خلال إصدارها لعدة أنظمة (نظام 90 -02، 90-03، 90-04).

6- تتعلق بالتصدير والاستيراد بغرض تنظيم العمليات التجارية مع الخارج، كما تحدد في مجملها الطرق العملية لفتح وتشغيل حساب أو عدة حسابات بالعملة الصعبة لدى أي بنك جزائري من قبل الأشخاص المعنويين الجزائريين.

غير أن هذه الإجراءات المتعلقة بالاستيراد والتصدير من قبل المؤسسات الوطنية والأجنبية قد واجهتها عدة عراقيل نذكر من أهمها:

[1]- محمد حشماوي، **التجارة الدولية والتنمية الاقتصادية للبلاد النامية خلال الثمانينات**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، 1994، ص 172.

أ- عدم إمكانية إجراء عمليات المنافسة بين البنوك لغرض تمويل عمليات التصدير والاستيراد، في حين نلاحظ أن اللجوء إلى السوق الحرة للحصول على العملة الصعبة نشطا.

ب- الالتزام بعدم معالجة بعض المنتجات أو شراءها أو بيعها والتي تخضع لترخيص صريح.

ج- التزام الوكلاء غير المقيمين بالتكفل بإنتاج السلع المحلية.

د- الاقتصاد على فئة محددة من المتعاملين الاقتصاديين من وكلاء معتمدين وتجار الجملة.

هـ- ضرورة انتقال رؤساء الأموال، ذلك لأن تسديد ثمن البضائع يتطلب ضرورة توافر رصيد معين من العملة الصعبة.

و- تقييد نشاط الوكلاء وتجار الجملة بموافقة بنك الجزائر وليس الإدارة التجارية، هذه الموافقة تقتضي الالتزام بالاستثمار في إنتاج السلع والخدمات.

في هذه المرحلة للتحرير المقيد التي قامت فيها الجزائر بتنظيم وسن القوانين التي تهيئ الاقتصاد الوطني للدخول إلى اقتصاد السوق الذي يضمن حرية المبادلات التجارية الداخلية والخارجية، فقامت السلطات الوطنية إضافة إلى ما سبق ذكره بإجراءات تنظيمية أخرى تتمثل في وضع المرسوم رقم 91- 37 المؤرخ في 13 فيفري 1991 والمتعلق بتحرير التجارة الخارجية، والذي أكد أن الإمكانيات الخاصة بالقوى العمومية من أجل تحرير التجارة الخارجية تقف على شرط واحد أساسي هو حصول المتعامل على السجل التجاري، حيث يمكن من التدخل في إطار التجارة الخارجية.

غير أنه ولتعديل تطبيق المرسوم السابق أمر بنك الجزائر بتنظيم جديد تحت رقم

91- 03 المؤرخ في 20 فيفري 1991 والمتعلق بظروف تطبيق عمليات إستيرداد السلع وتمويلها، كما تقرر من خلال التنظيم الجديد ما يلي:

- إن كل شخص طبيعي أو معنوي مقيد في السجل التجاري يستطيع دون موافقة أو قيد مسبق من طرف بنك وسيط أن يستورد جميع السلع غير الممنوعة أو المحظورة.

- يتم توطين الواردات المسموح بها من طرف البنك الوسيط الذي يضع الختم **(التوقيع)** على العقد التجاري أو الفاتورة.

كما جاءت التعليمة رقم 91- 03 المؤرخة في 21- 04- 1991 لتخرج بمفاهيم بنكية وهي القدرة على الوفاء والضمانات التي تفرضها البنوك على زبائنها الممارسين للتجارة بصفة خاصة، فمن أهم موادها ما يلي:[1]

المادة الثالثة: الدفع بالنسبة للواردات يتم فقط من طرف البنك الوسيط الذي وطن العملية والذي يحول العملة الضرورية للدفع عند الأوان: يقتطع البنك من حساب المستورد الدينارات المكافئة للعملة المحولة ويطبق سعر الصرف للعملة الخاصة بالدفع بالنسبة للمستورد.

المادة الرابعة: أهم ما جاء فيها أن المستوردين الذين يملكون حسابات بالعملة الصعبة بإمكانهم تسوية معاملاتهم، وذلك باقتطاع المبلغ من حساباتهم.

المادة الخامسة: المستوردون ملزمون بموافقة البنك الموطن لإيجاد وتحويل التمويلات الخارجية الموافقة لطبيعة وحجم السلع المستوردة حسب ما هو مبين في المادتين السادسة والسابعة إضافة إلى ذلك ميز المرسوم نوعين من السلع هي:

- **السلع الاستهلاكية:** مدة القرض تساوي 18 شهرا.

- **السلع التجهيزية:** مدة القرض مساوية على الأقل ل36 شهرا.

ثانيا: مرحلة إعادة مراقبة الدولة للتجارة الخارجية (1992- 1993)

إن المشكل الذي عانته السلطات الجزائرية خلال الفترة الأولى لتحرير التصدير والاستيراد أثر سلبيا على الاقتصاد الوطني وذلك راجع للنقص أو الندرة في الموارد بالعملة الصعبة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فتح المجال أمام كافة الواردات، وهذا ما أدى بالدولة إلى الاستدانة أكثر قصد توفير العملة الصعبة لتغطية معاملاتها الخارجية وتسوية التزاماتها مع العالم الخارجي.

[1]- مرسوم 91- 37، الجريدة الرسمية رقم 16، القانون رقم 90-10 المؤرخ في 14-05- 1990 **المتعلق بالنقد والقرض.**

وفي عام 1992 أدى تجدد الإختلالات المالية إلى قيام السلطات بتشديد القيود على النقد الأجنبي وتوسيع نطاق حظر الواردات، فالمعاملات التي تزيد قيمتها عن **100.000 دولار** أصبحت تخضع لموافقة اللجنة الخاصة.

لهذا ومن أجل دفع عجلة التنمية الاقتصادية تدخلت الدولة لمراقبة وضبط التجارة الخارجية بغرض التحكم في سيران السلع والخدمات من وإلى الاقتصاد الوطني، فتح إصدار في هذا الميدان التعليمة رقم 625 المؤرخة في 18 أوت 1992 المتعلقة بتمويل التجارة الخارجية، وذلك بإعطاء الأولوية للحصول على العملة الصعبة والتسيير المحكم لوسائل الدفع الدولية وتبعا للظروف والوضعية الاقتصادية التي كان يعيشها الاقتصاد الوطني، وفي هذا الإطار ولضمان نجاح هذه العملية والمراقبة الحسنة لتنفيذ هذا القرار أو التعليمة تم إنشاء لجنة مكلفة بمتابعة عمليات التجارة الدولية والتي كانت من صلاحيات البنك، وهي **لجنة AD-HOK**[1] التي من بين مهامها ما يلي:

1- تقرير قرض الإستيرداد للعمليات المراد القيام بها من طرف مختلف الأعوان.

2- منح التأشيرة (**VISA**) تبعا للظروف المالية التي تلاءم الواردات المعينة.

وللجنة**AD-HOK** إيجابيات وسلبيات سنبينها فيما يلي:

أ- إيجابيات اللجنة AD-HOK:

- تفرض أفضل الشروط من أجل تموين السوق بالمواد الضرورية.

- توفير السيولة النقدية بالعملة الصعبة لاستعمالها في قطاعات التنمية، أو الحد من استنزاف العملة الصعبة في قطاعات غير مجدية وفي استيراد منتجات كمالية.

ب- سلبيات اللجنةAD-HOK :

- تتميز بالثقل في معالجة الملفات المقدمة لها وهذا لتشكلها من عدة وزارات ذات نشاطات مكثفة.

---

[1]- **AD-HOK لجنة تقوم بمراقبة العمليات التجارية، والسهر على التسيير الأمثل للموارد الوطنية بالعملة الصعبة بهدف تجنب الفساد.**

– ارتكبت أخطاء حيث قدمت قروض لبعض المستوردين الذين تميزوا بالحيلة والتلاعب وهذا ناتج عن نقص الخبرة والمعرفة الكاملة لأسعار ونوعية المنتجات في الخارج وخاصة خارج الدول التقليدية كفرنسا وإيطاليا مما أدى ببعض المتعاملين إلى تقديم تصريحات كاذبة وخاطئة، كأن تقدم سعر أكبر من سعرها الحقيقي من أجل الحصول على فائض أكبر من العملة الصعبة.

الفرع الثالث: مرحلة التحرير التام للتجارة الخارجية

تميزت هذه المرحلة بإمضاء الجزائر على اتفاقية (**STAND–BY**) في سنة 1994 مع صندوق النقد الدولي (**FMI**) وهذا راجع كون أن الدولة في الرحلة السابقة كرست أكبر حصة من عوائدها البترولية والتي تمثل أعظم مداخيلها في تسديد الديون الخارجية مما قلص من قدراتها لمواجهة حاجياتها الغذائية وكذلك تنمية اقتصادها، لذلك فإن إعادة الجدولة كانت سببا ضروريا لإنعاش الاقتصاد الوطني والخروج من الأزمة.

إن استمرار العجز في ميزان المدفوعات وتزايد أعباء المديونية الخارجية تعتبر حالات من شأنها أن تشكل ضغوطات خارجية وحجة لدى المنظمات الدولية للتدخل في الشؤون الخارجية وحتى الداخلية للدولة الجزائرية، حيث أن هذه المنظمات الدولية (**مؤسسات بريتونوودز**) تفرض شروطا قاسية على الدولة المعنية وما على الدول الخاضعة لهذه الشروط المجحفة إلا تطبيقها رغم مساوئها ومن ضمنها عملية إعادة الجدولة للديون الخارجية والتي هي عبارة عن برنامج تسوية مصادق عليها من طرف صندوق النقد والقرض (**FMI**).

لمواجهة هذه الأزمة اتخذت السلطات مبادرة كبرى للإصلاح في أوائل عام 1994 بترتيب توصلت إليه مع صندوق النقد الدولي بالإضافة إلى برنامج شامل لإعادة جدولة الديون، هذه العملية أي إعادة الجدولة تتخذ أشكالا عديدة حيث تتمحور أساسا حول تحرير التجارة الخارجية عن طريق تخفيض سعر الصرف، وإلغاء الرقابة على النقد الأجنبي أو تقليصها إلى الحد الأدنى، وتحرير الإستيرداد من القيود خاصة بالنسبة للقطاع الخاص[1]، وكذلك إلغاء الاتفاقيات التجارية الثنائية كما أنها تتمحور أيضا حول علاج مشكلة التضخم عن طريق تقليل عجز

[1]– عبد الرشيد بن ديب، **المرجع السابق**، ص 446.

الميزانية العامة بواسطة النفقات العامة، وإلغاء تدعيم السلع الاستهلاكية وتحرير الأسعار وكذلك تتمحور حول نقل عوامل نقل الإنتاج من القطاع العام إلى القطاع الخاص عن طريق ضمان عدم القيام بعملية التأميم وتقديم ضمانات ومزايا ضريبية للاستثمار الوطني والأجنبي وضمان حرية تحويل الأرباح إلى البلدان الأصلية بالنسبة للمستثمرين الأجانب وتقليص نشاط القطاع العام واقتصاره على القطاعات الإستراتيجية.

وبعد أن تقدمت السلطات بطلب جدولة الديون المتعددة الأطراف طرأ انخفاض ملحوظ على التدفقات الرأسمالية الوافدة وجاء ذلك أساسا لأن وكالات ائتمان الصادرات الرسمية سحبت الغطاء الممنوح للجزائر.

واستعدادا لتطبيق الشروط المجحفة لصندوق النقد الدولي، قامت الجزائر بتهيئة اقتصادها الوطني عن طريق تحرير تجارتها الخارجية وفتح حدودها أمام السلع والخدمات الأجنبية ورؤوس الأموال الدولية، ويتمثل ذلك في الاستعدادات الخاصة بعملية تمويل الواردات التي حددت في التعليمة رقم 94- 20 المؤرخة في 12 أفريل 1994 الصادرة عن بنك الجزائر وهذه التعليمة تعبر عن الحل أو الإلغاء الرسمي للجنة المختصة **AD-HOK** المكلفة بعملية تمويل الواردات، كما أن هذه العملية تعيد الاعتبار للبنك في أداء مهمته كممول رئيسي للتجارة الخارجية وتكريس مبدأ حرية الحصول على العملة الأجنبية من طرف كل متعامل اقتصادي تتوفر فيه شروط معينة وقد جاءت هذه التعليمة لتلغي كل التعليمات السابقة الخاصة بعملية تمويل الواردات، كما أنها حددت شروط منح قروض مصرفية على أساس علاقات جديدة بين البنك والمتعاملين تحت شعار رئيسي وهو القدرة على السداد

(solvabilite La) ومن أهم هذه المواد التي تنص عليها هذه التعليمة هي:[1]

المادة الأولى: في مجال الإستيرداد الحصول على العملة الصعبة ممكن لكل المتعاملين الاقتصاديين الذين يتوفرون على سجل تجاري مع الاحترام الصارم لإعادة تنظيم التجارة الخارجية للصرف.

[1]- المواد 1،2،3، من التعليمة رقم 20-94 المؤرخة في 12 أفريل 1994 الصادرة عن بنك الجزائر.

المادة الثانية: يجب على البنوك الوسيطة والمعتمدة التأكد من أن المستورد تتوفر لديه تغطية مالية كافية والضمانات المناسبة لمواجهة دفع قيمة الواردات وخدمة الديون التي يقترضها لحسابه.

المادة الثالثة: تنص هذه المادة على أن الالتزامات المالية للبنوك في مجال عملية الإستيرداد **(التحصيل المستندي، الاعتماد المستندي، ضمانات احتياطية)**، يجب أن ترتكز على قدرة المشتري أي المستورد.إن تقديم البنك القدرة على التسديد يقوم على أساس هيكل الذمة المالية والتزاماته وكذا على المرودية، وفي كل الحالات يستطيع إشتراط كل الضمانات التي يراها مفيدة وهذا قبل أي تعهد.

المادة الرابعة: في مجال الواردات ينبغي على البنوك السهر دائما على الحفاظ على مستوى التزاماتها الخارجية الجديدة وفقا لأموالها الخاصة والحد الذي سوف تقرره لاحقا التعليمة الوزارية.

المادة الخامسة: ينبغي على البنوك التي تتخذ التزاماتها في إطار العملية التجارية الخارجية على أن تتوفر على ما يلي:

- نظام مراقبة واحترام النسبة المتفق عليها في المادة الرابعة.
- نظام مراقبة وتسيير الأخطاء المحتملة.

ومن هنا ينبغي على البنوك مراسلة بنك الجزائر في كل فصل وفي أجل لا يتعدى **30 يوما.**
المادة السادسة: استيراد سلع التجهيز الموجهة سواء لإعادة البيع أو الاستثمار، فينبغي أن تمول عن طريق قروض تستجيب لأقل شرط ولمدة يتفق جعلها حسب طريقة السلعة المستوردة.
المادة السابعة: يمكن للمتعامل بعد التشاور مع البنك على إمكانية إستيرداد باقي السلع المسموح بها ويكون الدفع إما التسديد نقدا وإما التمويل يكون بالرجوع إلى قرض تصدير مضمون أو بشروط موافقة للمعايير الدولية.

كما يسمح تسديد استيراد هذه السلع المسموح بها عن طريق جاري العملة الصعبة.

المادة الثامنة: يجب إيداع ضمانات أو رصيد مقابل الوفاء عند الاقتضاء أو الحاجة تكون بالدينار في البنوك المعينة وهذا حسب سعر الصرف الجاري.

المادة التاسعة: لا تطبق أحكام هذه التعليمة على استيراد السيارات من طرف الأفراد عن طريق حسابات بالعملة الصعبة في إطار قانون المالية لسنة 1994.

المادة العاشرة: التعليمة 94-20 تلغي كل الأحكام المضادة خاصة تلك المتعلقة بالتعليمة 58-92.

هذه المواد أصدرت بعد إلغاء اللجنة المكلفة بتمويل الواردات **AD-HOK** في أول أفريل 1994، وقد وضعت مقاييس جديدة لدعم الإجراءات الأخرى الملزمة في المجموع برفع الاحتكار عن التجارة الخارجية وتوطيد معالم اقتصاد السوق بوجه عام.

فأصبح من الممكن الحصول على العملة الصعبة بالاتصال بالبنوك مباشرة بعد استيفاء شروط معينة من طرف المؤسسات العمومية والخاصة والمستغلة في مجال الإنتاج والاستيراد. [1]

[1]- المواد 4،5،6،7،8،9،10، من التعليمة رقم 94-20 المؤرخة في 12 أفريل 1994 الصادرة عن بنك الجزائر.

المبحث الثاني: ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات

حاولت العديد من الدول وخاصة منها الجزائر تطوير عملية ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات بغية تنمية الاقتصاد الوطني، وعملت بذلك على تدعيم نشاط المؤسسات المصدرة عن طريق اتخاذ إجراءات متعددة لبلوغ هذا الهدف.

وعليه سنتناول في هذا المبحث ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية **(المطلب الأول)**، ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية

وعليه سنبين ذلك في الفروع التالية: [1]

الفرع الأول: الإطار القانوني

تم سنة 1991 إنشاء إطار تشريعي يكرس تحرير التجارة الخارجية، ويحدد الاستثناءات الخاصة، مع إدماج الإنشغالات المتمثلة في حماية الإنتاج الوطني وترقية الصادرات بفضل إجراءات متوافقة مع التزامات الجزائر مع قواعد التجارة العالمية، فمع بروز فكرة تغيير نمط التوجه الاقتصادي مع نهاية الثمانينات من اقتصاد مخطط قائم على احتكار الدولة لوسائل الإنتاج إلى نمط اقتصاد السوق بات حتميا إنهاء احتكار عمليات الاستيراد والتصدير حسب المرسوم التنفيذي 37/91 المؤرخ في 13 فيفري 1991.

الفرع الثاني: الإطار التأميني والتمويلي

تم إنشاء نظام جديد لضمان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لضمان الصادرات "**CAGEX**" تم إنشاء هذه الشركة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 69-205 الصادر في 05 جوان1996 والمتعلق بتامين القرض على الصادرات والذي أسس في نص المادة الأولى منه نظام التامين على مخاطر التصدير. **أنظر الملحق رقم (01)**.

[1]- طارق قندوس والسعيد قاسمي، **تحديات ورهانات إستراتيجية ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات**، مذكرة ماستر، جامعة مسيلة، الجزائر، 2010، ص ص7-9.

حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الأخطار التجارية وغير التجارية وأخطار الكوارث الطبيعية، إضافة للمشاركة في المعارض الدولية واستكشاف أسواق جديدة، هذا ما يجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تتشجع لاقتحام الأسواق الخارجية، وفي الجانب التمويلي بتقديم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير سواء لاستيراد المواد الأولية الداخلة في المنتجات المعدة للتصدير، أو أثناء العملية التصديرية، أو بإنشاء الشباك الوحيد على مستوى البنوك لتسهيل العمليات المالية للمصدرين، على غرار برامج التمويل الإقليمية **(برامج تمويل التجارة العربية البينية، برامج تمويل الصادرات على مستوى الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي)**.

كما تم تأسيس الصندوق الخاص لترقية الصادرات "**FSPE**" بموجب قانون المالية لسنة 1996، حيث تخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتوجاتهم في الأسواق الخارجية، كما تمنح إعانات الدولة عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بإنتاج ثروات أو تقدم خدمات ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير. **أنظر المحلق رقم (02)**.

وبلغة الأرقام، نستعرض قيمة الدعم الذي قدمته الدولة من خلال صندوق دعم وتنمية مصّدرا عام 2009، مقابل **419 مليون** الصادرات، حيث ارتفع إلى حدود **641 مليون دينار** ل160 عام دينار ل116 مصدرا سنة 2008.

الفرع الثالث: الإطار المؤسساتي والتنظيمي

وتتمثل الإجراءات الحكومية في إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة "**CACI**"، والشركة الجزائرية للأسواق والمعارض "**SAFEX**" والمركز الوطني لمراقبة الجودة واللزم" **CACQE**"، والمركز الوطني للسجل التجاري" **CNRC**"، والجمعية الوطنية للمصدريين الجزائريين، وقامت وزارة التجارة بتأسيس لجنة دائمة متعددة القطاعات سنة 1997 تتمثل مهامها في إعداد برنامج سنوي رسمي لمشاركة الجزائر في التظاهرات الاقتصادية بالخارج والسهر على تطبيق هذا البرنامج.

وفيما يتعلق بترقية الصادرات خارج المحروقات فقد جاء الأمر 04/03 المؤرخ في 2003/07/17 الذي تضمن وجهة نظر مؤسساتية عبر إنشاء هيئة وطنية تتكلف بترقية التجارة الخارجية "**ALGEX**" والتي أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 174/04 المؤرخ12 جوان 2004،[1] تطبيقا للمادتين **19 و 20** من المرسوم الرئاسي السابق ذكره.

حيث تتمتع بصلاحية إنشاء مكاتب ربط وتمثيل وتوسع تجاري في الخارج بغرض مساندة دخول المؤسسات الوطنية في الأسواق الخارجية، كما تم إنشاء دار المصّدر مؤخرا للتكفل بانشغالات المصّدرين وتمكينهم من تسهيلات.

المطلب الثاني: ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر

وسنوضح ذلك في الفروع التالية: [2]

الفرع الأول: الإجراءات الجبائية والتنظيمية

و يمكن تحقيق كل هذا إلا من خلال ما يلي:

أولا: الإعفاءات الضريبية

تقوم الدولة ولأجل تحقيق بعض الأهداف الاقتصادية بالتخفيض من قيمة الضرائب وفي معظم الحالات في الإعفاء منه، كما هو الحال في ترقية التصدير خارج قطاع المحروقات، بهدف التشجيع على الإنتاج ومنافسة السلع الوطنية لنظيرتها الأجنبية في مختلف الأسواق العالمية.

ولعل من أبرز هذه الإعفاءات تلك الوارد ذكرها في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة والمتمثلة في:

---

[1]– مرسوم تنفيذي رقم 04–174 المؤرخ في 12 جوان 2004 ، **المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيرها**، الجريدة الرسمية، ع39 ، الصادرة في 16 جوان 2004.

[2]– ليندة بلحارث، **الإجراءات المتبعة من طرف السلطات العمومية لأجل ترقية الصادرات خارج المحروقات**، الملتقى الوطني حول" ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر"، يومي 11 و12 مارس 2014، جامعة أكلي أمحند، البويرة، ص2.

أ- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات:

ضريبة تستحق سنوات على أرباح النشاطات الصناعية والتجارية والحرفية، تدفع لصالح الميزانية العامة للدولة، وتمثل إيرادات عمومية تعتمد عليها لتمويل نشاطاتها العامة، وذلك حسب أحكام نص المادتين **135** و**136** من قانون الضرائب المباشر.

إلا أنه وبالرجوع لأحكام نص المادة **138** من نفس القانون فإنه تستفيد من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات جميع عمليات البيع والخدمات الموجهة للتصدير، باستثناء طبعا تلك المتعلقة بالنقل البري والبحري والجوي، وإعادة التأمين والبنوك وذلك لمدة **05 سنوات،** شرط أن يقدم المصدر إلى المصالح الجبائية المختصة شهادة تثبت إيداع تلك العائدات بالعملة الصعبة لدى بنك وسيط معتمد بالجزائر مكلف بعملية التوطين البنكي.

كما تم إلغاء شرط إعادة استثمار الأرباح والعائدات بالنسبة لعمليات البيع والخدمات الموجهة للتصدير، وذلك بموجب أحكام نص المادة **06** من قانون المالية لسنة 2006، بعد أن كان مفروضا بموجب المادة **12** من قانون المالية لسنة 1996 المعدلة لنص المادة **138** من قانون الضرائب.

ب- الإعفاء من الدفع الجزافي:

يعرف الدفع الجزافي بأنه نوع من الضرائب المباشرة التي تفرض على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين والهيئات المقيمة بالجزائر، ولقد استحدث هذا النوع من الإعفاء بموجب قانون المالية لسنة 1996 حيث كانت تعفى الشركات القائمة بعمليات بيع السلع والخدمات للتصدير من أداء الدفع الجزافي بصورة مؤقتة **ولمدة 5 سنوات** ابتداء من السنة المالية 1996، وكانت نسبة الإعفاء تطبق حسب نسبة رقم الأعمال المحقق بالعملة الصعبة، غير أنه تم إلغائها تماما بموجب المادة **13** من قانون المالية لسنة 2006.

ج- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني:

يعرف الرسم بأنه مبلغ من النقود يدفعه الفرد إلى الدولة أو غيرها من أشخاص القانون العام جبار مقابل انتفاعه بخدمة معينة تؤديها له، ويترتب عنها نفع خاص به إلى جانب نفع عام، وبالرجوع لأحكام نص المادة **217** من قانون الضرائب فإنه يستحق الرسم بصدد رقم الأعمال

يحققه المكلفون بالضريبة الذين يمارسون نشاطا تخضع أرباحه للضريبة على الدخل الإجمالي صنف الأرباح التجارية والصناعية والضريبة على أرباح الشركات.

د- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة TVA :

يعد مثل هذا النوع من الرسوم إحدى مكونات النظام الضريبي الجزائري بعد الإصلاحات نتيجة المشاكل العملية التي عرفها تطبيق الرسم على رقم الأعمال من حيث تعقيداته، وتم إدخاله بموجب قانون المالية لسنة 1991 في إطار الإصلاحات الضريبة بهدف إنعاش الاقتصاد الوطني ورفع تنافسية المؤسسات الجزائري على مستوى الأسواق الخارجية من خلال مسح الأعباء الجبائية المحلية المصدرة عند الحدود، والبحث عن الشفافية الحيادية من خلال تخفيف الرسوم المنظمة للعناصر المساهمة في إنتاج السلع والخدمات.

هـ- منح تخفيضات ضريبية على دخول السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

مما يؤدي إلى خفض تكلفة الإنتاج، وبالتالي تمتع هذه الأخيرة بالميزة التنافسية في الأسواق العالمية.

ثانيا: التسهيلات الجمركية

تلعب إدارة الجمارك دورا هاما في تنظيم وتسيير التجارة الخارجية، حيث تؤثر الأنظمة الجمركية، وبشكل بارز في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات وكذا تنميتها، كما تشجع على الرفع من الإنتاج المحلي وزيادة تغلغله في السوق الخارجية، ولقد سعت الدولة الجزائرية لإجراء العديد من التسهيلات للمصدرين بهدف تحقيق المراقبة المستمرة والفعالة حسب مقتضيات قواعد المنظمة العالمية للجمارك، وهو ما تم التأكيد عليه بموجب القانون رقم10/98 المعدل والمتمم للقانون رقم07/79 المتضمن قانون الجمارك والهادف إلى تسهيل المبادلات التجارية وترقية الاستثمارات.

أ- الإعفاء من دفع الحقوق الجمركية:

فرض رسوم جمركية على جميع السلع الداخلة أو الخارجة من البلاد، لكن الاستثناء هو تخفيض هذه الرسوم وفي بعض الأحيان الإعفاء منها لأجل تحقيق المصالح العامة للدولة كما هو الحال في ترقية الصادرات خارج المحروقات بهدف إيجاد مورد جديد بالعملة الصعبة.

ب- تسهيلات في المراقبة الجمركية:

سواء تعلق الأمر بمراقبة البضائع أو في التصريح المفصل، حيث تتولى إدارة الجمارك إجراء الفحص الجوهر بهدف التحكم في تدفق السلع والبضائع باعتبار الجمارك ممر عبورها، فيمكنها فتح هذا الممر إذا كانت السلعة مسموح عبورها أو تضيقه إذا كان مجال الشك، أو غلقه في مواجهة بعض السلع.[1]

ج- الاستفادة من الأنظمة الجمركية الاقتصادية:

تمكن هذه الأنظمة من تخزين البضائع وتحويلها واستعمالها أو تنقلها بتوقيف الحقوق الجمركية والرسوم الداخلية لاستهلاك وكذلك الحقوق والرسوم الجمركية الأخرى، وتدابير الحظر ذات الطابع الاقتصادي الخاضع لها وذلك حسب نص المادة **115 مكرر** من القانون رقم 98/10 وهي موجهة خصيصا لتشجيع بعض الأنشطة الاقتصادية كالتصدير خارج قطاع المحروقات،عن طريق استعمال مجموعة من الميكانيزمات تتنوع إلى الوقف أو الإعفاء من الضرائب والرسوم الجمركية مع منح مسبق لمزايا جبائية ومالية متعلقة بالتصدير.

ونلخص هذه الأنظمة فيما يلي:[2]

1- إلغاء رخص التصدير نهائيا إلا على بعض المواد التي يمنع تصديرها قانونيا.

2- قبول تصريح غير كامل في ظل الإجراءات المعجلة للعملية الجمركية أي بتقديم تصريح أولي مؤقت ومبسط بدلا من التصريح المفصل ويطبق على المنتجات الحساسة للتلف مثل المواد الغذائية القابلة للتلف طبقا للمادة **86** من قانون الجمارك.

3- إجراءات الجمركية المباشرة التي تسمح بإتمام جميع الإجراءات الجمركية داخل مؤسسة التصدير **(فحص البضائع في المحل)** طبقا للمادة **94** من قانون الجمارك.

---

[1]- ليندة بلحارث، **نظام الرقابة على الصرف في ظل الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر**، شهادة دكتوراه في العلوم، جامعة تيزي وزو -1-، 2003، ص 26.

[2]- ريان زير، **أثر ترقية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي (دراسة حالة الجزائر لفترة 2005-2014)**، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015، ص 103.

4- نظام القبول المؤقت الذي يسمح بتصدير مؤقت للعينات أو عرض البضائع في المعارض والتظاهرات الاقتصادية رغبة في التصدير وتوسيع المنافذ طبقا للمادة **193** والمادة **196** من قانون الجمارك.

5- يسمح بتصدير المنتجات المعرضة للتلف خصوصا المنتجات الفلاحية قبل توطين العملية التجارية بخمسة أيام وفقا للمادة **60** و **63** من المرسوم 07-01 المؤرخ في 03 فيفري 2003.[1]

ثالثا: الإجراءات التنظيمية

وهي مكملة للإجراءات الضريبية والجمركية، وضعت خصيصا لأجل ضمان نجاح سياسة التصدير خارج المحروقات، كما أنها تضمن للمتعاملين الاقتصاديين الإطار القانون لممارسة نشاطاتهم بصفة قانونية وشرعية، ونجد فيها مظهريين أساسيين وهما كالأتي:

1- جمعات المصالح المشتركة:

وهي اتحاد مؤسستين أو أكثر في مجال التصدير، خاصة تصدير المواد الصناعية، مع بقاء احتفاظ كل مؤسسة باستقلاليتها الشخصية والمعنوية، وهو ما تم التأكيد عليه بموجب القانون رقم88/ 04 المتعلق بالقانون التجاري المعدل والمتمم لأمر رقم59/75 تحت عنوان التجمعات الاقتصادية ذات المصلحة المشتركة

2- الشركات المختلطة:

جاء تنظيمها بموجب الأمر رقم 13/82 المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 86/13 والمتعلق بتأسيس الشركات المختلطة الاقتصادية وسيرها، وذلك بهدف الرفع من المستوى الاقتصادي الوطني من خلال إدخال المنتوج الوطني إلى السوق الخارجية، فتخضع مثل هذه الشركات إلى القانون التجاري الجزائري وتحوز نسبة **51 %** من المساهمة مقابل **49 %** من الطرف الأجنبي الذي يتولى بمجرد أن تتحقق الأهداف المرجوة من مثل عملية التسيير مع إلزامه بتقديم

[1]- لخضر قاسمي، **أثر الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة مستقبلية حول تنويع الاقتصاد الجزائري**، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة باتنة، 2013، ص ص 68-69.

مساهمات مالية بالعملة الصعبة، وهذا النوع من الشركات يتم مباشرة التخلي عن الطرف الأجنبي واستبداله بالطرف الوطني.

الفرع الثاني: الإجراءات النقدية والمالية[1]

بداية من القانون رقم 90 –02 الصادر في سبتمبر 1990 للمصدر التصرف في جزء أو في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خارج المحروقات، وتمس هذه المادة أيضا مصدري الخدمات، ومن جانب أخر تم إقرار عملية التوطين و التسوية المالية للصادرات غير النفطية للمصدر التصرف في جزء أو في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خارج المحروقات، وتمس هذه المادة أيضا مصدري الخدمات، ومن جانب أخر تم إقرار عملية التوطين و التسوية المالية للصادرات غير النفطية.

أما فيما يخص البنوك التجارية، فقد منح لهذه الأخيرة حرية أكبر في إدارة النقد الأجنبي من حصيلة الصادرات غير النفطية، وتم تجسيد إعادة تأهيل تشريعاتنا وتنظيماتنا عبر إصدار المرسوم رقم 03 –04 الصادر في 17 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على تصدير واستيراد السلع.

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

و منذ 1994 أصبح بإمكان المصدرين تسجيل نسبة **50 %** من حصيلة صادراتهم غير النفطية و من منتجاتهم المنجمية في حسابهم بالعملة الصعبة.

ومع إنشاء سوق صرف ما بين البنوك في الجزائر، كان من المهام الأساسية لهذا السوق هو تغطية العمليات الجارية للبنوك و عمليات زبائنهم المتعلقة أساسا بإعادة تمويل و تقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات غير النفطية والمنتجات المنجمية، إضافة يتم تقديم الدعم للمصدرين بعض المواد لاسيما منها التمور حيث أن تصديرها يستفيد من دعم

[1]– ريان زير، **المرجع السابق**، ص 104.

مزدوج طبقا للقرار الوزاري المشترك بين وزارة التجارة والفلاحة لسنة 2001، والمتمثل في التكفل ب **50 %** من نفقات النقل ومنح **5 د** لكل كيلوغرام كمكافئة لتشجيع الإنتاج والتصدير.[1]

وبموجب المادة **192** من قانون المالية لسنة 1996،[2] تم إنشاء حساب خاص تحت رقم 084/302 بعنوان الصندوق الوطني الخاص بترقية الصادرات وغرض إنشائه هو تقديم المساعدات المالية في خصوص دراسات الأسواق وتحسين النوعية.

وعليه يمكن توضيح ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجداول **رقم (01) و(02)** و**(3)** التالية:

[1]– عبد الحميد حمشة، **دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات في خارج المحروقات في ظل التطورات الراهنة – دراسة حالة الجزائر**–، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، 2013/2012، ص 96.

[2]– أنظر المادة 195 من الأمر 27/95 المؤرخ في 30 ديسمبر 1995، **المتضمن قانون المالية لسنة 1996**، ج ر ع82، الصادرة في 31 ديسمبر 1995.

الجدول رقم (01): يمثل عرض الصادرات الجزائرية خارج المحروقات

الكمية: مليار طن
القيمة: مليون أمريكي

المنتوجات	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة
التمور	16.04	22.62	28.14	23.65	20.44	26.21	20.79	29.85	26.00	38.79	28.64	34.67	31.11	37.55	46.83	52.34	50.08	57.61	57.69	63.77
الخروب وبذور الخروب	6.85	2.50	4.80	2.79	5.88	3.91	6.37	4.49	6.31	5.42	7.18	6.44	7.87	6.02	8.45	7.50	8.60	7.77	7.24	12.74
اللحوم الصالحة للأكل ومخلفاتها، طازجة، المبردة أو المجمدة، والدواجن	0.34	0.03	0.82	0.32	0.29	0.03	0.37	0.04	1.82	0.24	1.41	0.16	0.99	0.11	1.52	0.37	5.18	1.13	5.36	1.60
البصل أو الكراث الطازج أو المبرد	2.38	2.86	3.05	4.06	1.89	1.92	2.32	1.98	3.14	1.94	2.94	1.17	2.40	1.17	1.88	0.60	3.07	1.27	6.50	1.57
البطاطا المبكرة (بخلاف البذور)	0.16	0.06	0.41	0.17			0.82	0.42	0.64	0.22	0.03	0.01	2.59	0.97	0.82	0.35	0.63	0.32	4.50	1.05
الكمأ الطازج أو المبرد	0.26	2.20	0.09	1.15	0.84	7.71	2.45	18.23	0.04	0.61	0.52	4.22	0.23	1.90	0.54	4.26	0.01	0.17	0.04	0.51
منتجات زراعية أخرى	12.22	3.59	1.38	1.13	1.27	1.41	0.89	1.34	1.17	1.20	0.51	0.72	1.40	1.33	2.28	1.81	1.72	1.92	4.55	2.50
المجموع الكلي	**38.25**	**33.85**	**38.69**	**33.26**	**30.60**	**41.19**	**34.00**	**56.35**	**39.12**	**48.42**	**41.24**	**47.40**	**46.59**	**49.05**	**67.32**	**67.23**	**69.29**	**70.19**	**85.87**	**83.73**

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

التحليل:

في 2019 قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات يمثل **2.5 مليار دولار** من صادرات التمور، وتمثل نسبة **2.5%** أي بقيمة **64 مليون دولار**، كما تعتبر صادرات التمور كأول منتج فلاحي تصدره الجزائر خلال السنوات الأخيرة.

صورة رقم **(01)**: تمثل اللحوم الجزائرية الموجهة نحو التصدير **(أصلية 2019)**

صورة رقم **(02)**: تمثل المنتج الفلاحي الجزائري الخروب الموجه نحو التصدير **(أصلية 2019)**

صورة رقم **(03)** : تمثل المنتج الفلاحي الجزائري البطاطا الموجهة نحو التصدير **(أصلية 2019)**

صورة رقم **(04)**: تمثل المنتج الفلاحي الجزائري زيت الزيتون الموجه نحو التصدير **(أصلية 2019)**

الجدول رقم (2): تطور هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2010-2016) (مليار دولار)

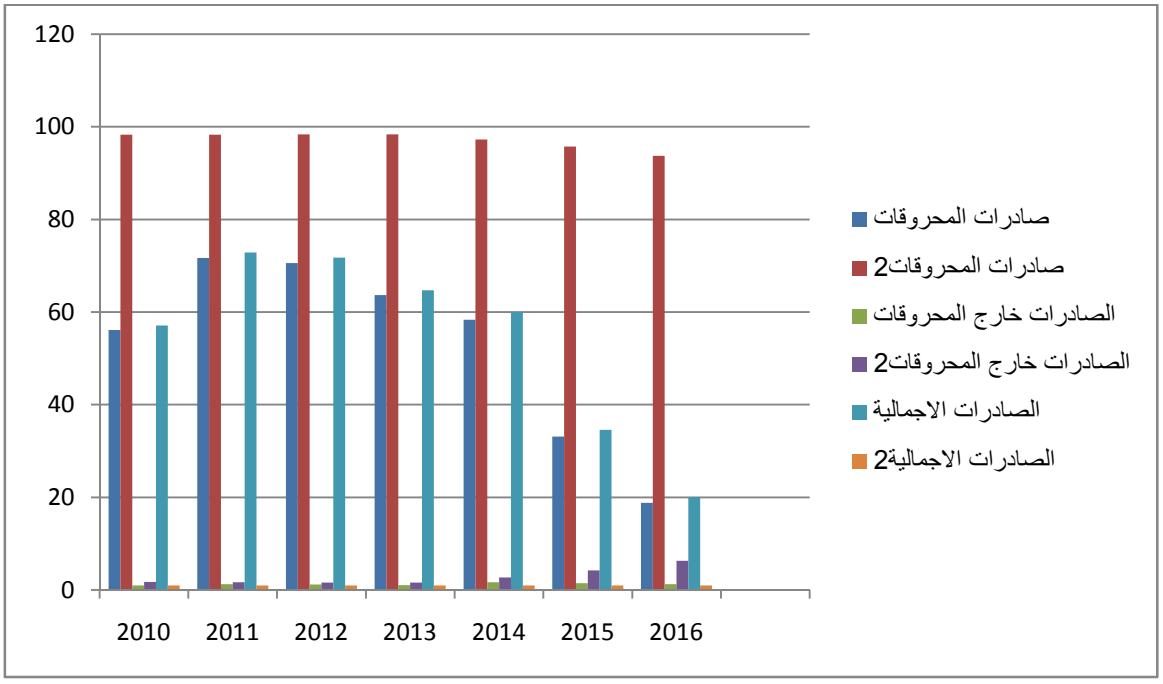
السنوات	صادرات المحروقات		الصادرات خارج المحروقات		الصادرات الإجمالية	
	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة
2010	56.121	98.30	0.969	1.70	70.091	%100
2011	71.661	98.32	1.227	1.68	72.888	%100
2012	70.583	98.39	1.153	1.61	71.736	%100
2013	63.663	98.38	1.051	1.62	64.714	%100
2014	58.362	97.28	1.634	2.72	59.996	%100
2015	33.08	95.75	1.48	4.25	34.55	%100
2016	18.789	93.73	1.25	6.27	20.039	%100

المصدر: التقارير السنوية لبنك الجزائر

www.bank-of-algeria-dz/html/rapport.htm.

1- يبيين الشكل رقم (01): تطور هيكل الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2010-2016)

الشكل رقم (01): يمثل تطور هيكل الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2010-2016)



المصدر: بالاعتماد على معطيات الجدول (2)

التحليل:

من خلال الجدول والشكل يتبين أن هيكل الصادرات الجزائرية يتركز في سلعة واحدة هي المحروقات طول فترة الدراسة بأكثر من **93%** من إجمالي الصادرات حيث تراوحت نسبتها في الفترة من 2010-2016 مابين **93.73%** و**98.39%**، حيث مثلت سنة 2016 أدنى حصيلة لها وذلك ب**18.789 مليار دولار** سنة وهو ما يمثل **93.73%** من إجمالي الصادرات، بينما سجلت أعلى حصيلة سنة 2012 ب**70.583** بنسبة **98.38%** من إجمالي الصادرات، في حين أن المنتجات خارج المحروقات لم تتعدى نسبة **6.27%** خلال فترة الدراسة في حين بلغت أعلى قيمة للصادرات خارج المحروقات سنة 2016 ب**1.25 مليار دولار** و**6.27%** من إجمالي الصادرات، رغم هذا فقد عرفت الفترة 2010-2016 تطورا محسوما في قيمة الصادرات خارج المحروقات، حيث انتقلت من **0.96 مليار دولار** من سنة 2010 إلى **6.27** سنة 2016، ويرجع سبب الانتعاش البسيط إلى تزايد جهود الدولة في تنمية وتنويع صادراتها، وذلك بطرحها جملة من الحوافز في إطار سياستها التنموية المنتهجة، التنويع

السلعي للصادرات الجزائرية غير النفطية خلال الفترة (2010-2016)، ويعبر هذا المؤشر على درجة اعتماد صادرات بلد معين على عدد محدد من السلع، حيث أن قدرة الدول المحافظة على حصصها في الأسواق الدولية، تتوقف على عدد السلع المصدرة ومدى وجود تنوع كبير في صادرات الدولة، وهو وهو ما يعكس ديناميكية الدولة المصدرة وقدرتها على المنافسة الدولية.

2. يبين الجدول رقم (3): تطور هيكل الصادرات غير النفطية الجزائرية خلال الفترة (2010-2016):

الجدول رقم (3): تطور هيكل الصادرات غير النفطية الجزائرية خلال الفترة (2010-2016)

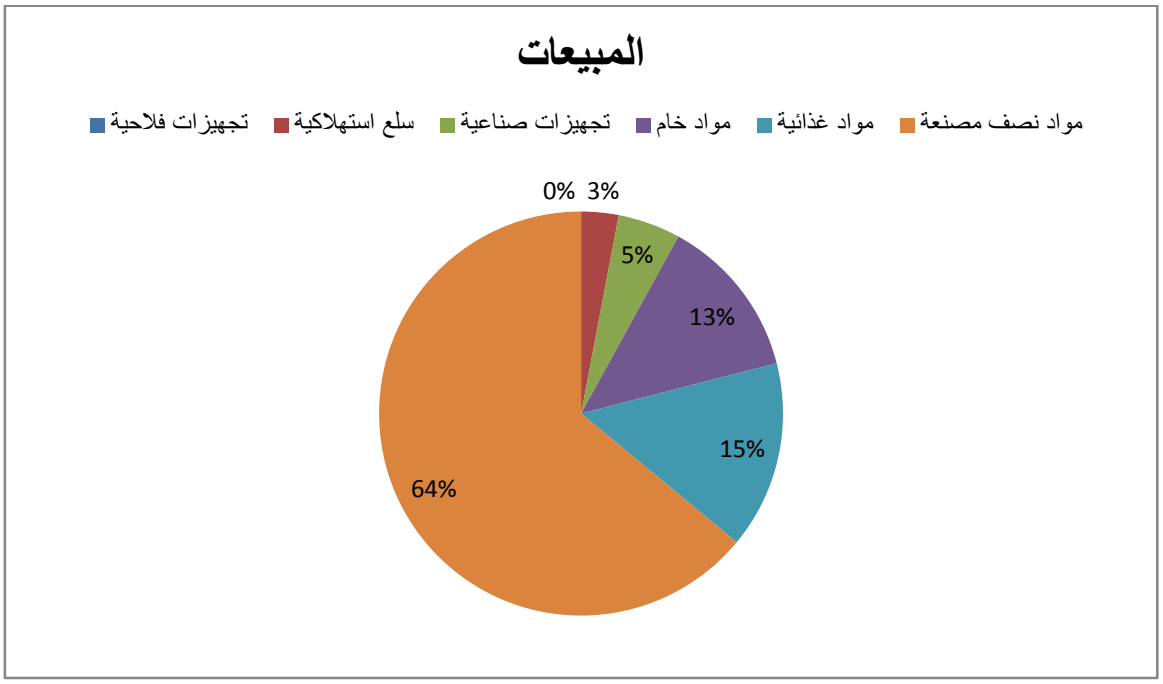
الوحدة: مليار دولار

البيانات السنوية	الموارد الغذائية	مواد خام		مواد نصف مصنعة			مواد التجهيز الزراعية		مواد التجهيز الصناعية		السلع الاستهلاكية غير الغذائية	
	القيمة	النسبة%	القيمة	النسبة%	القيمة	النسبة%	القيمة	النسبة%	القيمة	النسبة%	القيمة	النسبة%
2010	315	32.54	94	9.71	498	51.45	1	0.10	30	3.10	30	3.10
2011	355	28.93	161	13.12	660	53.79	0	0.00	35	2.85	16	1.30
2012	315	27.34	168	14.58	618	53.65	0	0.00	32	2.78	19	1.65
2013	404	38.48	109	5.03	492	46.86	0	0.00	29	2.76	16	1.52
2014	323	19.77	110	6.73	1173	71.79	1	0.06	16	0.98	11	0.67
2015	239	11.62	105	5.10	1685	81.92	0	0.00	17	0.83	11	0.53
2016	208	11.03	61	3.91	960	63.80	2	0.35	39	4.15	12	0.70

المصدر: التقارير السنوية لبنك الجزائر

www.bank-of-algeria-dz/html/rapport.htm.

الشكل رقم (02): التوزيع النسبي للصادرات خارج المحروقات



المصدر: بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (3)

التحليل:

تحتل المنتجات النصف مصنعة المرتبة الأولى من حيث المنتجات المصدرة خارج قطاع المحروقات، وذلك بنسبة **63.80%** من إجمالي الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة من 2010-2016 تتمثل هذه المنتجات أساسا في الزيوت ومشتقاتها الأخرى وهو أمر طبيعي بحكم اعتماد الجزائر على المحروقات، وقد عرفت المنتجات النصف مصنعة انتعاشا حيث قفزت من 498 مليون دولار سنة 2010 بنسبة **51.45%** إلى 1685 مليون دولار أمريكي سنة 2015، والسبب في ذلك أن نمو هذه المنتجات متعلق بنمو صادرات المحروقات تليها في المرتبة الثانية المنتجات الغذائية، وذلك بنسبة **15.14%** من إجمالي الصادرات خارج المحروقات خلال فترة مليون دولار أمريكي بنسبة **38.48%**.

وهذا يعود إلى المجهودات التي تبذلها الدولة للارتقاء بالنشاط الفلاحي وتأتي الرتبة الثالثة المواد الخام مسجلة بنسبة **12.90%** من إجمالي الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة من 2010-2016 حيث تشتمل الفوسفات، ونفايات الحديد والزنك والنحاس، وبسبب احتلالها لهذه

المرتبة راجع إلى الثورة المعدنية التي تزخر بها الجزائر والتي لم تستغل حتى الآن استغلالا حقيقيا وقد عرفت تذبذبا ملحوظا خلال فترة الدراسة من (2010-2016).

احتلت التجهيزات الصناعية المرتبة الرابعة **4.62%** من إجمالي الصادرات خارج المحروقات خلال فترة الدراسة، وتمثلت منتجاتها في التجهيزات والوسائل المستعملة في البناء والصحة والأشغال العمومية والميكانيك، وقد عرفت فترة الدراسة (2010-2016) عد استقرار القيم حيث مثلث سنة 2014 أدنى قيمة لها ب**16 مليار دولار** بنسبة **0.98%** من إجمالي صادرات خارج المحروقات ومثلث سنة 2016 أعلى قيمة لها **39 مليار دولار** بنسبة **4.15%** بسبب زيادة الاستثمارات الخارجية المباشرة، والاهتمام بقطاع النسيج والجلود وزيادة تنافسية الصادرات الجزائرية، بينما تأتي في المرتبة الخامسة السلع الاستهلاكية غير الغذائية بنسبة **2.91%** من إجمالي الصادرات خارج المحروقات وتتضمن أغلب منتجاتها في مواد النظافة والتجميل، في حين تأتي مواد التجهيز الزراعي في المرتبة الأخيرة بنسبة **0.62%** من إجمالي الصادرات خارج المحروقات، حيث تتكون منتجاتها من الجرارات والأجهزة الميكانيكية وبعض اللوازم كقنوات الصرف والأنابيب، وظلت هذه المنتجات في تقهقر حيث حققت إيرادا معدوما في بعض السنوات.

وظهرت إحصائيات جديدة في سنة 2019 منها ما يلي:

سجل الميزان التجاري للجزائر عجزا ب**4.41 مليار دولار** خلال الأشهر السبعة الأولى للعام الجاري 2019 مقابل **3.05 مليار دولار** في نفس الفترة من 2018، حسبما علم لدى المديرية العامة للجمارك.

وتظهر البيانات المؤقتة لمديرية الدراسات والاستشراف التابعة للجمارك أن الصادرات الجزائرية بلغت 21.64 مليار دولار خلال الأشهر السبعة الأولى من 2019 مقابل **23.68 مليار دولار** صدرتها خلال نفس الفترة من 2018 أي بانخفاض قدره **8.95 بالمائة.**

أما الواردات، فقد بلغت **26.05 مليار دولار** مسجلة بذلك إنخفاظا نسبته **2.52 بالمائة.**

ووفقا لنفس البيانات، فإن الصادرات الجزائرية في الفترة بين جانفي وجويلية 2019 غطت فاتورة الواردات بنسبة **83.59 بالمائة** في الفترة ذاتها من العام الماضي.

وشكلت المحروقات حصة الأسد من صادرات البلاد بنسبة **93.02 بالمائة** من الحجم الإجمالي للصادرات المسجلة في الأشهر السبعة الأولى ل2019 حيث قدرت ب **21.99 مليار دولار** خلال الفترة المناظرة من 2018 ما يعني تسجيل تراجع ب **8.45 بالمائة.**

وفيما يتعلق بالصادرات خارج المحروقات، فتبقى هامشية حيث لم تتجاوز **1.51 مليار دولار** خلال الأشهر السبعة الأولى وهو ما يمثل **6.98 بالمائة** من الحجم الإجمالي للصادرات مقابل **1.69 مليار دولار** خلال نفس الفترة من 2018 أي بانخفاض قدره **10.49 بالمائة**، حسب نفس المصدر.

وتتكون الصادرات المسجلة خارج المحروقات في الأشهر السبعة الأولى ل 2019 أساسا من المواد نصف المصنعة بقيمة **1.13 مليار دولار (مقابل 1.33 مليار دولار)** متراجعة بنسبة **15.01 بالمائة** وكذا المواد الغذائية ب **283.86 مليون دولار (مقابل 224.80 مليون دولار)** بارتفاع قدره **6.25 بالمائة** والعتاد الصناعي ب **62.53 مليون دولار (مقابل 57.14 مليون دولار)** بارتفاع نسبته **9.43 بالمائة**، وتشكلت هذه الصادرات أيضا من المواد الخام بقيمة **59.85 مليون دولار** مقابل **58.01 مليون دولار (+ 3.16 بالمائة)** والمواد الاستهلاكية غير الغذائية ب **22.52 مليون دولار** مقابل **21.91 مليون دولار (+2.74 بالمائة)** إضافة إلى العتاد الفلاحي بقيمة **0.20 مليون دولار** مقابل **0.09 مليون دولار** خلال نفس الفترة من العام الماضي **(+120 بالمائة).**

وقود: انخفاض الواردات بأكثر من **53 بالمائة.**

بالنسبة للواردات، فقد تراجعت خمسة من أصل سبعة من مجموعات المنتوجات التي تتضمنها شعبة الاستيراد خلال السبعة الأشهر الأولى من السنة الجارية مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية، وانخفضت فاتورة استيراد مجموعة الطاقة وزيوت التشحيم **(الوقود)**

ب **53.01 بالمائة** لتستقر عند **331.22 مليون دولار** مقابل قرابة **705 مليون دولار.**

وقدرت فاتورة المواد الغذائية المستوردة **4.873 مليار دولار** مقابل **5.177 مليار دولار**، لتسجل بذلك انخفاضا ب **5.89 بالمائة**، حسب الجمارك.

ولوحظت نفس الوتيرة بالنسبة للعتاد الفلاحي الذي قدرت فاتورة استيراده **299.10 مليون دولار** مقابل 328.72 **مليون دولار (- 9.01 بالمائة)** كذلك بالنسبة للعتاد الصناعي ب **8.73 مليار دولار** مقابل **9.15 مليار دولار (-4.55 بالمائة)** وأخيرا المواد الاستهلاكية غير الغذائية التي قدرت ب **3.88 مليار دولار** مقابل **3.90 مليار دولار (-0.50 بالمائة)**، في المقابل عرفت مجموعتان من شعبة الاستيراد ارتفاعا خلال فترة المقارنة.

وبلغت واردات المنتجات نصف المصنعة مجموع **6.71 مليار دولار** مقابل قرابة **6.34 مليار دولار (+5.88 في المائة)**، والمنتجات الخام بلغت **1.22 مليار دولار (+8.53 في المائة)**.

فرنسا أول زبون للجزائر والصين أول ممول، وبخصوص الشركاء التجاريين للجزائر خلال السبعة الأشهر الأولى من السنة الجارية، حاز الزبائن الخمسة الأوائل للجزائر على **53 في المائة** من الصادرات الجزائرية.

وفي هذا الإطار، حافظت فرنسا على مكانتها كأول بلد زبون للجزائر ب **2.939 مليون دولار (13.58 بالمائة من الصادرات الجزائرية العامة)** بارتفاع بلغ **10.28 بالمائة**، تتبعها إيطاليا ب **2.855 مليار دولار (13.19 بالمائة)**، إسبانيا ب **2.549 مليار دولار (11.78 بالمائة)**، الولايات المتحدة الأمريكية ب **1.788 مليار دولار (8.26 بالمائة)** وتركيا ب **1.418 مليار دولار (6.55 بالمائة)**.

وفيما يخص الممونين الرئيسيين للجزائر، يمثل الخمسة الأوائل منهم نسبة **50 بالمائة** من جانفي إلى غاية جويلية الماضي.

ويتمثل الممولون الرئيسيون للجزائر في: الصين التي تحافظ دائما على المكان الأول ب **4.869 مليار دولار (قرابة 18.7 بالمائة من الواردات العامة الجزائرية)**، بزيادة بلغت 18.37 بالمائة وتتبعها فرنسا ب **2.513 مليار دولار (9.56 بالمائة)**، إسبانيا ب **1.938 مليار دولار**، ألمانيا **2.549 مليار دولار** وإيطاليا ب **1.867 مليار دولار**.

المبحث الثالث: تطور إنتاج وتجارة التمور

يعتبر قطاع التمور قطاعا مهما في الجزائر لما له تأثيرات اقتصادية، إذ يحتل المرتبة الثانية بعد زيت الزيتون في التصدير الزراعي،[1] فغالبية التمور تستهلكها أوروبا مستورده من الجزائر.
وعليه سنتناول في هذا المبحث إنتاج التمور في الجزائر **(المطلب الأول)**، تطور صادرات التمور ومقاييس تصديرها في الجزائر **(المطلب الثاني)**، العراقيل التي تواجه عملية تصدير التمور في الجزائر وأهم الحلول الممكنة **(المطلب الثالث)**.

المطلب الأول: تطور صادرات التمور ومقاييس تصديرها في الجزائر

وسنوضح ذلك في الفرعين التاليين:

الفرع الأول: إنتاج التمور في الجزائر

متوسط الإنتاج الوطني لدقلة نور فقط ب**48%** لما لها من أهمية وقيمة تجارية كبيرة، حيث تصدر بكميات كبيرة إلى الخارج خاصة إلى فرنسا، والتمور الجافة تقدر متوسط إنتاجها ب**31%** وتصدر إلى دول الساحل الإفريقي، أما التمور النصف لينة فتقدر نسبة إنتاجها ب**21%**.

وتحتل كل ولاية الوادي، بسكرة، إدرار، ورقلة على أكبر نسبة من المساحة المحجوزة لزراعة نخيل التمور بحوالي **84.7%** من المساحة الكلية، فولاية بسكرة ذات **27.4%** من المساحة الكلية، و**23.1%** من إجمالي عدد أشجار النخيل و**41.2%** من الإنتاج الوطني للتمور، وتليها ولاية الواد بنسبة **22%** و**22.4%** و**25%** على التوالي، وتمثل هاتان الولايتان وحدهما أكثر من الثلثين **(3/2)** من الإنتاج الوطني للتمور.

وعلى المستوى العالمي ووفقا لإحصاءات منظمة الأغذية والزراعة **(FAO)** 2013، تحتل الجزائر المرتبة الرابعة من حيث إنتاج التمور، بعد مصر وإيران والمملكة العربية السعودية، حيث ارتفع إنتاج التمور في الجزائر بنسبة **7.5%**، حيث سجل **8.5 مليون قنطار** في 2013 مقارنة ب**7.9 مليون** في عام **2012**، و**6.5 مليون** خلال موسم 2010.

[1]– ALgex ,Diection Analyse des Marches , Colloque, le Marche,Mondil de la Datte pour l Annee 2015,11/2016.

ووفقا لأحدث الإحصاءات لسنة 2015 لوزارة الزراعة التنمية الريفية، يحتل نخيل التمور في الجزائر مساحة تقدر ب**167.000 هكتار** لعدد من أشجار النخيل تقدر بأكثر من 18.6 مليون وحدة من إنتاج التمور، وجميع الأصناف مجتمعة، ما يقرب من **990.000 طن**. [1]

صورة رقم (**05**): تمثل نخيل التمور في الجزائر (**أصلية 2019**).

صرة قم (**06**): إنتاج التمور في الصانع الجزائرية (**أصلية 2019**).

[1]– ALgex ,Diection Analyse des Marches , Colloque, le Marche,Mondil de la Datte pour l Annee 2015,11/2016.

الفرع الثاني: مقاييس تصدير التمور في الجزائر

لتبيان أهم المقاييس المعتمدة لتصدير التمور، تم وضع قرار وزراي مشترك بين وزارة التجارة ووزارة الفلاحة بتاريخ 17 نوفمبر 1992، والمتعلق بعرض أو بتقديم التمور للتصدير، حيث يهدف هذا القرار إلى تحديد خصوصيات وشروط التغليف، وضع اللاصق، مناهج وضع مجموعة العينات والتحاليل المطبقة على التمور المعدة للتصدير.

وأهم المقاييس الموضوعة حسب أحكام هذا المقرر الوزاري مجد ما يلي:[1]

أولا: أنواع التمور المعدة للتصدير

إن أنواع التمور المعدة للتصدير هي مركبة حسب التسميات التالية:

1- أصناف دقلة نور وهي الصنف الأكثر تصديرا للدول الأجنبية، من خصائصها الوزن حوالي **12 غ**، وطولها المتوسط يتراوح بين **(4 إلى5 سم)** وقطرها **(1.8 سم)**.

ويمكن تصنيفها إلى: **(العرجون، الغصينات، المنطى، الفريزة)**.

2- أنواع التمور العادية **(التمور اللينة والجافة)**.

وهذا حسب نص **المادة 2** من المقرر الوزاري المشترك أعلاه.

ثانيا: مواصفات التمور المعدة للتصدير

التمور المعدة للتصدير والمعنية بأحكام هذا القرار الوزاري المشترك يجب أن تكون ما يلي:

1- ناضجة وتكون قد بلغت كل نموها الفيزيولوجي.

2- لبية ولينة.

3- سليمة وخالية من التعفن أو مثقبة من طرف الحشرات أو الطفيليات.

4- خالية من الرائحة الغمولية والتخمر والآفات.

5- نسبة **(السكر/ الرطوبة)**، يجب أن تكون على الأقل مساوية ل**(2)** كما يجب أن لا تتعدى **30%** من وزنها الفاكهة.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 58 لسنة 1996، ص15.

صورة رقم **(07)**: أنواع التمور الجزائرية الموجهة نحو التصدير **(أصلية 2019)**.

ثالثا: التمور المعدة للتصدير يجب أن يكون تقديمها كالأتي:

1- الغصينات المقدمة سواء كانت منفصلة أم لا على العكس يجب أن يكون طولها **(10سم)**،

وتحمل كحد أدنى **(04)** فواكه ل**(10سم)**.

2- في حالة تقديم التمور في شكل قروط أو غصينات يجب أن يكون الوزن المسموح ب**50%** من التمور المنفصلة.

3- يجب قطع الغصينات بصفة دقيقة.

4- التمور المنزوعة للقروط تستطيع أن تقدم بالترتيب أو على شكل طبقات منسقة، ماعدا تمور دقلة نور يمكن أن تقدم على شكل قروط.

رابعا: مقاييس متعلقة بالوزن

إن الوزن لفئة التمور يحدد كما يلي:

1- **(7 غرامات)** دقلة نور على شكل قروط الغصينات أو العادية.

2- **(6 غرامات)** لتمور دقلة نور معياري **(Standard)**.

3- **(5 غرامات)** لدقلة نور فريزة.

صورة رقم **(08)**: كيفية تقديم التمور المعدة للتصدير **(أصلية 2019)**.

خامسا: مقاييس التغليف وإلصاق البطاقة

وفيها ما يلي:

1- التمور المعدة للتصدير يجب أن تتكيف بحيث تضمن لها الحماية المتطابقة وفق الشروط المطلوبة.

2- يجب أن يكون التغليف المستعمل للتمور صلبا وعازل للماء، جاف ومطابق لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 04/91 بتاريخ 04 جانفي 1991.

3- الأدوات المستعملة بداخل الطرود يجب أن تكون جديدة ونظيفة لتجنب أي فساد للتمور المكيفة.

4- استعمال الطوابع المطبوعة، المنجزة بواسطة الحبر أو الغراء والغير سامة.

5- عزل التمور عن جدران التغليف بواسطة الورق أو بكل وسائل العتاد التي باستطاعتها ضمان حمايتها من التلف والأضرار.

صورة رقم **(09)**: مقاييس التغليف وإلصاق البطاقة **(أصلية 2019)**.

المطلب الثاني: تطور صادرات التمور في الجزائر

يوجد في الجزائر حوالي **800 صنف** من أصناف التمور إلا أنه يمكن تصنيف أهمها كما يلي:[1]

- التمور الجافة **(مش دقلة، دقلة بيضاء، ثين ناصر)**.
- التمور نصف الجافة **(دقلة نور، تافزوين، تاجوهرت، ازورت)**.
- التمور اللينة **(الغرس، أدالة، بنت أخباله)**.

وقد تطرقنا في هذا الجزء لذكر تطور صادرات التمور وتوزيعها لمختلف البلدان، وذلك حسب الإحصائيات المقدمة من طرف الوكالة.

أولا: تطور صادرات التمور في الجزائر بالنسبة للعالم

والجدول رقم **(04)** الأتي يوضح: تطور صادرات التمور بمختلف أنواعها، وذلك من خلال ال**13 سنة السابقة**.

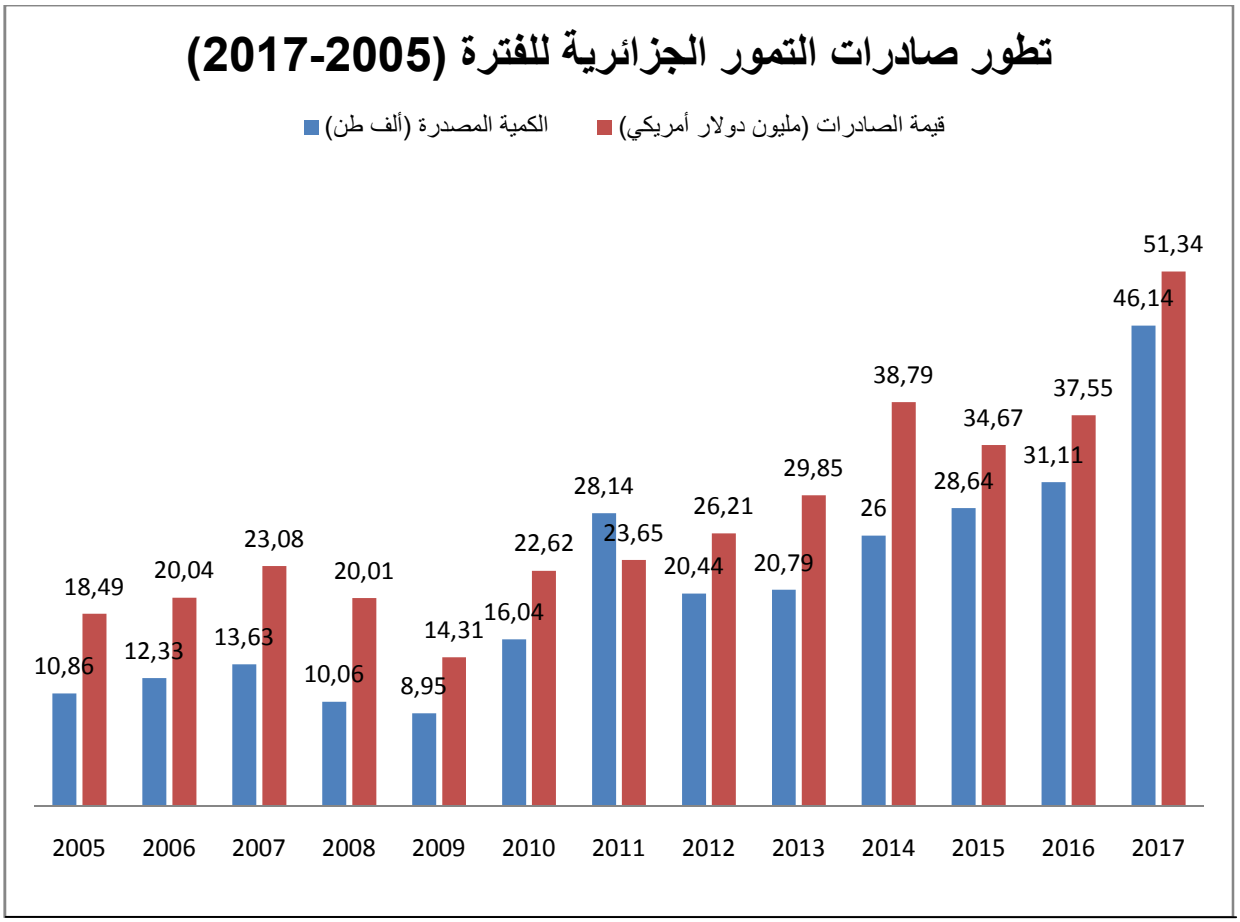
[1]– عبد الرزاق بن هارون، **إستراتيجية ترقية الصادرات غير النفطية وأثرها على النمو الاقتصادي في الجزائر، قطاع الزراعة – حالة التمور الجزائرية** –، مذكرة ماستر (أكاديمي)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2012، ص 22.

جدول رقم (04): تطور صادرات التمور في الجزائر للفترة (2017/2005)

سنوات التصدير	الكمية المصدرة (ألف طن)	قيمة الصادرات (مليون دولار أمريكي)
2005	10.86	18.49
2006	12.33	20.04
2007	13.63	23.08
2008	10.06	20.01
2009	8.95	14.31
2010	16.04	22.62
2011	28.14	23.65
2012	20.44	26.21
2013	20.79	29.85
2014	26.00	38.79
2015	28.64	34.67
2016	31.11	37.55
2017	46.14	51.34

المصدر: إحصائيات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (**ALGEX**).

الشكل رقم (03) يوضح: تطور صادرات التمور الجزائرية للفترة (2005-2017)



المصدر: من إعداد الطالبة وفق الجدول رقم (04)

التحليل:

- رمز التمور (10 04 08).

- حسب الجدول أعلاه والإحصائيات الأخيرة للوكالة الوطنية لترقية التجارة العالمية**ALGEX** لتصدير التمور، فإنها تشهد نموا ملحوظا في قيمة وكمية صادراتها من 2005 وحتى 2007 لتشهد تراجعا في عامي 2008 و2009 بقيمة **8.77 مليون دولار أمريكي** ل**4.68 ألف طن** أي انخفاض معدل النمو بنسبة **29%**، لتتدارك هذا التراجع في 2010 و2011 وتزيد قيمة صادراتها ب**9.34 مليون دولار أمريكي** بمعدل **12%**، وحسب أرقام الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية، فقد تراجعت الصادرات الجزائرية من التمور في 2015 ب**11%** مقارنة ب2014 إلى **34 مليون دولار**، وقد احتلت الجزائر المرتبة التاسعة عالميا بنسبة **3.1%** من صادرات التمور العالمية وذلك سنة 2015.

– أما من ناحية تصديرات الأطنان المصدرة فهي نمو مستمر، من **28.64 ألف طن** في 2015 ل**46.14 ألف طن** بقيمة **51.34 مليون دولار** في 2017.

– ونلاحظ أن متوسط كمية الصادرات خلال الفترة 2005–2010 تتراوح بين **12 ألف طن**، نمو كمية الصادرات بحوالي **50%**، أي ب **12.8 ألف طن**.

إن أنواع التمور في الجزائر متعددة ولكن بعضها فقط التي لها أهمية تجارية، وهي كالأتي:

– دقلة نور وتافزوين، وهي من التمور النصف.

– الغرس، وهي من التمور اللينة.

– دقلة بيضاء أو قرباعي، وهي من التمور الجافة.

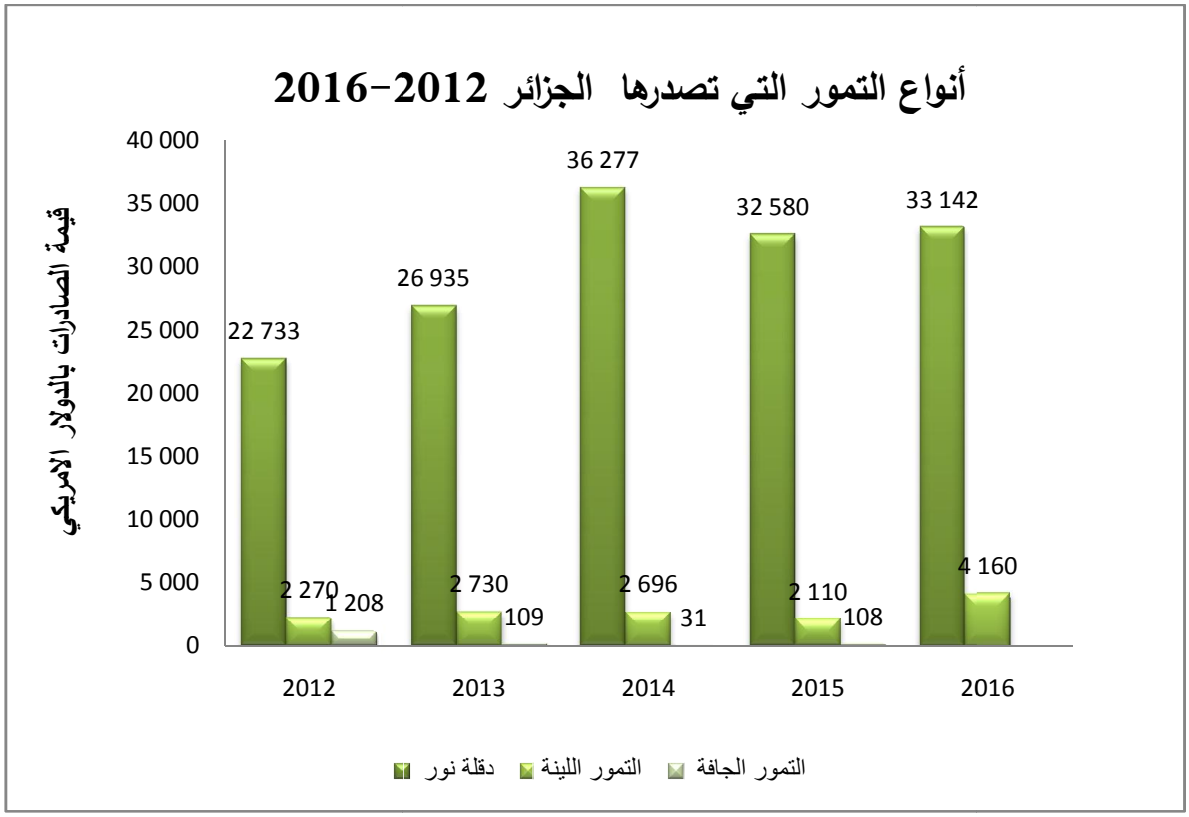
ويوضح الجدول رقم **(05)**: صادرات الجزائر خلال (2012–2018) حسب الكمية بالكيلوغرام والقيمة مقاسة بالدولار الأمريكي.

جدول رقم (05): أنواع التمور التي تصدرها الجزائر (2012–2018)

	دقلة نور		التمور اللينة		التمور الجافة	
	الكمية كلغ	القيمة دولار	الكمية كلغ	القيمة دولار	الكمية كلغ	القيمة دولار
2012	8,181,14	22,733	2,366,4	2,270	3,890,7	1,208
2013	6,071,7	26,935	3,264,5	2,730	363,57	109
2014	22,426,3	36,266	3,525,9	2,696	48,98	31
2015	25,323,4	32,580	3,147,9	2,110	173,64	108
2018	2,720,24	33,142	5,992,8	4,160	396,19	201

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **CNIS** /**Trademap**.

الشكل البياني رقم (04): تطور صادرات الأنواع التي تصدرها الجزائر خلال (2012-2018).



المصدر: من إعداد الطالبة وفق الجدول رقم (05).

التحليل:

من خلال ما سبق تقديمه من إحصائيات حول أنواع التمور التي تصدرها الجزائر، فإن:

- **رمز المنتج لكل نوع والمعمول به دوليا:**

دقلة نور (10 10 08)، التمور اللينة (50 10 04 08)، التمور الجافة (90 10 04 08).

- تمور دقلة نور والمصنفة ضمن التمور النصف جافة تتهيمن على صادرات الجزائر من أنواع التمور الأخرى، فهي في نمو مستمر من حيث كمية وقيمة الصادرات، وذلك من سنة 2012 حتى بلغت أقصى قيمة لها فيها سنة 2014 بقيمة قدرت ب **36.277 دولار أمريكي** بكمية **22.426.3 كغ، فرغم تراجع قيمة صادراتها خلال عامي 2015 و2018 بحوالي 3ألاف دولار أمريكي** إلا أن كمية صادراتها لازالت في تزايد، فقد زادت الكمية المصدرة بحوالي **3 مليون كغ**، وهذا ما يوضح تطور صادرات تمور دقلة نور، حيث تتوزع صادرات تمور دقلة نور للبلدان التالية لسنة 2017 كالأتي:

1- فرنسا **(17,389,000 كغ)**.

2- روسيا **(5,061,190 كغ)**.

3- إسبانيا **(3,285,052 كغ)**.

4- المغرب **(2,675,684 كغ)**.

5- الولايات المتحدة الأمريكية **(2,416,876 كغ)**.

- أما نصيب التمور اللينة من صادرات الجزائر ضئيلة بالنسبة لصادرات تمور دقلة نور، إلا أنها بلغت أقصى قيمة لها في 2016 ب**4.160 دولار أمريكي** وأعلى كمية صدرتها خلال نفس العام ب**5,992,8 كغ**، وهذا تطور ملحوظ مقارنة بتذبذبها في الأربع سنوات السابقة.

- تشهد صادرات التمور الجافة تراجع كبير في 2013 مقارنة بسنة 2012 ب**1099 دولار أمريكي**، ليستمر هذا التراجع حتى 2014، رغم تدارك هذا التراجع في 2015 و2018 إلا أن نصيب هذا النوع يضل ضئيلا أمام صادرات التمور الأخرى، حيث تتصدر السنغال المرتبة الأولى في 2017 باستيراد **(34.800 كغ)** من هذا النوع تليها الهند بكمية **(24.000 كغ)**، وتأتي هنا فرنسا في المرتبة الثالثة باستيراد **(19.340 كغ)**، إسبانيا **(5.110 كغ)**، بلجيكا **(5.030 كغ)**.

ثانيا: توزيع صادرات التمور الجزائرية لسنة 2018

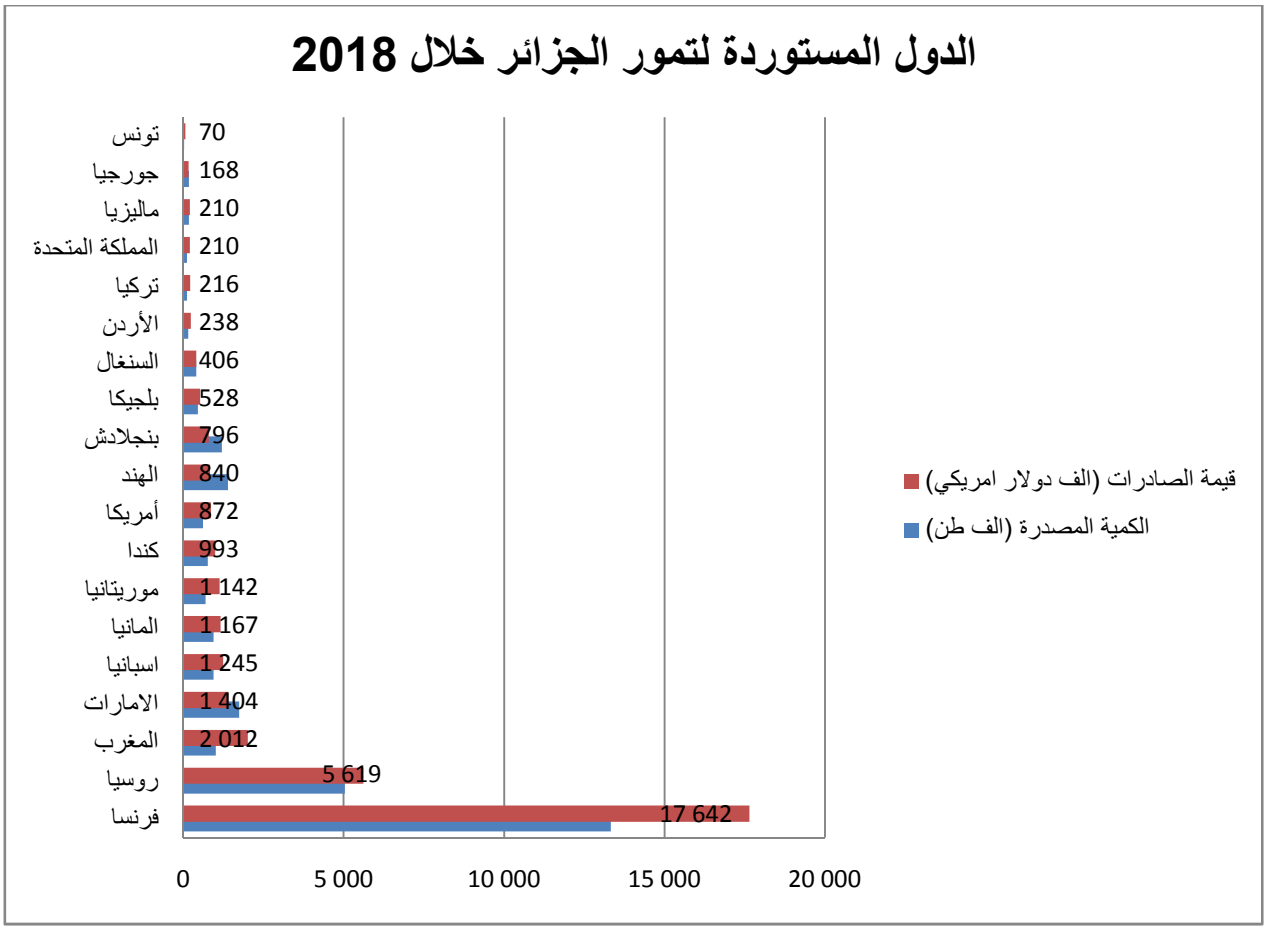
وسنوضح ذلك في الجدول **رقم (06)** الذي يوضح: قائمة أهم الدول المستوردة لتمور الجزائر في 2018.

الجدول رقم (06): قائمة أهم الدول المستوردة لتمور الجزائر في 2018

الدول المستوردة لتمور الجزائر	الكمية المصدرة (ألف طن) ل2018	قيمة الصادرات (ألف دولار أمريكي) ل2016	قيمة الصادرات (ألف دولار أمريكي) ل2015	معدل النمو في قيمة الصادرات 2015-2018%
فرنسا	13.331	17.642	15.614	7
روسيا	5.075	5.619	4.017	40
المغرب	1.022	2.012	1.945	3
الإمارات	1.749	1.404	1.516	-8
إسبانيا	943	1.245	952	14
ألمانيا	944	1.167	1.327	-18
موريتانيا	968	1.142	1.169	-3
كندا	773	993	1.800	-47
أمريكا	623	872	1.241	-31
الهند	1.395	840	383	6
بنجلادش	1.204	796	253	49
بلجيكا	458	528	350	50
السنغال	410	406	207	92
الأردن	159	238	330	-28
تركيا	124	216	215	0
المملكة المتحدة	115	210	317	-44
ماليزيا	181	210	66	69
جورجيا	181	168	22	664
تونس	29	70	24	67

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

الشكل رقم (05): أهم الدول المستوردة لتمور الجزائر في 2018



المصدر: من إعداد الطالبة فق الجدول رقم (06).

التحليل:

- بلغ معدل نمو صادرات الجزائر لعام 2015 مقارنة بعام 2011 بنسبة **11%**، وقد ارتفع معدل النمو هذا بشكل ملحوظ في بعض البلدان، كندا **40%**، ألمانيا **25%**، موريتانيا **98%**، روسيا **30%**، والمغرب **43%**.[1]

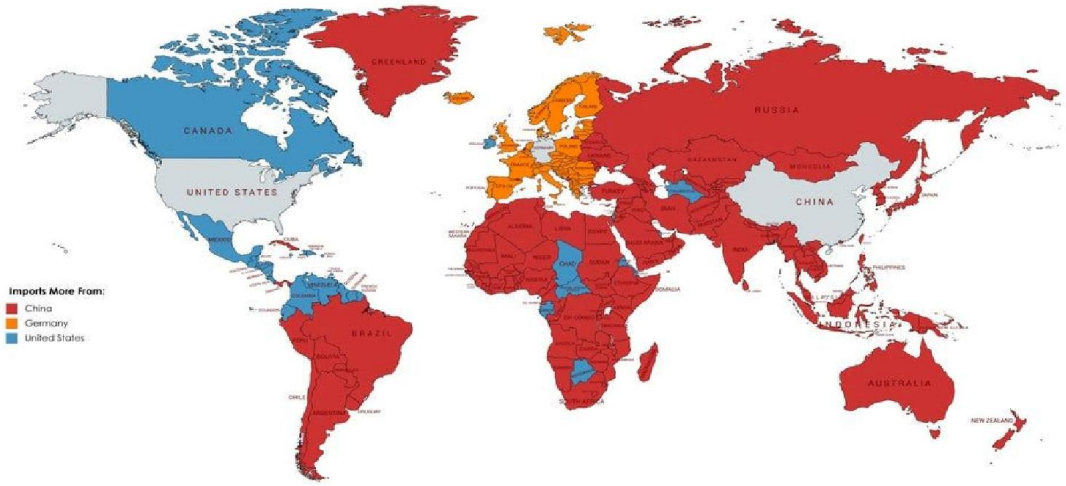
- يوضح الجدول رقم (05) قائمة لأهم الدول الأساسية التي تستورد تمور الجزائر لسنة 2018.

[1]– ALgex ,Diection Analyse des Marches , Colloque, le Marche,Mondil de la Datte pour l Annee 2015,11/2018.

– فرنسا تبقى الزبون الأول والأساسي للجزائر، حيث تحتل تقريبا نص الحصة السوقية بنسبة **47.3%**،[1] **بكمية 13.331 طن**، حيث زاد استيرادها ب**2.028 دولار أمريكي** عن قيمة صادرات 2015 بمعدل **7%**.

– تأتي روسيا بعد فرنسا فقد حققت معدل نمو في قيمة استيرادها خلال 2018 بمعدل **40%**، والمغرب ارتفع قيمة استيرادها ب**67 دولار أمريكي** بمعدل نمو **3%**.

– رغم النمو الذي تحققه الجزائر في صادراتها لتمورها إلا أن هناك بعض الدول قد قللت من قيمة استيرادها خلال 2018 عن 2015، فمثلا الإمارات انخفض استيرادها ب**119 دولار أمريكي**، ألمانيا **ب160 دولار أمريكي**، موريتانيا **ب27 دولار أمريكي**، أما كندا وأمريكا، الأردن والمملكة المتحدة فقد انخفض نصيب أو عائد الجزائر من وارداتها للتمور ب**1.375 دولار أمريكي**، إذا فصارت الجزائر من التمور تتوزع لمختلف القارات هذا ما يدل على أهمية هذا المنتج الزراعي، المهم الذي قد يرفع من قيمة صادراتها ويعطي قيمة المضافة ملموسة سواء كان في الميزان التجاري، من خلال الصادرات أو في مدخلات الميزان المدفوعات بتقديم هذا المنتج أو السلعة لمخرجات.



صورة رقم **(10):** توزيع صادرات التمور الجزائرية حول العالم ، (متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**).

[1]– ALgex ,Diection Analyse des Marches , Colloque, le Marche,Mondil de la Datte pour l Annee 2015,11/2018.

المطلب الثالث: العراقيل التي تواجه عملية تصدير التمور في الجزائر وأهم الحلول الممكنة

نتطرق إلى أهم العراقيل التي تواجه تسويق التمور الجزائرية دوليا، مع إعطاء بعض الحلول الممكنة للتقليل من هذه المشاكل، وسنوضح ذلك فيما يلي:

أولا: العراقيل التي تواجه عملية تصدير التمور في الجزائر

هناك مشاكل عديدة تواجه تسويق التمور الجزائرية دوليا يمكن حصرها فيما يلي:[1]

1- صعوبات إنتاجية:

لاشك أن عملية زراعة وإنتاج التمور وتصديرها تواجه العديد من المشكلات أو المعوقات الإنتاجية، التي لها أثر بالغ في تدهور وهضم حق هذه الثروة الهامة والجلية في الزراعة الجزائرية قد تتمثل في مشاكل فلاحية، نذكر منها ما يلي:

أ- هيكلة عمر النخيل أي تجاوز النخيل العمر المحدد للإنتاج، وهذا نتيجة لعدم تجديد غرس النخيل.

ب- اعتماد الطريقة التقليدية في زراعة النخيل وعدم مراعاة المسافات بين الأشجار مما عرقل دخول الآلات لإجراء العملية الزراعية كالتلقيح والجني والتلقيم، والتي تعد ضرورية نظرا لقلة الأيدي العاملة.

ج- قلة الخبرة التقنية لدى المزارعين التي لا تمكنهم من إتقان الأعمال المنفذة داخل أو خارج المزرعة.

د- بطء دورة رأس المال في إنتاج التمور.

هـ- ارتفاع أسعار المواد المستهلكة لإزالة الأعشاب ومكافحة الحشرات.

و- الفكر المحدد لأغلبية الفلاحين الجزائريين، حيث أنهم لا يفكرون في تصدير التمور إلى خارج الجزائر، وإنما تسويقها داخل الجزائر فقط.

---

[1]- صلاح الدين أمين زيوش، **التحليل الاقتصادي واستهلاك وتصدير التمور في الجزائر**، قسم العلوم العلوم الزراعية، جامعة محمد خيضر، 2015/2014، ص ص 10-12.

2- صعوبات تسويقية:

يعاني تسويق التمور الجزائرية من نقائص ومشاكل نذكر منها ما يلي:

أ- نقص أجهزة التبريد خاصة على مستوى الموانئ.

ب- انخفاض الطلب الخارجي على نتيجة انخفاض كفاءة أجهزة التسويق الخارجية من حيث الدعاية والإشهار.

ج- النقص الحاد في المعلومات المتعلقة بالأسواق الخارجية، من حيث حجم الطلب والأصناف المرغوبة وحجم العبوات وطرق التغليف والمواصفات القياسية في البلد المراد التصدير إليه.

د- مشكلة التغليف، من حيث عدم توفر أغلفة مناسبة لتصدير التمور.

هـ- احتكار الدولة لتجارة وتسويق التمور، سواء كانت هذه التجارة خارج أو داخل الجزائر.

و- بطء الإجراءات المتعلقة بالتصدير، مثل شهادة المنشأ والشهادة الصحية، وتعدد الجهات المسؤولة عن إصدار ذلك.

ن- ارتفاع تكاليف النقل والشحن، إذ بلغت تكلفة نقل صنف دقلة نور **(60 دولار للكيلو غرام)**.

ي- التصدير العشوائي من قبل المصدرين، وذلك لعد وجود إستراتيجية معينة للتصدير، فهم يصدرون بهدف الربح فقط.

ثانيا: الحلول الممكنة لمواجهة عراقيل التصدير للتمور في الجزائر

تم اقتراح بعض الحلول التي يمكن إتباعها لمواجهة الصعوبات المعيقة لعملية تصدير التمور وهي كالأتي:[1]

1- الإنتاج:

إن معالجة مشكلة الإنتاج لا تتحقق إلا بعد حصول تنظيم لسوق التمور، حيث تتوفر فيه كل المقاييس أو الشروط لكي يكتسب سمعة على المستوى الوطني والدولي، وذلك من خلال تشجيع الاستثمارات وتقديم الإعانات للمنتجين.

2- التغليف:

وضع قواعد تغليف مناسبة لمواصفات مصانع التمور وتوفير الأغلفة المناسبة لمختلف أنواع التمور.

3- الإجراءات الجمركية والنقل:

تنظيم فرق جمركية متنقلة أثناء موسم جني التمور لتقوم بالجمركة في عين المكان، وذلك لربح الوقت نظرا لبطء الإجراءات الجمركية وتفادي إفساد التمور المعدة للتصدير.

صورة رقم (**11**): الإجراءات الجمركية والنقل (موقع إلكتروني).

[1]- سفيان بن عبد العزيز ومجاهد سيد أحمد، **ترقية التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات**، مجلة رؤى اقتصادية، العدد04، جامعة بشار، 2013، ص ص 11-12.

4- الدفع:

إعطاء حوافز وتشجيع لمصدري التمور باسترجاع عوائد صادراتهم في بنوكهم المحلية خلال المدة تقل عن **6 أشهر**، حيث أن هذا يعمل على تشجيعهم في المواسم القادمة من جهة وزارة وتوسيع نشاطهم الإنتاجي من جهة أخرى.

5- حلول أخرى:

نضع بعض الحلول وهي كالأتي:

أ- الاهتمام بإّقامة مراكز بحوث تهتم بمجال التمور لتصبح قادرة على منافسة المصدرين الدوليين.

ب- اهتمام الدولة بوضع إستراتيجية وتصدير واضحة للمصدرين خاصة لعديمي الخبرة.

ج- تفعيل دور الإرشاد الزراعي في توعية منتجي التمور بالأساليب الفعالة لمكافحة الآفات الزراعية التي تصيب النخيل والطرق الصحيحة لجني وتجهيزها وتخزينها وتسويقها.

د- العمل على توفير وسائل النخيل الجيدة بقدر يسمح بتجديد أشجار النخيل المسنة.

هـ- نشر الفكر الدولي والتسويق في نظر الفلاح الجزائري وخاصة تصدير التمور لأن أغلبيتهم يفضلون تسويقها في الداخل على تصديرها وهذا للربح السريع.

و- خلق روح الابتكار في التصنيع والتغليف وتوفير المعلومات التسويقية اللازمة لمنتجي التمور.

ي- تكثيف برامج الدعاية والإعلان للتمور المصنعة وتوعية المستهلكين بأهمية المنتجات التحويلية للتمور واستخدامها كصناعة أعلاف للمواشي بواسطة نواة التمر كما يفعل العراقيون.

خلاصة الفصل الثاني:

قمنا في هذا الفصل بتسليط الضوء على تطور الصادرات خارج المحروقات بالجزائر، والجهود المبذولة في سبيل تنميتها، حيث تبين لنا أن الصادرات الجزائرية تعتمد على مادة أولية وحيدة و هي المحروقات، أما الصادرات خارج هذا القطاع تبقى ضعيفة جدا لم تتجاوز **25.4 %** من إجمالي الصادرات خلال فترة الدراسة، الأمر الذي أدى بالسلطات الجزائرية إلى اتخاذ مجموعة من الإجراءات في سبيل تنميتها وتنويعها، كتخفيض قيمة العملة، وتقديم تحفيزات مالية للمصدرين الجزائريين.

إضافة إلى التحفيزات الجبائية والجمركية، وكذا إنشاء مجموعة من الهيئات لتشجيع الصادرات خارج المحروقات، والهدف من ذلك هو فك ارتباط الاقتصاد الجزائري بقطاع المحروقات الذي يتميز بعدم الاستقرار وهو ما يجعله هشا وعرضة لأي صدمة لأسعار المحروقات على مستوى الأسواق العالمية، على الرغم من كل هذه الجهود بقيت صادرات المحروقات تهيمن على إجمالي الصادرات الجزائرية بأكثر من **95 %** .

إلا أن هذا غير كافي بحيث يستوجب على الدولة الجزائرية بذل مجهودات أكبر من أجل النهوض باقتصاد بعيد عن صادرات المحروقات، وذلك من خلال مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (***ALGEX***) في ترقية صادرات التمور، وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الموالي.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) في ترقية صادرات التمور

- **تمهيد:**

شكلت التجارة الخارجية مجال اهتمام جل الدول من خلال دورها في ضمان التنمية الوطنية و ضمان العلاقات التجارية مع الخارج ، وفي ظل زيادة وتيرة الترابط بين مختلف أطراف الاقتصاد العالمي والاتجاه نحو التجارة الخارجية، وجب على كل دولة أن تضع هيكلة خاصة تسمح لها بالاندماج في الأسواق الخارجية واكتساب ميزة تنافسية، ولذلك فإنه للحفاظ على توازن الاقتصاد الوطني و لمسايرة التطورات الحاصلة في العالم اتبعت الجزائر عدة إجراءات تقودها نحو تحرير التجارة الخارجية تمثلت في إنشاء العديد من الهيئات الترقوية من بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية و التي تسعى إلى كسب مكانة في الأسواق الدولية ومحاولة الدخول في المنافسة.

وفي هذا السياق سنتطرق إلى تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث ، فسنتناول نشأة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية **(المبحث الأول)**، وبعد ذلك سنتطرق إلى **دور (أو مهام)** الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية**(ALGEX)(المبحث الثاني)**، أخيرا سنتناول مساهمة الوكالة في تدعيم صادرات التمور الجزائرية **(المبحث الثالث)**.

المبحث الأول: نشأة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

في سنة 1996، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 327/96،[1] وفي إطار التوجيهات المقررة من طرف السلطات العمومية، تم تأسيس "**الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية PROMEX**"، وهو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالاستقلالية المالية، وتخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية، بهدف إعطاء دفع جديد للتجارة الخارجية وجعل المنتج المحلي قادرا على اقتحام الأسواق الخارجية، وكذلك ترقية المبادلات الخارجية، وبغية توسيع مجالات العمل وإتمام الدور الذي يقوم به الديوان، وكذا للتغلب على العراقيل وتجاوزها، تم تحويل الديوان إلى " **الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجيةALGEX** "، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 174/04 المؤرخ في ربيع الثاني عام 1425هـ، الموافق ل12 جوان 2004م ، وتطبيقا للمادتين 19 و20 من الأمر رقم 04/03 المؤرخ في جمادى الأول عام 1424هـ، الموافق ل 19 جويلية 2003م.[2]

ولقد حلت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية محل كل من المركز الوطني للإعلام والوثائق الاقتصادية المنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 389/81 المؤرخ في 26 ديسمبر 1981، والتي كانت تحت وصاية وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية والمركز الوطني لرصد الأسواق الخارجية والصفقات التجارية والمنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 135/90 المؤرخ في 1990/15، والذي كانت تحت وصاية وزارة الاقتصاد والديوان الجزائري لترقية التجارية، والذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 127/96 المؤرخ في 01 أكتوبر 1996، والذي يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة.

وعليه سنتناول في هذا المبحث تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية **(المطلب الأول)**، أهداف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

وسنبين ذلك في الفروع التاليين:

---

[1]– الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 58 لسنة 1996، ص ص 9–10.

[2]– الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، ص ص 4–5.

الفرع الأول: تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وبياناتها

وسنعرض ذلك فيما يلي:

أولا: تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

تعرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية على أنها:" **مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية، مقرها كائن بالجزائر العاصمة، كما يمكن أن تنشئ مكاتب للتمثيل والتوسع التجاري للخارج، ويحدد تنظيم هذه المكاتب ومهامها ومقراتها طبقا للقانون رقم 04/03 المؤرخ في 19 جمادى الأول عام 1424هـ الموافق ل 19 يوليو عام 2003هـ، حيث هدفها الرئيسي هو تحرير وإنعاش التجارة الخارجية، بالإضافة إلى تطوير المنتجات المحلية وتسويقها للخارج**".[1]

ثانيا: بيانات تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

وسنبين ذلك فيما يلي:

1- شعار الوكالة:

«Exportateurs , offrez-vous de nouveaux horizon , notre concours acroit vos pertormances».

« أيها المصدرون، امنحوا لأنفسهم أفاقا جديدة، خدماتنا تنمي كفاءتكم».

2- مقر الوكالة:

الطريق الوطني رقم 05 الديار الخمسة، المحمدية، الجزائر. **أنظر الملحق رقم (03).**

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 37 لسنة 2004، ص4.

3- رقم الهاتف:

021-52-13-43 /021-52-20-82

4- الموقع الإلكتروني:

www .algex.dz

5- المجلة الشهرية للوكالة

الفرع الثاني: أهداف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

إن المعطيات التي قامت على أساسها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "**ALGEX**"، انطلقت أساسا من الأساليب الموضوعية والمبررات العلمية وواقع الصناعة في الجزائر والحاجة الملحة لتطويرها وتنميتها تماشيا مع المتطلبات الحديثة للسوق الخارجية، وهذا من خلال المشاركة في تطوير إستراتيجية ترقية التجارة الخارجة، حيث تساعد في تحليل الأوضاع والظروف المختلفة للأسواق العالمية، بهدف تسهيل وتوسيع منافذ المنتجات الجزائرية.

وانطلاقا من هذه المعطيات حرصت الوكالة على تسطير أهداف واقعية وعملية تتمثل فيما يلي:[1]

1- التوسع في الصادرات ذات الاستعمال الواسع كالأدوية.

2- تكوين مشاريع شراكة أجنبية.

3- تقديم منتجات ذات جودة عالية وأسعار تنافسية.

4- تحقيق الأمن التصديري للمصدرين.

5- الاهتمام بالبحوث العلمية بالاعتماد على دراسات مراكز البحوث الأجنبية.

6- زيادة وتقوية المؤسسات في السوق الوطنية.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، **والمتضمنة لمهام الوكالة.**

7- التهيئة لدخول واقتحام الأسواق العالمية من خلال إجراء دراسات مستقبلية خاصة بالتجارة الخارجية والاستعانة بذوي الخبرة.

8- معرفة حجم الصادرات من المنتجات الجزائرية.

9- توسيع حجم الاستثمارات الخارجية وترقيتها.

10- المساهمة في إنعاش الاقتصاد الوطني عن طريق تغطية حاجياته، فالوكالة أصبحت ترافق وتحت على إستراتيجيات مختلفة في مجال ترقية الصادرات.

المبحث الثاني: دور (أومهام) الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وهيكلها التنظيمي

إن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية تكلف بمجموعة من المهام والهياكل التنظيمية العامة لها.

وعليه سنتناول في هذا المبحث دور (أومهام) الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية **(المطلب الأول)**، الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية والتنظيم المتعلق بها **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: دور (أومهام) الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

حسب نص المادة **06** من المرسوم التنفيذي رقم 174/04، تكلف الوكالة بالمهام التالية:[1]

1- وضع في متناول المتعاملين الاقتصاديين معلومات تجارية أو النصوص القانونية المتعلقة بالتجارة الخارجية بصفة عامة **(مراسيم، قرارات وزارية...)**.أنظر الملحق رقم **(04)**.

2- الاستماع إلى مقترحات المتعاملين الاقتصاديين لتوجيههم وإرشادهم حول أنجح السبل الواجب اتخاذها لتسيير عمليات التصدير التي يقومون بها على أحسن ما يرام. أنظر الملحق رقم **(05)**.

3- تحضير برنامج التظاهرات الاقتصادية سواء كانت داخل الوطن أو خارجه، وذلك بالتنسيق مع الشركة الجزائرية للمعارض ووزارة التجارة. أنظر الملحق رقم **(06)**.

4- ضبط ومتابعة تطبيق اتفاقيات التعاون المبرمة مع الهيئات الأجنبية الخاصة بترقية التجارة الخارجية.

5- تسيير بعض بنوك المعلومات من أجل معرفة أكثر وتسيير أحسن لتدفقات التجارة الخارجية عن التصدير أو الاستيراد، نذكر على سبيل المثال **(فهرس المصدرين، قائمة الشراء في طريق الإنجاز)**.

6- تسيير منح الدعم من أجل تشجيع التصدير خارج المحروقات بفضل الصندوق الخاص بترقية الصادرات.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، **والمتضمنة لمهام الوكالة.**

7- تحضير أعمال دراسية من أجل ترقية المنتجات الجزائرية المصدرة.

8- تنظيم أيام دراسية، ندوات لمنح المتعاملين الاقتصاديين لنقاش مشاكلهم الخاصة بعمليات التصدير ومحاولة إيجاد حلول لها، وذلك بالتنسيق والتعاون مع إطارات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "**ALGEX** ".

9- دعم المصدرين وتزويدهم بكافة المعلومات حول الفرص التجارية المتاحة في بعض الأسواق الخارجية، وكذا حول التظاهرات والمعارض الوطنية والدولية.

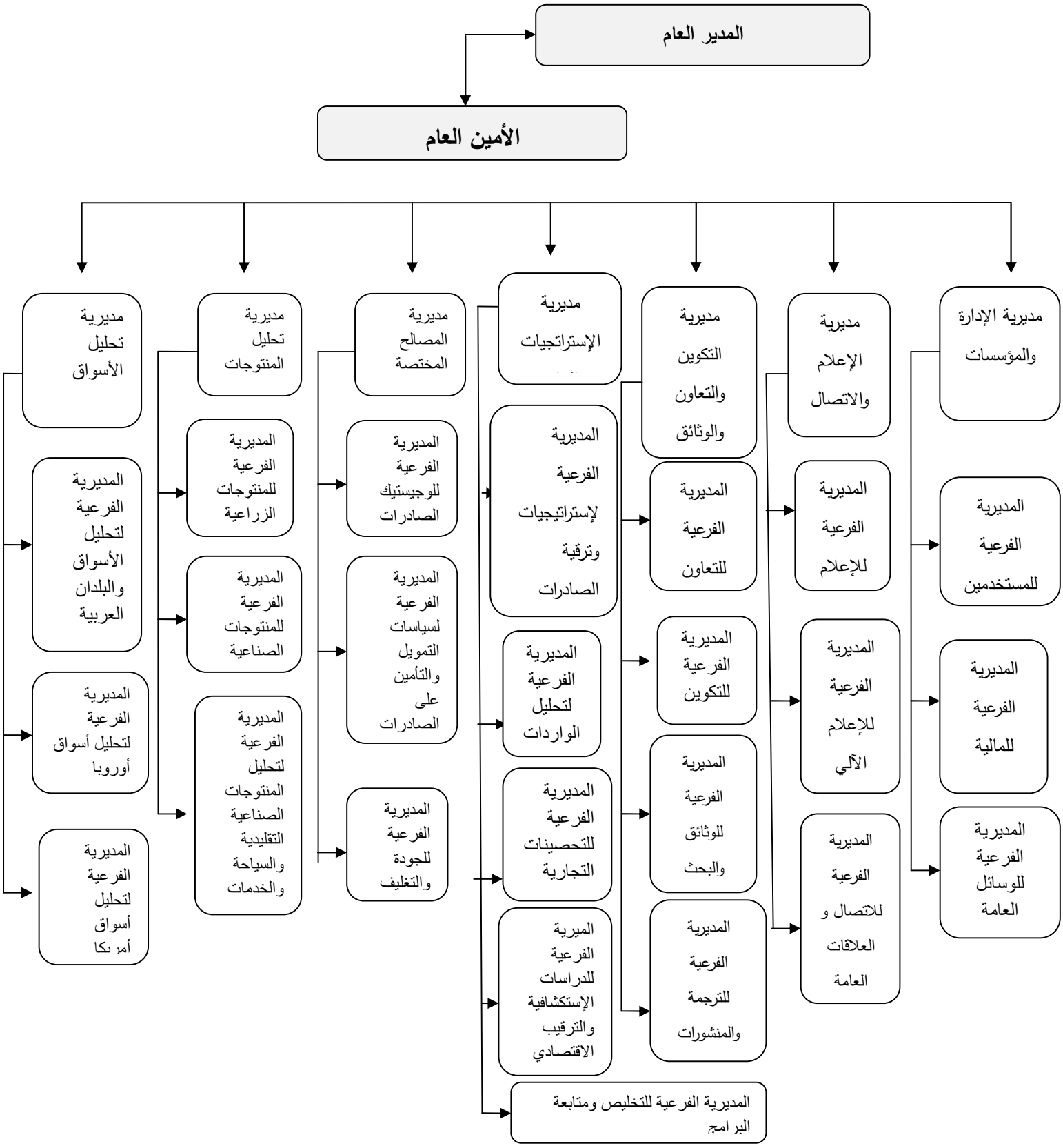
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية والتنظيم المتعلق بها

وسنبين ذلك في الفرعين التاليين:

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

يكون تنظيم مصالح الوكالة في المديريات ومديريات فرعية تحت سلطة المدير العام وتحت مسؤولية المديرين ونوابهم، كما يحدد التنظيم الداخلي للوكالة بموجب قرار مشترك بين الوزيرين المكلفين بالتجارة الخارجية، المالية والسلطة المكلفة بالوظيف العمومي، وسنوضح ذلك في الشكل رقم (**06**) التالي:

الشكل رقم (06): الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية



المصدر: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

الفرع الثاني: التنظيم المتعلق بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

يتكون التنظيم المتعلق بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية من سبع مديريات وأربع وعشرون فرعية، وسنوضح ذلك فيما يلي: [1]

أولا: مديرية تحليل الأسواق

إن هذه المديريات تعمل على إنشاء منظومة معطيات تتعلق بالأسواق الخارجية بعد تحليل السياسات الاقتصادية والتجارية للبلدان، وإعلام المتعاملين حول جوانب تطور الأسواق الخارجية.

وهذه المديريات مقسمة إلى ثلاث مديريات، وهي كالأتي:

1- المديرية الفرعية لتحليل أسواق إفريقيا والبلدان العربية.

2- المديرية الفرعية لتحليل أسواق أوروبا وأمريكا الشمالية.

3- المديرية الفرعية لتحليل أسواق أمريكا اللاتينية وأسيا.

ثانيا: مديرية تحليل المنتوجات

إن هذه المديريات تهتم بتحديد واختيار المنتوجات الموجهة نحو التصدير، وتقديم الاستشارة حول الفرص المتاحة لمتوقع منتوجاتهم في الأسواق الخارجية.

وتنقسم هذه المديريات إلى ثلاث مديريات فرعية، وهي كالأتي:

1- المديرية الفرعية لتحليل المنتوجات الزراعية والفلاحية.

2- المديرية الفرعية لتحليل المنتوجات الصناعية.

3- المديرية الفرعية لتحليل المنتوجات الصناعية التقليدية والسياحية والخدمات.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 83 لسنة 2005، ص ص 24- 29.

ثالثا: مديرية المصالح المختصة

إن هذه المديرية تختص باقتراح تدابير رفع تنافسية المنتجات الوطنية وتحسين شروط تمويل وتأمين المنتجات المصدرة.

وتتفرع هذه المديريات إلى ثلاث مديريات فرعية، وهي كالأتي:

1- المديرية الفرعية للوجستيك الصادرات.

2- المديرية الفرعية لسياسات التمويل التأمين على الصاردات.

3- المديرية الفرعية للجودة والتغليف والمواصفات.

رابعا: مديرية الإستراتيجيات والبرامج

إن هذه المديرية تتكلف هذه المديريات بتحليل السياسات والإستراتيجيات المتعلقة بمجال التجارة الخارجية، ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة في مجال الواردات.

وتتكون هذه المديرية من خمس مديريات فرعية، وهي كالأتي:

1- المديرية الفرعية لإستراتيجيات ترقية الصادرات.

2- المديرية الفرعية لتحليل الواردات.

3- المديرية الفرعية للتحصينات التجارية.

4- المديرية الفرعية للدراسات الاستكشافية والترقب الاقتصادي.

5- المديرية الفرعية للتخليص ومتابعة البرامج.

خامسا: مديرية التكوين والتعاون والوثائق

إن هذه المديرية تقوم بعدد من المهام يمكن حصرها في مهام كل من المديريات الفرعية التابعة لها والمتمثلة في ما يلي:

1- المديرية الفرعية للتعاون.

2- المديرية الفرعية للتكوين.

3- المديرية الفرعية للوثائق والبحث الوثائقي.

4- المديرية الفرعية للترجمة والمنشورات.

سادسا: مديرية الإدارة والوسائل

إن هذه المديرية تتمثل في ثلاث مديريات فرعية، وهي كالأتي:

1- المديرية الفرعية للمستخدمين.

2- المديرية الفرعية للمالية.

3- المديرية الفرعية للوسائل العامة.

سابعا: مديرية الإعلام والاتصال

إن هذه المديرية تقوم على الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بدور إرشادي للمصدر، حيث يتم على مستوى مديرية الإعلام والاتصال تقديم كل المعلومات التي يحتاج إليها المصدرون بخصوص إجراءات التصدير وكذا سير عملية التصدير، والمميزات التي تمنحها لهم الدولة عند القيام بهذه العملية ومعلومات كثيرة أخرى تهم المصدر بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى شرح كل المعلومات والإجابة على كل التساؤلات والاستفسارات التي تزاول المصدر.

وتنقسم مديرية الإعلام والاتصال إلى المديريات الفرعية التالية:

1- المديرية الفرعية للإعلام:

تقوم هذه المديرية الفرعية بالتنظيمات اللازمة لإبلاغ المعنيين عما تقوم به الوكالة من خلال الإشهار عن المعارض الدولية والمنشورات والملتقيات وغيرها.

2- المديرية الفرعية للإعلام الآلي:

تتكفل هذه المديرية الفرعية برعاية جانب الإعلام الآلي للوكالة من خلال المحافظة على المعلومات اليومية في الموقع الإلكتروني للوكالة ومتابعة المستجدات ونشرها ومراقبة البريد

الإلكتروني للوكالة، وكل ما يحتاجه المصدر على شكل إلكتروني وفي الموقع الإلكتروني للوكالة.

3- المديرية الفرعية للاتصال والعلاقات العامة:

تهتم هذه المديرية بكل المصدرين والموردين للإطلاع على معلومات حول التصدير وإجراءاته وعملياته، حيث تقوم باستقبال المعنيين في مكتب خاص وتقديم كل المعلومات اللازمة وإزالة وإزالة الغموض عن طريق الإجابة على كل الأسئلة واستفسارات المعنيين.

المبحث الثالث: مساهمة الوكالة في تدعيم صادرات التمور الجزائرية

إن المصدرين يعانون من نفس المشكل تقريبا في أي بلد وتتخلص احتياجاتهم في الخبرة الميدانية الجادة حول الجوانب التي لا يستطيعون التحكم فيها بصفة مستقلة بإمكانياتهم الذاتية والقيام بعمليات الترويج عوض أن تكون إستراتيجية وتقديم حلول حقيقية وميدانية من شأنها أن تساهم في التطوير النوعي والكمي للصادرات، وللاستجابة لطلبات المصدرين في تدعيم التجارة الخارجية، وجب على المؤسسة التمسك بالمبادئ التالية: إعلام كل المصدرين عن العمل الذي يقومون به، الاستجابة بصفة مرضية لاحتياجات المؤسسة، وزيادة على خدمة المؤسسات الداخلية فإن الوكالة تكون على استعداد تام لطلبات الدعم القادمة من الخارج وخاصة الطلبات التي تتقدم بها المؤسسات الإفريقية والمنظمات الاقتصادية.

وعليه سنتناول في هذا المبحث دعم المصدرين والقيام بالدراسات وجمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية **(المطلب الأول)**، عمليات الترويج وتطوير وتأهيل الإطارات البشرية **(المطلب الثاني)**، وأخيرا سنتناول مجال تحليل دراسة التمور في الجزائر **(المطلب الثالث)**.

المطلب الأول: دعم المصدرين والقيام بالدراسات وجمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية

وسنبين ذلك في الفرعين التاليين:

الفرع الأول: دعم المصدرين والقيام بالدراسات

وسنوضح ذلك فيما يلي:

أولا: دعم المصدرين

إن من أهم الطلبات التي تتلقاها الوكالة تأتي أساسا من فروع النشاط الاقتصادي والمؤسسات التي هي ما يلي:[1]

1- هي وضعية غير ملائمة بالنسبة للمنافسة.

[1]- وثائق خاصة بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

2- تنوي توسيع نشاطها باقتحام الأسواق بالأسواق الأجنبية.

3- تشرع في عملية انفتاح على الخارج.

وللمؤسسة محيطات وهي كالأتي:

أ- المحيط الداخلي للمؤسسة

وفيه ما يلي:

- حجم المؤسسة.
- هيكل المؤسسة.
- التكنولوجيا.
- النوعية.
- التقييس.

ب- المحيط الخارجي للمؤسسة

وفيه ما يلي:

- السياسة الوطنية والدولية.
- المنافسة.
- متطلبات الأسواق الأجنبية.

ثانيا: القيام بالدراسات

ونبين ذلك فيما يلي: [1]

[1]- وثائق خاصة بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

أ- دراسة السوق

تعتبر دراسة السوق التي تنجزها الوكالة هي عملية مستمرة ودائمة كما تكتسب هذه الدراسة طابع اقتصادي، وتشتمل خاصة المسائل التالية:

- دراسة التطورات الاقتصادية والسياسية الحاصلة في الأسواق الأجنبية موضوع الدراسة.

- دراسة النظام القانوني المعمول به في الأسواق الأجنبية.

- حجم السوق (**الواردات، الاستهلاك، النقد والعملات، الصحة والأمن، حصص السوق، المستهلكين**).

- دراسة العوامل المؤثرة على الطلب (**عوامل اقتصادية، اجتماعية دينية، ديموغرافية وجغرافية**).

- دراسة المنافسة.

ب- دراسة المنتوج

وتشمل المسائل التالية:

- تحليل صفات المنتجات المتماثلة.

- أساليب تكييف المنتوج بالنسبة إلى تجارة التجزئة أو النقل.

ج- دراسة آليات التسويق

وتشمل المسائل التالية:

- النقل، قنوات التوزيع.

- سياسة الأسعار.

- القروض وطرق الدفع.

- الخدمات المقدمة.

د- دراسة العرض

تهدف دراسة الطلب التي تقوم بها الوكالة إلى إعطاء معلومات مفصلة حول نشاط الدخول إلى الأسواق الخارجية وكذلك حول التوجيهات الملاحظة في كل مستورد، وتكون مرافقة للدراسة التي تحتوي في نفس الوقت معلومات حول الدول المصدرة وأهم النقاط التي تضمنها دراسة الطلب هي ما يلي:

- وصف المنتوج.
- بيان عن صفة المصدر.
- حجم السوق.
- الممارسة التجارية.
- ترويج المبيعات.
- سياسات وإجراءات التصدير.
- المنافسة.
- الأسعار.
- شبكة الاستيراد وأفاق السوق.

الفرع الثاني: جمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية

تعتبر المعلومات التي يتم جمعها بصورة منتظمة من المؤسسات والهيئات الوطنية والأجنبية ومن الشبكات وقواعد البيانات والصحف والمنشورات تتم معالجتها بطريقة آلية لغرض إجراء الدراسات وإعداد الملفات، حيث يتم توزيع ونشر المعلومات من خلال مختلف الوسائل والسندات الإعلامية التي تتوفر عليها الوكالة لتلبية احتياجات المتعاملين الاقتصاديين، وتتمثل هذه الوسائل فيما يلي:

أولا: وسائل جمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية

وتتمثل هذه الوسائل فيما يلي:[1]

1- دار المصدر **(فضاء ملائم للمعلومات التجارية والاتصال المباشر مع المصدرين).**

2- الموقع الإلكتروني للوكالة.

3- المجلة التي تصدرها الوكالة والدورية المسماة "**رسالة الجكس**". **أنظر المحلق من رقم (07) إلى رقم (16).**

4- منشورات أخرى **(بلاغات، فهارس، تقارير، مذكرات...إلخ).**

5- وسائل الاتصال العدية والرقمية.

6- البوابة الإلكترونية للتجارة الخارجية، نظام اتخاذ القرار **(في مرحلة الإنشاء).**

7- قد وضعت مواصفات إنشاء البوابة **(تم تقديم الملف بمناسبة تنصيب لجنة متابعة التجارة الخارجية، يوم 29 ديسمبر 2010).**

8- سيتم نشر المناقصة خلال عام 2011.

ثانيا: المشاركة في أعمال اللجان

وذلك من خلال ما يلي: [2]

1- أعمال اللجنة الفنية لرصد وتقييم تنفيذ التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي ودول منطقة التجارة العربية الكبرى.

2- أعمال لجنة التأهيل للاستفادة من الصندوق الخاص لترقية الصادرات.

3- أعمال اللجنة المختصة **(المركز الوطني الاقتصادي والاجتماعي، الهيئات، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)**، حول تطوير وتعزيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، ص8.

[2]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، ص9.

4- أعمال اللجنة المكلفة بمنح جائزة التصدير **(الوكالة عضو في لجنة التحكيم)**.

ثالثا: علاقات التعاون الدولية

وتتمثل فيما يلي: [1]

1- استقبال الوفود والشخصيات الأجنبية في مقر الوكالة عند طلبها ذلك.

2- اتفاقيات التعاون مع الهيئات الأجنبية المتماثلة. **أنظر الملحق رقم (17)**.

3- الاتفاقية مع تركيا بأنقرة في 2004/09/23.

4- الاتفاقية مع مديرية التجارة الخارجية بروكسل ب "**الجزائر العاصمة**" في 2004/09/05.

5- الاتفاقية مع البرتغال ب"**الجزائر العاصمة**" في 2007/01/22 من هذه الاتفاقيات يمكن استنتاج النتائج التالية:

أ- التبادل التجاري، تبادل المعلومات والخبرات، التكوين وكذا التعاون المستمر لتحضير برنامج عمل مشترك لتقديم التسهيلات اللازمة لتبادل مقترحات التصدير.

ب- مساعدة أكثر من **100 مصدر** خاصة فيلا مجال المعلومات: المعلومات المتعلقة بالأسواق المستهدفة، مراحل التصدير، والامتيازات المقدمة في مختلف المجالات.

ج- نشر مجلات في جانب التجارة الخارجية.

د- المشاركة في تنظيم المعارض والصالونات التجارية بالتعاون مع وزارة التجارة والشركة الوطنية للمعارض والتظاهرات.**أنظر الملحق رقم18**.

هـ- تحقيق الأعمال من خلال عرض السلع المطلوبة وخصائصها على الموقع الإلكتروني: **WWW.algex.dz**، ويتبقى للمصدر الاتصال بالمورد للإتمام العملية.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 58 لسنة 1996، ص12.

رابعا: التكوين والتربصات التطبيقية

ويتمثل فيما يلي: [1]

1- التكوين

وفيه ما يلي:

أ- مشاركة إطارات الوكالة في مختلف برامج التكوين "**ايتيماكسور**" ، "**فاسيكو**"...

ب- تكوين ثمن إطارات من الوكالة في إطار اتفاق التعاون بين الوكالة والمديرية العامة للجمارك حول ما يلي:

- الإجراءات الجمركية.
- الأنظمة الجمركية.
- التعريفات الجمركية والجبائية.
- الإعلان والاتصالات المؤسساتية.

2- التربصات التطبيقية

من خلال عام 2010، قامت الوكالة باستقبال وتأطير **60 طالبا** من مختلف المستويات **(تقني سامي، ليسانس، مهندس دولة، دبلوم الشهادة الجامعية التطبيقية، ماجستير)** للقيام بالتربصات في إطار إنجاز مشاريع نهاية الدراسة في التخصصات التالية: التجارة الدولية وترقية الصادرات، إدارة المعلومات، المالية والمحاسبة، تسيير الموارد البشرية، التسويق، القانون التجاري.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 58 لسنة 1996، ص11.

المطلب الثاني: عمليات الترويج وتطوير وتأهيل الإطارات البشرية

ويتمثل ذلك في الفروع التالية:

الفرع الأول: عمليات الترويج في الأسواق المكتسبة

إن المشاركة في المعارض الدولية والهدف من العمليات هو تأكيد وتدعيم حضور منتجات البلد في الأسواق المكتسبة أي أن منتجات البلد تكون قد اكتسبت سمعة ونفاذا مؤكدا في هذا السوق.

وللمحافظة على الحصص المكتسبة من أجل توسيعها يستحسن عرضها في المعارض الدولية المقامة في البلدان المعنية وتجدر الإشارة إلى أن أهم التظاهرات المقامة لترويج المنتجات الوطنية هي المشاركة في المعارض الدولية بإقامة جناح خاص بالبلد يجمع كل المنتجات التي تقوم بها الوكالة وتتعلق بجمع المعلومات، وذلك من خلال ما يلي: [1]

1- القيام بعدة اجتماعات مع الأطراف المشاركة في المعرض لتحضيره.

2- القيام بعمليات الإشهار حول المشاركة للبلد في المعرض.

3- إرسال بطاقات دعوة إلى الزبائن المحتملين.

4- تقديم الطلب للحصول على تأشيرات المشاركة.

بينما يقتصر دور الشركة العارضة في اختيار المنتجات التي ستعرضها وتكيفها.

الفرع الثاني: تطوير وتأهيل الإطارات البشرية

الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ترتكز خبراتها الميدانية على مجال التصدير، حيث توزع وتنشر هذه الخبرات من خلال برنامج التكوين الموجه إلى ما يلي:

1- إعادة تأهيل وتخصيص الخبرة العلمية للإطارات المحلية والمستقبلية للمؤسسات التصدير من أجل دعم القدرات التنافسية للمنتجات الوطنية على المستوى الدولي.

---

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، **والمتضمنة لمهام الوكالة.**

2- تكوين مستخدمي الوكالة في ميدان قضايا التنظيم والتسيير وكذلك تزويدهم بالخبرة الميدانية في مجال التصدير، كما تتميز برامج التكوين المتخصص وبرامج التكوين الأول وبرامج التكوين المتواصل.

الفرع الثالث: الإجراءات المنتهجة في خلايا الوكالة الوطنية لترقية الصادرات خارج إطار المحروقات

وسنبين ذلك من خلال ما يلي: [1]

أولا: خلية ترقية المنتجات الفلاحية

وسنعرض ذلك فيما يلي:

1- تعريف ترقية المنتجات الفلاحية

تتكون خلية ترقية المنتجات الفلاحية من إطارات ومختصين في مجال الفلاحة والتجارة، تهدف هذه الخلية إلى ترقية صادرات المنتجات الفلاحية التي تتمثل أساسا في الخضر والفواكه.

2- دور ترقية المنتجات الفلاحية

بموجب عقدّ إبرام بين الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وشركة **MILINACOM** تم تكليف هذه الشركة بالقيام بدراسات تطبيقية لأربعة مناطق هي **(جيجل، بسكرة، أدرار، مستغانم)**، كون هذه المناطق نموذجية بالنظر إلى إمكاناتها التصديرية من هذه الدراسة وذلك من خلال ما يلي:

أ- معرفة المنتجات الفلاحية القابلة للتصدير.

ب- تحديد وتقييم الإمكانيات الإنتاجية.

ج- تحليل الظروف الإنتاجية ومعرفة مشاكل التصدير.

د- تنظيم ملتقيات ومحاضرات كتنظيم ملتقى وطني حول ترقية الصادرات من المنتجات الفلاحية والغذائية.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، ص14.

هـ- إحصاء مشاكل استيراد المواد والأجهزة الفلاحية بمعلومات حول الأسواق الخارجية والقوانين المعمول بها كالمقاييس والتعريفات المطبقة.

ثانيا: خلية تنظيم المعارض

تعتبر خلية تنظيم المعارض من أهم الخلايا الموجودة في الوكالة وهي تعمل على ما يلي:

1- تحديد برامج التظاهرات التي تشارك فيها الجزائر.

2- متابعة وتأطير المشاركين في مختلف التظاهرات الدولية.

3- تقديم كل المعلومات الخاصة بالبلد الذي يقام فيه العرض.

4- عرض خدماتها في الخارج والمتمثلة في تقديم معلومات حول السوق الجزائرية ونشير إلى أنه يتم تحضير المعرض بمساعدة الشركة الجزائرية للمعارض **SAFEX**.

ولخلية تنظيم المعارض خطوات متبعة يتم إتباعها كالأتي:

أ- تتصل الخلية بالشركات الراغبة في المشارك.

ب- تنظيم الخلية اجتماع بين الشركات:

يكون ذلك في مقر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بحضور ما يلي:

- ممثل من وزارة الخارجية.
- ممثل من وزارة التجارة.
- ممثل من زوارة السياحة.
- ممثل من غرفة التجارة والصناعة.
- اللجنة الوطنية للمشاركة في المعارض.
- ممثل عن الخطوط الجوية الجزائرية.

ج- دراسة كل النقاط الخاصة بالمعرض:

يكون ذلك بالنقل، التأشيرة، تعويض التكاليف عن طريق الخاص لترقية الصادرات **FSPE**.

د- بعد التأكد من المعرض تقوم الوكالة بتحضير ملف خاص بالبلد المقام فيه العرض والذي يحتوي على معطيات عامة، عدد السكان، الدخل، البطالة، المساحة، العملة المتداول، أهم المتعاملين الاقتصاديين المنظمة، أهم صادراتها وارداتها، التبادل الجزائري معها بالإضافة إلى احتواء الملف على القوانين والتشريعات المرتبطة بالتجارة مثل: النظام الجمركي، طرق الدفع، نظام البنوك، نظام المبادلات والاستثمارات.

ثالثا: المشاكل التي يواجهها قطاع التجارة الخارجية الجزائرية

ويكون ذلك من خلال ما يلي:

1- نقص في المنشآت والوسائل اللوجستيكي والنقل.

2- نقص في كفاءة وقلة وسائل الاستيعاب للمنتوج المصدر الموانئ.

3- نقص في الدعم المالي للمصدرين.

4- إجراءات التصدير **(البيروقراطية)**.

5- الفراغ القانوني وتحيينه.

6- ضعف نوعية المنتوج المصدر وقلة المنافسة النوعية.

الفرع الرابع: المشاركة المستقبلية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

وسنبين ذلك فيما يلي: [1]

أولا: الشبكة الوطنية للمعلومات التجارية الخارجية

تعتبر شبكة المعلومات التجارية LE RISEAUX D INFORMATION COMMERCIAL مشروعا ممولا من طرف الحكومة الجزائرية بمساعدة منظمة برنامج الأمم المتحدة، وهو مطبق على يد إطارات وكفاءات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، يساهم في ذلك مستشارين تابعين لمنظمة برنامج الأمم المتحدة باتفاق مع الخبراء العاملين للمركز التجاري العالمي بجنيف يتم جمع المعلومات عن التجارة الخارجية، المركز الجهوي لتأمين وضمان صادرات الجزائريين، ويتم جمع المعلومات على المستويين الوطني والدولي، وسنبين ذلك فيما يلي:

1- المستوى الوطني:

الديوان الوطني للإحصاء، الجمارك، الوزارات، البنوك، المنظمات والمؤسسات المختصة.

2- المستوى الدولي:

المنظمات الدولية، التجمعات الاقتصادية، الجهوية، شبكات المعلومات للبلدان الأخرى، الشبكة الجهوية للمعلومات، الشبكة الدولية للمعلومات، مؤسسات الدول الأخرى ذات الاهتمام من طرف المتعاملين الوطنيين، وتنظيم المعلومات على شكل معطيات مجزئة إلى عدة بوابات، حيث تتم معالجة المعلومات المجمعة وفق طرق معتمدة في التحليل والفهرسة.

ويبدو مما سبق أن تنظيم الشبكة محكم من حيث مصادر المعلومات وكذا كفاءات التسيير، لكن على أرض الواقع لم يتم بعد تطبيق المشروع إذ لم يتم إرسال الشبكة على الانترنت لأسباب يعتبرها البعض تقنية، لكن يلاحظ كذلك تأخر بعض الإدارات من تزويد الشبكة بالمعلومات الضرورية وتجديدها.

[1]- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 58 لسنة 1996، ص14.

ثانيا: دار المصدر

دار المصدر هو فضاء مخصص للمعلومات التجارية والاتصالات بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين في مجال التصدير، أنشئ هذا الفضاء خلال الملتقى الذي جمع بين وزارة التجارة والمتمثل بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية والمصدرين الجزائريين بمقر الولاية يوم 12 نوفمبر 2007 والكائن مقره في بناء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بالمحمدية في الجزائر العاصمة، وهذا الفضاء يسمح للمصدرين بما يلي:

1- تزويدهم بالمعلومات التجارية.

2- إعلام المصدرين حول القوانين التشريعية المعمول بها بالتصدير (**الضرائب، التسهيلات، الجمركية...**).

3- تبادل الخبرات والمعارف بين المصدرين.

4- الاستفادة من خدمة المرافقة والإرشاد عند التصدير.

5- يضع المصدرين في اتصال مباشر مع الشركات الأجنبية.

6- تعريف وتحديد الأسواق المستهدفة بمنتجات المصدرين.

7- إعلام المصدرين بأوقات المعارض والصالونات بالخارج.

8- مرافقة ومتابعة المصدرين من الحصول في التظاهرات التجارية.

9- تمكين المصدرين من الحصول على المعلومات الخاصة بالصالونات بالخارج.

ثالثا: خلية الشبكة المعلوماتية

تتمثل الخلية المعلوماتية للمعلومات التجارية في بنوك المعلومات وهي تعمل يوميا دون انقطاع أنشئت هذه الخلية ضمن مشروع تنفيذي **ALG99/00** من طرف برنامج الأمم المتحدة والمنفذ من طرف المركز التجاري ل: **CCO , OMC, CEECED** مع الوكالة الوطنية.

يهدف هذا المشروع إلى تطوير شبكة وطنية تجارية، وكذلك تشكيل وخلق مشروع الشبكة، ولهذه الخلية مهام وهي كالأتي:

1- نشر قواعد مواصفات قياسية تجارية.

2- إعطاء إمكانيات واسعة للاتصالات التجارية بين الشركاء.

3- تقوم هذه الشبكة بالتمثيل الدبلوماسي للبلد في الخارج، حيث تعتبر المرأة التي تعكس الوضعية الاقتصادية للجزائر، من خلال عرض البيانات حول التصدير، والاستيراد....

4- من أجل الحصول على البيانات الهامة فتحت الشبكة المجال أمام مستعمليها من غرفة التجارة، المدارس، الجامعات، البنوك، الإدارات المركزية، الطلاب....

5- تعتبر خلية شبكات المعلومات أداة فعالة لربط العلاقات التجارية عن طريق ما يلي:

أ- نشر وتوزيع عروض المبيعات.

ب- الترويج للمنتجات والخدمات.

ج- تحديد الأسواق البارزة والمتخصصة.

المشاريع الحالية لسنة 2018:

تعتبر الوكالة بصدد تحضير إستراتيجيات وطنية للتصدير وذلك بالتنسيق مع المؤسسات الاقتصادية، التجارية، والإدارية الجزائرية، وذلك مرافقة بمركز التجارة الدولية **(الجنيف)**، حيث يتم رسم محاور وأسس إستراتيجية للتصدير تكون بمثابة نظام وتنظيم تسيير عليه كل المصدرين.

المطلب الثالث: مجال تحليل دراسة التمور في الجزائر

يعتبر قطاع التمور قطاعا مهما في الجزائر لما له من تأثيرات وانعكاسات غذائية واقتصادية نتيجة الاهتمام به، وعليه سنبين ذلك في الفروع التالية:

الفرع الأول: مجال دراسة التمور في الجزائر

يغطي التمور طازجة والتمور الجافة، وسنبين ذلك فيما يلي:

أولا: توزيع الإنتاج عبر الولايات

SH: تمور الطازجة "**دقلة نور**": 08041010.

SH: تمور الطازجة خارج "**دقلة نور**": 08041050.

SH: تمور الجافة: 08041090.

تحصي الجزائر في **2013 18.3 مليون** نخلة مثمرة سنة 2018.

– كما توظف هذه العشبة ما يقارب **128 ألف عامل دائم.**

وسنبين يوضح توزيع الإنتاج عبر الولايات خلال السنتين (2013–2018) في الجدول رقم **(08)** الأتي:

الجدول رقم (08): يوضح توزيع الإنتاج عبر الولايات خلال السنتين (2013-2018)

2013

	المنطقة المشغولة (هكتار)	الإنتاج	المردود
	(Ha)	(qx)	كيلو غرام/ النخلة
07 بسكرة	42 493	3 214 402	84,2
39 الوادي	36 317	2 137 520	63,7
30 ورقلة	27 804	1 212 537	61,0
01 ادرار	21 515	875 223	32,5
47 غرداية	13 945	520 000	50,7
08 بشار	10 632	257 450	30,0
11 تمنراست	7 001	110 988	18,5
40 خنشلة	1 220	67 100	60,2
12 تبسة	812	18 500	66,1
33 إليزي	766	15 300	28,9
05 باتنة	639	13 963	59,3
03 الأغواط	506	13 280	95,4
45 النعامة	434	9 300	58,1
37 تندوف	318	7 450	27,0
17 الجلفة	193	4 920	57,2
32 البيض	100	4 057	17,4
28 مسيلة		0	0
مجموع الجزائر	**164 695**	**8 481 990**	**57,9**

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

2018

	تمر		
	المنطقة المشغولة (هكتار)	الإنتاج(qx)	المردود (كيلو غرام/ نخلة)
07 بسكرة	43 617	4 593 854	107,9
39 الوادي	37 750	2 731 200	72,1
30 ورقلة	22 282	1 490 677	68 ,2
01 ادرار	28 320	935 657	33 ,5
47 غرداية	11 259	579 001	51,1
08 بشار	13 919	321 500	32,3
11 تمنراست	7 118	119 008	18,5
40 خنشلة	812	81 500	69,2
12 تبسة	805	19 850	50,8
33 إليزي	1 254	15 737	29,7
05 باتنة	207	15 640	62,6
03 الأغواط	235	11 746	42,7
32 البيض	477	11 150	51,4
37 تندوف	464	9 550	26,9
17 الجلفة	101	6 870	73,9
45 النعامة	236	4 060	46,3
مجموع الجزائر	**168 855**	**10 947 000**	**67,8**

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

التحليل:

عرف إنتاج التمور في الجزائر ارتفاع ب**29%** بين 2018/2013، حيث انتقلت الكمية المنتجة من **199 848 طن** في 2013 إلى **700 1094 طن** في 2018، كما عرفت المردودية إنتاج التمور ب**17%**، حيث انتقلت من **75.9 كلغ/ لنخلة واحدة** في 2013 إلى **67.8 كلغ/ لنخلة** في 2018.

كما عرفت مساحة المزروعة ارتفاع نسبي، حيث انتقلت المساحة المزروعة من **695 164 هكتار** في 2013 إلى **855 168** في 2018.

تعتبر بسكرة كأول منتج وطني للتمور، وذلك منذ أعوام طويلة حيث يشكل إنتاج الولاية من التمور ما نسبته 42% من الإنتاج الوطني في 2018، وعرف إنتاج التمور في الولاية تطور بين 2013 و2018 بنسبة **43%**، حيث انتقل من **440 321 طن** إلى **385 459 طن**، وفي نفس الاتجاه عرفت كل من مساحات المزروعة والمردودية للتمور في الولاية تطورا على التوالي **3%** و**28%**.

ثانيا: تبادل التجار للتمور في الخارج

وسنوضح ذلك فيما يلي:

1- تصدير الجزائر للتمور للخارج

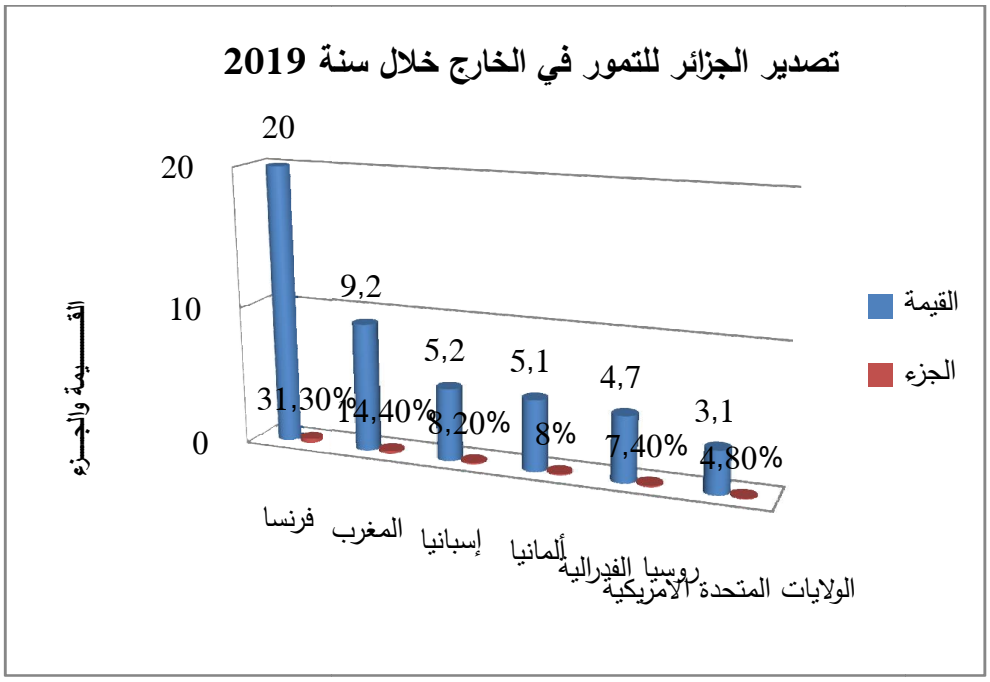
وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم **(09)** الأتي:

الجدول رقم (09) يوضح تصدير الجزائر للتمور في الخارج خلال سنة 2019

القيمة: مليون دولار			
الوضعية	الدولة	القيمة	الجزء%
التمر	فرنسا	20,0	31,3
	المغرب	9,2	14,4
	اسبانيا	5,2	8,2
	ألمانيا	5,1	8,0
	روسيا الفدرالية	4,7	7,4
	الولايات المتحدة الأمريكية	3,1	4,8
	بلجيكا	1,6	2,5
	ماليزيا	1,6	2,4

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **CNIS /Trademap**.

الشكل رقم (07): يبين تصدير التمور في الخارج خلال سنة 2019



المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

التحليل:

- تصدر الجزائر تمور إلى **64 بلد**، وتعتبر فرنسا أول زبون بقيمة **20 مليون دولار** من إجمالي صادرات الجزائر للتمور بنسبة **31.5%**، تاليها المغرب **ب92 مليون دولار** ونجدها في المرتبة الثالثة بنسبة **5.4 مليون دولار**.

- تصدر الجزائر قيمة **63.8 مليون دولار** وكمية محددة ب **700 57 طن** من التمور في 2019.

2- **المصدرين الجزائريين: أنظر الملحق رقم (19).**

وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم **(09)** الأتي:

الجدول رقم (09): يوضح بعض المصدرين الجزائريين

Valeur: millions USD
exportateurs
ABDELMALEK DJAMAL
AHMIDA SOUFIANE
AISSAOUI ABDERRAHMANE
ALLAM SOFIANE
AMRANI FOUDHIL
ATIA ASAAD ISLAM
BACHA MOHAMED AMINE
BEBBOUKHA HAMZA / MED LARBI
BEDJAOUI ABDELATIF
BELAL SAMIR
BELGHAZI BENAMEUR
BELHANI NARIMENE
BEN ABDELHALIM MOKADEM FOUZI
BEN AYAD M'HAMED
BEN DJABALLAH ABDERRAHMANE
BEN DJEDDOU FOUZI
BEN HAMED ABDERRAZAK
BENAZZA NABIL
BENLADJERAB KARIM
BENSAHEL TOUFIK
BISKRI MOHAMED MOKHTAR
BOUAZIZI MOHAMED AYOUB
BOUBEKEUR BADREDDINE
BOUDRIAT ABDELHAK
BOUKELLAL MOHAMED TAHAR
BOURAYOU ABDELKRIM

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام دليل المصدرين الجزائريين.

3- المصدرين العالميين

وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم **(10)** الأتي:

الجدول رقم (10) يوضح المصدرين العالميين

2018

	Valeur: millions USD	
Exportateurs	**Valeur exportée en 2018**	**Part%**
exportation mondiale de dattes	1954,5	100
Iran, République islamique d'	338,3	17,3
Tunisie	321,9	16,5
Arabie saoudite	201,4	10,3
Emirats arabes unis	197,6	10,1
Israël	160,7	8,2
Pakistan	112,7	5,8
Algérie	109,0	5,6
Iraq	107,9	5,5
Etats-Unis d'Amérique	66,1	3,4
Egypte	49,7	2,5
France	42,3	2,2
Pays-Bas	38,5	2,0
Allemagne	27,6	1,4
Palestine, Etat de	24,7	1,3
Mexique	20,2	1,0
Jordanie	19,8	1,0
Oman	15,1	0,8
Turquie	10,9	0,6
Afrique du Sud	10,4	0,5
Belgique	9,4	0,5
Danemark	8,9	0,5
Malaisie	8,1	0,4
Koweït	6,9	0,4
Namibie	5,6	0,3
Libye, Etat de	5,6	0,3
Italie	5,0	0,3
Royaume-Uni	4,0	0,2

Slovaquie	2,4	0,1
Espagne	2,3	0,1
Liban	2,3	0,1
Autriche	1,8	0,1
Inde	1,8	0,1
Canada	1,7	0,1
Singapour	1,4	0,1
Thaïlande	1,1	0,1
République tchèque	1,0	0,1
Hong Kong, Chine	0,9	0,0
Niger	0,8	0,0
Slovénie	0,8	0,0
Pérou	0,7	0,0
Lituanie	0,7	0,0
Kazakhstan	0,6	0,0
Suède	0,6	0,0
Hongrie	0,4	0,0
Grèce	0,4	0,0
Lettonie	0,4	0,0
Russie, Fédération de	0,3	0,0
Pologne	0,3	0,0
Suisse	0,3	0,0
Myanmar	0,3	0,0
Australie	0,3	0,0
Bulgarie	0,2	0,0
Maroc	0,2	0,0
Soudan	0,2	0,0
Bosnie-Herzégovine	0,2	0,0
Bélarus	0,2	0,0
Bahreïn	0,1	0,0
Estonie	0,1	0,0
Serbie	0,1	0,0
Nouvelle-Zélande	0,1	0,0
Portugal	0,1	0,0
Croatie	0,1	0,0
République arabe syrienne	0,1	0,0
Luxembourg	0,1	0,0

Chypre	0,1	0,0
Yémen	0,1	0,0
Mauritanie	0,1	0,0

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

4- المستوردين العالميين للتمور

وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم **(11)** الأتي:

الجدول رقم (11) يوضح المستوردين العالميين لتمور

2018

millions

Importateurs	Valeur importée en 2018	pat%
importations mondiales de dattes	1741,4	100
Inde	256,6	15
Maroc	171,2	10
Emirats arabes unis	107,2	6
France	100,2	6
Etats-Unis d'Amérique	98,9	6
Allemagne	68,3	4
Indonésie	63,8	4
Royaume-Uni	63,4	4
Canada	49,6	3
Turquie	47,7	3
Malaisie	47,1	3
Pays-Bas	46,2	3
Italie	33,5	2
Espagne	32,5	2
Bangladesh	31,2	2
Koweït	29,2	2
Russie, Fédération de	28,5	2
Iraq	28,1	2
Qatar	26,4	2
Oman	23,2	1
Yémen	22,8	1
Jordanie	19,5	1

Afghanistan	18,4	1
Liban	18,1	1
Belgique	17,6	1
Somalie	16,0	1
Australie	14,5	1
Suisse	13,4	1
Kazakhstan	13,2	1
Pakistan	13,0	1
Danemark	12,6	1
Sri Lanka	11,4	1
Autriche	10,5	1
République arabe syrienne	10,5	1
Suède	9,5	1
Azerbaïdjan	7,9	0
Pologne	7,1	0
Singapour	6,6	0
Egypte	6,2	0
Norvège	5,8	0
Afrique du Sud	5,7	0
Bahreïn	5,3	0
Chine	5,2	0
Ukraine	5,0	0
Finlande	4,8	0
Mauritanie	4,5	0
Nigéria	4,1	0
République tchèque	3,7	0
Mexique	3,5	0
Thaïlande	3,4	0
Nouvelle-Zélande	3,3	0
Grèce	3,3	0
Slovaquie	3,3	0
Japon	3,3	0
Sénégal	3,0	0
Brésil	3,0	0
Niger	2,8	0
Portugal	2,7	0
Turkménistan	2,6	0

Hongrie	2,6	0
Kenya	2,6	0
Tunisie	2,5	0
Djibouti	2,5	0
Roumanie	2,4	0
Bosnie-Herzégovine	2,3	0
Maldives	2,3	0
Bulgarie	2,2	0
Lituanie	1,9	0
Irlande	1,9	0
Slovénie	1,9	0
Bélarus	1,4	0
Algérie	1,3	0
Palestine, Etat de	1,3	0
Arabie saoudite	1,3	0
Brunéi Darussalam	1,3	0
Serbie	1,2	0
Macédoine du Nord	1,1	0
Honduras	1,0	0
Kirghizistan	1,0	0
Viet Nam	1,0	0
Lettonie	1,0	0
Croatie	1,0	0
Hong Kong, Chine	1,0	0
Arménie	0,9	0
Maurice	0,9	0
Chypre	0,9	0
Côte d'Ivoire	0,9	0
Corée, République de	0,9	0
Islande	0,8	0
Zones franches	0,8	0
Taipei Chinois	0,7	0
Nicaragua	0,7	0
Argentine	0,6	0
Tanzanie, République Unie de	0,6	0
Malte	0,6	0
Estonie	0,6	0

Trinité-et-Tobago	0,6	0
Luxembourg	0,6	0
Colombie	0,5	0
Soudan	0,5	0
Chili	0,4	0
Ethiopie	0,4	0
Géorgie	0,4	0
Guinée	0,4	0
Monténégro	0,3	0
République dominicaine	0,3	0
Ouzbékistan	0,3	0
Cambodge	0,3	0
Comores	0,3	0
Uruguay	0,3	0
Philippines	0,3	0
Seychelles	0,2	0
Tadjikistan	0,2	0
Bahamas	0,2	0
Costa Rica	0,2	0
Burkina Faso	0,2	0
Mozambique	0,2	0
Moldavie, République de	0,2	0
Ghana	0,2	0
Lésotho	0,2	0
Ouganda	0,2	0
Fidji	0,2	0
Cameroun	0,2	0
Cabo Verde	0,2	0
Botswana	0,1	0
Congo	0,1	0
Angola	0,1	0
Ship stores and bunkers	0,1	0
Malawi	0,1	0
Groenland	0,1	0
Guatemala	0,1	0
Panama	0,1	0
Gambie	0,1	0

Népal	0,1	0
Mali	0,1	0
Îles Féroé	0,1	0
Bermudes	0,1	0
Curaçao	0,1	0
Zambie	0,1	0
Antigua-et-Barbuda	0,1	0
Aruba	0,1	0
Namibie	0,1	0
Myanmar	0,1	0
Barbade	0,1	0
Israël	0,1	0
Paraguay	0,1	0
Tchad	0,1	0
Macao, Chine	0,1	0
Madagascar	0,1	0
Congo, République démocratique du	0,1	0
Equateur	0,1	0
Bénin	0,1	0
Nouvelle-Calédonie	0,1	0

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

الفرع الثاني: دراسة مقارنة بين كل من الجزائر وتونس ومصر

وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم (12) الأتي:

الجدول رقم (12) مقارنة بين كل من الجزائر وتونس ومصر

القيمة: مليون دولار

الكمية: مليار طن

	قيمة التصدير	كمية التصدير	سعر التصدير	العملاء
الجزائر 2018	57,6	50,1	1150 مليار/ طن	فرنسا (28%) الولايات المتحدة الأمريكية (10%) روسيا (9%) المغرب (9%) ألمانيا (6%) إسبانيا (4%)
تونس	322	129	2488 مليار/ طن	المغرب (21.4%) ألمانيا (9.5%) فرنسا (8.1%) إسبانيا (6.9%) ماليزيا (6.9%) إيطاليا (6.8%)
مصر	49,7	13	3864 مليار/ طن	المغرب (43%) أندونيسيا (39.4%) ماليزيا (6.5%)

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

التحليل:

نعتمد في هذه المقارنة على القيمة المصدرة والكمية وسعر في الأسواق الدولية، هذه المقارنة تسمح لنا بمعرفة مكانة الجزائر بالنسبة للبلدان التي لها نفس الخصائص، من حيث الإنتاج ونوعية التمور وكذلك قربها جغرافيا من الجزائر.

الفرع الثالث: دراسة حالة كيفية اختيار الأسواق المستهدفة

وسنوضح ذلك في الجداول رقم **(13)** الأتي:

الجدول رقم (13) يوضح: كيفية اختيار الأسواق المستهدفة

أكبر 11 مستوردا لتمور في العالم	حجم السوق	الصادرات الجزائرية	الاتفاقيات التجارية	المسافة بالكيلو متر	حقوق الجمارك	سعر الاستيراد	تطور واردات الأسواق المستهدفة بين 2014/ 2018
تركيا	47.7	2037.3	لاشئ	3189	%15	1 214	32
أندونيسيا	63.8	318.6	لاشئ	12216	%5	1 598	18
ألمانيا	68.3	68.6	اتفاقيات الشراكة مع الإتحاد الأوروبي	2674	%7.70	3 019	14
الولايات المتحدة الأمريكية	98.9	3575.7	لاشئ	8764	%3.90	2 649	14
كندا	49.6	289.0	لاشئ	7287	%0	2 467	11
فرنسا	100.2	4183.9	إتفاقية الشراكة مع الإتحاد الأوروبي	2022	%7.70	2 377	7

المملكة المتحدة	63.4	2487.7	اتفاقيات الشراكة مع الإتحاد الأوروبي	2662	%7.70	2 653	5
المغرب	171.2	664.6	المنطقة العربية للتبادل الحر	1000	%0	1 757	%11
الهند	256.6	1518.3	لاشئ	7746	%30	619	%8
الإمارات العربية المتحدة	107.2	197.2	المنطقة العربية للتبادل الحر	5211	%0	714	%2
ماليزيا	47.1	123.0	لاشئ	11779	%0	2 459	−2

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام إحصائيات متحصل عليها من الموقعين **Trademap/ CNIS**.

أكبر 11 مستوردا لتمور في العالم	حجم السوق	الصادرات الجزائرية	الاتفاقيات التجارية	المسافة بالكيلو متر	حقوق الجمارك	سعر الاستيراد	تطور واردات الأسواق المستهدفة بين 2018/2014
الهند	1	5	2	8	6	11	9
المغرب	2	6	1	1	1	7	8
الإمارات العربية المتحدة	3	9	1	6	1	10	10
فرنسا	4	1	1	2	4	6	6
الولايات المتحدة الأمريكية	5	2	2	9	2	4	4
ألمانيا	6	11	1	4	4	2	3
أندونيسيا	7	7	2	11	3	8	2
المملكة المتحدة	8	3	1	3	4	3	7
كندا	9	8	2	7	1	1	5
تركيا	10	4	2	5	5	9	1
ماليزيا	11	10	2	10	1	5	11

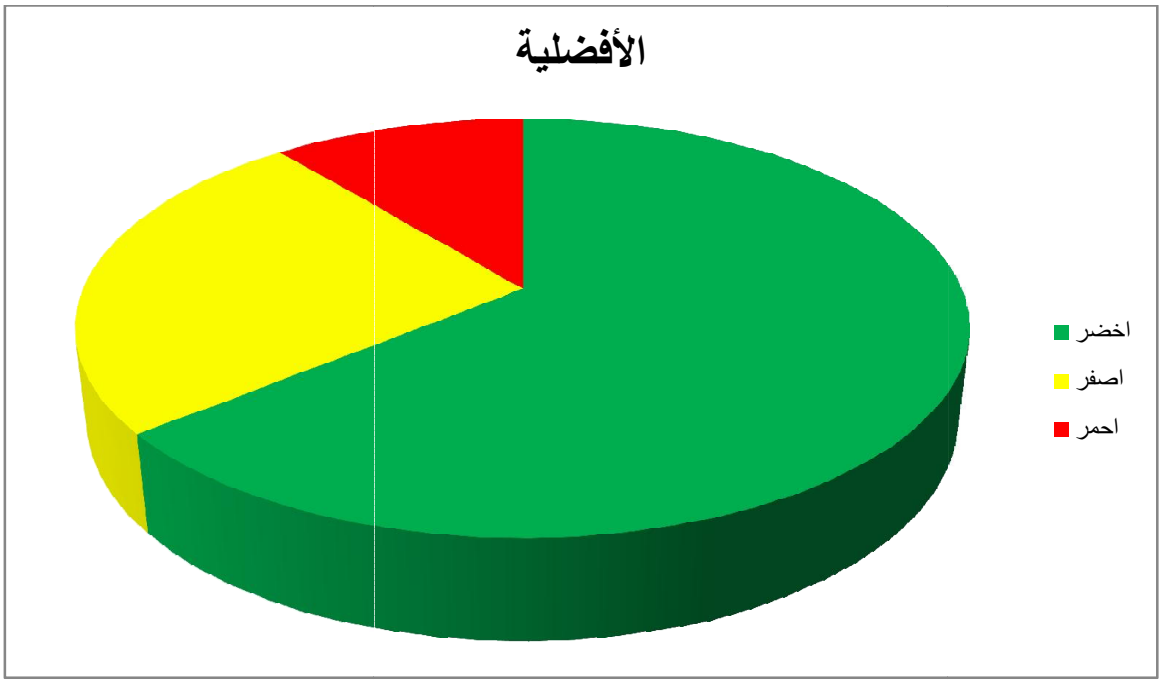
أكبر 11 مستوردا لتمور في العالم	أخضر	أصفر	أحمر
الهند	1	2	4
المغرب	4	3	0
الإمارات العربية المتحدة	3	1	3
فرنسا	4	2	1
الولايات المتحدة الأمريكية	3	2	2
ألمانيا	4	1	2
أندونيسيا	1	4	2
المملكة المتحدة	4	2	1
كندا	2	3	2
تركيا	2	1	4
ماليزيا	1	1	5

أفضلية 01 أفضلية02 أفضلية 03

المغرب	الإمارات العربية المتحدة	الهند
فرنسا	الولايات المتحدة الأمريكية	تركيا
ألمانيا	أندونيسيا	ماليزيا
المملكة المتحدة	كندا	

المصدر: من إعداد الطالبة وفق المعلومات السابق ذكرها.

الشكل رقم (08): يمثل كيفية اختيار الأسواق المستهدفة



المصدر: من إعداد الطالبة وفق المعلومات السابق ذكرها.

التحليل:

اعتمدنا على تصدير ككل لنعرف من خلالها حركة المعاملات بين الدول.

- **ZALE** المنطقة العربية للتبادل الحر

-**Accord d'associassion UE** اتفاقية الشركة مع الإتحاد الأوروبي.

الأسواق التي يمكن للجزائر التصدير لها هي الأسواق المربحة بالنسبة للمصدرين فيما يخص التمور بناءا على معايير سالفة الذكر مع المغرب- فرنسا- ألمانيا- بريطانيا العظمى.

ملاحظة:

سوق جذاب "**أخضر**" نوعا ما "**أصفر**" غير جذاب "**أحمر**"

خلاصة الفصل الثاني:

تعتبر دراسة موضوع تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (**ALGEX**) ذات أهمية بالغة، لما تشكله هذه الإدارة من دور فعال في سلطة الإمداد الدولية، حيث حاولنا في هذا الفصل وضع نبذة تاريخية عن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، ولو بصفة موجزة، من خلال إبراز تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وبياناتها خلال مقر الوكالة وشعارها.

وكذلك تطرقنا إلى مهام وأهداف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، وكذا الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية والتنظيم المتعلق بها، من خلال مساهمة الوكالة في تدعيم الصادرات الجزائرية، وأخيرا تطرقنا إلى عموميات حول التجارة الخارجية، من خلال تعريفها ونشأتها أهميتها وأدواتها الأساسية ومراحل تطورها.

الخاتمة

الخاتمة:

كحوصلة عامة نقول أن في إطار ترقية التجارة الخارجية أنشأت الدولة الجزائرية بعض الهيئات الترقوية من بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية **ALGEX**، والتي تسعى إلى مسايرة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة وذالك بخلق سياسة اتصال ناجحة بإنشاء علاقات مع مؤسسات أجنبية لها من الخبرة ما يكفي للاستفادة الوكالة منها لتكثيف استعمال تكنولوجيا الحديثة المساعدة على ربح الوقت وتحقيق الدقة في العمل.

إضافة إلى نشر مجالات والدوريات الاقتصادية الوطنية، فالوكالة تقوم بتحضير لمختلف المعارف والمشاركة فيها بتوجيه المصدرين ومرافقتهم خلالها، كما أنها تمثل أيام دراسية وورشات وندوات سعيا منها لتحسيس المنتجين بأهمية التصدير وتحسين جودة المنتج المعد للتصدير.

والهدف من وراء تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لكل هذه الخدمات هو تحقيق عمليات تصدير ناجحة تمكن المنتج الجزائري من المنافسة في الأسواق الخارجية.

النتائج:

من خلال هذا البحث الذي قمنا به في هذا المجال توصلنا إلى النتائج التالية:

1- أن ترقية الصادرات خارج المحروقات ضرورة حتمية لتنمية قطاع التجارة الخارجية خاصة والنهوض بالاقتصاد الجزائري عامة.

2- اتخذت السلطات العمومية عدة إجراءات وتدابير محفزة في مختلف الميادين والمجالات وتهدف من خلالها إلى تنمية وتنويع الصادرات خارج المحروقات **(تنويع المنتوجات، الوجهات، تطوير القطاع الخاص)**.

3- تسجيل قطاع الصادرات خارج المحروقات لنتائج ضعيفة على صعيد المبادلات التجارية الخارجية وذلك لعدم تطبيق الإجراءات المقررة من طرف السلطات العمومية على أرض

الميدان واقتصار على عقد الندوات وإمضاء المراسيم والقرارات دون أي تطبيق لتبقى حبرا على الورق وحبيسة لأدراج المكاتب الخاتمة العامة.

4- أن بعث شيء من الحيوية على هذا القطاع أمر مفروض وحتمية لا نفر منها تمليها علينا عدة معطيات على الساحة الدولية والوطنية وذلك نكون أمام خيار صعب نظرا لتأخر الكبير الذي تعرفه مؤسساتنا الإنتاجية، إضافة إلى المحيط الاقتصادي الذي لا يشجع على الإطلاق المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين على خوض تجربة التصدير وذلك بوجود نظام بنكي تقليدي وبيروقراطية متفشية على جميع الأصعدة رغم وجود محاولات للقضاء أو بالأحراء التخفيف من وطأتها.

التوصيات:

على ضوء مما سبق ذكره نورد بعض التوصيات المتمثلة فيما يلي:

1- ضرورة اهتمام المؤسسات لتطوير مستوى تنظيمها وتسييرها وإدارتها وتأطير موظفيها هذا من جهة والحرص الشديد على تحسين جودة ونوعية منتجاتها بمنحها مواصفات عالمية لتكن أكثر قابلية للمنافسة في الأسواق الدولية من جهة أخرى.

2- تعزيز حضور المؤسسات في الخارج عن طريق التمثيليات التجارية الدبلوماسية.

3- ضرورة توفير المناخ الملائم للمصدرين الجزائريين لخلق إطار قانوني وتشريع أكثر تشجيع ونظام جمركي أكثر مرونة وكذا تكثيف الدعم المالي لمساعدة المصدرين خصوصا على تحمل تكاليف النقل الكبيرة خاصة في مسافات الطويلة التي تتطلب التجهيز الملائم **(التبريد والحفظ والتكييف)**.

4- الحد من التبعية لقطاع المحروقات والاعتماد على الصادرات خارج المحروقات لجلب العملة الصعبة ويتوجب على الجزائر على أن تخطوا خطوات أكثر جرأة وذالك بالانتماء إلى حظيرة الدول المصنعة **(Nouveau pays industrialises)**.

5- وجوب القيام بإعادة هيكلة البنية الأساسية لقطاع التجارة الخارجية على المستويين الداخلي والخارجي وإعادة النظر في القوانين المنظمة للسوق التصديرية للتعرف على معالم الصورة الحقيقية للصادرات الجزائرية ووضع الحلول الجذرية للمعوقات حتى يمكننا من مواكبة المتغيرات العالمية في مجال التجارة باستخدام آليات جديدة سواء كانت تجارة الالكترونية تعتمد في الأساس على بنية معلوماتية قوية أو من خلال تنظيمات قادرة على التعامل مع المتغيرات الدولية والتواجد في الأسواق بالشكل الصحيح.

أفاق مستقبلية للدراسة:

يمكننا اقتراح بعض المواضيع التي تكون فيها أفاق مستقبلية لها صلة ببحثنا وهي كالأتي:

1- وضع الصادرات خارج المحروقات الجزائرية في ظل الشراكة الأورومتوسطية.

2- وضع الصادرات خارج المحروقات الجزائرية في حال انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة.

3- وضع اقتصاد السوق وتأثيراته على الصادرات خارج المحروقات.

وفي الأخير نسال الله عز وجل التوفيق في هذا العمل، وأن يكون هذه البحث المتواضع قد لمس كل جوانب الموضوع وأزالت أي لبس قد يتبادر إلى ذكر كل مطلع على هذا البحث العلمي ولو بشيء قليل، هذا ويبقى عملنا المتواضع مشوبا بالنقص لا بالإجادة، كون النقص من صفات البشر والكمال لله وحده خالقنا سبحانه وتعالى.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المصادر

- **المراسيم:**

1- مرسوم تنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 12 جوان 2004 ، **المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيرها**، الجريدة الرسمية، ع39 ، الصادرة في 16 جوان 2004.

2- مرسوم 91- 37، الجريدة الرسمية رقم 16، القانون رقم 90-10 المؤرخ في 14-05-1990 المتعلق بالنقد والقرض.

- **الجريدة الرسمية:**

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 58 لسنة 1996.

2- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004.

3- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 37 لسنة 2004.

4- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 39 لسنة 2004، **والمتضمنة لمهام الوكالة.**

5- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، العدد 83 لسنة 2005.

- **الأنظمة:**

1- ALgex ,Diection Analyse des Marches , Colloque, le Marche,Mondil de la Datte pour l Annee 2015,11/2016.

ثانيا: المراجع

- **الكتب:**

1- السيد محمد أحمد السريتي، **اقتصاديات التجارة الخارجية**، كلية التجارة، ط1، الإسكندرية، 2008.

2- جاسم محمد، **التجارة الدولية**، دار واهرن للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

3- حسام علي داوود وآخرون ، **اقتصادية التجارة الخارجية**، دار المسيرة، ط1، عمان، 2007.

4- فؤاد مرسي، **دروس في العلاقات الدولية، الإسكندرية**، دار الطالب للنشر، د س ن، 1990.

5- عبد الرحمان زكي، **اقتصاديات التجارة الدولية**، دار الجامعات المصرية، مصر، 2001.

6- عبد الرشيد بن ديب، **تنظيم وتطور التجارة الخارجية في الجزائر (رقابة واحتكار)**، الجزائر، 2002.

7- علي عبد الفتاح أبو شرار، **الاقتصاد الدولي – نظريات وسياسات** –، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2007.

8- مجدي محمود شهاب، **الاقتصاد الدولي**، دار المعرفة الجامعية، د ب ن، 1996.

9- محمد الناشد، **التجارة الخارجية والداخلية**، حلب، 1998

10- عبد الرحمان زكي، **اقتصاديات التجارة الدولية**، دار الجامعات المصرية، مصر، 2001.

- **الرسائل والمذكرات الجامعية:**

❖ **رسالات دكتوراه:**

1- ليندة بلحارث، **نظام الرقابة على الصرف في ظل الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر**، شهادة دكتوراه في العلوم، جامعة تيزي وزو -1-، 2003.

❖ **مذكرات الماجستير:**

1- لخضر قاسمي، **أثر الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة مستقبلية حول تنويع الاقتصاد الجزائري**، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة باتنة، 2013.

2- محمد حشماوي، **التجارة الدولية والتنمية الاقتصادية للبلاد النامية خلال الثمانينات**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، 1994.

❖ **مذكرات الماستر:**

1- صلاح الدين أمين زيوش، **التحليل الاقتصادي واستهلاك وتصدير التمور في الجزائر**، مذكرة ماستر، قسم العلوم العلوم الزراعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014.

2- طارق قندوس والسعيد قاسمي، **تحديات ورهانات إستراتيجية ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات**، مذكرة ماستر، جامعة مسيلة، الجزائر، 2010.

3- ريان زير، **أثر ترقية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي (دراسة حالة الجزائر لفترة 2005-2014)**، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015.

4- عبد الرزاق بن هارون، **إستراتيجية ترقية الصادرات غير النفطية وأثرها على النمو الاقتصادي في الجزائر، قطاع الزراعة – حالة التمور الجزائرية** -، مذكرة ماستر (أكاديمي)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2012.

- **المجلات:**

1- صالح تومي، عيسى شقبقب، جامعة الجزائر، مجلة الباحث، ع04، 2006.

2- سفيان بن عبد العزيز ومجاهد سيد أحمد، **ترقية التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات**، مجلة رؤى اقتصادية، العدد04، جامعة بشار، 2013.

- **التعليمات:**

1- التعليمة رقم 20-94 المؤرخة في 12 أفريل 1994 الصادرة عن بنك الجزائر.

2- وثائق خاصة بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

- **ملتقيات:**

1- ليندة بلحارث، **الإجراءات المتبعة من طرف السلطات العمومية لأجل ترقية الصادرات خارج المحروقات**، الملتقى الوطني حول" ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر"، يومي 11 و12 مارس 2014، جامعة أكلي أمحند، البويرة.

- **مواقع إلكترونية:**

1- التقارير السنوية لبنك الجزائر www.bank-of-algeria-dz/html/rapport.htm.

2- الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (**ALGEX**).

3- موقع **cnis**.

4- موقع **Trademap**

قائمة الجداول

قائـمــة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	عرض الصادرات الجزائرية خارج المحروقات	39
02	تطور هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2010-2016) (مليار دولار)	42
03	تطور هيكل الصادرات غير النفطية الجزائرية خلال الفترة (2010-2016)	44
04	تطور صادرات التمور في الجزائر للفترة (2007/2005)	55
05	أنواع التمور التي تصدرها الجزائر (2012-2018)	57
06	أهم الدول المستوردة لتمور الجزائر في 2018	60
07	الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	76
08	توزيع الإنتاج عبر الولايات خلال السنتين (2013-2018)	96
09	تصدير الجزائر للتمور في الخارج خلال سنة 2019	98
09	المصدرين الجزائريين	100
10	المصدرين العالميين	101
11	مستوردين العالميين لتمور	109
12	مقارنة بين كل من الجزائر وتونس ومصر	108
13	كيفية إختيار الأسواق المستهدفة	109

قائمة الأشكال

قائـمــة الأشكـال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تطور هيكل الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2010-2016)	43
02	التوزيع النسبي للصادرات خارج المحروقات	45
03	تطور صادرات التمور الجزائرية للفترة (2005-2017)	56
04	تطور صادرات الأنواع التي تصدرها الجزائر خلال (2012-2018).	58
05	أهم الدول المستوردة لتمور الجزائر في 2018	61
06	الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	76
07	تصدير الجزائر للتمور في الخارج خلال سنة 2019	98
08	كيفية اختيار الأسواق المستهدفة	112

قائمة الصور

قائمة الصور:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	اللحوم الجزائرية الموجهة نحو التصدير	40
02	المنتج الفلاحي الجزائري الخروب الموجه نحو التصدير	40
03	المنتج الفلاحي الجزائري البطاطا الموجهة نحو التصدير	41
04	المنتج الفلاحي الجزائري زيت الزيتون الموجه نحو التصدير	41
05	نخيل التمور في الجزائر	46
06	إنتاج التمور في الصانع الجزائرية	46
07	أنواع التمور الجزائرية الموجهة نحو التصدير	52
08	كيفية تقديم التمور المعدة للتصدير	53
09	مقاييس التغليف وإلصاق البطاقة	53
10	توزيع صادرات التمور الجزائرية حول العالم	62
11	الإجراءات الجمركية والنقل	65

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01)

الملحق رقم (02)

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DU COMMERCE

AGENCE NATIONALE DE PROMOTION DU COMMERCE EXTERIEUR

ALGEX

Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)

L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) porte à la connaissance des exportateurs algériens que les subventions accordées par le FSPE sont les suivantes [1] :

- 50% des charges liées à l'étude des marchés extérieurs.
- 25% des charges liées à l'information des exportateurs sur les opportunités à l'exportation.
- 50% des charges liées à l'amélioration qualitative des produits et services et à leurs adaptations aux normes en vigueur sur les marchés étrangers.
- **80% des frais de participation à des manifestations commerciales à l'étranger, dans le cadre du programme annuel officiel de participation de l'Algérie.**
- **50% des frais de participation à des manifestations commerciales à l'étranger, à titre individuel.**
- 100% des frais de participation, à titre exceptionnel, suite à une décision politique, à des manifestations commerciales à l'étranger, ou des frais de mise en place d'un guichet unique.
- 50% des frais d'élaboration du diagnostic export.
- 50% des frais de création de « cellules-export » internes.
- 50% des charges liées à la prospection des marchés extérieurs.
- 10% des coûts d'implantation initiale sur les marchés étrangers pour un entrepreneur individuel et 25% pour un groupement d'entreprises.
- 50% des frais d'édition et de diffusion des supports promotionnels des produits et services destinés à l'exportation.
- 50% des frais liés à l'utilisation de techniques modernes d'information et de communication.
- 50% des frais de création de labels.
- 10% des frais de protection à l'étranger des produits destinés à l'exportation.
- 100% des frais de réalisation des médailles et décorations attribuées aux meilleurs exportateurs.
- 100% des frais d'attribution des récompenses pour les travaux universitaires ayant contribués à la promotion des exportations hors hydrocarbures.
- **80% des frais de mise en œuvre de programmes de formation aux nouvelles techniques d'exportation.**
- **50% des frais de transport international des produits périssables (agricoles et agroalimentaires).**
- **80% des frais de transport international des dattes.**
- **25% des frais de transport international de produits non agricoles.**

NB : Seules les rubriques en gras sont prises en charge actuellement.

(1) Cf. Arrêté interministériel du 12 Juillet 2009 qui complète celui du 1er juin 2002, fixant la Nomenclature des Recettes et des Dépenses du F.S.P.E.

DOCUMENTS EXIGES POUR LE REMBOURSEMENT D'UNE PARTIE DES FRAIS DE TRANSPORT A L'EXPORTATION

Pièces définitives lisibles justifiant la réalisation des opérations d'exportation:

- Copie du registre de commerce
- Copie de l'identifiant fiscal
- Facture domiciliée (original)
- Facture de transport (original) **
- Facture de transit (original) **
- Déclaration douanière
- Titre de transport (LTA, Connaissement, Lettre de voiture, ...)
- Attestation bancaire de rapatriement de fonds
- Chèque barré.

DOCUMENTS EXIGES POUR LE REMBOURSEMENT D'UNE PARTIE DES FRAIS D'UNE PARTICIPATION INDIVIDUELLE A UNE MANIFESTATION A L'ETRANGER

Une DEMANDE PRÉALABLE par l'opérateur, avant le début de la manifestation, ainsi que des pièces définitives justifiant la participation à la manifestation, à savoir :

- Copies légalisées du registre de commerce et de l'identifiant fiscal ;
- Fiche technique de présentation de l'entreprise
- Liste quantifiée des produits destinés à être exposés ;
- Formulaire de demande de participation délivré par l'organisateur de la manifestation précisant les tarifs de location du stand d'exposition ;
- Devis délivré par la compagnie de transport (aérien ou maritime);
- Toute documentation relative à la manifestation en question et information de nature à appuyer la demande.

Quand et où introduire la demande de remboursement :

Les dossiers de demandes d'aides doivent être introduits dans un délai maximum de soixante (60) jours à compter de la date de rapatriement des recettes fixée par les règlements de la Banque d'Algérie.

NB : Le paiement effectif de la subvention accordée est effectué à posteriori, après présentation des pièces justifiant les dépenses engagées.

Le dépôt des demandes se fait à l'adresse suivante:

Ministère du Commerce / DGCE / Direction du Suivi et de la Promotion des Echanges Commerciaux / Service SPE.

Cité Zerhouni Mokhtar (Ex les Bananiers), les 3 tours, Bab Ezzouar - Alger.

Tél. : 021 98 07 85/ 89 03 01 / Fax : 021 89 07 88 Poste 10516

** (joindre un avis de débit dans le cas de factures libellées en devises)

MINISTERE DU COMMERCE

DIRECTION GENERALE DU COMMERCE EXTEREIUR

FONDS SPECIAL POUR LA PROMOTION DES EXPORTATIONS

F S P E

Dernière mise à jour

2010

Institué par la Loi de finances pour 1996, le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

⇒CE QUE PREVOIT LE FONDS :

Le FSPE prend en charge le remboursement des dépenses suivantes :

♦ ***Au titre de la participation aux foires et expositions à l'étranger***

a) **Qu'il s'agisse d'une participation collective aux foires et expositions, salons spécialisés se déroulant à l'étranger dans le cadre du programme officiel arrêté par le Ministère du Commerce**

⇒ Ou

b) **d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel**

Le FSPE permet une couverture des coûts afférents au transport, au transit des échantillons, à la location d'emplacement d'exposition et aux frais de publicité spécifique à la manifestation* (affichages, brochure, répertoires, dépliants) avec des seuils de financement :

- **de 80% , dans le cas d'une participation aux foires inscrites au programme officiel**
- **50% , dans le cas d'une participation individuelle**

NB : - les participations collectives organisées par un organisme algérien spécialisé dans les foires et expositions sont encouragées à titre prioritaire.
- En cas d'exposition vente, le taux de couverture par le FSPE est examiné au cas par cas.

-La publicité élaborée doit mentionner, dans la langue du pays hôte de la manifestation, toutes les indications relatives à l'événement en question, à savoir : intitulé de la foire, période, lieu ...etc.

• *Au titre des surcoûts à l'exportation*

Couverture d'une partie des coûts de transit, manutention, et de transport intérieur et international .

à un taux uniforme de 25% pour toutes les destinations et les produits industriels

à un taux uniforme de 50% pour toutes les destinations et tous les produits agricoles.

A l'exception :

a) des déchets, des produits de récupération ainsi que des peaux brutes, préparées ou semi-finies qui ne sont pas éligibles à l'aide de l'Etat en matière de transport

b) de toute marchandise exportée dans le cadre d'un accord intergouvernemental de remboursement de dette

et de 80% pour les dattes et ce pour toutes destinations de ce produit , avec octroi d'une prime de valorisation de 5DA/kg pour l'exportation de la datte conditionnée en cariers de 1kg et moins, à l'exception des dattes en branchettes.

N.B. :

- *TRANSPORT ROUTIER :*

Le coût du transport routier sur le territoire national n'est pris en considération que pour les trajets effectués sur les distances supérieures à 150 Kilomètres, à raison de cinq (05) dinars/tonne/Kilomètre

- *TRANSIT :*

Frais de transit liés à l'embarquement de marchandises exportées autres que les dattes

- *MANUTENTION :*

Dattes : Frais de manutention dans les ports et aéroports algériens
Autres produits : Frais de manutention dans les ports algériens

- *FOIRES, EXPOSITIONS, SALONS SPECIALISES*

*La présentation des dossiers pour les participations collectives aux foires à l'étranger est à la charge des entreprises organisatrices.

⇒QUI PEUT EMARGER AU FSPE ?

Toute entreprise productrice de biens ou services et tout commerçant régulièrement inscrit au registre de commerce oeuvrant dans le domaine de l'exportation ouvrent droit au bénéfice d'une aide de ce Fonds :

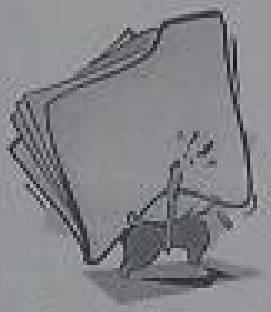
- Dès lors que la participation aux foires, manifestations économiques, salons spécialisés, se déroulant à l'étranger, vise à **promouvoir la production nationale**.

- Dès lors que la réalisation d'une opération d'exportation est dûment établie **par des documents probants**.

⇒COMMENT INTRODUIRE UNE DEMANDE D'AIDE ?

Le bénéfice du soutien du FSPE est subordonné à la présentation :

- *Au titre d'une participation collective dans le cadre du programme officiel* ⟶



des pièces définitives lisibles justifiant les frais engagés, à savoir :

- *Copies légalisées du registre de commerce et de l'identifiant fiscal ;*
- *Facture de location du stand délivrée par l'organisateur de la foire (original)*
- *Facture de transport des échantillons (original)** ;*
- *Titre de transport des échantillons ;*
- *Factures de transit et de manutention des échantillons (original)** ;*
- *Facture des frais de publicité spécifiques à la manifestation (original) + spécimens (publicité)*
- *Chaque barré*

- *Au titre d'une participation individuelle à une manifestation* ⟶

d'une DEMANDE PREALABLE par l'opérateur, avant le début de la manifestation, ainsi que des pièces définitives ci-dessus, justifiant la participation à la manifestation.

- *Au titre de la prise en charge des surcoûts à l'exportation* ⟶

des pièces définitives lisibles justifiant la réalisation des opérations d'exportation, à savoir :

- *Copies légalisées du registre de commerce et de l'identifiant fiscal*
- *Facture domiciliée (original)*
- *Facture de transport (original)***
- *Facture de transit (original)***
- *Déclaration douanière*
- *Titre de transport (LTA, Connaissement, lettre de voiture…)*
- *+ Attestation bancaire de rapatriement de fonds (original)*
- *Chaque barré.*

**joindre un avis de débit dans le cas de factures libellées en devises

⇒OU ET QUAND INTRODUIRE LA DEMANDE D'AIDE ?

Les dossiers doivent être introduits **dans un délai maximum de (180) jours** après la réalisation de l'opération d'exportation.

DANS LE CAS DES DATTES : au plus tard le 31 décembre pour les opérations projetées durant la période allant **du 1er Octobre d'une année au trente (30) Septembre de l'année suivante.**

La recevabilité des dossiers est conditionnée par :

- **L'enregistrement des demandes selon les fiches de dépôt ci-jointes et disponibles au niveau du Ministère du commerce (à remplir par l'entreprise demanderesse)**
- **La présentation de justificatifs (originaux) lisibles.**

NB : - *Le paiement effectif de la subvention accordée est effectué a posteriori, après présentation des pièces justifiant les dépenses engagées.*

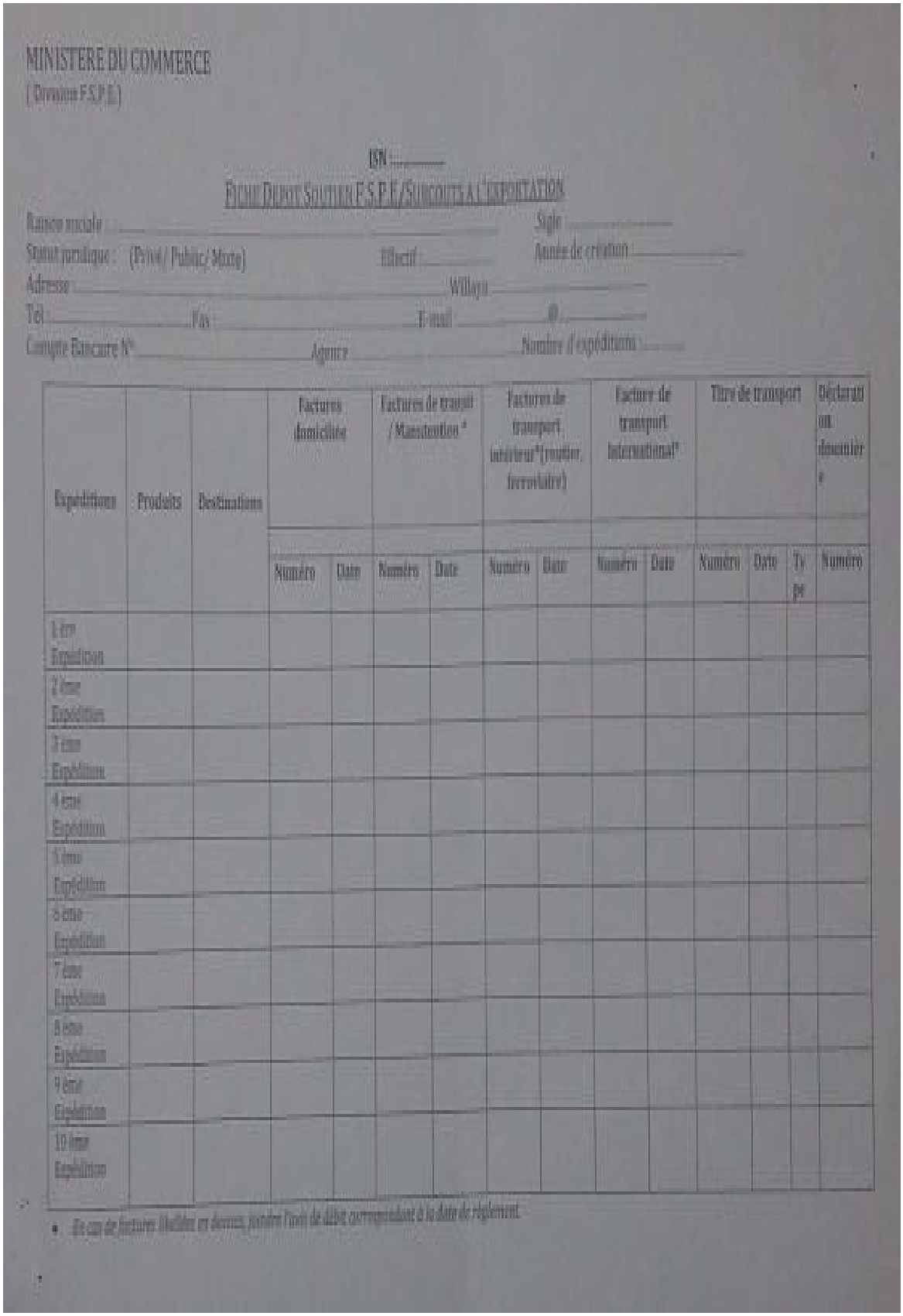
- **La décision d'octroi assortie du taux d'aide accordé ou de refus de l'aide est notifiée à l'entreprise dans un délai de 60 jours à compter de la date de dépôt de la demande.**

- **Une refonte globale du FSPE prévoyant de nouvelles rubriques de soutien sera mise en œuvre en 2010.**

Pour toute information complémentaire, s'adresser à :

MINISTERE DU COMMERCE

021 89 07 84



MINISTERE DU COMMERCE
(Direction F.S.P.E)

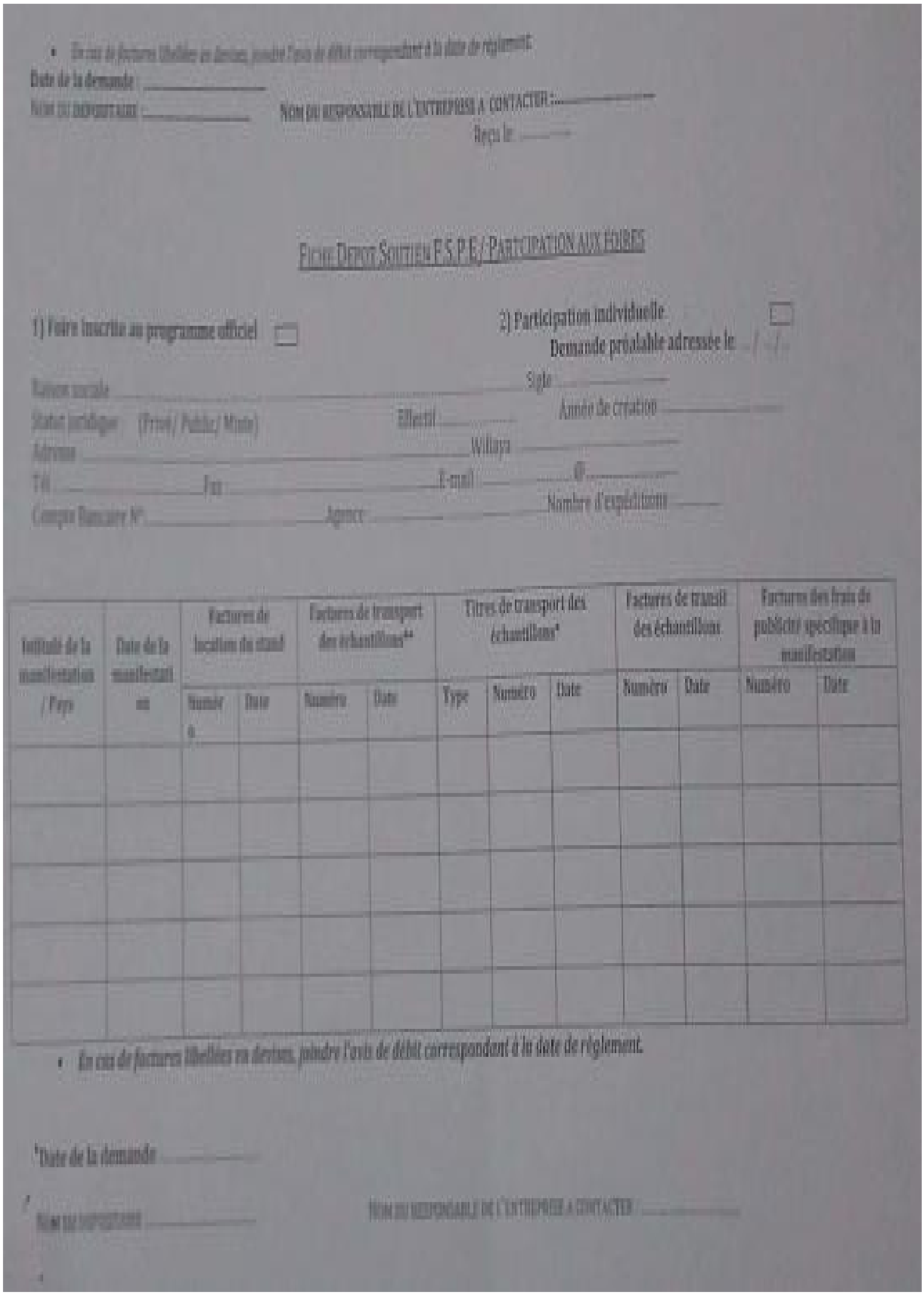
BN :.....

ETAT DES DEMANDES SOUTIEN F.S.P.E/SUBVENTIONS A L'EXPORTATION

Raison sociale : ..... Sigle .....
Statut juridique : (Privé / Public/ Mixte) Effectif ..... Année de création .....
Adresse : ..... Wilaya .....
Tél : ..... Fax ..... E-mail ..... @ .....
Compte Bancaire N° ..... Agence ..... Nombre d'expéditions .....

Expéditions	Produits	Destinations	Factures domiciliées		Factures de transit / Manutention *		Factures de transport intérieur*(routier, ferroviaire)		Facture de transport International*		Titre de transport			Déclaration douanière
			Numéro	Date	Numéro	Date	Numéro	Date	Numéro	Date	Numéro	Date	Type	Numéro
1ère Expédition														
2ème Expédition														
3ème Expédition														
4ème Expédition														
5ème Expédition														
6ème Expédition														
7ème Expédition														
8ème Expédition														
9ème Expédition														
10ème Expédition														

* En cas de factures libellées en devises, joindre l'avis de débit correspondant à la date de règlement



- En cas de factures libellées en devises, joindre l'avis de débit correspondant à la date de règlement.

Date de la demande : _____

Nom du demandeur : _____ Nom du responsable de l'entreprise à contacter : _____

Reçu le : _____

Fiche Dépôt Soutien F.S.P.E / Participation aux Foires

1) Foire inscrite au programme officiel ☐

2) Participation individuelle ☐

Demande préalable adressée le : / /

Raison sociale _____ Sigle _____

Statut juridique (Privé/ Public/ Mixte) Effectif _____ Année de création _____

Adresse _____ Wilaya _____

Tél _____ Fax _____ E-mail _____ @ _____

Compte Bancaire N° _____ Agence _____ Nombre d'expéditions _____

Intitulé de la manifestation / Pays	Date de la manifestation	Factures de location du stand		Factures de transport des échantillons**		Titres de transport des échantillons*			Factures de transit des échantillons		Factures des frais de publicité spécifique à la manifestation	
		Numéro	Date	Numéro	Date	Type	Numéro	Date	Numéro	Date	Numéro	Date

- En cas de factures libellées en devises, joindre l'avis de débit correspondant à la date de règlement.

*Date de la demande _____

Nom du demandeur _____ Nom du responsable de l'entreprise à contacter _____

Date de la demande : ..... NOM DU DEPOSITAIRE : ..... NOM DU RESPONSABLE DE L'ENTREPR

MINISTERE DU COMMERCE

(F.S.P.E.)

Dossier N° : .....

FICHE DE DEPOT AU TITRE DU SOUTIEN A L'EXPORTATION : DATTES

Raison sociale ..... Sigle : .....

Statut juridique : (Privé/ Public/ Mixte) Effectif : ..... Année de création : .....

Adresse ..... Willaya : .....

Tél : ..... Fax : ..... E-mail : ..... @ .....

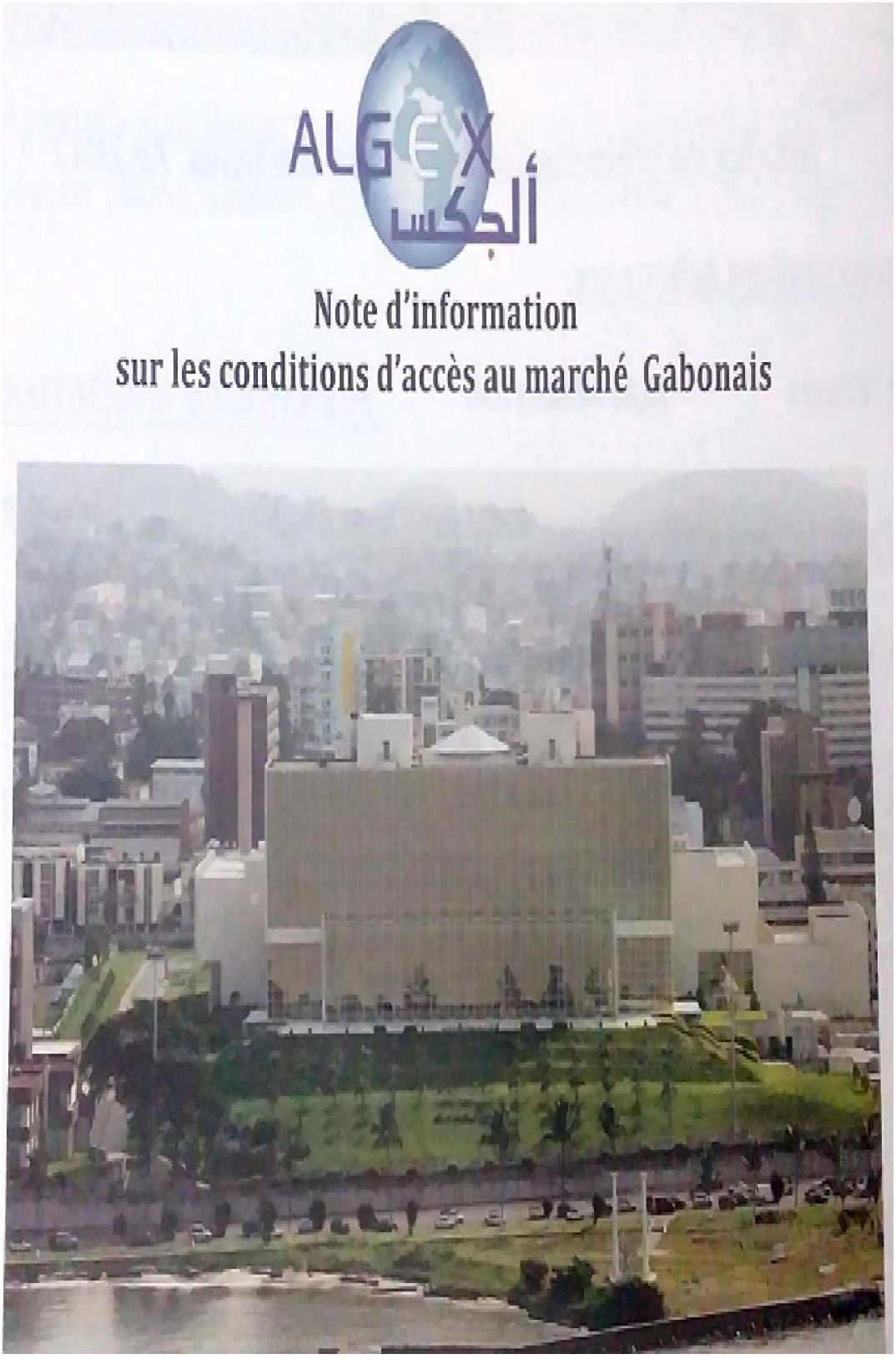
Compte Bancaire N° : ..... Agence ..... Nombre d'expéditions : .....

Expéditions	Produits	Destinations	Factures domiciliée		Factures de manutention		Factures de transport Intérieur*(routier, ferroviaire et aérien)		Facture de transport international*		Titre de transport			Déclaration douanière	
			Numéro	Date	Numéro	Date	Numéro	Date	Numéro	Date	Type	Numéro	Date	Numéro	Date
1 ère Expédition															
2 ème Expédition															
3 ème Expédition															
4 ème Expédition															
5 ème Expédition															
6 ème Expédition															
7 ème Expédition															
8 ème Expédition															
9 ème Expédition															
10 ème Expédition															

الملحق رقم (03)

ALGEX
ألجكس

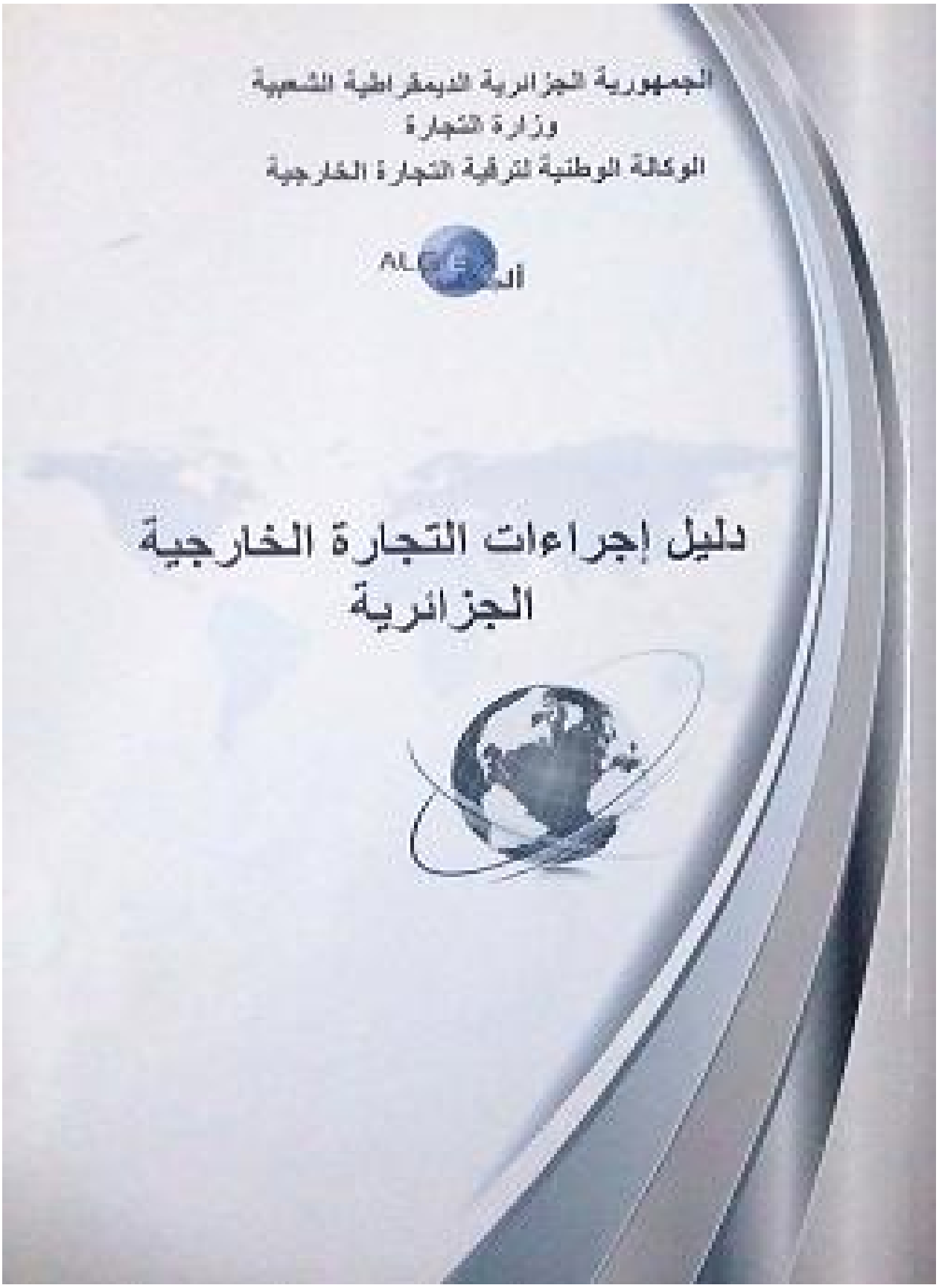
Note d'information
sur les conditions d'accès au marché Gabonais



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
الوكالة الوطنية
لترقية التجارة الخارجية
ALGEX
الجكس
لنرفع تحدي التصدير
ألجكس
لمزيد من المعلومات يرجى
التقرب من دار المصدر
الهاتف/ الفاكس: 00 (213) 21 520 356
الموقع الإلكتروني: www.algex.dz
البريد الإلكتروني: exportinfo@algex.dz
خدماتنا
استشارات و مساعدة للتصدير
المرافقة في المعارض و الصالونات
توفير معلومات حول الأسواق الخارجية
اليقضة التجارية (أحكام قانونية و
معايير و إحصائيات...إلخ)
ملتقيات متخصصة (ملتقيات
تصدير . ملتقيات ربط علاقات عمل .
B2 أيام إعلامية ....إلخ)
دار المصدر

الخدمات
توفر لكم الكس الخدمات التالية
- الإجراءات الجمركية للتصدير ، الاتفاقيات ، المعاهدات التجارية ، التعريفة الجمركية ، النظام الجبائي و الحواجز غير الجمركية.
- الأسعار - المعايير - الإجراءات - النوعية و التغليف - الامتيازات الجبائية و الجمركية.
- البحث التجاري و القانوني.
- دراسة الأسواق و الذكاء الإقتصادي
- نشر عروضكم للبيع ، على شبكات المعلومات الإقتصادية الدولية.
- ربط علاقات عمل مع شركاء أجانب.
- إنجاز تشخيص للتصدير
- معلومات حول البلد المضيف (معلومات تجارية ، قانونية ، جمركية و جبائية).
- خدمات دعم لتنظيم مشاركتكم بشكل احترافي
- دليل المصدرين الجزائريين الموزع في جميع أنحاء العالم.
- الموقع الإلكتروني للوكالة ، الذي يمكّن المتعاملين بتسجيل و تعريف منتجاتهم و كذلك التعرف على مختلف الخدمات التي تقدمها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (الكس)
- رسالة و مجلة الكس.
- قاعدة البيانات حول الواردات و الصادرات مع مشروع إنشاء بطاقية وطنية حول المتعاملين المتدخلين في السوق الخارجية.
- المتابعة الإقتصادية من خلال تطور الوضع السائد في السوق الدولية للمنتجات ذات الأهمية بالنسبة للتجارة الخارجية للجزائر.
- التكوين والإعلام و الدعم اللازم لفائدة المؤسسات و المتعاملين الإقتصاديين.

الملحق رقم (04)



ملحق رقم (05)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
ALGEX
ألجكس
معا
لندفع تحدي التصدير
الدليل الإرشادي
للمصدر
طبعة 2015

الفهرس
01 إجراءات من أجل إنشاء الشركة
02 الإجراءات المسبقة للنجاح في التصدير
03 المساعدة و الدعم في التصدير
04 ترقية المنتج و البحث عن زبائن
05 تكوين الملف والتحضير للعملية
06 إنجاز العملية
04 الشكل القانوني
04 السجل التجاري
04 التعريف الجبائي
04 التأمين الاجتماعي
04 طبع حساب بنكي
03 الإستراتيجية
03 الإنتاج
03 التموين
06 التسويق
06 المالية
06 سعر التصدير
06 اللوجيستيك
06 التغليف و النوعية
07 الدعم المالي
09 النظام الجمالي
09 الأنظمة الجمركية
09 التسهيلات المتعلقة بالمعارض و الصالونات في الخارج
10 إعداد دعم دعائي
10 وسائل الاتصال
11 المشاركة في المعارض و الصالونات في الخارج
11 الإستيراد عبر الأنترنت في الخارج
12 السجل التجاري
12 النظام الجمالي
12 التوطين البنكي
13 وكيل العبور
13 العطلة
14 شهادة المنشأ
14 سند الشحن ، وثيقة النقل الجوي ، رسالة السيارة الدولية وصل التسليم، وصل الوضعية على الميزانية
15 شهادة الصحة الحيوانية و شهادة الصحة النباتية
16 التأمين
16 التعبئة و التغليف و وضع بطاقات التعريف
17 التصريح الجمركي
18 التصريح الموحد للدخول (DAU) في إطار نظام مراقبة الواردات (I.C) الذي تم إرساؤه من طرف الاتحاد الأوربي
18 متابعة وجهة البضائع
18 توطين عمليات التصدير

الملحق رقم (06)

Agenda

Salon International de l'Agroalimentaire

Salon International de l'Agroalimentaire est un rendez-vous incontournable de la filière agroalimentaire. La 4ème édition de ce Salon est prévue du 09 au 12 MARS 2016 au Centre de Conventions d'Oran.

Le salon SIAG dont l'objectif premier est de contribuer à une meilleure connaissance du potentiel du secteur industriel agroalimentaire national a, depuis sa première édition en 2013, participé activement au développement de divers créneaux dans différents secteurs des filières Agroalimentaire en Algérie.

Le SIAG a permis également, l'instauration d'un espace privilégié de rencontres permettant aux entreprises algériennes et étrangères d'échanger leurs expériences et de développer des relations d'affaires mutuellement bénéfiques.

Pour cette 4ème édition du SIAG, des conférences sont programmées avec pour thèmes des sujets d'actualité sur : la sécurité alimentaire, le packaging et les potentialités du secteur agroalimentaire...

De plus, d'éminents spécialistes décoderont les programmes d'investissements inscrits pour les cinq prochaines années.

Un forum sur l'investissement en Algérie en février 2016 à Londres (Conseil d'Affaires)

Un forum sur le commerce et l'investissement en Algérie se tiendra en février 2016 à Londres afin de faire connaître davantage les opportunités du marché algérien aux hommes d'affaires britanniques, selon Mme Lady Olga Maitland, présidente du Conseil d'affaires algéro-britannique (ABBC - Algeria British Business Council).

Le forum auquel prendront part des hommes d'affaires britanniques et algériens, à l'instar de celui tenu en décembre 2014 dans la capitale du Royaume-Uni, sera une occasion pour booster davantage la présence des investisseurs en Algérie.

Le Conseil a réussi, en l'espace de dix ans, à faire connaître le marché algérien aux hommes d'affaires britanniques et a attiré leur attention sur ce marché.

Depuis la création du Conseil en février 2005, les entreprises britanniques ici en Algérie, ont affiché leur intérêt.

Un accord sur la non double imposition a été signé entre Alger et Londres en février 2015. Il entrera en vigueur en janvier 2016, dans le but d'intensifier les échanges commerciaux algéro-britanniques.

Salon international de l'agroalimentaire en Algérie «Djazagro»

Le Salon DJAZAGRO, rendez-vous incontournable des acteurs des filières agricoles et agroalimentaires revient du 18 au 21 avril 2016 au Palais des Expositions de la SAFEX d'Alger pour sa 14ème Edition.

Une nouvelle identité visuelle du salon, plus moderne et représentative de l'empreinte professionnelle de l'événement sera découverte.

2016, une nouvelle envergure est promise, le Salon s'étendra sur un 4ème hall du Palais des Expositions de la SAFEX afin de laisser une place de choix au secteur de la restauration. Celui-ci sera détaché de la boulangerie-pâtisserie, pour exister pleinement.

En 2015, DJAZAGRO a confirmé sa position de plus grand salon algérien pour l'agro-alimentaire avec 93% de ses visiteurs venant d'Algérie.

Pour l'édition 2016, et en réponse à une demande croissante, le salon renforce sa communication au Maghreb et s'ouvre vers de nouvelles zones géographiques avec l'Afrique Subsaharienne.

DJAZAGRO attend pour cette 14ème édition près de 21 000 visiteurs professionnels et 700 exposants.

Le 5ème Salon International de l'Impression et de l'Emballage

L'Algérie offre les meilleures opportunités d'affaires pour les fournisseurs des technologies de la plasturgie, de l'impression et de l'emballage à travers l'organisation du Salon « Printpack Alger » du 05 au 07 avril 2016 au palais des expositions –Pins Maritimes –Alger. Le Salon Printpack Alger permet aux opérateurs nationaux et internationaux d'examiner des partenariats durables afin de booster cette industrie et augmenter la production locale sur le principe du partenariat gagnant-gagnant. Ce Salon est une occasion idoine pour tisser des liens de partenariat dans la formation technique liée à la plasturgie et à l'industrie de l'emballage entre l'Algérie et les différents pays participants à cet événement. Le marché algérien de l'impression a atteint la plus forte croissance en Afrique.

printpack alger

Agenda

Salon International de l'Agriculture

Depuis un demi-siècle, le Salon International de l'Agriculture rassemble chaque année tous les acteurs du monde agricole. Il est la référence de son secteur, non seulement en France mais aussi à l'étranger.

Eleveurs, producteurs, régions, organisations et syndicats professionnels, ministères et organismes publics ou instituts de recherche : chacun contribue à présenter les différentes facettes du secteur, de ses métiers, de son évolutions et de ses perspectives.

Le salon est organisé autour de quatre univers : **Elevages & ses filières, les produits gastronomiques, les cultures et filières végétales, les métiers et services de l'agriculture**.

La prochaine édition du Salon international de l'Agriculture se tiendra du **27 février au 6 mars 2016** à Paris Expo Porte de Versailles.

La thématique de cette année est « l'Agriculture en mouvement ».

Dans un monde de consommateurs de plus en plus exigeants où la qualité est plurielle, les agriculteurs avancent pour relever les nouveaux défis qui se présentent à eux. Une agriculture en mouvement pour mieux manger, pour préserver la planète tout en vivant !

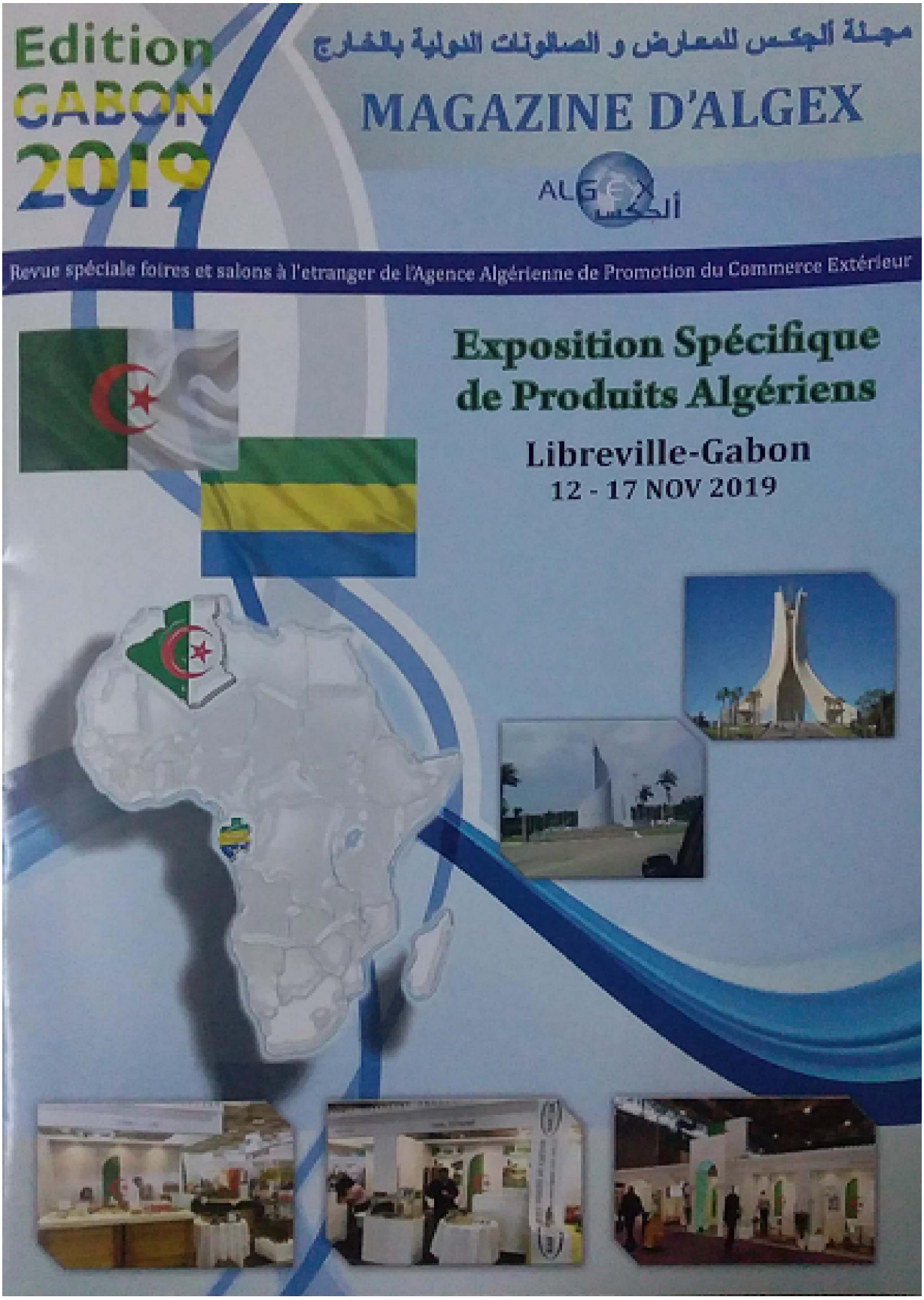
Le Salon abordera ce thème à travers les sujets économiques, sociétaux et techniques essentiels du secteur. L'ensemble des événements seront autour du thème « l'Agriculture en mouvement ».

Parmi les nouveautés de ce Salon International de l'Agriculture se lera la vitrine de l'innovation et accueillera les dernières machines les plus innovantes.

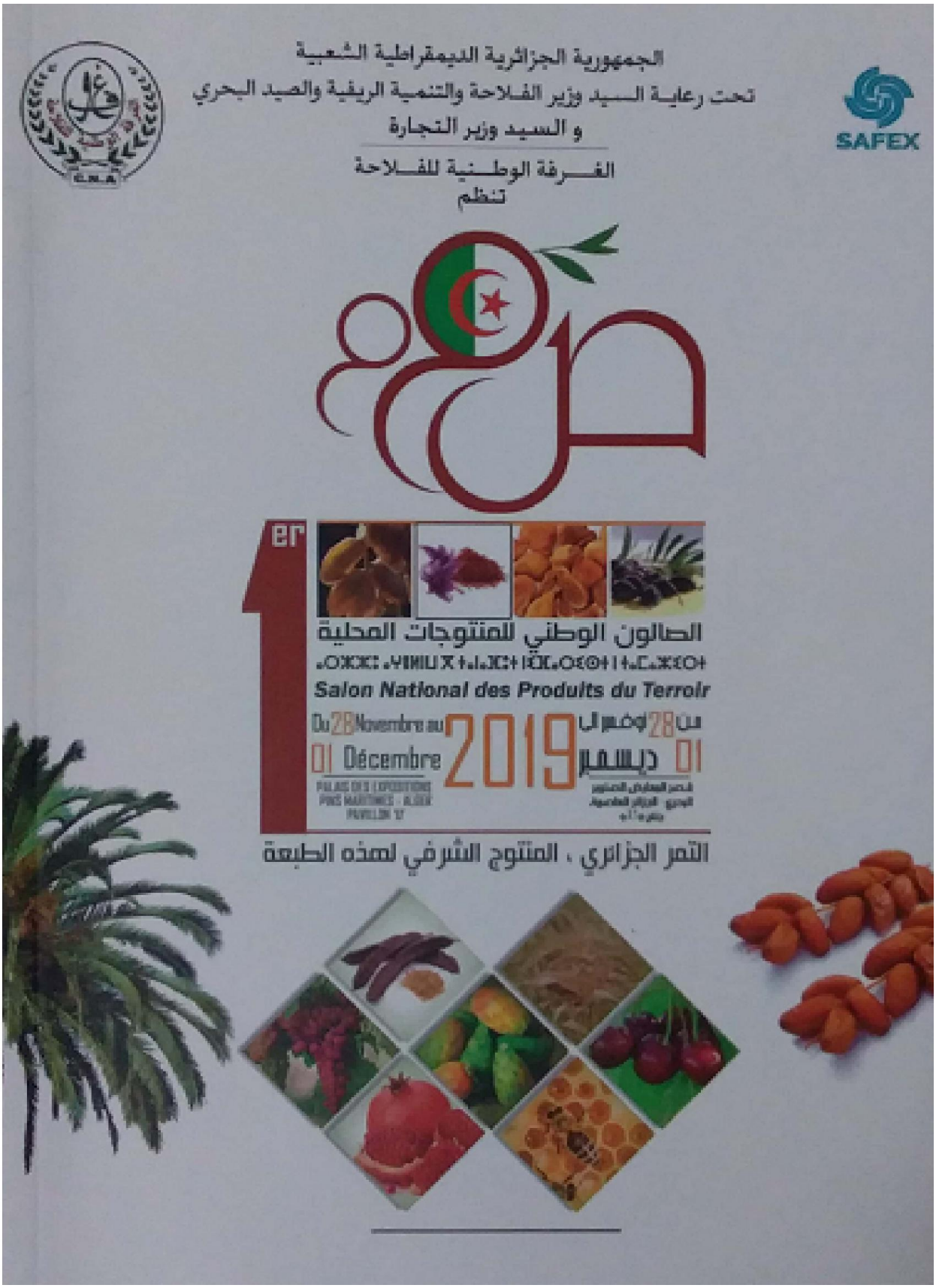
Programme officiel de participation de l'Algérie aux manifestations économiques à l'étranger de l'année 2016

Manifestation Economiques	Période de Déroulement
1 - Foires Internationales	
Foire Internationale de Khartoum (Soudan)	25 Janvier au 01 Février 2016
Foire Internationale du Caire (Egypte)	18 au 28 Mars 2016 (Guichet unique)
Foire Internationale de Hanoi (Vietnam)	13 au 16 Avril 2016 (Guichet unique)
Foire Internationale de CEDEAO à Niamey (Niger)	Date non identifiée par les organisateurs
Foire Internationale de Riadh (Arabie Saoudite)	Juin 2016 (Guichet unique)
Foire Internationale d'Istanbul (Turquie)	Septembre 2016
Foire Internationale de la Havane (Cuba)	Novembre 2016 (Guichet unique)
Foire Internationale de Dakar (Sénegal)	Décembre 2016
2 - Expositions Spécifiques	
Exposition Spécifique à Amman - Jordanie	3ème quinzaine du mois de Mars
Exposition Spécifique à N'Djamena - Tchad	2ème quinzaine du mois de Mars
Exposition Spécifique à Cotonou - Bénin	Septembre 2016
Exposition Spécifique à Ouagadougou - Burkina Faso	Novembre 2016
3 - Salons Spécialisés : Agroalimentaire	
Salon Gulf Food à Dubai - EAU	21 au 25 Février 2016
Salon FHA de Singapore - Singapore	12 au 15 Avril 2016
Salon SIAL de Montréal - Canada	13 au 15 Avril 2016
Salon ALIMENTARIA de Barcelone - Espagne	25 au 28 Avril 2016
Salon World Food de Moscou - Russie	12 au 15 Septembre 2016
Salon SIAL de Paris - France	16 au 20 Octobre 2016
Salon Agroalimentaire de Miami - USA	Octobre 2016
Salon FOODEX SAUDI - Arabie Saoudite	21 au 24 Novembre 2016
4 - Salons Spécialisés : Sous Traitance	
Salon MIDEST (Sous-traitance) de Paris - France	06 au 09 Décembre 2016
Salon PROMOTE (Sous-traitance) de Yaoundé - Cameroun	Reporté en 2017

الملحق رقم(07)



الملحق رقم(08)



الملحق رقم(09)

الملحق رقم (10)

الملحق رقم(11)

الملحق رقم (12)

الملحق رقم(13)

الملحق رقم (14)

الملحق رقم (15)

الملحق رقم (16)

الملحق رقم (17)

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère du Commerce
Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur

ALGEX الجكس

En partenariat avec

ORGANISE

Journée d'Information et de présentation

L'Algérie
et le Système Généralisé de Préférences (SGP)
des Etats-Unis d'Amérique

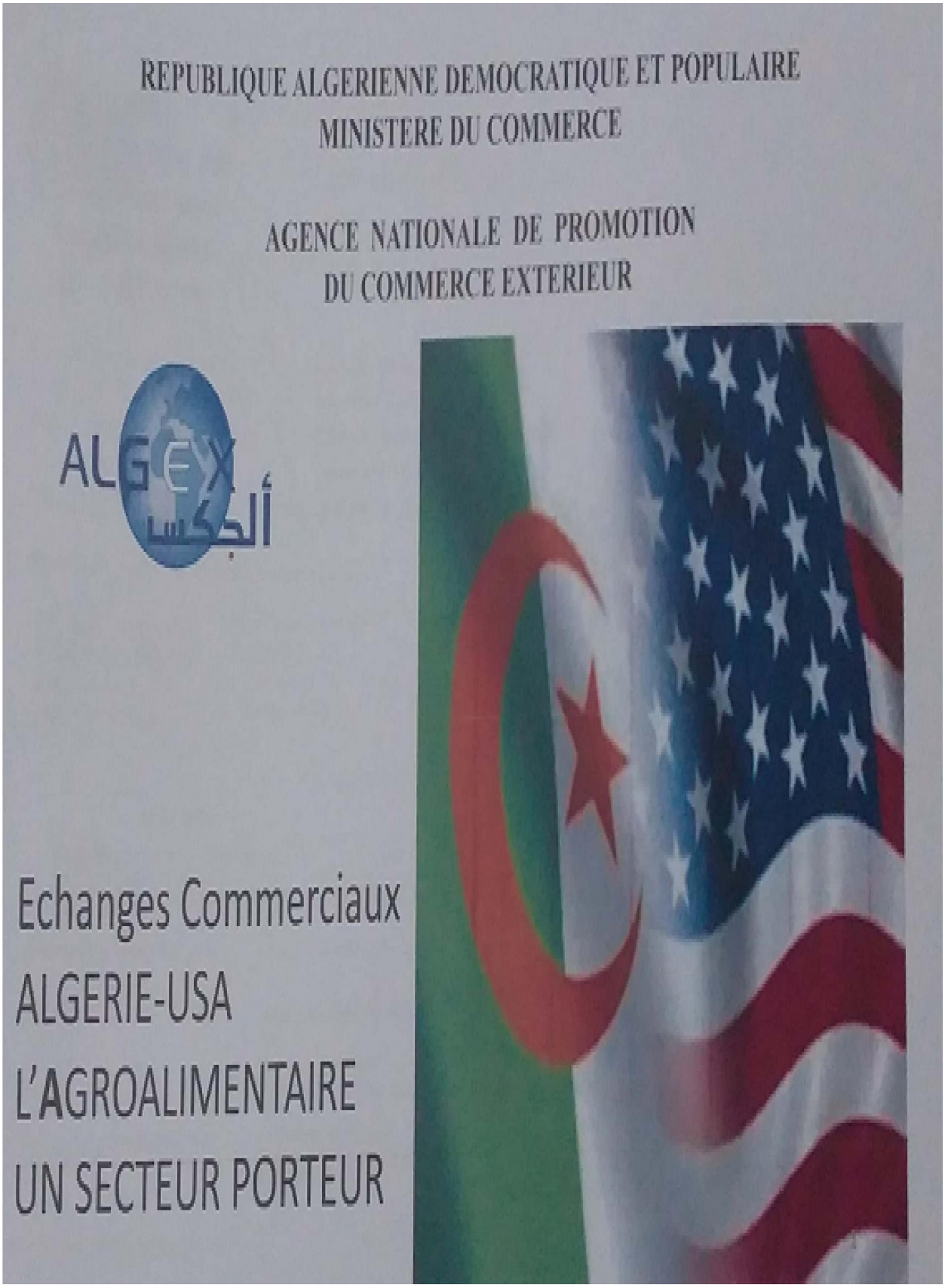
le 23 Avril au siège d'Algex

Par Mr ***Erland Herfindahl***
Représentant au Commerce des Etats-Unis d'Amérique

Sommaire de la présentation

- *Aperçu du programme Américain SGP*
- *Exportations Algériennes SGP vers les Etats-Unis*

Algex, route nationale n° 5, Cité Mahieddine, BP 191 Hussein Dey, El Harrach, 16320 Alger, Algérie
Tél. : +213 (0) 21 52 04 00/ 04 - Fax : 213 (0) 21 52 04 05
Www.algex.dz


REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DU COMMERCE
AGENCE NATIONALE DE PROMOTION
DU COMMERCE EXTERIEUR
ALGEX
ألجكس
Echanges Commerciaux
ALGERIE-USA
L'AGROALIMENTAIRE
UN SECTEUR PORTEUR

الملحق رقم (18)

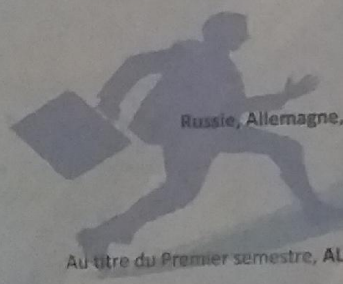
Programme officiel de participation de l'Algérie aux foires et manifestations économiques à l'étranger au titre du second semestre 2018

Cap sur l'export

Madame, Monsieur Chef d'entreprise,

- *Vous voulez exposer vos produits destinés à l'exportation et saisir des opportunités d'affaires offertes sur de nouveaux marchés;*
- *Vous voulez identifier de nouveaux partenaires et/ou affirmer et renforcer votre présence sur des marchés ciblés;*
- *Vous voulez rencontrer vos clients et de nouveaux clients.*

Au titre de l'année 2018, le Ministère du Commerce a programmé la participation de l'Algérie aux manifestations économiques et commerciales, dans les pays ciblés suivants avec prise en charge par le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations « FSPE » des frais de location des stands et d'acheminement des échantillons à hauteur de 80%



❖ *FOIRES INTERNATIONALES*

Soudan, France, Iran, Belgique, Sénégal et Cuba.

❖ *SALONS SPÉCIALISÉS*

Russie, Allemagne, Émirats Arabes Unis, Qatar, Royaume-Unis, Espagne, Canada et France.

❖ *EXPOSITIONS-VENTES*

Burkina Faso, Mauritanie, Jordanie, Gabon et Niger.

Au titre du Premier semestre, **ALGEX** en partenariat avec **SAFEX** ont mis en œuvre ce programme en accompagnant des entreprises algériennes sur huit (08) Foires et Salons:

◊ **SOUDAN:** ..... - Foire Internationale de Khartoum, réalisée du 22 au 29 Janvier 2018 avec la participation de 12 entreprises sur une superficie de 300 m2.

◊ **FRANCE:** ..... - Foire Internationale de Paris, réalisée du 27 Avril - 08 Mai 2018 avec la participation de 57 entreprises sur une superficie de 466 m2)

- Salon Spécifique des produits algériens « Salon Algérie » à Marseille (France) prévu du 04 au 06 Mai 201 avec l'inscription de 34 entreprises sur une superficie globale de 800 m2.

◊ **NIGER:** ..... - Exposition Spécifique à Niamey réalisée du 26 Avril au 02 Mai 2018 avec la participation de 45 entreprise sur une superficie de 600 m2.

◊ **ÉMIRATS ARABES UNIS:** .... - Salon « GULFOOD » à Dubaï réalisé du 18 au 22 Février 2018 avec la participation de 46 entreprises sur u superficie de 546m2.

◊ **ROYAUME UNIS:** ..... - Salon « FOODEX BIRMINGHAM » réalisé du 16 - 18 Avril 2018 avec la participation de six (6) entreprises participantes sur 10 inscrites sur une superficie de 72 m2.

◊ **ESPAGNE:** ..... - Salon «ALIMENTARIA» de Barcelone, réalisé du 16 au 19 Avril 2018 avec la participation de onze (11) entreprises sur une superficie de 153 m2.

◊ **CANADA:** ..... - Salon « SIAL de Montréal » prévu du 02 au 04 Mai 2018 avec 10 entreprises sur une superficie de 90 m

Événements inscrits au Second Semestre de l'année 2018

Le programme du second semestre compte quatre (04) Foires Internationales, cinq (05) Salons Spécialisés et Quatre (04) Expositions spécifiques. À cet effet, ALGEX vous invite à saisir cette opportunité et participer à ces événements économiques et commerciaux qui vous permettront d'identifier de nouvelles opportunités pour votre entreprise et exportervos produits sur de nouveaux marchés.

Foires Internationales

- Foire Internationale Flandre à Gand (**Belgique**) ..... 15 - 23 Sept 2018
  (Algérie Pays invité d'honneur, et prise en charge à 100% par le FSPE)
- Foire Internationale de Marseille (**France**) ..... 21 Sept - 01 Oct 2018
- Foire Internationale de Dakar (**Sénégal**) ..... 29 Oct - 02 Nov 2018

Salons Spécialisés

- Salon « WORLD FOOD MOSCOW» (**Russie**) ..... 17 -20 Sept 2018
- Salon « SIAL de Paris » (**France**) ..... 21 - 25 Oct 2018
- Salon International des Importations de Shanghai (Chine) ..... 05 - 10 Nov 2018
- Salon « FOOD & HOSPITALITY SHOW » à Doha (**Qatar**) ..... 05 - 08 Nov 2018
- Salon Internationale Industriel de Téhéran (Iran) ..... 14 - 17 Oct 2018

Expositions Spécifiques

- Aman (**Jordanie**) ..... Période à déterminer
- Nouakchott (**Mauritanie**) ..... 1ère semaine Oct 2018
- Exposition Spécifique à Libreville (**Gabon**) ..... 1ère semaine Nov 2018
- Ouagadougou (**Burkina Faso**) ..... 1ère semaine Déc 2018

☞ ***N'hésitez pas, choisissez votre destination et inscrivez-vous dès maintenant.***

☞ ***Téléchargez et retournez votre bulletin d'inscription aux coordonnées suivantes:***

Emails:

events.algex@gmail.com -.- evenement@algex.dz

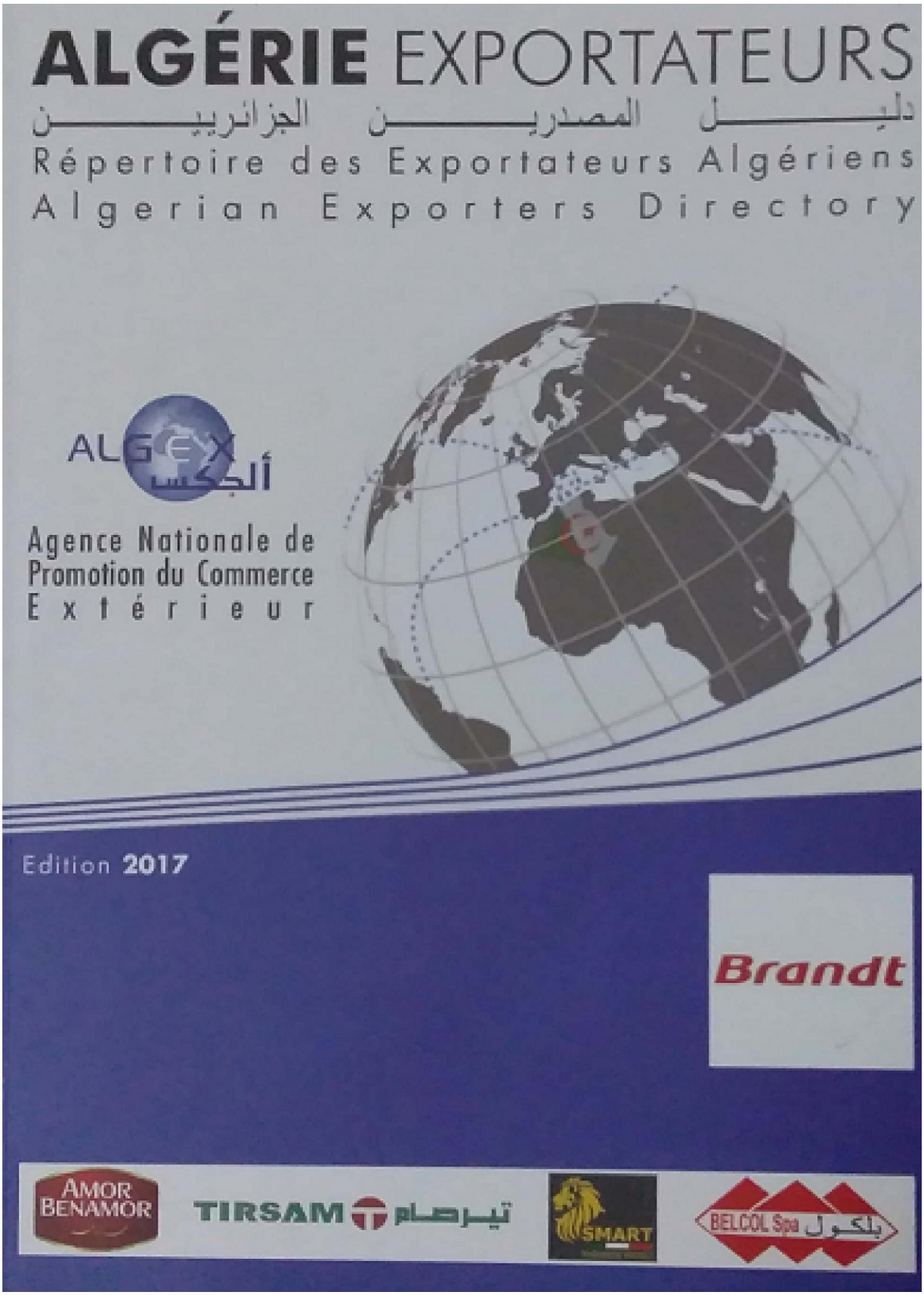
Fax:

(021) 822146 / 520439 / 521126

Le bulletin d'inscription à télécharger du site web d'ALGEX:

www.algex.dz

الملحق رقم (19)



فهرس المحتويات

العنـــوان	الصفحة
مقدمة	أ-ح
الفصل الأول: تطور الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر	9
المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية	10
المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية	10
المطلب الثاني: نشأة التجارة الخارجية وأهميتها	11
الفرع الأول: نشأة التجارة الخارجية	11
الفرع الثاني: أهمية التجارة الخارجية	13
المطلب الثالث: أدوات السياسة الخارجية	14
الفرع الأول: الأدوات السعرية	14
أولا: الرسوم القيمية	14
ثانيا: الرسوم النوعية	14
الفرع الثاني: الأدوات الكمية	16
أولا: نظام الحصص	16
ثانيا: تراخيص الاستيراد	16
الفرع الثالث: الأدوات التنظيمية	17
أولا: المعاهدات التجارية	17

ثانيا: الاتفاقيات التجارية	17
ثالثا: اتفاقيات الدفع	17
رابعا: الإتحادات الجمركية	18
خامسا: المناطق الحرة	18
سادسا: نظام المعايير	18
المطلب الرابع: مراحل تطور التجارة الخارجية الجزائرية	19
الفرع الأول: مرحلة تقييد التجارة الخارجية الجزائرية	19
أولا: مرحلة الرقابة (1963- 1970)	19
ثانيا: إحتكار الدولة التجارية الخارجية 1970- 1989	21
الفرع الثاني: مرحلة الإصلاح قطاع التجارة الخارجية الجزائرية	21
أولا: مرحلة التحرير المقيد (1990-1991)	22
ثانيا: مرحلة إعادة مراقبة الدولة للتجارة الخارجية (1992- 1993)	25
الفرع الثالث: مرحلة التحرير التام للتجارة الخارجية	26
المبحث الثاني: ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات	30
المطلب الأول: ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية	30
الفرع الأول: الإطار القانوني	30
الفرع الثاني: الإطار التأميني والتمويلي	31

الفرع الثالث: الإطار المؤسساتي والتنظيمي	31
المطلب الثاني: ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر	32
أولا: الإعفاءات الضريبية	32
ثانيا: التسهيلات الجمركية	32
ثالثا: الاجراءات التنظيمية	34
الفرع الثاني: الاجراءات النقدية والمالية	37
المبحث الثالث: تطور إنتاج وتجارة التمور	49
المطلب الأول: تطور صادرات التمور ومقاييس تصديرها في الجزائر	49
الفرع الأول: إنتاج التمور في الجزائر	49
الفرع الثاني: مقاييس تصدير التمور في الجزائر	51
أولا: أنواع التمور المعدة للتصدير	51
ثانيا: مواصفات التمور المعدة للتصدير	51
ثالثا: كيفية تقديم التمور المعدة للتصدير	52
رابعا: مقاييس متعلقة بالوزن	52
خامسا: مقاييس التغليف وإلصاق البطاقة	53
المطلب الثاني: تطور صادرات التمور في الجزائر	54
أولا: تطور صادرات التمور في الجزائر بالنسبة للعالم	54
ثانيا: توزيع صادرات التمور الجزائرية لسنة 2018	60
المطلب الثالث: العراقيل التي تواجه عملية تصدير التمور في الجزائر وأهم الحلول الممكنة	61
أولا: العراقيل التي تواجه عملية تصدير التمور في الجزائر	61
ثانيا: الحلول الممكنة لمواجهة عراقيل التصدير للتمور في الجزائر	65
خلاصة الفصل الأول:	67
الفصل الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) في ترقية صادرات التمور	69

المبحث الأول: نشأة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	70
المطلب الأول: تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	70
الفرع الأول: تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وبياناتها	71
أولا: تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	71
ثانيا: بيانات تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	71
الفرع الثاني: أهداف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	72
المبحث الثاني: دور (أومهام) الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وهيكلها التنظيمي	74
المطلب الأول: دور (أومهام) الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	74
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية والتنظيم المتعلق بها	75
الفرع الأول: الهيكل التنظيمي العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	75
الفرع الثاني: التنظيم المتعلق بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	77
أولا: مديرية تحليل الأسواق	77
ثانيا: مديرية تحليل المنتوجات	77
ثالثا: مديرية المصالح المختصة	78
رابعا: مديرية الإستراتيجيات والبرامج	78
خامسا: مديرية التكوين والتعاون والوثائق	78
سادسا: مديرية الإدارة والوسائل	79
سابعا: مديرية الإعلام والاتصال	79
المبحث الثالث: مساهمة الوكالة في تدعيم صادرات التمور الجزائرية	81
المطلب الأول: دعم المصدرين والقيام بالدراسات وجمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية	81
ثانيا: القيام بالدراسات	82
الفرع الثاني: جمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية	84

أولا: وسائل جمع ومعالجة ونشر المعلومات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية والتجارية	85
ثانيا: المشاركة في أعمال اللجان	85
ثالثا: علاقات التعاون الدولية	86
رابعا: التكوين والتربصات التطبيقية	87
المطلب الثاني: عمليات الترويج وتطوير وتأهيل الإطارات البشرية	88
الفرع الأول: عمليات الترويج في الأسواق المكتسبة	88
الفرع الثاني: تطوير وتأهيل الإطارات البشرية	88
الفرع الثالث: الإجراءات المنتهجة في خلايا الوكالة الوطنية لترقية الصادرات خارج إطار المحروقات	89
أولا: خلية ترقية المنتجات الفلاحية	89
ثانيا: خلية تنظيم المعارض	90
ثالثا: المشاكل التي يواجهها قطاع التجارة الخارجية الجزائرية	91
الفرع الرابع: المشاركة المستقبلية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX	92
أولا: الشبكة الوطنية للمعلومات التجارية الخارجية	92
ثانيا: دار المصدر	93
ثالثا: خلية الشبكة المعلوماتية	93
المطلب الثالث: مجال تحليل دراسة التمور في الجزائر	94
الفرع الأول: مجال دراسة التمور في الجزائر	94
أولا: توزيع الإنتاج عبر الولايات	95
ثانيا: تبادل التجار للتمور في الخارج	97
الفرع الثاني: دراسة مقارنة بين كل من الجزائر وتونس ومصر	108
خلاصة الفصل الثاني:	113
الخاتمة	115

قائمة المصادر والمراجع	118
قائمة الجداول	123
قائمة الأشكال	125
قائمة الصور	127
قائمة الملاحق	129
فهرس المحتويات	161

تم بحمد الله

ملخص:

تعتبر الجزائر من الدول النامية التي تعتمد على المحروقات كمورد رئيسي للاقتصاد، حيث تمثل هذه الأخيرة نسبة 93.1% في سنة 2019 من إجمالي الصادرات مقارنة بالصادرات خارج المحروقات ب 6.9%.

وعليه فإن تنمية الصادرات خارج المحروقات من أهم التحديات التي تواجهها الجزائر.

ولتنويع صادراتها وعدم الاعتماد على منتوج واحد تجنبا للازمات الاقتصادية أنشأت الجزائر هيئة حكومية لترقية التصدير والتجارة الخارجية، وهو ما درسناه في الجانب النظري من حيث أهم المفاهيم العامة والتاريخية المتعلقة بهذه الوكالة.

أما بالنسبة للجانب التطبيقي فسلطنا الضوء على الإجراءات التي اعتمدتها الدولة الجزائرية لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، وقمنا بجمع البيانات وتحليلها حول تطور الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

الكلمات المفتاحية:

الوكالة الوطنية، التجارة الخارجية، الصادرات خارج المحروقات، دراسة السوق.

Abstract:

Algeria is one of the developing countries that depend on hydrocarbons as a main resource for the economy, as the latter represents 93.1% in 2019 of total exports, compared to 6.9% of non-hydrocarbon exports.

Therefore, developing exports outside hydrocarbons is one of the most important challenges that Algeria faces.

In order to diversify its exports and not rely on a single product to avoid economic crises, Algeria established a governmental body to promote exports and foreign trade. This is what we studied in the theoretical side in terms of the most important general and historical concepts related to this agency.

As for the practical aspect, we shed light on the measures adopted by the Algerian state to promote exports outside the hydrocarbon sector, and we collected and analyzed data on the development of Algerian exports outside the hydrocarbon sector.

key words:

National Agency, Foreign Trade, Non-hydrocarbon Exports, Market Study.